

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Generasi Anak Muda Berkarya (Hicolleagues) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang layanan teknologi informasi dan pelatihan, perusahaan ini memberikan pelatihan kerja untuk semua kalangan. Hicolleagues juga menawarkan berbagai macam acara, bootcamp, *public training* dan *corporate service*.

Untuk menawarkan produk dan layanan serta membangun citra perusahaan, Hicolleagues menggunakan *landing page* untuk memasarkan produk dan layanannya. *Landing page* merupakan sebuah halaman yang dirancang khusus untuk mencapai tujuan konversi tertentu, seperti mendorong pengunjung untuk mendaftar, membeli produk, mengunduh informasi. *landing page* dapat digunakan untuk menyampaikan pesan (Rudi et al., 2023).

Efektivitas *landing page* dalam mencapai tujuan konversi sangat dipengaruhi oleh *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX). *User Interface* (UI) adalah tampilan visual dari *landing page*, sedangkan *User Experience* (UX) adalah pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan *landing page*, UI dan UX yang baik dapat meningkatkan persepsi dan kepuasan pengguna terhadap *landing page* sehingga dapat meningkatkan konversi (Rochmawati, 2019).

Namun Hicolleagues saat ini menghadapi beberapa masalah dalam hal *User interface* (UI) dan *User experience* (UX), meskipun Hicolleagues memiliki *traffic*

yang cukup tinggi, tingkat konversi pengunjung menjadi *leads* rendah. Hal ini menunjukkan bahwa *landing page* Hicolleagues belum cukup efektif dalam menarik dan mendorong pengunjung untuk melakukan tindakan yang diinginkan. Hasil survei menunjukkan bahwa pengguna Hicolleagues kurang nyaman dengan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *landing page*, pengguna merasa bahwa *landing page* Hicolleagues kurang informatif, sulit digunakan, dan tidak menarik.

Berdasarkan permasalahan yang dialami Hicolleagues memerlukan sebuah solusi terkait persepsi untuk menentukan kebutuhan pengguna dan kepuasan pengguna. Salah satu solusi efektif adalah seperti yang dinyatakan (Ngurah, 2021), bahwa dengan memfokuskan pada tiga komponen utama dalam *User experience* (UX), yaitu persepsi dari kualitas *landing page*, reaksi emosional dan kepuasan pengguna.

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* karena dinilai mampu mengakomodir kebutuhan dan kepuasan pengguna, hal ini didukung dengan penelitian (Dina dan Siti, 2022) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* efektif dalam memahami kebutuhan pengguna untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan menggunakan metode *Design Thinking* untuk mendalami persepsi dan kepuasan pengguna terhadap *landing page* Hicolleagues untuk merancang solusi yang efektif.

Oleh karena itu, dengan adanya tugas akhir berjudul “Magang Bersertifikat Kampus Merdeka (MSIB) Pengaruh UI/UX *Landing Page* Hicolleagues Terhadap Persepsi dan Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode *Design Thinking* “

penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi Hicolleagues dalam mengatasi permasalahan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada *landing page* mereka.

1.2 Waktu Pelaksanaan

Tanggal Pelaksanaan : 16 Februari 2024 - 30 Juni 2024

Waktu Pelaksanaan : 08.00 WIB - 17.00 WIB

Tempat : PT Generasi Anak Muda Berkarya (Hicolleagues)

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh *User interface* dan *User Experience Landing page* terhadap persepsi dan kepuasan pengguna. mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pengguna dengan berfokus pada pemahaman mendalam dan merancang solusi yang lebih baik dengan menggunakan metode *Design Thinking*.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui bahwa penelitian ini akan menghasilkan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *landing page* Hicolleagues yang mempertimbangkan preferensi dan kepuasan pengguna.

2. Meningkatkan tampilan *landing page* Hicolleagues dengan memastikan *landing page* dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang optimal.
3. Manfaat bagi Universitas yaitu untuk memperkaya basis pengetahuan di bidang UI/UX dan *Design Thinking*, yang dapat dijadikan referensi oleh dosen dan mahasiswa untuk mempelajari atau mencari wawasan lebih lanjut dan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan gambaran pengalaman praktik di industri. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan ajar atau referensi yang akan memperkaya ilmu khususnya dalam bidang UI/UX.
4. Manfaat bagi perusahaan, penelitian ini akan memberikan solusi untuk meningkatkan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *landing page* mereka, yang dapat membantu meningkatkan konversi pengunjung menjadi pelanggan. Dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pengguna, perusahaan dapat merancang *landing page* yang lebih informatif, mudah digunakan, dan menarik sehingga dapat meningkatkan persepsi dan kepuasan pengguna.