

ANALISIS USER INTERFACE PADA WEBSITE YOVA SUPERMART MENGGUNAKAN METODE HEURISTIC

Pradita Rosyada Imaniar , Karina Maretasari , Yustian Servanda , Tri Sudinugraha

Prodi Sistem Informasi, Universitas Mulia Balikpapan

Jl. Letjen Zaini Azhar Maulani No.9, Damai, Bahagia, Kota Balikpapan, Indonesia

praditarosyadaa@gmail.com¹, mrtskarina@gmail.com², yustians@universitasmulia.ac.id³,

tri.sudinugraha@universitasmulia.ac.id⁴

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mendorong transformasi layanan bisnis, termasuk pada sektor perdagangan elektronik (*e-commerce*), yang menuntut kualitas antarmuka pengguna (*user interface*) yang baik untuk mendukung kenyamanan dan efektivitas pengguna. Yova Supermart sebagai salah satu swalayan di Kota Balikpapan telah menyediakan layanan belanja *online* melalui website, namun berdasarkan pengamatan awal ditemukan sejumlah kendala pada desain antarmuka yang berpotensi memengaruhi pengalaman pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas desain antarmuka website Yova Supermart menggunakan metode *Heuristic Evaluation*. Evaluasi dilakukan melalui penilaian langsung oleh peneliti dan melibatkan 20 responden dengan mengacu pada 10 prinsip heuristik Jakob Nielsen. Hasil evaluasi menunjukkan nilai rata-rata sebesar 1,18 yang mengindikasikan bahwa permasalahan yang ditemukan termasuk dalam kategori *Minor Usability Problem*. Meskipun *website* dapat digunakan dengan baik, masih terdapat beberapa kelemahan, antara lain ketidakseragaman desain elemen visual dan navigasi, kurangnya fitur pencegahan kesalahan input data, tampilan halaman produk yang terlalu padat, pesan kesalahan yang kurang informatif, serta akses fitur bantuan yang belum optimal. Berdasarkan temuan tersebut, disusun rekomendasi perbaikan antarmuka pengguna guna meningkatkan kualitas *usability* dan memenuhi standar desain *website* yang baik.

Kata kunci : *User Interface, Usability, Heuristic Evaluation, E-commerce, Website*

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi menyebabkan adanya perubahan besar dalam kehidupan masyarakat dan mempermudah berbagai aktivitas manusia. Perkembangan ini dilihat sebagai kekuatan utama yang membentuk ulang seluruh struktur sosial, ekonomi, dan politik masyarakat, yang dikategorikan ke dalam tiga gelombang besar: Revolusi Agraris, Revolusi Industri, dan Revolusi Informasi [1]. Teknologi juga memiliki peran penting dalam mendukung berbagai macam aktivitas dalam segala bidang, termasuk dalam bidang bisnis. Dengan adanya teknologi, pelaku bisnis dapat melakukan transaksi digital, mengolah data lebih efisien dan efektif, serta memiliki jangkauan komunikasi dengan pelanggan diseluruh wilayah dengan mudah. [2].

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis adalah perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-Commerce* merupakan serangkaian teknologi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen melalui transaksi elektronik, baik untuk penjualan barang maupun penyediaan jasa [3]. *E-commerce* sangat bermanfaat bagi semua orang karena transaksi jual-beli dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Hal ini sangat efisien karena kita tidak perlu lagi datang langsung ke lokasi untuk membeli barang yang diinginkan [4].

Seiring meningkatnya jumlah penyedia *e-commerce* dan persaingan yang semakin ketat, perhatian tidak hanya tertuju pada produk dan harga, tetapi juga pada kualitas layanan digital, terutama

melalui tampilan serta fungsi *website* yang digunakan. Kualitas *website* pada setiap *e-commerce* memiliki peran penting untuk membedakan antara merek yang satu dengan merek yang lainnya [5]. Selain itu, tampilan *website* yang menarik juga berpengaruh dalam meningkatkan minat beli konsumen [6].

Yova Supermart merupakan salah satu swalayan di Kota Balikpapan yang telah menyediakan layanan belanja *online* melalui *website*. Namun, berdasarkan pengamatan awal, antarmuka pengguna (*user interface*) pada *website* Yova Supermart masih menunjukkan beberapa kendala, antara lain ketidakseragaman desain elemen visual dan navigasi, tata letak informasi yang kurang terstruktur, keterbatasan mekanisme pencegahan kesalahan (*error prevention*), serta penyampaian pesan kesalahan (*error message*) yang kurang informatif. Kendala tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan pengguna, memperlambat proses pencarian dan pemesanan produk, serta menurunkan tingkat kenyamanan dan kepuasan pengguna dalam berbelanja online. Apabila permasalahan ini tidak dievaluasi dan diperbaiki secara sistematis, maka dapat berdampak pada menurunnya kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) dan efektivitas *website* sebagai media transaksi digital.

Selanjutnya, guna menciptakan sistem yang efisien dan mudah digunakan, diperlukan pengukuran aspek kegunaan (*usability*). Salah satu pendekatan yang kami gunakan untuk tujuan tersebut adalah *Heuristic Evaluation* (HE), yaitu sebuah metode evaluasi *usability* untuk memperbaiki sebuah

rancangan secara efektif dengan menggunakan sekumpulan kriteria heuristik sederhana yang saling berhubungan. Evaluasi ini dilakukan dengan mengamati sebuah antarmuka (interface) dan mencoba merumuskan pendapat mengenai apa yang baik dan buruk dari antarmuka tersebut [7]. Pendekatan ini dinilai tepat untuk mengidentifikasi permasalahan *user interface* yang berdampak pada aspek *usability* di *website* Yova Supermart.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penulis telah menelaah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aliyanto, Wijaya, dan Sitompul, evaluasi pada Shopee menemukan bahwa peran krusial dalam menciptakan kenyamanan pengguna pada marketplace dengan prinsip heuristik [8]. Sementara itu, pada platform Tokopedia, Wahyudi dan Handayani, menyoroti bahwa aksesibilitas pada desain aplikasi belanja online sangatlah penting [9]. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Septanto, Hidayatullah, dan Dirgantara, menemukan bahwa tingkat loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh fitur antarmuka yang ramah pengguna [10]. Selain itu, Fergina et al, dalam analisisnya terhadap Lazada bahwa efektivitas visual sangat mempengaruhi terhadap minat penggunaan kembali aplikasi tersebut [11]. Di sektor yang lebih spesifik, Azkya, Ardiansah, dan Pujiyanto mengidentifikasi kekurangan fitur pada platform baru dengan metode evaluasi heuristic pada *Warehouse Marketplace* (penyewaan gudang) berbasis B2B [12].

Tinjauan Pustaka ini disusun sebagai landasan teoritis untuk mendukung proses evaluasi. Berikut literatur yang menjadi acuan utama :

2.1. Human Computer Interaction (HCI)

Human Computer Interaction (HCI) dalam Bahasa Indonesia biasa disebut sebagai interaksi manusia komputer yaitu, komunikasi dua arah antara pengguna (*user*) dengan sistem komputer yang saling mendukung untuk mencapai suatu tujuan tertentu [13]. *Human Computer Interaction* (HCI) bertujuan untuk menghasilkan sebuah sistem yang berguna, aman, produktif, efektif, efisien dan fungsional. [14],

2.2. User Interface (UI)

Penggunaan *user interface* atau antarmuka pengguna pada dasarnya untuk melakukan komunikasi antara manusia dengan mesin komputer. [15]. *Antarmuka pengguna (UI)* merupakan ilmu yang mempelajari tata letak grafis pada tampilan sebuah web atau aplikasi [16]. Sementara itu, [17] menyebutkan bahwa UI adalah bagian dari perangkat lunak komputer yang dapat dilihat, didengar, disentuh, dan dipahami secara langsung dengan tujuan menciptakan tampilan yang menarik dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna [18]

2.3. Usability

Usability menjadi indikator utama untuk menilai sejauh mana sistem dapat digunakan dengan efektif dan efisien oleh pengguna. Jika antarmuka (UI) dirancang dengan baik, pengguna akan merasa sistem tersebut mudah dipelajari, cepat digunakan, dan tidak membingungkan. Menurut [7] ada lima aspek utama dalam *usability*, yaitu ;

- Learnability* (Kemudahan Dipelajari): tingkat kemudahan untuk memenuhi tasks dasar ketika pertama kali pengguna melihat/menggunakan sistem.
- Efficiency* (Efisiensi): tingkat kecepatan pengguna dalam menyelesaikan tasks setelah mereka mempelajari sistem.
- Memorability* (Kemudahan Diingat): tingkat memori yang disimpan pengguna terhadap sistem saat penggunaan selanjutnya.
- Errors* (Kesalahan): jumlah error yang dilakukan pengguna, tingkat error, dan cara mengatasinya
- Satisfaction* (Kepuasan): tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem

2.4. Website

Website merupakan sebuah media yang memiliki banyak halaman yang saling terhubung (hyperlink), dimana *website* memiliki fungsi dalam memberikan informasi berupa teks, gambar, video, suara dan animasi atau penggabungan dari semuanya. [19].

2.5. Heuristic Evaluation

Evaluasi Heuristik dilakukan dengan mengamati antarmuka dan mencoba merumuskan pendapat mengenai aspek baik dan buruk dari antarmuka tersebut. Tujuan dari evaluasi heuristik adalah untuk menemukan masalah *usability* dalam desain antarmuka pengguna agar masalah tersebut dapat ditangani sebagai bagian dari proses desain iteratif (berulang) [7].

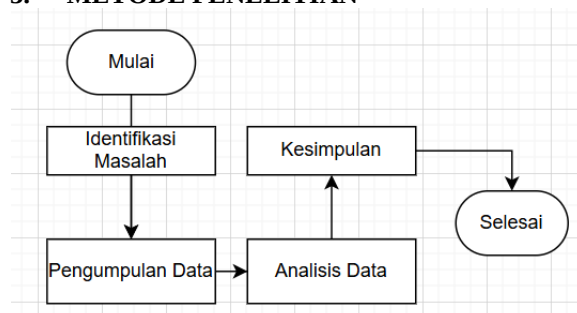
Berikut adalah 10 Prinsip Heuristic menurut Jakob Nielsen ;

- Visibility of System Status*, Sistem harus selalu memberitahu apa yang terjadi pada sistem kepada pengguna tentang apa yang terjadi, melalui *feedback* yang diberikan.
- Match Between the System and the Real World*, Sistem harus menggunakan sesuai dengan bahasa pengguna, bahasa yang mudah dipahami oleh pengguna, (dengan kata-kata, frasa, dan konsep dari dunia nyata daripada istilah yang berorientasi pada sistem).
- User Control and Freedom*, pengguna memiliki kebebasan dalam memilih dan melakukan pekerjaan (*task*) sesuai dengan kebutuhan. Sistem wajib memfasilitasi pengguna dalam pengambilan keputusan dengan menyediakan informasi yang jelas terkait aktivitas yang dilakukan.
- Consistency and Standards*, Desain sistem yang konsisten akan memudahkan pengguna dalam

menggunakan fitur yang tersedia. Konsistensi dapat diterapkan dalam bahasa, penulisan kata-kata, navigasi, dan sebagainya

- e. *Error Prevention*, sistem dapat mencegah terjadinya kesalahan(*error*) lebih baik daripada merancang kesalahan pesan yang baik.
- f. *Recognition Rather than Recall*, sistem harus meminimalkan pengguna dalam mengingat dengan menyajikan tombol, symbol, dan aksi yang dibuat secara jelas dalam desain antarmuka.
- g. *Flexibility and Efficiency of Use*, sistem harus menyediakan fitur alternatif atau cara singkat dalam mempercepat kegiatan yang dilakukan oleh pengguna
- h. *Aesthetic and Minimalist Design*, sistem harus menyediakan informasi yang relevan. Desain harus berfokus pada konten utama dengan tampilan yang estetis untuk menjaga kejelasan interaksi dengan pengguna.
- i. *Help Users Recognize, Diagnose, and Recover from Errors*, sistem harus menginformasikan kesalahan dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, sederhana, dan dapat memberikan saran penyelesaian.
- j. *Help and Documentation*, sistem harus memiliki dokumentasi yang relevan dan fitur “help” yang baik, sehingga pengguna dapat mempelajari segala sesuatu yang terkait dengan sistem [7].

3. METODE PENELITIAN



Gambar 1. Tahapan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa tahapan penelitian yang berguna untuk memberikan gambaran tentang keseluruhan pelaksanaan penelitian yang dilakukan dari awal hingga akhir. Adapun tahapan tersebut dapat dilihat pada gambar 1.

3.1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan penentuan objek evaluasi, yaitu Situs web Yova Supermart Kota Balikpapan. Selanjutnya, dilakukan peninjauan masalah dan evaluasi terhadap tampilan antarmuka pengguna situs web tersebut dengan menggunakan metode Heuristic.

3.2. Pengumpulan Data

Berdasarkan cara memperoleh datanya, penelitian ini termasuk ke dalam kategori data primer. Hal ini dikarenakan peneliti melakukan observasi langsung terhadap objek penelitiannya dan penilaian kuesioner kepada 20 responden, untuk mengidentifikasi permasalahan *usability* berdasarkan prinsip heuristik.

Proses yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut;

- a. Mengamati antarmuka pengguna (user interface) di setiap bagian situs web dengan melakukan screenshot pada tampilan website yang akan diamati.
- b. Menyebarkan beberapa pertanyaan yang mengacu pada prinsip heuristic evaluation kepada 20 responden untuk memberikan penilaian tingkat keparahan (*severity ratings*).

Adapun instrumen pertanyaan yang dibagikan kepada 20 responden dan mengacu pada 10 prinsip *Heuristic Evaluation* Jakob Nielsen sebagai berikut :

Tabel 1. Instrumen Heuristic

No.	Prinsip Heuristic	Pertanyaan
1.	<i>Visibility of System Status</i>	Saat tombol ditekan, apakah muncul tanda (seperti ikon <i>loading</i>) bahwa sistem sedang bekerja?
2.	<i>Match Between System & Real World</i>	Apakah istilah bahasa dan gambar ikon (seperti simbol keranjang atau pencarian) yang digunakan pada website mudah dipahami?
3.	<i>User Control and Freedom</i>	Jika terjadi salah klik, apakah mudah untuk membatalkan atau kembali (seperti tombol 'Batal' atau 'Hapus')?
4.	<i>Consistency and Standards</i>	Apakah warna, jenis huruf, dan tata letak tombol di website sudah sama pada setiap halamannya?
5.	<i>Error Prevention</i>	Apakah sistem mencegah pengguna melakukan kesalahan (misal: tombol 'Daftar' tidak bisa diklik kalau data belum lengkap)?
6.	<i>Recognition Rather Than Recall</i>	Apakah Anda bisa dengan mudah menemukan informasi keranjang/favorit tanpa harus mengingat letak menuanya?
7.	<i>Flexibility and Efficiency of Use</i>	Apakah Anda bisa dengan mudah menemukan produk yang dicari pada tombol pencarian?
8.	<i>Aesthetic and Minimalist Design</i>	Apakah tampilan website terlihat rapi, tidak terlalu padat, dan nyaman dipandang mata?

No.	Prinsip Heuristic	Pertanyaan
9.	<i>Help Users Recognize Errors</i>	Jika login gagal atau terjadi <i>error</i> , apakah pesan yang muncul menjelaskan letak kesalahannya dengan jelas(detail)?
10.	<i>Help and Documentation</i>	Apakah tombol bantuan (seperti <i>Chat WA</i> atau Pusat Bantuan) mudah ditemukan jika pengguna bingung?

3.3. Analisis Data

Pada tahap analisis data, dari 20 responden dikumpulkan dan dihitung rata-ratanya untuk mendapatkan nilai akhir Severity Ratings dengan menggunakan 10 prinsip evaluasi heuristic Jakob

Nielsen. Setiap masalah *usability* yang diidentifikasi akan diberi penilaian dengan menggunakan *Severity Ratings* (Tingkat Keparahan). Skala Severity Ratings yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada skala Nielsen (1995) sebagai berikut:

Tabel 2. Severity Ratings (Tingkat Keparahan)

Konteks	Nilai	Ket
<i>Not a usability problem</i>	0	Tidak dianggap sebagai masalah usability.
<i>Cosmetic Problem</i>	1	Masalah estetika minor, tidak mendesak untuk diperbaiki.
<i>Minor usability problem</i>	2	Masalah kecil yang sedikit mengganggu; prioritas perbaikan rendah
<i>Minor usability problem</i>	3	Masalah utama yang menyulitkan pengguna; prioritas perbaikan tinggi.
<i>Usability Catastrophe</i>	4	Masalah sangat fatal; wajib diperbaiki sebelum sistem digunakan lebih lanjut

Selanjutnya, data tersebut dianalisis untuk merumuskan rekomendasi perbaikan antarmuka.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini akan membahas mengenai analisis data yang dilakukan oleh peneliti mengenai penilaian terhadap desain *user interface* pada *website* Yova Supermart berdasarkan 10 prinsip menurut Jakob Nielsen.

4.1. Visibility of System Status



Gambar 2. Tampilan Loading (Spinner)

Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 2 menunjukkan tampilan *feedback* pada *website* Yova Supermart yang menggunakan *spinner loading* pada saat sistem sedang melakukan pengambilan data atau *loading*.

asukan
anjang

Anda harus login terlebih
dahulu

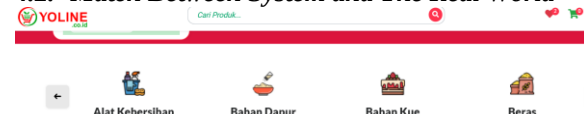
Gambar 3. Tampilan Notifikasi

Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 3 menunjukkan adanya *notifikasi* saat pengguna menekan tombol *Shopping Cart* ketika pengguna belum melakukan *login* di *website*.

Berdasarkan dari gambar 2 dan 3 maka dapat diambil kesimpulan bahwa *website* Yova Supermart telah memenuhi prinsip pertama dari evaluasi Heuristic. Hal ini penting agar pengguna tidak bingung atau mengira sistem sedang *error* karena halaman keranjang tidak terbuka. Rata-rata responden tidak mengalami masalah dalam hal ini maka skornya 0 (tidak ada masalah).

4.2. Match Between System and The Real World



Gambar 4. Keranjang pada Web

Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 4 menunjukkan bahwa *website* Yova Supermart sudah menggunakan bahasa/icon yang sering digunakan oleh para penggunanya. Hal ini terlihat dengan adanya ikon Keranjang (*Shopping Cart*) untuk menampung barang yang akan dibeli. Selain itu, ada juga icon hati (*love*) untuk menambahkan barang yang telah di *favorit*-kan pengguna. Kemudian adanya pengelompokan sesuai kategori produk (seperti Buah, Keperluan Bayi, Cuci Baju) disusun secara sederhana dan familiar.

Dengan ini, maka *website* Yova Supermart sudah memenuhi prinsip ke 2 karena memudahkan pengguna memahami cara kerja sistem tanpa perlu mempelajari istilah yang rumit. Rata-rata responden bisa memahaminya dengan baik, artinya dalam hal ini tidak ada kesulitan maka skornya 0 (tidak ada masalah).

4.3. User Control and Freedom

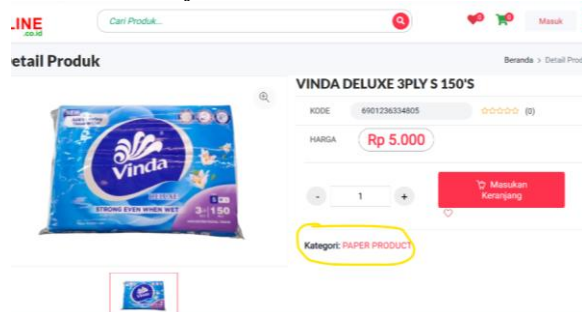
Gambar 5 menunjukkan adanya tanda hapus, tambah, serta tanda kurang yang berada pada fitur keranjang. Dengan adanya tombol ini maka pengguna akan merasa lebih mudah dalam menggunakannya apakah ingin menambahkan produk atau mengurangnya bahkan menghapusnya dari keranjang.

Maka *website* ini memenuhi prinsip ke 3 dari evaluasi Heuristik. Rata-rata responden bisa mengakses kebebasan dalam melakukan aksi (hapus, batal, dan lainnya) dengan baik, artinya dalam hal ini tidak ada kesulitan maka skornya 0 (tidak ada masalah).

	Harga	Jumlah	Total	Hapus
NT SAK 90 GR	Rp. 7.450	2	Rp. 14.900	✖
MON EKSTRA JERUK NIPIS 680 ML	Rp. 9.900	1	Rp. 9.900	✖
TERGENT JERUK NIPIS 300 GR	Rp. 4.500	1	Rp. 4.500	✖

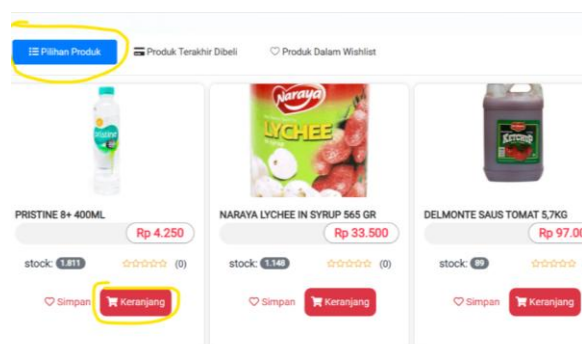
Gambar 5. Keranjang pada Web
Sumber : Situs web Yova Supermart

4.4. Consistency and Standards



Gambar 6. Halaman Produk pada Web
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 6 menunjukkan pada halaman produk, terdapat menu kategori (contoh *Paper Product*) yang menampilkan efek hover saat disorot kursor. Efek ini memberikan petunjuk pada pengguna bahwa teks tersebut adalah tautan aktif. Namun, menu ini tidak menavigasi pengguna ke halaman baru (kategori). Hal ini juga menunjukkan perlunya perbaikan agar tidak membingungkan pengguna. Dapat disimpulkan bahwa *website* ini belum memenuhi prinsip ke 4.



Gambar 7. Halaman Produk pada Web
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 7 menunjukkan adanya ketidaksesuaian warna pada tombol. Seharusnya warna tombol memiliki warna yang sama di setiap halamannya.

Akan tetapi pada halaman ini terdapat perbedaan warna.

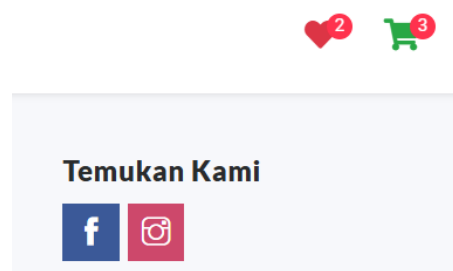
Berdasarkan dari gambar 6 dan 7 maka dapat diambil kesimpulan bahwa *website* Yova Supermart belum memenuhi kriteria karena tidak sesuai dengan prinsip ke 4. Maka dalam hal ini terdapat *Minor Problem*, skor rata-rata adalah 2.1.

4.5. Error Prevention

Gambar 8. Halaman Daftar pada Web
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 8 di halaman daftar, tidak terlihat adanya tanda bintang/asterisk (*) untuk kolom wajib isi seperti nama, email, dan password. Ini bisa membuat pengguna bingung dan menyebabkan error karena ada kolom yang tidak terisi. Kemudian untuk kolom nomor telepon, pengguna masih harus mengetik '+62' sendiri. Sebaiknya dibuatkan otomatis ada '+62'-nya atau sistem bisa membaca angka '0' di depan, jadi pengguna tinggal tulis nomor selanjutnya saja. Hal ini dapat berpotensi menyebabkan kegagalan input. Dapat disimpulkan bahwa *website* ini belum memenuhi prinsip ke 5. Skor rata-rata :2.8 (*Major Problem*).

4.6. Recognition Rather Than Recall



Gambar 9. Halaman Daftar pada Web
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 9 menunjukkan adanya *icon* yang ditampilkan pada situs web. Agar halaman lebih mudah diingat, maka digunakan *icon* untuk memudahkan pengguna. *Icon* juga lebih menarik karena mudah ditemukan. Adanya *icon*, maka situs web cukup memenuhi prinsip ke 6, namun perlu

melakukan penyesuaian *icon* agar lebih menarik. Rata-rata responden bisa memahami *icon* atau simbol dengan baik, artinya dalam hal ini tidak ada kesulitan maka skornya 0 (tidak ada masalah).

4.7. Flexibility and Efficiency of Use



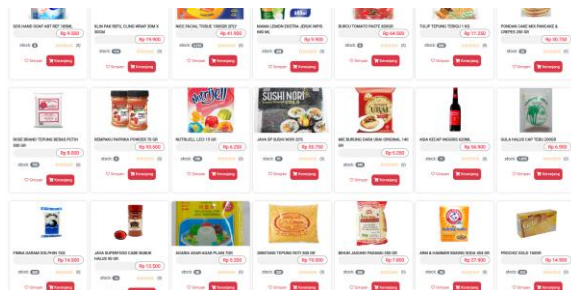
Gambar 10 Search bar pada Navigation bar
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 10 menunjukkan *search bar* pada navigation bar. Fitur ini berfungsi sebagai jalan pintas yang cepat tanpa harus *scrolling* ke bagian bawah halaman atau menelusuri menu kategori satu per satu. Dengan adanya fitur *search bar*, maka *website* sudah memenuhi prinsip ke 7. Rata-rata responden bisa menggunakannya dengan baik, artinya dalam hal ini tidak ada kesulitan maka skornya 0 (tidak ada masalah).

4.8. Aesthetic and Minimalist Design



Gambar 11. Halaman Utama pada Web
Sumber : Situs web Yova Supermart

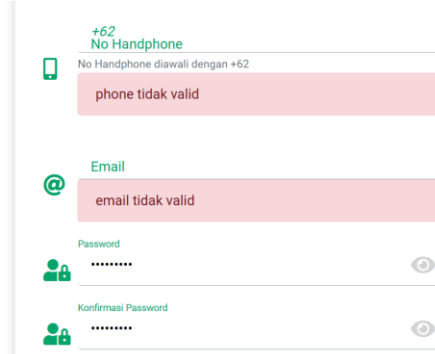


Gambar 12. Halaman Utama pada Web
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 11 dan 12 menampilkan Halaman Utama pada *website* yang berisi *header* promo, produk terbaru, produk terlaris, flash sale, dan pilihan produk. Ditemukan permasalahan pada tata letak (*layout*) daftar 'Pilihan Produk' yang menampilkan 32 item produk sekaligus dalam satu halaman meskipun sudah ada Lihat Semua (*fitur pagination*) pada web. Hal ini mengakibatkan halaman menjadi sangat panjang (*excessive page length*) dan padat informasi. Sehingga konsumen harus *scrolling* terus-menerus hingga bagian akhir (*footer*). Sebaiknya tampilkan 4-8 produk saja pada bagian ini. Tampilan yang seperti ini dapat memecah fokus pengguna dari konten utama. Dalam

hal ini maka web ini belum memenuhi prinsip ke 8. Skor Rata-rata 2.2 (*Minor Problem*).

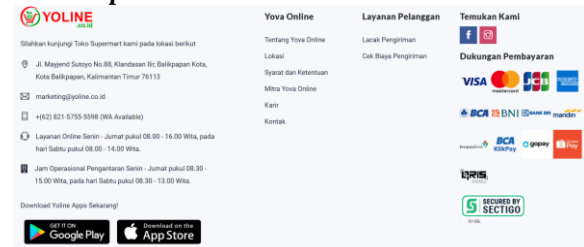
4.9. Help User Recognize, Diagnose, and Recover from Errors



Gambar 13. Notifikasi Error
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 13 menunjukkan adanya notifikasi peringatan (*warning*) pada halaman daftar (*register*) sehingga pengguna wajib mengisi data diri dengan benar. Dengan ini, maka *website* Yova Supermart sudah memenuhi prinsip ke 9. Saran peningkatan yang diberikan adalah sebaiknya pesan kesalahan yang tampil dibuat lebih spesifik dan instruktif dengan memberikan alasan yang jelas. Contoh : format email yang salah, tidak menyertakan tanda @ atau nomor telepon yang kurang/salah pada digitnya. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa web belum memenuhi prinsip ke 9. Skor Rata-rata: 2.9 (*Major Problem*)

4.10. Help and Documentation



Gambar 14. Footer
Sumber : Situs web Yova Supermart

Gambar 14 merupakan bagian *footer* pada *website* yang sudah cukup informatif karena memuat detail seperti bantuan, lokasi, email, nomor *Whatsapp* dan jam operasional. Saran perbaikan, meskipun sudah ada nomor *Whatsapp* pada bagian *footer* akan tetapi akan lebih baik jika menambahkan fitur *Floating Chat Button* yang dapat diklik oleh pengguna tanpa harus menyalin nomor telepon sehingga lebih cepat dan responsif. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa web belum memenuhi prinsip ke 10. Skor Rata-rata: 1.8 (*Minor Problem*)

4.11. Rekapitulasi Hasil Evaluasi

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Penilaian berdasarkan *Severity Ratings*

Prinsip Heuristic	Nilai	Keterangan
<i>Visibility of System Status</i>	0	Tidak ada masalah
<i>Match Between System & Real World</i>	0	Tidak ada masalah
<i>User Control and Freedom</i>	0	Tidak ada masalah
<i>Consistency and Standards</i>	2.1	Menyamakan warna tombol aksi dan navigasi di setiap halaman agar konsisten
<i>Error Prevention</i>	2.8	Menambahkan tanda bintang (*) pada kolom wajib dan validasi format angka pada input No. HP.
<i>Recognition Rather Than Recall</i>	0	Tidak ada masalah
<i>Flexibility and Efficiency of Use</i>	0	Tidak ada masalah
<i>Aesthetic and Minimalist Design</i>	2.2	Mengurangi jumlah produk yang tampil (saat ini 32 produk) atau gunakan sistem <i>page number</i> agar tampilan tidak terlalu panjang.
<i>Help Users Recognize Errors</i>	2.9	Menampilkan pesan error yang lebih spesifik dan jelas saat input data salah
<i>Help and Documentation</i>	1.8	Menambahkan tombol bantuan/chat yang mudah ditemukan pengguna

Perhitungan *Severity Ratings* Menurut Nielsen [20] adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Rata - rata Severity} &= \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah Prinsip}} \\
 &= \frac{11,8}{10} \\
 &= 1,18
 \end{aligned}$$

Dari data diatas dapat disimpulkan, hasil perhitungan rata-rata sebesar 1,18 menandakan bahwa permasalahan yang terjadi pada *website* Yova Supermart termasuk dalam kategori Masalah Minor (*Minor Usability Problem*), artinya *website* ini sudah berjalan dengan baik dan dapat digunakan, akan tetapi terdapat beberapa aspek antarmuka pengguna yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa desain *user interface website* Yova Supermart sudah cukup baik karena sudah memenuhi 5 prinsip dari 10 prinsip evaluasi heuristic. *Website* tersebut menyediakan layanan belanja online yang memudahkan penggunaannya menjalankan *website* tersebut.

Meskipun begitu, *website* ini masih memiliki beberapa kekurangan yang harus diperbaiki ataupun ditingkatkan, seperti ketidakseragaman desain pada elemen visual dan navigasi khususnya pada beberapa tombol, kurangnya fitur pencegahan kesalahan input data, tampilan halaman produk yang terlalu padat, pesan kesalahan (*error message*) yang kurang informatif, serta akses fitur tombol bantuan melayang (*floating chat*) sangat direkomendasikan agar lebih cepat dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Toffler, *The Third Wave*, New York: William Morrow and Company, Inc., 1980
- [2] F. N. Ahadiyah, "Perkembangan Teknologi Infomasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online," *Journal of Qualitative and Quantitative Research*, p. 2, 2024
- [3] K. Kurniawan, B. Silaban and F. A. Silaban, "Penyuluhan Pemasaran E-Commerce Untuk

Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Pemuda-Pemudi di Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang," *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, pp. 91-98, 2022

- [4] M. . D. Firmansyah and H. , "Perancangan Web E-Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes," *Journal of Information System and Technology*, vol. 04, pp. 361-372, 2023
- [5] M. Indartini and N. R. Herawati, "ANALISIS PENGARUH WEBSITE DESIGN QUALITY, E-SERVICE QUALITY DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE SOCIOLLA," *JAMER (Jurnal Akuntansi Merdeka)*, p. 2, 2023
- [6] E. Japarianto and S. Adelia, "PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, pp. 35-43, 2020
- [7] J. Nielsen, *Usability Engineering*, San Francisco: Morgan Kaufmann, 1994
- [8] A. Aliyanto, A. Wijaya and A. Sitompul, "Evaluasi User Interface Website E-Commerce Menggunakan Metode Heuristic," *Jurnal Ilmiah Matrik*, vol. 24, pp. 157-164, 2022
- [9] M. F. Wahyudi and P. Handayan, "ANALISA USABILITY DESAIN USER INTERFACE PADA APLIKASI TOKOPEDIA MENGGUNAKAN METODE HEURISTICS EVALUATION," *Jurnal METHODIKA*, vol. 9, no. Mar 2023, pp. 1-8, 2023
- [10] H. Septanto, A. Hidayatullah and H. . B. Dirgantara, "Analisis Pengaruh Fitur User interface Ramah Pengguna Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan di Tokopedia," *KalbiScientia, Jurnal Sains dan Teknologi*, , vol. 11, pp. 79-85, 2024
- [11] A. Fergina, S. Alfariji, C. P. Handraputri, D. D. Herisma, P. . P. Amalia, R. Pebrian and N. J. Tampubolon, "MENGANALISIS USER INTERFACE PADA APLIKASI

- ECOMMERCE LAZADA MENGGUNAKAN METODE HEURISTIC," *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi, Mekatronika dan Ilmu Komputer* (SENTIMETER), vol. 1, 2023
- [12] Z. S. Azkya, I. Ardiansah and T. Pujiyanto, "Analisis User Experience pada Warehouse Marketplace dengan Metode Heuristic Evaluation," *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi (JuTISI)*, vol. 6, 2020
- [13] N. D. Setiawan, *Pendukung Kinerja Komputer, Interaksi Manusia Dan Komputer*, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021
- [14] Prihati, M. and Suhartono, "Penerapan Model Human Computer Interaction (HCI)," *Jurnal Sistem Informasi Bisnis 01*, pp. 1-8, 2011
- [15] E. R. Subhiyakto, Y. P. Astuti and L. Umaroh, "Perancangan User Interface Aplikasi Pemodelan Perangkat Lunak Menggunakan Metode User Centered Design," *Jurnal KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, pp. 145-154, 2021
- [16] M. A. Muhyidin, M. A. Sulhan and A. Sevtiana, "PERANCANGAN UI/UX APLIKASI MY CIC LAYANAN INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI FIGMA," *urnal Digit: Digital of Information Technology*, pp. 208-219, 2020
- [17] W. O. Galitz, *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques* (3rd Edition), Indianapolis: Wiley Publishing, Inc, 2007
- [18] R. S. Iskandar and A. . G. Persada, "Perancangan UI/UX Untuk Aplikasi Pengukur Jarak Lari Dengan Metode Design Thinking," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vols. Vol. 5, No. 3, p. 1382–1405, 2025
- [19] Elgamar, *Buku Ajar Konsep Dasar Pemrograman Website dengan PHP*, Malang: CV. Multimedia Edukasi, 2020
- [20] J. Nielsen, "Severity Ratings for Usability Problems," Nielsen Norman Group, 01 Jan 1995. [Online]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/how-to-rate-the-severity-of-usability-problems/>. [Accessed 12 Dec 2025]