PENERAPAN METODE LEAN UX DAN HEATMAP ANALYSIS DALAM PENGEMBANGAN ANTARMUKA WEBSITE PROFIT FARM VILLAGE



Disusun Oleh:

N a m a : Mahendra Thoriq Yunandra

NIM : 18523255

PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

PENERAPAN METODE LEAN UX DAN HEATMAP ANALYSIS DALAM PENGEMBANGAN ANTARMUKA WEBSITE PROFIT FARM VILLAGE

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

N a m a : Mahendra Thoriq Yunandra

NIM : 18523255

Yogyakarta, 21 Mei 2025

Pembimbing,

(Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T, M.Sc)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

PENERAPAN METODE LEAN UX DAN HEATMAP ANALYSIS DALAM PENGEMBANGAN ANTARMUKA WEBSITE PROFIT FARM VILLAGE

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 21 Mei 2025

Tim Penguji

Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. _____

Anggota 1

Andhik Budi Cahyono, S.T., M.T. _____

Anggota 2

Moh. Idris. S.Kom., M.Kom. _____

Mengetahui,
Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia

(Ir. Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahendra Thoriq Yunandra

NIM : 18523255

Tugas akhir dengan judul:

PENERAPAN METODE LEAN UX DAN HEATMAP ANALYSIS DALAM PENGEMBANGAN ANTARMUKA WEBSITE PROFIT FARM VILLAGE

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Mei 2025



(Mahendra Thoriq Yunandra)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Syukur Alhamdulillah, Tugas Akhir ini akan saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua dan adik saya yang telah memberikan dukungan yang sangat besar di dalam kehidupan saya selama ini.

Keluarga terdekat saya yang telah memberikan bantuan berupa doa yang sangat berarti di dalam kehidupan saya selama ini.

Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing saya dengan sabar dalam tugas akhir ini hingga selesai.

Bapak Dr. Yudi Prayudi, S.Si., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah mengarahkan segala hal terkait dengan perkuliahan saya hingga akhir ini.

Para Dosen Informatika UII terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan saya hingga saat ini.

Teman-teman terdekat saya yang selalu memberikan dukungan apapun bentuknya dalam mengerjakan tugas akhir ini.

HALAMAN MOTO

"Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat balasannya." – (Q.S Al Zalzalah: 7)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis. Tak lupa shalawat serta salam kamu panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliah menuju zaman yang baik ini.

Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Informatika Universitas Islam Indonesia. Tugas akhir ini memiliki judul mengenai Penerapan Metode *Lean UX* dan *Heatmap Analysis* Dalam Pengembangan Antarmuka *Website* Profit Farm Village. Tugas akhir ini dapat terselesaikan atas bantuan, dukungan, serta bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, hidayah, serta nikmat kesehatan dan umur yang panjang sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan serta segalanya untuk penulis dan selau memberikan doa setiap saat untuk penulis.
3. Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T, M.Sc. selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas teknologi Industri Universitas Islam Indonesia dan Dosen Pembimbing saya yang dengan sabar telah membimbing saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ir. Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Informatika Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
5. Dr. Yudi Prayudi, S.Si., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membantu dalam segala hal terkait perkuliahan saya hingga akhir ini.
6. Sahabat-sahabat baik saya yang selalu memberikan dukungan selama ini.
7. Keluarga besar "INSIGHT" Informatika 2018 yang sudah memberikan begitu banyak cerita, pengalaman, serta keluh kesah bersama selama ini.
8. Kepada diri saya sendiri yang mampu menyelesaikan tugas akhir ini dan tidak mudah putus asa dalam pekerjaan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih belum sempurna, karena keterbatasan dalam kemampuan dan pengalaman saya. Maka dari itu saya mengharapkan saran serta kritik yang membangun supaya laporan tugas akhir ini dapat disempurnakan lagi. Akhir

kata penulis berharap semoga laporan ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang ingin melanjutkan penelitian ini.

Yogyakarta, 21 Mei 2025



(Mahendra Thoriq Yunandra)

SARI

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital dalam sektor pariwisata, termasuk pemanfaatan *website* sebagai media promosi dan penyebaran informasi. Profit Farm Village, sebuah destinasi wisata edukatif di Kabupaten Banyumas memiliki potensi besar namun belum memanfaatkan sistem digital untuk informasi dan pembelian tiket. Padahal, digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi dan jangkauan promosi wisata.

Dalam konteks ini, pengalaman pengguna *(UX)* menjadi aspek penting dalam efektivitas *website*. Pendekatan *Lean UX* digunakan untuk mengembangkan desain berbasis pemahaman mendalam terhadap perilaku pengguna. Salah satu metode evaluasi yang relevan adalah *heatmap analysis* yang mampu menyajikan visualisasi interaksi pengguna secara efisien dan intuitif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan heatmap analysis dalam kerangka *Lean UX* guna mengoptimalkan *UX website* Profit Farm Village. Diharapkan, hasil penelitian dapat meningkatkan kualitas interaksi pengguna, memperkuat penyampaian informasi, dan mendorong peningkatan kunjungan wisata.

Kata kunci: *Lean UX, Heatmap Analysis, User Experience*, *Website* pariwisata, Profit Farm Village.

GLOSARIUM

A/B Testing	metode pengujian dengan membandingkan dua versi elemen desain untuk menentukan mana yang lebih efektif berdasarkan respons pengguna.
Heatmap Analysis	teknik visualisasi data yang digunakan untuk menganalisis perilaku pengguna pada antarmuka digital dengan menampilkan area yang paling sering mendapatkan interaksi dalam bentuk gradasi warna.
High Fidelity	prototipe yang menyerupai produk akhir secara visual dan fungsional untuk keperluan pengujian desain.
Lean UX	metodologi desain yang berfokus pada kolaborasi lintas tim, validasi ide secara cepat, dan iterasi berkelanjutan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang efektif dan efisien. pengembangan perangkat lunak.
MVP	produk dengan fitur dasar yang cukup untuk memenuhi kebutuhan awal pengguna dan dapat diuji untuk mendapatkan umpan balik.
User Experience	pengalaman keseluruhan pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan, mencakup aspek kemudahan, kenyamanan, dan kepuasan.
User Flow	diagram yang menggambarkan langkah-langkah atau jalur yang diambil pengguna dalam berinteraksi dengan sebuah produk atau layanan untuk mencapai tujuan tertentu.
User Interface	antarmuka yang digunakan pengguna berinteraksi dengan perangkat lunak atau perangkat keras, mencakup elemen visual seperti tombol, ikon, dan *layout.*
Wireframe	sketsa atau kerangka dasar dari desain antarmuka yang menggambarkan struktur dan elemen-elemen penting tanpa fokus pada detail visual.

DAFTAR ISI

PENERAPAN METODE LEAN UX DAN HEATMAP ANALYSIS DALAM PENGEMBANGAN ANTARMUKA WEBSITE PROFIT FARM VILLAGE i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN MOTO vi
KATA PENGANTAR vii
SARI ix
GLOSARIUM x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Batasan Masalah 3
1.4 Tujuan Penelitian 4
1.5 Manfaat Penelitian 4
1.6 Sistematika Laporan 4
BAB II KAJIAN PUSTAKA 5
2.1 Landasan Teori 5
2.1.1 Provit Farm Village 5
2.1.2 *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* 6
2.1.3 Perancangan *User Interface (UI)* 7
2.1.4 Metode Perancangan *User Interface (UI)* 8
2.1.5 Riset *User Experience (UX)* 10
2.1.6 *Heatmap Analysis* 11
2.2 Penelitian Sebelumnya 13
BAB III METODE PENELITIAN 20
3.1 *Declare Outcomes, Assumptions, Hypotheses* 20
3.1.1 Persiapan 20
3.1.2 Menyusun *Problem Statemen* 21
3.1.3 Menyusun *Hypotheses Statemens* 22
3.2 *Collaborative Design* 22
3.2.1 *User Flow* 23
3.2.2 *Wireframe* 23
3.2.3 Desain *High Fidelity* 24
3.3 *Create MVP* 25
3.4 *Research and Learning* 26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 28
4.1 Hasil *Declare Outcomes, Assumptions, Hypotheses* 28
4.1.1 Hasil Diskusi dengan *Owner* 28
4.1.2 *Problem Statements* 29
4.1.3 *Hypotheses Statements* 29
4.2 Collaborative Design 30
4.2.1 *User Flow* 30

4.2.2 *Wireframe* Design Pertama 31
4.2.3 *UI High-Fidelity Design* Pertama 41
4.2.4 *Heatmap Analysis Design* Pertama 48
4.2.5 *Wireframe Design* Kedua 54
4.2.6 *UI High-Fidelity Design* Kedua 62
4.2.7 *Heatmap Analysis Design* Kedua 67
4.3 Create MVP 73
4.3.1 Identifikasi Pengguna 73
4.3.2 Pengujian *Heatmap Analysis Design* Pertama 74
4.3.3 Pengujian *Heatmap Analysis Design* Kedua 81
4.4 Research and Learning 86
4.4.1 Perbandingan Hasil *Heatmap Analysis UI Website* Profit Farm Village 87
4.4.2 Pencapaian Target 92
4.5 Desain Final 95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 102
5.1 Kesimpulan 102
5.2 Saran 102
DAFTAR PUSTAKA 103
LAMPIRAN 106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya 16
Tabel 3.1 Daftar pertanyaan ke *owner* 21
Tabel 4.1 Hasil diskusi dengan *owner* 28
Tabel 4.2 Hasil penjabaran *problem statements* 29
Tabel 4.3 Hasil hipotesis yang didapatkan 29
Tabel 4.4 Skenario perintah/tugas.....74
Tabel 4.5 Hasil skenario perintah/tugas.....93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Metode *Lean UX* 9
Gambar 2.2 Contoh Hasil *Heatmap Analysis* 12
Gambar 3.1 Contoh *user flow* 23
Gambar 3.2 Contoh *wireframe* 24
Gambar 3.3 Contoh desain *high-fidelity* 25
Gambar 3.4 Contoh *heatmap analysis* 27
Gambar 4.1 *Screenshot* diskusi dengan salah satu *owner* Provit Farm Village 29
Gambar 4.2 *User flow* pembelian tiket 30
Gambar 4.3 *User flow* berita 31
Gambar 4.4 *User flow* jelajahi wisata 31
Gambar 4.5 *Wireframe* halaman *homepage* 33
Gambar 4.6 *Wireframe* halaman berita 34
Gambar 4.7 *Wireframe* halaman jelajahi wisata 35
Gambar 4.8 *Wireframe* halaman artikel berita 36
Gambar 4.9 *Wireframe* halaman detail wisata 37
Gambar 4.10 *Wireframe* halaman pembelian tiket 38
Gambar 4.11 *Wireframe* halaman konfirmasi pembelian tiket 39
Gambar 4.12 *Wireframe* halaman metode pembayaran 40
Gambar 4.13 *Wireframe* halaman *invoice* 41
Gambar 4.14 Hasil *style guide typography* 42
Gambar 4.15 Hasil *style guide colors* 43
Gambar 4.16 Hasil *style guide component* 44
Gambar 4.17 *UI high-fidelity* halaman *homepage* 44
Gambar 4.18 *UI high-fidelity* halaman berita 45
Gambar 4.19 *UI high-fidelity* halaman jelajahi wisata 45
Gambar 4.20 *UI high-fidelity* halaman artikel berita 46
Gambar 4.21 *UI high-fidelity* halaman detail wisata 46
Gambar 4.22 *UI high-fidelity* halaman pembelian tiket 47
Gambar 4.23 *UI high-fidelity* halaman konfirmasi pembelian tiket 47
Gambar 4.24 *UI high-fidelity* halaman metode pembayaran 48
Gambar 4.25 *UI high-fidelity* halaman *invoice* 48
Gambar 4.26 *Heatmap analysis* halaman *homepage* 49

Gambar 4.27 *Heatmap analysis* halaman berita 49
Gambar 4.28 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata 50
Gambar 4.29 *Heatmap analysis* halaman artikel berita 50
Gambar 4.30 *Heatmap analysis* halaman detail wisata 51
Gambar 4.31 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket.....52
Gambar 4.32 *Heatmap Aanalysis* halaman konfirmasi pembelian tiket.....52
Gambar 4.33 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran 53
Gambar 4.34 *Heatmap analysis* halaman *invoice*.....53
Gambar 4.35 *Wireframe* halaman *homepage*.....55
Gambar 4.36 *Wireframe* halaman berita.....56
Gambar 4.37 *Wireframe* halaman jelajahi wisata 57
Gambar 4.38 *Wireframe* halaman artikel berita.....58
Gambar 4.39 *Wireframe* halaman detail wisata 59
Gambar 4.40 *Wireframe* halaman pembelian tiket 60
Gambar 4.41 *Wireframe* halaman metode pembayaran.....61
Gambar 4.42 *Wireframe* halaman *invoice* 62
Gambar 4.43 *UI high-fidelity* halaman *homepage*.....63
Gambar 4.44 *UI high-fidelity* halaman berita 63
Gambar 4.45 *UI high-fidelity* halaman jelajahi wisata 64
Gambar 4.46 *UI high-fidelity* halaman artikel berita.....64
Gambar 4.47 *UI high-fidelity* halaman detail wisata 65
Gambar 4.48 *UI high-fidelity* halaman pembelian tiket.....66
Gambar 4.49 *UI high-fidelity* halaman metode pembayaran 66
Gambar 4.50 *UI high-fidelity* halaman *invoice*.....67
Gambar 4.51 *Heatmap analysis* halaman *homepage*.....68
Gambar 4.52 *Heatmap analysis* halaman berita 69
Gambar 4.53 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata 69
Gambar 4.54 *heatmap analysis* halaman artikel berita.....70
Gambar 4.55 *Heatmap analysis* halaman detail wisata 71
Gambar 4.56 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket.....71
Gambar 4.57 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran tiket.....72
Gambar 4.58 *Heatmap analysis* halaman *invoice*.....72
Gambar 4.59 Demografis para pengguna 74
Gambar 4.60 *Heatmap analysis* halaman *homepage*.....75

Gambar 4.61 *Heatmap analysis* halaman berita 76
Gambar 4.62 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata 77
Gambar 4.63 *Heatmap analysis* halaman artikel berita 77
Gambar 4.64 *Heatmap analysis* halaman detail wisata 78
Gambar 4.65 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket.....79
Gambar 4.66 *Heatmap analysis* halaman konfirmasi pembelian tiket 79
Gambar 4.67 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran 80
Gambar 4.68 *Heatmap analysis* halaman *invoice*.....80
Gambar 4.69 *Heatmap analysis* halaman *homepage*.....81
Gambar 4.70 *Heatmap analysis* halaman berita 82
Gambar 4.71 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata 83
Gambar 4.72 *Heatmap analysis* halaman artikel berita 84
Gambar 4.73 *Heatmap analysis* halaman detail wisata 84
Gambar 4.74 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket.....85
Gambar 4.75 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran tiket 86
Gambar 4.76 *Heatmap analysis* halaman *invoice*.....86
Gambar 4.77 Perbandingan hasil *heatmap analysis homepage* pertama dan kedua.....88
Gambar 4.78 Perbandingan hasil *heatmap analysis* berita pertama dan kedua 89
Gambar 4.79 Perbandingan hasil *heatmap analysis* jelajahi wisata pertama dan kedua 89
Gambar 4.80 Perbandingan hasil *heatmap analysis* artikel berita pertama dan kedua.....90
Gambar 4.81 Perbandingan hasil *heatmap analysis* detail wisata pertama dan kedua 91
Gambar 4.82 Perbandingan hasil *heatmap analysis* pembelian tiket pertama dan kedua 91
Gambar 4.83 Perbandingan hasil *heatmap analysis* metode pembayaran pertama dan kedua...92
Gambar 4.84 Perbandingan hasil *heatmap analysis invoice* pertama dan kedua 92
Gambar 4.85 Desain final halaman *homepage* 96
Gambar 4.86 Desain final halaman berita.....97
Gambar 4.87 Desain final halaman jelajahi wisata.....97
Gambar 4.88 Desain final halaman artikel berita 98
Gambar 4.89 Desain final halaman detail wisata.....99
Gambar 4.90 Desain final halaman pembelian tiket 100
Gambar 4.91 Desain final halaman metode pembayaran 100
Gambar 4.92 Desain final halaman *invoice* 101

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk industri pariwisata. Transformasi digital dalam sektor pariwisata menjadi kunci dalam menghadapi tuntutan masyarakat modern yang semakin bergantung pada teknologi untuk memenuhi kebutuhan wisata mereka. Pentingnya digitalisasi dalam mempromosikan destinasi wisata, yang berpotensi mengakselerasi pengembangan potensi wisata suatu daerah (Mumtaz & Karmilah, 2021).

Sektor pariwisata memiliki peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Industri ini terus berkembang pesat, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk menjelajahi destinasi baru dan mencari pengalaman yang unik. Dalam era digital ini, situs *website* menjadi instrumen yang sangat efektif untuk menyebarluaskan informasi dan mempromosikan destinasi wisata, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Pada bulan Januari 2023, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk mencapai 735.947, terdiri dari 620.905 kunjungan melalui pintu masuk utama dan *non-MPD*, yang berkontribusi sebesar 84,37% dari total kunjungan, serta 115.042 kunjungan melalui pintu masuk perbatasan lainnya, yang menyumbang 15,63% dari total kunjungan. Angka ini menunjukkan pertumbuhan signifikan sebesar 503,34% dibandingkan dengan bulan yang sama tahun sebelumnya, yaitu Januari 2022, yang hanya mencatat 121,978 kunjungan (Kemenparekraf, 2023).

Profit Farm Village, yang berlokasi di lereng Gunung Slamet, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas, merupakan contoh inovatif dari destinasi wisata yang menawarkan pengalaman yang menarik. Selain berfungsi sebagai pusat produksi susu kambing, tempat ini juga berperan sebagai sarana edukasi tentang peternakan dan manfaat susu kambing. Dengan beragam fasilitas seperti aviari, arena *ATV*, kolam renang, serta area kuliner, Profit Farm Village memiliki daya tarik yang kuat untuk memikat wisatawan dari berbagai kalangan. Saat ini, Profit Farm Village masih belum memiliki sistem digital untuk penyebaran informasi dan pembelian tiket secara *online*. Padahal dengan adanya digitalisasi, penyebaran informasi dan proses transaksi pembelian tiket wisata dapat dilakukan lebih efisien serta memudahkan calon pengunjung dalam mengakses informasi terkait wahana wisata yang tersedia.

Dalam konteks ini, penggunaan *website* sebagai media informasi menjadi sangat penting. Pengembangan dan pembangunan sektor wisata merupakan salah satu program andalan bagi pemerintah daerah karena memiliki prospek dan peranan strategis dalam menunjang keberhasilan pembangunan di daerah. Mereka juga menekankan bahwa penggunaan *website* sebagai media promosi tempat wisata merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi di bidang pariwisata, dengan *website* memiliki jangkauan waktu dan ruangan yang tak terbatas (Surentu et al., 2020).

Namun, keberadaan *website* semata tidaklah cukup. Kualitas pengalaman pengguna *(user experience)* menjadi faktor dalam menentukan efektivitas sebuah *website* yang menarik dan mempertahankan minat pengunjung. Di sinilah pendekatan *Lean UX* menjadi relevan. *Lean UX* adalah metodologi desain yang berfokus pada *optimalisasi* pengalaman pengguna dengan cara yang efisien, mengeliminasi proses-proses yang tidak esensial dalam siklus pengembangan. Metode ini menekankan pentingnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, preferensi, dan perilaku pengguna di setiap tahap pengembangan (Rivansyah et al., 2022).

Heatmap analysis adalah teknik evaluasi *UX* yang dapat diterapkan dalam berbagai metode penelitian *UX*, termasuk dalam pendekatan *Lean UX*. Salah satu teknik efektif dalam *Lean UX* untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna *(UX) website* adalah penggunaan *heatmap analysis*. *Heatmap analysis* merupakan visualisasi data yang menggambarkan area-area pada halaman *website* yang paling banyak menarik perhatian pengguna. Melalui *heatmap analysis*, pengembang dapat memahami pola perilaku pengguna, mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, serta mengoptimalkan tata letak dan konten *website* untuk meningkatkan *UX* secara keseluruhan (Pernice, 2017).

Implementasi *Lean UX* memerlukan metode evaluasi yang efektif untuk menganalisis perilaku pengguna dalam proses pengembangan website. Pemilihan *heatmap analysis* dibandingkan metode *eye tracking* atau lainnya yaitu lebih mudah diimplementasikan, dapat mengumpulkan data dalam skala besar dengan *effort* minimal, serta memberikan visualisasi yang lebih intuitif tentang perilaku pengguna. Berbeda dengan *eye tracking* yang membutuhkan peralatan khusus dan biaya tinggi atau *analysis* lainnya yang hanya menyajikan data numerik tanpa konteks visual, *heatmap analysis* menawarkan keseimbangan optimal antara efisiensi pengumpulan data dan kemudahan implementasi yang selaras dengan metodologi *Lean UX*.

Heatmap analysis digunakan pada tahap *research* dari rangkaian keseluruhan aktivitas *Lean UX*. Pada tahap *research* dilakukan testing menggunakan *heatmap analysis* untuk melihat dan mengumpulkan data perilaku pengguna saat berinteraksi dengan *website*. Selanjutnya pada tahap *learning*, hasil data dari *heatmap analysis* tersebut dibahas dan dianalisis untuk mendapatkan *insight* yang akan digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain *website*. Setelah dilakukan perubahan berdasarkan hasil analisis, validasi dilakukan melalui *A/B Testing* untuk menentukan desain final yang akan diimplementasikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan unutk menganalisis penerapan hasil *heatmap analysis* dalam *Lean UX* untuk optimalisasi *UX website* Profit Farm Village. Kombinasi metode ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang perilaku pengguna dan preferensi desain. Dengan optimalisasi *UX* berbasis *Lean UX* ini, diharapkan *website* Profit Farm Village dapat lebih efektif dalam menyampaikan informasi, meningkatkan *engagement* pengujung, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Profit Farm Village. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada analisis penerapan *Lean UX* dan *heatmap analysis* untuk mengoptimalkan penyebaran informasi dan sistem pembelian tiket pada *website* Profit Farm Village.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis penerapan *Lean UX* dan *heatmap analysis* untuk penyebaran informasi dan pembelian tiket *website* Profit Farm Village.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian ini, ada beberapa batasan masalah yang ditetapkan sebagai berikut:

a. Penelitian ini berfokus pada perancangan tampilan *user interface* dan *user experience* pada *website* pariwisata Provit Farm Village.
b. Penelitian ini dilakukan individu sehingga ada beberapa keterbatasan pada metode *Lean UX* yang melakukan bersama dengan tim.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis penerapan *Lean UX* dan *heatmap analysis* untuk penyebaran informasi dan pembelian tiket *website* Profit Farm Village.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi yang dibutuhkan terkait dengan wisata tersebut dengan mudah dan nyaman.
b. Wisatawan dapat melakukan pembelian tiket secara *online* dengan mudah.
c. *Website* Profit Farm Village dapat meningkatkan *engagement* wisatawan.

1.6 Sistematika Laporan

Laporan penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

   Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan permasalahan, pembatasan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan, serta sistematika dalam penulisan penelitian.

b. BAB II KAJIAN PUSTAKA

   Pada bab ini dipaparkan tentang tinjauan pustaka yang meliputi rujukan penelitian-penelitian sebelumnya dan kerangka teori yang menjadi dasar penelitian ini.

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

   Pada bab ini diuraikan metodologi penelitian beserta rangkaian tahapan yang diterapkan dalam pelaksanaan penelitian.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

   Pada bab ini dipaparkan hasil perancangan *UI/UX* yang dikembangkan dengan pendekatan *Lean UX,* serta evaluasi desain menggunakan teknik *Heatmap Analysis*.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

   Pada bab ini menyajikan kesimpulan hasil implementasi metode *Lean UX* dan *Heatmap Analysis* pada *website* Profit Farm Village. Selain itu, bab ini juga memberikan saran yang dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Provit Farm Village

Provit Farm Village merupakan sebuah destinasi edu-wisata yang terletak di kaki Gunung Slamet, tepatnya di Kelurahan Ciberem, Kecamatan Sumbang. Tempat wisata ini menawarkan berbagai atraksi edukatif dan rekreatif yang berfokus pada konsep peternakan terpadu. Beberapa atraksi utama yang disediakan antar lain area peternakan kambing lengkap dengan fasilitas pemerahan susu, koleksi burung paruh bengkok seperti nuri, kakatua, dan African grey, serta beberapa pasang burung merak sebagai koleksi unggulan.

Selain itu, Profit Farm Village juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang, seperti restoran dan cafe, arena ATV, alun-alun serbaguna, kolam renang, serta aviari yang memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi langsung dengan berbagai jenis burung. Tempat ini juga memiliki pabrik pengolahan susu bubuk dari bahan baku susu cair, sehingga pengunjung dapat menyaksikan secara langsung proses produksinya sebagai bagian dari pengalaman edukatif.

Alasan pemilihan Profit Farm Village sebagai objek studi dalam penelitian ini adalah karena destinasi tersebut sedang berada dalam tahap pengembangan, dan pihak pengelola memiliki komitmen untuk memastikan seluruh sistem penunjang, termasuk dalam aspek digital dan teknologi informasi yang telah tersedia dan siap digunakan saat operasional wisata dimulai secara penuh. Salah satu bentuk kesiapan tersebut tercermin dari rencana penerapan sistem pembayaran berbasis *e-money*, yang menunjukkan upaya integrasi teknologi dalam mendukung kegiatan operasional.

Namun demikian, penyampaian informasi dan promosi hingga saat ini masih terbatas melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Profit Farm Village belum memiliki sistem informasi terpadu berupa situs *website* resmi yang dapat menunjang operasional, seperti pemesanan tiket, penyajian jadwal kegiatan, hingga publikasi promosi.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang desain antarmuka situs *website* Profit Farm Village guna memudahkan akses informasi, pendaftaran pengunjung secara *online*, serta menciptakan pengalaman pengguna yang lebih optimal. Upaya ini diharapkan dapat mendukung pengelolaan dan pelayanan wisata yang lebih modern, efisien, dan terintegrasi.

2.1.2 *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)*

Berdasarkan ISO (2019), antarmuka pengguna *(UI)* mencakup semua komponen dalam sistem interaktif, baik perangkat lunak maupun perangkat keras, yang memberikan informasi dan kendali kepada pengguna untuk menyelesaikan tugas tertentu dengan sistem tersebut.

Desain antarmuka pengguna yang baik memiliki potensi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan menjadikan sistem lebih mudah digunakan, menarik, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam desain antarmuka pengguna. Aspek-aspek ini berkontribusi terhadap keberhasilan antarmuka dalam memberikan pengalaman yang optimal (Satzinger et al., 2008). Berikut adalah beberapa poin penting:

a. Tampilan Visual

   Tampilan visual merupakan elemen pertama yang dilihat oleh pengguna saat berinteraksi dengan sistem. Desain visual yang menarik dan konsisten dapat menciptakan kesan awal yang positif. Elemen-elemen visual tersebut mencakup tata letak, warna, tipografi, dan ikon yang dirancang untuk memudahkan navigasi serta meningkatkan estetika keseluruhan.

b. Kontrol Input

   Kontrol input mencakup semua mekanisme yang digunakan oleh pengguna untuk memasukkan data ke dalam sistem, seperti tombol, formulir, *dropdown*, dan *slider*. Kontrol input harus dirancang dengan jelas dan mudah digunakan agar pengguna dapat memasukkan data dengan akurat dan efisien.

c. Mekanisme Navigasi

   Mekanisme navigasi membantu pengguna berpindah dari satu bagian aplikasi ke bagian lainnya. Contoh dari mekanisme navigasi yang umum digunakan adalah *menu*, *breadcrumb*, dan tautan. Navigasi yang intuitif dan mudah dipahami memastikan pengguna dapat dengan cepat menemukan informasi atau fitur yang mereka butuhkan.

Menurut ISO (2019), pengalaman pengguna *(UX)* merupakan persepsi dan tanggapan yang dihasilkan oleh pengguna dari penggunaan, atau yang diperkirakan dari penggunaan sistem, produk, atau layanan.

Pengalaman pengguna berfokus pada interaksi pengguna dengan produk atau layanan yang mereka gunakan. Proses desain *UX* bertujuan untuk mengidentifikasi cara yang paling mudah dan efisien bagi pengguna dalam menggunakan produk atau layanan tersebut (Garrett, 2010).

Tujuan dari *UX* adalah untuk memastikan bahwa interaksi yang terjadi tidak hanya efisien dan intuitif, tetapi juga memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi pengguna. Menurut Russ Unger dan Carolyn Chandler, terdapat beberapa poin penting yang harus diperhatikan oleh desainer *UX* untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna (Unger & Chandler, 2012). Berikut adalah poin-poin tersebut:

a. Pemahaman Pengguna

   Pemahaman terhadap pengguna merupakan dasar utama dalam proses desain *UX*. Penting untuk mengetahui kebutuhan, keinginan, dan perilaku pengguna melalui wawancara, survei, dan observasi langsung untuk mendapatkan data yang akurat. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menentukan kebutuhan pengguna dan mengidentifikasi jenis produk yang diinginkan.

b. Arsitektur Informasi

   Pengguna akan lebih mudah menemukan informasi yang mereka cari jika informasi tersebut disusun secara logis dan mudah dipahami. Metode seperti *card sorting* dapat digunakan untuk mengelompokkan informasi berdasarkan cara pikir pengguna. Pembuatan *sitemap* juga memungkinkan pengguna untuk memvisualisasikan hierarki dan struktur informasi, memastikan navigasi produk sesuai dengan kebutuhan mereka.

c. Desain Interaksi

   Desain interaksi yang baik sangat penting untuk menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan. Prototipe interaktif memungkinkan pengujian awal terhadap konsep desain, sehingga desainer dapat menguji alur pengguna dan fungsionalitas sebelum pengembangan lengkap dilakukan.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, desainer *UX* dapat menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna tetapi juga memberikan pengalaman yang memuaskan dan bernilai tinggi.

2.1.3 Perancangan *User Interface (UI)*

Antarmuka pengguna merupakan salah satu komponen paling vital dalam sistem komputer karena berhubungan langsung dengan pengguna, yang dapat dilihat, didengar, dan disentuh (Yudarmawan et al., 2020).

Desain antarmuka pengguna yang buruk sering kali menjadi alasan utama mengapa aplikasi tidak digunakan. Selain itu, antarmuka yang tidak memadai dapat menyebabkan pengguna melakukan kesalahan fatal. Oleh karena itu, desain harus berorientasi pada pengguna, yang berarti pengguna harus terlibat dalam proses desain. Proses evaluasi yang

dilakukan oleh pengguna terhadap hasil desain sangat penting (Suteja & Harjoko, 2008). Beberapa prinsip dalam merancang antarmuka pengguna adalah sebagai berikut:

a. *User Familiarty*

   Sistem menggunakan istilah-istilah yang umum dan mudah dipahami oleh pengguna, seperti penggunaan kata "Beranda" atau *"Home"* untuk halaman utama. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam mengoperasikan sistem.

b. *Consistency*

   Penerapan yang konsisten dalam penggunaan istilah dan tata letak antarmuka dilakukan untuk memudahkan navigasi pengguna. Konsistensi ini diterapkan pada semua halaman sistem untuk menghindari kebingungan saat pengopersian.

c. *Minimum Surprise*

   Setiap operasi dalam sistem dirancang agar mudah di prediksi oleh pengguna berdasarkan perintah yang disediakan. Hal ini membantu meminimalkan kesalahan penggunaan sistem.

2.1.4 Metode Perancangan *User Interface (UI)*

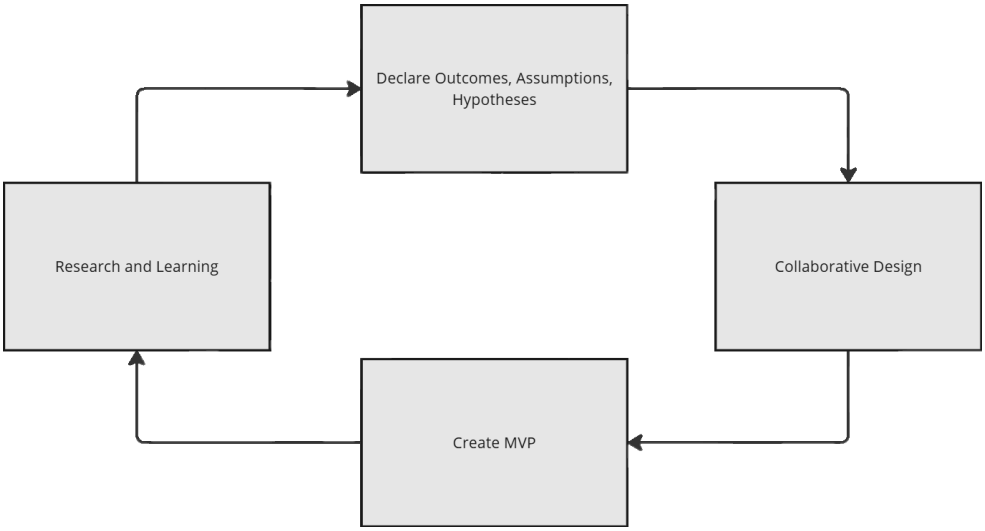
Lean UX merupakan kerangka kerja perancangan *UI/UX* yang mengutamakan efisiensi dan kolaborasi. Pendekatan ini memungkinkan proses desain dengan cepat, memfasilitasi pengujian secepat mungkin, dan mengurangi jumlah kegiatan atau dokumen yang tidak diperlukan. Prinsip utama *Lean UX* mendorong tim bekerja sama lintas fungsional untuk saling memahami dan berkonsentrasi pada pengembangan produk yang efisien.

Prinsip yang mendasari *Lean UX* terbagi dalam tiga aspek. Pertama, *Lean* membantu tim menghilangkan aktivitas yang tidak diperlukan dalam proses desain. Hal ini mendorong tim untuk beralih dari pengembangan dokumen yang rumit ke fokus pada pembuatan artefak desain yang benar-benar diperlukan untuk pembelajaran tim.

Kedua, *Lean* memfasilitasi tim untuk mencapai pemahaman yang sejalan mengenain produk di antara berbagai peran seperti desainer, pengembang, manajer produk , insinyur jaminan kualitas, pemasaran, dann lainnya. Kolaborasi yang transparan di antara berbagai fungsi memungkinkan anggota tim yang bukan desainer untuk terlibat aktif dalam proses desain.

Ketiga, yang paling penting, *Lean* mendorong tim untuk mengadopsi model yang berdasarkan eksperimen dan pembelajaran yang telah diversifikasi. Alih-alih mengandalkan desainer sebagai satu-satunya perancang solusi dengan perspektif tunggal, tim didorong untuk menguji dan mengukur dengan cepat guna menilai keefektifan ide solusi yang diajukan. Peran

desainer menjadi sebagai fasilitator desain, dengan tanggung jawab perancangan yang lebih merata dibagikan dengan tim, yang membawa serangkaian tanggung jawab baru (Gothelf & Seiden, 2016).



Gambar 2.1 Tahapan Metode *Lean UX*

Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 *Lean UX* memiliki empat tahapan yang bisa digunakan oleh tim. Tahapan tersebut meliputi:

a. *Declare Outcomes, Assumptions, Hypotheses*

   Langkah awal dalam *Lean UX* adalah merumuskan pernyataan hipotesis. Untuk menciptakan pernyataan hipotesis tersebut, analisis dilakukan pada masalah yang nyata dengan tujuan mengidentifikasi pernyataan masalah.

b. *Collaborative Design*

   Langkah kedua dalam pendekatan *Lean UX* melibatkan proses desain dan pelaksanaan sesi kolaboratif yang fokus pada ide solusi produk. Sesuai dengan prinsip *Lean UX*, semua anggota tim memiliki hak untuk berperan sebagai perancang solusi dan berkontribusi dengan gagasan mereka melalui sesi desain bersama dengan desainer. Tujuannya adalah untuk memperkaya pemahaman tentang perancangan produk. Hasil dari langkah ini adalah *user flow*, *wireframe*, dan desain sistem yang disetujui oleh semua anggota tim.

c. *Create MVP*

   Langkah ketiga dalam *Lean UX* melibatkan pembuatan *Minimum Viable Product (MVP)*. Dalam konsep *Lean UX*, *MVP* adalah istilah yang mengacu pada produk minimal yang dapat dikembangkan oleh tim. *MVP* ini dapat berupa desain *UI* berkecepatan tinggi yang dapat dioperasikan oleh pengguna (prototipe dengan tindakan klik). *MVP* dirancang untuk memberikan jawaban atas pertanyaan berikut:

1. Apakah ada permintaan untuk solusi yang sedang dikembangkan?
2. Apakah ada nilai dari fitur dan solusi yang bisa saya tawarkan?
3. Apakah solusi yang saya usulkan dapat digunakan?

Pertanyaan pertama dapat dijawab melalui metode penelitian konvensional seperti survei atau wawancara. Namun, *MVP* akan membantu tim dalam memberikan jawaban terhadap pertanyaan kedua dan ketiga.

d. *Research and Learning*

Langkah terakhir melibatkan melakukan studi untuk mengumpulkan umpan balik tentang desain solusi yang telah dibuat. Salah satu jenis pengujian yang disarankan adalah menggunakan *Cognitive Walkthrough*. Metode pengujian ini dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat kegunaan dan mendapatkan masukan langsung dari calon pengguna, dengan tujuan memperoleh pemahaman lebih mendalam tentang produk solusi yang telah dirancang.

2.1.5 Riset *User Experience (UX)*

Riset *UX* yang baik merupakan proses sistematis untuk memahami kebutuhan, perilaku, dan motivasi pengguna melalui observasi, analisis tugas, dan umpan balik. Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan produk agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan konteks penggunaan (Nielsen, 2023).

Beberapa langkah yang perlu diambil untuk melakukan riset *UX* yang baik antara lain (Nunnally & Farkas, 2016):

a. Menentukan tujuan penelitian yang jelas.
b. Memilih metode yang sesuai dengan tujuan dan sumber daya.
c. Merekruk partisipan yang representatif.
d. Melakukan penelitian dengan cermat dan etis.
e. Menganalisis data secara objektif.
f. Mengomunikasikan temuan secara efektif kepada pemangku kepentingan.

Berbagai teknik atau pendekatan dalam riset *UX* meliputi:

a. *Clickmaps*

Teknik ini mencatat di mana pengguna mengklik pada halaman dan membantu mengidentifikasi elemen yang sering diklik atau salah diklik. Misalnya, *clickmaps* dapat menunjukkan jika ada klik yang tidak tepat di area yang seharusnya tidak dapat diklik atau jika tombol tertentu tidak berfungsi dengan baik.

b. *Scrollmaps*

Teknik ini menunjukkan sejauh mana pengguna menggulir halaman web, yang membantu mengidentifikasi konten yang mungkin diabaikan karena letaknya terlalu jauh di bawah. Ini penting untuk memastikan elemen-elemen penting, seperti tombol *CTA (call to action),* dilihat oleh pengguna.

c. *Eye-Tracking Heatmaps*

Dengan menggunakan perangkat khusus, teknik ini melacak gerakan mata pengguna untuk memahami elemen mana yang paling menarik perhatian mereka. Meskipun lebih akurat, metode ini memerlukan perangkat mahal dan tidak selalu mudah diakses.

d. *A/B Testing* dengan *Heatmaps*

Untuk memvalidasi desain tertentu, heatmap dapat digabungkan dengan *A/B testing*, di mana dua versi halaman diuji untuk melihat mana yang menghasilkan interaksi lebih baik.

2.1.6 *Heatmap Analysis*

Heatmap adalah alat visual yang memungkinkan peneliti *UX* untuk melihat di mana pengguna mengklik, berapa lama mereka melihat area tertentu, dan bagaimana mereka bernavigasi melalui situs atau aplikasi. Ini memberikan wawasan berharga tentang perilaku pengguna dan dapat membantu mengoptimalkan desain antarmuka (Weinschenk, 2020).

Beberapa kegunaan *heatmap* dalam perancangan *UI* antara lain (Nunnally & Farkas, 2016):

a. Memahami Perilaku *Scrolling* Pengguna

Heatmap membantu peneliti *UX* memvisualisasikan sejauh mana pengguna menggulir halaman *web*. Ini memberikan wawasan tentang konten mana yang dilihat dan mana yang sering terlewatkan.

b. Mendeteksi Elemen *UI* yang Diabaikan

Dengan menggunakan *heatmap*, peneliti dapat dengan mudah mengidentifikasi area atau elemen antarmuka yang jarang mendapatkan perhatian atau interaksi dari pengguna.

c. Dukungan untuk *A/B Testing*

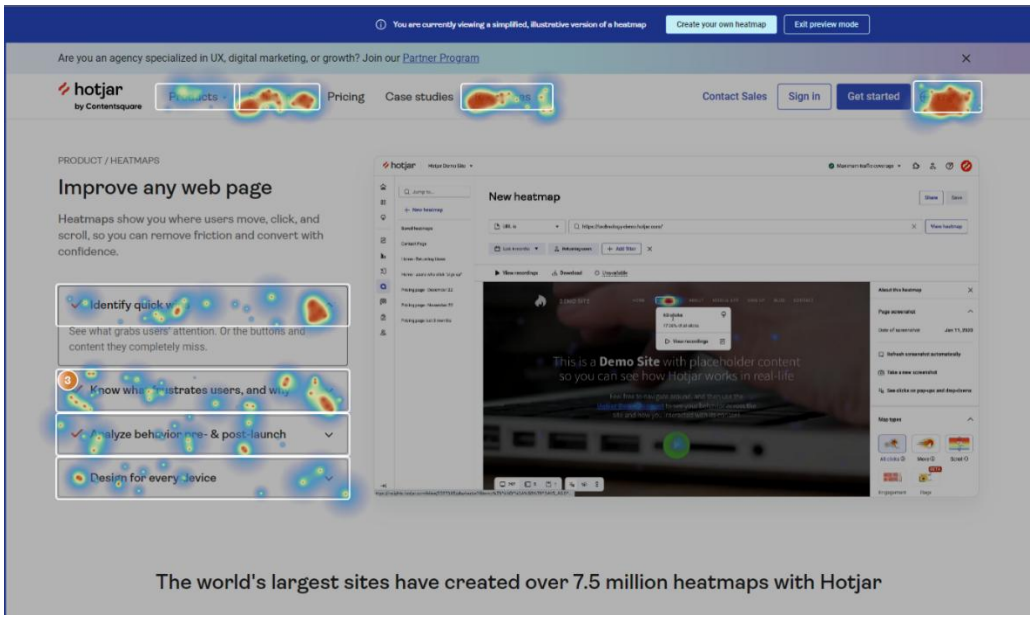
Heatmap dapat digunakan bersamaan dengan *A/B Testing* untuk memberikan wawasan visual mengenai perbedaan perilaku pengguna antara dua versi desain.

d. Analisis Pola Interaksi Pengguna

Heatmap memungkinkan peneliti untuk melihat pola umum dalam cara pengguna berinteraksi dengan antarmuka, termasuk area mana yang paling sering diklik atau di-*hover*.

e. Optimalisasi Konten

Dengan melihat area mana yang mendapat perhatian paling besar, peneliti dapat membantu tim konten dalam mengoptimalkan penempatan dan struktur informasi yang penting.



Gambar 2.2 Contoh Hasil *Heatmap Analysis*

Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2.2 *heatmap analysis* dilakukan melalui langkah-langkah berikut (Burch et al., 2017):

a. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data interaksi pengguna atau fiksasi mata.
b. Agregasi Data: Menggabungkan data dari berbagai pengguna.
c. Visualisasi: Menggunakan kode warna untuk menunjukkan intensitas perhatian.
d. Analisis Pola: Mengidentifikasi area dengan perhatian tinggi atau rendah.
e. Analisis Perbandingan: Membandingkan *heatmap* antara desain atau kelompok pengguna.

Beberapa teknologi yang dapat digunakan untuk menganalisis *heatmap* antara lain:

a. *Hotjar*

   Hotjar menyediakan *heatmap* yang menunjukkan klik, tap, dan perilaku *scrolling*. Ini juga menawarkan rekaman sesi dan survei pengguna.

b. *Crazy Egg*

   Crazy Egg menawarkan *heatmap*, peta scroll, dan *overlay* klik. Ini juga memiliki fitur *A/B Testing* terintegrasi.

c. *Maze*

   Maze adalah alat pengujian prototipe yang membantu menganalisis interaksi pengguna secara kuantitatif, seperti klik, durasi tugas, dan tingkat keberhasilan, untuk mengevaluasi efektivitas desain secara cepat.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan, et al (2023) membahas tentang pengembangan *website* promosi wisata di Yogyakarta. *Website* ini dikembangkan untuk mengatasi permasalahan kurangnya informasi detail pada *website* resmi pariwisata Indonesia yang menyulitkan wisatawan dalam menentukan tujuan wisata. Para peneliti menggunakan pendekatan *Lean UX* untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan menyediakan informasi wisata yang lebih lengkap.

Dalam proses pengembangannya, para peneliti mengimplementasikan teknologi *JavaScript, React JS, Node JS, Express JS,* dan *MongoDB* sebagai basis pengembangan *website*. Tim peneliti melaksanakan beberapa tahapan pengembangan yang meliputi deklarasi asumsi, pembuatan *Minimum Viable Product (MVP),* pengujian *usability*, pengumpulan umpan balik, serta iterasi dan pengujian ulang. Analisis dilakukan melalui wawancara, observasi, dan pengujian *usability* dengan menggunakan kuesioner *System Usability Scale (SUS).*

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *website* yang dikembangkan berhasil memudahkan wisatawan dalam mencari informasi wisata. *Website* ini mencapai peningkatan nilai *usability* yang signifikan dari 49,5 menjadi 80,5 setelah melalui dua iterasi pengujian. Para pengguna memberikan umpan balik positif terkait antarmuka dan fungsionalitas *website* yang mampu menampilkan informasi destinasi wisata secara lebih detail dan terstruktur.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan, et al (2023) melakukan perancangan antarmuka pengguna *(User Interface/UI)* dan pengalaman pengguna *(User Experience/UX)* untuk aplikasi sistem informasi desa berbasis *Android* guna mengatasi permasalahan tampilan *website* Sistem Informasi Desa Cibentang yang sulit diakses melalui *smartphone*.

Tahapan penelitian tersebut mencakup empat komponen utama metode *Lean UX* yaitu deklarasi asumsi, pembuatan *Minimum Viable Product (MVP),* eksperimen, serta pengumpulan umpan balik dan riset yang dilaksanakan di Desa Cibentang, Kecamatan Kramatmulya, Jawa Barat.

Pengukuran tingkat pengalaman pengguna dilakukan menggunakan instrumen *User Experience Questionnaire (UEQ)* yang menunjukkan hasil peningkatan signifikan dengan nilai kualitas pragmatis mencapai 1,95 dan kualitas hedonis 1,5, sehingga sistem informasi desa menjadi lebih mudah diakses dan digunakan oleh masyarakat melalui perangkat *mobile*.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pradana & Cahyono (2022) merancang desain antarmuka pengguna *(User Interface/UI)* dan pengalaman pengguna *(User Experience/UX)*

untuk aplikasi *mobile startup* Sajiloka dalam mengatasi kesulitan pengguna memulai aktivitas memasak di rumah, khususnya permasalahan menentukan menu dan berbelanja bahan masakan.

Tahapan penelitian tersebut meliputi penyusunan pernyataan masalah dan hipotesis, pelaksanaan desain kolaboratif untuk menghasilkan alur pengguna dan *wireframe*, pembuatan *Minimum Viable Product (MVP),* serta pengujian kegunaan menggunakan metode *Cognitive Walkthrough* melalui aplikasi *Maze* di Yogyakarta.

Hasil pengujian menunjukkan rancangan *UI/UX* yang dikembangkan mencapai efektivitas dan efisiensi maksimal sebesar 100%, sehingga menghasilkan prototipe aplikasi yang mudah digunakan dan memberikan solusi efektif bagi pengguna yang berprofesi sebagai juru masak rumahan *(home cook).*

Menurut Najib & Trafika (2023), pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang mencapai 220 juta orang, bersamaan dengan tingginya tingkat pengangguran, telah menciptakan kebutuhan akan solusi digital yang efektif untuk pencarian kerja dan konsultasi karir secara online. Kondisi ini mendorong pengembangan *website CareerSite* yang dirancang untuk membantu masyarakat, khususnya lulusan baru dalam mengembangkan minat dan bakat serta sesuai dengan karir yang diinginkan.

Penelitian yang dilakukan di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur menggunakan metode *Lean UX* dalam merancang antarmuka pengguna *(User Interface)* dan pengalaman pengguna *(User Experience) website CareerSite*. Pendekatan ini melibatkan serangkaian tahapan mulai dari kajian literatur, observasi, penyusunan asumsi, hingga pengembangan prototipe dan pengujian kegunaan. Metode ini dipilih untuk memastikan pengembangan antarmuka yang efektif dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Evaluasi kegunaan website dilakukan menggunakan kuisioner *User Experience Quistionnaire Short Version (UEQ-S)* untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap antarmuka yang dikembangkan. Hasil analisis menunjukkan bahwa 60% responden memberikan penilaian positif terhadap tampilan *website CareerSite*, dengan nilai kualitas pragmatis mencapai 1.900 dan kualitas hedonik sebesar 0,925. Responden menilai antarmuka *website* efisien, menyenangkan, dan kreatif dalam memfasilitasi pencapaian karir.

Implementasi metode *Lean UX* dalam pengembangan *website CareerSite* berhasil menciptakan protoripe interaktif dengan antarmuka yang mudah dipahami dan memberikan pengalaman pengguna yang baik. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang

digunakan efektif dalam mengembangkan platform digital yang dapat membantu masyarakat dalam pencarian dan pengembangan karir sesuai dengan minat dan bakat mereka.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rafiq & Suranto (2023) melakukan perancangan ulang desain antarmuka pengguna *(User Interface/UI)* dan pengalaman pengguna *(User Experience/UX) website* Klinik Piramida Jaya untuk memenuhi kebutuhan pendaftaran *online* setelah berakhirnya kontrak dengan pengembang sebelumnya, dengan fokus pada pengembangan fitur pendaftaran janji temu.

Penelitian tersebut dilaksanakan melalui beberapa tahapan metode *Lean UX* yang meliputi pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara, deklarasi asumsi untuk menentukan masalah pengguna, pembuatan *Minimum Viable Product (MVP)* berupa alur pengguna dan *wireframe* menggunakan teknologi *Figma*, pelaksanaan eksperimen untuk menguji prototipe, serta pengumpulan umpan balik dari pengguna di Klinik Piramida Jaya, Balikpapan.

Hasil pengujian kegunaan menunjukkan bahwa rancangan desain *website* baru memperoleh skor tinggi dan terbukti sangat layak dalam memenuhi kebutuhan sistem pendaftaran *online* serta pencarian informasi bagi pengguna potensial *website* Klinik Piramida Jaya.

Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya

No.	Referensi	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Ramadhan, A., Mardhia, M. M., & Anwar, N. (2023). WEBSITE PROMOSI WISATA BARU DI WILAYAH YOGYAKARTA DENGAN PENDEKATAN LEAN UX. In Journal of Information System Management (JOISM) e-ISSN (Vol. 5, Issue 1). https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/joism/article/view/1000	*Website* promosi wisata Yogyakarta baru ini bertujuan menyajikan informasi destinasi yang lebih lengkap dan terperinci bagi wisatawan, mengatasi kekurangan informasi pada *website* resmi pariwisata Indonesia.	Langkah-langkah pada penelitian ini, yaitu: 1. Deklarasi Asumsi 2. Pembuatan *MVP* 3. Pengujian *Usability* 4. Timbal Balik dan Riset 5. Iterasi dan Pengujian Ulang	Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa *website* promosi destinasi wisata yang dikembangkan telah berhasil menampilkan informasi secara detail dan layak digunakan, dengan peningkatan nilai *usability* dari 49,5 menjadi 80,5 setelah dua iterasi pengujian.
2.	Ikhsan, N., Sokibi, P., & Fahrudin, R. (2023). PERANCANGAN DESAIN ANTARMUKA PENGGUNA DENGAN METODE LEAN UX PADA APLIKASI SISTEM INFORMASI DESA	Merancang aplikasi sistem informasi berbasis *Android* yang menarik dan *user-friendly* menggunakan metode *Lean UX*.	Tahapan pada metode ini, yaitu: *1. Declare Assumption* *2. Create an MVP* *3. Run an Experiment* 4. *Feedback and Research*	Perancangan *UI/UX* pada aplikasi Sistem Informasi Desa Cibentang berhasil meningkatkan pengalaman pengguna secara signifikan.

No.	Referensi	Tujuan	Metode	Hasil
	CIBENTANG BERBASIS ANDROID.			
3.	Pradana, F. I., & Cahyono, A. B. (2022). Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Mobile Startup Sajiloka dengan Lean UX. https://journal.uii.ac.id/AUTOMATA/article/view/24175/14040	Merancang desain *UI/UX* yang efektif dan efisien bagi aplikasi *mobile* Sajiloka agar mudah digunakan oleh pengguna.	Tahapan dari penelitian ini, yaitu: 1. Menyusun *problem statements* dan *hypothesis statements* 2. Melakukan desain kolaboratif untuk menghasilkan *user flow* dan *wireframe* 3. Membuat *Minimum Product Viable (MVP)* untuk pengujian 4. Melakukan usability *testing* menggunakan metode *cognitive walkthrough*	Penerapan *Lean UX* dalam perancangan desain *UI/UX* Sajiloka berhasil menghasilkan prototipe aplikasi yang mudah digunakan dengan nilai kegunaan yang memuaskan.
4.	Rafiq, A., & Suranto, B. (2023). Perancangan Ulang Desain UI/UX Website Klinik Piramida Jaya Dengan Metode Lean UX. https://journal.uii.ac.id/AUTOMATA/article/view/28636/15858	Mengembangkan perancangan ulang desain *UI/UX* pada *website* Klinik Piramida Jaya agar selalu sesuai dengan kebutuhan pengguna.	Tahapan pada penelitian ini, yaitu: 1. Pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara	Rancangan desain *website* Klinik Piramida Jaya yang baru sangat layak dan memenuhi kebutuhan pengguna berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan.

No.	Referensi	Tujuan	Metode	Hasil
			2. *Declare Assumptions* untuk menentukan masalah pengguna 3. *Create an MVP (Minimum Viable Product)* berupa *user flow* dan *wireframe* 4. *Run an Experiment* untuk menguji prototipe 5. *Feedback and Research* untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna	
5.	Najib, M., & Trafika, E. (2023). Designing UI/UX for CareerSite Website Using LeanUX Method. In Information Technology International Journal (Vol. 1, Issue 1).	Merancang dan mengembangkan antarmuka *website CareerSite* yang dapat membantu masyarakat dalam memilih dan mengembangkan minat serta bakat mereka sesuai	Tahapan pada penelitian ini, yaitu: *1. Literature Review* 2. Observasi 3. Penyusunan Asumsi 4. Desain dan *Prototyping* *5. Usability Testing*	Desain prototipe interaktif *website CareerSite* yang menggunakan metode *Lean UX* berhasil menciptakan antarmuka yang mudah dipahami dan

No.	Referensi	Tujuan	Metode	Hasil
	https://itijournal.org/index.php/ITIJ/article/view/3	dengan pekerjaan yang diinginkan.	6. Analisis Umpan Balik 7. Pengembangan Lanjutan	memberikan pengalaman pengguna yang baik.

BAB III
METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan proses analisis dan implementasi pemanfaatan *heatmap analysis* untuk optimalisasi *website* Profit Farm Village dengan metode *Lean UX*. Tahapan yang menjadi analisis bisa dilihat pada langkah pertama dan kedua pada metode *Lean UX*. Metode *Lean UX* kemudian disesuaikan dengan langkah yang dilakukan ketika merancang produk. Tidak seluruh teori *Lean UX* dapat secara langsung digunakan oleh suatu organisasi. Pengembangan produk dipersilahkan untuk melakukan penyesuaian jika diperlukan (Gothelf & Seiden, 2016). Dengan merujuk pada kerangka berpikir yang telah dijelaskan pada Gambar 2.1 di Bab II, tahapan-tahapan dalam metode Lean UX akan dijelaskan lebih lanjut pada bab ini.

3.1 *Declare Outcomes, Assumptions, Hypotheses*

Tahap awal dalam metodologi ini adalah penyusunan *hypothesis statements* yang akan menghasilkan luaran untuk tahap pertama. Penyusunan *hypothesis statements* dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Berikut ini merupakan tahapan yang dilaksanakan.

3.1.1 Persiapan

Tahap persiapan awal dalam pengembangan sistem dimulai dengan penyusunan *hypotheses statements* melalui serangkaian diskusi dengan *owner* Profit Farm VIllage. Mengacu pada penelitian Rafiq & Suranto (2023), tahap ini merupakan langkah krusial untuk membangun pemahaman komprehensif tentang kebutuhan sistem yang akan dikembangkan. Diskusi dilaksanakan secara *online* via *Google Meet* untuk memfasilitasi komunikasi yang lebih efektif dan mendalam.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan *owner* Profit Farm VIllage. Pemilihan metode ini memungkinkan peneliti untuk:

a. Mengeksplorasi kebutuhan spesifik yang perlu diakomodasi dalam *website*.
b. Memperoleh informasi strategis terkait visi usaha dan arah pengembangan bisnis.
c. Mengidentifikasi target pasar yang ingin dicapai melalui platform digital.
d. Memahami ekspektasi *owner* terhadap *website* yang akan dikembangkan.

Pemilihan *owner* sebagai narasumber utama didasarkan pada beberapa pertimbangan:

a. Memiliki pemahaman menyeluruh tentang visi dan misi usaha.

b. Mengetahui arah strategis pengembangan bisnis.
c. Memahami karakteristik target pasar yang ingin dijangkau.
d. Memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan sistem.

Wawancara dilakukan dengan format semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam pengembangan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dan arah pembahasan. Meskipun pengguna akhir merupakan sasaran utama *website*, wawancara dengan pemilik ditetapkan sebagai langkah awal untuk memperoleh informasi strategis yang menjadi dasar perumusan asumsi awal terkait kebutuhan pengguna.

Data yang diperoleh dari proses wawancara kemudian diolah dan dianalisis untuk menghasilkan *hypotheses statements.* Pertanyaan hipotesis ini akan menjadi landasan dalam pengembangan website selanjutnya. Tabel 3.1 menjabarkan *template* pertanyaan kuesioner kepada *owner*.

Tabel 3.1 Daftar pertanyaan ke *owner*

No.	Pertanyaan
1.	Apa tujuan Anda dalam memiliki desain *website* pariwisata ini?
2.	Apa saja fitur utama yang Anda butuhkan pada desain *website* pariwisata ini
3.	Bagaimana Anda ingin memastikan bahwa pengunjung merasa mudah dan puas dalam penggunaan *website* pariwisata?
4.	Apa saja harapan dari rancangan desain *website* untuk pariwisata?

3.1.2 Menyusun *Problem Statemen*

Dalam pendekatan *Lean UX*, penyusunan *problem statements* dilakukan sebagai bagian dari proses awal validasi asumsi terhadap kebutuhan pengguna. Setelah data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan *owner* Profit Farm Village, peneliti mengidentifikasi pola kebutuhan dan tantangan yang dialami pengguna dalam konteks pengembangan website ini.

Problem statements dalam *Lean UX* berfungsi sebagai rumusan awal terhadap permasalahan yang ingin diselesaikan melalui solusi desain. Dalam hal ini, proses identifikasi masalah tidak hanya berfokus pada kendala teknis, tetapi juga mencakup kebutuhan strategis seperti bagaimana *website* dapat mendukung pencapaian tujuan bisnis, meningkatkan pengalaman pengguna, dan memperkuat daya tarik visual tempat wisata.

Penyusunan *problem statements* ini menjadi bagian dari *assumption* dalam *Lean UX* yang kemudian akan divalidasi melalui iterasi desain dan pengujian pengguna pada tahap berikutnya.

3.1.3 Menyusun *Hypotheses Statemens*

Setelah mengidentifikasi masalah yang relevan berdasarkan hasil wawancara, tahap selanjutnya dalam proses Lean UX adalah menyusun *hypotheses statements* sebagai asumsi desain awal yang akan diuji selama proses iteratif pengembangan sistem.

Hypotheses statements disusun berdasarkan interpretasi terhadap kebutuhan, harapan, dan preferensi yang disampaikan oleh *owner* Profit Farm Village, terutama terkait tujuan memilki *website*, fitur-fitur yang dibutuhkan, kenyamanan pengguna, serta dampak strategis dari desain yang dihasilkan. Asumsi-asumsi ini menjadi pijakan untuk merancang solusi awal yang kemudian akan divalidasi melalui pembuatan prototipe, uji coba dengan pengguna, dan iterasi berkelanjutan.

Dalam konteks *Lean UX*, penyusunan hipotesis bukan merupakan akhir dari proses perancangan, melainkan titik awal yang memungkinkan tim pengembang untuk belajar dari pengguna secara cepat dan menyesuaikan tim pengembang untuk belajar dari pengguna secara cepat dan menyesuaikan desain berdasarkan umpan balik yang diperoleh. Dengan demikian, proses desain tetap adaptif dan terfokus pada penciptaan nilai yang nyata bagi pengguna maupun pemilik usaha.

3.2 *Collaborative Design*

Langkah kedua dalam *Lean UX* adalah *Collaborative Design*. Dalam konteks *Lean UX*, *Collaborative Design* merupakan kegiatan yang memungkinkan seluruh anggota tim lintas fungsi untuk berpartisipasi dalam proses desain. Tujuan dari proses ini adalah untuk membangun pemahaman bersama mengenai konsep yang sedang dikembangkan.

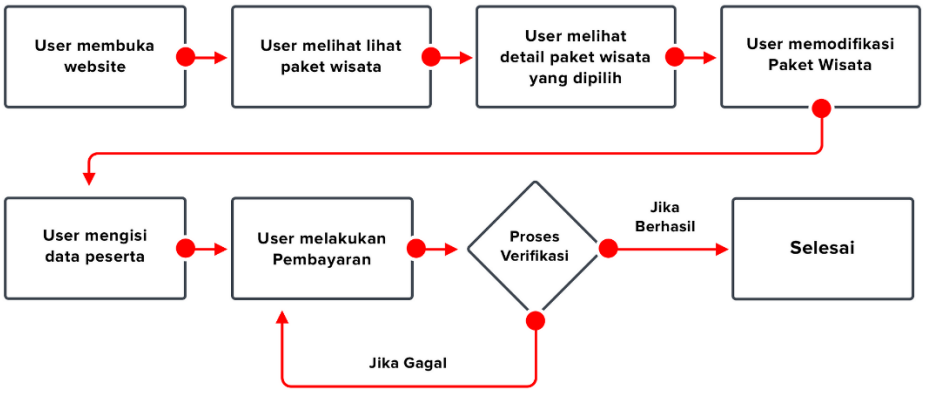
Meskipun idealnya *Collaborative Design* dilakukan bersama tim lintas fungsi, pada penelitian ini proses desain dilakukan secara individu. Untuk mengkompensasi keterbatasan ini, peneliti mengadopsi strategi dengan melakukan konsultasi terstruktur dengan pembimbing sebagai validator desain dan mengumpulkan umpan balik secara iteratif melalui testing dengan beberapa pengguna di setiap tahap desain.

Dalam sesi ini, dilakukan *brainstorming* untuk mendiskusikan rancangan solusi berdasarkan identifikasi fitur yang telah dibahas sebelumnya. Hasil dari sesi ini mencakup *user flow*, *wireframe*, dan desain *high fidelity*. Semua hasil ini bertujuan untuk mendukung konsistensi antarmuka pengguna *(UI)* yang telah disepakati bersama tim. Penjabaran masing-masing hasil pada tahap *collaborative design* adalah sebagai berikut.

3.2.1 *User Flow*

User flow merupakan rancangan visual yang menggambarkan alur langkah pengguna dalam menggunakan aplikasi. Pelaksanaan *user flow* dilakukan sesuai dengan fitur yang telah tervalidasi dengan memanfaatkan platform *Miro* sebagai media perancangan.

Tujuan perancangan *user flow* adalah mengidentifikasi kebutuhan tampilan halaman untuk pembuatan *wireframe* dan desain *UI* sebagai *MVP* pada tahap selanjutnya. Selain itu, perancangan *user flow* juga bertujuan memastikan kemudahan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi untuk menghasilkan *User Experience (UX)* yang optimal. Dalam proses perancangan, dilakukan pengelompokan *user flow* berdasarkan kesamaan fungsionalitas utama. Iliustrasi *user flow* dapat dilihat pada Gambar 3.2.

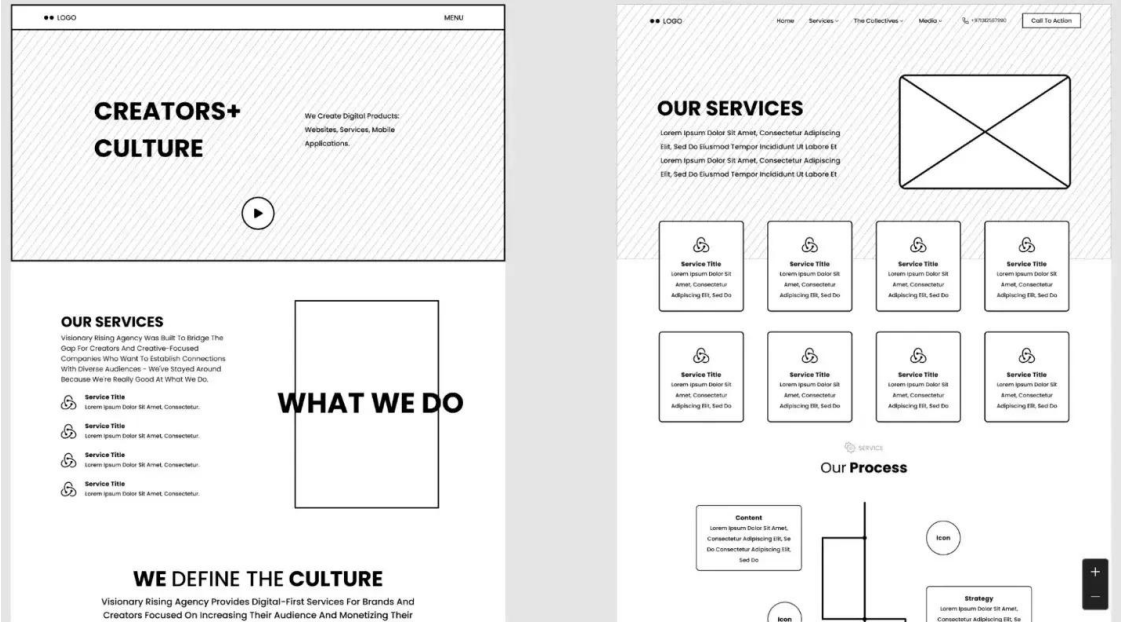


Gambar 3.1 Contoh *user flow*

3.2.2 *Wireframe*

Setelah perancangan *user flow*, tahap selanjutnya adalah pembuatan *wireframe* atau kerangka desain aplikasi. *Wireframe* merupakan rancangan kerangka antarmuka aplikasi yang menggambarkan tata letak komponen-komponen aplikasi. Tujuan pembuatan *wireframe* adalah memberikan pandangan awal untuk mempermudah proses pengembangan desain antarmuka aplikasi.

Proses pembuatan *wireframe* dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi *Figma*. *Wireframe* dirancang dengan menyusun komponen-komponen aplikasi seperti teks, gambar, tombol, dan *search bar* sesuai dengan fitur yang telah ditentukan. Penempatan setiap komponen disesuaikan dengan kebutuhan fungsional dan prinsip desain antarmuka yang baik. Ilustrasi *wireframe* dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.2 Contoh *wireframe*

3.2.3 Desain *High Fidelity*

Setelah perancangan *wireframe* selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah merancang desain *high fidelity* berdasarkan *wireframe* yang telah dibuat. Sebelum memulai perancangan tampilan, peneliti terlebih dahulu menyusun *UI style guide* sebagai panduan untuk mempercepat dan mempermudah proses desain, serta memastikan konsistensi komponen dalam tampilan *website*. *Style guide* merupakan beberapa aturan yang dikembangkan oleh peneliti untuk menghasilkan desain *prototype* yang dapat membuat pengguna merasa nyaman (Pratama & Indriyanti, 2023).

a. *Style guide typography*

   Style guide typography berguna untuk membuat format atau *template* penulisan yang berisi *font-family, font-size, font-weight,* dan *letter spacing*. Tujuan pembuatan ini yaitu untuk memberi kemudahan membaca atau melihat halaman *website* dan tidak menimbulkan rasa tidak nyaman selama menggunakannya.

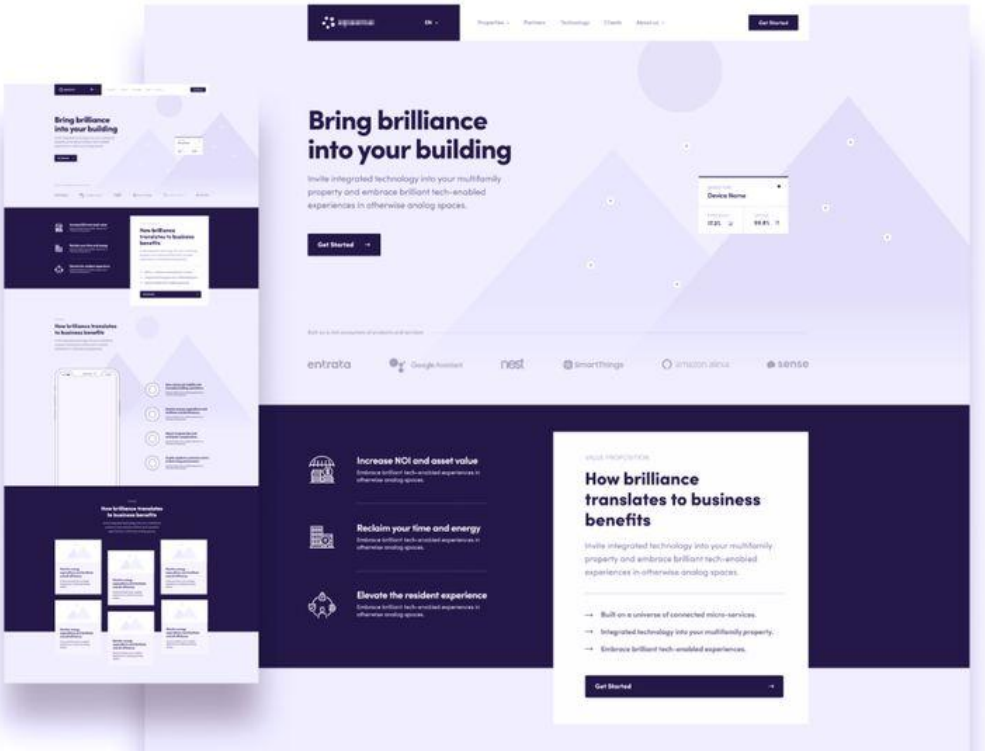
b. *Style guide colors*

   Style guide colors berguna untuk membuat format atau *template* pewarnaan halaman dan pada tahap ini berfokus pada menentukan warna brand, *background*, *neutral*, dan *functional*. Tujuan pembuatan ini yaitu untuk memberi kemudahan membaca atau melihat halaman *website* serta tidak menimbulkan rasa tidak nyaman selama menggunakannya.

c. *Style guide component*

Style guide component berguna untuk membuat format atau *template* seperti *button, text field,* dan *checkbox*. Tujuan pembuatan ini merupakan penggabungan dari *typography* dan *colors* sehingga dapat menghasilkan sebuah komponen yang konsisten.

Setelah tahap pembuatan *style guide,* dilakukan pengembangan antarmuka *website* yang lebih detail dengan menambahkan elemen visual seperti warna, gambar, dan konten secara spesifik. Desain *high fidelity* ini menjadi tahap akhir dalam proses perancangan sebelum diimplementasikan ke dalam prototipe *website* Profit Farm Village, yang dibuat menggunakan aplikasi *Figma* dan nantinya akan digunakan dalam tahap pengujian. Ilustrasi desain *high fidelity* dapat dilihat pada Gambar 3.4.



Gambar 3.3 Contoh desain *high-fidelity*

3.3 *Create MVP*

Tahap selanjutnya dalam *Lean UX* berfokus pada pembuatan *Minimum Viable Product (MVP)* untuk mengumpulkan umpan balik dari pengguna. Prototipe yang telah dikembangkan diuji oleh calon *user* untuk mendapatkan penilaian terhadap fitur dan fungsi dasar dari *website* Profit Farm Village.

Dalam implementasinya, *Figma* menjadi perangkat utama yang digunakan untuk merancang antarmuka pengguna *website* Profit Farm Village. Prototipe yang dibuat dalam *Figma* kemudian diintegrasikan dengan *Maze* untuk memfasilitasi pengujian pengguna yang

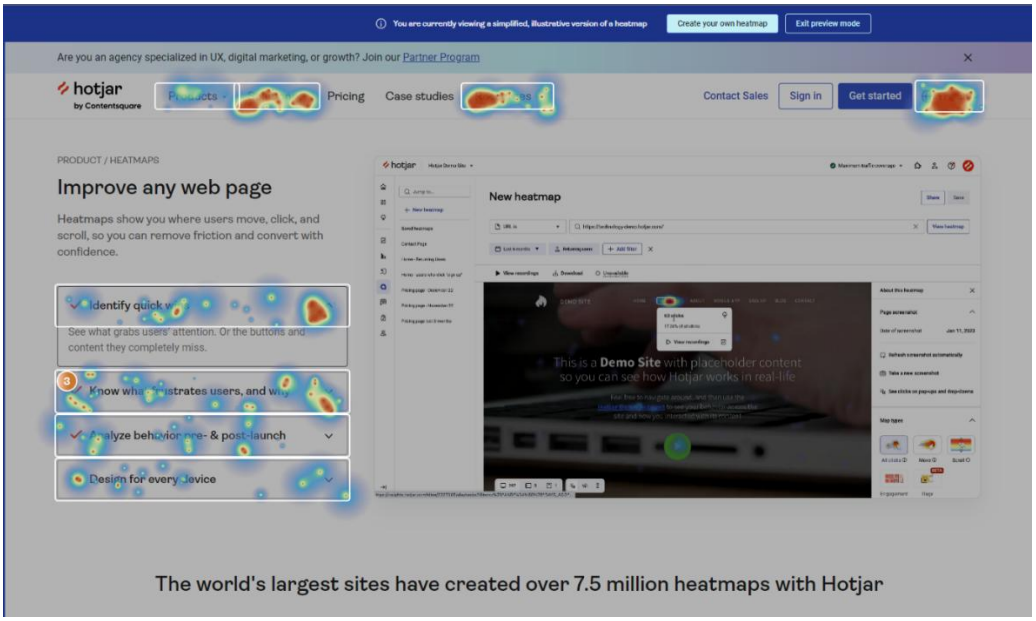
mendalam. Integrasi ini memungkinkan tim memperoleh data *heatmap analysis* yang secara visual menampilkan area-area interaksi utama dan pola navigasi pengguna ketika berinteraksi dengan *MVP*. Melalui *heatmap analysis* ini, dapat diidentifikasi dengan jelas bagian-bagian antarmuka yang mendapat perhatian tertinggi serta potensi kendala yang dihadapi pengguna.

3.4 *Research and Learning*

Tahap ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data interaksi pengguna. Metode yang digunakan dalam pengujian ini adalah *heatmap analysis*, dengan target pengujian adalah pengguna *website* Profit Farm Village. Pengujian dilakukan menggunakan perangkat lunak *Maze* sebagai alat testing yang berfungsi sebagai alat bantu dalam proses pengujian, memungkinkan tim dapat menganalisis interaksi pengguna dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Pengujian ini melibatkan enam orang pengguna yang dipilih berdasarkan karakteristik yang menyukai aktivitas wisata atau *travelling*, serta memiliki minat dan pengalaman dalam berwisata, sehingga sesuai dengan segmentasi pengguna utama dari *website* Profit Farm Village.

Umpan balik yang diperoleh dari pengujian ini akan menjadi iterasi selanjutnya dan pengembangan lebih lanjut dari produk. Proses ini dimulai dengan implementasi *heatmap analysis* pertama pada desain awal *website* untuk memahami pola interaksi pengguna, mengidentifikasi area yang paling banyak diakses, dan mengevaluasi kemudahan akses konten utama (Weinschenk, 2020).

Hasil dari *heatmap analysis* pertama digunakan untuk menilai respons pengguna terhadap prototipe website. Tim dapat mengidentifikasi area mana yang paling banyak mendapat klik dari pengunjung, menganalisis efektivitas penempatan konten utama, serta mengevaluasi apakah elemen-elemen website dapat diakses dengan mudah atau justru kurang mendapat perhatian pengguna. Ilustrasi *heatmap analysis* dapat dilihat pada Gambar 3.5.



Gambar 3.4 Contoh *heatmap analysis*

Berdasarkan temuan dan *insight* dari *heatmap analysis* pertama, tim melakukan penyempurnaan dan mengembangkan desain kedua *website*. Setelah implementasi perubahan selesai, dilakukan *heatmap analysis* kedua sebagai validasi menyeluruh terhadap hasil perancangan dengan membandingkan data dari kedua analisis. Melalui perbandingan hasil analisis, tim dapat mengidentifikasi perubahan pola interaksi antara desain pertama dan kedua. Hasil *heatmap analysis* pertama menunjukkan area-area yang memerlukan perbaikan, sementara hasil analisis kedua memberikan data baru mengenai efektivitas perubahan yang telah diimplementasikan.

Tim dapat mengevaluasi apakah fungsi dan konten utama *website* mengalami peningkatan aksesibilitas pada desain kedua atau justru memerlukan penyesuaian lebih lanjut. Perbandingan pola interaksi pengguna antara kedua desain memberikan *insight* mengenai perubahan perilaku pengguna, serta efektivitas penempatan elemen-elemen *website* pada masing-masing desain. Proses validasi ini menghasilkan data komprehensif yang menunjukkan sejauh mana desain akhir *website* telah memenuhi kebutuhan pengguna dan target performa yang diharapkan, ditinjau dari aspek aksesibilitas, *user experience*, dan efektivitas penyampaian konten.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil *Declare Outcomes, Assumptions, Hypotheses*

4.1.1 Hasil Diskusi dengan *Owner*

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan pada Gambar 4.1 dengan *owner* Profit Farm Village melalui wawancara tatap muka, diperoleh beberapa *insight* utama terkait kebutuhan pengembangan *website*. Tabel 4.1 menjabarkan hasil diskusi dengan owner

Tabel 4.1 Hasil diskusi dengan *owner*

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa tujuan Anda dalam memiliki desain *website* pariwisata ini?	Yang utama saya ingin pengunjung bisa membeli tiket secara *online*. Agar para pengunjung tidak perlu mengantri langsung di lokasi dan lebih mempermudah para pengunjung dalam melihat informasi seperti fasilitas apa saja yang disediakan oleh Profit Farm Village. Karena rata-rata orang saat ini mencari informasi terlebih dahulu lewat internet sebelum berkunjung ke tempat wisata.
2.	Apa saja fitur utama yang Anda butuhkan pada desain *website* pariwisata ini?	Fitur utama yang dibutuhkan dari *website* tersebut yaitu sistem pembelian tiket *online*. Kemudian fasilitas dari tempat wisata tersebut serta berita terkait dengan tempat wisata ini.
3.	Bagaimana Anda ingin memastikan bahwa pengunjung merasa mudah dan puas dalam penggunaan *website* pariwisata?	Dilihat dari visual *website* tersebut yang dibuat menarik pengunjung dan mudah dipahami oleh para *user* nantinya.
4.	Apa saja harapan dari rancangan desain *website* untuk pariwisata?	Harapan saya nantinya dapat memudahkan para pengunjung dalam membeli tiket melalui pembelian tiket *online* serta para pengunjung juga dapat melihat *update* berita dari tempat wisata kami.



Gambar 4.1 *Screenshot* diskusi dengan salah satu *owner* Provit Farm Village

4.1.2 *Problem Statements*

Problem statements dilakukan setelah melaksanakan diskusi dengan *owner* Profit Farm Village dengan melakukan *brainstorming* bersama. Berikut hasil dari hasil penjabaran *problem statements* pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil penjabaran *problem statements*

No.	***Problem statements***
1.	*Website* Profit Farm Village diharapkan dapat mengoptimalkan penyebaran informasi dan sistem pembelian tiket. Bagaimana cara merancang desain *UI/UX* untuk penyebaran informasi dan pembelian tiket *online* milik Profit Farm Village?

4.1.3 *Hypotheses Statements*

Hypotheses statements dilakukan dari hasil *problem statements* yang dibuat kemudian diolah menjadi sebuah hipotesis untuk memudahkan perancangan fitur *website*. Berikut hasil hipotesis yang sudah didapatkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil hipotesis yang didapatkan

No.	***Hypotheses***
1.	Pengembangan desain *UIUX website* Profit Farm Village yang memfasilitasi penyebaran informasi yang jelas pembelian tiket *online* akan meningkatkan kemudahan akses, efisiensi transaksi, dan kepuasan pengguna. Keberhasilan

	implementasi desain ini dapat divalidasi melalui *heatmap analysis* yang menunjukkan pola interaksi pengguna pada elemen-elemen informasi dan pembelian tiket.

4.2 Collaborative Design

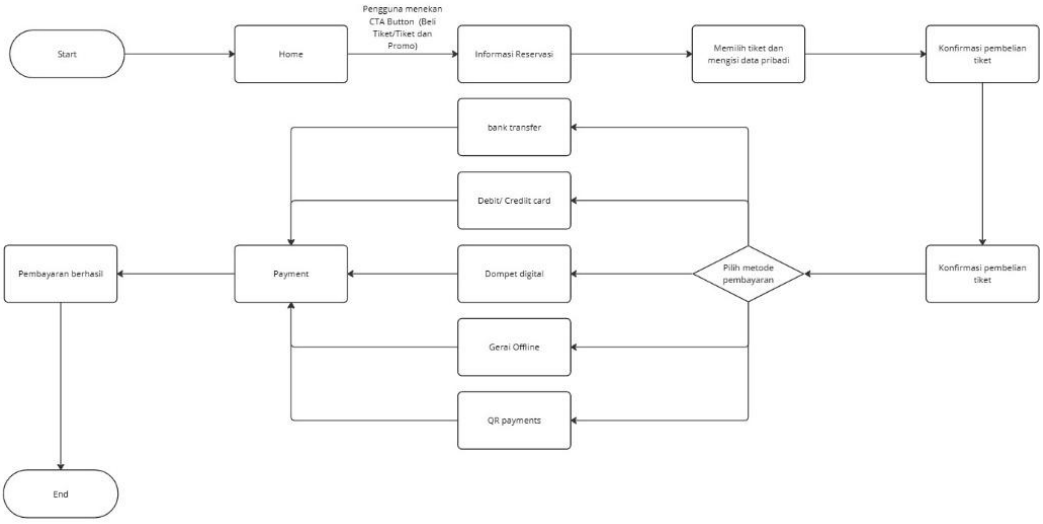
Collaborative design dilakukan dari hasil *hypotheses statements* yang sudah dilakukan untuk melakukan proses perancangan *website*. Pada tahapan ini, langkah awal yaitu pembuatan *user flow* terlebih dahulu, dilanjutkan dengan pembuatan *wireframe* hingga menghasilkan *high fidelity design.*

4.2.1 *User Flow*

Di tahap ini, peneliti membuat *user flow* berdasarkan data dan informasi dari tahapan *hypotheses.* Pembuatan *user flow* dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dari tampilan halaman yang nantinya untuk dibuat menjadi wireframe dan desain *user interfrace(UI).* Selain itu, pembuatan *user flow* juga dilakukan untuk memberikan *user experience (UX)* mudah digunakan oleh pengguna. Berikut ini adalah penjabaran dari masing-masing *user flow* yang telah dirancang.

d. *User Flow* Pembelian Tiket

User flow fitur pembelian tiket adalah halaman untuk pembelian tiket yang ada pada tempat wisata tersebut. *User flow* tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.2.

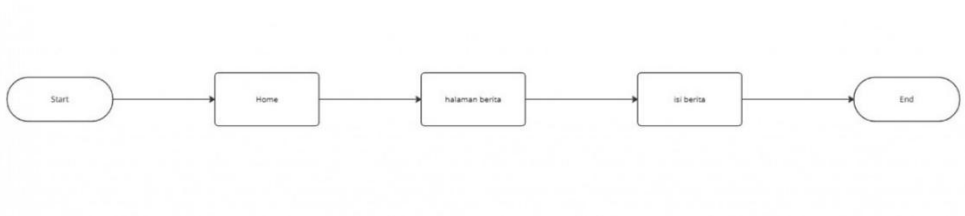


Gambar 4.2 *User flow* pembelian tiket

Fitur ini memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian tiket dari tempat wisata tersebut tanpa perlu mengantri di loket pembelian tiket di tempat wisata.

e. *User Flow* Berita

User flow berita adalah halaman untuk melihat ada berita apa saja yang terkait dengan tempat wisata tersebut. *User flow* tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.3.

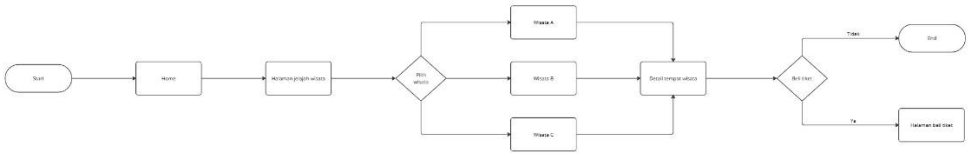


Gambar 4.3 *User flow* berita

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melihat berita terkini dari tempat wisata tersebut terkait dengan *event* terkini, atapun wahana yang baru.

f. *User Flow* Jelajahi Wisata

User flow jelajahi wisata adalah halaman untuk melihat wisata apa saja yang di sediakan oleh tempat wisata tersebut. *User flow* tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4 *User flow* jelajahi wisata

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melihat semua wahana yang di sediakan oleh tempat wisata tersebut.

Dalam proses pengembangan desain dilakukan dua iterasi untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna. Iterasi pertama menghasilkan desain awal yang kemudian dianalisis menggunakan *heatmap analysis* untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, kemudian dilakukan redesain yang menghasilkan versi kedua. Versi kedua ini kembali diuji menggunakan *heatmap analysis* untuk memastikan perbaikan yang dilakukan telah efektif meningkatkan pengalaman pengguna.

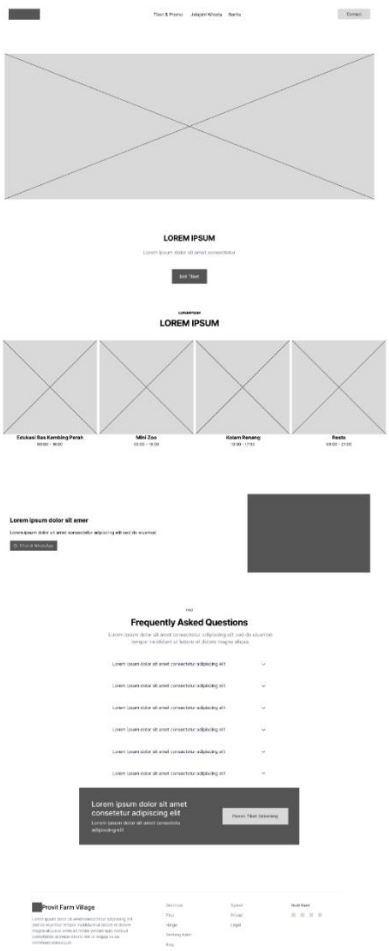
4.2.2 *Wireframe* Design Pertama

Setalah tahap perancangan *user flow,* selanjutnya adalah melakukan perancangan *wireframe*. Perancangan *wireframe* dilakukan untuk membantu tim memvalidasi rancangan desain *UI* terhadap kesesuaian bisnis dan teknologi secara cepat. Proses ini dilakukan setelah mendapatkan informasi dari tahapan sebelumnya, melalui hasil *declare outcomes,*

assumptions, hypotheses, dan *user flow* di dapatkan bahwa target pengguna *website* ini tertarik dalam perancangan desain *UI/UX* pada website Profit Farm Village.

a. *Wireframe* halaman *homepage*

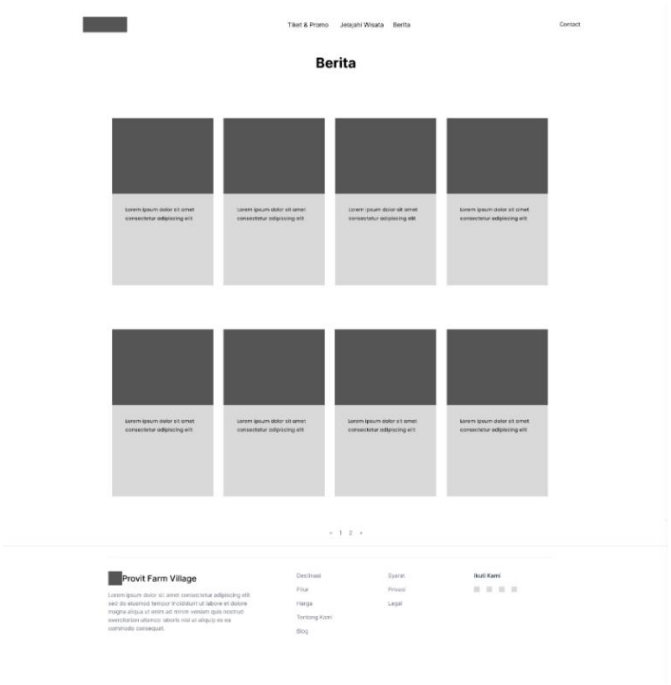
Halaman *homepage* adalah halaman utama yang dilihat pertama kali oleh para pengguna ketika membuka *website* wisata ini. Halaman ini berisi terkait dengan informasi jenis-jenis wisata yang disediakan, *FAQ (Frequently Asked Questions),* pembelian tiket, dan kontak pihak wisata. Dalam implementasinya, desain ini menerapkan prinsip UI/UX yang efektif melalui beberapa elemen kunci. Pada bagian atas, *carousel* dengan 3 foto utama memberikan preview visual yang menarik bagi pengguna. Tombol "Beli Tiket" diletakkan strategis di tengah dengan warna hijau yang kontras untuk memudahkan akses pembelian tiket. Informasi wahana wisata ditampilkan dalam grid 4 kolom yang seimbang, dilengkapi dengan foto dan jam operasional yang jelas untuk membantu pengunjung merencanakan kunjungan mereka. Bagian *FAQ* menggunakan *style accordion* untuk mengorganisir informasi secara efisien dan memudahkan pengunjung menemukan jawaban atas pertanyaan umum. Maskot kambing dengan seragam hijau ditempatkan di samping *section* bantuan memberikan kesan ramah dan membangun identitas brand. Keseluruhan *layuout* dirancang mengikuti alur natural pengunjung dari pengenalan wahana hingga proses pembelian tiket. Penggunaan wana hijau sebagai aksen, spacing yang tepat, dan tipografi yang konsisten menciptakan pengalaman *browsing* yang nyaman. *Footer* menyajikan informasi penting dan *social media* secara tersetruktur, memudahkan pengunjung mendapatkan informasi tambahan yang dibutuhkan. Gambar 4.5 menampilkan desain *wireframe* dari halaman *homepage.*



Gambar 4.5 *Wireframe* halaman *homepage*

b. *Wireframe* halaman berita

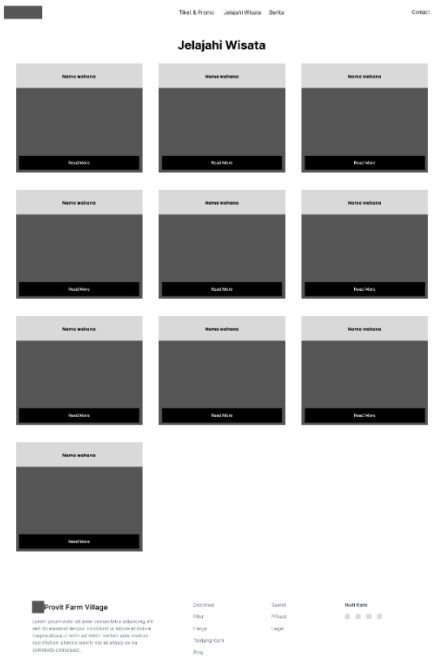
Halaman berita adalah halaman yang ditampilkan setelah menekan *button* "Berita" yang disediakan di halaman *homepage*. Di halaman ini, pengunjung bisa melihat berbagai berita terbaru dan kegiatan yang sedang berlangsung di tempat wisata. Tata letak halaman ini dirancang dengan sangat mempertimbangkan kenyamanan pengunjung. Judul "Berita" sengaja dibuat besar dan diletakkan di bagian atas agar langsung menarik perhatian. Berita-berita ditampilkan dalam bentuk kotak-kotak yang tersususn rapi dengan 4 kolom, memudahkan pengunjung membaca dari kiri ke kanan seperti kebiasaan membaca pada umumnmya. Setiap berita ditampilkan dalam kotak putih yang seragam, dilengkapi dengan gambar, judul, dan tanggal yang teratur, sehingga informasi mudah dibaca dan dipahami. Jarak antar kotak berita juga diatur sedemikian rupa agar pengunjung bisa dengan mudah membedakan satu berita dengan berita lainnya. Untuk memudahkan pengunjung melihat berita-berita lainnya, disediakan tombol halaman (1 dan 2) di bagian bawah. Gambar 4.6 menampilkan desain *wireframe* dari halaman berita.



Gambar 4.6 *Wireframe* halaman berita

c. *Wireframe* halaman jelajahi wisata

Halaman jelajahi wisata adalah halaman yang ditampilkan setelah menekan *button* "jelajahi wisata" yang disediakan di halaman *homepage*. Halaman ini berisi terkait dengan wahana apa saja yang di sediakan oleh tempat wisata tersebut. Desain halaman ini sangat memperhatikan pengalaman pengguna dengan menampilkan wahana-wahana dalam bentuk kartu yang tersusun rapi dalam grid 3 kolom. Setiap wahana ditampilkan dengan foto yang menarik dan judul yang jelas di bagian atas, sehingga pengunjung bisa langsung mengenali setiap wahana yang tersedia. Tombol *"Read More*" yang berwarna hijau ditempatkan di bawah setiap kartu wahana dengan warna yang kontras, memudahkan pengunjung untuk mendapatlan informasi lebih detail tentang wahana yang diminati. Jarak antar kartu wahana diatur dengan tepat agar tidak terlalu rapat atau terlalu renggang, membuat tampilan terlihat rapi dan nyaman dilihat. Pengelompokkan wahana juga diatur dengan baik agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang berbagai aktivitas yang bisa dinikmati pengunjung di tempat wisata ini. Gambar 4.7 menampilkan desain *wireframe* halaman jelajahi wisata.



Gambar 4.7 *Wireframe* halaman jelajahi wisata

d. *Wireframe* halaman artikel berita

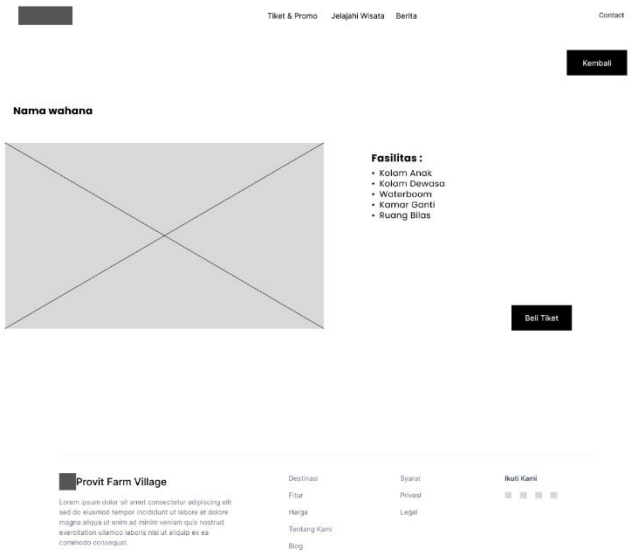
Halaman artikel berita adalah halaman yang ditampilkan setelah pengguna memilih salah satu berita. Halaman ini menampilkan isi berita terkait ataupun *event* terkait dari tempat wisata tersebut. Menu navigasi diletakkan di bagian atas secara horizontal membuat pengguna mudah menemukan bagian lain dari website. Tombol "*Contact"* yang diberi warna berbeda di pojok kanan atas menarik perhatian, mempermudah pengunjung untuk menghubungi pengelola. Judul artikel yang besar dan tebal langsung menarik perhatian diikuti tanggal publikasi yang membantu pengguna mengetahui kebaruan informasi. Gambar artikel ditempatkan strategis di tengah halaman memberikan visualisasi yang jelas tentang apa yang sedang dibahas di dalam artikel. Paragraf teks disusun rapi dengan spasi yang cukup sehingga nyaman dibaca dan tidak membuat mata lelah. Tombol "Kembali" yang kontras memudahkan pengguna untuk kembali ke halaman sebelumnnya. Gambar 4.8 menampilkan desain *wireframe* halaman artikel.



Gambar 4.8 *Wireframe* halaman artikel berita

e. *Wireframe* halaman detail wisata

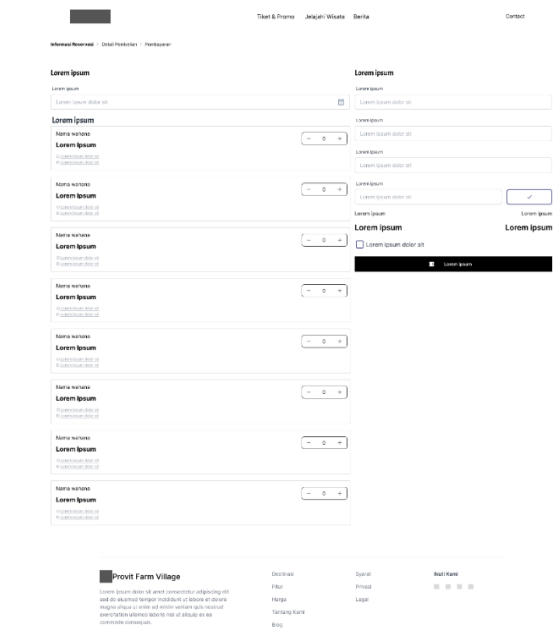
Halaman detail wisata adalah halaman yang ditampilkan setelah pengguna memilih salah satu dari tempat wisata tersebut. Halaman ini menampilkan fasilitas apa saja yang disediakan pada wahana tersebut. Tata letak pada halaman detail wisata dirancang dengan baik. Judul yang diletakkan di bagian atas dengan gaya tebal, memudahkan pengguna mengenali konten utama. Gambar yang besar di tempatkan di sisi kiri dapat menarik perhatian dan memberikan visualisasi langsung tentang wahana tersebut. Daftar fasilitas disusun secara ringkas di sisi kanan gambar menggunakan *bullet point* agar mudah dibaca. Tombol “Beli Tiket” ditampilkan dengan warna merah mencolok di dekat informasi fasilitas memudahkan pengguna dalam melakukan tindakan. Tombol “Kembali” di pojok atas juga diberi warna kontras agar mudah ditemukan. Gambar 4.9 menampilkan desain *wireframe* halaman detail wisata.



Gambar 4.9 *Wireframe* halaman detail wisata

f. *Wireframe* halaman pembelian tiket

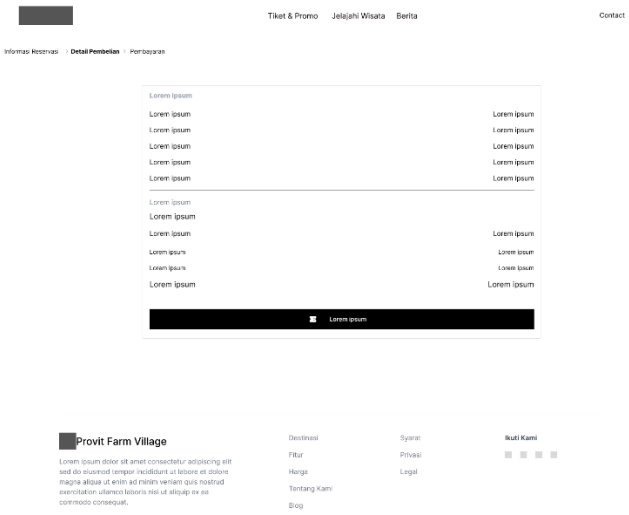
Halaman pembelian tiket adalah halaman yang ditampilkan setelah menekan *button* "Beli Tiket" yang disediakan di halaman *homepage*. Halaman ini berisi terkait dengan tiket wahana yang dijual dari tempat wisata dan pengisian data pengunjung yang dibutuhkan untuk melakukan pembelian tiket. Tata letak pada halaman pembelian tiket sangat rapi dan mudah dipahami. Informasi reservasi ditampilkan di sisi kiri dengan daftar tiket wahana beserta harga masing-masing lengkap dengan tombol tambah dan kurang untuk menyesuaikan jumlah tiket. Di sisi kanan, terdapat formulir pengisian data pengunjung seperti nama, nomor telepon, *email*, dan kolom kode promo. Penempatan dua kolom ini mengikuti prinsip pemisahan konten secara visual, sehingga pengguna dapat fokus mengisi data tanpa bingung. Kolom "Subtotal" dan "Total" ditampilkan secara jelas di bagian bawah formulir membantu pengguna mengetahui jumlah biaya yang harus dibayar. Tombol "Beli Tiket Sekarang" berwarna merah dan berukuran besar, berfungsi sebagai tombol *call to action* utama yang mudah ditemukan dan menarik perhatian. *Checkbox* persetujuan syarat dan ketentuan juga disediakan untuk memastikan pengguna membaca dan menyetujui aturan yang berlaku sesuai dengan prinsip kejelasan hukum dalam alur transaksi digital. Secara keseluruhan, halaman ini dirancang secara sederhana namun fungsional agar memudahkan proses pembelian tanpa hambatan. Gambar 4.10 menampilkan desain *wireframe* halaman pembelian tiket.



Gambar 4.10 *Wireframe* halaman pembelian tiket

g. *Wireframe* halaman konfirmasi pembelian tiket

Halaman konfirmasi pembelian tiket adalah halaman yang ditampilkan setelah pengguna menekan *button* “Beli Tiket Sekarang” di halaman pembelian tiket. Halaman ini menampilkan konfirmasi terkait data pembeli dan tiket yang akan di beli oleh pengunjung. Tata letak halaman konfirmasi pembelian disusun secara sederhana dan jelas. Informasi penting seperti booking id, tanggal kunjungan, nama pemesan, nomor telepon, dan *email* ditampilkan di bagian atas dalam satu kotak informasi yang mudah dibaca. Di bawahnya terdapat bagian detail pembelian yang menampilkan nama wahana, jumlah tiket, subtotal, diskon (jika ada), dan total pembayaran. Penulisan informasi secara terstruktur dan rapi memudahkan pengguna memverifikasi data sebelum melanjutkan ke proses pembayaran. Tombol “Beli Tiket Sekarang” ditampilkan degnan warna merah yang mencolok di bagian bawwah, menarik perhatian sebagai tindakan akhir yang perlu dilakukan pengguna. Desain yang bersih tanpa elemen yang mengganggu memastikan fokus pengguna tetap pada informasi konfirmasi pembelian.Gambar 4.11 menampilkan desain *wireframe* halaman konfirmasi pembelian tiket.



Gambar 4.11 *Wireframe* halaman konfirmasi pembelian tiket

h. *Wireframe* halaman metode pembayaran

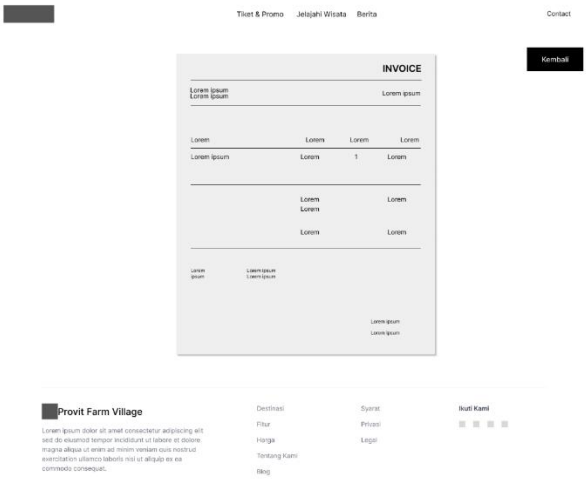
Halaman metode pembayaran adalah halaman yang ditampilkan setelah pengguna mengonfirmasi data yang ada di halaman sebelumnya. Halaman ini menampilkan informasi terkait harga yang harus dibayarkan, waktu pembayaran berakhir, dan metode pembayaran yang disediakan. Tampilan halaman sangat minimalis namun fungsional. Di bagian atas, pengguna langsung disuguhkan jumlah nominal yang harus dibayarkan beserta batas waktu pembayaran, memastikan pengguna sadar akan tenggat waktu transaksi. Pilihan metode pembayaran ditampilkan dalam bentuk kategori yang jelas seperti *bank transfer*, kartu kredit/debit, dompet digital, gerai offline, dan *QR payments*. Setiap kategori dilengkapi dengan logo bank atau layanan terkait yang memudahkan pengguna dalam memilih opsi sesuai preferensi mereka. Desain antarmuka yang bersih dan intuitif mempermudah navigasi. Tombol *dropdown* pada setiap kategori memberikan akses cepat ke pilihan lebih lanjut tanpa memenuhi tampilan utama. Hal ini menjadikan pengalaman pembayaran terasa cepat, nyaman, dan efisien bagi pengguna. Gambar 4.12 menampilkan desain *wireframe* halaman metode pembayaran.



Gambar 4.12 *Wireframe* halaman metode pembayaran

i. *Wireframe* halaman *invoice*

Halaman *invoice* adalah halaman yang ditampilkan setelah pengguna melakukan pembayaran. Halaman ini menampilkan *invoice* metode pembayaran yang digunakan, tiket masuk kedalam tempat wisata tersebut, dan pengguna dapat men *download* E-tiket tersebut. Desain halaman *invoice* menyerupai tampilan struk digital yang rapi dan informatif. Di bagian atas, tercantum nomor *invoice*, tanggal transaksi, serta nama pemesan sebagai bukti pembayaran yang sah. Rincian pembelian tiket ditampilkan dalam tabel sederhana yang mencakup nama wahana, harga satuan,jumlah tiket, dan total harga. Bagian bawah *invoice* juga memuat informasi tambahan berupa subtotal, diskon (jika ada), dan total akhir yang dibayarkan. Terdapat juga informasi pembayaran melalui metode apa ynag dipilih untuk referensi lebih lanjut terutama bila diperlukan konfirmasi manual. Dibagian bawah, tersedia opsi *"Download File PDF"* yang memungkinkan pengguna mengunduh *invoice* dan *E-tiket* secara langusng. Tampilan halaman ini mengedepankan kejelasan dan kemudahan pengguna dalam mengakses bukti transaksi setelah proses pembayaran selesai. Gambar 4.13 menampilkan desain *wireframe* halaman *invoice.*



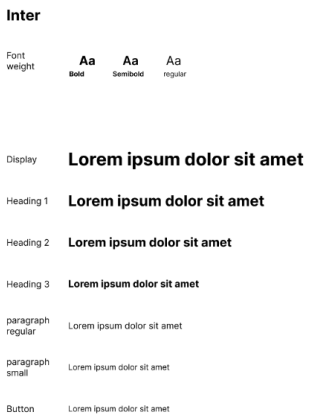
Gambar 4.13 *Wireframe* halaman *invoice*

4.2.3 *UI High-Fidelity Design* Pertama

Setelah pembuatan desain *wireframe website* Profit farm Village, penelitian dilanjutkan ke tahap perancangan *UI high-fidelity design* pertama. Sebelum dilakukan perancangan *high-fidelity design* akan dilakukan perancangan sebuah *style guide*.

a. *Style guide typography*

Hasil *style guide typography* menerapkan *font Inter* untuk *heading* dan *body text* dengan spesifikasi ukuran dan ketebalan yang disesuaikan dengan kebutuhan desain *UI high-fidelity*. *Font Inter* dipilih karena memiliki tampilan yang bersih, modern, dan mudah dibaca di berbagai ukuran layar serta memiliki variasi ketebalan huruf yang membantu membedakan tingkat pentingnya informasi seperti judul, subjudul, dan isi teks dalam tampilan antarmuka. Gambar 4.14 menampilkan hasil *style guide typography*



Gambar 4.14 Hasil *style guide typography*

b. *Style guide colors*

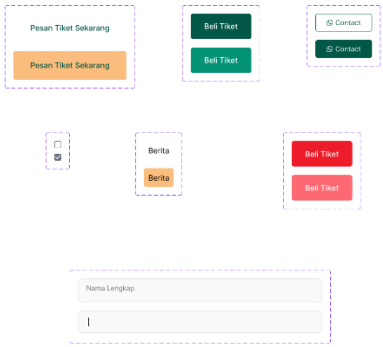
Hasil *style guide colors* terdiri dari beberapa warna yang digunakan secara konsisten dalam keseluruhan desain *UI high-fidelity*. Pemilihan warna brand seperti hijau, kuning, dan cokelat merepresentasikan unsur alam dan kedekatan dengan lingkungan yang relevan dengan tema wisata edukatif. Warna latar belakang seperti putih dan abu terang digunakan untuk menciptakan kesan bersih dan minimalis untuk memudahkan membaca isi konten. Warma netral seperti hitam dan abu-abu mendukung isi informasi, sementara warna fungsional seperti hijau gelap, merah, dan jingga berfungsi untuk memberikan penanda status pada elemen UI secara jelas dan intuitif. Kombinasi ini dipilih untuk menjaga konsistensi visual serta meningkatkan pengalaman pengguna. Gambar 4.15 menampilkan hasil *style guide colors*



Gambar 4.15 Hasil *style guide colors*

c. *Style guide component*

Hasil style guide component mencakup elemen-elemen desain dasar seperti tombol, *text field* dan navigasi yang dirancang dengan konsistensi visual untuk memastikan keseragaman tampilan di seluruh *UI high-fidelity*. Komponen tombol dibuat dengan variasi warna sesuai fungsinya, seperti tombol hijau untuk aksi utama seperti "Beli Tiket", tombol merah untuk aksi penting, serta tombol jingga untuk ajakan seperti "Pesan Tiket Sekarang". Tombol "*Contact*" ditampilkan dengan ikon *WhatsApp* untuk memperjelas media komunikasi yang digunakan. Selain itu, terdapat komponen form input seperti kolom "Nama Lengkap" yang dirancang dengan tampilan bersih dan mudah dibaca. Gambar 4.16 menampilkan hasil *style guide component*

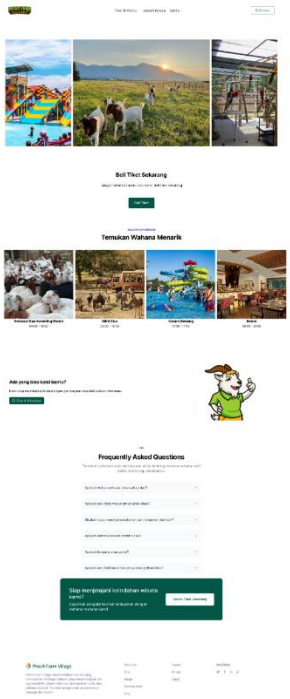


Gambar 4.16 Hasil *style guide component*

Setelah menyusun *style guide*, tahap selanjutnya adalah implementasi desain tersebut ke dalam *UI high-fidelity*. Berikut adalah hasil dari setiap halaman yang telah dirancang dengan mengikuti prinsip dan elemen visual yang telah di tetapkan dalam *style guide*.

a. *UI high-fidelity* halaman *homepage*

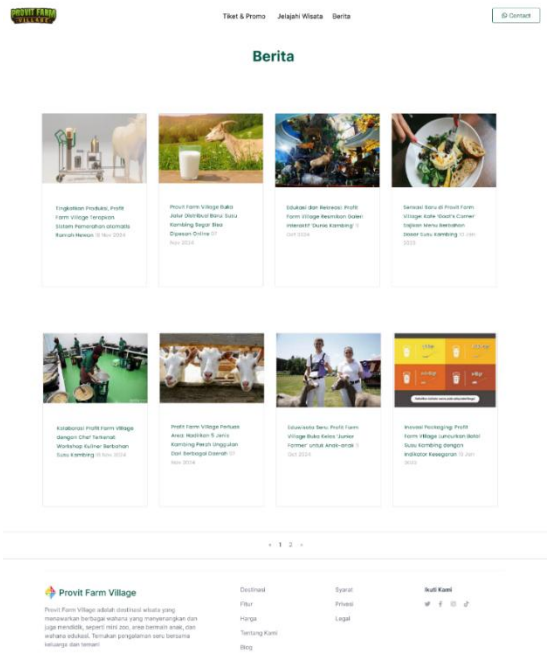
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman *homepage* ditunjukkan pada Gambar 4.17.



Gambar 4.17 *UI high-fidelity* halaman *homepage*

b. *UI high-fidelity* halaman berita

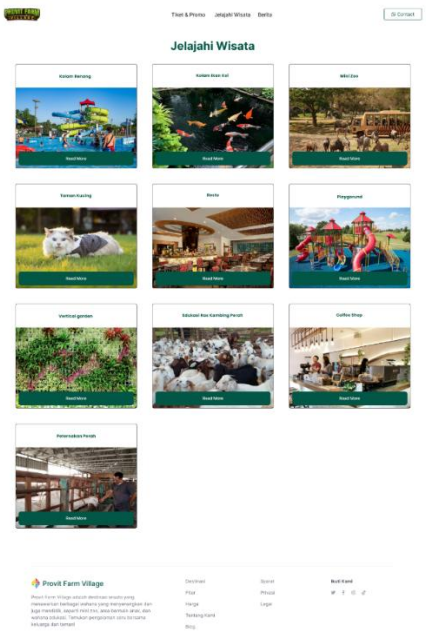
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman berita ditunjukkan pada Gambar 4.18.



Gambar 4.18 *UI high-fidelity* halaman berita

c. *UI high-fidelity* halaman jelajahi wisata

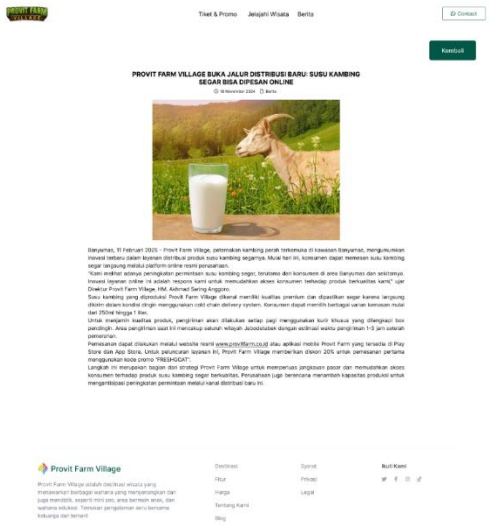
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman jelajahi wisata ditunjukkan pada Gambar 4.19.



Gambar 4.19 *UI high-fidelity* halaman jelajahi wisata

d. *UI high-fidelity* halaman artikel berita

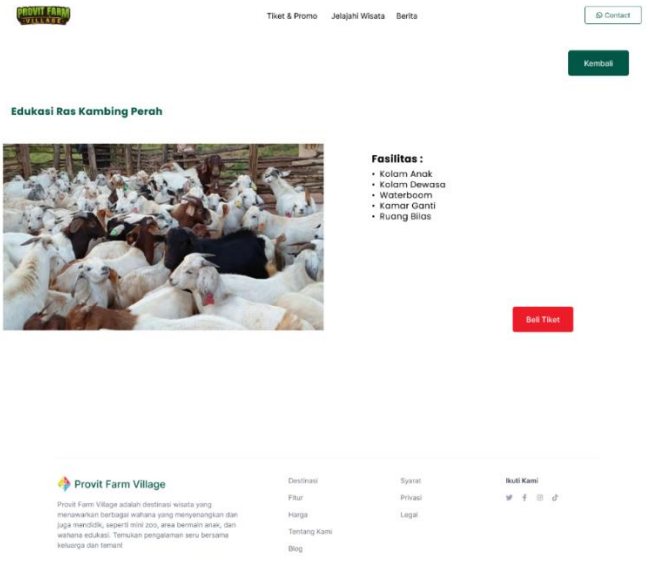
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman artikel berita ditunjukkan pada Gambar 4.20.



Gambar 4.20 *UI high-fidelity* halaman artikel berita

e. *UI high-fidelity* halaman detail wisata

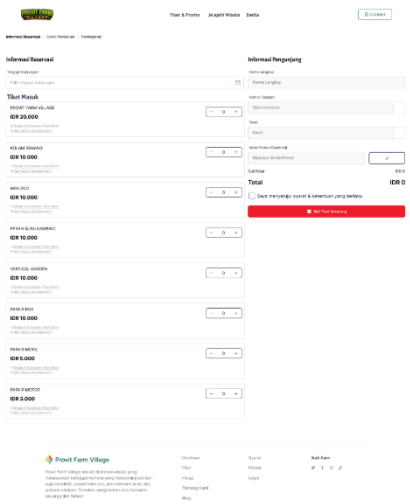
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman *homepage* ditunjukkan pada Gambar 4.21.



Gambar 4.21 *UI high-fidelity* halaman detail wisata

f. *UI high-fidelity* halaman pembelian tiket

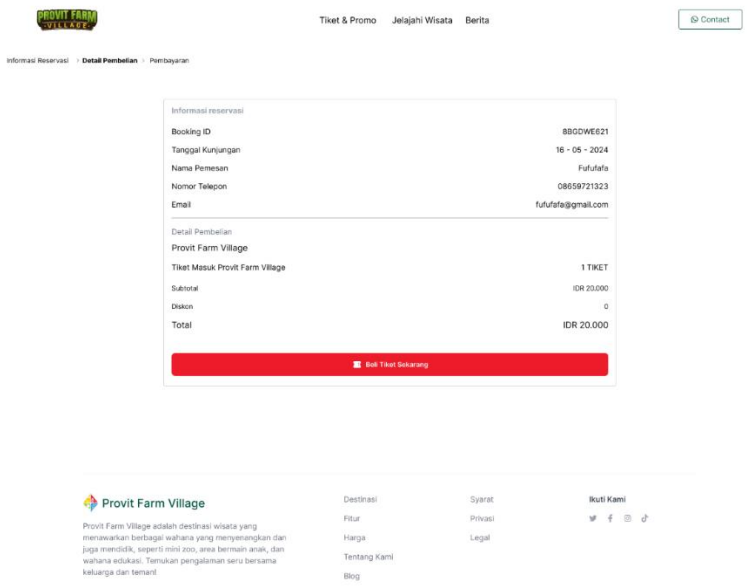
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman pembelian tiket ditunjukkan pada Gambar 4.22.



Gambar 4.22 *UI high-fidelity* halaman pembelian tiket

g. *UI high-fidelity* halaman konfirmasi pembelian tiket

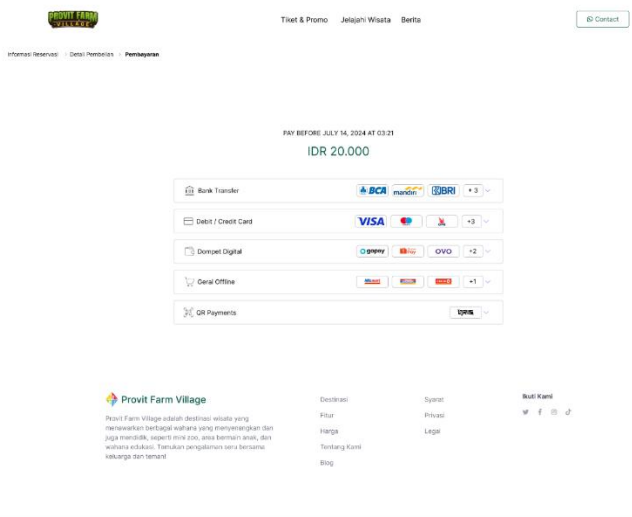
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman konfirmasi pembelian tiket ditunjukkan pada Gambar 4.23.



Gambar 4.23 *UI high-fidelity* halaman konfirmasi pembelian tiket

h. *UI high-fidelity* halaman metode pembayaran

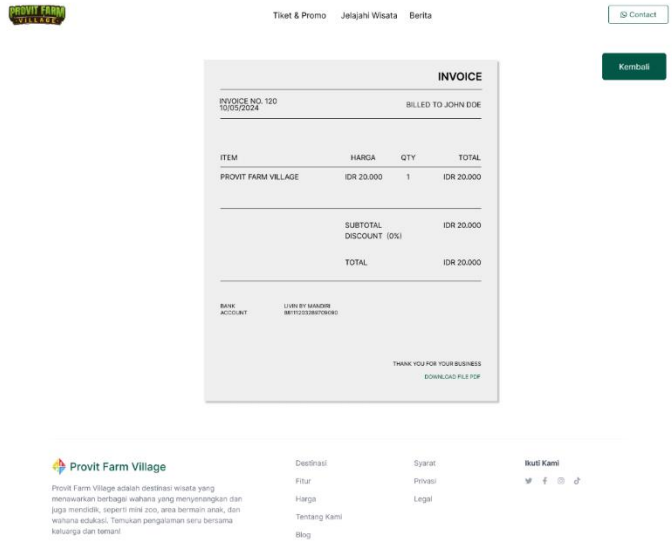
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman metode pembayaran ditunjukkan pada Gambar 4.24.



Gambar 4.24 *UI high-fidelity* halaman metode pembayaran

i. *UI high-fidelity* halaman *invoice*

Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman *invoice* ditunjukkan pada Gambar 4.25.



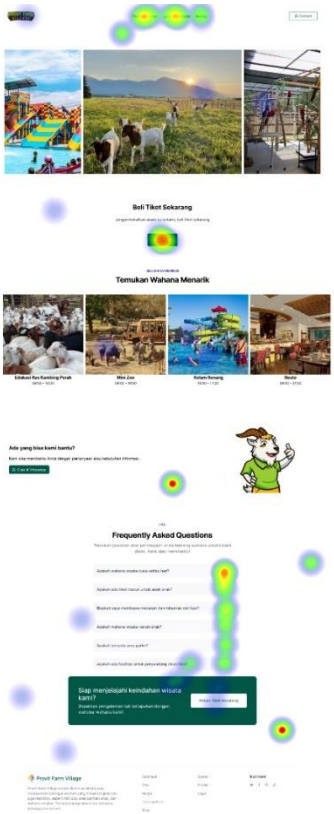
Gambar 4.25 *UI high-fidelity* halaman *invoice*

4.2.4 *Heatmap Analysis Design* Pertama

Implementasi *heatmap analysis* pada *UI high-fidelity design* pertama dilakukan untuk mengukur efektifitas interaksi pengguna dan mengidentifikasi peluang pengembangan pada iterasi desain berikutnya. Berikut ini merupakan *heatmap analysis* dari halaman-halaman utama yang telah dirancang.

a. *Heatmap analysis* halaman *homepage*

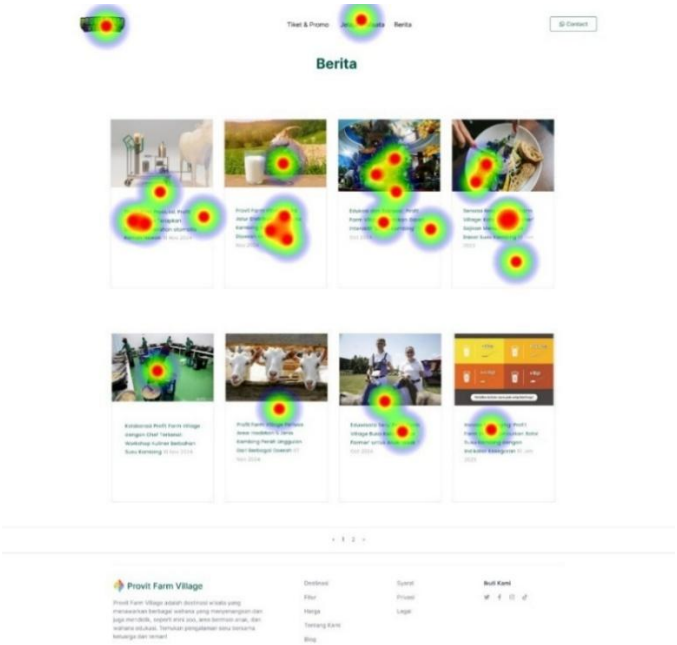
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman *homepage* ditunjukkan pada Gambar 4.26.



Gambar 4.26 *Heatmap analysis* halaman *homepage*

b. *Heatmap analysis* halaman berita

Hasil *heatmap analysis* untuk halaman berita ditunjukkan pada Gambar 4.27.



Gambar 4.27 *Heatmap analysis* halaman berita

c. *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

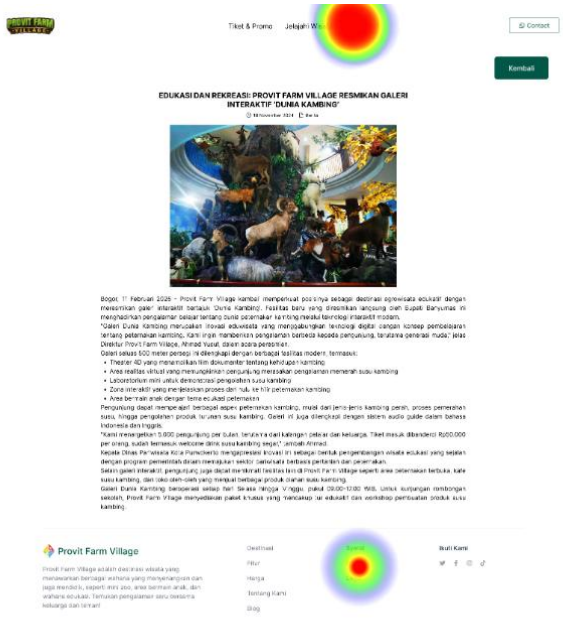
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman jelajahi wisata ditunjukkan pada Gambar 4.28.



Gambar 4.28 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

d. *Heatmap analysis* halaman artikel berita

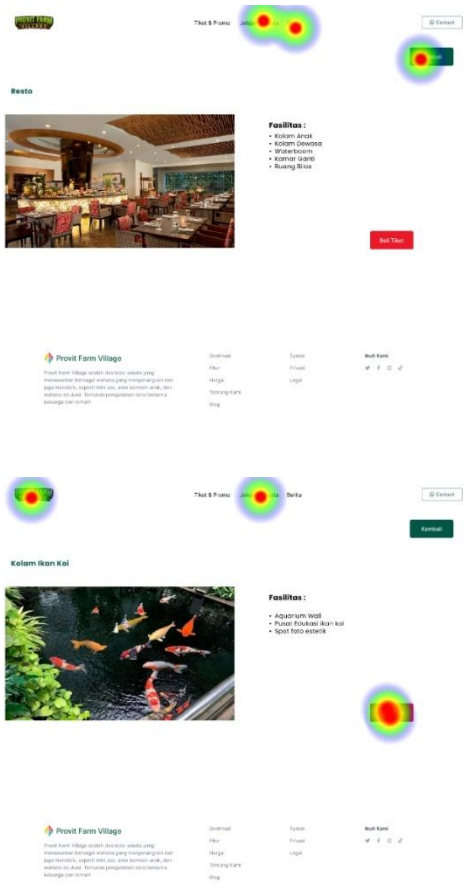
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman artikel berita ditunjukkan pada Gambar 4.29.



Gambar 4.29 *Heatmap analysis* halaman artikel berita

e. *Heatmap analysis* halaman detail wisata

Hasil *heatmap analysis* untuk halaman detail wisata ditunjukkan pada Gambar 4.30.



Gambar 4.30 *Heatmap analysis* halaman detail wisata

f. *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket

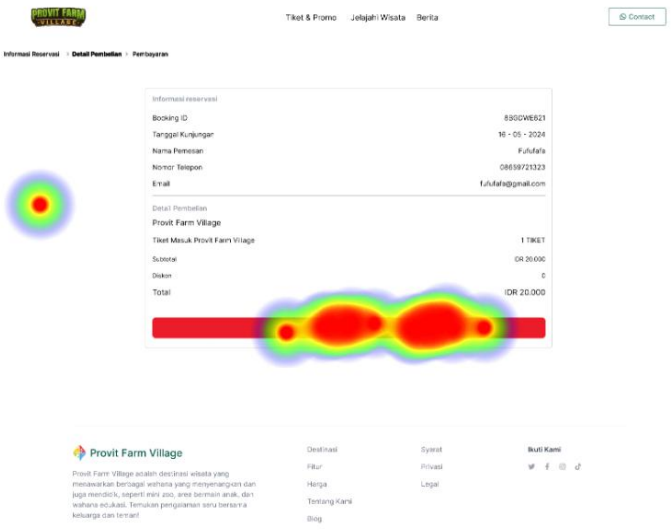
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman pembelian tiket ditunjukkan pada Gambar 4.31.



Gambar 4.31 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket

g. *Heatmap analysis* halaman konfirmasi pembelian tiket

Hasil *heatmap analysis* untuk halaman konfirmasi pembelian tiket ditunjukkan pada Gambar 4.32.



Gambar 4.32 *Heatmap Aanalysis* halaman konfirmasi pembelian tiket

h. *Heatmap Aanalysis* halaman metode pembayaran

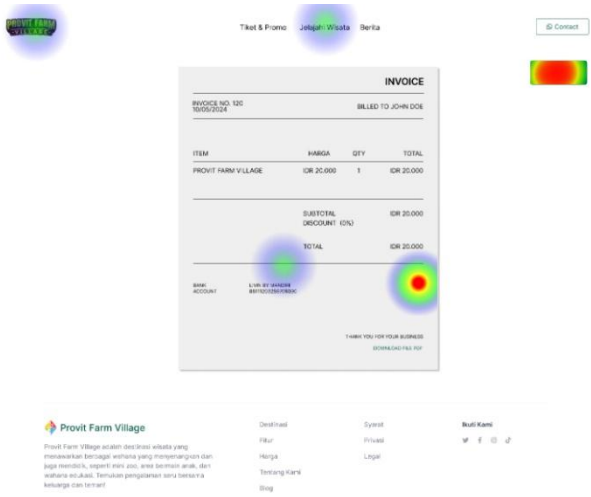
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman metode pembayaran ditunjukkan pada Gambar 4.33.



Gambar 4.33 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran

i. *Heatmap analysis* halaman *invoice*

Hasil *heatmap analysis* untuk halaman *invoice* ditunjukkan pada Gambar 4.34.



Gambar 4.34 *Heatmap analysis* halaman *invoice*

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada desain pertama, ditemukan beberapa aspek yang memerlukan perbaikan pada setiap halaman website Profit Farm Village. Pada halaman *homepage*, teridentifikasi minimnya interaksi pengguna pada dua elemen penting, yaitu tombol "Chat di WhatsApp" dan tombol "Pesan Tiket Sekarang". Kedua elemen tersebut menjadi fokus utama perbaikan mengingat fungsinya yang vital pada halaman terebut.

Pada halaman berita, pola interaksi pengguna menunjukkan distribusi yang relatif merata. Oleh karena itu, fokus perbaikan diarahkan pada penataan ulang konten untuk meningkatkan daya tarik visual. Hal serupa juga ditemukan pada halaman jelajahi wisata, dimana interaksi pengguna terdistribusi secara merata sehingga perbaikan difokuskan pada optimasi tata letak konten.

Analisis pada halaman artikel berita mengungkapkan tidak adanya interaksi pengguna dengan tombol "Kembali". Hal ini mengindikasikan perlunya perbaikan pada elemen tersebut, disertai dengan penyempurnaan tata letak konten secara keseluruhan. Sementara itu, pada halaman detail wisata, pembelian tiket, dan konfirmasi pembelian, pola interaksi menunjukkan distribusi yang merata sehingga perbaikan difokuskan pada optimasi tata letak untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

Pada halaman metode pembayaran, ditemukan rendahnya tingkat interaksi pengguna pada bagian pembayaran melalui gerai *offline*. Temuan ini menjadi fokus perbaikan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik opsi pembayaran tersebut. Sedangkan pada halaman *invoice*, interaksi pengguna menunjukkan distribusi yang merata sehingga perbaikan diarahkan pada peningkatan aspek visual dan tata letak konten.

Hasil *heatmap analysis* ini akan digunakan sebagai dasar pengembangan desain kedua dengan tujuan mengoptimalkan performa *website* Profit Farm Village dan meningkatkan *engagement* pengguna. Perbaikan yang dilakukan diharapkan dapat memaksimalkan efektivitas setiap halaman dalam mencapai tujuan bisnisnya.

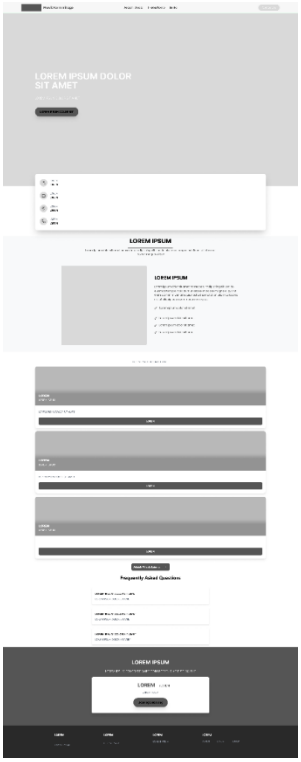
4.2.5 *Wireframe Design* Kedua

Wireframe design kedua merupakan pengembangan dari konsep awal dengan beberapa penyesuaian berdasarkan hasil evaluasi. Desain ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna serta memperjelas alur navigasi pada *website*. Berikut ini merupakan *wireframe* dari halaman-halaman utama yang dirancang.

a. *Wireframe* halaman *homepage*

Halaman *homepage* merupakan halaman utama yang pertama kali diakses oleh pengguna saat membuka *website* wisata ini. Halaman ini dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai destinasi wisata sekaligus memudahkan pengguna dalam menemukan informasi yang dibutuhkan. Di bagian atas halaman, terdapat elemen navigasi yang mencakup logo Profit Farm Village, menu utama seperti Jelajahi Wisata, Tiket & Promo, Berita, dan tombol *"Contact Us"* untuk mempermudah komunikasi langsung. Selanjutnya, pengguna disambut oleh banner utama yang menampilkan infomasi promosi

atau highlight terkini lengkap dengan tombol ajakan untuk segera melakukan aksi seperti pemesanan tiket. Di bawah banner tersebut, ditampilkan ikon-ikon informatif yang memuat data penting seperti lokasi wisata, jam operasional, serta kontak yang dapat dihubungi. Halaman ini juga menyajikan informasi profil Profit Farm Village secara ringkas, termasuk keunggulan dan daya tarik utamanya. Pada bagian tengah halaman, pengguna dapat menjelajahi beragam jenis wisata yang ditawarkan melalui tampilan visual berupa kartu informasi lengkap dengan gambar, deskripsi singkat, dan tombol untuk melihat lebih lanjut. Halaman *homepage* juga dilengkapi dengan bagian *FAQ* yang dirancang untuk menjawab pertanyaan umum dari pengguna, sehingga mempermudah proses perencanaan kunjungan. Di bagian paling bawah, terdapat ajakan untuk melakukan pemesanan tiket secara langsung melalui fitur *booking*, serta *footer* yang memuat tautan navigasi tambahan, informasi kontak, dan elemen penting lainnya. Dengan susunan informasi yang lengkap dan terstruktur ini, halaman homepage berfungsi sebagai pusat orientasi bagi pengguna dalam mengenal dan merencanakan kunjungan ke Profit Farm Village. Gambar 4.35 menampilkan desain *wireframe* dari halaman *homepage*

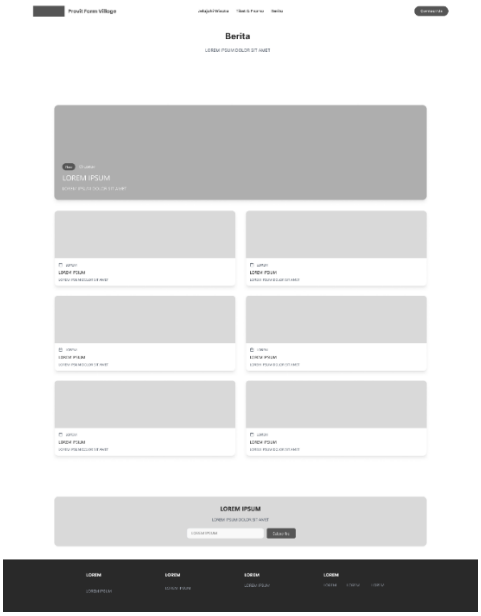


Gambar 4.35 *Wireframe* halaman *homepage*

b. *Wireframe* halaman berita

Halaman berita merupakan salah satu bagian penting dalam *website* ini yang dapat diakses langsung melalui menu navigasi utama pada halaman *homepage*. Setelah pengguna

menekan tombol “Berita”, mereka akan diarahkan ke halaman ini yang dirancang khusus untuk menyajikan berbagai informasi terbaru terkait destinasi wisata. Konten yang ditampilkan mencakup berita terkini, pengumuman resmi, serta informasi mengenai event-event yang sedang atau akan berlangsung di Profit Farm Village. Taat letak halaman ini disusun secara visual menarik dan mudah diakses. Pada bagian atas halaman terdapat *headline* berita utama yang ditampilkan dalam ukuran lebih besar untuk menarik perhatian pengguna terhadap informasi paling penting atau terbaru. Di bawahnya, pengguna dapat menjelajahi kumpulan artikel lainnya dalam format *grid* yang memuat gambar, judul, dan deskripsi singkat dari masing-masing berita. Halaman ini juga dilengkapi dengan fitur *subscribe* pada bagian bawah yang memungkinkan pengguna untuk mendaftarkan email mereka agar selalu mendapatkan *update* terbaru seputar kegiatan, promosi, dan berita dari Profit Farm village. Dengan desain yang informati dan navigasi yang mudah dipahami, halaman berita berperan sebagai pusat informasi yang menjaga keterhubungan pengguna dengan perkembangan terbaru dari destinasi wisata ini. Gambar 4.36 menampilkan desain *wireframe* halaman berita.

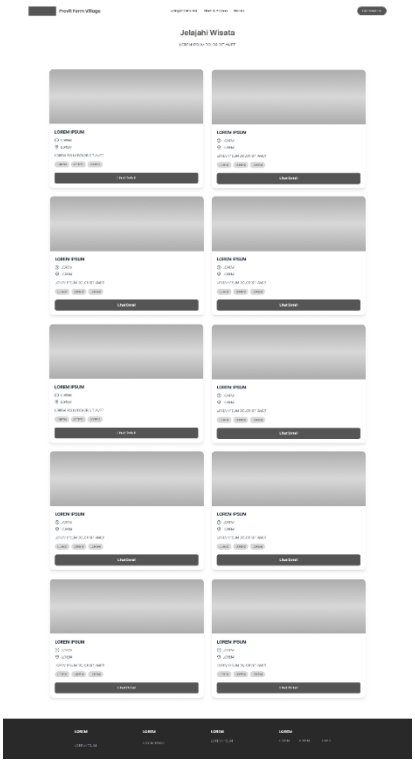


Gambar 4.36 *Wireframe* halaman berita

c. *Wireframe* halaman jelajahi wisata

Halaman jelajahi wisata merupakan bagian penting dari website ini yang dapat diakses langsung melalui menu navigasi utama di *homepage*. Setelah pengguna menekan tombol “Jelajahi wisata”, mereka akan diarahkan ke halaman ini yang dirancang khusus untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai berbagai pilihan wahana dan aktivitas yang

tersedia di destinasi wisata tersebut. Tampilan halaman ini disusun dalam format *grid* yang menampilkan deretan kartu informasi mengenai setiap wahana. Setiap kartu memuat gambar representatif, nama wahana, lokasi, deskripsi singkat, serta label kategori untuk memudahkan pengunjung dalam mengenali jenis aktivitas yang ditawarkan. Terdapat pula tombol "Lihat Detail" pada setiap entri yang memungkinkan pengguna mengakses informasi lebih lengkap mengenai wahana tersebut. Dengan pendekatan visual yang informatif dan navigasi yang mudah digunakan, halaman ini bertujuan untuk membantu pengunjung dalam merencanakan kunjungan mereka, menyesuaikan preferensi aktivitas, serta mengeksplorassi berbagai pengalaman seru yang ditawarkan oleh Profit Farm Village. Gambar 4.37 menampilkan desain *wireframe* halaman jelajahi wisata.

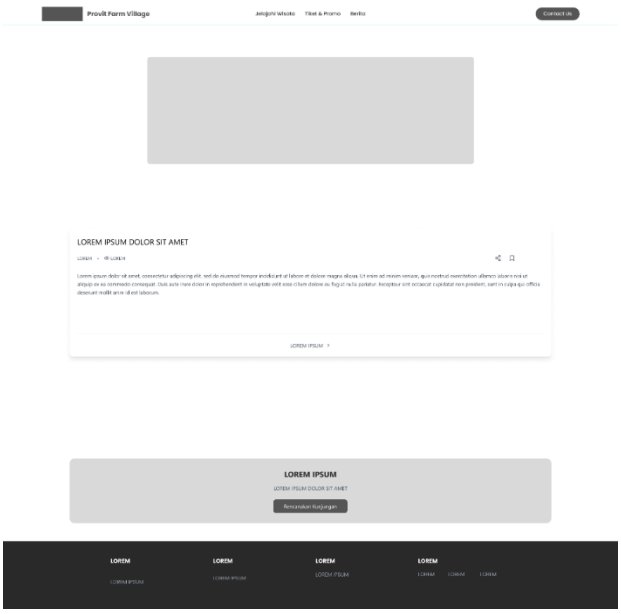


Gambar 4.37 *Wireframe* halaman jelajahi wisata

d. *Wireframe* halaman artikel berita

Halaman artikel berita merupakan tampilan lanjutan yang diakses setelah pengguna memilih salah satu entri berita yang tersedia pada halaman "Berita". Halaman ini dirancang untuk menyajikan konten berita secara lengkap dan mendalam, baik berupa informasi terkini, pengumuman acara, maupun kegiatan yang sedang atau akan berlangsung di Profit Farm Village. Dalam halaman ini, pengguna akan disuguhi tampilan visual utama berupa gambar pendukung yang relevan dengan isi berita, disusul oleh judul, kategori, tanggal, serta isi artikel yang disajikan dalam paragraf yang mudah dibaca. Selain

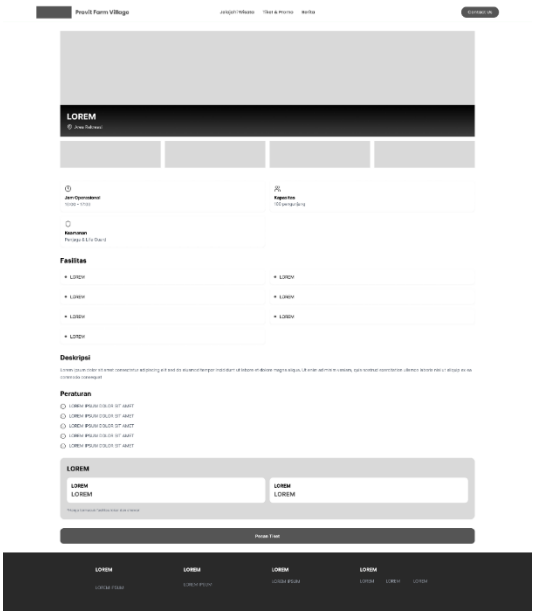
itu, tersedia pula fitur berbagai dan bookmark untuk memudahkan pengguna menyimpan atau membagikan informasi yang mereka anggap penting. Dengan struktur konten yang rapi dan fokus pada pengalaman membaca yang nyaman, halaman ini berperan sebagai sarana informasi yang mempererat hubungan antara pengelola wisata dan pengunjung melalui penyampaian kabar dan event secara informatif dan menarik. Gambar 4.38 menampilkan desain *wireframe* halaman artikel berita.



Gambar 4.38 *Wireframe* halaman artikel berita

e. *Wireframe* halaman detail wisata

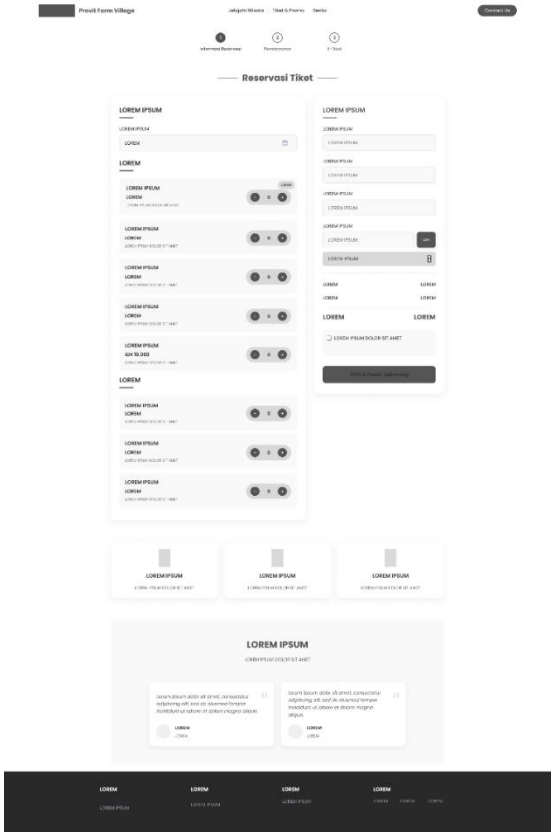
Halaman detail wisata merupakan tampilan lanjutan yang muncul setelah pengguna memilih salah satu wahana yang tersedia pada halaman “Jelajahi Wisata”. Halaman ini dirancang untuk memberikan informasi yang komprehensif mengenai wahana yang dipilih, mulai dari fasilitas yang tersedia, jam operasional, kapasitas, hingga tingkat keamanan yang disediakan. Pengguna dapat melihat deskripsi lengkap wahana untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai pengalaman yang ditawarkan. Selain itu, terdapat daftar fasilitas pendukung, aturan-aturan yang harus dipatuhi selama berada di lokasi, serta informasi harga wahana. Semua elemen ini disusun secara terstruktur agar memudahkan pengunjung dalam merencanakan kunjungan mereka. Dengan tampilan yang informatif dan mudah diakses, halaman ini menjadi panduan bagi pengguna dalam memahami karakteristik dan ketentuan dari setiap wahana yang ada di Profit Farm Village. Gambar 4.39 menampilkan desain *wireframe* halaman detail wisata.



Gambar 4.39 *Wireframe* halaman detail wisata

f. *Wireframe* halaman pembelian tiket

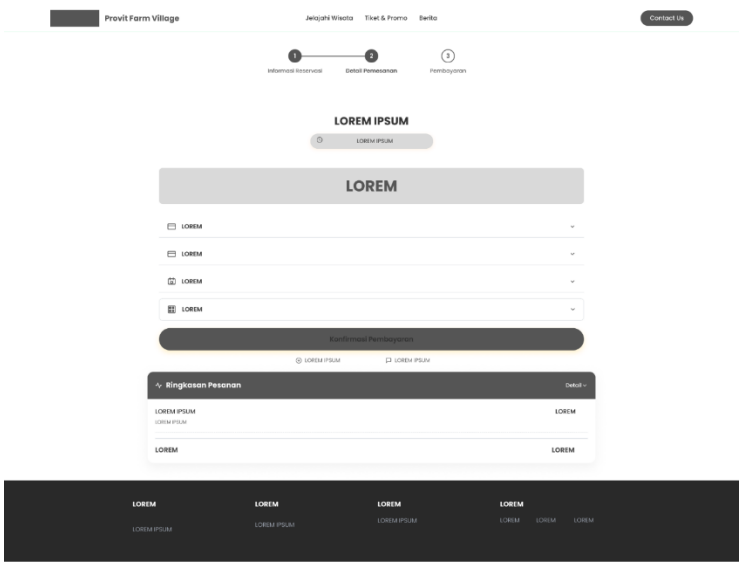
Halaman pembelian tiket merupakan langkah awal dalam proses pemesanan yang muncul setelah pengguna menekan tombol “Mulai Petualangan Sekarang” atau “Booking Sekarang” dari halaman utama. Halaman ini menyediakan informasi lengkap mengenai tiket yang ditawarkan oleh pihak pengelola wisata, termasuk pilihan wahana, harga tiket, dan jumlah tiket yang ingin dipesan. Di bagian ini, pengguna juga diminta untuk mengisi formulir data diri yang diperlukan untuk keperluan pembelian tiket seperti nama, kontak, *email*, dan tanggal pembelian. Antarmuka halaman ini dirancang secara intuitif agar proses pemesanan berjalan mudah, cepat, dan jelas. Dengan alur tiga tahap yang terdiri dari pemilihan tiket, pembayaran, dan E-tiket, pengguna dibimbing secara sistematis hingga tiket digital siap digunakan. Halaman ini menjadi penghubung penting antara niat berkunjung dan kepastian pembelian tiket yang menjadikan pengalaman pengguna lebih praktis dan efisien. Gambar 4.40 menampilkan desain *wireframe* halaman pembelian tiket.



Gambar 4.40 *Wireframe* halaman pembelian tiket

g. *Wireframe* halaman metode pembayaran

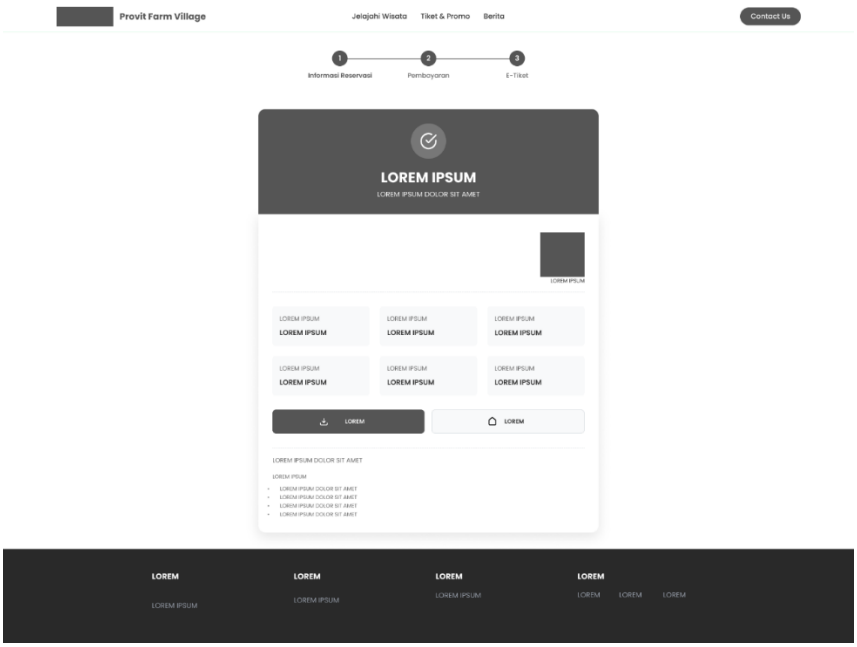
Halaman metode pembayaran merupakan tahapan lanjutan yang ditampilkan setelah pengguna menekan tombol “Beli Tiket Sekarang” pada halaman pembelian tiket. Pada halaman ini, pengguna akan melihat informasi lengkap mengenai total biaya yang harus dibayarkan, termasuk rincian pemesanan dan ringkasan tiket yang dipilih. Pengguna juga akan mendapatkan informasi mengenai batas waktu pembayaran yang berlaku, serta pilihan metode pembayaran yang tersedia seperti *transfer bank, debit/credit card,* dompet digital, dan *QR payments*. Seluruh komponen dalam halaman ini dirancang untuk mempermudah proses konfirmasi pembayaran dengan formulir input yang sederhana dan navigasi yang jelas. Dengan tampilan yang tersetruktur dan fokus pada kejelasan informasi, halaman ini memastikan pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat, aman, dan tanpa kebingungan sebelum menerima tiket digital mereka. Gambar 4.41 menampilkan desain *wireframe* halaman metode pembayaran.



Gambar 4.41 *Wireframe* halaman metode pembayaran

h. *Wireframe* halaman *invoice*

Halaman *invoice* merupakan tahap akhir dalam proses pembelian tiket yang ditampilkan setelah pengguna berhasil menyelesaikan pembayaran. Di halaman ini, pengguna akan disajikan ringkasan lengkap dalam bentuk *invoice* digital yang mencakup informasi seperti nama pembeli, tanggal kunjungan, metode pembayaran yang digunakan, jumlah tiket, serta total pembayaran yang telah dilakukan. Selain itu, halaman ini juga menyajikan detail tiket masuk yang telah dibeli dalam format yang mudah dibaca dan terorganisir. Pengguna dapat langsung mengunduh E-tiket yang tersedia atau langsung scan *QR* untuk digunakan saat kunjungan ke lokasi wisata. Tombol unduh dan akses cepat ke tiket disediakan guna memastikan pengalaman pengguna tetap praktis dan efisien. Dengan tampilan yang bersih dan informatif, halaman ini memberikan kepastian bahwa proses transaksi telah selesai dengan sukses sekailgus memudahkan pengguna untuk menyimpan atau mencetak tiket digital mereka kapan saja. Gambar 4.42 menampilkan *wireframe* halaman *invoice.*



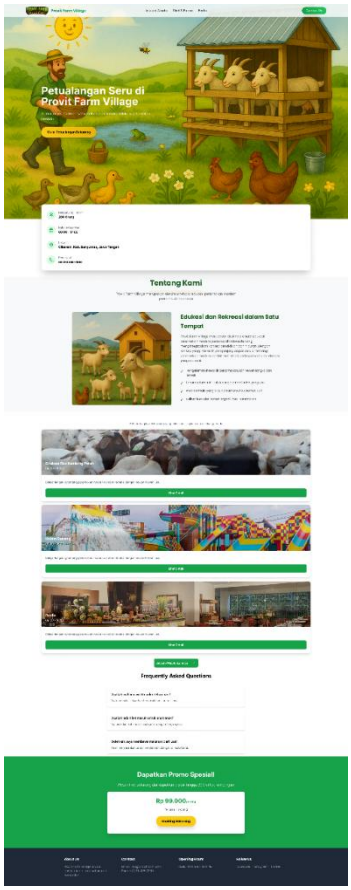
Gambar 4.42 *Wireframe* halaman *invoice*

4.2.6 *UI High-Fidelity Design* Kedua

UI high-fidelity design kedua merupakan representasi visual yang lebih mendetail dan realistis dari *wireframe* yang telah disempurnakan sebelumnya. Desain ini mencerminkan tampilan akhir dari antarmuka pengguna, termasuk penggunaan warna, tipografi, ikon, dan elemen visual lainnya. Berikut adalah tampilan *UI high-fidelity* untuk beberapa halaman utama:

a. *UI high-fidelity* halaman *homepage*

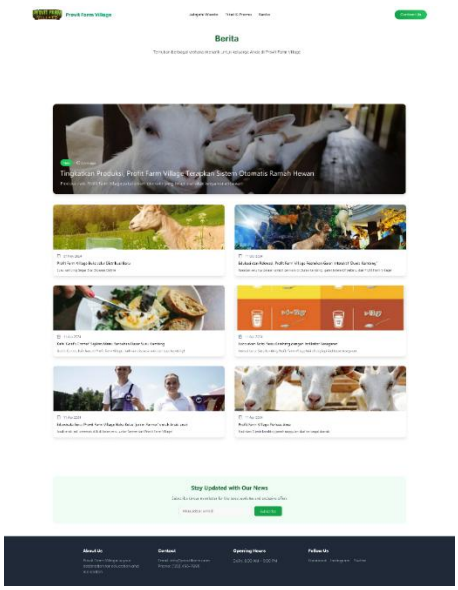
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman *homepage* ditunjukkan pada Gambar 4.43.



Gambar 4.43 *UI high-fidelity* halaman *homepage*

b. *UI high-fidelity* halaman berita

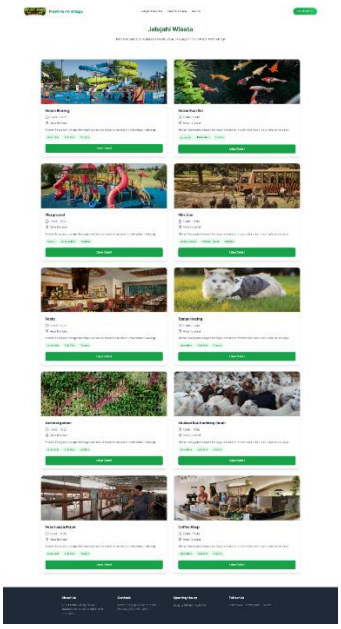
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman berita ditunjukkan pada Gambar 4.44.



Gambar 4.44 *UI high-fidelity* halaman berita

c. *UI high-fidelity* halaman jelajahi wisata

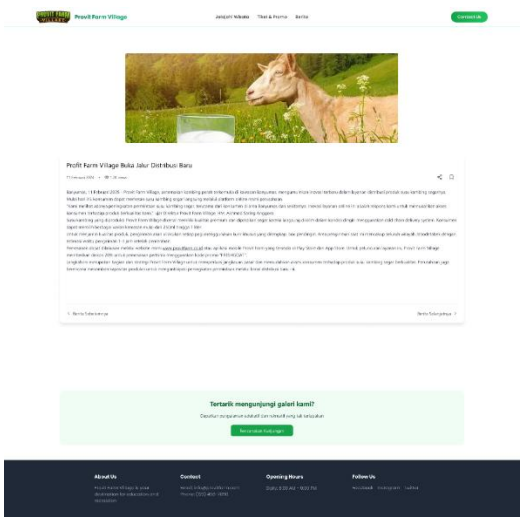
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman jelajahi wisata ditunjukkan pada Gambar 4.45.



Gambar 4.45 *UI high-fidelity* halaman jelajahi wisata

d. *UI high-fidelity* halaman artikel berita

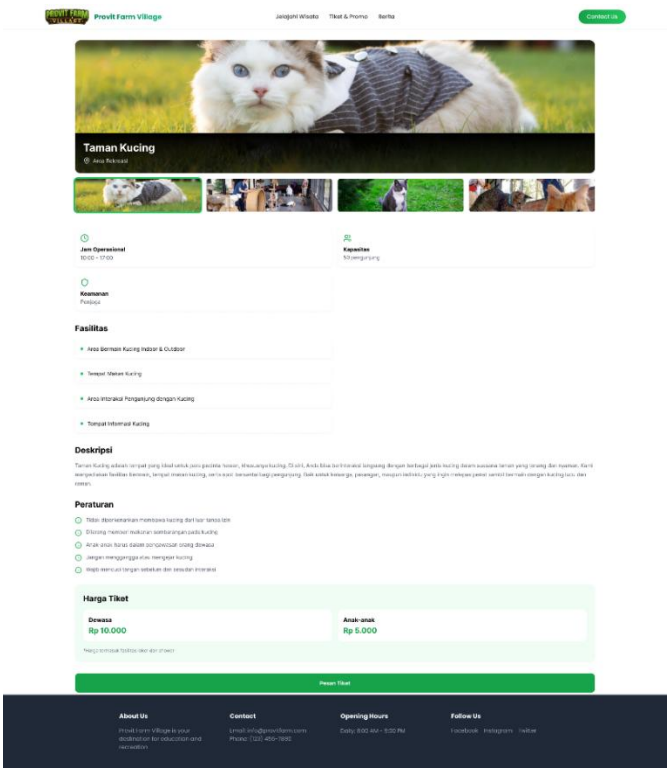
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman artikel berita ditunjukkan pada Gambar 4.46.



Gambar 4.46 *UI high-fidelity* halaman artikel berita

e. *UI high-fidelity* halaman detail wisata

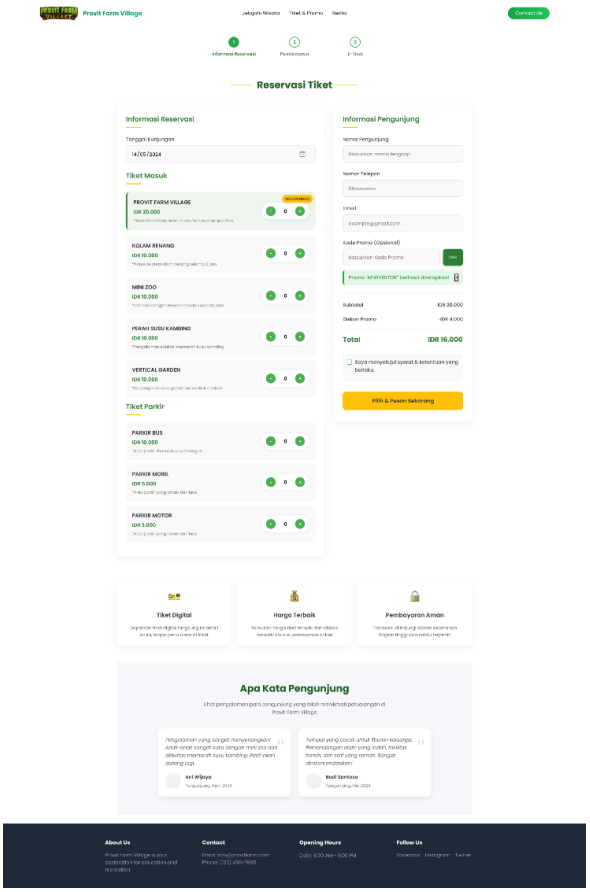
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman detail wisata ditunjukkan pada Gambar 4.47.



Gambar 4.47 *UI high-fidelity* halaman detail wisata

f. *UI high-fidelity* halaman pembelian tiket

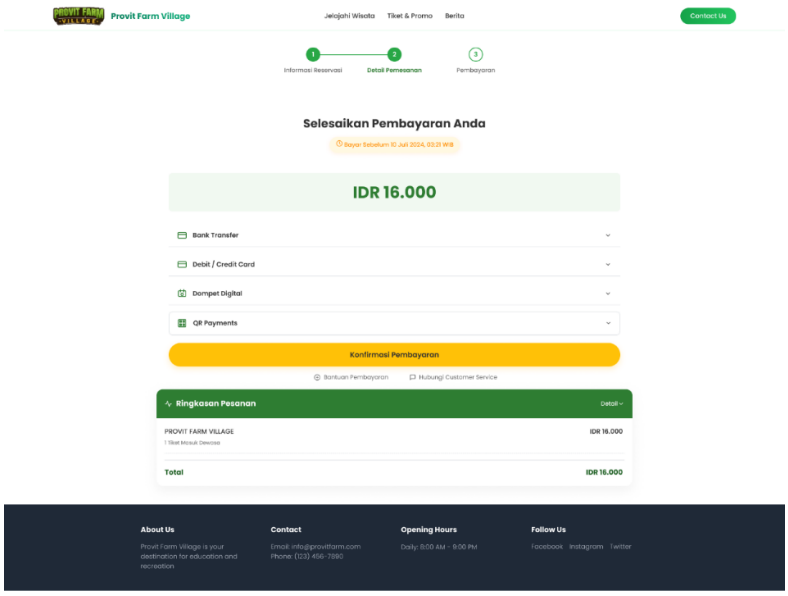
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman pembelian tiket ditunjukkan pada Gambar 4.48.



Gambar 4.48 *UI high-fidelity* halaman pembelian tiket

g. *UI high-fidelity* halaman metode pembayaran

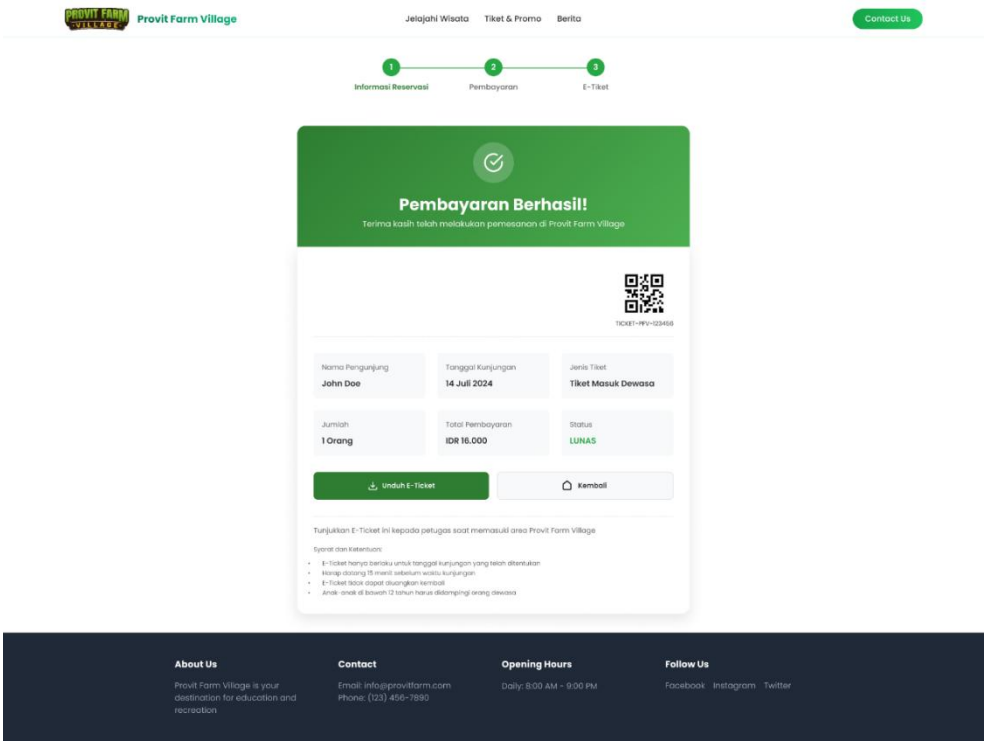
Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman metode pembayaran ditunjukkan pada Gambar 4.49.



Gambar 4.49 *UI high-fidelity* halaman metode pembayaran

h. *UI high-fidelity* halaman *invoice*

Hasil *UI high-fidelity* untuk halaman *invoice* ditunjukkan pada Gambar 4.50.



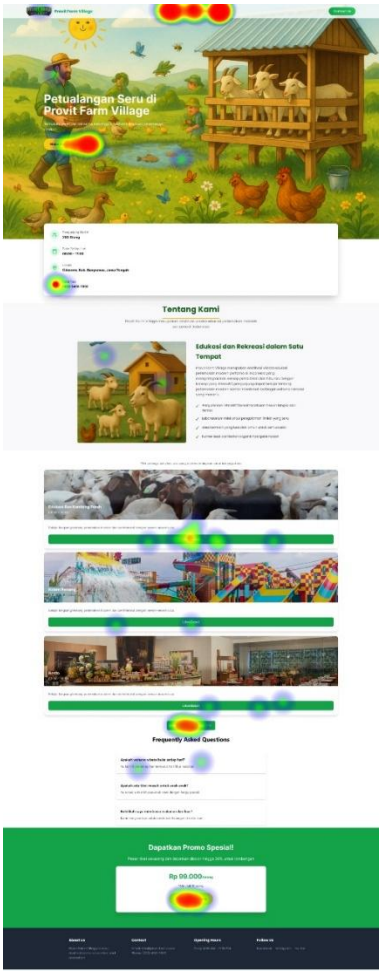
Gambar 4.50 *UI high-fidelity* halaman *invoice*

4.2.7 *Heatmap Analysis Design* Kedua

Implementasi heatmap *analysis* pada *design* kedua merupakan tahap evaluasi lanjutan untuk mengidentifikasi area yang telah dilakukan perbaikan. Berikut ini merupakan *heatmap analysis* dari halaman-halaman utama yang telah dirancang.

a. *Heatmap analysis* halaman *homepage*

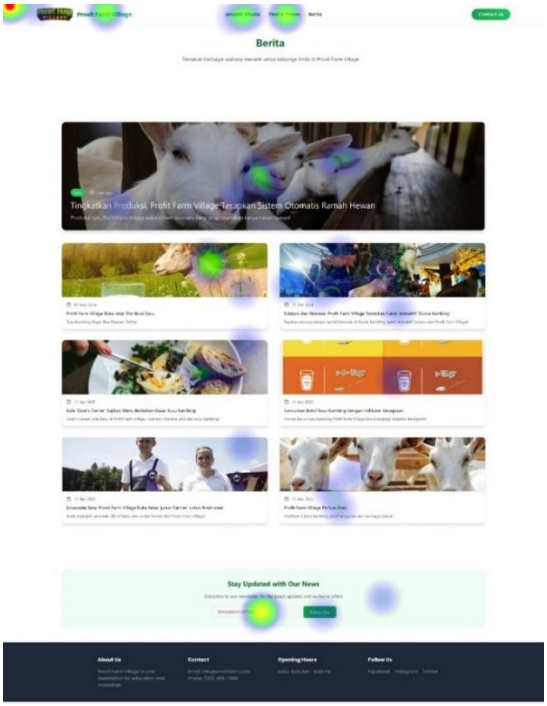
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman *homepage* ditunjukkan pada Gambar 4.51.



Gambar 4.51 *Heatmap analysis* halaman *homepage*

b. *Heatmap analysis* halaman berita

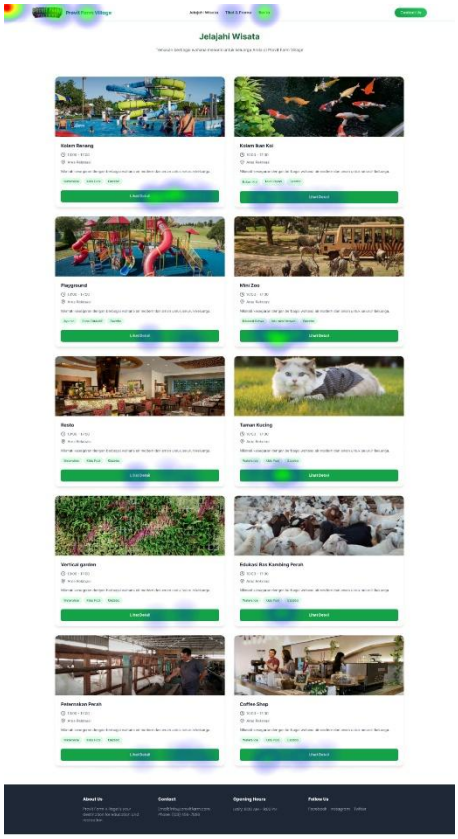
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman berita ditunjukkan pada Gambar 4.52.



Gambar 4.52 *Heatmap analysis* halaman berita

c. *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

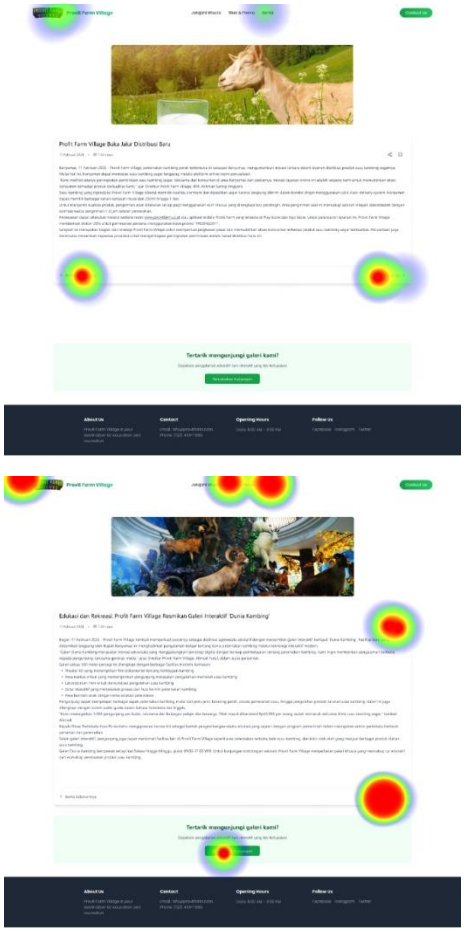
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman jelajahi wisata ditunjukkan pada Gambar 4.53.



Gambar 4.53 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

d. *Heatmap analysis* halaman artikel berita

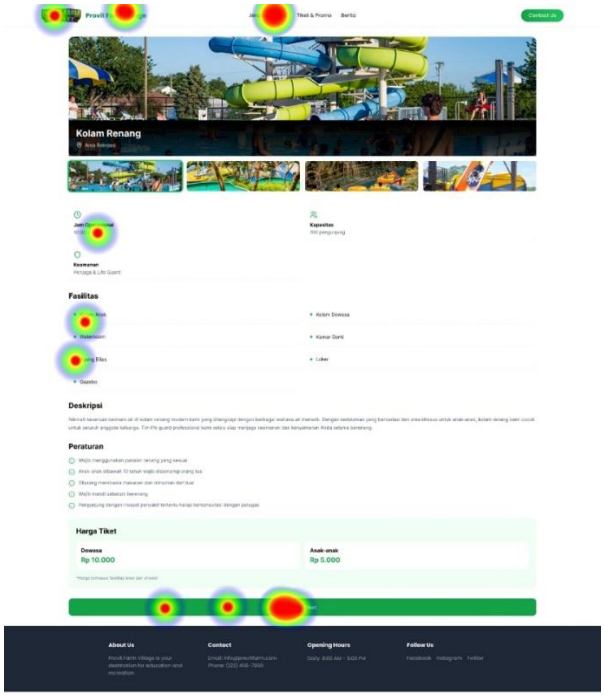
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman berita ditunjukkan pada Gambar 4.54.



Gambar 4.54 *heatmap analysis* halaman artikel berita

e. *Heatmap analysis* halaman detail wisata

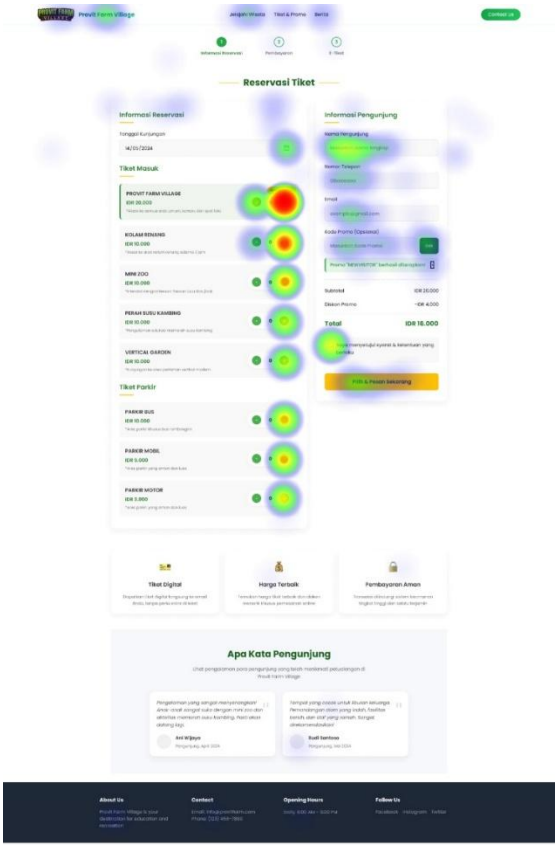
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman detail wisata ditunjukkan pada Gambar 4.55.



Gambar 4.55 *Heatmap analysis* halaman detail wisata

f. *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket

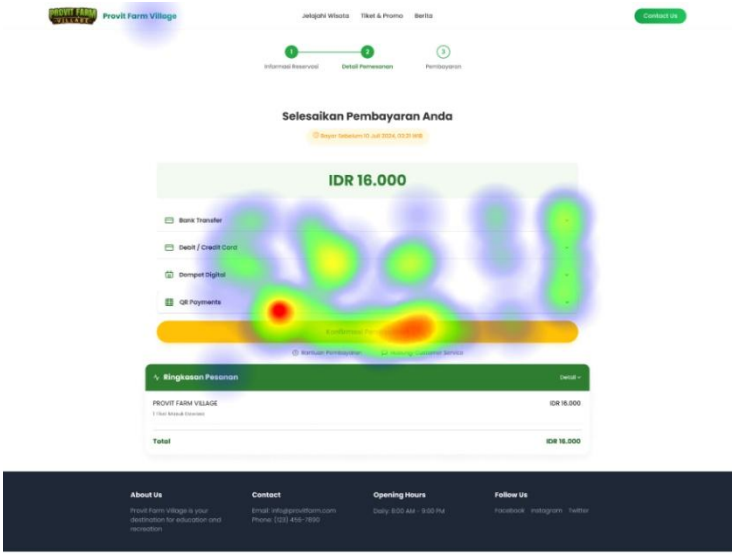
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman pembelian tiket ditunjukkan pada Gambar 4.56.



Gambar 4.56 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket

g. *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran tiket

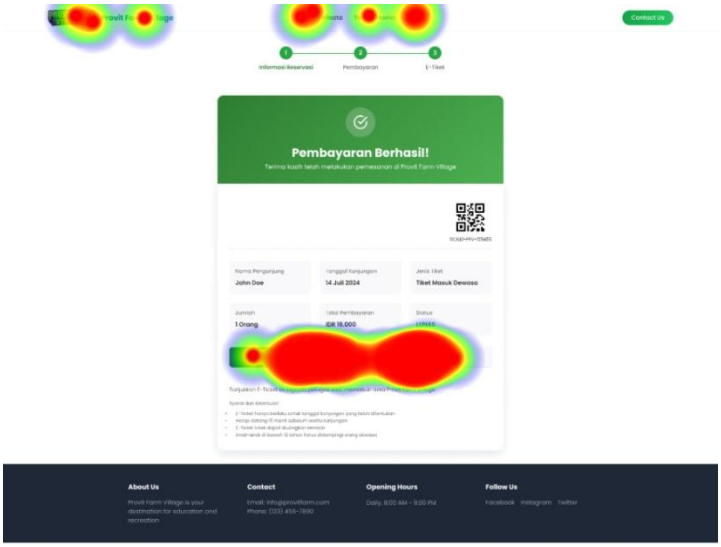
Hasil *heatmap analysis* untuk halaman metode pembayaran tiket ditunjukkan pada Gambar 4.57.



Gambar 4.57 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran tiket

h. *Heatmap analysis* halaman *invoice*

Hasil *heatmap analysis* untuk halaman *invoice* ditunjukkan pada Gambar 4.58.



Gambar 4.58 *Heatmap analysis* halaman *invoice*

4.3 Create MVP

Pada tahapan ini desain prototipe pertama akan diujikan untuk melihat performa dan kesesuaiannya dengan kebutuhan pengguna yang nantinya akan digunakan untuk membuat desain prototipe kedua. Dalam pelaksanaan pengujian, peneliti melibatkan enam partisipan yang diseleksi berdasarkan kriteria spesifik yaitu memiliki minat dan pengalaman dalam aktivitas wisata. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan kesesuaian latar belakang partisipan dengan tujuan penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan metode *heatmap analysis* untuk mengukur pola interaksi pengguna dengan antarmuka *website*. Selebihnya peneliti langsung melempar ke pengguna *random* untuk menggunakan *website* ini. Untuk melakukan pengujian terhadap enam orang tersebut peneliti telah memberikan petunjuk dalam melakukan testing tersebut.

4.3.1 Identifikasi Pengguna

Sebelum melakukan tahap pengujian, dibuatnya demografi pengguna untuk mengetahui pengguna yang teridentifikasi mencakup latar demografis, termasuk domisili, pekerja, dan usia serta kebutuhan informasi yang beragam. Gambar 4.59 menunjukkan demografis para pengguna



Gambar 4.59 Demografis para pengguna

4.3.2 Pengujian *Heatmap Analysis Design* Pertama

Berdasarkan identifikasi pengguna sasaran diatas, enam pengguna yang memenuhi kriteria dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Pengguna tersebut dipastikan belum pernah menggunakan atau melihat *UI* dari *website* Profit Farm Village. Pengguna hanya diberikan informasi terkait produk secara umum sebelum sesi dimulai. Disusun berbagai skenario tugas pengujian yang disesuaikan dengan kebutuhan *tool* pengujian *Maze*. Skenario perintah/tugas dijabarkan pada tabel 4.4

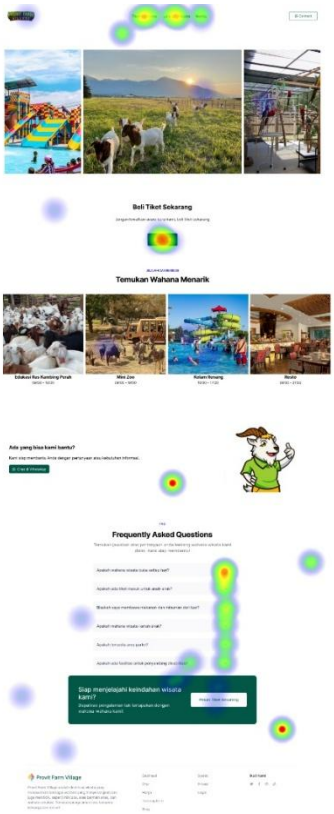
Tabel 4.4 Skenario perintah/tugas

No.	Tugas	Perintah/Tugas	Hasil yang diharapkan
1.	Membeli tiket wisata	Silahkan membeli tiket wisata Profit Farm Village hingga transaksi berhasil.	Pengguna dapat membeli tiket hingga *invoice* keluar.
2.	Membaca berita	Silahkan cari berita terkait "Profit Farm Village Buka Jalur Distribusi Baru".	Pengguna dapat menemukan dan membuka halaman detail artikel "Profit Farm Village Buka Jalur Distribusi Baru".
3.	Cari fasilitas wahana	Silahkan cari fasilitas wahana "Kolam Ikan Koi".	Pengguna dapat menemukan detail fasilitas dari wahana "Kolam Ikan Koi".

a. Hasil *heatmap analysis* halaman *homepage*

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.60 *UI website* halaman *homepage* Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi terkonsentrasi pada area button 'Beli Tiket" diikuti dengan perhatian signifikan pada menu navigasi utama dan section *FAQ* yang juga mendapatkan interaksi yang cukup konsisten. Namun, ditemukan beberapa area yang menunjukkan tingkat interaksi rendah seperti tombol "Chat di *WhatsApp*" dan "*Contact*" yang bisa menjadi point penting untuk komunikasi langsung dengan *costumer service*, serta tombol "Pesan Tiket Sekarang" di bagian bawah halaman *website* kurang mendapatkan perhatian pengunjung. Pola interaksi ini mengindikasikan

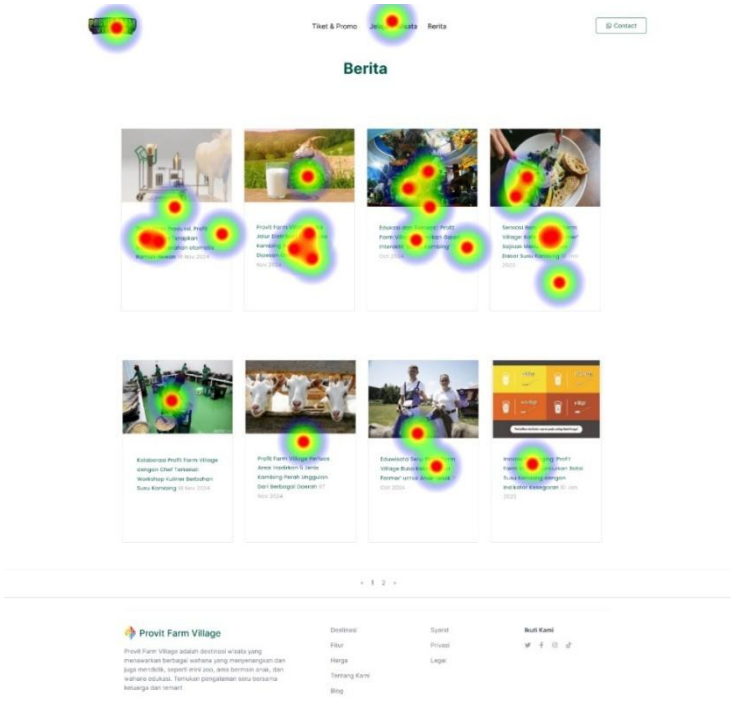
bahwa pengunjung *website* lebih fokus pada informasi praktis terkait tombol “Beli Tiket” dan *FAQ*, namun kurang memanfaatkan fitur komunikasi langsung yang disediakan.



Gambar 4.60 *Heatmap analysis* halaman *homepage*

b. Hasil *heatmap analysis* halaman berita

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.61 *UI website* halaman berita Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi berada di keseluruhan kumpulan artikel berita yang membuat semua pengguna tertarik dalam mencari dan membaca berita tersebut. Pada tombol *home* yang dibuat di dalam logo dan tombol jelajahi wisata juga mendapatkan interaksi yang besar oleh para pengguna, tetapi pada tombol “Tiket & Promo” justru kurang mendapatkan perhatian dari pengguna.



Gambar 4.61 *Heatmap analysis* halaman berita

c. Hasil *heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

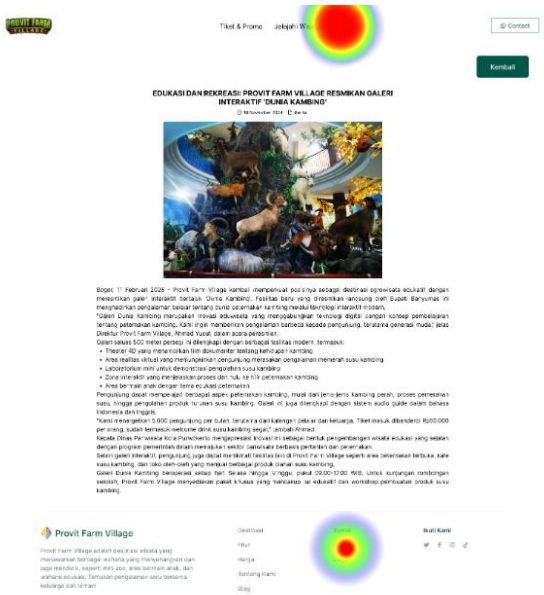
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.62 *UI website* halaman jelajahi wisata Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi berada di keseluruhan kumpulan wahana yang membuat semua pengguna tertarik dalam mencari wahana yang ada di tempat wisata tersebut. Pada tombol “Tiket & Promo“ dan “Berita“ juga mendapatkan interaksi yang besar oleh para pengguna, tetapi pada tombol *home* yang dibuat di dalam logo justru kurang mendapatkan perhatian dari pengguna.



Gambar 4.62 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

d. Hasil *heatmap analysis* halaman artikel berita

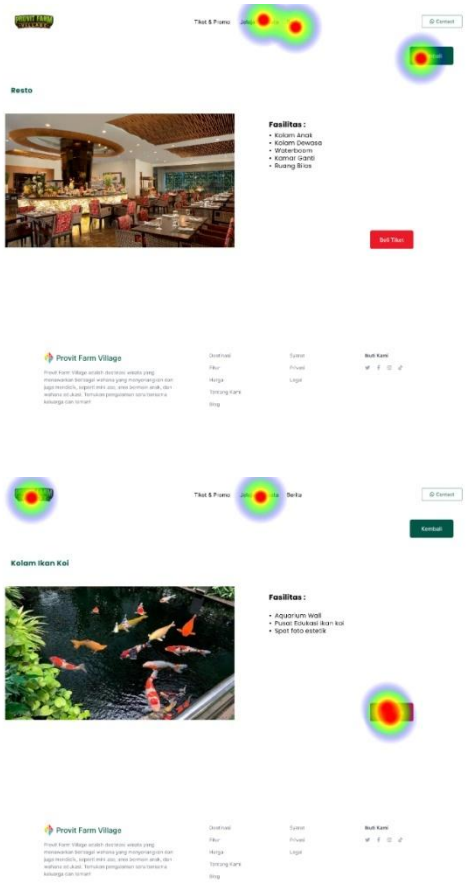
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.63 *UI website* halaman artikel berita Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi berada di tombol "Berita". Tetapi pada bagian tombol kembali justru tidak mendapatkan perhatian sama sekali dari para pengguna.



Gambar 4.63 *Heatmap analysis* halaman artikel berita

e. Hasil *heatmap analysis* halaman detail wisata

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.64 *UI website* halaman detail wisata Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi berada di tombol "Kembali" dan "Beli Tiket". Pada tombol berita dan jelajahi wisata juga mendapatkan interaksi yang cukup tinggi.



Gambar 4.64 *Heatmap analysis* halaman detail wisata

f. Hasil *heatmap analysis* halaman pembelian tiket

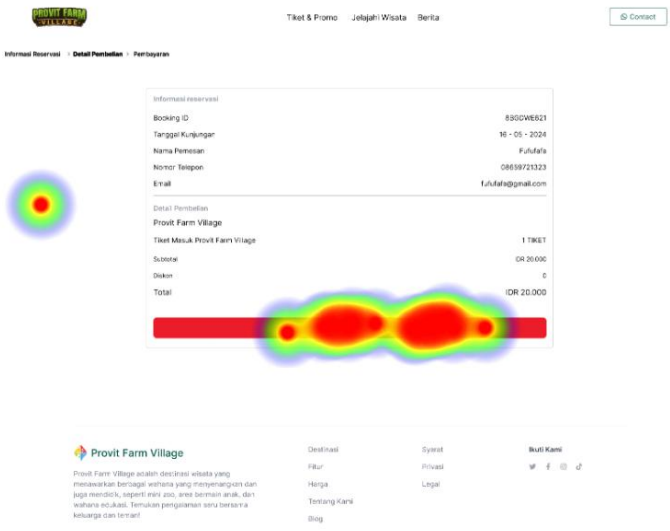
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.65 *UI* halaman pembelian tiket *website* Profit Farm Village, terlihat bahwa interaksi pengguna tertinggi terjadi hampir di seluruh bagian halaman terutama pada elemen-elemen seperti penambahan tiket, pemilihan tanggal, pengisian nama, nomor HP, email, dan tombol "Bayar Tiket Sekarang".



Gambar 4.65 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket

g. Hasil *heatmap analysis* halaman konfirmasi pembelian tiket

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.66 *UI* halaman pembelian tiket *website* Profit Farm Village, terlihat bahwa interaksi pengguna tertinggi terjadi di tombol "Bayar Tiket Sekarang".



Gambar 4.66 *Heatmap analysis* halaman konfirmasi pembelian tiket

h. Hasil *heatmap analysis* halaman metode pembayaran

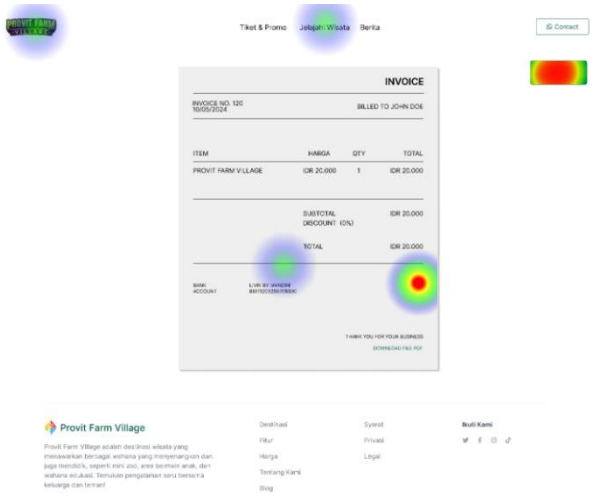
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.67 *UI* halaman metode pembayaran *website* Profit Farm Village, terlihat bahwa interaksi pengguna tertinggi terjadi hampir di seluruh halaman terutama pada elemen-elemen metode pembayaran.



Gambar 4.67 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran

i. Hasil *heatmap analysis* halaman *invoice*

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.68 *UI* halaman *invoice website* Profit Farm Village, terlihat bahwa interaksi pengguna tertinggi terjadi pada tombol “Kembali” diikuti dengan tombol *home* dan jelajahi wisata. tetapi pada tombol *download file pdf* justru tidak mendapatkan perhatian dari para pengguna.



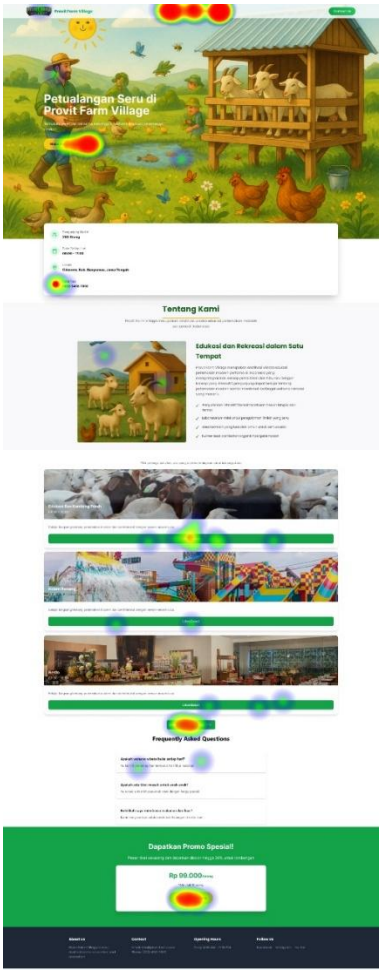
Gambar 4.68 *Heatmap analysis* halaman *invoice*

4.3.3 Pengujian *Heatmap Analysis Design* Kedua

Pengujian menggunakan *heatmap analysis* dilakukan untuk menganalisis interaksi pengguna terhadap *UI high-fidelity design* kedua. Analisis ini membantu mengidentifikasi area yang paling sering diklik, dilihat, atau diabaikan oleh pengguna, sehingga memberikan wawasan tentang efektivitas tata letak dan elemen visual dalam desain. Berikut adalah hasil *heatmap analysis* pada beberapa halaman:

a. Hasil *heatmap analysis* halaman *homepage*

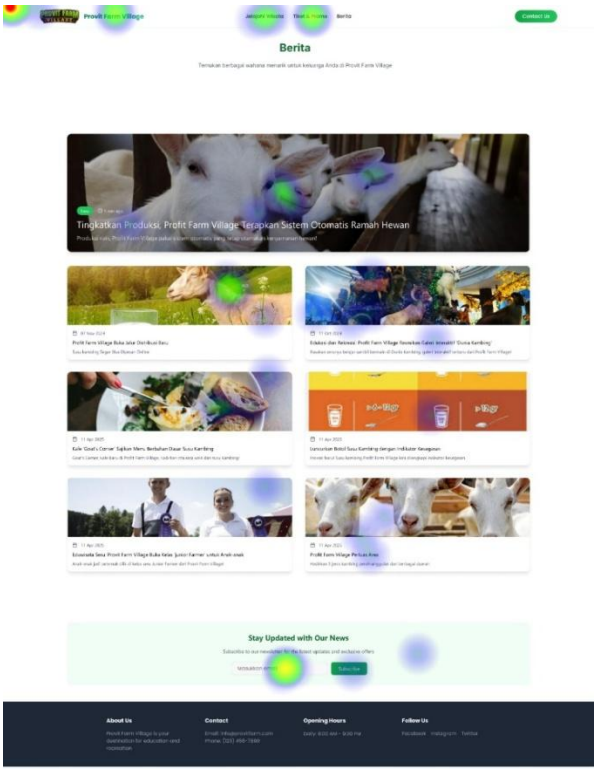
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.69 *UI* halaman *website homepage* Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi berada di tombol "Mulai Petualangan Sekarang", menu navigasi atas, bagian *FAQ*, tombol "Jelajahi Wisata Lainnya", serta "*Booking* Sekarang". Ini menujukkan bahwa pengguna aktif dalam mengeksplorasi halaman, mencari informasi lebih lanjut mengenai aktivitas, berita, wahana, dan promo yang sedang ditawarkan.



Gambar 4.69 *Heatmap analysis* halaman *homepage*

b. Hasil *heatmap analysis* halaman berita

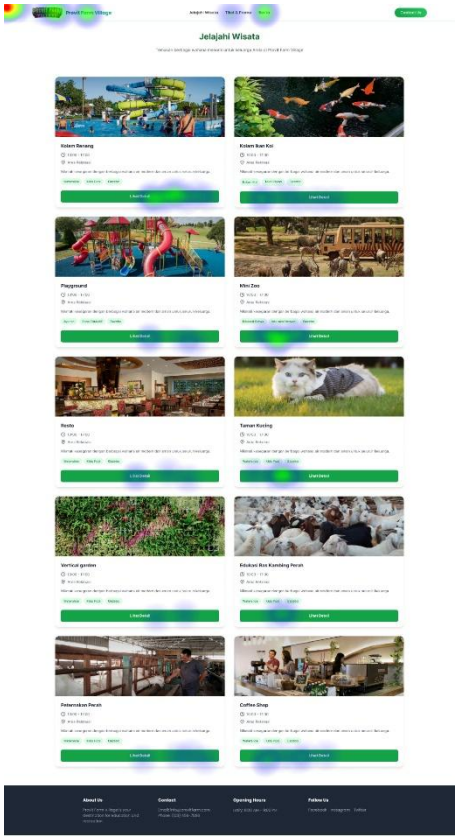
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.70 *UI* halaman *website* berita Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna rata-rata hampir terjadi di seluruh bagian halaman terutama pada kumpulan artikel yang tersedia. Ini menunjukkan bahwa pengguna aktif dalam mengeksplorasi halaman, mencari berita terkait tempat wisata tersebut. Pada tombol jelajahi wisata, tiket & promo, *subscribe*, serta tombol *home* yang berada di logo juga di *explore* oleh pengguna.



Gambar 4.70 *Heatmap analysis* halaman berita

c. Hasil *heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

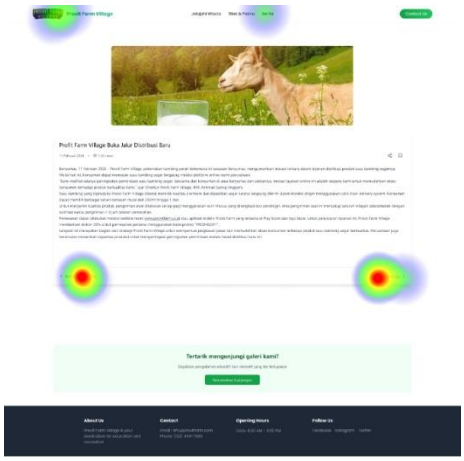
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.71 *UI* halaman *website* jelajahi wisata Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna rata-rata hampir terjadi di seluruh bagian halaman terutama pada kumpulan wahana yang disediakan oleh tempat wisata tersebut. Ini menunjukkan bahwa pengguna aktif dalam mengeksplorasi halaman, mencari informasi terkait wahana apa saja pada tempat wisata tersebut. Pada tombol berita, tiket & promo, serta tombol *home* yang berada di logo juga di *explore* oleh pengguna.

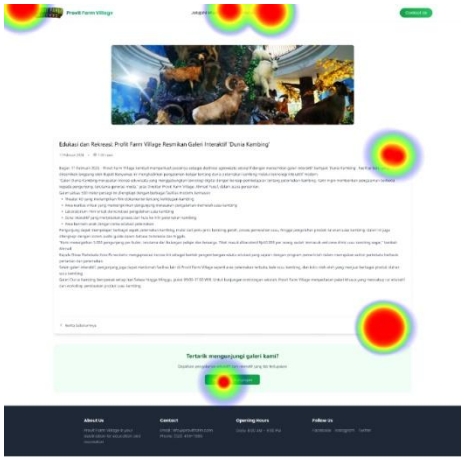


Gambar 4.71 *Heatmap analysis* halaman jelajahi wisata

d. Hasil *heatmap analysis* halaman artikel berita

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.72 *UI* halaman *website* artikel berita Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi hampir di seluruh bagian halaman, terutama pada elemen-elemen utama pada halaman tersebut seperti tombol artikel selanjutnya, artikel sebelumnya, *home*, berita, jelajahi wisata, *bookmark* dan tombol rencanakan kunjungan.

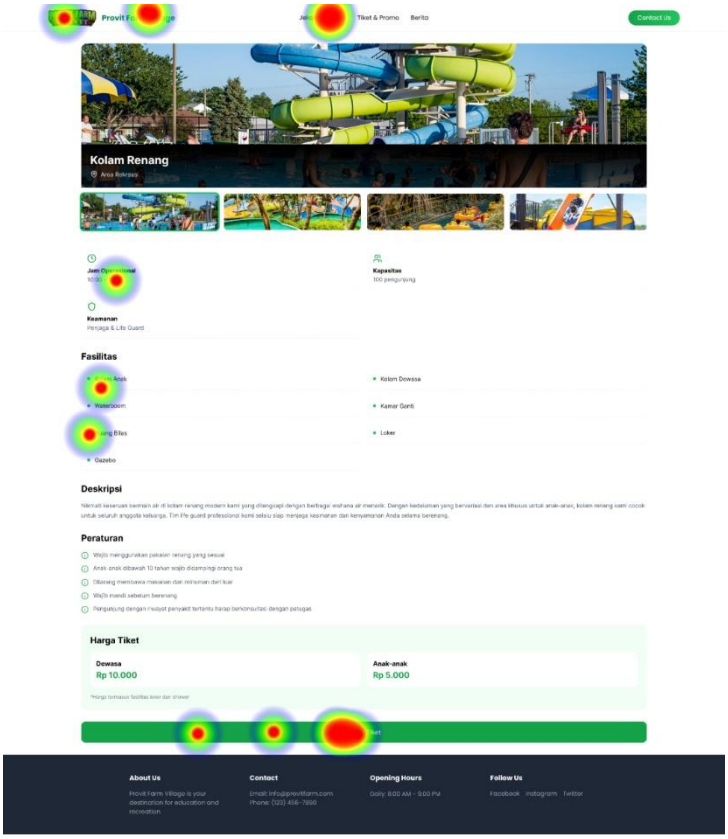




Gambar 4.72 *Heatmap analysis* halaman artikel berita

e. Hasil *heatmap analysis* halaman detail wisata

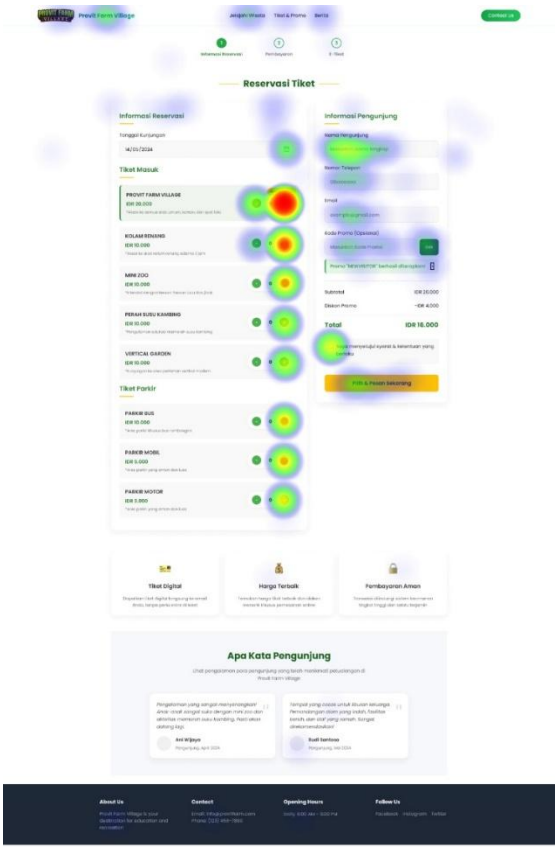
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.73 *UI* halaman *website* detail wisata Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi terjadi hampir diseluruh bagian halaman terutama pada bagian informasi penting seperti jam operasional, fasilitas, *home*, jelajahi wisata dan tombol "Pesan Sekarang". Pengguna sangat memanfaatkan informasi yang tertera pada halaman ini.



Gambar 4.73 *Heatmap analysis* halaman detail wisata

f. Hasil *heatmap analysis* halaman pembelian tiket

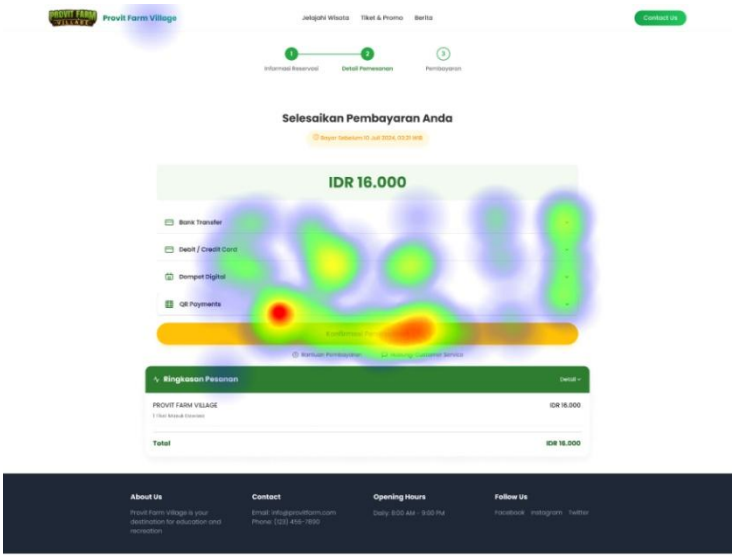
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.74 *UI* halaman *website* pembelian tiket Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi terjadi hampir di seluruh bagian halaman terutama pada elemen-elemen seperti pembelian tiket, pemilihan tanggal, pengisian nama, nomor HP, email, cek promo, *home*, jelajahi wisata, berita, serta tombol "Pilih & Pesan Sekarang".



Gambar 4.74 *Heatmap analysis* halaman pembelian tiket

g. Hasil *heatmap analysis* halaman metode pembayaran tiket

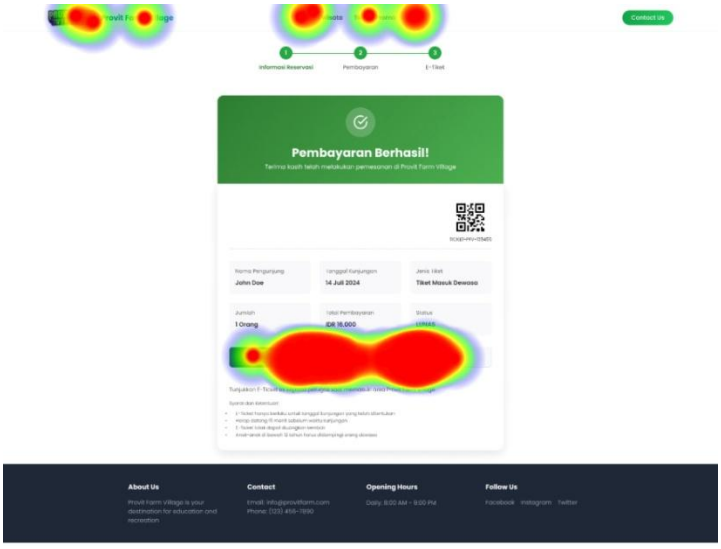
Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.75 *UI* halaman *website* metode pembayaran tiket Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi terjadi hampir di seluruh bagian halaman terutama pada elemen-elemen seperti metode pembayaran *bank transfer*, *debit/credit card*, dompet digital, pembayaran *QR*, serta tombol "Konfirmasi Pembayaran".



Gambar 4.75 *Heatmap analysis* halaman metode pembayaran tiket

h. Hasil *heatmap analysis* halaman *invoice*

Berdasarkan hasil *heatmap analysis* pada Gambar 4.76 *UI* halaman *website invoice* Provit Farm Village menunjukkan bahwa interaksi pengguna tertinggi hampir di seluruh bagian halaman terutama pada tombol “Unduh E-tiket”, “Home”, jelajahi wisata, tiket & promo, berita, serta *home* pada logo.



Gambar 4.76 *Heatmap analysis* halaman *invoice*

4.4 Research and Learning

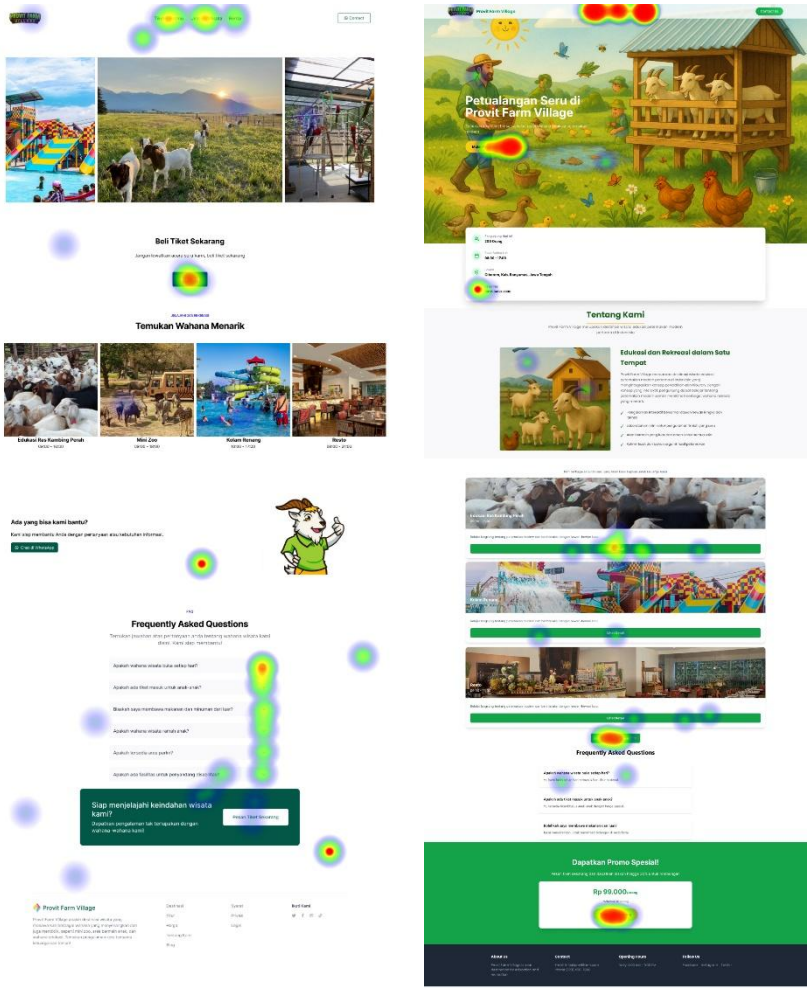
Pada tahapan ini dilakukan identifikasi terhadap hasil *heatmap analysis design* yang diujikan menggunakan metode *A/B testing* dengan tujuan memperoleh perbandingan hasil dari kedua desain tersebut.

4.4.1 Perbandingan Hasil *Heatmap Analysis UI Website* Profit Farm Village

Bagian ini membandingkan hasil *heatmap analysis* antara desain *UI* versi pertama dan kedua dari *website* Profit Farm Village. Tujuan perbandingan ini adalah untuk melihat efektivitas perubahan desain dalam meningkatkan interaksi dan fokus pengguna terhadap elemen-elemen antarmuka.

a. Halaman *homepage*

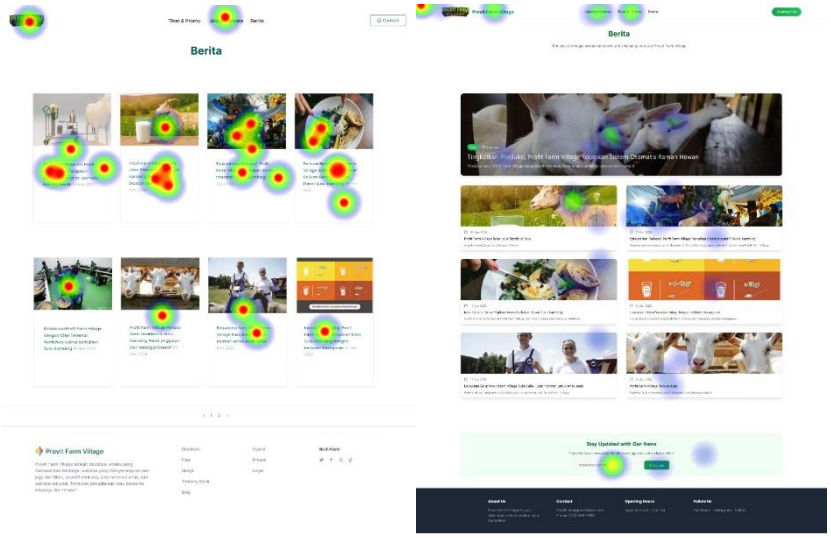
Halaman *homepage* merupakan halaman pertama yang diakses oleh pengguna saat membuka situs *website* profit Farm Village. Terdapat perbedaan yang signifikan antara desain pertama dan desain kedua. Perubahan yang dilakukan meliputi penataan ulang isi konten, penghapusan tombol “Chat di WhatsApp”, pengubahan tombol “Pesan Tiket Sekarang” menjadi konten promo, serta penambahan profil tempat wisata, jumlah pengunjung terkini, lokasi, jam operasional, dan nomor *customer service* di bagian atas halaman. Pada bagian tengah halaman, ditampilkan tiga wahana utama dari tempat wisata tersebut. Hasil perubahan ini membuat pengunjung menjadi lebih tertarik untuk mengeksplorasi keseluruhan halaman utama. Gambar 4.77 perbandingan hasil *heatmap analysis homepage* pertama dan kedua.



Gambar 4.77 Perbandingan hasil *heatmap analysis homepage* pertama dan kedua

b. Halaman berita

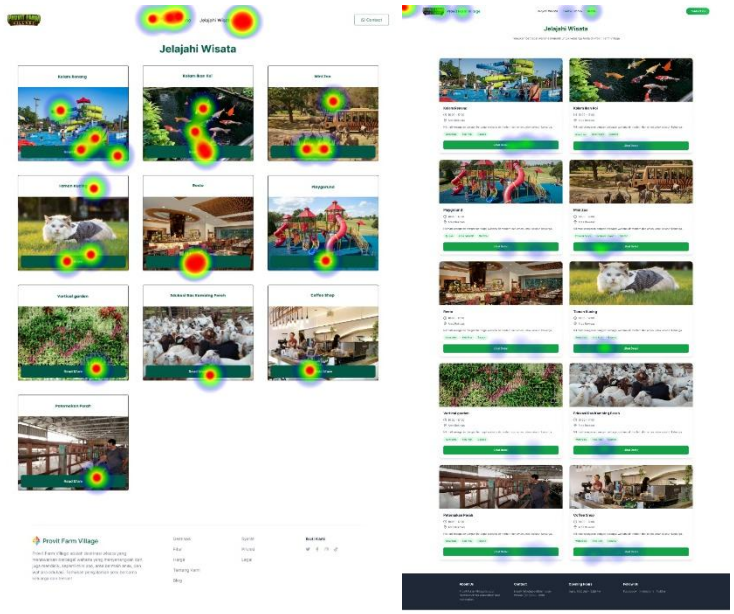
Halaman berita menampilkan daftar berita atau event yang sedang berlangsung di tempat wisata tersebut. Perubahan yang dilakukan meliputi penataan ulang tata letak konten, penambahan *highlight* pada setiap berita, informasi waktu unggahan, serta fitur *subscribe* agar pengunjung dapat terus mendapatkan *update* terbaru. Tujuan perubahan ini adalah untuk meningkatkan ketertarikan pengguna saat mengunjungi halaman, mengurangi rasa bosan, dan mendorong mereka untuk membaca lebih lanjut. Hasilnya, pengunjung bahkan bersedia melakukan *subscribe* agar tidak ketinggalan informasi terbaru dari tempat wisata tersebut. Gambar 4.78 perbandingan hasil *heatmap analysis* berita pertama dan kedua.



Gambar 4.78 Perbandingan hasil *heatmap analysis* berita pertama dan kedua

c. Halaman jelajahi wisata

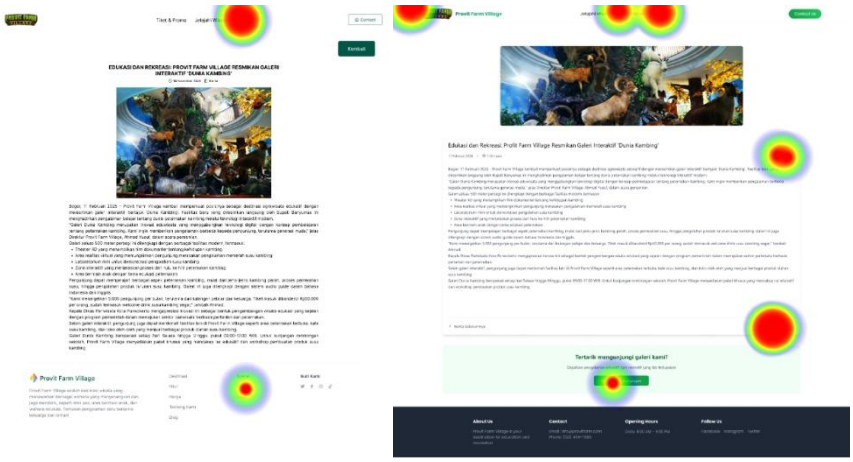
Halaman jelajahi wisata menampilkan berbagai wahana yang dimiliki oleh tempat wisata tersebut. Pada halaman ini, perubahan dilakukan dengan menata ulang tata letak konten serta menambahkan *highlight* pada setiap wahana, seperti jam operasional, lokasi, deskripsi singkat, dan cuplikan fasilitas. Berdasarkan hasil desain kedua, terlihat bahwa pengunjung menunjukkan interaksi yang cukup tinggi dan merata dalam mencari informasi terkait masing-masing wahana. Gambar 4.79 perbandingan hasil *heatmap analysis* jelajahi wisata pertama dan kedua.



Gambar 4.79 Perbandingan hasil *heatmap analysis* jelajahi wisata pertama dan kedua

d. Halaman artikel berita

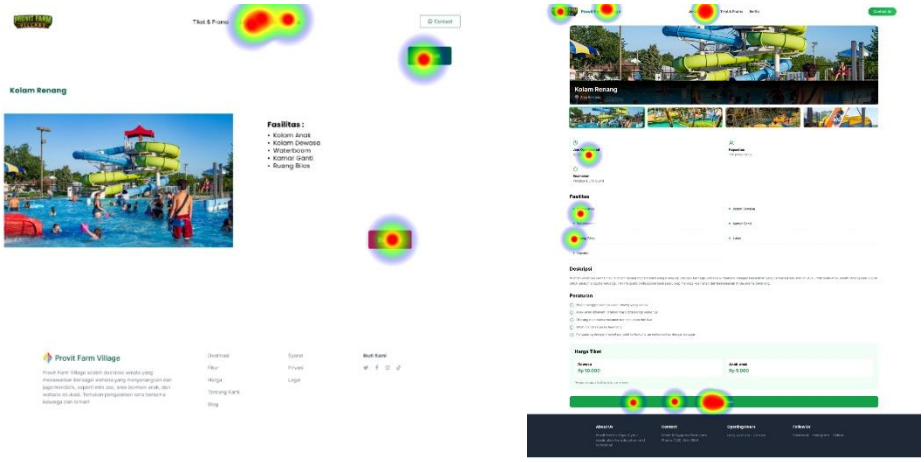
Halaman artikel berita menampilkan isi lengkap dari berita atau *event* yang sedang berlangsung. Pada desain pertama, masih terdapat beberapa tombol yang tidak mendapatkan interaksi dari pengguna. Namun, setelah dilakukan perubahan pada desain kedua, pengguna terlihat lebih aktif mengeksplorasi halaman ini. Salah satu perubahan penting adalah penambahan tombol "Rencakan Kunjungan" yang mengarahkan langsung ke halaman pembelian tiket, dan fitur ini terbukti mendapatkan interaksi dari para pengunjung. Gambar 4.80 perbandingan hasil *heatmap analysis* artikel berita pertama dan kedua.



Gambar 4.80 Perbandingan hasil *heatmap analysis* artikel berita pertama dan kedua

e. Halaman detail wisata

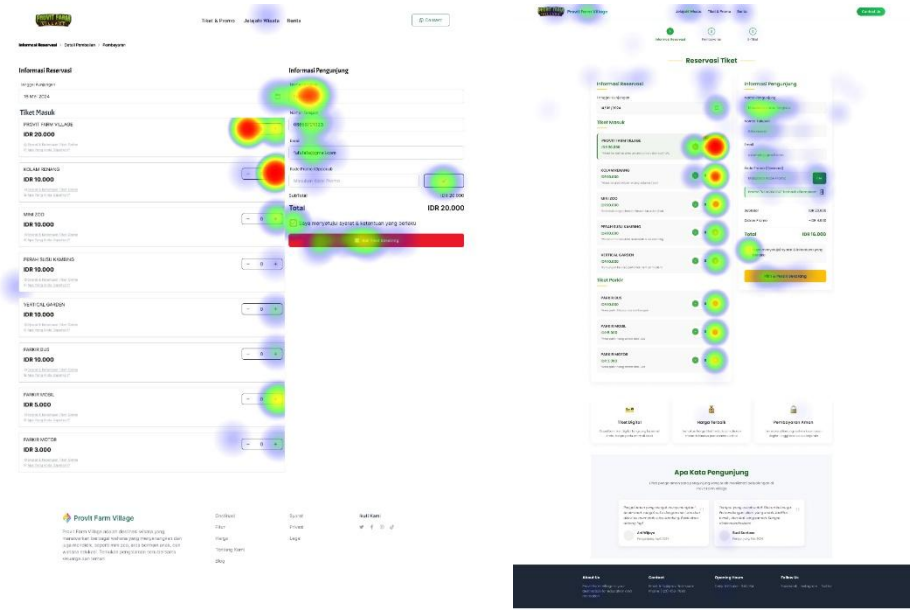
Halaman detail wisata menampilkan berbagai fasilitas yang tersedia pada setiap wahana. Pada desain pertama, halaman ini hanya menampilkan foto wahana beserta fasilitasnya, namun demikian, desain tersebut telah mendapatkan tingkat interaksi yang cukup tinggi dari pengguna. Selanjutnya, pada desain kedua dilakukan perubahan tata letak serta penambahan informasi penting, seperti deskripsi wahana, jam operasional, informasi keamanan, fasilitas, dan peraturan di setiap wahana. Setelah dilakukan perubahan tersebut, tingkat interaksi pengguna pada halaman ini meningkat secara signifikan. Gambar 4.81 perbandingan hasil *heatmap analysis* detail wisata pertama dan kedua.



Gambar 4.81 Perbandingan hasil *heatmap analysis* detail wisata pertama dan kedua

f. Halaman pembelian tiket

Halaman pembelian tiket menampilkan berbagai jenis tiket yang dijual oleh pihak tempat wisata, termasuk tiket wahana dan tiket parkir kendaraan. Pada desain pertama, halaman ini telah mendapatkan interaksi yang tinggi dari para pengguna. Selanjutnya, pada desain kedua dilakukan beberapa penyesuaian, seperti penambahan testimoni dari pengunjung. Hasilnya, halaman ini tetap memperoleh tingkat interaksi yang tinggi dari para pengguna. Gambar 4.82 perbandingan hasil *heatmap analysis* pembelian tiket pertama dan kedua.



Gambar 4.82 Perbandingan hasil *heatmap analysis* pembelian tiket pertama dan kedua

g. Halaman metode pembayaran tiket

Halaman pembayaran tiket menampilkan berbagai metode pembayaran yang dapat digunakan oleh pengguna. Pada desain pertama, terdapat lima metode pembayaran yang disediakan. Namun, berdasarkan hasil analisisnya, beberapa metode pembayaran tersebut

kurang mendapatkan interaksi dari pengguna. Oleh karena itu, pada desain kedua dilakukan penyesuaian dengan mengurangi jumlah metode pembayaran menjadi empat. Hasilnya, desain kedua menunjukkan peningkatan interaksi yang lebih tinggi dibandingkan desain sebelumnya, di mana rata-rata pengguna memanfaatkan seluruh metode pembayaran yang tersedia. Gambar 4.83 perbandingan hasil *heatmap analysis* metode pembayaran pertama dan kedua.



Gambar 4.83 Perbandingan hasil *heatmap analysis* metode pembayaran pertama dan kedua

h. Halaman *invoice*

Halaman *invoice* menampilkan rincian hasil dari pembayaran tiket yang telah dilakukan oleh pengguna. Pada desain pertama, halaman ini sudah menunjukkan tingkat interaksi yang tinggi dari para pengguna. Selanjutnya, pada desain kedua dilakukan perubahan pada tata letak serta penambahan kode *QR* untuk E-tiket. Meskipun perubahan yang dilakukan bersifat minimal, halaman ini tetap mempertahankan tingkat interaksi yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.84 perbandingan hasil *heatmap analysis invoice* pertama dan kedua.



Gambar 4.84 Perbandingan hasil *heatmap analysis invoice* pertama dan kedua

4.4.2 Pencapaian Target

Implementasi metode *heatmap analysis* pada *UI website* Profit Farm Village menunjukkan hasil yang positif berdasarkan tiga skenario pengujian yang dirangkum pada Tabel 4.4. Secara umum, seluruh tugas berhasil diselesaikan oleh pengguna dengan baik yang

mengindikasikan efektivitas *UI* dalam mendukung tujuan utama *website* yaitu memfasilitasi proses pembelian tiket wisata secara digital. Pada skenario pertama, pengguna diminta untuk membeli tiket wisata hingga transaksi selesai. Hasilnya, pengguna dapat menyelesaikan proses pembelian secara lengkap mulai dari pemilihan tiket, pengisian data, hingga munculnya *invoice* sebagai bukti transaksi. Interaksi pengguna terlihat jelas melalui *heatmap* yang menunjukkan konsentrasi klik pada tombol "Beli Tiket" dan formulir data pengguna, menandakan navigasi dan alur transaksi berjalan dengan lancar. Skenario kedua menguji kemampuan pengguna dalam mencari dan membaca artikel berita berjudul "Profit Farm Village Buka Jalur Distribusi Baru". Pengguna berhasil menemukan artikel tersebut melalui fitur Berita yang tersedia di halaman utama. *Heatmap* menunjukkan aktivitas klik yang tinggi pada halaman *homepage* dan halaman berita ditampilkan secara lengkap tanpa kendala. Pada skenario ketiga, pengguna diminta mencari informasi fasilitas pada wahana "Kolam Ikan Koi". Hasilnya menunjukkan bahwa pengguna mampu menemukan dan membaca informasi secara menyeluruh melalui navigasi "Jelajahi Wisata". *Heatmap* mengindikasikan aktivitas interaksi yang tinggi pada konten fasilitas, yang mencerminkan ketertarikan dan keberhasilan pengguna dalam menemukan informasi yang relevan. Secara keseluruhan, antarmuka website ini mampu mengarahkan pengguna untuk menyelesaikan tugas-tugas utama dengan efektif. Proses pembelian tiket dapat dilakukan dari berbagai titik masuk, termasuk halaman *homepage*, halaman berita, halaman wahana. Tabel 4.5 menunjukkan hasil yang dicapai dari skenario/tugas

Tabel 4.5 Hasil skenario perintah/tugas

No.	**Tugas**	**Perintah/Tugas**	**Hasil yang diharapkan**	**Hasil yang dicapai**
1.	Membeli tiket wisata	Silahkan membeli tiket wisata Profit Farm Village hingga transaksi berhasil.	Pengguna dapat membeli tiket hingga *invoice* keluar.	Pengguna berhasil menyelesaikan proses pembelian tiket melalui antarmuka *website* dengan lancar. Setelah memilih jumlah tiket dan mengisi data, sistem

				menampilkan metode pembayaran , dan sistem menampilkan invoice secara otomatis. *Heatmap* menunjukkan konsentrasi klik pada tombol "Beli Tiket" dan form data pengguna.
2.	Membaca berita	Silahkan cari berita terkait "Profit Farm Village Buka Jalur Distribusi Baru".	Pengguna dapat menemukan dan membuka halaman detail artikel "Profit Farm Village Buka Jalur Distribusi Baru".	Pengguna berhasil menemukan artikel yang dicari melalui fitur berita pada halaman utama, interaksi *heatmap* menunjukkan aktivitas tinggi pada kolom pencarian dan klik pada judul artikel. Halaman artikel berhasil ditampilkan secara lengkap.
3.	Cari fasilitas wahana	Silahkan cari fasilitas wahana "Kolam Ikan Koi".	Pengguna dapat menemukan detail fasilitas dari wahana "Kolam Ikan Koi".	Pengguna berhasil menemukan informasi lengkap mengenai fasilitas "Kolam Ikan Koi" melalui menu

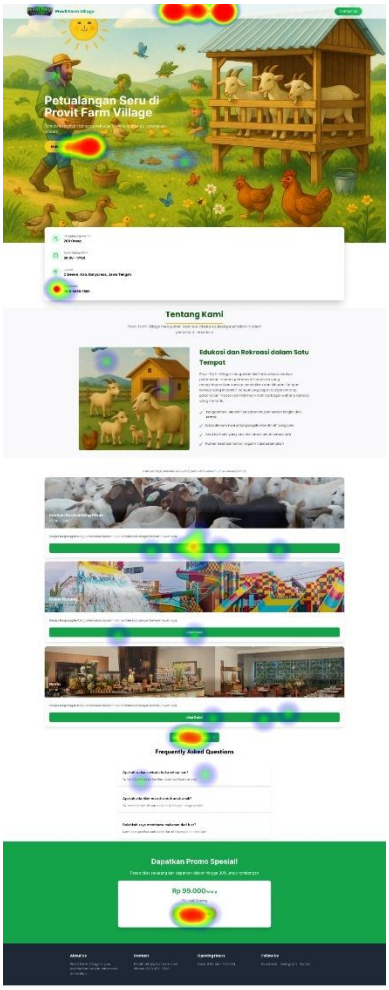
				wahana. *Heatmap* menunjukkan aktivitas tinggi pada fasilitas wahana yang menandakan bahwa konten tersebut diakses dan dibaca oleh pengguna.

4.5 Desain Final

Setelah melakukan tahap *Research and Learning*, langkah terakhir yang dilakukan adalah menentukan desain final untuk setiap halaman. Penentuan ini didasarkan pada hasil *heatmap analysis* yang diperoleh pada tahap sebelumnya. Berikut merupakan hasil desain final dari masing-masing halaman.

a. Halaman *homepage*

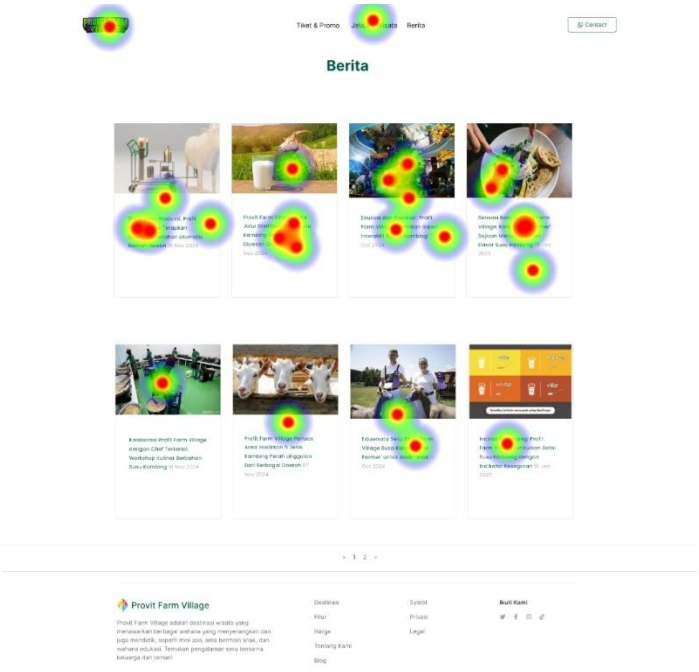
Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain kedua dipilih sebagai final untuk halaman *homepage* karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.85 Desain final halaman *homepage.*



Gambar 4.85 Desain final halaman *homepage*

b. Halaman berita

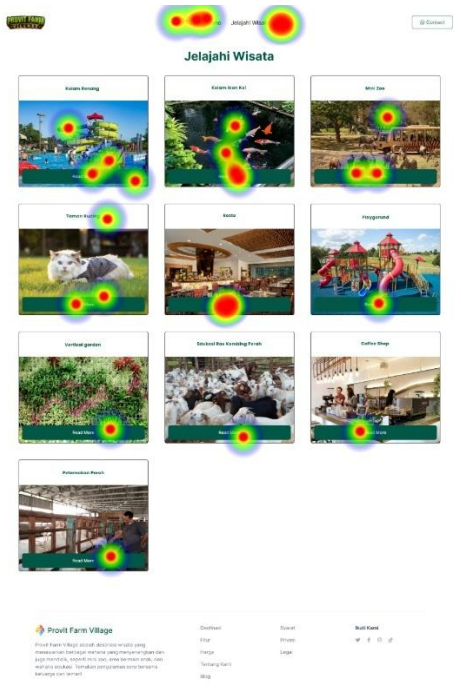
Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain pertama dipilih sebagai final untuk halaman berita karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.86 Desain final halaman berita.



Gambar 4.86 Desain final halaman berita

c. Halaman jelajahi wisata

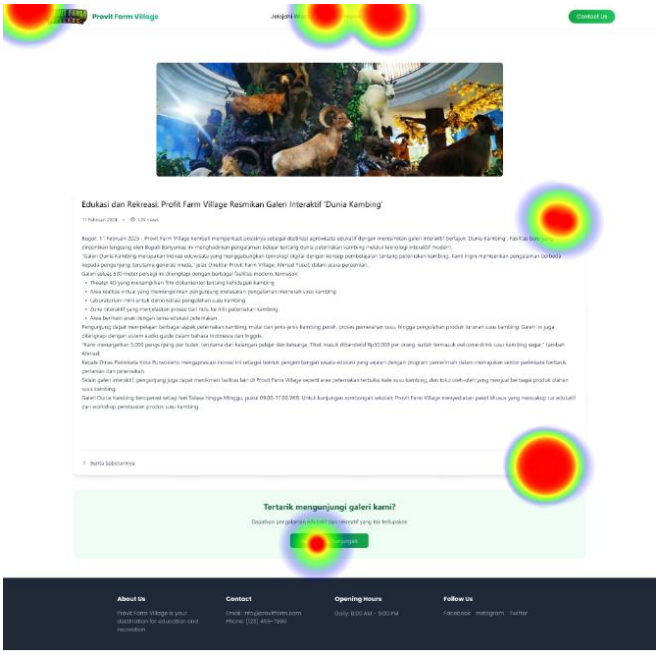
Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain pertama dipilih sebagai final untuk halaman jelajahi wisata karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.87 Desain final halaman jelajahi wisata.



Gambar 4.87 Desain final halaman jelajahi wisata

d. Halaman artikel berita

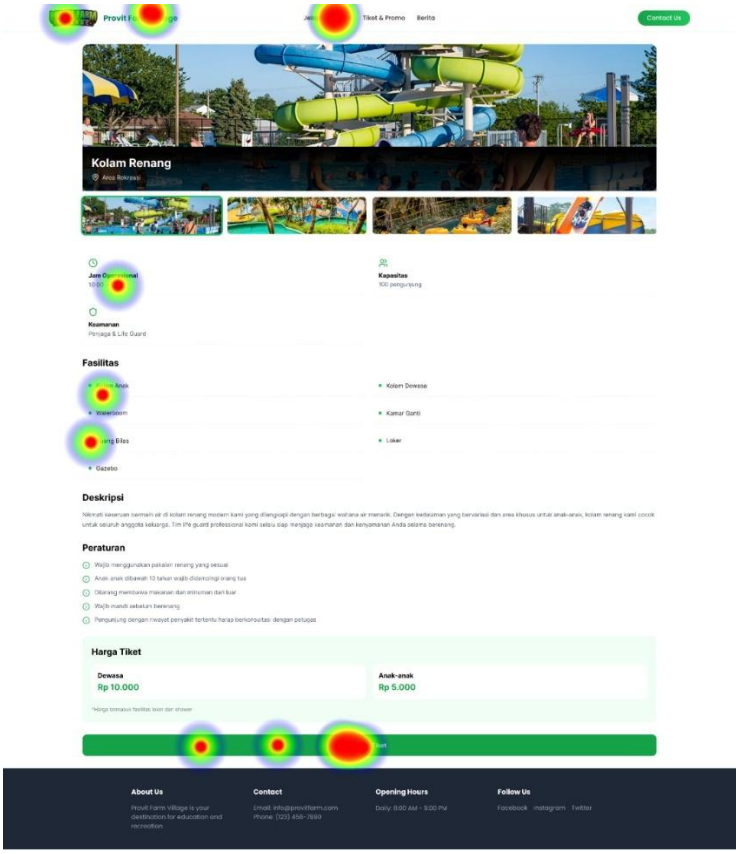
Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain kedua dipilih sebagai final untuk halaman artikel berita karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.88 Desain final halaman artikel berita.



Gambar 4.88 Desain final halaman artikel berita

e. Halaman detail wisata

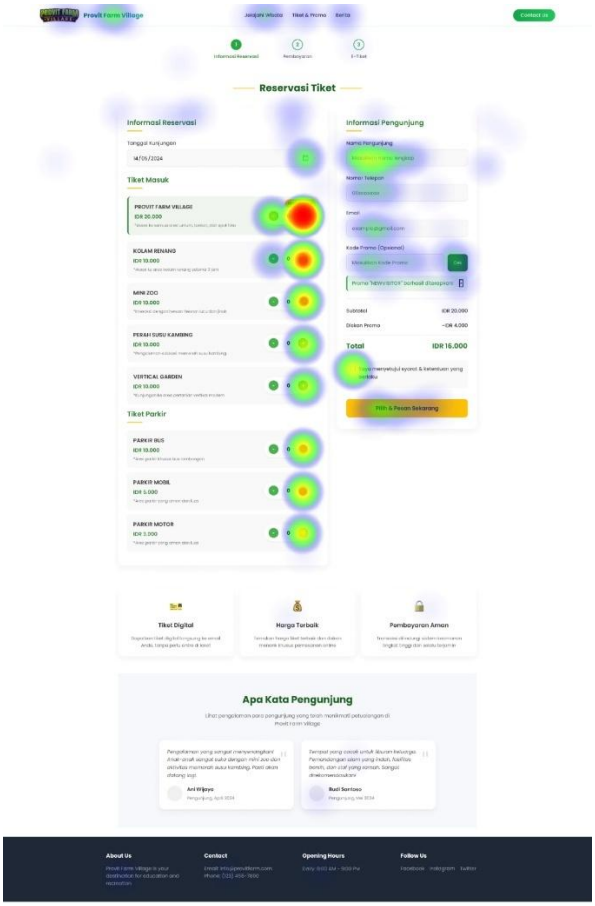
Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain kedua dipilih sebagai final untuk halaman detail wisata karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.89 Desain final halaman detail wisata.



Gambar 4.89 Desain final halaman detail wisata

f. Halaman pembelian tiket

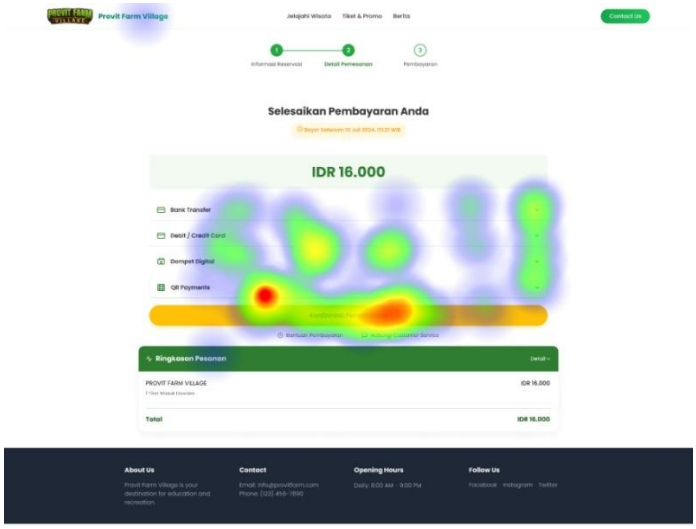
Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain kedua dipilih sebagai final untuk halaman pembelian tiket karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.90 Desain final halaman pembelian tiket.



Gambar 4.90 Desain final halaman pembelian tiket

g. Halaman metode pembayaran

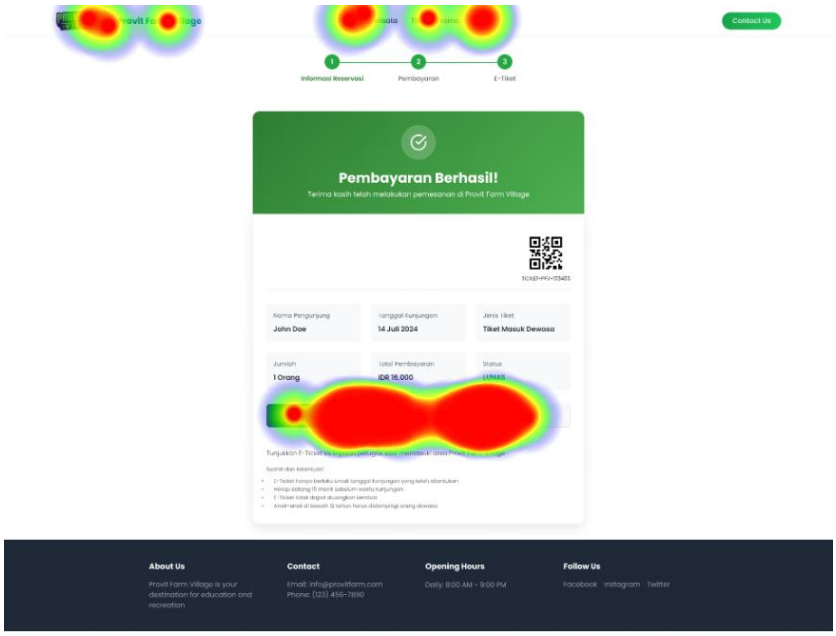
Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain kedua dipilih sebagai final untuk halaman metode pembayaran karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.91 Desain final halaman metode pembayaran.



Gambar 4.91 Desain final halaman metode pembayaran

h. Halaman *invoice*

Berdasarkan hasil *heatmap analysis,* desain kedua dipilih sebagai final untuk halaman *invoice* karena memperoleh respons yang tinggi dari pengguna. Gambar 4.92 Desain final halaman *invoice.*



Gambar 4.92 Desain final halaman *invoice*

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Desain *UI/UX website* Profit Farm Village berhasil dikembangkan secara efektif dengan menerapkan metode *Lean UX* dan *heatmap analysis*. *Lean UX* memberikan kerangka kerja yang efisien melalui *declare assumptions* hingga tahap validasi berbasis umpan balik pengguna. Sementara itu, *heatmap analysis* digunakan untuk memvisualisasikan pola interaksi pengguna, yang kemudian menjadi dasar dalam melakukan iterasi dan penyempurnaan desain. Hasil pengujian menunjukkan bahwa desain pada iterasi kedua memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, baik dari segi kemudahan navigasi maupun keterlibatan pengguna. Dengan demikian, penerapan kedua metode ini terbukti mampu menghasilkan desain *UI/UX* yang fungsional, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam konteks digitalisasi layanan wisata edukatif.

5.2 Saran

Meskipun analisis aspek *UI/UX website* Profit Farm Village telah berhasil dilakukan, terdapat beberapa hal yang masih dapat ditingkatkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

a. Mengakomodasi kebutuhan pengguna *mobile* pada website Profit Farm Village agar dapat diakses melalui perangkat *mobile*, tidak hanya melalui laptop.
b. Mengembangkan lebih banyak fitur seperti *cart* untuk memungkinkan pengguna menyimpan tiket yang akan dibeli tanpa harus langsung melakukan transaksi.
c. Mengimplementasikan rancangan *layout resoponsive* untuk *website* Profit Farm Village berdasarkan metode *Lean UX* yang telah diterapkan dalam penelitian ini, sehingga tampilan *website* dapat menyesuaikan dengan berbagai ukuran perangkat pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Burch, M., Chuang, L., Fisher, B., Schmidt, A., & Weiskopf, D. (2017). *Eye tracking and visualization : foundations, techniques, and applications : ETVIS 2015*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-3-319-47024-5

Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience : User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders Publishing, Pearson Education [distributor]. https://www.google.co.id/books/edition/The_Elements_of_User_Experience/9QC6r5OzCpUC?hl=en&gbpv=0

Gothelf, Jeff., & Seiden, Josh. (2016). *Lean UX : designing great products with Agile teams*. O'Reilly. https://www.google.co.id/books/edition/Lean_UX/QnQNDQAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Ikhsan, N., Sokibi, P., & Fahrudin, R. (2023). *PERANCANGAN DESAIN ANTARMUKA PENGGUNA DENGAN METODE LEAN UX PADA APLIKASI SISTEM INFORMASI DESA CIBENTANG BERBASIS ANDROID*.

ISO. (2019). *ISO 9241-210:2019 - Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems*. https://www.iso.org/standard/77520.html

Kemenparekraf. (2023, March 9). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Januari 2023*. https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulan-januari-2023

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. In *Jurnal Kajian Ruang* (Vol. 1). http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr

Najib, M., & Trafika, E. (2023). Designing UI/UX for CareerSite Website Using LeanUX Method. In *Information Technology International Journal* (Vol. 1, Issue 1). https://itijournal.org/index.php/ITIJ/article/view/3

Nielsen, J. (2023, September 10). *UX Research Methods: Glossary*. https://www.nngroup.com/articles/research-methods-glossary/

Nunnally, Brad., & Farkas, David. (2016). *UX research : practical techniques for designing better products*. O'Reilly Media. https://www.google.co.id/books/edition/UX_Research/jPOeDQAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Pernice, K. (2017, November 12). *F-Shaped Pattern of Reading on the Web: Misunderstood, But Still Relevant (Even on Mobile)*. https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/

Pradana, F. I., & Cahyono, A. B. (2022). *Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Mobile Startup Sajiloka dengan Lean UX*. https://journal.uii.ac.id/AUTOMATA/article/view/24175/14040

Pratama, W. S. A., & Indriyanti, A. D. (2023). Perancangan Design UI/UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking. In *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence)* (Vol. 04). https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/51144/41865

Rafiq, A., & Suranto, B. (2023). *Perancangan Ulang Desain UI/UX Website Klinik Piramida Jaya Dengan Metode Lean UX*. https://journal.uii.ac.id/AUTOMATA/article/view/28636/15858

Ramadhan, A., Mardhia, M. M., & Anwar, N. (2023). WEBSITE PROMOSI WISATA BARU DI WILAYAH YOGYAKARTA DENGAN PENDEKATAN LEAN UX. In *Journal of Information System Management (JOISM) e-ISSN* (Vol. 5, Issue 1). https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/joism/article/view/1000

Rivansyah, M., Arifianto, D., & Suharso, W. (2022). *Analisis Dan Pengembangan User Interface Dan User Experience Berbasis Metode Lean UX Pada Aplikasi Sistem Informasi Akademik Mobile*. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JASIE/article/view/19025

Satzinger, J. W., Jackson, R. B., & Burd, S. D. (2008). *Systems Analysis and Design in a Changing World*. Course Technology. https://books.google.co.id/books?id=-ot62DeCKO4C

Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). *PENTINGNYA WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DESTINASI WISATA DI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN MINAHASA Oleh YUNICE ZEVANYA SURENTU*. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117

Suteja, B. R., & Harjoko, A. (2008). I-1 User Interface Design for e-Learning System. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, 1907–5022. https://journal.uii.ac.id/Snati/article/view/859

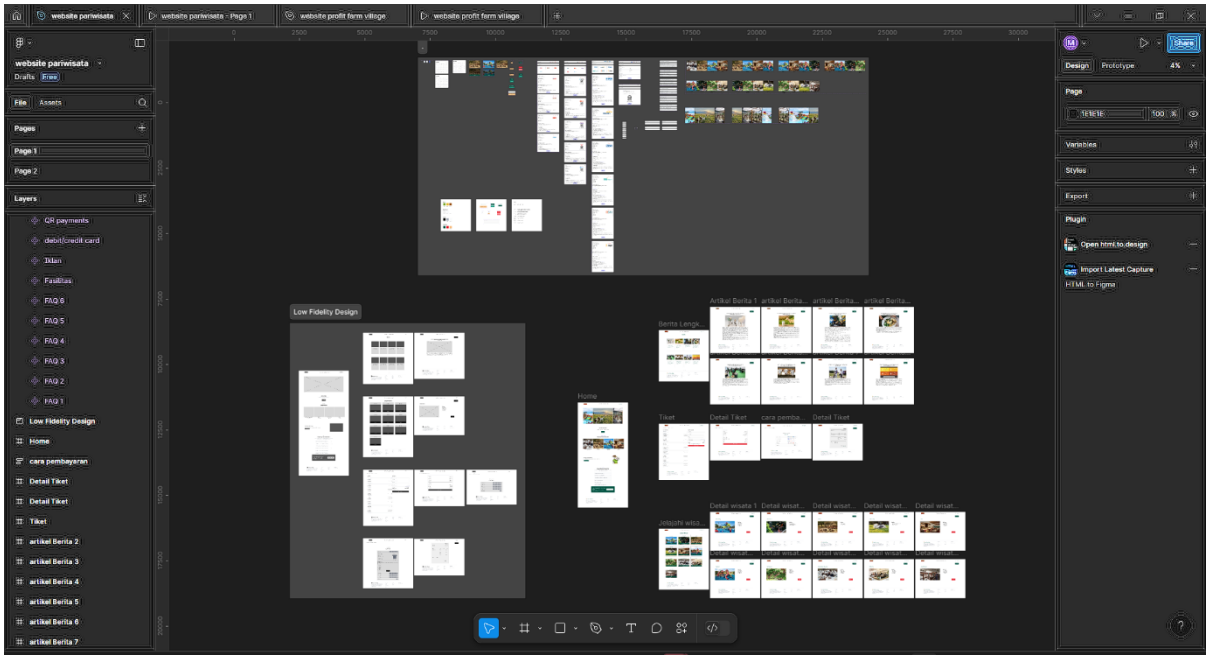
Unger, R., & Chandler, C. (2012). *A Project Guide to UX Design For User Experience Designers in the Field or in the Making*. Pearson Education, Limited.

https://www.google.co.id/books/edition/A_Project_Guide_to_UX_Design/dF7li-90OYQC?hl=en&gbpv=0

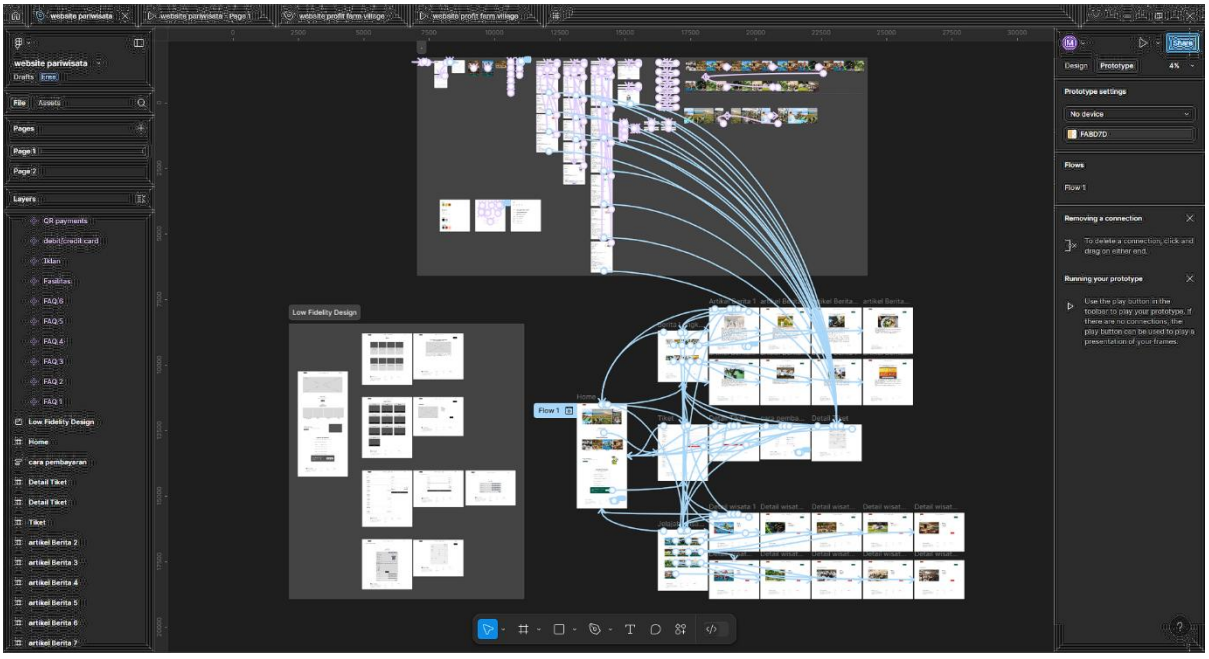
Weinschenk, S. (2020). *100 things every designer needs to know about people what makes them tick?* Pearson Education. https://www.google.co.id/books/edition/100_Things_Every_Designer_Needs_to_Know/CNnPEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Yudarmawan, R. A., Sudana, A. A. K. O., & Arsa, D. M. S. (2020). Perancangan User Interface dan User Experience SIMRS pada Bagian Layanan. *JITTER-Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Komputer*, *1*(2). https://www.neliti.com/id/publications/351388/perancangan-user-interface-dan-user-experience-simrs-pada-bagian-layanan

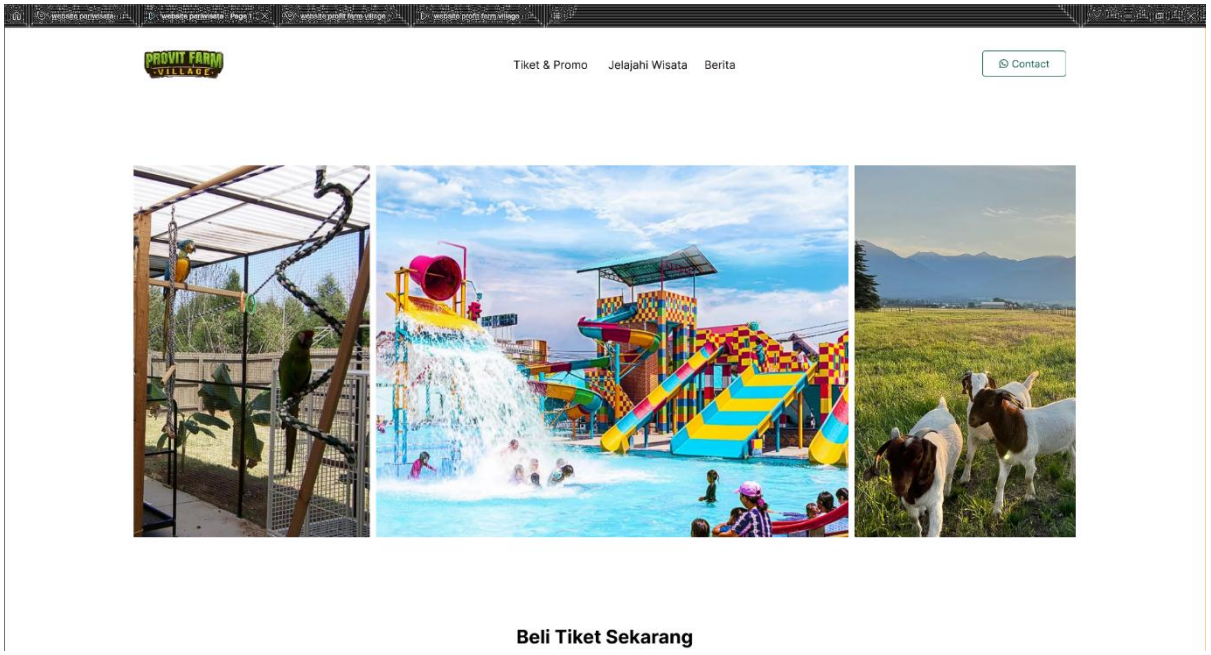
LAMPIRAN



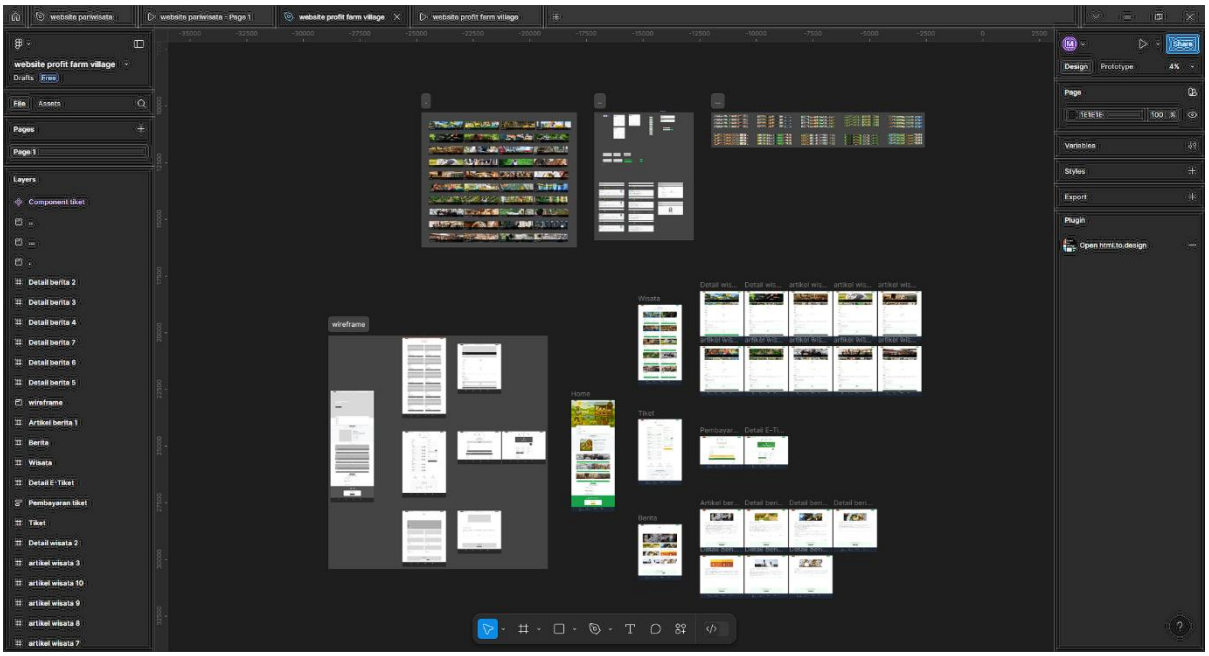
Pembuatan desain pertama



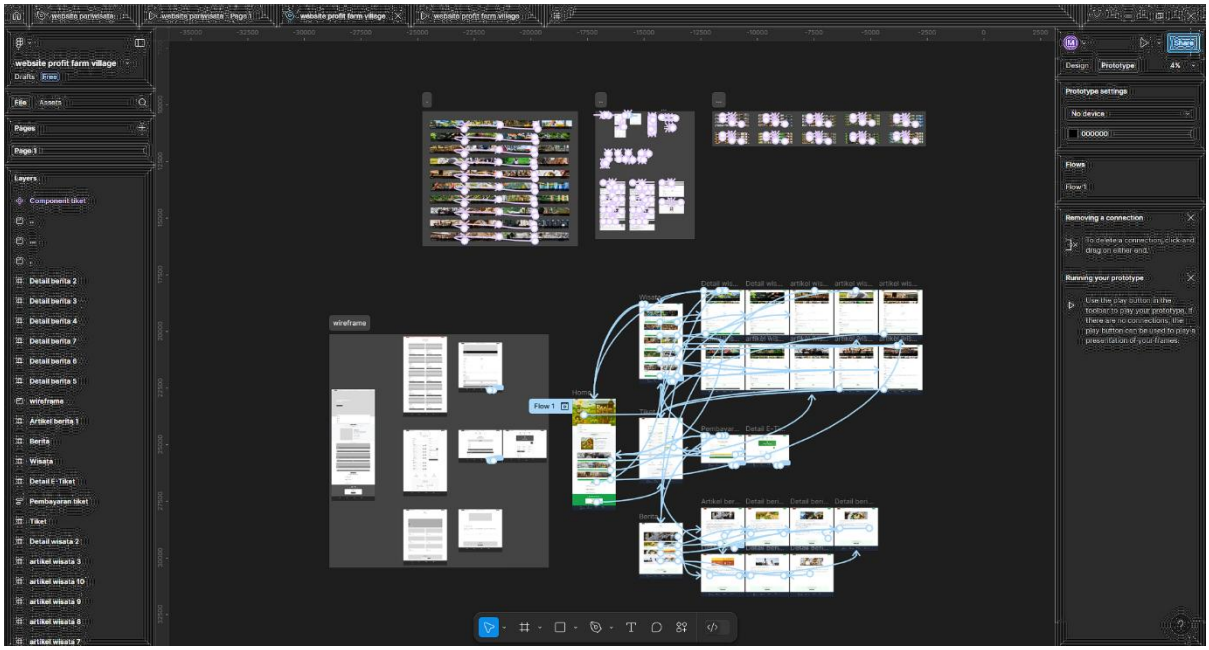
Pembuatan *prototyping* pertama



Proses uji coba



Pembuatan desain kedua



pembuatan *prototyping* kedua



Proses uji coba