

Mengoptimalkan Pengalaman Pengguna di Aplikasi Lazada dengan Metode Design Thinking

Optimizing User Experience on Lazada App Using Design Thinking Method

Misbahul Faisal Hilmi

Program Studi Sistem Informasai, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun

e-mail: misbahulfaisal.hilmi@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini berfokus pada pengoptimalan pengalaman pengguna (UX) dari aplikasi Lazada dengan menggunakan metode Design Thinking. Sebagai bagian penting dari e-commerce, pengalaman pengguna yang mulus dan menarik sangat mempengaruhi kepuasan dan retensi pengguna. Pendekatan Design Thinking, yang dikenal dengan proses iteratif dan berpusat pada pengguna, diterapkan untuk mengidentifikasi dan mengatasi titik masalah yang dihadapi oleh pengguna aplikasi Lazada. Melalui tahapan empati terhadap pengguna, mendefinisikan masalah, menghasilkan ide solusi, membuat prototipe, dan pengujian, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan perbaikan UX yang inovatif. Hasil penelitian menunjukkan efektivitas Design Thinking dalam menciptakan antarmuka pengguna yang lebih intuitif dan menyenangkan, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan di platform Lazada. Penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang desain UX yang berkembang dalam aplikasi e-commerce dan menyediakan wawasan praktis bagi praktisi yang ingin meningkatkan produk digital mereka

Abstract - This study focuses on optimizing the user experience (UX) of the Lazada app by employing the Design Thinking method. As an essential part of e-commerce, a seamless and engaging user experience significantly impacts user satisfaction and retention. The Design Thinking approach, known for its user-centric and iterative process, is applied to identify and address the pain points faced by Lazada app users. Through stages of empathizing with users, defining problems, ideating solutions, prototyping, and testing, the study aims to develop innovative UX improvements. The results demonstrate the effectiveness of Design Thinking in creating a more intuitive and enjoyable user interface, ultimately enhancing the overall user experience on the Lazada platform. This research contributes to the growing field of UX design in e-commerce applications and provides actionable insights for practitioners looking to improve their digital products

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, e-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Aplikasi e-commerce seperti Lazada, yang menawarkan berbagai produk dari berbagai kategori, memainkan peran penting dalam memfasilitasi belanja online. Dengan meningkatnya persaingan dalam industri ini, menyediakan pengalaman pengguna (User Experience atau UX) yang optimal menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pengalaman pengguna yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga dapat mendorong loyalitas dan meningkatkan penjualan.

Lazada, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara, terus berupaya untuk meningkatkan UX-nya. Namun, meskipun telah melakukan berbagai upaya, masih terdapat beberapa tantangan dan titik masalah yang dialami oleh pengguna. Masalah-

masalah ini dapat mencakup kesulitan dalam navigasi, proses checkout yang rumit, atau kesalahan dalam pencarian produk. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang sistematis dan berpusat pada pengguna untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah-masalah ini secara efektif.

Metode Design Thinking menawarkan pendekatan yang tepat untuk mengatasi tantangan ini. Design Thinking adalah metodologi inovatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, eksplorasi solusi kreatif, dan iterasi terus-menerus berdasarkan umpan balik pengguna. Metodologi ini terdiri dari lima tahapan utama: empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian. Dengan menerapkan Design Thinking, pengembang aplikasi dapat memastikan bahwa setiap aspek dari UX dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna secara optimal.

Pentingnya penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana metode Design Thinking dapat diterapkan dalam konteks e-commerce untuk meningkatkan UX. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi titik masalah yang spesifik di aplikasi Lazada, penelitian ini tidak hanya akan meningkatkan pengalaman pengguna di platform tersebut tetapi juga memberikan contoh yang dapat diikuti oleh platform e-commerce lainnya.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa aplikasi e-commerce dengan UX yang baik cenderung memiliki tingkat retensi pengguna yang lebih tinggi dan mampu meningkatkan konversi penjualan. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Kim et al. (2018) menunjukkan bahwa antarmuka pengguna yang intuitif dan responsif dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong pembelian berulang. Namun, penelitian lebih lanjut masih diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana pendekatan Design Thinking secara spesifik dapat diterapkan dalam konteks aplikasi e-commerce untuk mencapai hasil yang serupa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan metode Design Thinking dalam mengoptimalkan UX aplikasi Lazada. Penelitian ini akan mengeksplorasi setiap tahapan dari proses Design Thinking, mulai dari memahami kebutuhan dan masalah pengguna hingga mengembangkan dan menguji solusi yang inovatif. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan UX dalam aplikasi e-commerce, serta menyediakan panduan praktis bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan produk mereka.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Design Thinking untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna (UX) di aplikasi Lazada. Design Thinking adalah pendekatan yang berpusat pada pengguna dan iteratif, yang terdiri dari lima tahapan utama: empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian. Setiap tahapan dalam metodologi ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menghasilkan implementasi metode Design Thinking dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna (UX) di aplikasi Lazada. Berikut adalah hasil-hasil utama yang ditemukan dalam setiap tahapan Design Thinking:

A. Empati:

- I. Melakukan wawancara mendalam dengan pengguna Lazada untuk memahami secara mendalam tantangan dan preferensi mereka dalam berbelanja online.
- II. Menemukan bahwa pengguna sering menghadapi kesulitan dalam navigasi antarmuka, proses checkout yang rumit, dan pencarian produk yang tidak efisien.

B. Definisi:

1. Mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi pengguna, yaitu navigasi yang membingungkan, proses checkout yang lambat, dan kesalahan pencarian produk.
2. Menetapkan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, kejelasan, dan responsivitas aplikasi untuk meningkatkan UX secara keseluruhan.

C. Ideasi:

1. Mengumpulkan berbagai solusi kreatif untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi, termasuk penyederhanaan antarmuka, integrasi fitur pembayaran yang lebih intuitif, dan peningkatan algoritma pencarian.
2. Melibatkan tim pengembang, desainer UX, dan pengguna dalam sesi brainstorming untuk menghasilkan ide-ide inovatif.

D. Prototipe:

1. Mengembangkan prototipe aplikasi yang memperbaiki masalah-masalah yang diidentifikasi berdasarkan feedback dari pengguna.
2. Prototipe meliputi perubahan dalam tata letak halaman, peningkatan navigasi, perbaikan dalam proses checkout, dan optimisasi pencarian produk.

E. Pengujian:

1. Menguji prototipe dengan kelompok pengguna terpilih untuk mengumpulkan umpan balik lebih lanjut.
2. Menganalisis respon pengguna terhadap perubahan yang diimplementasikan, dan melakukan iterasi berdasarkan hasil pengujian untuk memastikan aplikasi memenuhi ekspektasi pengguna.

IV. Pembahasan

Penerapan metode Design Thinking dalam penelitian ini membawa beberapa manfaat signifikan dalam mengoptimalkan UX aplikasi Lazada:

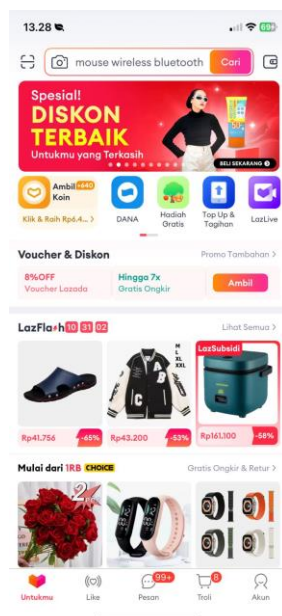
- a. **Pemahaman Mendalam Terhadap Pengguna:** Proses empati memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang kebutuhan, masalah, dan preferensi pengguna. Hal ini memastikan bahwa perbaikan yang diusulkan benar-benar relevan dan bermanfaat bagi pengguna.
- b. **Inovasi Berbasis Pengguna:** Sesi ideasi menghasilkan berbagai solusi kreatif yang berfokus pada pengguna. Kolaborasi antara tim multidisiplin

(pengembang, desainer, dan pengguna) memungkinkan pengembangan solusi-solusi inovatif yang mungkin tidak terpikirkan sebelumnya.

- c. Pengembangan Prototipe yang Efektif: Dengan menggunakan prototipe, penelitian ini dapat menguji secara langsung perbaikan-perbaikan yang diusulkan sebelum menerapkannya secara luas. Hal ini meminimalkan risiko implementasi yang kurang tepat dan memastikan bahwa perubahan yang dilakukan benar-benar meningkatkan UX.
- d. Iterasi Berkelanjutan: Pendekatan iteratif dari Design Thinking memungkinkan peneliti untuk terus melakukan perbaikan berdasarkan umpan balik dari pengguna. Ini memastikan bahwa aplikasi Lazada dapat terus berkembang dan meningkatkan pengalaman pengguna seiring waktu.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya menghasilkan perbaikan langsung pada UX aplikasi Lazada tetapi juga menyediakan kerangka kerja yang dapat diadopsi oleh platform e-commerce lainnya. Dengan fokus pada pengguna dan inovasi, metode Design Thinking membuktikan dirinya sebagai pendekatan yang kuat dalam menghadapi tantangan kompleks dalam desain aplikasi e-commerce modern.

Penelitian selanjutnya dapat melanjutkan eksplorasi terhadap aplikasi metode Design Thinking dalam konteks e-commerce untuk mengatasi tantangan yang lebih kompleks atau untuk memperluas penggunaan metodologi ini ke berbagai aplikasi digital lainnya.



Gambar 1. Tampilan layar utama pada Lazada

Penjelasan : berikut ini adalah tampilan awal pada aplikasi Lazada.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menerapkan metode Design Thinking untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna (UX) di aplikasi Lazada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Design Thinking

merupakan pendekatan yang efektif untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah UX di aplikasi e-commerce.

Temuan utama Pengguna Lazada menghadapi berbagai masalah UX, seperti navigasi yang rumit, proses checkout yang panjang, dan pencarian produk yang tidak efektif. Design Thinking membantu dalam memahami kebutuhan dan preferensi pengguna secara mendalam. Berbagai solusi kreatif dihasilkan melalui sesi ideasi yang melibatkan tim multidisiplin dan pengguna. Prototipe dan pengujian pengguna memungkinkan penyempurnaan solusi yang diusulkan secara berkelanjutan. Manfaat penerapan Design Thinking: Pemahaman mendalam terhadap pengguna, Inovasi berbasis pengguna, Pengembangan prototipe yang efektif, Iterasi berkelanjutan

Design Thinking terbukti sebagai alat yang berharga untuk meningkatkan UX di aplikasi e-commerce seperti Lazada. Penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang desain UX dalam aplikasi e-commerce dan menyediakan wawasan praktis bagi praktisi yang ingin meningkatkan produk digital mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. P. Cota, J. Thomaschewski, M. Schrepp, and R. Gonçalves, "Efficient measurement of the user experience. A Portuguese version," *Procedia Computer Science*, vol. 27, no. 34, pp. 491–498, 2014.
- [2] P. Deacon, "UX and UI Strategy: A step by step Guide on UX and UI design," *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 40, 2020.
- [3] U. Ependi, T. B. Kurniawan, and F. Panjaitan, "System Usability Scale Vs Heuristic Evaluation: a Review," *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, vol. 10, no. 1, pp. 65–74, 2019.
- [4] U. Ependi, A. Putra, and F. Panjaitan, "Evaluasi tingkat kebergunaan aplikasi administrasi penduduk menggunakan teknik system usability scale," *Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, vol. 5, no. 1, pp. 63–76, 2019.
- [5] F. A. Firdausi, "Analisa dan Desain Kembali UI/UX Aplikasi Marketplace UMKM Digidesa Menggunakan Metode Design Thinking," in *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi Dan Industri (SNTIKI)*, 2021, vol. 1, no. November, p. 1.
- [6] I. A. H.N, P. I. Nugroho, and R. Ferdiana, "Pengujian Usability Website Menggunakan System Usability Scale," *JURNAL IPTEKKOM : Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, vol. 17, no. 1, p. 31, 2015.
- [7] M. Lewrick, P. Link, and L. Leifer, *THE DESIGN THINKING TOOLBOX*. John Wiley & Sons, Inc., 2020.
- [8] "Peta E-Commerce Indonesia," *Iprice*, 2021. [Online]. Available: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. [Accessed: Jul. 15, 2024].
- [9] D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. 2013.
- [10] D. Syahrudin and D. Salim, *Metodologi Penelitian kuantitatif*, R. Ananda, Ed. Citapustaka Media, 2012.