

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Aktivitas lelang telah digunakan untuk transaksi berbagai barang sejak zaman dahulu hingga saat ini. Lelang merupakan suatu aktivitas penjualan, pembelian, dan pelayanan yang di dalamnya terdapat kompetisi antar peserta. Aktivitas lelang dimulai dengan petugas lelang (*auctioneer*) menawarkan barang lelang dan mengumumkan nilai awal dari barang tersebut. Para peserta lelang (*bidder*) bersaing dengan mengajukan penawaran yang bernilai lebih tinggi terhadap penawaran sebelumnya untuk memenangkan lelang dan berhak untuk bertransaksi terhadap barang lelang yang ditawarkan. Pada setiap lelang terdapat keunikan dan aturan tertentu yang digunakan seperti metode pelelangan yang dihadiri penawar secara langsung ataupun penawar yang dapat mengikuti pelelangan secara online melalui internet.

Perkembangan teknologi sistem informasi yang pesat telah mewujudkan berbagai macam website lelang online. Website lelang online merupakan hasil dari penerapan teknologi sistem informasi online ke dalam aktivitas pelelangan sehingga memungkinkan pertukaran informasi lelang dapat dilakukan melalui dunia maya tanpa pertemuan langsung. Penerapan tersebut diharapkan dapat mengembangkan beragam aktivitas maupun interaksi yang ada pada pelelangan konvensional (tidak menggunakan website) mengikuti perkembangan teknologi.

Website lelang online tidak terlepas dari interaksinya dengan *users*. Interaksi antara website dengan *users* menghasilkan pengalaman pengguna (*user experience*). Pengalaman pengguna adalah kesan subjektif yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan website, meliputi aspek pengalaman, pengaruh, arti, dan nilai dari interaksi manusia-komputer juga persepsi pengguna mengenai aspek praktis dari website. Pengalaman pengguna merupakan salah satu nilai yang harus diperhatikan dalam perkembangan website. Untuk mengetahui apakah website lelang online telah memberikan pengalaman pengguna yang baik atau buruk, diperlukan pengukuran pengalaman pengguna terhadap website lelang online.

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah daftar pertanyaan (kuesioner) yang dibuat digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna terhadap suatu produk interaktif. Skala UEQ meliputi aspek kegunaan klasik (efisiensi, perspektif, dan ketergantungan) dan aspek pengalaman pengguna (orisinalitas dan stimulasi). Nilai-nilai yang diukur meliputi daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), keandalan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), pembaruan (*novelty*).

Versi asli UEQ dibuat pada tahun 2005 di Jerman. Pada tahun 2008 terdapat penelitian [1] yang menghasilkan UEQ dalam versi bahasa Inggris dengan tingkat keandalan yang memuaskan. Dalam jurnal penelitian [2] menggunakan UEQ untuk mengukur pengalaman pengguna secara efisien dan andal. Penelitian lain [3] juga menunjukkan bahwa UEQ mampu mengukur pengalaman pengguna.

Penelitian "Pengukuran Pengalaman Pengguna Website Lelang Online

Menggunakan User Experience Questionnaire” dilakukan menggunakan UEQ beserta pertanyaan terbuka terhadap peserta lelang sebagai pengguna website lelang Indonesia (Lelang.go.id) yang dipilih secara acak. Penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengalaman yang diberikan oleh website lelang Indonesia kepada peserta lelang saat menggunakan website lelang Indonesia. Penelitian akan menghasilkan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengoptimalkan perancangan maupun pengembangan website lelang online.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengalaman yang diperoleh peserta lelang setelah menggunakan website lelang online?
2. Bagaimana hasil pengukuran pengalaman pengguna terhadap website lelang online?
3. Faktor apa yang memberi kesan baik dan kesan buruk kepada user?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari pokok-pokok permasalahan yang ada, maka dalam penyusunan penelitian dibatasi pada informasi yang meliputi:

1. Pengukuran dilakukan terhadap pengalaman pengguna website lelang Indonesia (www.lelang.go.id) yang diakses menggunakan smartphone.

2. Alat yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna adalah *User Experience Questionnaire*
3. Kuesioner diajukan kepada tiga puluh orang responden yang dipilih secara acak.
4. Data kesan dan pesan yang digunakan hanya memperhatikan kesesuaian terhadap komponen pertanyaan UEQ.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Diadakannya penelitian ini tidak terlepas dari adanya maksud dan tujuan sebagai berikut:

1.4.1 Maksud

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana pengalaman yang diberikan oleh website lelang online kepada pengguna website lelang online untuk pertama kalinya.

1.4.2 Tujuan

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menyediakan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengoptimalkan pengembangan desain UX pada website lelang online.

2. Sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar keserjanaan komputer pada jurusan Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.4.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan bermanfaat sebagai sumber informasi dalam mengembangkan website lelang online ataupun website sejenis dengan memperhatikan nilai pengalaman pengguna.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan untuk mendapatkan data-data mengenai pokok permasalahan dan penyusunan dalam penelitian ini adalah:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, digunakan metode sebagai berikut:

1.5.1.1 Metode Observasi

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap website lelang indonesia untuk mengamati bagaimana aktivitas yang terjadi.

1.5.1.2 Metode Kuesioner

Metode pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden (peserta lelang yang menggunakan website lelang indonesia).

1.5.1.3 Metode Analisis studi literatur

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dan memahami informasi dari beberapa literatur seperti buku, situs-situs internet dan berbagai bahan lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

1.5.2 Metode Penelittian

Untuk mengukur pengalaman pengguna website lelang online, digunakan metode penelitian yang meliputi:

1.5.2.1 Manajemen Data

Tahap pertama yang dilakukan untuk memilah data. Pada tahap ini dilakukan validasi data, sehingga menyisakan data yang bernilai sesuai dengan tujuan penelitian untuk diolah. validasi dilakukan secara manual dengan melihat semua kuesioner yang telah terisi.

1.5.2.2 Entry Data

Pada tahap ini dilakukan pemasukan data yang telah diperoleh dari kuesioner ke dalam UEQ Data Analysis Tool untuk diolah menjadi informasi statistik.

1.5.2.3 Statistik

Analisa dilakukan terhadap informasi statistik yang dihasilkan oleh UEQ Data Analysis Tool untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman pengguna website lelang online.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini dibuat dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1.6.1 BAB I. PENDAHULUAN

Memaparkan secara lengkap mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

1.6.2 BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan semua dasar teori yang digunakan dan diterapkan dalam penelitian dan penyusunan laporan skripsi ini.

1.6.3 BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini menunjukkan metode dan alur yang digunakan dalam penelitian juga menjelaskan bagaimana analisa yang dilakukan terhadap pengalaman peserta lelang sebagai pengguna web lelang online. Termasuk di dalamnya metode pengambilan data. Juga membahas mengenai langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian

1.6.4 BAB IV: PEMBAHASAN

Memaparkan sekaligus mengolah data yang telah diperoleh. Membahas mengenai hasil dari analisa yang telah dilakukan dan memaparkan bagaimana pengalaman yang diberikan oleh web lelang online terhadap pengguna.

1.6.5 BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini menunjukkan hasil dan kesimpulan dari penelitian juga saran guna perbaikan untuk meningkatkan kualitas penelitian kedepannya.

