



Implementasi Metode *System Usability Scale* (Sus) Dalam Pengujian Website Fatikha Sweet Honey

Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin¹, Toto Haryadi², Dwi Puji Prabowo³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

¹dimas.dkv@gmail.com

²toto.haryadi@dsn.dinus.ac.id

³prabowo.dinus@gmail.com

Abstrak - Website menjadi salah satu media digital marketing yang banyak digunakan termasuk Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) untuk terus bertahan di tengah persaingan ketat. Fatikha Sweet Honey merupakan salah satu UMKM yang menggunakan website sebagai media informasi, komunikasi serta transaksi produk madu, menggeser facebook dan instagram yang digunakan sebelumnya. Website yang dimiliki tergolong baru dan belum diuji ke pengguna, sehingga belum diketahui kualitas dan nilai kemampuannya. Padahal, sebuah website harus diuji ke pengguna untuk mengetahui seberapa bagus usability nya sehingga berfungsi sebagaimana mestinya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan kajian usability menggunakan metode kuantitatif, didukung metode kuesioner tertutup yang disebar kepada 50 responden. Teknik kuesioner yang dipilih yaitu System Usability Scale (SUS) yang relevan dengan produk berbasis interface termasuk website. Berdasarkan hasil kuesioner, nilai akhir yang diperoleh menunjukkan bahwa website Fatikha Sweet Honey baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hasil penelitian ini bisa dikembangkan lebih lanjut untuk memperbaiki desain website atau mengembangkannya menjadi aplikasi agar lebih mudah diakses.

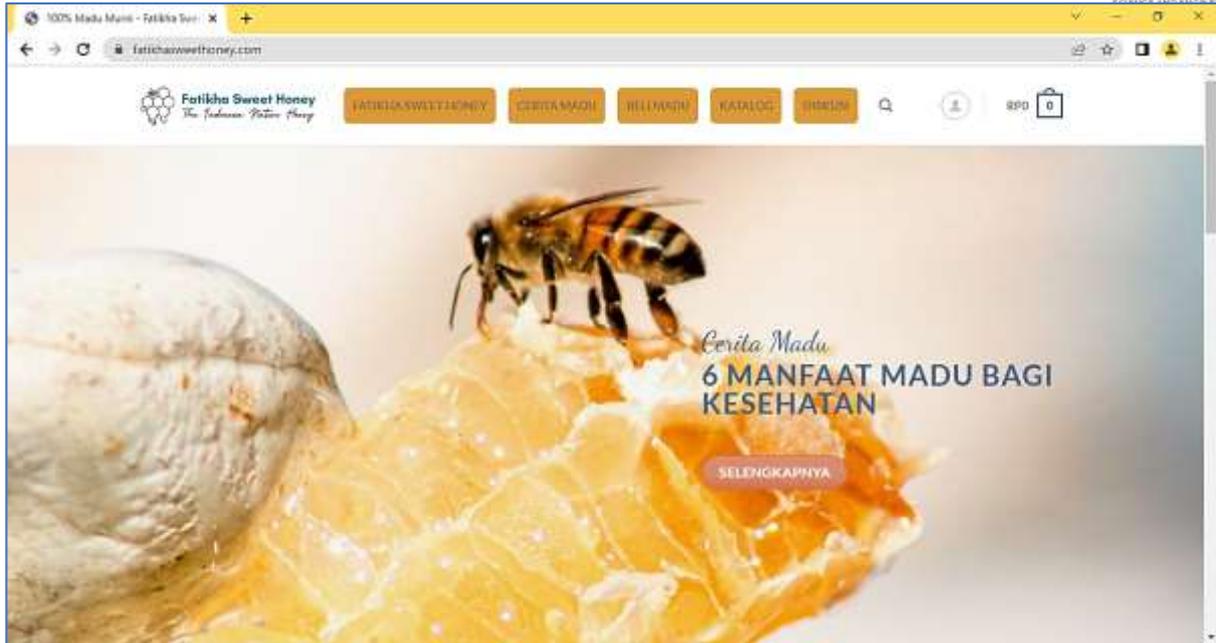
Kata kunci: digital marketing, Fatikha Sweet Honey, kuesioner, SUS, website

PENDAHULUAN

Internet of Thing (IoT) saat ini semakin melekat dalam kehidupan sehari – hari mulai dari pendidikan, layanan kesehatan, pemerintahan, hingga yang marak saat ini yaitu bisnis *online*. Hal ini tidak terlepas dari teknologi yang mendorong pergeseran pemasaran konvensional menjadi pemasaran modern memanfaatkan media *digital*, dengan semakin banyak munculnya *online shop*, grup dagang *online*, *platform e-commerce*, serta model *e-business* lain (Ayuni, *et al.*, 2019:129-130). Berdasarkan data *We Are Social* “Digital 2022 Indonesia”, 73,7% atau sekitar 204 juta penduduk Indonesia adalah pengguna internet, dengan rata – rata akses per hari 8 jam 36 menit (Kepios, 2022). Data di atas tentu sangat potensial dan menjadi peluang besar untuk mengembangkan *digital marketing*.

Digital marketing memiliki keunikan tersendiri salah satunya yaitu kemampuan komunikasi dua arah sebagai penghubung antara pembeli dengan penjual sehingga menjadi bagian penting dalam menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, serta bertukar penawaran bisnis (Muljono, 2018:4-5). *Digital marketing* memiliki beragam bentuk mulai dari *email*, *adword*, jejaring sosial, *blog*, serta *website* (Tumanggor & Machasin, 2022:62). *Website* menjadi salah satu *digital marketing* yang banyak digunakan oleh pemilik usaha berbagai skala termasuk UMKM untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat dan memperluas usaha hingga pasar internasional (Febriyantoro & Arisandi, 2018:64).

Fatikha Sweet Honey merupakan salah satu UMKM yang menggunakan *website* sebagai media utama *digital marketing* menggeser facebook dan instagram yang telah digunakan sebelumnya. Hal ini didasari fakta bahwa tingginya prosentase masyarakat yang menggunakan internet untuk mencari informasi yakni mencapai 80%. Kedua, *website* sangat fungsional karena bisa berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, *entertainment*, serta transaksi (Suyanto, 2009). Keempat fungsi tersebut sangat dibutuhkan Fatikha Sweet Honey untuk mempromosikan dan mengenalkan usahanya lebih jauh.



Gambar 1. Tampilan halaman utama *website* fatikha Sweet Honey
Sumber: Dokumentasi pribadi

Website Fatikha Sweet Honey baru dirilis pada awal Maret 2022 dengan alamat <https://fatikhasweethoney.com/>. Hingga sekarang, *website* tersebut belum pernah diuji coba kepada pengguna. Sebagai salah satu produk *digital marketing*, pengembangan *website* perlu diikuti dengan beberapa tahap pengujian diantaranya: *blackbox*, *alpha testing*, dan *beta testing* (Permana, 2019:150). *Website* juga harus diuji secara langsung untuk memperoleh umpan balik, mengetahui kepuasan *user*, dan yang utama yaitu mengetahui tingkat *usability* sebagaimana fungsinya. Salah satu teknik pengukuran *usability* yaitu *System Usability Scale* atau dikenal dengan SUS, sebuah metode kuantitatif yang mudah diterapkan dalam berbagai produk termasuk *interface website*, disajikan dalam 10 pertanyaan dengan hasil nilai tunggal 0-100, serta relatif mudah dipahami (Sidik, 2018:84). Melalui pengujian ini, diharapkan *website* Fatikha Sweet Honey memiliki fungsi komunikasi pemasaran, informasi, serta transaksi dengan nilai SUS yang baik, sesuai kebutuhan pengguna.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode yang melibatkan instrumen valid, reliabel, objektif, serta terukur untuk memperoleh hasil penelitian yang tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya (Yusuf, 2016:58). Metode ini ditunjang dengan metode pengumpulan data kuesioner tertutup, yakni kuesioner yang disiapkan dalam bentuk pertanyaan dan tersedia pilihan jawaban yang bisa dipilih responden sesuai dengan keadaan dirinya (Djaali, 2021:68). Secara spesifik, penulis memilih kuesioner model *System Usability Scale* (SUS), yang banyak digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan *user* yang cepat, paling efisien untuk mengumpulkan data data valid melalui skor yang jelas, serta relevan untuk mengukur kualitas *software* (Wahyuningrum, 2021:51). Kuesioner SUS menggunakan skala 1-5 dengan indikasi: “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, dan “sangat setuju” dengan rerata skor pada web yakni 68, di atas angka tersebut masuk kategori “puas”. Penulis akan menyebarkan kuesioner tertutup secara daring kepada 30 responden melalui *platform Googleform*. Selain itu, penulis juga menggunakan metode observasi dan studi pustaka untuk mengkroscek hasil perhitungan SUS sehingga hasil yang tersaji nantinya bisa diinterpretasikan sebagai parameter kualitas *website* Fatikha Sweet Honey.

HASIL DAN PEMBAHASAN

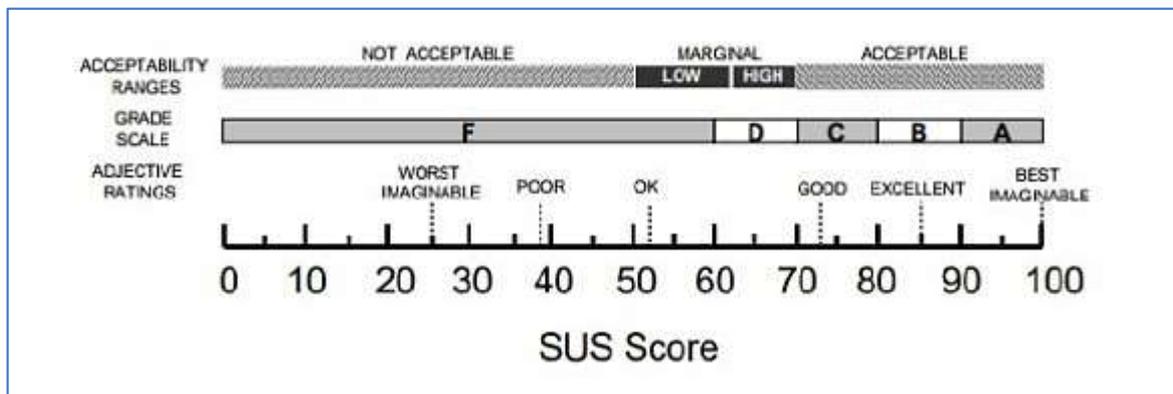
Kuesioner tertutup yang telah dibuat penulis terdiri dari 10 pertanyaan, secara spesifik terbagi menjadi 2 kelompok yakni: pernyataan ganjil berorientasi positif (kelebihan *website*) sedangkan pernyataan genap berorientasi negatif (kekurangan *website*). Dari interval nilai 1-5, untuk pernyataan ganjil, nilai yang dipilih pengguna dikurangi 1, sedangkan pernyataan genap, nilai yang diperoleh yaitu 5 dikurangi nilai yang dipilih pengguna, kemudian dijumlahkan dan dikali 2,5. Untuk lebih jelasnya rumus perhitungan sebagai berikut.

$$SUS = 2,5 \times \left[\sum_{n=1}^5 (U_{2n-1} - 1) + (5 - U_{2n}) \right]$$

Gambar 2. Rumus perhitungan nilai SUS

Sumber: Wahyuningrum (2021:54)

Selain rumus di atas, acuan penilaian kualitas *website* juga mempertimbangkan *range* nilai yang nanti diperoleh. Secara lebih spesifik terdapat 6 *range* bisa dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. *Range* skala hasil penilaian menggunakan metode SUS

Sumber: Susilo (2019)

Gambar 2 menunjukkan *range* kualitas berdasarkan SUS *score*. Dari rendah ke tinggi, nilai 0 – 25 masuk kategori “*Worst imaginable*”, nilai 26 – 39 masuk kategori “*Poor*”, nilai 40 – 52 masuk kategori “*OK*”, nilai 53 – 73 masuk kategori “*Good*”, nilai 74 – 85 masuk kategori “*Excellent*”, dan nilai 86 – 100 masuk kategori “*Best imaginable*”. Namun, jika dilihat dari parameter lain yang berada di bagian atas, jika nilainya di bawah atau kurang dari 63, maka dianggap “*not acceptable*”, untuk *range* 64 – 70 masuk dalam status “*marginal*”, sedangkan 70 ke atas masuknya kriteria “*Acceptable*”. Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan penulis pada beberapa jurnal penelitian tentang pengujian menggunakan teknik kuesioner ini, sebagian besar produk aplikasi maupun *website* yang diuji hasilnya di angka 70 – 85, sehingga masuk dalam kategori “*diterima*”.

Melalui panduan pembuatan kuesioner SUS, penulis telah menyiapkan 10 pernyataan berikut:

P1: Saya berpikir akan mengakses (menggunakan) *website* ini lagi

P2: saya merasa *website* ini rumit untuk diakses (digunakan)

P3: Saya merasa *website* ini mudah diakses (digunakan)

P4: Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam mengakses (menggunakan) *website* ini

P5: Saya merasa fitur – fitur dalam *website* ini berjalan dengan semestinya

P6: Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi) pada *website* ini

P7: Saya merasa orang lain akan memahami cara mengakses (menggunakan) *website* ini dengan cepat



P8: Saya merasa *website* ini membingungkan

P9: Saya merasa tidak ada hambatan dalam mengakses (menggunakan) *website* ini

P10: Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum mengakses (menggunakan) *Website* ini

Berikut hasil kuesioner tertutup kepada 30 responden secara daring melalui Googleform, yang disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Hasil pengisian kuesioner tertutup

No	Reponden	Usia	Jenis Kelamin	Skor Asli									
				Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q1 0
1	M. Nur Royhan Aziz	21	L	5	1	5	1	5	2	5	1	4	1
2	Aurellia Cindy Wikarsa L.	20	P	5	3	5	3	5	3	5	3	3	3
3	Ahmad Akrom	34	L	4	2	4	2	3	2	3	2	4	2
4	Dzuha Hening Yanuarsari	33	P	5	3	5	3	5	2	5	3	5	3
5	Gilang Rizky Gardianto	31	L	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
6	Adhitya Candra Irawan	33	L	4	2	4	2	5	1	5	2	5	2
7	Nikolas fino	24	L	4	2	4	2	4	2	4	2	3	2
8	Pritha Zahra Prameswari	23	P	5	2	5	2	5	3	5	2	3	2
9	Nafi Amalia Riyani	23	P	4	2	4	2	5	3	5	2	4	2
10	Ardian Yoga Adhitama	21	L	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
11	M. Afif Ridwan Adham	21	L	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2
12	Irfan Rahman Aji	22	L	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2
13	Abyan Raihan Mohammad	23	L	5	1	5	1	5	1	5	1	4	1
14	Eduardo Bimo Anindya	21	L	4	2	4	2	5	2	5	2	4	2
15	M. Noval Rizqy Aulia Rahman	23	L	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
16	Almira Deviana Oktaviani	21	P	5	1	5	1	4	1	4	1	4	1
17	Binar Alif Sanditya	23	L	4	2	4	2	5	2	5	2	4	2
18	Audhra Wahyu Adindha	23	L	5	2	5	2	5	1	5	2	4	2
19	Wong Jason Citra Wandira	22	L	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3
20	Natasha Insan	21	P	5	2	5	2	4	2	4	2	4	2
21	Dita Dwi Susilowati	22	P	5	3	5	3	5	3	5	3	3	3
22	Guido Jota Dimas	22	L	4	2	4	2	3	2	3	2	4	2
23	Samuel Paulus Fonda	21	L	5	3	5	3	5	2	5	3	5	3
24	Estherina Charissa	21	P	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2
25	Tiara City Azura	22	P	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2
26	Hikmal Yoga Pratama	22	L	5	1	5	1	5	1	5	1	4	1
27	Silvia Damayanti	21	P	4	2	4	2	5	2	5	2	4	2
28	Vitra Lazuardi	22	L	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
29	Roberta Destaris	20	P	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3
30	Kevin Nizar R	23	L	5	2	5	2	4	2	4	2	4	2

Tabel 2. Skor hasil hitung



No	Reponden	Usia	Jenis Kelamin	Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2.5)
				Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10		
1	M. Nur Royhan Aziz	21	L	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	95
2	Aurellia Cindy Wikarsa L.	20	P	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	28	70
3	Ahmad Akrom	34	L	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	28	70
4	Dzuha Hening Yanuarsari	33	P	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2	31	78
5	Gilang Rizky Gardianto	31	L	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75
6	Adhitya Candra Irawan	33	L	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34	85
7	Nikolas fino	24	L	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29	73
8	Pritha Zahra Prameswari	23	P	4	3	4	3	4	2	4	3	2	3	32	80
9	Nafi Amalia Riyani	23	P	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	31	78
10	Ardian Yoga Adhitama	21	L	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21	53
11	M. Afif Ridwan Adham	21	L	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29	73
12	Irfan Rahman Aji	22	L	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29	73
13	Abyan Raihan Mohammad	23	L	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	98
14	Eduardo Bimo Anindya	21	L	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	32	80
15	M. Noval Rizqy Aulia Rahman	23	L	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75
16	Almira Deviana Oktaviani	21	P	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37	93
17	Binar Alif Sanditya	23	L	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	32	80
18	Audhra Wahyu Adindha	23	L	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	35	88
19	Wong Jason Citra Wandira	22	L	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	24	60
20	Natasha Insan	21	P	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32	80
21	Dita Dwi Susilowati	22	P	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	28	70
22	Guido Jota Dimas	22	L	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	28	70
23	Samuel Paulus Fonda	21	L	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2	31	78
24	Estherina Charissa	21	P	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29	73
25	Tiara City Azura	22	P	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29	73
26	Hikmal Yoga Pratama	22	L	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	98
27	Silvia Damayanti	21	P	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	32	80
28	Vitra Lazuardi	22	L	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75
29	Roberta Destaris	20	P	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	24	60
30	Kevin Nizar R	23	L	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32	80
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)														78	



Berdasarkan tabel 1 dan 2 di atas, bisa dilihat bahwa hasil rata – rata dari 30 responden yang telah mengisi kuesioner menunjukkan angka 78. Jika mengacu pada skala *range SUS score* pada gambar 3, nilai yang diperoleh *website* Fatikha Sweet Honey masuk dalam kategori “*Excellent*” dan dalam area “*Acceptable*”. Hal ini menjadi sebuah kesimpulan bahwa *website* yang telah dimiliki Fatikha Sweet Honey telah memenuhi syarat sebagai *website* yang memiliki *usability* baik, bis diterima pengguna, serta memberi pengalaman positif. Hasil penilaian ini juga menjadi motivasi bagi Fatikha Sweet Honey agar *website* yang dimilikinya bisa menjadi media komunikasi, informasi, edukasi, sekaligus promosi dan transaksi kepada pengguna atau calon konsumen. Sehingga, diharapkan *website* ini menjadi media *digital marketing* yang lebih bermanfaat dibanding media sebelumnya yang digunakan oleh Fatikha Sweet Honey.

KESIMPULAN

Penelitian implementasi metode *System Usability Scale* (SUS) dalam pengujian *website* Fatikha Sweet Honey menghasilkan SUS *score* sesuai yang diharapkan penulis. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *website* ini masih dalam kategori layak dan bisa diterima pengguna, sebagai media *digital marketing* yang tidak hanya untuk promosi dan transaksi, tetapi juga untuk komunikasi dan informasi. Secara tampilan, *website* memiliki tampilan yang sederhana namun tetap menarik dan tidak menimbulkan gangguan saat sedang diakses. Selain itu, nilai akses menunjukkan bahwa menu – menu yang terdapat dalam *website* ini mudah dimengerti, mudah diklik, dan pengguna tidak merasa kesulitan.

SARAN

Namun, penelitian ini masih perlu pengembangan lebih jauh. Salah satunya yaitu perlunya jumlah responden yang lebih banyak sehingga hasil yang diperoleh lebih valid karena diuji oleh lebih banyak pengguna. Selain itu, era sekarang secara kuantitas, mengakses *digital marketing* lebih mudah melalui aplikasi yang hanya tinggal klik atau tekan, dibanding harus menulis alamat *website* atau url yang cukup panjang, sehingga dari segi kepraktisan bisa dipertimbangkan untuk ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni, Q., Cangara, H., dan Arianto, A. 2019. *Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan produk Kuliner Kemasan*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, Vol 23(2), pp 129-141
- Djaali, D. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Bumi Aksara
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. 2018. *Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Jurnal Manajemen Dewantara (JMD), Vol 1 (2), pp 62-76
- Kepios. 2022. *Digital 2022 Indonesia: The Essential Guide to The Latest Connected Behaviours*. Annual Report. Singapura
- Muljono, R. K. 2018. *Digital Marketing Concept: Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing untuk Membuat Perubahan Besar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Permana, A. A. J. 2019. *Usability Testing Pada Website E-Commerce Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS) (Studi Kasus: umkembuleleng.com)*. Jurnal Sains dan Teknologi, Vol 8(2), pp 149-158
- Sidik, A. 2018. *Penggunaan System Usability Scale (SUS) Sebagai Evaluasi Website Berita Mobile*. Jurnal Technologia, Vol 9 (2), pp 83-88
- Susilo, E. 2019. *Cara Menggunakan System Usability Scale (SUS) Pada Evaluasi Usability*. Diakses dari: https://www.edisusilo.com/cara-menggunakan-system-usability-scale/#google_vignette, pada: Minggu 12 Juni 2022, 11.30 wib
- Suyanto, A. H. (2009). *Step by Step Web Design Theory and Practices*. ANDI Offset.
- Tumanggor, A., & Machasin, M. 2022. *Strategi Pemasaran dan Pemberdayaan UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: K-Media
- Wahyuningrum, T. 2021. *Buku Referensi Mengukur Usability Perangkat Lunak*. Yogyakarta: Deepublish



Yusuf, A. M. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group