BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi nirkabel telah meningkatkan jumlah pengguna perangkat *mobile*. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, pengguna *smartphone* yang terhubung dengan internet di Indonesia mencapai 47.6% dan sekitar 18.4% diantaranya berumur 10-24 tahun (APJII, 2016). Aplikasi berbasis *mobile* baik berupa sebuah produk atau layanan telah banyak memberikan pengaruh terhadap kehidupan sehari-hari manusia seperti memesan makanan, membaca berita, berbelanja, menjual barang bahkan membantu sebagian aktivitas pekerjaan. Kemudahan di era modern ini menjadikan segala sesuatu menjadi semakin cepat sehingga orang memiliki lebih banyak waktu. Banyaknya waktu akhirnya mendorong lahirnya kebutuhan baru. Salah satu yang paling utama adalah kebutuhan akan kepraktisan. Kita jadi cenderung ingin serba praktis dan cepat. Hal inilah yang menjadikan seluruh lini bisnis berevolusi ke ranah digital untuk semakin merangkul pasarnya secara lebih cepat dan dekat.

Hal tersebut juga terjadi dalam lini bisnis *travel*. Kemajuan zaman membuat orang ingin bisa memenuhi persiapan perjalanannya dengan lebih cepat dan mudah. Jika dulu orang selalu mengandalkan agen *travel* dan agen tiket yang ada di bandara atau pusat bisnis, saat ini orang mulai beralih memanfaatkan *Online Travel Agent* (OTA). Sementara itu, menurut data dari Phocuswright dan Expedia (yang meneliti pasar OTA di Australia, China, Jepang, India, Indonesia, Malaysia, Selandia Baru, Singapura, dan Thailand), di Asia Pasifik pasar pemesanan *online travel* tahun 2011 diperkirakan mencapai USD 1,6 Miliar, per tahunnya nilai tersebut diprediksi naik 30-40 persen pada periode-periode berikutnya. Masih menurut data yang sama, nilai reservasi hotel di Indonesia melalui OTA diperkirakan mencapai USD200 juta atau berkisar Rp 2 triliun per tahun. Dengan laju pertumbuhan rata-rata sebesar 200-

300 persen setiap tahunnya, Indonesia menjadi pasar yang potensial untuk mengembangkan *market travel online*.

Melihat kebutuhan pengguna yang saat ini lebih cenderung menggunakan teknologi *mobile*, *m-Travel (Mobile Online Travel Agent)* merupakan pengembangan dari *Online Travel Agent* yang biasa digunakan melalui *website* karena mobilitasnya yang menjadi nilai tambah bagi pengguna. Interaksi aplikasi *mobile* dengan pengguna sangat dipengaruhi oleh antarmuka aplikasi itu sendiri. *User Experience* merupakan interaksi pengguna dengan sebuah produk yang meliputi kegunaan, pengaruh kegunaan, dampak emosional selama interaksi serta memori yang dapat dinikmati setelah interaksi (Zidny, 2016). Hal tersebut menunjukan pentingnya membangun *User Experience* yang baik. Seperti halnya pada masa-masa awal era internet pemain-pemain besar di jagad internet seperti Yahoo, Amazon, Paypal, Google lebih peduli kepada teknologi, desain tidaklah mendapat porsi perhatian yang besar. Teknologi itu juga yang memberikan kesuksesan besar kepada mereka. Namun sekarang di masa ketika kompetisi begitu sengit keberhasilan produk tidaklah cukup ditentukan oleh teknologi yang bermanfaat dan fungsional semata namun untuk merebut hati para pengguna produk mereka, para pemain di dunia internet ini tak lagi bisa mengenyampingkan kebutuhan dan keinginan pengguna yang dinamakan dengan *user-centered design*. Menurut survei yang dilakukan *econsultacy* didasarkan pada survei terhadap lebih dari 1400 *eCommerce Professionals*, 74% percaya bahwa *User Experience* sangat penting untuk meningkatkan penjualan suatu produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Produk yang berteknologi sekaligus fungsional tapi juga mampu memberi pengalaman (*experience*) yang menyenangkan, mudah pemanfaatannya, sehingga memiliki *user engagement* tinggi yang diukur oleh lamanya waktu yang dihabiskan oleh pengguna di produk tersebut. Maka oleh sebab itu dibutuhkan suatu metode yang dapat meningkatkan *User Experience* pengguna terhadap suatu produk salah satunya adalah menggunakan metode *Kansei Engineering.*

Kansei Engineering ditemukan oleh Mitsuo Nagamachi dari Jepang yang mana *Kansei* berarti perasaan, perasaan sedih, bahagia, marah, takut dan kecewa. *Kansei Engineering* memungkinkan perasaan atau gambaran psikologis seseorang

untuk digunakan dan diintegrasikan dalam sebuah produk baru (Lokman. A. , 2010). *Kansei Engineering* dapat digunakan sebagai alternatif untuk menerjemahkan perasaan menjadi elemen-elemen desain yang digunakan untuk pedoman desain produk. Teori konsep emosional model produk dan metode desain dalam *kansei engineering* dapat dikombinasi dengan prosedur desain yang nantinya dapat mengirimkan perasaan atau emosional konsumen terhadap suatu produk untuk perancangan elemen kunci desain dalam rangka meningkatkan daya saing produk yang memiliki arti penting bagi sektor bisnis dan desain.

Dengan menggunakan *Kansei Engineering*, desain *interface* dapat dioptimalkan dengan cara menemukan kebutuhan emosional pengguna (Lokman. A. , 2010). Dengan demikian, desain *interface* tersebut tidak lagi hanya berfokus dan terbatas pada fungsi saja, melainkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik. Analisis data dilakukan dengan metode *Analytical Hierarchy Process* dan metode statistik multivariat yakni *Cronbach's Alpha, Coefficient Corelation Analysis, Partial Least Square, Principal Component Analysis* dan *Factor Analysis*. Adapun kaitan KE dengan penelitian ini adalah untuk melihat seperti apa rekomendasi desain *interface* pada aplikasi *m-Travel* (*Online Travel Agent*).

Berdasarkan rincian latar belakang masalah diatas penulis menetapkan judul tesis ini Optimasi *User Experience* Antarmuka Aplikasi *Mobile* OTA (*Online Travel Agent*) Berdasarkan *Kansei Engineering.*

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, berikut adalah identifikasi masalah dari penelitian yang akan dilakukan:

1. Bagaimana mengetahui proses mendapatkan elemen desain tampilan aplikasi *m-Travel* yang dihasilkan melalui pendekatan *Kansei Engineering*?
2. Bagaimana mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang diperlukan dalam merancang tampilan aplikasi *m-Travel* dengan pendekatan *Kansei Engineering*?
3. Bagaimana menerapkan *Kansei Engineering* dalam menyusun rekomendasi desain tampilan aplikasi *m-Travel*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari kegiatan penelitian dan penyusunan tesis ini adalah:

1. Menerapkan *Kansei Engineering* dan menentukan elemen desain dalam membuat rekomendasi pada desain *interface m-Travel*.
2. Menerapkan faktor-faktor yang diperlukan dalam merancang desain *interface m-Travel*.
3. Menghasilkan rekomendasi penggunaan elemen desain tampilan aplikasi *M-Travel* yang dihasilkan melalui pendekatan *Kansei Engineering*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses analisis *Kansei Engineering* (KE) menggunakan *Kansei Engineering Type I / KE Pack.*
2. Penelitian menggunakan 5 spesimen *m-Travel* berbasis *mobile* dengan *Operating System* (OS) android.
3. Pemilihan spesimen pada penelitian ini dikumpulkan berdasarkan top rating di *google play store*, *review* di berbagai *website* dan di seleksi kembali menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process.*
4. *Kansei Word* yang digunakan dalam kuesioner sejumlah 15 yang digunakan untuk mengidentifikasi aspek emosional responden.
5. Analisis perhitungan data menggunakan analisis statistik multivariat yang meliputi *Cronbach's Alpha*, *Principal Component Analysis, Factor Analysis,* dan *Partial Least Square.*
6. Objek penelitian adalah mahasiswa dan mahasiswi di kota Bandung yang setidaknya pernah melihat atau menggunakan beberapa dari aplikasi *m-Travel*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan terhadap penelitian ini adalah mendapatkan komponen baru dari implementasi rekayasa aspek psikologis pengguna dalam elemen desain antarmuka aplikasi *m-Travel* melalui pendekatan yang terdapat dalam *Kansei Engineering* terutama dengan menggunakan metode *KEPack*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang kasus yang akan dipecahkan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang dari permasalahan yang diambil sebagai topik pada tesis ini, bab ini juga membahas mengenai latar belakang,identifikasi masalah, tujuan, batasan masalah, metode penelitian dan sistematikapenulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang mendukung dan digunakan dalam merancang desain tampilan aplikasi *mobilebooking* hotel online dan *travel* dengan menggunakan *Kansei Engineering*. Seluruh teori yang didapat merupakan hasil dari studi literatur yang dilakukan selama pelaksanaan tesis.

BAB 3. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai objek dan metodologi yang dilakukan serta rencana analisis dari informasi yang didapat dari kuestioner yang dilaksanakan tentang aplikasi *mobilebooking* hotel *online* dan *travel* yaitu *m-Travel*.

BAB 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas proses yang dilakukan pada perancangan desain tampilanwebsite berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode *Kansei Engineering*dengan desain tampilan dilihat dari sisi Aplikasi *Mobile*.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta dilengkapi dengan saran-saran penulis mengenai hal-hal yang perlu dikembangkan lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya.