

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Profil Perusahaan

Pada profil perusahaan berisi informasi tentang perusahaan tempat penelitian berlangsung. Adapun isi dari profil perusahaan meliputi Sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi.

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Majelis Pendidikan Darul Hikam, yang sebelumnya disebut Perguruan, adalah lembaga yang dibentuk dibawah majelis pendidikan Yayasan, berfungsi sebagai pengelola seluruh unit pendidikan, mulai dari jenjang Daycare sampai jenjang SMA Yayasan Pendidikan Darul Hikam memiliki sejarah panjang dalam mengembangkan pendidikan Islam di Indonesia. Cikal bakal Darul Hikam dirintis oleh KH E Hasbullah Hafidzi pada tahun 1942 dengan mendirikan Madrasah Islam pertama di kampung Cisitu Girang, Kota Bandung.

Pada tahun 1951, sekolah sudah mempunyai bangunan milik sendiri. Yayasan ini terus berkembang, tahun 1953 kegiatan pendidikan ditingkatkan dengan membuka sekolah tingkat SMP dengan waktu belajar pada siang hari. Dalam waktu singkat SMP tersebut dipindahkan ke Jalan Puyuh No.5 dengan nama SMP Muslimin.

Pada tahun 1963 bangunan SD Islam yang berlokasi di Jalan Cisitu Indah mendapat musibah yaitu ambruk diterpa angin kencang. Sehingga para murid dipindahkan ke sekolah-sekolah yang berada disekitar lokasi. Setelah bangunan SD Islam di Cisitu Indah hancur, perintisan dimulai lagi pada tahun 1963 dibuka Taman Kakak-kanak Islam yang bertempat di Jalan Ir. H. Juanda 212 Bandung. Sekolah ini bertahan sampai peristiwa pemberontakan G.30.S/PKI gagal. Setelah 11 pemberontakan G.30.S/PKI gagal, K.H.E. Hasbullah Hafidzi akhirnya membangun Mesjid Darul Hikam yang berukuran di Jalan Ir.H.Juanda 285. Setelah pembangunan mesjid dianggap selesai, secara bertahap diselenggarakan

pendidikan formal yang berorientasi kepada kurikulum Departemen Pendidikan Nasional seperti :

1. Taman Kanak-kanak (TK) Th. 1966
2. Sekolah Dasar (SD) Th. 1968
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Th. 1972
4. Sekolah Pendidikan Guru (SPG) Th. 1974
5. Sekolah Menengah Atas (SMA) Th. 1981
6. Sekolah Menengah Ekonomi Atas (sekarang Sekolah Menengah Kejuaraan) Th. 1987
7. Taman Kanak-kanak II (TK II) Rancaekek Th. 1991
8. Diploma 3 Lembaga Ilmu Pengembangan Profesi Indonesia (LIPPI) Th. 1996-1998
9. Bimbel Muslim Averous (Th. 1991-1997) beekerjasama dengan yayasan Ibnu Rusydi
10. Sekolah Dasar II (SD II) Rancaekek Th. 2006

2.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Darul Hikam

Pada **Gambar 2.1** merupakan logo dari Darul Hikam yang memiliki makna tersendiri dari bentuk logo tersebut yang di antaranya adalah logo darul hikam merupakan perpaduan kabah dan buku ini mencerminkan darul hikam itu

lembaga pendidikan islam, kemudian dari aspek warna darul hikam memiliki ciri warna biru dan warna hijau.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

- **Visi**

Menjadi Yayasan terbaik sebagai wujud Khoiru Ummat: Modern, Profesional, Terbuka, Berkelas dan Berskala Internasional.

- **Misi**

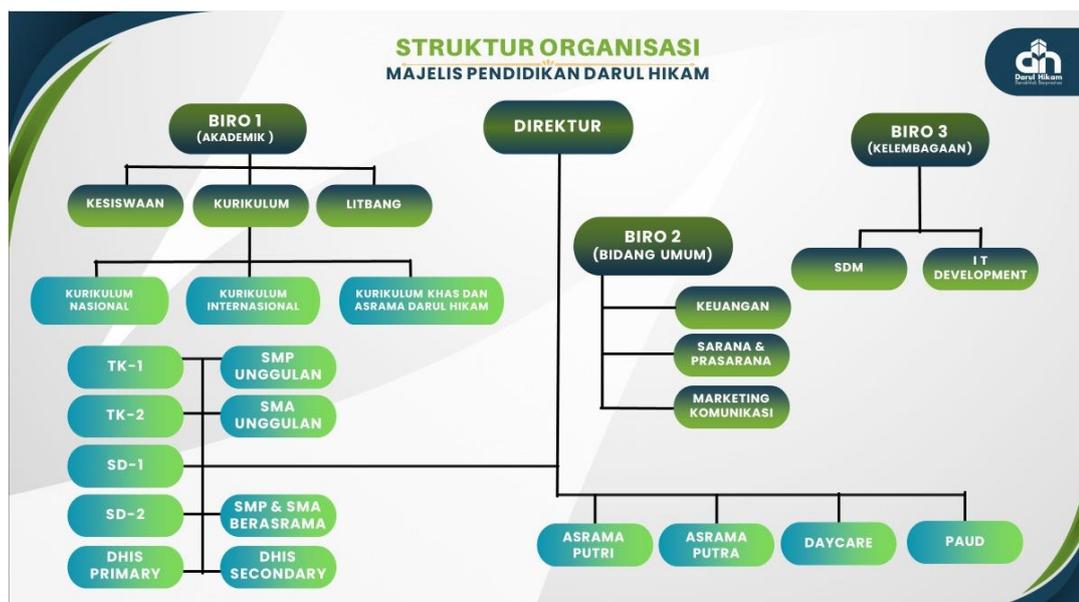
Mendorong Masyarakat dan pemerintah mengamalkan ajaran islam melalui :

- Dakwah
- Pendidikan
- Pemberdayaan

Dalam Upaya mewujudkan Masyarakat dan negara *Baldatun Thayyibatun Wa Rabbul Ghafur*.

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi yang diterapkan pada Majelis Pendidikan Darul Hikam dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Majelis Pendidikan Darul Hikam

Di Majelis Pendidikan Darul Hikam memiliki struktur organisasi yang cukup lengkap dan terstruktur, dengan kegiatan penelitian saya yang berada dibawah naungan tim marketing komunikasi dan *IT development* yang memiliki tugas sebagai berikut :

A. Marketing Komunikasi

Marketing komunikasi berfokus pada komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Marketing komunikasi sangat penting karena membantu produsen untuk membangun citra merek yang baik di mata konsumen. Citra merek yang baik akan membuat konsumen lebih percaya dan cenderung memilih produk atau layanan dari merek tersebut dibanding merek lainnya.

B. IT Development

IT Development memiliki tugas yang antara lain mengembangkan sistem darul hikam dari mulai website sampai sistem manajerial seperti sistem informasi data pokok guru dan karyawan, aplikasi ujian online dan juga penilaian. Selain itu saya juga mengembangkan beberapa website sekolah dan juga sistem informasi nya.

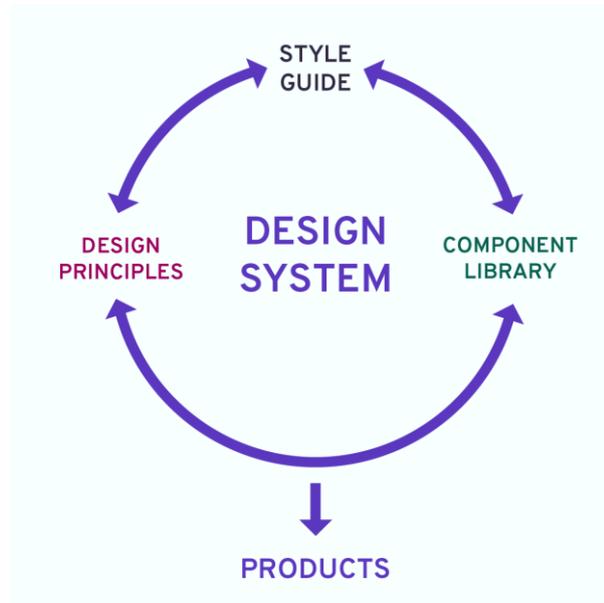
2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Design System*

Design System adalah sekumpulan dari komponen UI, pola desain, dan panduan, yang saling berhubungan dan praktik bersama yang diatur secara koheren untuk mencapai tujuan produk digital sehingga memiliki kualitas desain yang konsisten, terpadu, dan standar sehingga bisa digunakan oleh tim desain dan pengembang.

Dasar dari *design system* yang baik adalah memiliki dokumentasi desain yang standar meliputi code library, pattern library serta style guide sehingga dapat dimanfaatkan oleh seluruh tim yang terlibat dalam proses development perangkat lunak [2]. *Design system* memungkinkan tim untuk membangun produk yang lebih baik dan lebih cepat dengan membuat desain yang dapat di *reusable* seperti *button, text, icon, color, typography* dan komponen lain nya agar dapat digunakan

kembali.tujuan tersebut merupakan inti dari hadirnya design system. [7]. Tidak hanya membuat komponen yang reusable namun menurut brad frost dalam buku Atomic Design di dalam *design system* terdapat banyak panduan *style* diantaranya *brand identity, voice and tone, code, design language dan user interface pattern*[3].



Gambar 2. 3 Proses Design System

1. Brand Identity

Brand identity merupakan nama atau symbol yang membuat brand tersebut unik (seperti logo, warna, merek, font, packaging, slogan) dengan adanya *brand* ini dimaksud untuk menjadi pembeda dengan merek pesaing [3]. Dari brand identity dapat mempengaruhi brand awarness. *Brand awarness* adalah kesadaran konsumen terhadap suatu merek ataupun produk, produk yang memiliki *brand awarness* yang baik akan mudah dikenali oleh konsumen [8].



Gambar 2. 4 Brand Identity

Sangat penting bagi sebuah merek untuk menampilkan dirinya dengan cara yang kohesif di berbagai media, saluran, dan titik kontak yang semakin banyak. Bagaimana pihak ketiga mengetahui Pantone mana yang akan digunakan dan bagaimana cara menggunakan logo merek dengan benar ? Pedoman identitas merek memberikan jawaban atas pertanyaan mendasar tersebut.

2. *Writing*

Writing merujuk pada Panduan gaya penulisan bisa sangat terperinci dan menjelaskan hal-hal khusus seputar tanda baca dan tata bahasa, namun tidak selalu harus demikian menjadi sangat rinci. Adanya panduan gaya penulisan untuk memberi batasan dan akan membuat konsistensi dalam penulisan maupun dalam membuat konten [3].

More from The Economist My Subscription [Subscribe](#) [Log in or register](#) [Google™ Custom Search](#)

The Economist World politics Business & finance Economics Science & technology Culture Blogs Debate Multimedia Print edition

Style Guide

Intro A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W

The first requirement of *The Economist* is that it should be readily understandable. Clarity of writing usually follows clarity of thought. So think what you want to say, then say it as simply as possible. Keep in mind George Orwell's six elementary rules ("Politics and the English Language", 1946):

1. Never use a Metaphor, simile or other figure of speech which you are used to seeing in print.
2. Never use a long word where a short one will do (see Short words).
3. If it is possible to cut out a word, always cut it out (see Unnecessary words).
4. Never use the Passive where you can use the active.
5. Never use a foreign phrase, a scientific word or a Jargon word if you can think of an everyday English equivalent.
6. Break any of these rules sooner than say anything outright barbarous (see Concision).

Read the full Style Guide introduction.

Readers are primarily interested in what you have to say. By the way in which you say it you may encourage them either to read on or to give up. If you want them to read on:

Do not be stuffy. "To write a genuine, familiar or truly English style", said Hazlitt, "is to write as anyone would speak in common conversation who had a thorough command or choice of words or who could discourse with ease, force and perspicuity setting aside all pedantic and oratorical flourishes."

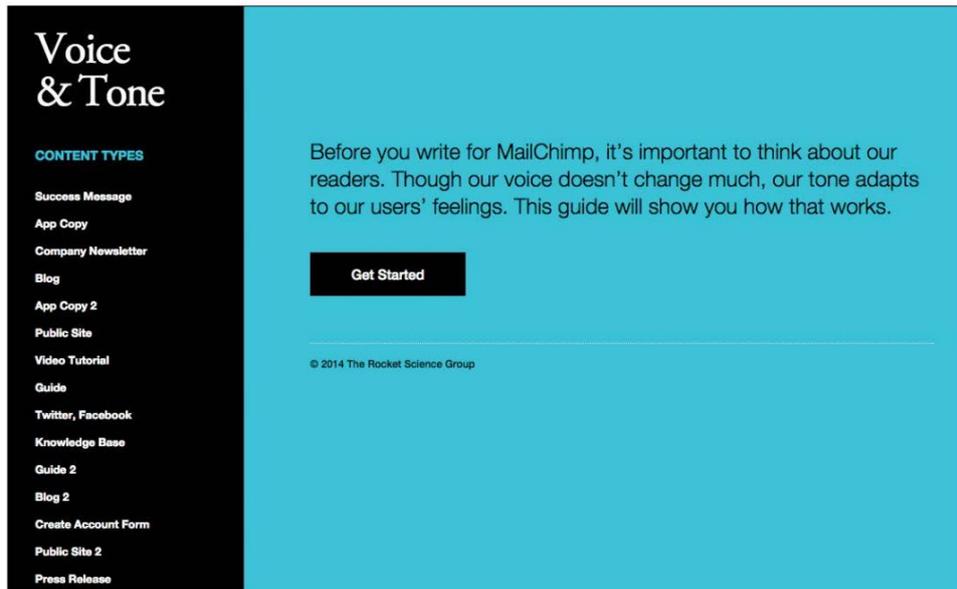
Advertisement

PROGRESS IS EVERYONE'S BUSINESS
See how Goldman Sachs

Gambar 2. 5 Writing

3. *Voice and Tone*

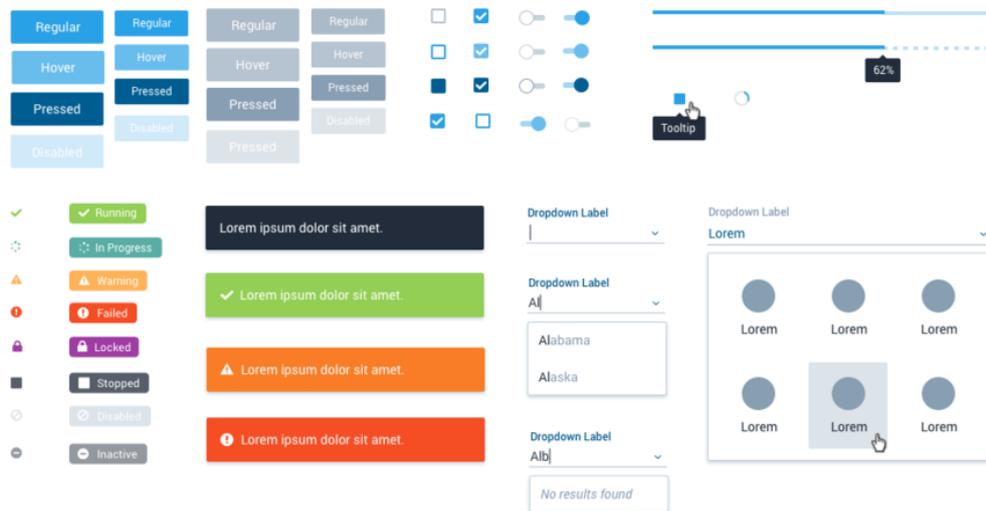
Ketika sebuah merek harus berkomunikasi di begitu banyak media komunikasi, berbicara dengan cara yang seragam dan konsisten menjadi sangat penting bagi kesuksesan sebuah merek. Suara adalah aspek penting dari identitas sebuah merek, jadi biasanya pedoman identitas merek mencakup beberapa referensi tentang suara mereka. Namun, pedoman ini biasanya tidak terlalu bernuansa, dan itulah itulah mengapa pedoman suara dan nada sangat penting [3].



Gambar 2. 6 Voice and Tone

4. *Pattern Library*

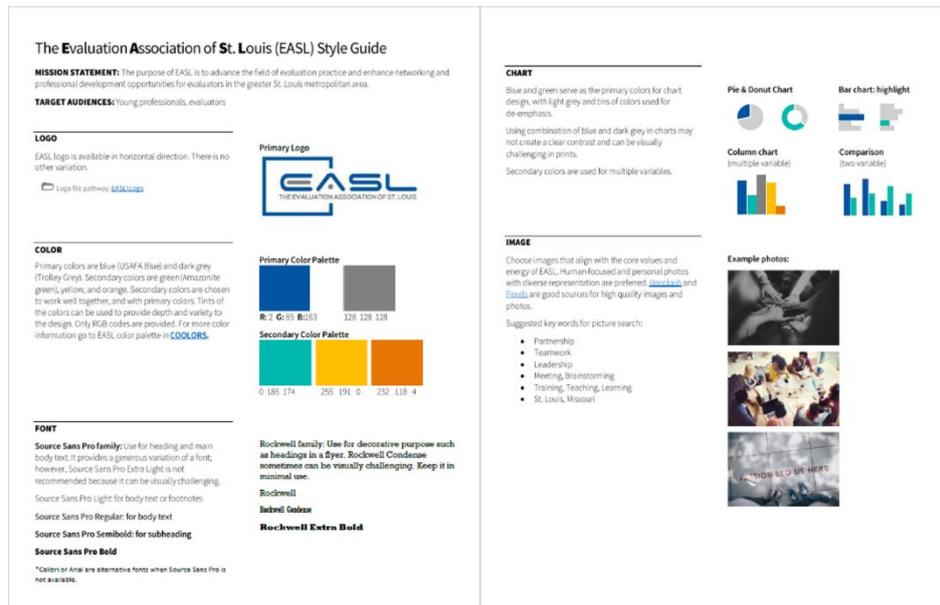
Pattern Library juga di kenal sebagai panduan *style frontend* dan *style user interface* [3]. *Pattern library* juga berfungsi untuk menangkap, mengumpulkan, berbagi pola desain dan menjadi tempat untuk berbagai pedoman penggunaan. Sederhananya didalam *pattern library* terdapat berbagai *style* seperti *icon style*, warna, typography dan lain-lain [2].



Gambar 2. 7 Pattern Library

5. Style Guide

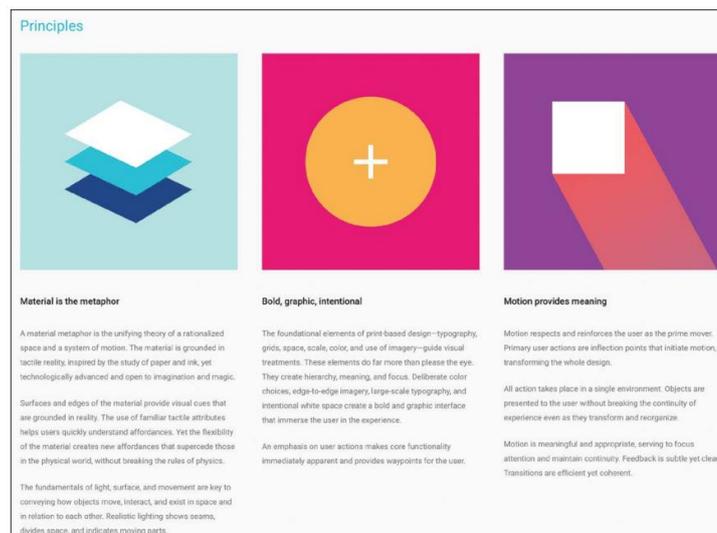
Style guide adalah seperangkat standar untuk penulisan dan perancangan konten, yang mendefinisikan warna, tata letak, font, citra, nada suara dan panduan, dll [2]. Tujuan dari pedoman gaya adalah untuk memastikan bahwa desainer membuat *user interface* yang kohesif dan mencerminkan identitas merek perusahaan. Dengan demikian, konsistensi akan terjaga sepanjang implementasi produk digital mereka. Menjaga konsistensi sangat penting karena branding yang konsisten akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan.[8]



Gambar 2. 8 Style Guide

6. Design Language

Design Language menguraikan arahan desain, filosofi, dan pendekatan desain secara umum serta tujuan dan prinsip dari sebuah produk [3]. *Design language* juga memiliki tujuan seperti berisi pedoman desain yang memungkinkan seluruh anggota tim mengikuti arahan kreatif yang sama dalam mendesain maupun mengembangkan produk [7].



Gambar 2. 9 Design Language

7. Standards

Standar adalah kesepakatan tertulis yang berisi spesifikasi teknis atau kriteria tepat lainnya yang akan digunakan secara konsisten sebagai aturan, panduan, atau definisi karakteristik untuk memastikan bahwa bahan, produk, proses, dan layanan sesuai untuk tujuannya [3]. Standarisasi dimulai dari proses desain hingga pengembangan. Penamaan komponen UI, panduan aksesibilitas, dan struktur detail komponen akan membantu tim bekerja sama dengan baik dan menghindari kesalahan. *Style guide* dan *pattern library* adalah komponen penting dalam desain sistem dimana format standarisasi telah terdapat pada komponen ini. Standarisasi produk digital akan membuat pengalaman pengguna sesuai dengan identitas merek dan perusahaan [7].

8. Konsistensi

Desain adalah sebuah bentuk bahasa melalui desain kita mengomunikasikan sebuah model mental dari produk. Representasi visual yang konsisten membantu orang mempelajari antarmuka lebih cepat dan mengurangi beban kognitif dengan membuat hal itu menjadi familier dan dapat diprediksi [2].

Hal tersebut membantu untuk membuat sebuah antarmuka mudah dipahami. Menciptakan konsistensi seperti membuat janji kecil di seluruh antarmuka (jika melihat tombol warna pink itu selalu untuk melakukan aksi, tombol “Batal” selalu muncul sebelum “Kirim”). Ketika orang dapat yakin dengan apa yang akan terjadi, mereka dapat bergantung pada produk tersebut. Dengan konsistensi membantu menumbuhkan kepercayaan. [2]

9. Define Pattern

Define pattern dapat diartikan mendefinisikan pola komponen dan elemen pendukung dalam desain antarmuka berdasarkan tujuan masing-masing

elemen yang digunakan [2]. Ada dua (2) teknik yang sangat membantu dalam *define pattern*.

a. *Specificity Scale*

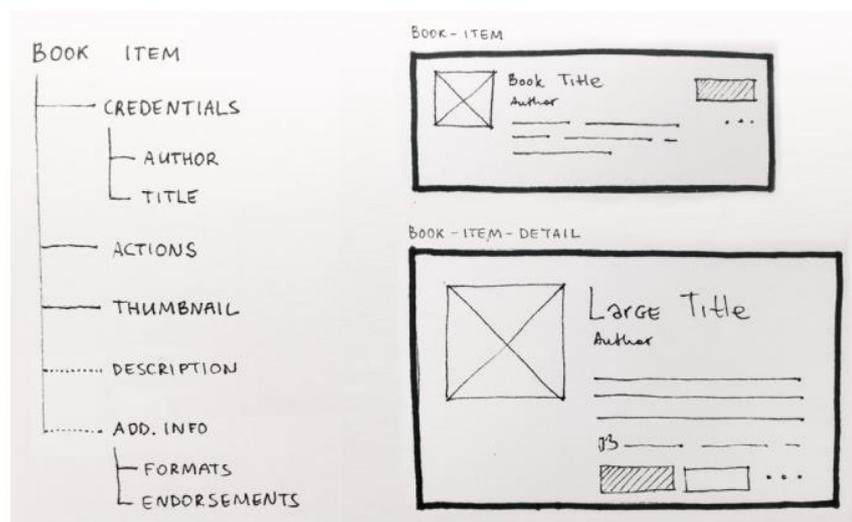
Setiap pola memiliki dua kategori skala generic dan specific. Dengan cara ini, komponen dapat diidentifikasi apakah termasuk dalam kategori komponen yang dapat digunakan kembali atau dibuat khusus untuk kondisi tampilan tertentu[2].



Gambar 2. 10 Define Pattern

b. *Content Structure*

Definisi hirarki dari tiap komponen dengan menentukan struktur setiap komponen yang digunakan. Pada tahap ini, struktur elemen inti dan elemen opsi yang dapat digunakan pada komponen [2].



Gambar 2. 11 Content Structure

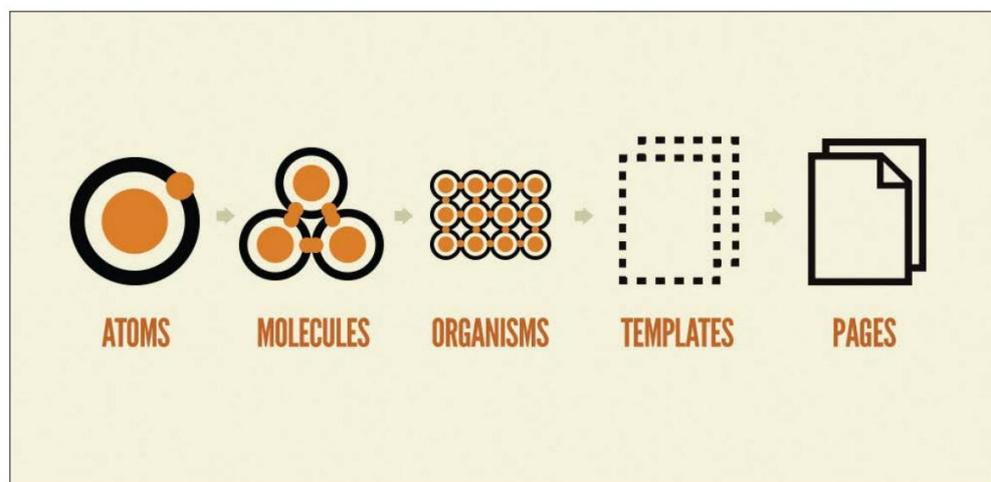
10. Preceptual Pattern dan Functional Pattern

Perceptual pattern adalah gaya abstrak yang membantu produk menjadi lebih diingat oleh konsumen melalui cara yang mengekspresikan dan mengkomunikasikan maksud dan maknanya secara visual. Element abstrak seperti pallete warna, tipografi, spasi, layout, ilustrasi, icon, dan animasi juga termasuk dalam pola perceptual .

Fungsional *Pattern* adalah modul antarmuka yang spesifik yang terdiri dari kumpulan elemen komponen (seperti elemen, tombol, navigasi, dll.) yang dapat mengubah perilaku dan tindakan pengguna sehingga mereka dapat melakukan tindakan tertentu dalam kondisi tertentu [2].

2.2.2 Atomic Design

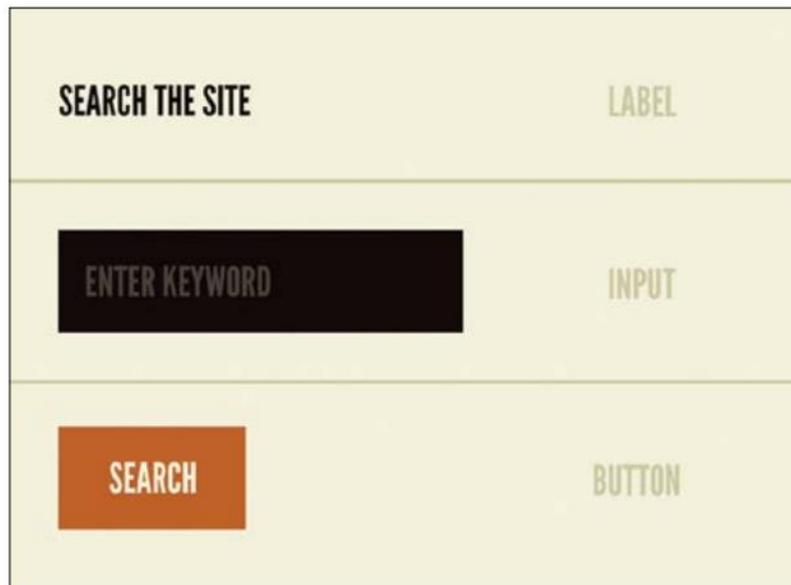
Atomic Design adalah pendekatan desain yang diperkenalkan oleh Brad Forst. Metode ini bekerja dengan memecah semua komponen dalam sebuah tampilan antarmuka menjadi komponen dasar yang sistematis, hierarkis, dan saling terhubung. Metode ini dapat digunakan untuk mempercepat proses pembangunan desain modular [3].



Gambar 2. 12 Atomic Design

1. *Atoms*

Atoms adalah dasar antarmuka. Atoms mencakup elemen HTML dasar seperti label, form, inputfield, tombol, dan komponen lainnya yang tidak dapat dipecah menjadi bagian terkecil.



Gambar 2. 13 Atoms

2. *Molecules*

Molekul adalah kumpulan atom yang disusun sebagai elemen antarmuka yang berfungsi sebagai satu unit [3]. Molekul akan mengambil elemen atom yang akan digabungkan untuk melakukan tugas tertentu.

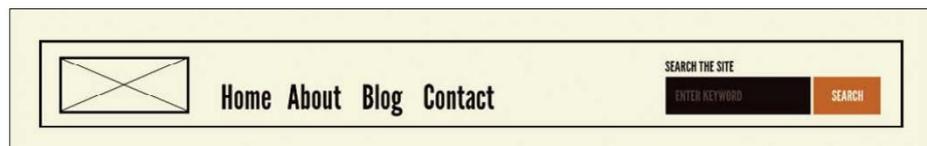


Gambar 2. 14 Molecules

Ketika atom label, input, dan tombol digabungkan, mereka memiliki fungsi. seperti label yang mendefinisikan input dan tombol yang memungkinkan pengisian formulir dimasukkan ke dalam input. *Output* yang dihasilkan adalah molekul form pencarian yang dapat digunakan kembali kapan pun dibutuhkan.

3. *Organisms*

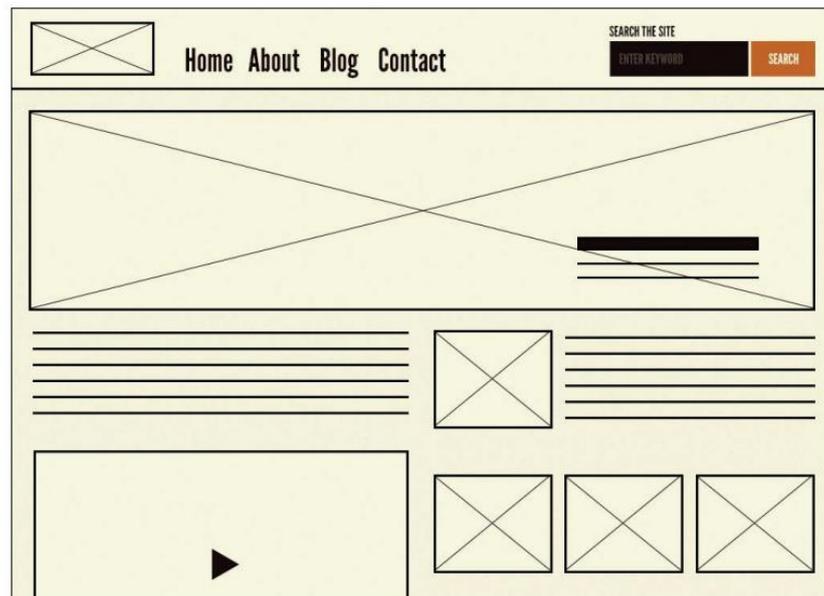
Organisme adalah komponen UI yang sangat kompleks yang terdiri dari kumpulan molekul, atom, atau organisme lainnya [3]. Organisme ini membentuk bagian yang berbeda pada antarmuka. Contohnya moleculs form digabungkan dengan moleculs navigasi dan membentuk organisme header. Organisme membentuk bagian-bagian tersebut dan dapat digunakan berulang kali.



Gambar 2. 15 Organisms

4. *Templates*

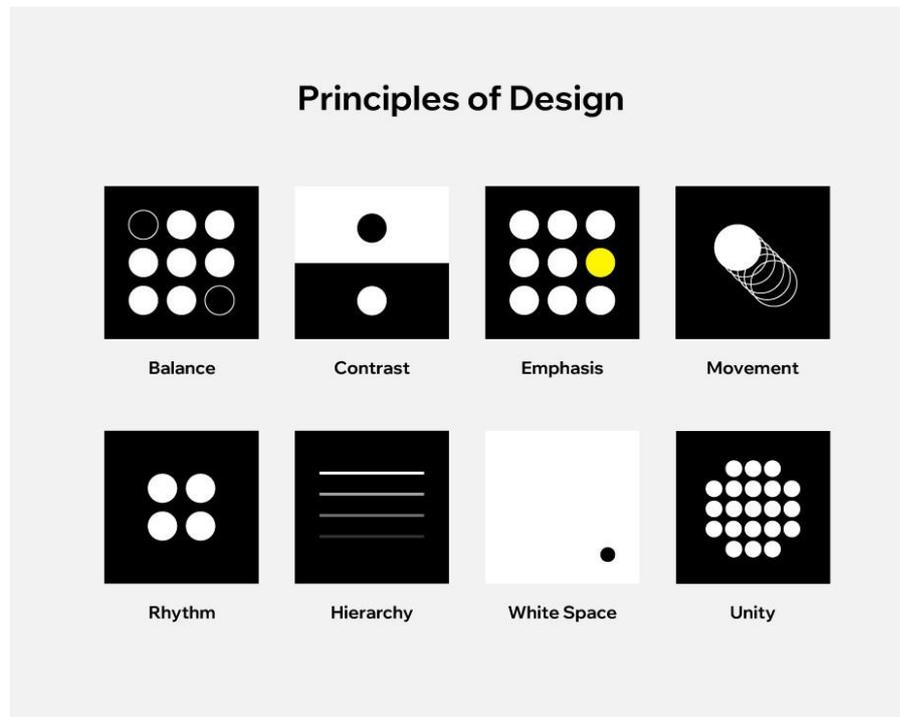
Templates adalah kumpulan atom, molekul, dan organisme; di sini, pembuatan tata letak dan penggabungan struktur komponen dilakukan. Fokus dari tahap ini adalah implementasi struktur dan tata letak yang akan digunakan dengan memastikan bahwa struktur dan tata letak dapat bersifat dinamis[3].



Gambar 2. 16 Templates

5. Pages

Pages adalah tahap terakhir dari *atomic design*, di mana semua templates yang telah digunakan pada tahap sebelumnya melakukan penggabungan konten representatif disebut sebagai pages [3]. Pages dapat dianggap sebagai tingkat kesetiaan tertinggi. Pages sangat penting karena mereka yang akan dilihat oleh pengguna akhir dan menentukan bagaimana mereka berinteraksi.



Gambar 2. 18 Prinsip Desain

2.2.4 UI Design

UI Design (User Interface Design) mengacu pada proses merancang antarmuka pengguna yang intuitif, fungsional, dan menarik untuk produk digital seperti aplikasi mobile, situs web, atau perangkat lunak. Tujuan utama UI Design adalah menciptakan pengalaman pengguna yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor seperti usability, estetika, interaksi, dan kepuasan pengguna [10]. Pada user interface ini terdapat beberapa komponen seperti *typography, color, button, input type, & image*.

2.2.5 In-Depth Interview

In-depth interview merupakan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk menggali informasi mendalam dari responden mengenai suatu topik tertentu [11]. IDI bertujuan untuk memahami perspektif, pengalaman, dan pemahaman responden secara lebih kaya dan detail daripada metode penelitian lain yang lebih terstruktur. *In-depth interview* memiliki kriteria karakteristik utama seperti Pertanyaan dalam IDI bersifat terbuka, artinya tidak membatasi jawaban

responden pada pilihan tertentu, Pewawancara memiliki fleksibilitas untuk menyesuaikan pertanyaan berdasarkan jawaban responden. Hal ini memungkinkan pewawancara menggali lebih dalam informasi yang relevan dan menarik yang mungkin tidak tercakup dalam panduan wawancara awal.

2.2.6 Figma

Figma adalah editor grafis vektor dan alat prototyping dengan berbasis web serta fitur offline tambahan yang diaktifkan oleh aplikasi desktop untuk Mac OS dan Windows [12]. Aplikasi pendamping Figma Mirror untuk Android dan iOS memungkinkan untuk melihat prototype Figma pada perangkat seluler. Rangkaian fitur Figma berfokus pada penggunaan dalam antarmuka pengguna dan desain pengalaman pengguna dengan penekanan pada kolaborasi waktu nyata (real-time).

Sederhananya, Figma adalah alat prototyping dan desain digital. Ini adalah aplikasi desain UI dan UX yang memungkinkan Anda membuat situs web, aplikasi, atau komponen antarmuka pengguna yang lebih kecil yang dapat diintegrasikan ke dalam proyek lain [12]. Dengan alat berbasis vektor yang hidup di cloud, Figma memungkinkan penggunaanya bekerja dari mana saja dari browser. Alat zippy yang dirancang untuk desain, prototipe, kerja tim, dan sistem desain organisasi termasuk dalam metode ini.

Sketch, Adobe XD, Invision, dan lainnya adalah alat yang mirip dengan Figma. selain itu figma didukung oleh komunitas desainer dan pengembang yang kuat yang berbagi plugin untuk mempercepat dan meningkatkan fungsionalitas. Semua orang dapat membantu dan berbagi. Beberapa produk besar menggunakan figma juga seperti Walgreens, Zoom, Dropbox, Slack, dan Twitter. dengan nama-nama produk itu menunjukkan bahwa sumber daya alat yang di sediakan figma ini cukup untuk mendukung hampir semua proyek

2.2.7 UX Design

UX Design adalah bidang yang menyelidiki pengalaman pengguna saat menggunakan produk yang dibuat [13]. Ini diterapkan pada produk untuk

memaksimalkan fungsionalitasnya, dengan beberapa hal yang harus diperhatikan seperti.

1. Psychology

Pikiran pengguna yang rumit harus dapat dipikirkan untuk membuatnya menjadi lebih mudah, Memahami psikologi memungkinkan Anda menjawab hal-hal seperti mengapa orang berbagi [14].

2. Usability

Mempertimbangkan manfaat produk ketika digunakan oleh pengguna, dengan mempertimbangkan apakah pengguna melakukan tugas program dengan baik atau malah sebaliknya. Konsep usability digunakan untuk mengukur seberapa mudah suatu produk atau sistem digunakan oleh pengguna [14]. Dalam desain antarmuka pengguna, usability ditekankan pada kemudahan penggunaan, kejelasan, dan hubungan antara pengguna dan sistem.

3. Design

Memikirkan cara-cara yang telah digunakan untuk menerapkan kegunaan yang telah dibuat sebelumnya, dengan membuat produk lebih mudah digunakan dengan memotivasi pelanggan untuk melakukan tugasnya dengan baik [14].

4. Copywriting

Membuat tulisan yang mengarahkan atau menjelaskan sebuah produk secara sederhana tetapi mudah dipahami oleh pengguna [14].

5. Analysis

Salah satu elemen utama desain UX adalah analisis, ini akan membuat produk yang dibuat valid dan dapat dijawab dengan data yang sudah dikumpulkan [14]. Dengan data ini, proses analisis menjadi lebih terpercaya, dan masalah yang dihadapi pengguna saat menggunakan produk dapat dilihat dan diperbaiki.

2.2.8 Usability Metrics

Usability metrics digunakan untuk mengevaluasi kinerja pengguna saat menyelesaikan sejumlah tugas yang diberikan [15]. Rata-rata keberhasilan, jumlah

waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas, dan tingkat kesalahan adalah pengukuran paling dasar untuk *usability metrics* [16].

Hal paling mendasar dalam penggunaan *usability metrics* dengan memberi partisipan desain yang diuji untuk menyelesaikan sejumlah tugas, selama pengujian berlangsung penguji memperhatikan secara seksama dan melakukan perekaman video selama pengujian berlangsung. Setelah mengevaluasi hasilnya, penguji mencatat hal-hal penting seperti desain yang efektif, efisien, dan kepuasan pengguna. Penguji juga mencatat masalah yang muncul, seperti elemen desain yang menyebabkan masalah [17]. Hal yang diukur pada saat melakukan pengujian *usability metrics* diantaranya adalah sebagai berikut :

1. *Effectiveness*

Effectiveness adalah salah satu ukuran keberhasilan pengujian *usability*. *Effectiveness* adalah nilai yang diperoleh desainer ketika mereka berhasil menyelesaikan tugas yang diberikan [16]. Jumlah responden yang berhasil menyelesaikan tugas dibandingkan dengan total responden untuk mengevaluasi efektivitas. Tingkat penyelesaian tugas rata-rata adalah 78% [18]. Anda dapat menghitung efektivitas seperti dibawah ini.

$$Effectiveness = \frac{NTCS}{TNTU} \times 100\% \quad (2.1)$$

Keterangan :

NTCS : Jumlah tugas yang berhasil diselesaikan.

TNTU : Jumlah total tugas yang dikerjakan.

2. *Efficiency*

Nilai efisiensi relatif keseluruhan dapat dihitung dengan membandingkan waktu yang dibutuhkan oleh desainer untuk menyelesaikan tugas dengan total waktu yang dihabiskan oleh seluruh partisipan. Nilai ini menunjukkan kecepatan desainer dalam menyelesaikan tugas [18]. Anda dapat menggunakan rumus *efficiency* seperti dibawah ini.

$$\text{Overall Relative Efficiency} = \frac{\sum_{j=1}^R \sum_{i=1}^N n_{ij} t_{ij}}{\sum_{j=1}^R \sum_{i=1}^N t_{ij}} \times 100\% \quad (2.2)$$

Keterangan :

N : Jumlah total tugas.

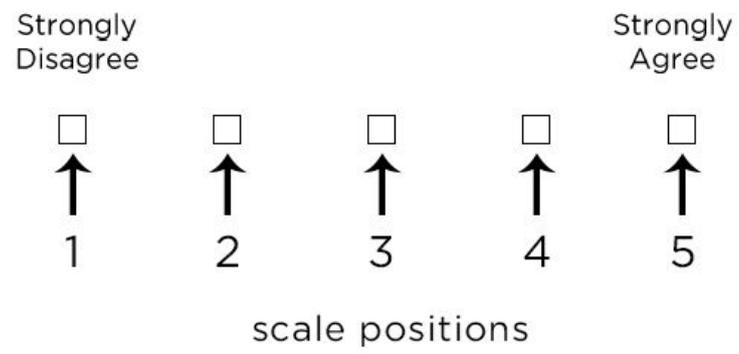
R : Jumlah pengguna.

n_{ij} : Hasil tugas i dan pengguna j, jika pengguna berhasil maka nilainya adalah 1 jika tidak maka nilainya 0.

t_{ij} : Waktu yang dihabiskan pengguna j untuk menyelesaikan tugas I, jika tidak berhasil maka waktu diukur sampai pengguna keluar dari tugas.

3. *Satisfaction*

Satisfaction atau kepuasan mengacu pada kenyamanan, kesenangan, penerimaan, dan bagaimana umpan balik pengguna yang positif terhadap suatu produk [19]. banyak cara untuk mengukur tingkat kepuasan, seperti System Skala Kegunaan Sistem (SUS), Kuesioner Kegunaan Sistem Komputer (CSUQ), Kuesioner Kepuasan Interaksi Pengguna (QUIS), Software Usability Measurement Inventory (SUMI), SUPR, dll [20]. Tahap evaluasi tingkat kepuasan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner System Usability Scale (SUS) . SUS memiliki kelebihan dalam hal mudah digunakan, murah, dan dapat diandalkan dengan jumlah sampel yang kecil. Kuesioner SUS terdiri dari 10 item dengan 5 skala penilaian mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju.



Gambar 2. 19 Pengukuran SUS