

IMPROVE

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

Perancangan Antarmuka Pengguna (UI) Aplikasi *Luxwash* untuk *Customer* Berbasis Analisis Kepuasan Fitur dengan Metode Kano dan Perancangan Proses Bisnis

Haritz Mahendra¹, Annisa Bilqis Tifany², Syafiq Maulana³, Vilsa Salsabila Nafisa⁴

Sari Armianti⁵, Nava Gia Ginasta⁶

*Sekolah Bisnis Dan Management Universitas Logistik dan Bisnis Internasional^{1,2,3,4,6}
Sekolah Tinggi Informasi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional⁵*

vilsalsabilanafisa@gmail.com, bilqistiffany30@gmail.com, syafiqmaaulanaa@gmail.com,
haristmahendra23@gmail.com, sari@ulbi.ac.id, navagia@ulbi.ac.id

Abstrak

Evolusi penyediaan layanan digital secara inheren mensyaratkan insinyur antarmuka pengguna (UI) untuk merancang sistem yang memprioritaskan preferensi dan kepuasan pengguna, terutama dalam domain layanan perawatan kendaraan premium. Investigasi ini mengupayakan formulasi antarmuka aplikasi Luxwash yang didasarkan pada penilaian kepuasan fitur melalui penerapan model Kano dan artikulasi alur proses bisnis yang sistematis. Metodologi riset yang diterapkan terdiri dari dua fase progresif: fase analitis dan fase desain. Fase analisis melibatkan distribusi kuesioner metode Kano kepada dua puluh partisipan guna mengkaji lima fungsionalitas inti aplikasi Luxwash, yang mencakup aspek pengelolaan layanan, penjadwalan, seleksi paket, jaminan perbaikan gratis, dan visibilitas kemajuan pekerjaan.

Temuan analisis Kano mengindikasikan bahwa dari lima fungsionalitas yang dievaluasi, dua di antaranya (40%) jatuh dalam domain *Attractive*, yaitu fungsi

penjadwalan dan opsi pemilihan paket layanan. Kedua fitur ini memperlihatkan potensi substansial untuk meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Sebaliknya, tiga fungsionalitas (60%), yakni penanganan layanan, penyediaan perbaikan gratis, dan mekanisme pemantauan kemajuan, diklasifikasikan sebagai *Indifferent*. Klasifikasi ini menyiratkan bahwa keberadaan atau ketiadaan fitur-fitur tersebut tidak berkontribusi secara signifikan terhadap level kepuasan pengguna. Tidak ada satu pun fitur yang sesuai dengan kategori *Must-be*, *One-dimensional*, atau *Reverse*.

Berkontra dengan temuan-temuan tersebut, fase desain memberikan penekanan pada orkestrasi proses bisnis, pemetaan alur pengguna (*user flow*), dan pembuatan prototipe antarmuka, dengan memberikan premadasi pada fitur-fitur yang dikategorikan sebagai *Attractive*. Diharapkan bahwa hasil dari studi ini dapat berfungsi sebagai landasan konseptual untuk konstruksi antarmuka aplikasi

layanan yang lebih efisien, berfokus pada kepuasan pengguna, dan secara kausal didukung oleh data empiris.

Kata Kunci: Antarmuka Pengguna (UI), Kano, Kepuasan Pengguna, Proses Bisnis, Luxwash.

ABSTRACT

The evolution of digital service provision inherently necessitates User Interface (UI) engineers to design systems that prioritize user preferences and satisfaction, particularly within the domain of premium vehicle care services. This investigation endeavors to formulate the Luxwash application interface based on the assessment of feature satisfaction through the application of the Kano model and the articulation of a systematic business process flow. The research methodology employed comprises two progressive phases: an analytical phase and a design phase. The analytical phase involved the distribution of Kano method questionnaires to twenty participants to examine five core functionalities of the Luxwash application, encompassing aspects of service management, scheduling, package selection, free repair warranty, and work progress visibility.

I. PENDAHULUAN

Perubahan pada layanan jasa yang berbasis digital telah meningkatkan ekspektasi konsumen terhadap proses pemesanan yang efisien, jelas, dan lancar, terutama untuk layanan yang bersifat rutin seperti binatu premium. Dalam konteks *Luxwash*, sebuah layanan binatu, sistem pemesanan melalui situs web menjadi penghubung utama antara pelanggan dan penyedia layanan. Situs web tidak hanya berfungsi sebagai etalase, tetapi juga sebagai sarana yang menentukan apakah pengguna dapat mencapai tujuan mereka (memesan layanan) secara efektif, merasa yakin, dan

The findings from the Kano analysis indicate that out of the five functionalities evaluated, two (40%) fall within the Attractive domain, namely the scheduling function and the service package selection option. These two features demonstrate substantial potential for enhancing user satisfaction levels. Conversely, the remaining three functionalities (60%), specifically service handling, provision of free repairs, and the progress monitoring mechanism, are classified as Indifferent. This classification implies that the presence or absence of these features does not significantly contribute to the user satisfaction level. None of the features corresponded to the Must-be, One-dimensional, or Reverse categories.

In contrast to these findings, the design phase emphasizes the orchestration of business processes, user flow mapping, and interface prototyping, with a predisposition towards features categorized as Attractive. It is anticipated that the outcomes of this study can serve as a conceptual foundation for the construction of more efficient, user-satisfaction-centric, and causally data-supported service application interfaces.

Keywords: User Interface (UI), Kano, User Satisfaction, Business Process, Luxwash.

menerima umpan balik yang memadai selama proses berlangsung. Berdasarkan prinsip desain yang berpusat pada manusia, kualitas interaksi pengguna sangat dipengaruhi oleh kejelasan *affordance* (kemampuan suatu objek untuk mengisyaratkan cara penggunaannya), pemetaan kontrol-aksi, dan *feedback* sistem; ketika elemen-elemen ini lemah, pengguna cenderung ragu, membuat kesalahan, atau bahkan membatalkan proses pemesanan [2]. Oleh karena itu, perancangan antarmuka pengguna (UI) untuk *Luxwash* harus diposisikan sebagai bagian dari peningkatan kualitas layanan, bukan semata-mata aspek estetika.

Permasalahan yang kerap muncul pada sistem pemesanan situs web layanan jasa meliputi alur pemesanan yang tidak konsisten, informasi harga/paket yang kurang transparan, validasi formulir yang tidak jelas, serta minimnya visibilitas status (misalnya, "pemesanan berhasil", "jadwal tersedia", atau "pembayaran terkonfirmasi"). Dari perspektif *usability engineering* (rekayasa kegunaan), sistem yang baik harus membantu pengguna memahami status sistem, mengurangi beban ingatan (mengutamakan pengenalan daripada mengingat kembali), mencegah kesalahan, serta menyediakan kontrol dan kebebasan bagi pengguna untuk memperbaiki tindakan mereka[3]. Selain itu, kualitas situs web sebagai antarmuka layanan juga berhubungan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja dan keandalan layanan digital, yang pada akhirnya memengaruhi kepuasan [4]. Dengan demikian, *Luxwash* memerlukan rancangan UI dan alur pemesanan yang terukur dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis.

Namun, peningkatan UI sering kali dilakukan dengan pendekatan yang bersifat subjektif (misalnya, berdasarkan preferensi tim atau tren desain), sehingga perubahan yang diterapkan belum tentu sejalan dengan prioritas kebutuhan pelanggan. Di sinilah Metode Kano menjadi relevan untuk memetakan fitur berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Kano mengklasifikasikan atribut kualitas menjadi *must-be* (wajib ada; ketidadaanya menimbulkan ketidakpuasan), *one-dimensional* (semakin baik kinerjanya, semakin tinggi kepuasan), dan *attractive* (tidak diharapkan, namun kehadirannya dapat meningkatkan kepuasan secara signifikan)[1]. Untuk layanan digital, pendekatan ini membantu tim menentukan fitur mana yang harus dipenuhi sebagai "standar minimum" sebelum menambahkan fitur inovatif. Sejumlah penelitian telah menunjukkan efektivitas penerapan Kano dalam konteks situs web dan layanan digital

untuk menghubungkan atribut interaktivitas/fitur dengan kepuasan pelanggan, serta sebagai pendekatan yang konsisten dalam mengidentifikasi atribut yang mendorong kepuasan pada layanan berbasis sistem. Hal ini berarti Kano dapat memberikan dasar kuantitatif untuk menentukan prioritas peningkatan fitur pemesanan *Luxwash*, seperti fitur penjadwalan pengambilan, pelacakan status pesanan, notifikasi otomatis, metode pembayaran, atau estimasi waktu penyelesaian.

Selain pemetaan kebutuhan fitur, sistem pemesanan yang baik juga memerlukan perancangan proses bisnis yang terstruktur. UI yang "baik" namun tidak didukung oleh proses bisnis yang jelas tetap akan menghasilkan pengalaman yang buruk, misalnya ketika pengguna berhasil melakukan pemesanan, tetapi operasional tidak memiliki arus konfirmasi, penjadwalan kurir, atau pembaruan status yang terstandarisasi. Praktik pemodelan proses Dengan model proses yang jelas, rancangan UI *Luxwash* dapat dipastikan benar-benar mencerminkan urutan kerja layanan, sehingga mengurangi kesalahpahaman dan hambatan bagi pengguna.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini diarahkan untuk memenuhi dua kebutuhan utama: (1) menentukan prioritas fitur pemesanan berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Metode Kano, dan (2) menyusun proses bisnis pemesanan yang selaras dengan rancangan UI agar alur layanan dari awal hingga akhir konsisten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner (format fungsional disfungsional Kano) untuk mengklasifikasikan atribut fitur dan menghitung kecenderungan kepuasan/ketidakpuasan, sehingga keputusan desain tidak didasarkan pada asumsi. Hasil analisis Kano kemudian akan menjadi landasan penyusunan rancangan

UI (*wireframe*/prototipe) dan penyelarasan dengan model proses bisnis agar implementasi pemesanan situs web Luxwash bersifat terstruktur, dapat diuji, dan mudah dikembangkan.

Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah tersedianya rancangan UI situs web pemesanan *Luxwash* yang lebih mudah digunakan, lebih selaras dengan kebutuhan pelanggan, serta didukung oleh proses bisnis yang terdokumentasi, sehingga memfasilitasi evaluasi berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan prinsip desain yang berpusat pada pengguna [2], praktik *usability engineering* [3], pemetaan kebutuhan fitur berbasis kepuasan [1], serta pemodelan proses layanan, *Luxwash* dapat meningkatkan kualitas layanan digitalnya secara sistematis, mulai dari pengguna membuka situs web hingga pesanan selesai dan terkonfirmasi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode dua tahap: analisis dan perancangan.

A. Tahap Analisi

Tahap ini bertujuan mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur Luxwash menggunakan kuesioner metode Kano. Metode Kano dipilih karena mampu mengelompokkan atribut layanan berdasarkan pengaruhnya terhadap pengguna, sehingga memberikan dasar kuat dalam penentuan prioritas fitur yang perlu dikembangkan (Kano dkk., 1984). Hasil tahap ini menjadi acuan untuk perancangan fitur.

B. Tahap Perancangan

Tahap ini dilakukan berdasarkan hasil kuesioner Kano untuk menyusun proses bisnis dan *user flow* yang menggambarkan alur interaksi pengguna secara sistematis. Selanjutnya, dirancang *prototype* antarmuka yang

efektif, efisien, dan mudah digunakan. Pendekatan ini mampu meningkatkan kualitas *usability* dan pengalaman pengguna pada aplikasi layanan berbasis digital [2], [3].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Studi dan Analisa Kebutuhan Pengguna

Tahap awal difokuskan pada pengumpulan landasan teori terkait perancangan antarmuka aplikasi layanan digital dengan metode Kano dan konsep UI/UX. Tujuannya adalah untuk mengetahui fitur-fitur yang dianggap esensial dalam layanan pencucian mobil mewah.

B. Analisis Kuesioner Kano

Kuesioner Kano berisi pertanyaan fungsional (jika fitur ada) dan disfungsional (jika fitur tidak ada) terhadap fitur Luxwash. Tujuannya untuk memetakan fitur ke dalam kategori Kano. Hasil analisis (Tabel 1) menunjukkan bahwa fitur "Pelayanan cuci mobil", "Kompensasi gratis", dan "Pemantauan *progress*" termasuk dalam kategori Indifferent (I), artinya fitur ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dan bukan prioritas pengembangan.

Tabel 1. Hasil Klasifikasi Fitur dengan

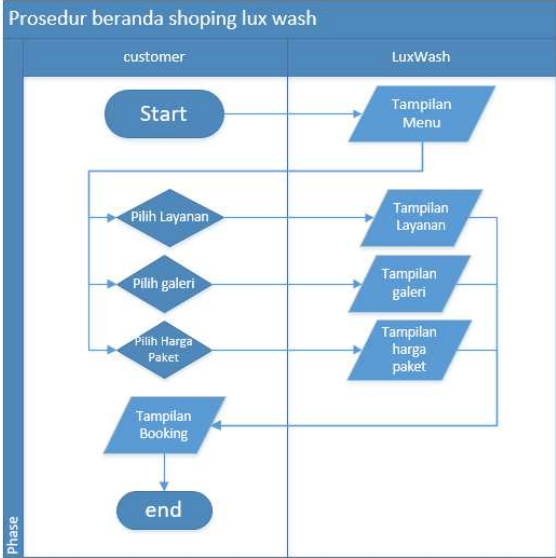
NO	Fitur	O	M	A	I	R	Q	Jumlah	Hasil
1	Pelayanan	1	0	2	12	0	5	20	I
2	BcTable 1		0	8	1	0	4	20	A
3	Pemilihan Pewangi	3	0	7	6	1	2	20	A
4	Perbaikan Gratis	4	0	5	6	0	3	20	I
5	Memantau progres	4	0	4	7	2	2	20	I

Sebaliknya, fitur "Booking jadwal pencucian" dan "Pemilihan pewangi" mendapat respons positif dan dikategorikan sebagai Attractive (A). Fitur *booking* memberikan kemudahan pemesanan, sedangkan pemilihan

pewangi menambah aspek personalisasi. Kedua fitur ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

C. Perancangan Proses Bisnis,User Flow, Dan Prototipe

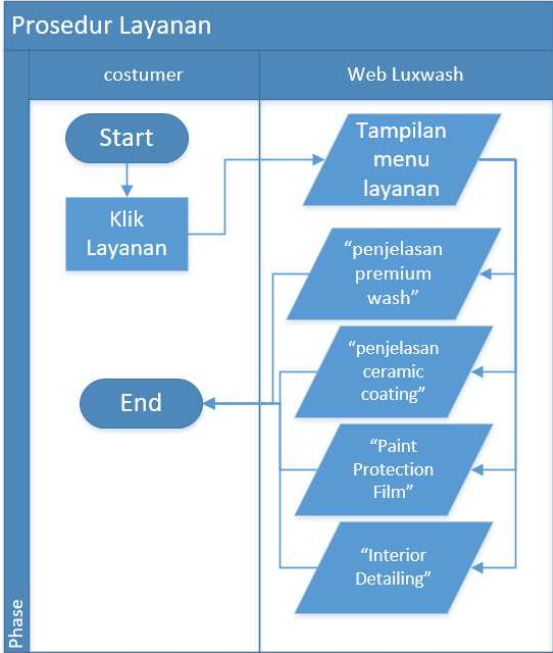
Berdasarkan analisis Kano, dirancang user flow dan prototype yang memprioritaskan fitur bernilai tinggi. Luxwash menawarkan fitur utama: beranda, booking, layanan, galeri, harga paket, dan kontak. Diagram alur (flowchart) untuk setiap fitur disajikan pada Gambar 1 hingga 6.



Gambar 1 Flowchart Beranda

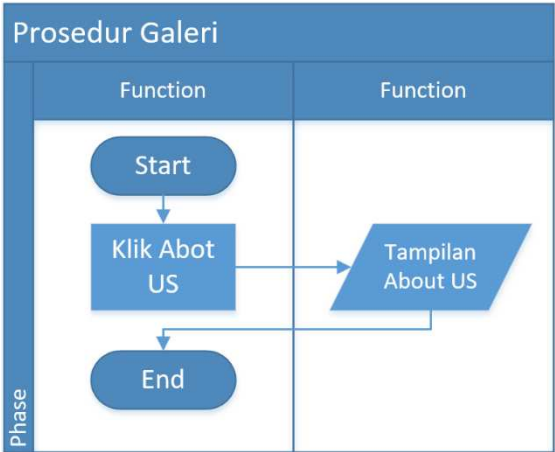
Gambar 1 Diagram Alur Beranda: Menunjukkan alur dari membuka aplikasi, memilih menu (layanan, galeri, harga), hingga menuju ke

halaman *booking*.



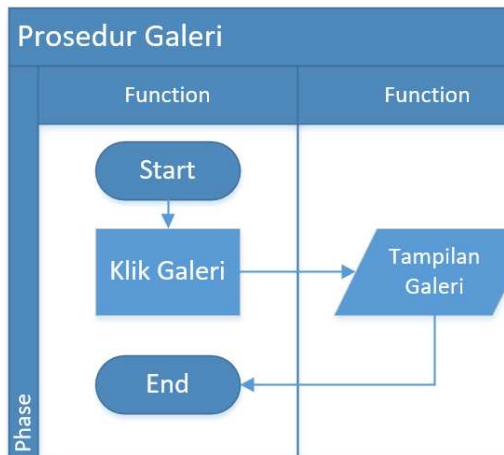
Gambar 2. Flowchart Layanan

Gambar 2 Diagram Alur Layanan: Menunjukkan alur pemilihan jenis layanan yang tersedia.



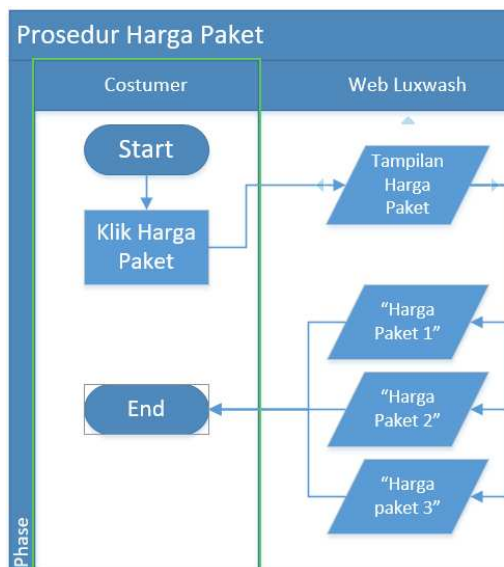
Gambar 1 Flowchart Tentang kita

Gambar 3 Diagram Alur Tentang kita: Menunjukkan alur deksriptif tentang bisnis kita pekerjaan.



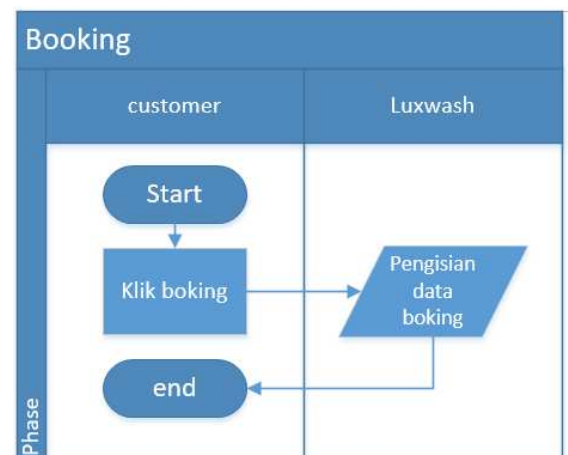
Gambar 2 Flowchart Galeri

Gambar 4 Diagram Alur Harga Paket: Menunjukkan alur memilih paket layanan dan proses pembayaran.



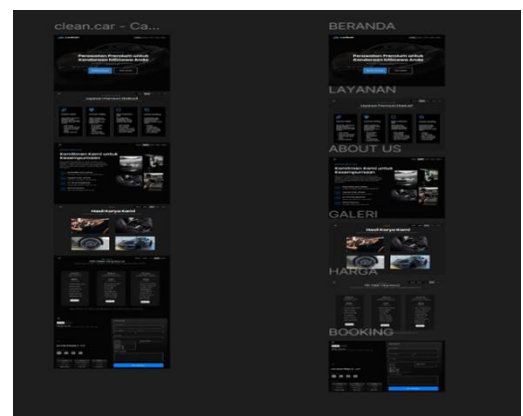
Gambar . 3 Flowchart Harga

Gambar 5 Diagram Alur Kontak: Menunjukkan alur mengakses informasi kontak.



Gambar 4 Flowchart Booking UI

Gambar 6 Diagram Alur Booking: Menunjukkan alur pengisian formulir data pemesanan.

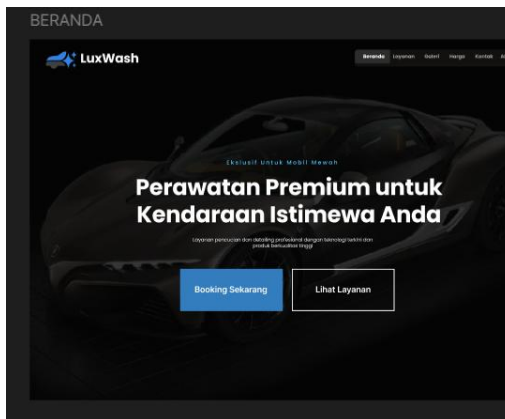


Gambar 5 Prototype UI

Gambar7

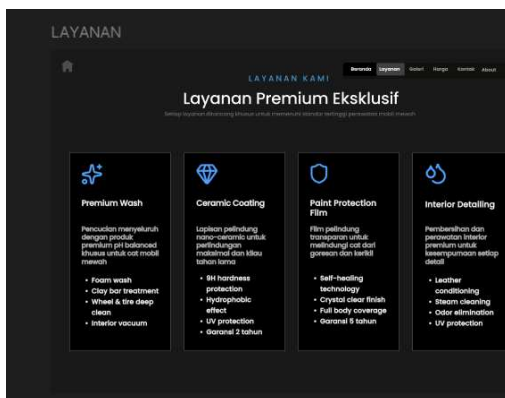
menampilkan *prototype* antarmuka Luxwash yang terdiri dari:

1. **Beranda:** Pintu masuk untuk memilih layanan atau melakukan *booking*.



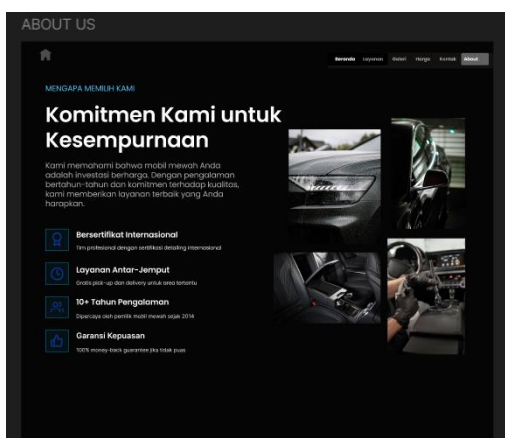
Gambar 8 Beranda UI

2. **Layanan:** Menjelaskan detail dan prosedur layanan yang ditawarkan.



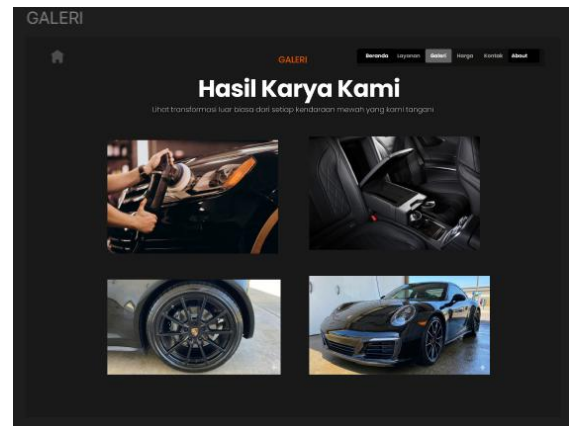
Gambar 9 Layanan UI

3. **Tentang kita:** Menjelaskan tentang apa itu bisnis service Luxwash



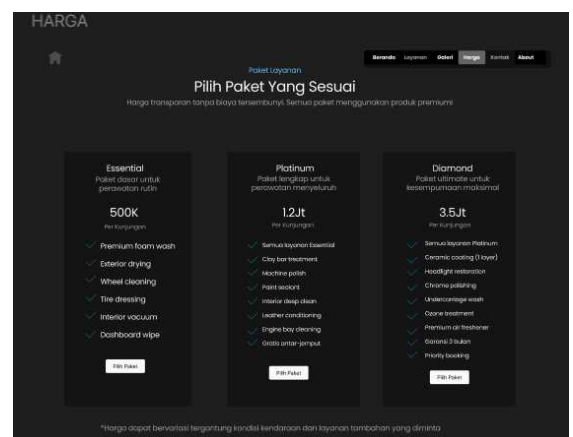
Gambar 10 Tentang kita UI

4. **Galeri:** Menampilkan hasil pekerjaan pencucian.



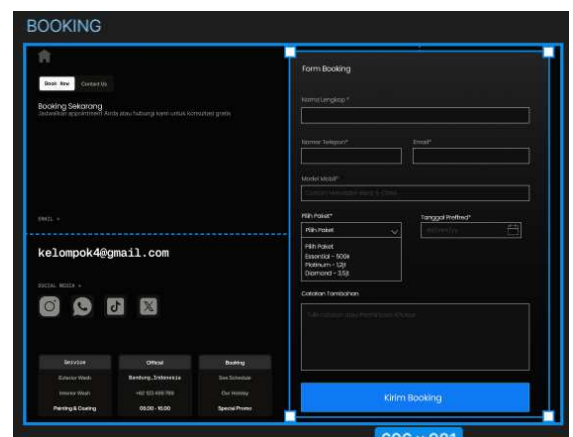
Gambar 10 Galeri UI

5. **Harga Paket:** Menampilkan pilihan paket (Essential, Platinum, Diamond) beserta harganya.



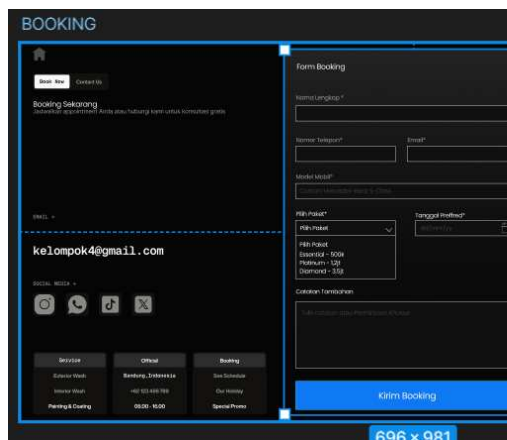
Gambar 11 Harga UI

6. **Kontak:** Menampilkan informasi kontak admin (email, telepon, lokasi, media sosial).



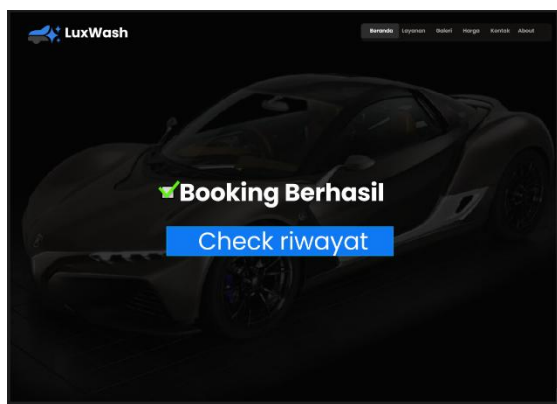
Gambar 12 Kontak UI

7. **Booking:** Menampilkan formulir pengisian data pribadi untuk mendapatkan nomor antrian dan layanan.



Gambar 13 Booking UI

8. **Pesanan Riwayat:** Setelah melakukan booking, akan menampilkan UI “Booking berhasil”, dan bisa di click “check riwayat” untuk melihat hasil pesanan yang sudah dipesan



Gambar 14 Booking Berhasil UI

Gambar 14

menunjukkan prototype khusus untuk halaman booking. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perancangan prototype berbasis kebutuhan pengguna dapat meningkatkan efektivitas desain dan mengurangi risiko kesalahan pada tahap implementasi [4]. Prototype yang dihasilkan dari analisis kuesioner ini

diharapkan dapat mewujudkan aplikasi Luxwash yang mudah digunakan dan efisien bagi pengguna.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa metode Kano efektif untuk mengidentifikasi prioritas fitur berdasarkan kepuasan pengguna. Hasil analisis mengungkapkan bahwa fitur *booking* dan pemilihan pewangi termasuk dalam kategori *attractive* dan berpengaruh besar terhadap kepuasan, sementara fitur lainnya berada pada kategori *indifferent*. Berdasarkan temuan tersebut, rancangan UI Luxwash difokuskan pada fitur-fitur prioritas melalui proses bisnis, *user flow*, dan *prototype* antarmuka yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. Rancangan UI yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan jasa Luxwash.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 39–48.
- [2] Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised and expanded edition). Basic Books.
- [3] Nielsen, J. (2020). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.
- [4] Pinem, A. A., Sitompul, O. S., & Sihombing, P. (2024). User interface design using user-centered design to improve user experience. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 10(1), 15–25.