

IMPROVE

ISSN(e): - / ISSN(p) : 1979-8342

Analisis Kepuasan Fitur Menggunakan Model Kano Untuk Optimalisasi Antarmuka Pengguna dan Proses Bisnis Pada Layanan Hadiah Digital.

Nandana Farrel¹, Alifio Alhassan Putra Sidik², Wardah Nurul Anisa Mora Dalimunthe³, Wahyu Lestari Purwanto⁴, Sari Armianti⁵, Ismanto⁶.

¹²³⁴⁶ SBM Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, ⁵ Sekolah Teknologi Informasi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional.

¹nandanafarrel53@gmail.com, ²alifioalhassan@gmail.com, ³wardahdalimunthee@gmail.com, ⁴wahyulestaripurwanto571@gmail.com, ⁵sari@ulbi.ac.id, ⁶ismanto@ulbi.ac.id.

Abstrak— Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan signifikan dalam cara masyarakat memberikan dan menerima hadiah pada berbagai acara atau event. Proses pemberian gift yang masih konvensional sering kali dianggap kurang praktis, memakan waktu, serta kurang terdokumentasi dengan baik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan aplikasi Giventy, sebuah aplikasi digital yang berfungsi sebagai platform pengelolaan dan transaksi gift pada berbagai jenis event seperti pernikahan, wisuda, ulang tahun, dan acara formal lainnya. Aplikasi ini diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi pengguna dalam memberikan hadiah secara efisien, aman, dan terorganisir.

Metode penelitian meliputi UI figma sebanyak 5 fitur, yaitu analisis prioritas, custom gift untuk acara tertentu, kebutuhan pengguna, perancangan sistem, serta implementasi fitur utama berbasis aplikasi digital. Fitur yang dikembangkan antara lain manajemen event, sistem pembayaran digital, pencatatan riwayat pemberian gift, serta tracking dan notifikasi transaksi secara real-time. Pendekatan ini dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna, baik dari sisi pemberi maupun penerima gift, serta meminimalkan risiko kesalahan pencatatan dan kehilangan data.

Hasil dari penelitian ini diambil bersumber dari 24 responden menggunakan metode kano. Dengan adanya sistem digital yang terintegrasi, proses transaksi menjadi lebih transparan, efisien, dan mudah diakses. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan layanan berbasis digital di bidang event management serta membuka peluang inovasi baru dalam ekosistem ekonomi digital. Ini mampu menjadi solusi alternatif yang efektif dalam mengelola pemberian gift pada suatu event. Dengan adanya sistem digital yang terintegrasi, proses transaksi menjadi lebih transparan, efisien, dan mudah diakses.

Kata kunci— Aplikasi Giventy, Digital Gift, Event Management, Sistem Informasi, Transaksi Digital.

Abstract— The rapid development of digital technology has led to significant changes in the way people give and receive gifts at various events. Conventional gift-giving processes are often considered impractical, time-consuming, and poorly documented. Therefore, this study aims to design and

develop the Giventy application, a digital platform that facilitates gift management and transactions for various events such as weddings, graduations, birthdays, and other formal occasions. This application is expected to provide convenience for users in giving gifts efficiently, securely, and in an organized manner. The research method included a five-feature UI (UI) model.

using Figma: priority analysis, custom gifts for specific events, user needs, system design, and implementation of key features based on a digital application. The developed features included event management, a digital payment system, gift history recording, and real-time transaction tracking and notification. This approach was designed to enhance the user experience for both the giver and recipient, while minimizing the risk of recording errors and data loss.

The results of this study were collected from 24 respondents using the Kano method. With an integrated digital system, the transaction process becomes more transparent, efficient, and accessible. This research is expected to make a positive contribution to the development of digital-based services in the field of event management and open up new opportunities for innovation in the digital economy ecosystem. This could be an effective alternative solution for managing gift giving at events. With an integrated digital system, the transaction process becomes more transparent, efficient, and accessible.

Keywords— Aplikasi Giventy, Digital Gift, Event Management, Sistem Informasi, Transaksi Digital

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas sosial dan ekonomi. Digitalisasi mendorong masyarakat untuk beralih dari proses konvensional menuju sistem berbasis aplikasi yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Salah satu aktivitas sosial yang masih banyak dilakukan secara manual adalah pemberian hadiah atau gift pada berbagai event, seperti pernikahan, wisuda, ulang tahun, dan acara formal lainnya. Proses tersebut umumnya masih bergantung pada pencatatan manual dan transaksi langsung, sehingga

berpotensi menimbulkan ketidakefisienan dan kurangnya transparansi.

Dalam praktiknya, pemberian gift secara konvensional sering menghadapi berbagai permasalahan, seperti kesulitan dalam pengelolaan data pemberi hadiah, risiko kehilangan atau kesalahan pencatatan, serta keterbatasan dalam memantau riwayat transaksi. Selain itu, penerima gift sering mengalami kendala dalam melakukan rekapitulasi hadiah yang diterima, baik dalam bentuk barang maupun uang. Kondisi ini menjadi semakin kompleks seiring dengan meningkatnya jumlah tamu undangan dan variasi metode pembayaran yang digunakan, sehingga diperlukan sebuah solusi digital yang mampu mengintegrasikan seluruh proses tersebut secara sistematis.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan smartphone dan layanan pembayaran digital, peluang untuk mengembangkan aplikasi berbasis mobile sebagai solusi pengelolaan gift menjadi semakin besar. Aplikasi digital memungkinkan proses pemberian hadiah dilakukan secara lebih fleksibel, aman, dan terdokumentasi dengan baik. Melalui pemanfaatan teknologi informasi, data transaksi dapat disimpan secara terpusat, diakses secara real-time, serta dilengkapi dengan fitur pelacakan dan notifikasi yang mendukung transparansi dan kenyamanan pengguna.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dikembangkanlah aplikasi Giventy sebagai sebuah platform digital yang dirancang untuk membantu proses pemberian dan pengelolaan gift pada berbagai event. Aplikasi Giventy menyediakan fitur-fitur utama seperti manajemen event, sistem pembayaran digital, pencatatan riwayat transaksi, serta tracking gift secara real-time. Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan proses pemberian hadiah dapat dilakukan secara lebih efisien, terorganisir, dan mampu meningkatkan pengalaman pengguna, baik sebagai pemberi maupun penerima gift.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan menganalisis aplikasi Giventy sebagai solusi digital dalam pengelolaan gift berbasis event. Fokus penelitian meliputi analisis kebutuhan pengguna, perancangan sistem aplikasi, serta evaluasi manfaat aplikasi dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi proses pemberian gift. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan sistem informasi berbasis event serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang aplikasi digital dan manajemen event.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur-fitur pada aplikasi Giventy. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kano, yang berfungsi untuk mengklasifikasikan atribut atau fitur aplikasi berdasarkan persepsi pengguna terhadap kepuasan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen berupa kuesioner Kano yang disusun berdasarkan fitur-fitur utama aplikasi Giventy. Kuesioner tersebut disebarluaskan kepada responden melalui media daring menggunakan Google Form,

sehingga memungkinkan pengumpulan data secara efektif dan efisien dari pengguna aplikasi.

Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner kemudian dianalisis dengan metode Kano untuk menentukan kategori setiap fitur, yaitu Must-Be, One-Dimensional, Attractive, Indifferent, dan Reverse. Hasil klasifikasi tersebut digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna serta sebagai dasar dalam penyusunan rekomendasi pengembangan dan perbaikan fitur aplikasi Giventy. Dengan penerapan metode Kano, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai kebutuhan dan prioritas pengguna, sehingga pengembangan aplikasi Giventy dapat lebih berorientasi pada peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pengguna.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan temuan utama dari hasil analisis preferensi pengguna terhadap fitur-fitur aplikasi Giventy menggunakan metode Kano, serta bagaimana hasil analisis tersebut dijadikan dasar dalam perancangan proses bisnis (*flowchart*) dan antarmuka aplikasi (*user interface*) Giventy.

1. Analisis Prioritas Fitur Berdasarkan Metode Kano

Pengukuran kepuasan pengguna dilakukan untuk mengidentifikasi fitur yang memiliki dampak paling signifikan terhadap pengalaman penggunaan aplikasi. Berdasarkan pengolahan data kuesioner, atribut aplikasi diklasifikasikan ke dalam kategori Kano sebagaimana tersaji pada.

No	Fitur	Kategori Kano	Jumlah Skor	Interpretasi
1	Fitur Menu Paket Hadiah	Attractive (A)	12	Kebahasan fitur paket hadiah memberikan kepuasan tertinggi bagi pengguna. Fitur ini mampu meningkatkan pengalaman pengguna meskipun tidak dianggap sebagai kebutuhan dasar.
2	Fitur Pemenuhan Hadiah Berdasarkan Event	Indifferent (I)	8	Pengguna tidak terlalu memperhatikan ada atau tidaknya fitur ini, namun tetap dapat berfungsi sebagai pelengkap dalam aplikasi Giventy.
3	Fitur Tracking Pengiriman	One-Dimensional (O)	11	Tingkat kepuasan pengguna berbanding lurus dengan kinerja fitur tracking. Semakin akurat dan informatif tracking yang diberikan, semakin tinggi kepuasan pengguna.
4	Fitur Koneksi Berlangganan	Reverse (R)	15	Sebagian pengguna merasa fitur koneksi justru menambah kompleksitas proses pemesanan, sehingga berpotensi menurunkan kepuasan jika diimplementasikan tanpa desain yang optimal.
5	Fitur Langganan Hadiah	Indifferent (I)	17	Fitur langganan bukan dianggap penting oleh sebagian besar pengguna dan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna secara langsung.
6	Bahan Baku Pakai	One Dimensional (O)	10	Kepuasan pengguna meningkat seiring dengan tidak dibekukannya harga bahan baku tambahan. Semakin mudah harga tambahan, semakin tinggi kepuasan pengguna.

Tabel 1. Hasil klasifikasi Fitur Berdasarkan Metode Kano

Berdasarkan Tabel 1, pengembangan aplikasi Giventy diprioritaskan pada fitur yang termasuk dalam kategori One-Dimensional, yaitu Manajemen Event dan Pembayaran Digital, karena fitur-fitur tersebut memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pengguna. Semakin baik kinerja fitur-fitur tersebut, maka tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi Giventy akan semakin meningkat.

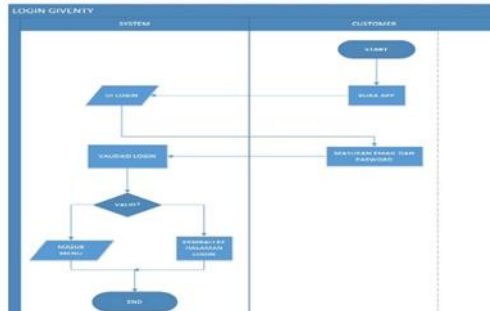
2. Perancangan Sistem dan Antarmuka

Perancangan sistem dilakukan dalam dua tahap: pemetaan alur proses (*flowchart*) untuk memastikan logika

bisnis berjalan lancar, dilanjutkan dengan implementasi desain antarmuka (user interface) pada aplikasi.

A. Alur Registrasi dan Login

Proses mendaftar dan masuk ke aplikasi Giventy dimulai ketika pengguna membuka aplikasi tersebut. Pengguna diharapkan untuk memasukkan data akun yang meliputi alamat email dan kata sandi. Sistem kemudian melakukan validasi data. Jika data yang diberikan benar, pengguna akan dibawa ke halaman menu utama, tetapi jika data tidak benar, sistem akan menampilkan pesan kesalahan.



Gambar 2. Flowchart Alur Login dan Registrasi

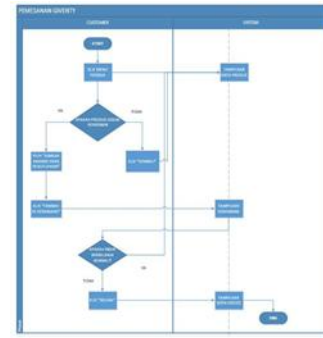
Antarmuka login dibuat dengan tampilan yang mudah dilihat dan memberi informasi yang jelas agar pengguna lebih mudah mengakses aplikasi. Tombol "Masuk" dan "Daftar" terlihat dengan jelas agar memudahkan pengguna dalam melakukan verifikasi akun.



Gambar 3. Antarmuka Halaman Login

A. Alur Pemesanan

Di saat memesan, pengguna bisa memilih tipe acara terlebih dahulu, lalu sistem akan menampilkan berbagai produk hadiah yang tersedia. Alur ini dibuat agar pengguna bisa memilih hadiah yang sesuai dengan suasana acara yang dicari.



Gambar 4. Flowchart Pemesanan dan Pemilihan Barang

Antarmuka menu utama dan pemilihan hadiah menggunakan tampilan kartu yang menampilkan informasi penting seperti nama produk, harga, dan kategori acara. Desain ini membantu mempercepat proses mencari produk dan memenuhi kebutuhan pengguna pada kategori satu dimensi terhadap kemudahan dalam memilih hadiah.



Gambar 5. Antarmuka Menu Utama dan Pemilihan Barang

B. Alur Keranjang

Setelah memilih hadiah, pengguna akan dibawa ke halaman keranjang. Sistem menampilkan ringkasan pesanan yang terdiri dari daftar barang, jumlah masing-masing barang, dan total harga sementara. Pada tahap ini, pengguna bisa melihat lagi pesanannya sebelum lanjut ke pembayaran.

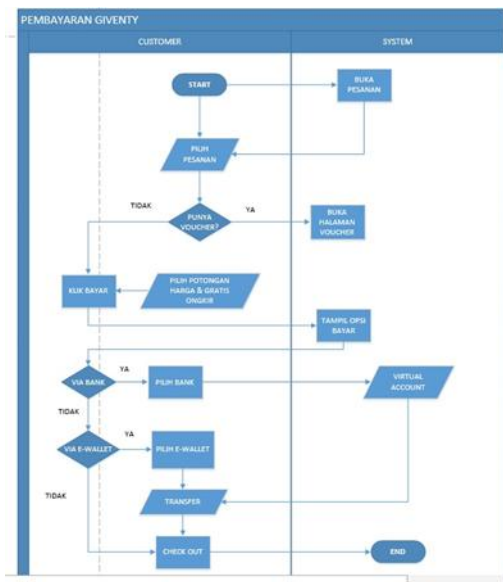
Antarmuka keranjang dibuat agar menampilkan informasi biaya secara jelas, sehingga mengurangi kesalahan saat bertransaksi dan membangun rasa percaya pengguna terhadap sistem.



Gambar 6. Antarmuka Keranjang Belanja

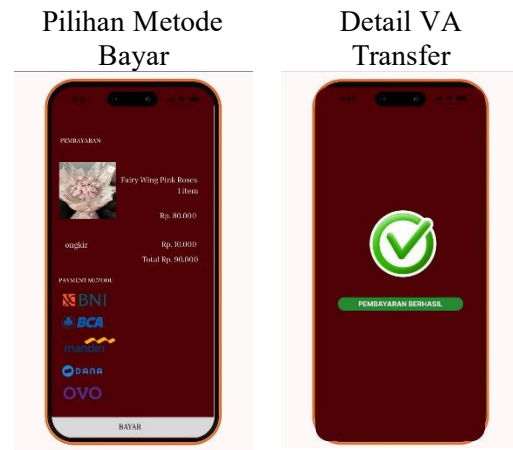
C. Alur Pembayaran (Payment)

Tahap pembayaran menjadi salah satu prioritas terpenting berdasarkan hasil analisis metode Kano. Sistem ini menyediakan berbagai metode pembayaran digital agar pengguna memiliki pilihan yang lebih luas. Setelah metode pembayaran dipilih, sistem menampilkan semua informasi pembayaran secara jelas sebelum transaksi diizinkan.



Gambar 7. Flowchart Alur Pembayaran

Pembayaran pada Gambar 8 dirancang agar mudah dipahami dan jelas, sehingga mempercepat proses pembelian serta memberikan keamanan bagi pengguna saat melakukan pembayaran hadiah secara online.



Gambar 8. Antarmuka Metode dan Detail Pembayaran

IV. KESIMPULAN

Simpulan dan Saran Penelitian Aplikasi Giventy Penelitian ini berhasil menjembatani kesenjangan antara ekspektasi pengguna dan realitas antarmuka layanan pemesanan hadiah (gift) berbasis digital melalui penerapan metode Kano. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna serta implementasi rancangan antarmuka dan proses bisnis aplikasi Giventy, dapat ditarik beberapa simpulan utama sebagai berikut:

1. Transformasi Kejelasan Transaksi (Transaction Transparency Shift). Salah satu permasalahan utama pengguna pada aplikasi gift online adalah ketidakjelasan harga akhir, termasuk biaya pengemasan, ongkos kirim, dan layanan tambahan. Melalui implementasi fitur Rincian Pesanan Terperinci yang menampilkan pemisahan harga produk, biaya pengiriman, dan biaya tambahan secara eksplisit, Giventy berhasil memenuhi kebutuhan dasar pengguna (Must-be). Transparansi ini berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna serta meminimalkan potensi persepsi negatif terhadap transaksi digital.

2. Percepatan Pengambilan Keputusan Pembelian. Antarmuka Pemilihan Produk Gift berbasis Card View yang menampilkan informasi inti seperti harga, rating penjual, estimasi pengiriman, dan kategori event dalam satu tampilan terbukti mampu mengurangi beban kognitif pengguna. Desain ini menyederhanakan proses eksplorasi produk hadiah yang sebelumnya kompleks menjadi pengalaman yang intuitif dan efisien, sehingga meningkatkan kepuasan pengguna secara linear (One-dimensional).

3. Peningkatan Pengalaman Emosional Pengguna. Fitur Tracking & Riwayat Pesanan yang dilengkapi dengan status pengemasan, pengiriman, serta identitas kurir atau penjual berperan sebagai elemen pembeda utama (Attractive). Fitur ini mengubah pengalaman menunggu hadiah dari ketidakpastian menjadi proses yang terpantau dan menyenangkan, sekaligus meningkatkan rasa aman serta ikatan emosional pengguna terhadap platform Giventy.

V. SARAN

Saran dari kami yaitu Rekomendasi Strategis Pengembangan Aplikasi Giventy. Agar aplikasi Giventy dapat terus relevan dan memiliki daya saing tinggi dalam ekosistem digital gifting, penulis merekomendasikan beberapa langkah strategis berikut:

1. Integrasi Tracking Visual Berbasis Peta (Smart Delivery Mapping).

2. Mengembangkan fitur tracking dari sekadar status teks menjadi visualisasi pengiriman real-time berbasis peta dengan integrasi API peta digital. Fitur ini akan memberikan pengalaman visual yang lebih imersif, meningkatkan persepsi profesionalisme, serta memperkuat kepercayaan pengguna..

3. Model Langganan & Reminder Event (Smart Gifting Subscription). Mengingat kebutuhan pemberian hadiah bersifat berulang (ulang tahun, wisuda, anniversary), fitur Pengingat & Langganan Hadiah Otomatis perlu dihadirkan. Fitur ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan pengguna, tetapi juga menciptakan recurring revenue yang berkelanjutan bagi platform dan mitra penjual.

Personalisasi dan Desain Inklusif

Penyediaan fitur Mode Gelap (Dark Mode), penyesuaian ukuran teks, serta rekomendasi hadiah berbasis riwayat transaksi dan preferensi pengguna akan meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan penggunaan. Pendekatan ini tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga memperluas jangkauan pengguna dengan berbagai kebutuhan visual dan perilaku penggunaan.

REFERENSI

- [1] [1] Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. Referensi utama metode Kano yang menjadi dasar klasifikasi Must-be, One-dimensional, dan Attractive. *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 39–48.
- [2] [2] Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Nielsen Norman Group. Digunakan untuk mendukung prinsip kemudahan penggunaan, pengurangan beban kognitif, dan desain antarmuka intuitif.
- [3] [3] Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkeley: New Riders. Mendukung perancangan UI/UX berbasis kebutuhan pengguna dan pengalaman emosional.
- [4] [4] Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. Menjadi dasar teori pentingnya transparansi harga dan kepercayaan dalam aplikasi transaksi digital seperti Giventy. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- [5] [5] Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). User experience – a research agenda. Mendukung konsep pengalaman emosional dan nilai psikologis dalam

penggunaan aplikasi. *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 91–97.

- [6] [6] Oktaroza, M. L., & Setiawan, A. (2025). Efektivitas dan usability user interface dalam aplikasi modern: Tinjauan sistematis melalui studi literatur. Relevan untuk pembahasan UI modern, card view, dan efisiensi pengambilan keputusan. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(2), 475–486.
- [7] [7] Pratama, R. S. A., Farqi, A., & Wulansari, A. (2022). Analisis kepuasan pengguna sistem informasi menggunakan model Kano. Pendukung penerapan metode Kano pada sistem berbasis digital. *JUTISI: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 11(2), 503–510.
- [8] [8] Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, Technology, Society*. Harlow: Pearson Education. Mendukung konsep recurring revenue, subscription model, dan ekosistem e-commerce