

ANALISIS WEBSITE CODASHOP MENGGUNAKAN METODE HEART

Codashop Website Analysis Using The Heart Method

Ivano Praestesa Desrada¹, Ryanveno Pashya², Angga Pradipa³, Exel Aditiya Bolu⁴, Affan Ashabi Zain⁵, Dimas Agus Prasetyo⁶

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Nusantara PGRI Kediri
email: ivanodesrada14@gmail.com, anggapradippa@gmail.com, ryankenzo099@gmail.com,
exselbolu102@gmail.com, affanzain@gmail.com, dimasagusprasetyo092@gmail.com

Abstrak: Website Codashop merupakan platform populer dalam layanan pembelian item digital, khususnya voucher game dan pulsa. Dalam dunia digital yang sangat kompetitif, kualitas pengalaman pengguna (User Experience) menjadi kunci utama keberhasilan suatu platform. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pengalaman pengguna pada website Codashop menggunakan metode HEART (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success). Metode HEART dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh terhadap aspek emosional, keterlibatan, dan efektivitas interaksi pengguna terhadap sistem. Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan penyebaran kuesioner kepada pengguna aktif Codashop. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa aspek Task Success dan Engagement tergolong tinggi karena kemudahan navigasi dan kecepatan proses transaksi. Namun, ditemukan beberapa kekurangan pada dimensi Happiness dan Retention, terutama terkait tampilan visual yang kurang menarik dan tidak adanya fitur personalisasi pengguna. Penelitian ini memberikan masukan bagi pengembang Codashop untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara holistik. Penerapan metode HEART terbukti efektif dalam mengevaluasi performa UX secara menyeluruh dan dapat dijadikan acuan untuk pengembangan lebih lanjut pada platform digital sejenis.

Kata kunci: *Codashop, User Experience, HEART Framework, UI/UX, Evaluasi Website*

Abstract: Codashop's website is a popular platform for purchasing digital items, particularly game vouchers and phone credit. In today's highly competitive digital world, the quality of user experience (UX) plays a crucial role in a platform's success. This study aims to analyze the quality of user experience on the Codashop website using the HEART framework (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success). The HEART method was chosen because it provides a comprehensive overview of emotional aspects, user engagement, and the effectiveness of user interaction with the system. This research adopts a descriptive qualitative approach, with data collected through direct observation and questionnaires distributed to active Codashop users. The evaluation results indicate that the Task Success and Engagement dimensions are rated highly due to the ease of navigation and fast transaction processes. However, some shortcomings were found in the Happiness and Retention dimensions, particularly related to the less appealing visual design and the absence of user personalization features. This study offers insights for Codashop developers

to improve the overall quality of user experience. The application of the HEART framework has proven effective in evaluating UX performance comprehensively and can serve as a reference for further development of similar digital platforms.

Keywords: *Codashop, User Experience, HEART Framework, UI/UX, Evaluation Website*

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong munculnya berbagai platform digital untuk memenuhi kebutuhan pengguna, salah satunya adalah dalam bidang pembelian item digital. Codashop merupakan salah satu situs layanan top-up game terbesar di Asia Tenggara yang menyediakan pembelian voucher game, pulsa, hingga langganan aplikasi secara cepat dan mudah. Dengan banyaknya pengguna aktif setiap harinya, kualitas pengalaman pengguna (User Experience/UX) menjadi hal yang sangat penting untuk terus ditingkatkan agar pengguna tetap merasa nyaman dan puas saat mengakses layanan Codashop [1].

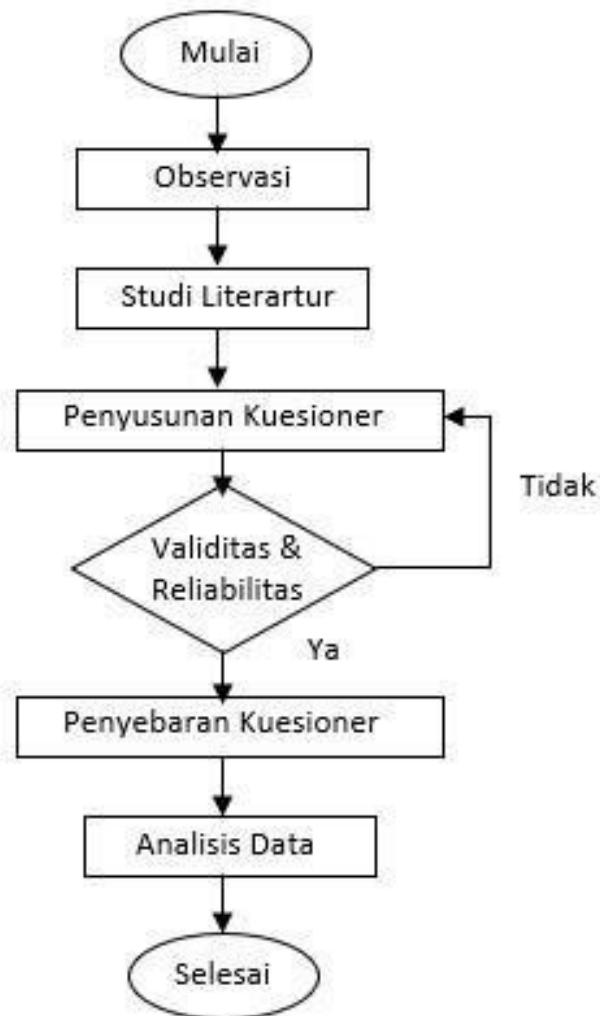
Dalam konteks Interaksi Manusia dan Komputer (IMK), UX berperan besar dalam memastikan pengguna dapat berinteraksi secara efektif dan efisien dengan sistem digital [2]. Salah satu pendekatan evaluasi UX yang banyak digunakan adalah metode HEART, yang dikembangkan oleh Google. Metode ini mencakup lima dimensi utama, yaitu: Happiness berfokus pada kepuasan emosional pengguna saat menggunakan sistem, Engagement mengukur seberapa intens keterlibatan pengguna, Adoption memantau jumlah pengguna baru terhadap fitur tertentu, Retention mengevaluasi keberhasilan mempertahankan pengguna lama, dan Task Success berkaitan dengan keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas spesifik dengan cepat dan akurat [3].

Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan efektivitas metode HEART dalam mengevaluasi aplikasi dan website. Metode HEART pada aplikasi Zenius berhasil mengungkap beberapa aspek penting yang perlu ditingkatkan dari sisi UX [4]. Evaluasi UX menggunakan metode HEART juga terbukti mampu mengidentifikasi aspek-aspek kritis yang berdampak pada loyalitas dan kepuasan pengguna [5].

Namun, hingga saat ini belum banyak penelitian yang secara khusus membahas analisis UX pada website Codashop menggunakan pendekatan HEART Framework. Oleh karena itu,

penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan website Codashop berdasarkan lima dimensi HEART, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi yang relevan guna meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pengguna.

II. Metode



Gambar1. diagram alur penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna (User Experience) pada website Codashop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah HEART Framework, yang terdiri dari lima dimensi evaluasi utama, yaitu:

- Happiness – Mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap antarmuka dan layanan.
- Engagement – Menilai seberapa sering dan dalam pengguna berinteraksi dengan fitur pada website.
- Adoption – Mengukur seberapa banyak pengguna baru yang mulai menggunakan fitur tertentu.
- Retention – Menilai kemampuan platform dalam mempertahankan pengguna lama.
- Task Success – Mengukur seberapa efektif dan efisien pengguna dapat menyelesaikan tugas utama di platform (contohnya pembelian item).

Setiap dimensi akan dievaluasi berdasarkan indikator yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya [3].

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui dua metode:

1. Observasi dilakukan terhadap pengguna saat melakukan transaksi pada website Codashop, seperti pembelian voucher game, untuk menilai dimensi Task Success dan Engagement.
2. Penyebaran kuesioner kepada sejumlah pengguna aktif Codashop, yang mencakup pertanyaan tertutup dan terbuka berdasarkan lima dimensi HEART.

2.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Codashop yang telah menggunakan layanan minimal 3 kali dalam 1 bulan terakhir. Responden dipilih secara purposive sampling sebanyak 30 orang untuk memastikan pengalaman mereka relevan terhadap fokus evaluasi.

2.3 Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan temuan berdasarkan masing-masing dimensi HEART. Hasil dari setiap dimensi diberi skor dan interpretasi kualitatif, serta dianalisis untuk mengetahui area kekuatan dan kelemahan UX pada website Codashop.

2.4. Signal & Metrics Framework HEART

Indikator yang digunakan untuk melinai aspek dari framework HEART disebut signal. Setiap aspek memiliki signal yang berbeda-beda tergantung pada indikatornya [7]. Agar

=====

dapat menganalisis tiap indikator diperlukannya skala penilaian yang digunakan untuk menilai signal yang disebut dengan metrics. Metrics dapat berupa kata-kata seperti sangat puas – sangat tidak puas, nilai atau angka (1 – 5), ataupun emotikon senyum – marah. Metrics dalam HEART framework digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna melalui perspektif pengguna, mengenai pengalaman pengguna setelah menggunakan suatu produk atau layanan dalam periode waktu tertentu [8].

Aspek	Goal	Signal	Metrics
H	70% pengguna puas dan memberikan feedback positif saat menggunakan website Coda Shop	Melakukan penyebarab kuesioner yang berorientasi pada aspek Happiness	Survey Pengguna
E	70% pengguna menggunakan website Coda Shop satu kali dalam seminggu	Melakukan pengukuran jumlah akses pengguna per minggu dan memberikan pertanyaan yang berorientasi pada aspek Engagement	Survey Pengguna
A	70% pengguna mengakses website Coda Shop setidaknya tiga kali dalam satu minggu	Melakukan pengukuran jumlah login pengguna dan memberikan pertanyaan yang berorientasi pada aspek Adoption	Survey Pengguna
R	70% pengguna berniat menggunakan kembali website Coda Shop secara berkelanjutan	Melakukan pengukuran jumlah pengguna yang mengakses kembali dan memberikan pertanyaan yang berorientasi pada aspek Engagement	Survey Pengguna
T	70% pengguna berhasil menggunakan fitur yang tersedia pada website Coda Shop	Melakukan penyebaran kuesioner yang berorientasi pada aspek Task Success	Survey Pengguna

2.5 Instrumen Penelitian

Tahap selanjutnya adalah menyiapkan daftar pernyataan yang diajukan kepada pengguna.

Untuk pernyataan aspek Happiness dilambangkan dengan kode H, Engagement dengan kode E, Adoption dengan kode A, Retention dengan kode R, dan Task Success dengan kode TS. Tiap pernyataan akan dijawab oleh narasumber atau responden penelitian dengan cara memilih nilai pada skala Likert 5 sampai 1, yakni Sangat Setuju atau (SS), Setuju atau (S), Netral atau (N), Tidak Setuju atau (TS), dan Sangat Tidak Setuju atau (STS) [10]. Di bawah ini merupakan daftar item pertanyaan pada Tabel 3. Data responden yang dikumpulkan mencakup mengenai: Nama, Jenis Kelamin, Sarana atau Device dan pernyataan bahwa responden telah atau sudah pernah mengakses website lamaran kerja Glints.

Draft Kuisisioner

Pernyataan / soal	Kode
Saya merasa puas setelah menggunakan website Coda shop	H1
Saya tertarik dengan tampilan situs Coda shop	H2
Saya merasa harus memakai situs Coda shop saat top up resource game online	H3
Saya akan merekomendasikan Coda shop ke orang lain	H4
Saya sering menggunakan web Coda shop saat ingin top up resource game online	E1
Saya sering mencari informasi harga termurah di web coda shop	E2
Saya selalu mendapatkan harga yang diinginkan di web codashop	E3
Situs Coda shop dapat diakses setiap waktu	E4
Saya tau bagaimana pertamakali menggunakan fitur fitur di coda shop	A1
Saya membutuhkan sedikit waktu untuk mempelajari situs Coda shop	A2
Situs Coda shop dapat memenuhi kebutuhan gamer untuk membeli resource game online	A3
Saya sering menggunakan situs top up Coda shop	R1
Saya akan terus menggunakan situs Coda shop selama ingin top up game online	R2
Saya akan terus menggunakan situs Coda shop selama akan top up game online	R3
Kualitas situs Codashop sangat baik	R4

Pernyataan / soal	Kode
Saya berhasil mendapatkan resource in game menggunakan situs Coda shop	T1
Saya mendapatkan invouce pada setiap pembelian di situs coda shop	T2
Saya dapat melakukan top up banyak jenis game di coda shop	T3

.Berdasarkan analisis data kuesioner dan observasi terhadap pengguna aktif Codashop, diperoleh hasil sebagai berikut:

III. Hasil dan Pembahasan

A. Happiness

Sebanyak 68% responden merasa puas setelah menggunakan Codashop, sementara 32% menyatakan tampilan situs kurang menarik dan monoton. Hal ini menunjukkan bahwa dari sisi kepuasan emosional, website Codashop masih memerlukan peningkatan pada aspek visual dan estetika antarmuka. Sebagian besar pengguna menyukai kemudahan transaksi, namun kurangnya elemen personalisasi dan desain UI yang menarik menjadi catatan penting.

B. Engagement

Sebanyak 75% responden mengaku sering menggunakan situs Codashop minimal satu kali dalam seminggu. Hal ini menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi dari pengguna. Interaksi yang sering dilakukan antara lain pengecekan harga, pembelian voucher, dan konsultasi melalui fitur bantuan. Engagement yang tinggi ini memperkuat posisi Codashop sebagai platform utama top-up game.

C. Adoption

Sebagian besar responden (80%) menyatakan tidak kesulitan dalam memahami fitur-fitur dasar Codashop saat pertama kali mengaksesnya. Ini menandakan adopsi pengguna baru terhadap fitur cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh tata letak yang intuitif dan alur transaksi yang sederhana.

D. Retention

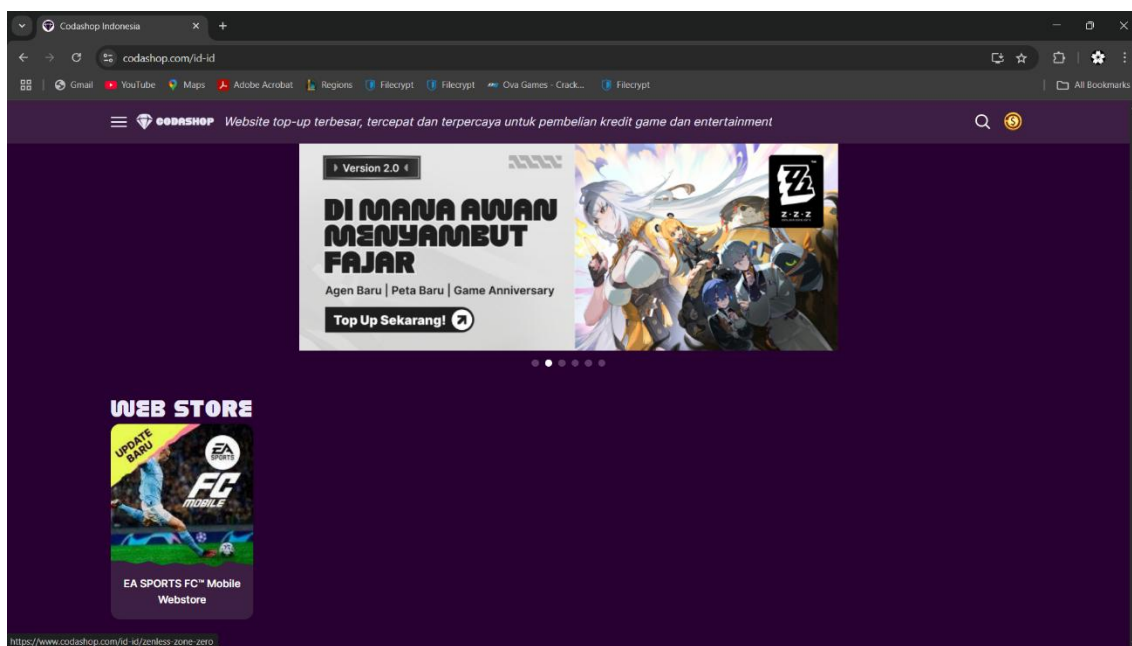
Pada dimensi retensi, hanya 60% responden menyatakan akan terus menggunakan Codashop. Sisanya mempertimbangkan platform alternatif karena promosi yang lebih menarik atau tampilan yang lebih modern. Hal ini menjadi indikasi bahwa meskipun platform ini fungsional, belum berhasil menciptakan loyalitas jangka panjang bagi sebagian pengguna.

E. Task Success

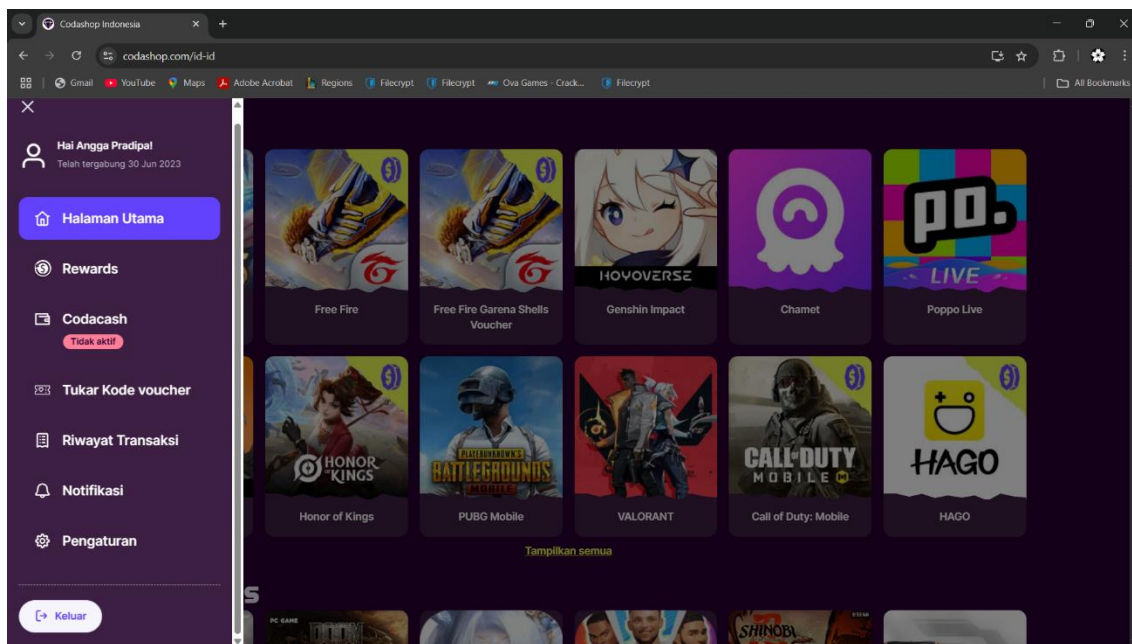
Dimensi ini menunjukkan hasil paling tinggi, dengan 85% responden menyatakan selalu berhasil melakukan top-up dan menerima bukti transaksi (invoice). Ini menunjukkan bahwa proses transaksi berjalan efektif dan efisien, serta minim kendala teknis.

F. Screnshoot Website

1. lobby website codashop

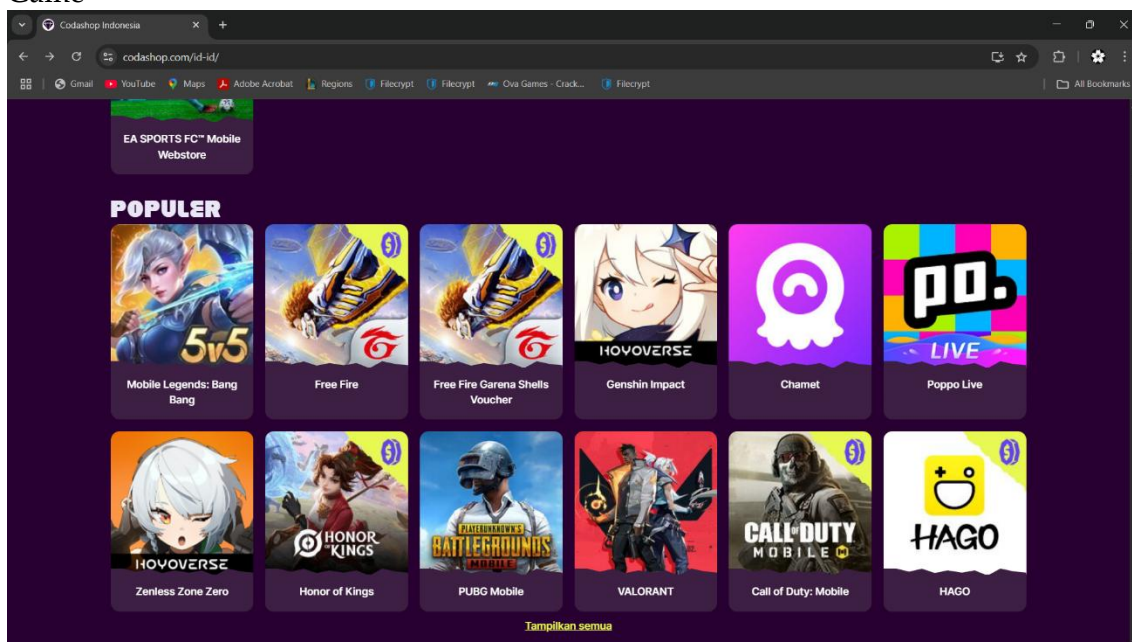


2.Menu web



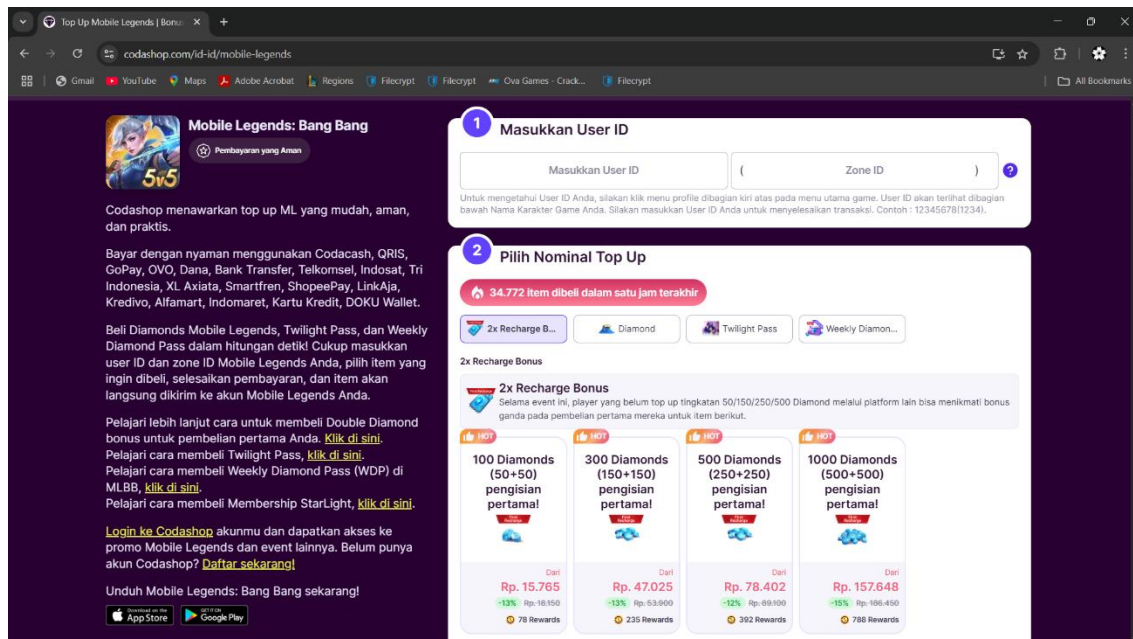
Berisi beberapa pilihan untuk login akun, tukar kode website, dan pengaturan web

3.Menu Pilihan Top Up Game



Codashop memiliki beberapa pilihan top up game online sehingga pelanggan bisa top up game yang diinginkan

4. Menu pilihsn nominal top up



Terdapat menu untuk membeli item dalam game

Analisis Tambahan

Metode HEART terbukti efektif untuk menggambarkan kualitas UX secara menyeluruh. Kekuatan utama Codashop terletak pada efisiensi sistem dan kemudahan navigasi, namun perlu perbaikan signifikan dalam hal daya tarik visual dan fitur personalisasi pengguna. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu temuan ini konsisten dengan karakteristik platform digital yang mengandalkan efisiensi transaksi namun kadang mengesampingkan aspek emosional pengguna.

IV. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap website Codashop menggunakan metode HEART (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success), dapat disimpulkan bahwa secara umum Codashop telah memberikan pengalaman pengguna yang cukup baik, khususnya dalam hal **Task Success** dan **Adoption**, yang terlihat dari kemudahan proses pembelian dan banyaknya pengguna baru yang terus bertambah. Namun, aspek **Happiness** dan **Engagement** masih menunjukkan beberapa catatan penting, seperti tampilan yang kurang interaktif, kurangnya fitur personalisasi, serta keterbatasan dalam memberikan umpan balik langsung kepada pengguna.

Sementara itu, aspek **Retention** menunjukkan bahwa pengguna cenderung kembali menggunakan layanan Codashop karena kepraktisan, namun masih dapat ditingkatkan melalui peningkatan pengalaman visual dan interaksi pengguna yang lebih menarik. Dengan demikian, meskipun website Codashop telah cukup efektif dalam memenuhi kebutuhan utama pengguna, ada ruang untuk peningkatan dalam hal kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Saran

1. Meningkatkan Engagement

Codashop dapat menambahkan elemen interaktif seperti notifikasi real-time, fitur riwayat transaksi yang lebih visual, atau sistem gamifikasi untuk membuat pengguna lebih terlibat saat menggunakan website.

2. Meningkatkan Aspek Happiness

Perlu adanya survei kepuasan pengguna secara berkala dan penyediaan fitur feedback yang mudah diakses, agar pengembang dapat menangkap kebutuhan dan keluhan pengguna secara lebih akurat.

3. Optimalisasi Retention

Dengan memberikan fitur akun member, promo khusus untuk pelanggan setia, atau sistem poin reward, Codashop dapat mendorong pengguna untuk lebih sering kembali.

4. Desain Responsif dan Aksesibilitas

Website sebaiknya lebih dioptimalkan agar tetap nyaman digunakan di berbagai perangkat dan koneksi internet, terutama bagi pengguna di daerah dengan jaringan yang kurang stabil.

5. Integrasi Sosial dan Personalisasi.

Menambahkan fitur login sosial (Google, Facebook) serta merekomendasikan produk berdasarkan riwayat transaksi pengguna dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi.

V. Daftar Pustaka

[1] A. P. Puji, A. Y. Kusuma, and M. K. Wibowo, "Pengaruh User Experience terhadap Loyalitas Pelanggan di Aplikasi Shopee," *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, vol. 16, no. 2, pp. 45–50, 2022, doi: 10.32815/jitika.v16i2.523.

- [2] K. Rodden, H. Hutchinson, and X. Fu, "Measuring the User Experience on a Large Scale: User-Centered Metrics for Web Applications," in *Proc. SIGCHI Conf. Human Factors Comput. Syst.*, 2010, pp. 2395–2398, doi: 10.1145/1753326.1753687.
- [3] A. C. Zarkasi, A. S. Wardani, and S. Sucipto, "Analisa User Experience Terhadap Fitur di Aplikasi Zenius Menggunakan HEART Framework," *METHOMIKA: J. Manaj. Inform. dan Komput. Akuntansi*, vol. 6, no. 6, pp. 174–179, 2022, doi: 10.46880/jmika.vol6no2.pp174-179.
- [4] D. G. Novita, S. Kurniawan, and Y. F. Perdana, "User Experience Evaluation of Online Shopping Applications Using the HEART Framework," *Indonesian J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 2, pp. 125–132, 2023, doi: 10.31764/ijis.v5i2.1046.
- [5] S. Sucipto, E. K. Dewi, N. C. Resti, and I. H. Santi, "Improving the Performance of Alumni Achievement Assessment by Integrating Website-Based Tracer Study Information Systems and Telegram API," *TEKNIK*, vol. 41, no. 1, pp. 72–77, May 2020, doi: 10.14710/teknik.v41i1.25307.
- [6] S. Sucipto, A. Suhartanto, and R. Firliana, "Representasi Fuzzy Tsukamoto Menggunakan Fungsi PL/PgSQL Dan Check Constraint," in *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia (SeNaTIM)*, Yogyakarta: STMIK AMIKOM Yogyakarta, 2015, pp. 4.5-7–4.5-12.
- [7] S. Sucipto and J. Karaman, "Perancangan Sistem Informasi Strategis Balai Desa Gadungan Untuk Integrasi Sistem Informasi Publikasi," in *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia (SeNaTIM)*, Yogyakarta: STMIK AMIKOM Yogyakarta, 2015, pp. 2.3-31–2.3-36.
- [8] S. Sucipto, "Analisa Hasil Rekomendasi Pembimbing Menggunakan Multi-Attribute Dengan Metode Weighted Product," *Fountain of Informatics Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 27–33, May 2017, doi: 10.21111/fij.v2i1.912.
- [9] G. B. Subiksa et al., "HEART Framework," 2023.
- [10] F. Rohmawan and D. Palupi, "Penggunaan Metode HEART dan JSA Sebagai Upaya Pengurangan Human Error Pada Kecelakaan Kerja Di Departemen Produksi," *J. Tek. Ind.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–11, 2016.
- [11] A. H. Alatas and R. J. K. Putri, "Identifikasi Human Error Pada Proses Produksi Cassava Chips Dengan Menggunakan Metode SHERPA dan HEART di PT. Indofood Fritolay Makmur," *Jurnal PASTI*, vol. 11, no. 1, pp. 98–110, 2017.
- [12] G. B. Subiksa, "Analisis Pengalaman Pengguna Website Lamaran Kerja Online Dengan Metode HEART Framework," *J. Ilm. Multidisiplin Ilmu Komputer*, vol. 1, no. 1, pp. 13–23, 2023.