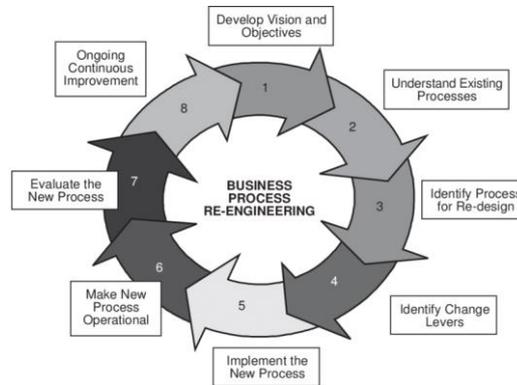


## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Business Process Reengineering

*Business Process Reengineering* (BPR) didefinisikan sebagai pemikiran ulang fundamental dan redesain secara radikal suatu proses bisnis untuk mencapai perbaikan dramatis dalam ukuran kontemporer kritis kinerja seperti biaya, kualitas, dan kecepatan. BPR bertujuan untuk membuat struktur organisasi melayani aliran produk/jasa dan menghasilkan produksi organisasi lebih baik. Vakola et.al (1998), menggambarkan business process re-engineering sebagai berikut [5], [6].



Source: Vakola et al. (1998)

Gambar 2. 1 Business process reengineering menurut Vakola (1998)

Vakola (1998) dalam karyanya tentang *Business Process Reengineering* (BPR) menggambarkan delapan langkah penting dalam proses reengineering, yaitu:

1. *Develop Vision and Objectives*: Menetapkan visi dan tujuan yang jelas sebagai panduan untuk reengineering. Visi ini harus mencakup hasil yang diinginkan dan arah strategis yang ingin dicapai oleh organisasi.
2. *Understand Existing Processes*: Menganalisis secara mendalam proses yang ada saat ini untuk mengidentifikasi kelemahan, hambatan, dan peluang perbaikan. Pemahaman ini penting untuk merancang proses yang lebih efisien dan efektif.
3. *Identify Process for Re-design*: Memilih proses spesifik yang perlu diubah atau dirancang ulang berdasarkan dampak potensialnya terhadap tujuan organisasi.
4. *Identify Change Levers*: Mengidentifikasi faktor-faktor atau "tuas perubahan" yang dapat mempengaruhi keberhasilan reengineering. Ini termasuk teknologi, sumber daya manusia, dan struktur organisasi.

5. *Implement the New Process*: Menerapkan proses baru yang telah dirancang, termasuk perencanaan implementasi, pelatihan, dan manajemen perubahan untuk memastikan adopsi yang sukses.
6. *Make New Process Operational*: Mengintegrasikan proses baru ke dalam operasi harian organisasi, memastikan bahwa semua aspek berjalan lancar dan sesuai dengan yang direncanakan.
7. *Evaluate the New Process*: Mengevaluasi kinerja proses baru dengan membandingkannya dengan tujuan awal untuk memastikan bahwa perubahan telah memberikan hasil yang diharapkan.
8. *Ongoing Continuous Improvement*: Menerapkan prinsip perbaikan berkelanjutan untuk memastikan bahwa proses terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan kondisi pasar.

Delapan langkah ini menggambarkan pendekatan sistematis dalam merancang ulang proses bisnis untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing organisasi.

Menurut (Hammer & Champy, 1993) dalam study (2010 : 2) *Business Process Reengineering* ialah memikirkan ulang atas dasar rancangan ulang radikal tentang proses bisnis guna tercapainya perbaikan dramatis yang dapat diperhitungkan, semisal biaya, kualitas, pelayanan, serta kecepatan. R.E Indrajit dan R.Djokopranoto (2002) memaparkan bahwasanya Rekayasa Ulang Proses Bisnis/*Business Process Reengineering* (BPR) ialah perubahan cepat dan radikal pada perancangan ulang strategi, nilai tambah proses bisnis dan sistem, aturan dan struktur organisasi penunjang aktivitas bisnis, serta guna mengefisienkan alur kerja dan produktivitas dalam sebuah organisasi. Kai. A. Simon (2004) mengutarakan bahwasanya banyak perusahaan yang berupaya amat keras guna mampu memberi nilai yang baik bagi para konsumennya melalui pelbagai cara, misalnya bisnis yang direkayasa ulang, proses bisnis yang dikotomisasi, teknologi informasi yang dimanfaatkan menjadi pemicu guna mendapat keuntungan kompetitif.

*Business Process Reengineering* sangatlah penting diterapkan dalam sebuah organisasi karena dirasa sangat efektif dan optimal guna memperkecil peluang terjadi pemborosan waktu dan biaya yang dikeluarkan. *Business Process Reengineering*

merupakan model pendekatan dengan memperbaiki proses-proses yang dinilai tidak efektif dengan memisahkan proses lama ke proses yang baru dengan mempertimbangkan anggaran yang dikeluarkan sehingga proses dapat berjalan lebih cepat dan maksimal. Fred. R. David (1997) memaparkan satu konsep Rekayasa Ulang Proses Bisnis/*Business Process Reengineering* (BPR) yakni guna mengkonduksikan tujuan yang hendak dicapai melalui perolehan keuntungan yang maksimal dari pemanfaatan keseluruhan sumber daya yang tersedia. Beberapa tujuan *Business Process Reengineering* (BPR) menurut Andrews dan Stalick antara lain:

1. Mengoptimalkan kapabilitas organisasi agar dapat membuat produk barang ataupun jasa yang khusus serta mempertahankan produksi massal.
2. Meningkatkan kepuasan terkait barang ataupun jasa hingga konsumen dapat memilih barang ataupun jasa dari perusahaan terkait dibanding dari perusahaan kompetitor.
3. Mempermudah konsumen guna berbisnis dengan perusahaan.
4. Memisahkan batas organisasi, mengarahkan konsumen pada jaringan informasi lewat media komunikasi dan teknologi komputer.
5. Mempersingkat rentang waktu ketika harus merespon konsumen, mengurangi kesalahan, serta meminimalisasi peningkatan barang maupun jasa selama rentang waktu siklus pabrik.
6. Memperbaiki proses permintaan konsumen dan eskalasi volume dari tiap konsumen serta menentukan harga “value-driven” bagi konsumen tanpa berkurangnya margin keuntungan.
7. Melakukan perbaikan mutu kinerja dan kapabilitas seseorang guna memberi sumbangsi pada organisasi.
8. Melakukan perbaikan dalam pembagian dan manfaat wawasan organisasi sehingga organisasi tidak bergantung pada kemampuan seseorang.

Berdasarkan efisiensi organisasi yang ditentukan meliputi pelayanan, kualitas, dan kecepatan dalam memecahkan permasalahan yang muncul. Secara umum, *Business Process Reengineering* (BPR) bisa mempunyai arti sebagai proses menyusun ulang dengan konsep dasar dan mendesain ulang bisnis proses pada suatu organisasi guna meningkatkan kinerja dan pengoptimalan sumber daya yang tersedia. Lantaran hal tersebut, dalam *Business Process Reengineering* (BPR) pada suatu organisasi

dilakukan dengan menggunakan kajian dan teori-teori yang mendukung. Sehingga proses dan segala aktivitas yang ada di organisasi harus sesuai dengan efisiensi yang telah ditentukan agar berjalan dengan baik [7].

## 2.2 Uji Efisiensi *Throughput*

Uji efisiensi *throughput* adalah metode uji pengukuran kinerja proses pelayanan secara menyeluruh. Uji efisiensi *throughput* digunakan untuk menghitung proses bisnis pada suatu perusahaan dari segi waktu pelayanan [4] Adapun rumus uji efisiensi *throughput* :

$$\text{Efisiensi Throughput} = \frac{\text{waktu proses bukan tunda}}{\text{total waktu dalam sistem}} \times 100\%$$

Pada rumus yang digunakan untuk uji efisiensi *throughput* ditetapkan pada jangka waktu prosesnya bukan tunda dibagi total waktu dalam sistem selanjutnya dikalikan 100%.

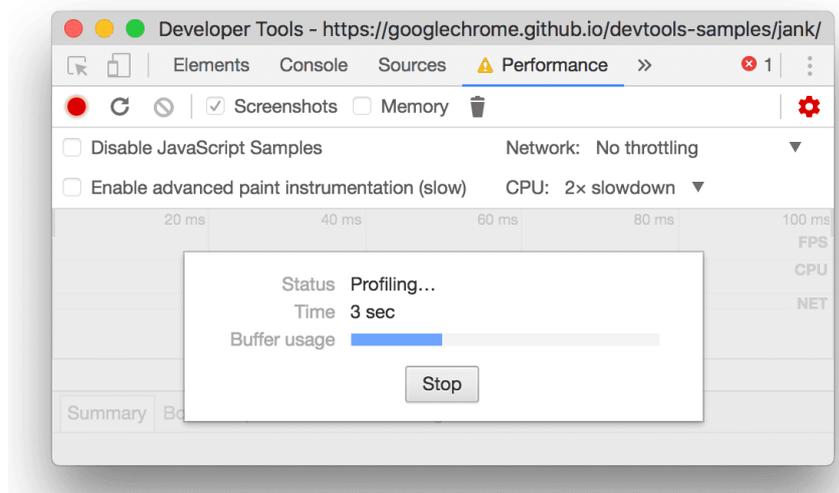
## 2.3 Chrome DevTools

Chrome DevTools merupakan alat yang sangat berguna bagi pengembang web untuk menganalisis dan mengoptimalkan performa halaman web. Salah satu fitur utama dari DevTools adalah Performance Tab, yang dirancang untuk mengevaluasi performa runtime dari halaman web. Alat ini memungkinkan pengembang untuk melihat secara mendetail bagaimana sumber daya digunakan selama eksekusi sebuah halaman web, sehingga dapat mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang memengaruhi kecepatan dan efisiensi halaman tersebut [8]. Salah satu fitur utama dari DevTools adalah Performance Tab, yang digunakan untuk menganalisis performa runtime halaman web. Fitur ini menyediakan berbagai alat untuk mengidentifikasi dan memperbaiki masalah yang mempengaruhi kecepatan dan efisiensi halaman web, seperti penggunaan CPU, waktu eksekusi JavaScript, rendering, dan sebagainya.

Performance Tab memungkinkan pengembang untuk merekam aktivitas yang terjadi pada halaman web selama waktu tertentu. Saat proses perekaman dimulai, DevTools menangkap berbagai aktivitas yang terjadi, termasuk eksekusi JavaScript, rendering, dan event terkait painting. Hasil perekaman ini kemudian ditampilkan dalam

bentuk timeline yang memberikan visualisasi penggunaan sumber daya selama runtime.

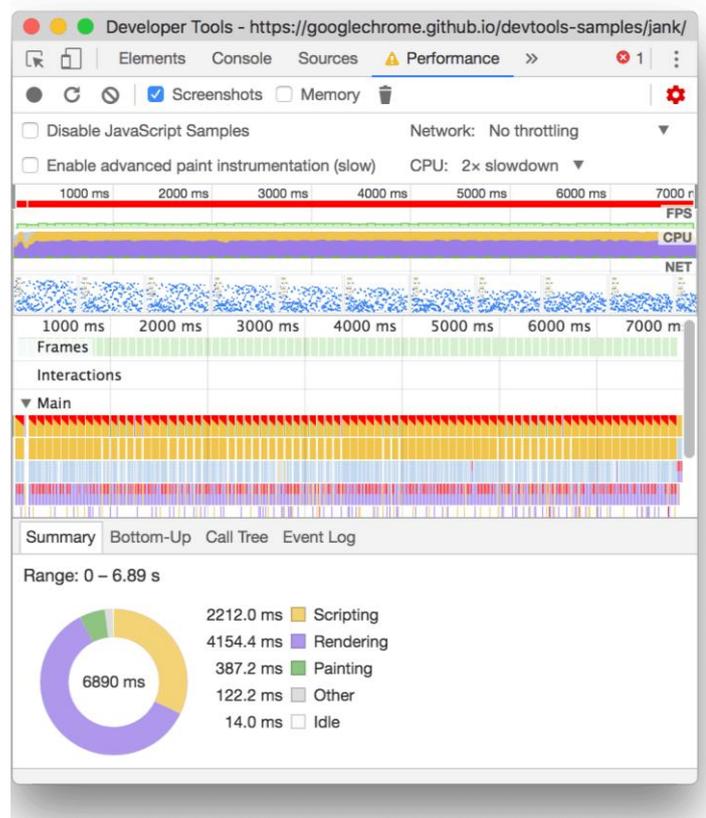
**Gambar 2.2** di bawah ini menunjukkan antarmuka utama dari Performance Tab saat perekaman sedang berlangsung, yang menampilkan berbagai aktivitas dalam bentuk timeline [8].



*Gambar 2. 2 Tampilan utama Performance Tab di Chrome DevTools yang menunjukkan proses perekaman performa runtime halaman web.*

Timeline adalah komponen utama yang ditampilkan setelah perekaman performa selesai. Ini adalah representasi visual dari semua aktivitas yang terjadi selama perekaman, termasuk pemakaian CPU, eksekusi script, dan rendering halaman. Timeline ini penting untuk mengidentifikasi periode waktu di mana terjadi peningkatan penggunaan CPU atau adanya task yang memakan waktu lama, yang dapat menjadi indikasi adanya bottleneck.

**Gambar 2.3** memperlihatkan tampilan timeline yang menunjukkan distribusi beban kerja pada CPU selama runtime.



Gambar 2. 3 Timeline yang dihasilkan setelah perekaman performa.

Dalam konteks evaluasi *throughput* pada proses pembelian TVOD (*Transactional Video on Demand*), Performance Tab dapat digunakan untuk menganalisis dan mengoptimalkan seluruh proses, dari awal hingga akhir. Analisis ini melibatkan penggunaan timeline, flame chart, dan call tree untuk mengidentifikasi potensi bottleneck atau keterlambatan, dengan tujuan meningkatkan kecepatan dan efisiensi proses pembelian, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman pengguna.

## 2.4 VOD (*Video on Demand*)

*Video on-demand* (VOD) adalah sistem distribusi media yang memungkinkan pengguna menonton konten video sesuai keinginan mereka, tanpa kendala seperti jadwal penyiaran yang statis atau perangkat pemutaran video tertentu [9]. Streaming VOD tidak sama dengan *live streaming*. Konten VOD mengandalkan konten video hasil rekaman dan editan sebelum pengguna menontonnya, sedangkan *live streaming* menayangkan konten video live secara *real time* [9].

Teknologi *video-on-demand* (VOD) menayangkan konten video hasil rekaman dan editan secara langsung untuk ditonton langsung oleh masing-masing pelanggan. Bisnis dapat menyisipkan iklan ke aset VOD untuk memonetisasi konten sebagai bagian dari strategi *advertising video on demand* (AVOD) mereka. Strategi monetisasi VOD lainnya mencakup mengenakan biaya bulanan untuk *subscription video on demand* (SVOD) atau mengenakan pembayaran satu kali untuk akses ke *transactional video on demand* (TVOD) spesifik dan live streaming (misalnya bayar-per-tonton) [9].

	<i>Subscription video on demand</i> (SVOD)	<i>Ad-supported video on demand</i> (AVOD)	<i>Transactional video on demand</i> (TVOD)
<b>Akses</b>	Akses unlimited dengan biaya bulanan	Akses gratis dengan iklan	Akses setiap judul yang dibeli (bayar per judul)
<b>Pendapatan</b>	Pendapatan berdasarkan biaya berlangganan	Pendapatan berdasarkan jumlah penayangan	Pendapatan secara eksklusif untuk film/video tertentu
<b>Kelemahan</b>	Beberapa jenis film/video hanya terdapat di layanan tertentu dan pelanggan harus bayar di muka	Pelanggan memiliki peluang beralih ke layanan lain karena banyaknya iklan	Pelanggan membutuhkan biaya lebih per konten yang disediakan
<b>Contoh Layanan</b>	Netflix, HOOQ, Viu, iFlix	YouTube, Vimeo	iTunes, Google Play Film, Bioskop online, TV Kabel

Tabel 2. 1 Perbedaan Jenis Video-on-Demand

#### 2.4.1 TVOD (*Transaction Video on Demand*)

*Transactional Video on Demand* (TVOD) adalah model distribusi media OTT yang memungkinkan konsumen untuk mengakses konten digital dengan membayar biaya satu kali untuk menyewa atau membeli konten tersebut [10]. TVOD merupakan segmen penting dari pasar OTT global dengan pendapatan tahunan yang diproyeksikan lebih dari \$10 miliar untuk tahun 2022 [10].

TVOD menawarkan dua kategori transaksi: *Electronic Sell-Through* (EST) dan *Download to Rent* (DTR). Pada EST, konsumen membayar biaya satu kali untuk akses permanen ke konten, sedangkan pada DTR, konsumen membayar biaya yang lebih rendah untuk akses sementara ke konten, biasanya selama 48 jam [10].

TVOD menawarkan beberapa manfaat bagi pemilik konten, seperti memperluas jangkauan distribusi, mengakses segmen pasar OTT baru, dan memonetisasi konten digital mereka. Konsumen juga mendapatkan keuntungan dari TVOD dengan akses ke berbagai macam konten melalui berbagai perangkat yang terhubung [10].

Beberapa contoh layanan TVOD termasuk iTunes, Google Play Film & TV, dan fitur sewa atau beli Amazon. Platform ini biasanya menawarkan berbagai pilihan film dan acara televisi yang dapat disewa atau dibeli secara terpisah. Mereka memberikan opsi fleksibel bagi pemirsa yang lebih memilih membayar hanya untuk konten yang ingin mereka tonton [11].

Bagi pengiklan dan pemasar, TVOD menawarkan peluang untuk menargetkan pelanggan yang telah menunjukkan kesediaan membayar untuk konten premium. Strategi periklanan untuk TVOD dapat mencakup mempromosikan ketersediaan konten di platform ini atau menggabungkan produk dengan persewaan atau pembelian TVOD sebagai nilai tambah. Seiring berkembangnya lanskap media, memahami dan memanfaatkan posisi unik TVOD akan menjadi hal penting bagi perusahaan yang ingin memaksimalkan jangkauan dan dampaknya [11].

#### **2.4.2 SVOD (*Subscription Video on Demand*)**

*Subscription video-on-demand* (SVOD) adalah layanan streaming video yang menawarkan cara menonton yang interaktif dan menggunakan algoritma untuk menyajikan katalog konten seperti film, serial dan *documenter* [12]. SVOD yang populer di Indonesia di antaranya adalah Netflix dengan 850 ribu pengguna dan Disney+ Hotstar yang memiliki 2,5 juta pengguna [13]. Jumlah pelanggan SVOD semakin banyak karena akses yang mudah dan harga yang kompetitif. Untuk mengakses konten, seseorang memerlukan perangkat dengan koneksi internet seperti smart TV, komputer/laptop, atau perangkat seluler seperti smartphone atau tablet, dan

selain itu, seseorang harus membayar biaya atau berlangganan, berupa biaya bulanan [14].

Berikut adalah cara mengakses layanan *Subscription Video-on-Demand* (SVOD).



Gambar 2. 4 Layanan *Subscription Video-on-Demand* (SVOD)

Berdasarkan Gambar 2.4, untuk berlangganan layanan *Subscription Video-on Demand* (SVOD), pengguna harus melalui beberapa tahapan yang serupa pada semua layanan SVOD. Pertama, pengguna dapat mengunjungi situs web layanan SVOD atau mengunduh aplikasinya di ponsel mereka. Kemudian, mereka membuat akun dengan memasukkan alamat email dan kata sandi. Selanjutnya, pengguna memilih paket berlangganan dan metode pembayaran. Setelah transaksi selesai, paket berlangganan sudah dapat diakses. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa semua layanan SVOD memiliki model bisnis yang sama, yaitu memperoleh pendapatan dengan menyediakan layanan berbayar.

## 2.5 BPMN (*Business Process Model and Notation*)

BPMN merupakan kepanjangan dari *Business Process Model and Notation*, yaitu sebuah standar untuk menggambarkan proses bisnis yang dikeluarkan oleh Open Management Group BPMN versi terakhir hingga adalah BPMN 2.0.1 yang dirilis pada bulan September 2013. Tidak terjadi perubahan yang signifikan dari versi 2.0 yang dirilis bulan Januari 2011. Hingga saat ini, sudah banyak organisasi besar yang menerapkan standar BPMN untuk mewujudkan proses bisnis dan seperti halnya, BPMN akan menjadi sebuah standar internasional yang baku [15]. *Business Process Modeling Notation* (BPMN) adalah notasi grafis yang menggambarkan logika dari langkah-langkah dalam proses bisnis. Notasi ini telah didesain secara khusus untuk

mengkoordinasikan urutan proses dan pesan yang mengalir antara pelaku dalam kegiatan yang berbeda [15].

Tujuan utama dari usaha BPMN adalah menyediakan suatu notasi yang mudah dipahami oleh semua masyarakat terutama pegiat software. Dari analisis bisnis yang ada kemudian menciptakan draft permulaan dari proses-proses sampai dengan pengembangan teknis meliputi alur dan pekerjaan dalam bentuk model atau notasi. BPMN juga menciptakan suatu jembatan terstandarisasi untuk gap antara desain proses bisnis dan implementasi proses [15].

### 2.5.1 Notasi BPMN

Dalam dasar kategori elemen, variasi tambahan dan informasi dapat ditambahkan untuk mendukung kebutuhan untuk kompleksitas tanpa mengubah tampilan dasar diagram. Lima kategori dasar elemen BPMN adalah [15]:

1. Flow Object adalah elemen grafis utama untuk menentukan perilaku dalam Proses Bisnis. Ada tiga Flow Object:

- Events
- Activities
- Gateways

2. Data direpresentasikan dengan empat elemen :

- Data Objects
- Data Inputs
- Data Outputs
- Data Stores

3. Connecting Objects. Ada empat cara menghubungkan Obyek Arus informasi satu sama lain atau lainnya. Ada empat Connecting Objects:

- Sequence Flows
- Message Flows
- Associations
- Data Associations

4. Swimlines. Ada dua cara pengelompokan unsur-unsur pemodelan utama melalui "Swimlanes:"

- Pools
- Lanes

5. Artifacts digunakan untuk memberikan informasi tambahan tentang Proses. Ada dua Artefak standar, tapi pemodel atau alat pemodelan bebas untuk menambahkan sebanyak Artefak yang diperlukan

- Group
- Text Annotation

### 2.5.2 Dasar BPMN

Shape	Element/Object
	Event
	Task/Activity
	Gateway
	Sequence Flow

Gambar 2. 5 Dasar BPMN

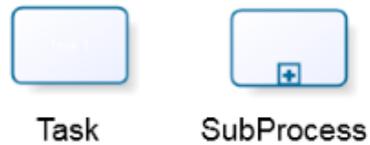
#### 1. Event



Gambar 2. 6 BPMN (Event)

Event adalah sesuatu yang "terjadi" selama jalannya Proses atau Koreografi. Mempengaruhi aliran dari model dan bisanya memiliki penyebab (pemicu) atau dampak (hasil). Event digambarkan dalam lingkaran terbuka untuk membedakan fungsinya. Ada tiga jenis event, berdasarkan pengaruh aliran proses: Awal, Menengah, dan Akhir [15]

## 2. Activity



Gambar 2. 7 BPMN (Activity)

Aktivitas adalah sebuah istilah umum untuk suatu kegiatan yang memperlihatkan perusahaan melakukan Proses. Jenis Kegiatan yang merupakan bagian dari Proses sebuah Model Digambarkan bulat persegi Panjang [15].

## 3. Gateway



Gambar 2. 8 BPMN (Gateway)

Gateway digunakan untuk mengontrol perbedaan dan konvergensi dari urutan Arus dalam Proses. Dengan demikian, akan menentukan percabangan, forking, penggabungan, dan bergabung dengan jalur [15].

## 4. Sequence Flow



Gambar 2. 9 BPMN (Sequence Flow)

Sebuah Arus Urutan digunakan untuk menunjukkan urutan kegiatan yang akan dilakukan dalam proses [15].

## 5. Message Flow



Gambar 2. 10 BPMN (Message Flow)

Digunakan untuk menunjukkan aliran Pesan antara dua pelaku yang telah dipersiapkan untuk mengirim dan menerima mereka. Dalam BPMN, dua Pools terpisah dalam Diagram Kolaborasi akan mewakili dua peserta (misal: partner entitas atau partner roles) [15].

#### 6. Association



Gambar 2. 11 BPMN (Association)

Digunakan untuk menunjukkan aliran Pesan antara dua pelaku yang telah dipersiapkan untuk mengirim dan menerima mereka. Dalam BPMN, dua Pools terpisah dalam Diagram Kolaborasi akan mewakili dua peserta (misal: partner entitas atau partner roles) [15]

#### 7. Pool



Gambar 2. 12 BPMN (Pool)

Adalah representasi grafis dari pelaku/peserta kolaborasi. Hal ini juga bertindak sebagai "swimlane" dan wadah grafis untuk partisi satu set kegiatan dari Pools lain, biasanya dalam konteks situasi B2B. Pool A mungkin memiliki internal yang rinci, dalam bentuk proses yang akan dieksekusi [15].

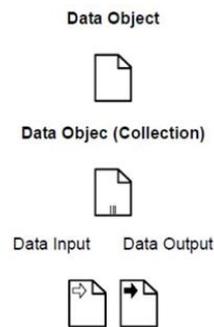
#### 8. Lane



Gambar 2. 13 BPMN (Lane)

Lane adalah partisi sub-dalam Proses, terkadang dalam Pool, akan memperpanjang seluruh Proses baik secara vertikal ataupun horisontal. Jalur yang digunakan untuk mengatur dan mengategorikan Kegiatan [15].

## 9. Data Object



Gambar 2. 14 BPMN (Data Object)

Data Object memberikan informasi tentang kegiatan apa yang perlu diadakan atau apa yang mereka hasilkan. Data Object dapat mewakili benda tunggal atau koleksi benda-benda. Data input dan Data Output memberikan informasi yang sama untuk Proses [15].

## 10. Group



Gambar 2. 15 BPMN (Group)

Adalah pengelompokan unsur-unsur grafis yang berada dalam kategori yang sama. Jenis pengelompokan tidak mempengaruhi Sequence Flow dalam Group. Nama Kategori muncul pada diagram sebagai label kelompok. Kategori dapat digunakan untuk dokumentasi atau analisis tujuan. Group adalah salah satu cara dimana kategori benda dapat secara visual ditampilkan pada Diagram [15]

### 2.6 User Experience (UX) Design dalam Platform Digital

Secara sederhana, *user experience* adalah bagaimana pengalaman para pengguna atau user saat mengakses suatu web atau aplikasi sebagai bagian dari produk digital. Namun pada kenyataannya, *user experience* ini tidak hanya mencakup untuk produk digital, namun juga dapat mencakup dan berkaitan dengan produk tradisional seperti barang-barang yang sering kita temui di kehidupan sehari-hari [16].

Dari UX ini maka muncul pula *UX design*, yang berarti bahwa UX perlu dirancang atau didesain sebaik mungkin untuk menghasilkan pengalaman pengguna

yang baik, sekaligus mempermudah pekerjaan dari pengguna. Dengan demikian, UX design perlu menawarkan solusi terhadap permasalahan yang ada dari para pengguna. UX design dibuat tidak hanya untuk dipandang dan dinikmati tampilannya, namun juga perlu mendukung pengguna untuk bisa menggunakan produk dengan baik, efisien, dan efektif. Merancang UX juga sekaligus ditujukan pada perancangan sistem yang interaktif, dan juga mempelajari perilaku pengguna dan memahami motivasi dan tujuan pengguna untuk dapat merancang pengalaman pengguna yang lebih baik ke depannya [16].

Hidup di tengah era digital berarti bahwa hidup kita banyak menggunakan produk-produk digital yang canggih. Hal ini juga sejalan dengan orang-orang yang mengadopsi teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan dan juga pekerjaan. Maka dari itu, penting untuk memiliki user experience yang tepat untuk digunakan oleh para penggunanya di era digital. Era digital yang terus berkembang ini juga menuntut user experience untuk berkembang pula mengikuti arus perubahan ke depan. Kondisi ini juga menuntut peran dari *user experience* untuk memberikan sesuatu yang memiliki value yang tinggi, sekaligus menawarkan solusi dari permasalahan dengan cepat dan tepat. Hal ini juga sesuai dengan adanya perkembangan perilaku dan sifat manusia pada era digital yang menginginkan segala sesuatu yang cepat, mudah, dan *to-the point*. Maka dari itu, *user experience* sekaligus *user interface* perlu mengadopsi dan menyesuaikan sikap dan gaya hidup dari masyarakat di era digital, sehingga dapat memberikan solusi yang relevan bagi masyarakat [16].

Peran *user experience* pada digital ini mencakup juga keseimbangan dari aspek *user experience*, yaitu *business* (bisnis), *people* (orang), dan *technology* (teknologi). Hal ini juga berkaitan dengan suatu bisnis (*business*) yang memiliki tujuan, yang dapat sukses dalam mencapai tujuan tersebut dengan menjaga bahwa pengguna atau pelanggan (*people*) tetap senang dan setia. Di era digital, menciptakan *user experience* agar para pengguna tetap senang tidak terlepas dari bantuan dari berbagai teknologi (*technology*), misalnya kehadiran berbagai mesin canggih dan software yang baik untuk mendukung *user experience* yang interaktif, karena di era sekarang, pengguna mencari sesuatu yang interaktif dan mudah digunakan. Keseimbangan dari *people* ini juga berkaitan dengan design dari UX yang harus mempertimbangkan target orang yang menggunakan dan apa yang mereka butuhkan [16].

Berkaitan dengan *business* (bisnis), terlebih di era digital ini, sangat erat kaitannya dengan peran dari *user experience*. Bermunculannya berbagai bisnis baru serta start-up yang melahirkan berbagai produk digital pastinya juga memperhatikan *user experience*. Dengan demikian, kesuksesan produk-produk tersebut juga berkaitan dengan *user experience* yang dihasilkan dari tiap produk. UX yang dapat membantu kesuksesan produk haruslah berfokus pada pemenuhan kebutuhan dari pengguna, sehingga UX berperan dalam membantu produk agar dapat diterima dengan baik untuk pengguna. Hal ini bisa dilakukan dengan mengembangkan UX design yang tepat sesuai dengan keinginan pengguna, misalnya adanya tampilan yang nyaman dan adanya berbagai fitur canggih. Saat para pengguna merasa nyaman maka dapat timbul rasa senang sehingga muncul *loyalty* dan pengguna akan menggunakan produk itu terus menerus.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa era digital ini digerakkan oleh *user experience*, sehingga ini juga berarti bahwa kehidupan di era digital tidak dapat dilepaskan dari *user experience*. Pada zaman sekarang, perangkat seluler menjadi cara yang paling banyak digunakan untuk mengakses internet, sehingga banyak pekerjaan yang sebelumnya dikerjakan pada website beralih menjadi dikerjakan pada perangkat seluler melalui aplikasi, sehingga aplikasi perlu memiliki *user experience* yang baik. Namun hal serupa juga harus diterapkan pada *website*, yang juga perlu memiliki *user experience* yang baik bagi pengguna yang mengakses. Maka dari itu, *user experience* juga dapat menjadi kunci dari keberhasilan di kehidupan pada era digital, sehingga sangat penting dan berharga secara lebih mendalam dan lanjut untuk dapat dilakukan dengan baik. Hal yang tak kalah penting untuk dipelajari adalah *User Experience (UX) Design*, yang sangat penting untuk menciptakan *user experience* yang berkualitas [16].

## 2.7 Midtrans

Midtrans merupakan salah satu platform untuk melakukan *payment gateway*. Midtrans merupakan sistem pembayaran yang dapat memfasilitasi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi (Midtrans (PT Midtrans), 2019). Midtrans menyediakan tools terintegrasi ke e-commerce sesuai kebutuhan pembayaran secara online dengan kartu debit, kartu kredit, bahkan penarikan uang, dan pengiriman uang. Dengan

midtrans dapat melakukan pembayaran belanja online, donasi, produk berlangganan, dan penarikan uang dengan mudah, cepat dan aman [17].