

PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENGALAMAN PENGGUNA (*USER EXPERIENCE/UX*) PADA USAHA LAYANAN GURAH MESIN DI KABUPATEN KLATEN

Eko Hariadi^{1*}, Afnan Rosyidi²
STMIK Amikom Surakarta^{1,2}
e-mail: eko.h@dosen.amikomsolo.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital telah mendorong pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk beradaptasi melalui pemanfaatan teknologi e-commerce guna meningkatkan jangkauan pasar dan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) pada dua website layanan otomotif “Gurah Mesin” di Kabupaten Klaten, yaitu *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif-komparatif dengan kombinasi kuantitatif dan kualitatif. Instrumen yang digunakan meliputi kuesioner *System Usability Scale* (SUS), *heuristic evaluation*, dan wawancara pengguna. Sebanyak 20 responden dilibatkan untuk menguji tingkat kegunaan, kemudahan navigasi, tampilan antarmuka, serta efektivitas interaksi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website *gurahmesinpro.my.id* memperoleh skor SUS sebesar 87 (kategori *Excellent*), sedangkan *gurahmesin.pro* hanya memperoleh 47 (kategori *Poor*). Perbedaan ini disebabkan oleh aspek kecepatan akses, konsistensi navigasi, tampilan responsif, dan kejelasan *call-to-action* (CTA) pada website baru. Implementasi desain UX yang baik terbukti mampu meningkatkan tingkat kepuasan pengguna dan konversi pemesanan layanan sebesar 35%. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa penerapan prinsip UX pada website e-commerce berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan, kepercayaan, dan loyalitas pengguna. Website *gurahmesinpro.my.id* dapat dijadikan model penerapan UX yang efektif untuk mendukung transformasi digital UMKM otomotif lokal.

Kata Kunci: *User Experience, E-Commerce, UX Design, UMKM Digital, Gurah Mesin*

ABSTRACT

The rapid growth of digital transformation has driven micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to adopt e-commerce technologies to expand market reach and improve service quality. This study aims to analyze the User Experience (UX) performance of two automotive service websites *gurahmesin.pro* and *gurahmesinpro.my.id* operated by a local “Gurah Mesin” business in Klaten Regency, Central Java, Indonesia. This research employed a descriptive-comparative method using both quantitative and qualitative approaches. Data were collected through the System Usability Scale (SUS) questionnaire, heuristic evaluation, and user interviews. Twenty respondents participated in assessing usability, navigation clarity, interface design, and interaction efficiency across both websites. The findings revealed that *gurahmesinpro.my.id* achieved a SUS score of 87 (Excellent), while *gurahmesin.pro* scored 47 (Poor). The superior performance of *gurahmesinpro.my.id* was primarily due to faster access speed, consistent navigation structure, responsive mobile layout, and clearer call-to-action (CTA) design. Implementing an optimized UX design significantly improved user satisfaction and service booking conversion rates by 35%. The study concludes that integrating UX principles into e-commerce website design has a substantial positive impact on user comfort, trust, and loyalty. The *gurahmesinpro.my.id* platform serves as a practical

model for enhancing digital transformation among local automotive MSMEs in Indonesia.

Keywords: *User Experience, E-Commerce, UX Design, Digital MSMEs, Engine Flush*

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sektor jasa telah mendorong pelaku usaha untuk menyediakan layanan secara daring melalui platform digital yang efektif, efisien, dan mudah diakses. Dalam konteks bisnis otomotif, pemanfaatan website berbasis e-commerce menjadi semakin penting untuk meningkatkan kemudahan transaksi, kredibilitas usaha, serta perluasan jangkauan konsumen. Salah satu faktor kunci keberhasilan platform digital tersebut adalah *User Experience (UX)*, karena pengalaman pengguna yang baik terbukti berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan, kepercayaan, serta keputusan pelanggan untuk melakukan transaksi ulang (Lemon & Verhoef, 2016; Nielsen, 2020). Osterwalder et al. (2020) menegaskan bahwa nilai yang dirasakan pengguna (*value proposition*) hanya dapat tercapai apabila desain produk dan layanan benar-benar berangkat dari kebutuhan, harapan, dan pengalaman nyata pengguna, sehingga UX menjadi fondasi utama dalam penciptaan nilai bisnis digital.

UX tidak hanya berkaitan dengan aspek visual, tetapi juga mencakup struktur informasi, alur interaksi, serta kemudahan pengguna dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan pandangan Garrett (2011) yang menegaskan bahwa keberhasilan desain website ditentukan oleh keterpaduan antara strategi konten, struktur, dan interaksi pengguna. Studi terbaru menunjukkan bahwa penerapan UX yang optimal dapat meningkatkan tingkat konversi dan loyalitas pengguna secara signifikan dalam platform digital berbasis layanan (Tandon et al., 2021; Schrepp et al., 2022). Dalam konteks e-commerce, Suadamara (2023) mengidentifikasi bahwa tantangan utama UX saat ini meliputi kompleksitas navigasi, inkonsistensi desain antarmuka, serta kurangnya fokus pada kemudahan pengguna dalam menyelesaikan proses transaksi, yang berdampak langsung pada penurunan minat dan kepercayaan konsumen.

Meskipun demikian, kondisi ideal tersebut belum sepenuhnya tercapai pada praktik pengembangan website UMKM di Indonesia. Idealnya, website layanan jasa harus memiliki kecepatan akses yang baik, navigasi yang jelas, tampilan responsif lintas perangkat, serta proses pemesanan yang sederhana. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih berfokus pada tampilan visual awal dan belum menerapkan prinsip UX secara komprehensif, khususnya pada aspek kemudahan penggunaan dan alur interaksi pengguna (Gusfi, 2024; Kurniawan et al., 2023). Penelitian Kangagung dan Marchyta (2024) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna pada platform e-commerce di Indonesia dibentuk oleh beberapa faktor utama, seperti kemudahan penggunaan (*usability*), kualitas informasi, keandalan sistem, serta kenyamanan interaksi, yang masih belum dioptimalkan secara konsisten oleh pelaku UMKM. Akibatnya, website yang dikembangkan sering kali kurang efektif dalam mendukung tujuan bisnis dan pengalaman pelanggan.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada usaha layanan otomotif guruh mesin di Kabupaten Klaten. Guruh mesin merupakan layanan perawatan kendaraan berupa pembersihan ruang bakar dan saluran bahan bakar tanpa pembongkaran mesin, yang semakin diminati karena efisiensi waktu dan biaya. Dalam upaya memperluas jangkauan pasar, pelaku usaha lokal mulai memanfaatkan website sebagai media promosi dan pemesanan layanan. Dua website yang menjadi objek penelitian, yaitu *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*, memiliki tujuan yang sama, yakni memfasilitasi pelanggan dalam memperoleh layanan guruh mesin secara daring. Namun, hasil observasi awal menunjukkan perbedaan kualitas

pengalaman pengguna, di mana *gurahmesin.pro* masih menghadapi kendala pada navigasi, kecepatan akses, dan kejelasan struktur informasi, sedangkan *gurahmesinpro.my.id* menawarkan tampilan yang lebih sederhana, responsif, dan mudah digunakan. Hutabarat dan Sudaryana (2023) menegaskan bahwa penerapan pendekatan *User-Centered Design (UCD)* dalam perancangan UI/UX mampu menghasilkan prototipe aplikasi e-commerce yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna, meningkatkan efisiensi interaksi, serta meminimalkan hambatan penggunaan sejak tahap awal desain.

Kesenjangan penelitian ini terletak pada minimnya kajian empiris yang secara khusus menganalisis dan membandingkan penerapan prinsip *user experience (UX)* pada website layanan jasa otomotif UMKM. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada platform e-commerce produk atau marketplace berskala besar, sehingga konteks layanan jasa otomotif belum banyak mendapat perhatian. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis komparatif UX pada website layanan *gurah mesin* otomotif UMKM berdasarkan pengalaman pengguna aktual. Selain itu, penelitian ini menyusun rekomendasi desain UX yang aplikatif dan kontekstual guna meningkatkan efektivitas e-commerce serta konversi layanan pada UMKM sektor otomotif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam kondisi dan kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) pada dua website layanan *gurah mesin*, yaitu *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena UX secara kontekstual berdasarkan pengamatan langsung terhadap elemen desain dan interaksi pengguna pada masing-masing platform.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap kedua website dengan memfokuskan analisis pada elemen-elemen UX utama, meliputi navigasi, kejelasan dan kelengkapan informasi, desain responsif, kecepatan akses, tampilan visual, fitur pemesanan layanan, serta bentuk interaksi pengguna. Observasi dilakukan secara sistematis dengan menelusuri seluruh halaman dan fitur yang tersedia pada website menggunakan dua jenis perangkat, yaitu laptop dan smartphone Android, guna menilai konsistensi tampilan dan responsivitas antarmuka pada perangkat yang berbeda.

Selain observasi, penelitian ini juga melibatkan uji kegunaan (*usability testing*) terhadap 10 responden pengguna lokal di wilayah Kabupaten Klaten yang pernah atau berpotensi menggunakan layanan *gurah mesin*. Uji kegunaan dilakukan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai tingkat kemudahan penggunaan, kenyamanan, serta kepuasan pengguna dalam mengakses dan memanfaatkan fitur layanan pada kedua website.

Untuk melengkapi analisis performa teknis, dilakukan pengukuran kecepatan akses website menggunakan alat bantu *PageSpeed Insights*, yang bertujuan menilai waktu muat halaman dan efisiensi kinerja website sebagai bagian dari pengalaman pengguna. Seluruh hasil observasi dan pengujian didokumentasikan melalui tangkapan layar (*screenshot*) dan catatan lapangan sebagai bahan pendukung analisis.

Analisis data dilakukan melalui proses kategorisasi, perbandingan, dan interpretasi terhadap temuan pada masing-masing website dengan mengacu pada prinsip UX dan analisis heuristik Nielsen, khususnya terkait kemudahan penggunaan, konsistensi desain, kejelasan sistem, dan kepuasan pengguna. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi lembar observasi penilaian UX, perangkat uji berupa laptop dan smartphone Android, serta tools pengujian performa website. Hasil analisis selanjutnya digunakan untuk menyusun

rekomendasi perbaikan desain website yang lebih optimal guna meningkatkan kenyamanan pengguna dan potensi konversi pemesanan jasa pada usaha gurah mesin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Observasi Website

Hasil observasi terhadap website gurahmesin.pro menunjukkan bahwa meskipun platform ini menggunakan domain profesional dan menyajikan informasi mengenai layanan gurah mesin, artikel blog, serta promosi jasa, terdapat beberapa kendala yang mengganggu pengalaman pengguna. Keterjangkauan situs sering mengalami gangguan teknis, ditandai dengan munculnya error 502 – *Bad Gateway* yang berdampak pada aksesibilitas. Struktur navigasi belum konsisten dan tidak memiliki menu yang jelas, sehingga pengguna kesulitan menemukan informasi penting. Selain itu, *Call to Action* (CTA) seperti tombol “Pesan Sekarang” tidak tersedia secara eksplisit, sehingga menghambat proses pemesanan layanan. Konten blog yang sebenarnya potensial untuk mendukung optimasi SEO juga sulit diakses karena permasalahan server. Website ini juga belum menyediakan fitur pemesanan langsung, sehingga pengguna harus mencari kontak secara manual. Secara keseluruhan, website gurahmesin.pro belum mampu memberikan pengalaman pengguna yang optimal terutama pada aspek teknis dan kemudahan navigasi.

Sementara itu, hasil observasi pada website gurahmesinpro.my.id menunjukkan performa yang lebih baik dalam mendukung kenyamanan pengguna. Situs ini memiliki aksesibilitas dan stabilitas yang baik tanpa gangguan server, serta menampilkan navigasi sederhana dan jelas melalui menu Beranda, Layanan, Cara Kerja, Testimoni, dan Kontak. CTA pemesanan mudah ditemukan melalui tombol WhatsApp dan formulir kontak, sehingga mempercepat proses interaksi pengguna dengan penyedia layanan. Desain antarmuka responsif dan *mobile-friendly* membuat tampilan tetap rapi pada berbagai ukuran layar. Selain itu, kepercayaan pengguna diperkuat melalui penyajian testimoni dan foto pelanggan, serta ketersediaan peta lokasi Google Maps dan alamat usaha yang meningkatkan kredibilitas bisnis. Dengan demikian, gurahmesinpro.my.id dinilai lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan pengguna karena berhasil menghadirkan pengalaman penggunaan yang praktis, informatif, dan berorientasi pada aksi pemesanan cepat.

Hasil Pengujian UX

1. Uji Task Completion

Uji ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas utama, yaitu melakukan pemesanan layanan gurah mesin. Pengukuran difokuskan pada tingkat keberhasilan penyelesaian tugas (*task completion rate*) serta hambatan yang dialami pengguna selama proses pemesanan. Hasil pengujian tersebut disajikan secara ringkas pada Tabel 1, yang memperlihatkan perbandingan tingkat keberhasilan dan kendala pengguna pada masing-masing website.

Tabel 1. Uji Task Completion

Website	Jumlah Responden	Tugas Berhasil	Task Success Rate
gurahmesin.pro	10	3	30%
gurahmesinpro.my.id	10	9	90%

Berdasarkan Tabel 1, situs gurahmesinpro.my.id memiliki tingkat keberhasilan tugas yang sangat tinggi, yaitu sebesar 90%, karena proses pemesanan dirancang secara sederhana

melalui integrasi WhatsApp dan formulir pemesanan. Desain alur interaksi yang jelas memudahkan pengguna dalam memahami tahapan pemesanan tanpa kebingungan. Sebaliknya, situs *gurahmesin.pro* hanya mencapai tingkat keberhasilan sebesar 30% akibat kesulitan akses dan tidak tersedianya *call-to-action* (CTA) yang jelas. Kondisi tersebut menyebabkan pengguna mengalami hambatan dalam menyelesaikan tugas pemesanan secara optimal.

2. Uji Waktu Penyelesaian Tugas

Uji ini dilakukan untuk mengukur efisiensi pengguna dalam menyelesaikan tugas utama, yaitu melakukan pemesanan layanan *gurah mesin* pada masing-masing website. Pengukuran difokuskan pada rata-rata waktu penyelesaian tugas (*task completion time*) sebagai indikator kemudahan dan kecepatan interaksi pengguna selama proses pemesanan. Selain itu, hasil pengujian dibandingkan dengan standar waktu penyelesaian yang ditetapkan untuk menilai tingkat efektivitas alur pemesanan. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel 2, yang menunjukkan perbandingan waktu penyelesaian tugas antara website *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*.

Tabel 2. Uji Waktu Penyelesaian Tugas

Website	Rata-rata waktu penyelesaian tugas (detik)	Standar
<i>gurahmesin.pro</i>	180 detik	–
<i>gurahmesinpro.my.id</i>	60 detik	≤ 90 detik

Berdasarkan Tabel 2, waktu rata-rata penyelesaian pemesanan pada website *gurahmesinpro.my.id* tercatat tiga kali lebih cepat dibandingkan *gurahmesin.pro*. Hal ini disebabkan pengguna langsung diarahkan ke kontak layanan melalui tombol yang tersedia, sehingga proses pemesanan dapat dilakukan secara efisien. Sebaliknya, pada website *gurahmesin.pro*, pengguna harus mencari informasi kontak secara manual melalui beberapa halaman. Kondisi tersebut menyebabkan waktu penyelesaian tugas menjadi lebih lama dan menurunkan efisiensi interaksi pengguna.

3. Uji Kepuasan Pengguna (*SUS – System Usability Scale*)

Uji ini dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan dan persepsi kegunaan pengguna terhadap website layanan *gurah mesin*. Pengukuran difokuskan pada penilaian *System Usability Scale* (*SUS*) yang mencakup aspek kemudahan penggunaan, kemenarikan desain, kecepatan akses, kejelasan informasi, serta kepercayaan pengguna. Skor *SUS* digunakan sebagai indikator standar untuk menilai tingkat *usability* dan kenyamanan pengguna secara keseluruhan dalam berinteraksi dengan website. Hasil pengujian tersebut disajikan secara ringkas pada Tabel 3, yang memperlihatkan perbandingan tingkat kepuasan pengguna antara website *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*.

Tabel 3. Uji Kepuasan Pengguna

Komponen	<i>gurahmesin.pro</i>	<i>gurahmesinpro.my.id</i>
Kemudahan penggunaan	45	85
Kemenarikan desain	50	80
Kecepatan akses	40	90
Kejelasan informasi	55	88
Kepercayaan pengguna	48	92
Rata-rata skor SUS	47,6	87,0

Berdasarkan Tabel 3, skor *System Usability Scale* (SUS) untuk website *gurahmesinpro.my.id* berada pada kategori *Excellent*. Sebaliknya, website *gurahmesin.pro* memperoleh skor SUS yang berada di bawah ambang batas usability yang baik, yaitu 70. Perbedaan skor tersebut menunjukkan adanya kesenjangan kualitas kemudahan penggunaan dan kenyamanan interaksi antar kedua website. Dengan demikian, situs *gurahmesinpro.my.id* secara signifikan lebih unggul dalam aspek usability dibandingkan *gurahmesin.pro*.

Analisis Heuristik (Nielsen's 10 Principles)

Sebagai bagian dari evaluasi kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna, analisis heuristik dilakukan pada website layanan *gurah mesin*. Pengukuran difokuskan pada sepuluh prinsip heuristik Nielsen untuk mengidentifikasi tingkat kesesuaian desain antarmuka serta potensi masalah yang dapat menghambat interaksi pengguna. Analisis ini bertujuan menilai sejauh mana masing-masing website mampu mendukung kemudahan penggunaan, efisiensi, dan kenyamanan dalam proses pemesanan layanan. Hasil pengujian tersebut disajikan secara ringkas pada Tabel 4, yang memperlihatkan perbandingan tingkat penerapan prinsip heuristik UX antara website *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*.

Tabel 4. Analisis Heuristik

Prinsip UX Nielsen	<i>gurahmesin.pro</i>	<i>gurahmesinpro.my.id</i>	Keterangan
<i>Visibility of System Status</i>	Rendah	Tinggi	Status halaman dan loading jelas di <i>.my.id</i>
<i>Match between system and real world</i>	Sedang	Tinggi	Bahasa pengguna mudah dipahami di <i>.my.id</i>
<i>User control and freedom</i>	Rendah	Tinggi	Ada tombol kembali & WA link langsung
<i>Consistency and standards</i>	Rendah	Tinggi	Desain konsisten di seluruh halaman
<i>Error prevention</i>	Rendah (502 error)	Tinggi	Tidak ditemukan error di <i>.my.id</i>
<i>Recognition rather than recall</i>	Sedang	Tinggi	Menu dan CTA mudah diingat
<i>Flexibility and efficiency of use</i>	Rendah	Tinggi	Proses booking cepat di <i>.my.id</i>
<i>Aesthetic and minimalist design</i>	Sedang	Baik	Tampilan bersih dan ringkas
<i>Help users recognize, diagnose, recover errors</i>	Rendah	Tinggi	Notifikasi jelas di <i>.my.id</i>
<i>Help and documentation</i>	Tidak ada	Ada informasi kontak	–

Berdasarkan Tabel 4, website *gurahmesinpro.my.id* memenuhi hampir seluruh prinsip heuristik Nielsen yang diuji. Hal ini menunjukkan bahwa desain antarmuka dan alur interaksi pada website tersebut telah dirancang dengan memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan pengguna. Sebaliknya, website *gurahmesin.pro* menunjukkan banyak pelanggaran heuristik,

terutama pada aspek keandalan sistem dan konsistensi antarmuka. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya kualitas pengalaman pengguna serta meningkatnya potensi kesalahan selama proses pemesanan layanan.

Analisis Kualitatif (*Feedback Pengguna*)

Sebagai pelengkap analisis kuantitatif, dilakukan analisis kualitatif untuk memahami persepsi dan pengalaman pengguna terhadap website layanan gurah mesin. Data diperoleh melalui wawancara dengan 10 responden (pengguna mobil/motor di Klaten) yang menilai kemudahan penggunaan, desain, kejelasan informasi, kepercayaan, dan kemungkinan merekomendasikan layanan. Analisis ini bertujuan mengidentifikasi aspek pengalaman pengguna yang paling berpengaruh terhadap kepuasan dan penerimaan layanan digital. Hasil analisis tersebut disajikan secara ringkas pada Tabel 5, yang memperlihatkan perbandingan tanggapan pengguna antara website gurahmesin.pro dan gurahmesinpro.my.id.

Tabel 5. Analisis Kualitatif

Aspek yang dinilai	gurahmesin.pro	gurahmesinpro.my.id
Kemudahan mencari layanan	3 responden puas	9 responden puas
Desain menarik	4 responden puas	8 responden puas
Informasi mudah dipahami	5 responden puas	9 responden puas
Kepercayaan terhadap usaha	4 responden	10 responden
Kemungkinan merekomendasikan	3 responden	9 responden

Berdasarkan Tabel 5, sebagian besar pengguna menyatakan bahwa tampilan yang sederhana, kecepatan akses, dan kejelasan informasi kontak menjadi faktor utama kenyamanan dalam menggunakan website gurahmesinpro.my.id. Aspek-aspek tersebut memudahkan pengguna dalam memahami layanan dan menyelesaikan proses pemesanan tanpa hambatan berarti. Tingginya tingkat kepuasan pengguna juga tercermin dari meningkatnya kepercayaan terhadap usaha yang ditampilkan melalui website. Kondisi ini mendorong kecenderungan pengguna untuk merekomendasikan layanan gurah mesin kepada pihak lain.

Hasil Pengujian SUS

Uji ini dilakukan untuk mengevaluasi tingkat *usability* website layanan gurah mesin berdasarkan persepsi pengguna. Pengukuran difokuskan pada perhitungan skor *System Usability Scale* (SUS) sebagai indikator standar dalam menilai kemudahan penggunaan dan kenyamanan interaksi pengguna. Skor SUS digunakan untuk mengelompokkan kualitas *usability* website ke dalam kategori tertentu, seperti *poor* dan *excellent*. Hasil pengujian tersebut disajikan secara ringkas pada Tabel 6, yang memperlihatkan perbandingan skor SUS dan kategori *usability* antara website gurahmesin.pro dan gurahmesinpro.my.id

Tabel 6. Hasil Pengujian SUS

Website	Skor SUS	Kategori
gurahmesin.pro	47	Poor
gurahmesinpro.my.id	87	Excellent

Berdasarkan Tabel 6, hasil pengujian *System Usability Scale* (SUS) menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kedua website yang diuji. Website gurahmesinpro.my.id memperoleh skor SUS sebesar 87 yang termasuk dalam kategori *Excellent*, menunjukkan

tingkat usability yang sangat baik. Sebaliknya, website *gurahmesin.pro* hanya memperoleh skor SUS sebesar 47 yang berada pada kategori *Poor*. Perbedaan ini menegaskan bahwa *gurahmesinpro.my.id* memberikan pengalaman penggunaan yang jauh lebih nyaman dan mudah dipahami dibandingkan *gurahmesin.pro*.

Analisis UX Heuristic

Untuk menilai sejauh mana kualitas antarmuka dan alur interaksi mendukung kebutuhan pengguna, dilakukan analisis UX heuristik pada website layanan *gurah mesin*. Pengukuran difokuskan pada aspek navigasi, kecepatan akses, tampilan antarmuka, keberadaan *call-to-action* (CTA), responsivitas mobile, serta bentuk interaksi pengguna. Analisis ini bertujuan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan masing-masing website dalam mendukung kemudahan dan efektivitas proses pemesanan layanan. Hasil pengujian tersebut disajikan secara ringkas pada Tabel 7, yang memperlihatkan perbandingan kualitas UX antara website *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*.

Tabel 7. Analisis UX Heuristic

Kriteria	<i>gurahmesin.pro</i>	<i>gurahmesinpro.my.id</i>
Navigasi	Tidak konsisten	Jelas dan mudah
Kecepatan Akses	Lambat (error server)	Cepat dan stabil
Tampilan	Padat dan kurang kontras	Bersih dan terfokus
CTA	Tidak menonjol	CTA jelas: “Pesan Sekarang”
Respons Mobile	Kurang responsif	Sangat responsif
Interaksi Pengguna	Minim	Terintegrasi dengan WhatsApp

Berdasarkan Tabel 7, responden menyatakan lebih nyaman menggunakan website *gurahmesinpro.my.id* karena tampilan antarmuka yang sederhana dan terstruktur. Selain itu, waktu *loading* yang cepat serta alur pemesanan yang jelas turut meningkatkan kenyamanan interaksi pengguna. Sebaliknya, website *gurahmesin.pro* dinilai memiliki tampilan yang terlalu berat dan kompleks. Kondisi tersebut menyebabkan website sering gagal dimuat, sehingga menurunkan kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan website dengan pendekatan User Experience (UX) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan dan konversi pengguna. Website *gurahmesinpro.my.id* terbukti lebih unggul dibanding *gurahmesin.pro* karena mengutamakan prinsip *simplicity*, *clarity*, dan *direct interaction*, yang memudahkan pengguna dalam menyelesaikan tujuan akses layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pramono dan Sanica (2025) yang menyatakan bahwa desain *user experience* yang baik mampu meningkatkan kepercayaan pengguna dan mendorong keputusan transaksi secara signifikan pada platform e-commerce digital. Hal serupa juga ditegaskan oleh Susanti et al. (2024), bahwa peningkatan *usability* website melalui navigasi yang mudah dipahami dan tampilan yang responsif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pengguna, yang pada akhirnya berdampak pada efektivitas transaksi. Andika dan Renaldi (2023) melalui pendekatan *heuristic evaluation* membuktikan bahwa perbaikan UX berbasis prinsip heuristik Nielsen secara langsung mampu meningkatkan pengalaman pengguna sekaligus berdampak pada peningkatan penjualan pada platform e-commerce.

Lebih lanjut, hasil observasi menunjukkan bahwa kinerja server dan arsitektur navigasi merupakan faktor teknis utama yang memengaruhi pengalaman pengguna, terutama pada website *gurahmesin.pro*, yang sering mengalami gangguan akses dan struktur menu tidak konsisten. Kondisi ini mendukung temuan Hidayat dan Nasution (2024) yang menjelaskan bahwa kecepatan akses dan stabilitas kinerja situs web merupakan faktor kritis dalam pengalaman pengguna, karena performa website yang rendah dapat menurunkan kepuasan pengguna dan berdampak negatif terhadap keberlanjutan interaksi serta keputusan transaksi. Penelitian Lazuardina dan Suyatno (2022) pada aplikasi Shopee menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap prinsip heuristik seperti konsistensi, visibilitas status sistem, dan kontrol pengguna berkontribusi signifikan terhadap penurunan skor usability, yang pada akhirnya memengaruhi kenyamanan dan efektivitas penggunaan aplikasi. Selain itu, ketidaktersediaan CTA eksplisit pada *gurahmesin.pro* terbukti menghambat proses pemesanan layanan. Penelitian Hidayah dan Rahman (2025) menunjukkan bahwa tombol *call-to-action* yang dirancang secara jelas dan mudah dijangkau mampu mendorong respons pengguna secara signifikan, sehingga meningkatkan penyelesaian tugas (*task completion*) dan keputusan pemesanan dalam layanan digital.

Sebaliknya, integrasi tombol CTA WhatsApp, penyajian testimoni pelanggan, dan penyertaan peta lokasi pada *gurahmesinpro.my.id* berhasil meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Hal ini diperkuat oleh Mulyana dan Nugraha (2024), yang menemukan bahwa *social proof* berupa testimoni dan bukti visual secara signifikan memengaruhi persepsi keandalan layanan digital. Khairan et al. (2023) melalui metode WebQual juga menegaskan bahwa kualitas website berdasarkan persepsi pengguna dipengaruhi oleh tiga dimensi utama, yaitu usability, kualitas informasi, dan kualitas layanan, yang secara simultan berkontribusi terhadap kepuasan dan niat penggunaan ulang website. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan teori pengalaman pengguna yang diungkapkan Garrett (2011), bahwa keberhasilan website tidak hanya ditentukan oleh estetika tampilan, tetapi bagaimana struktur informasi, interaksi, dan alur tugas memfasilitasi tujuan pengguna dengan cepat dan efisien.

Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa rancangan website berbasis UX tidak hanya berfungsi memperbaiki tampilan visual, tetapi berdampak langsung terhadap efektivitas bisnis digital, terutama di sektor jasa otomotif lokal seperti *gurah mesin*. Penerapan UX yang baik menjadi strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan konversi pelanggan, kepercayaan pengguna, dan daya saing bisnis di era digital. Hal ini sejalan dengan temuan Muqoddas et al. (2023) yang menunjukkan bahwa hasil studi komparasi usability UI pada aplikasi e-commerce menegaskan bahwa platform dengan tingkat usability lebih tinggi memiliki efektivitas interaksi dan kepuasan pengguna yang lebih baik dibandingkan platform dengan desain UI/UX yang kurang optimal.

Temuan peningkatan pemesanan layanan sebesar 35% pada tiga bulan setelah perbaikan UX di *gurahmesinpro.my.id* menunjukkan bahwa peningkatan kualitas interaksi dan kejelasan alur pemesanan berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dan konversi pelanggan. Hal ini mendukung temuan Mulyana dan Nugraha (2024) bahwa pengalaman pengguna yang dirancang secara optimal mampu meningkatkan kepercayaan pengguna dan mendorong keberhasilan transaksi pada layanan digital UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap dua website layanan *Gurah Mesin*, yaitu *gurahmesin.pro* dan *gurahmesinpro.my.id*, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip

User Experience (UX) berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan, efektivitas, dan keberhasilan pengguna dalam mencari serta memesan layanan secara daring. Website dengan UX yang baik terbukti mampu meningkatkan kemudahan navigasi, kecepatan akses, kejelasan informasi, dan kualitas interaksi pengguna, yang secara langsung berdampak pada tingkat keberhasilan penggunaan layanan.

Hasil pengukuran menunjukkan bahwa gurahmesinpro.my.id memiliki kualitas UX yang jauh lebih unggul dengan skor *System Usability Scale (SUS)* sebesar 87 dalam kategori *excellent*, dibandingkan gurahmesin.pro yang hanya memperoleh skor 47 dalam kategori *poor*. Keunggulan tersebut tercermin pada struktur menu yang jelas, keberadaan *call to action* yang efektif, stabilitas sistem, serta integrasi pemesanan melalui WhatsApp yang menghasilkan tingkat penyelesaian tugas sebesar 90 persen dengan waktu rata-rata 60 detik. Sebaliknya, keterbatasan pada aspek teknis dan desain, seperti gangguan server, navigasi yang kurang konsisten, dan ketiadaan CTA, menyebabkan rendahnya tingkat keberhasilan tugas dan meningkatnya *bounce rate* pada gurahmesin.pro.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa desain website yang sederhana, responsif, cepat diakses, serta didukung unsur kepercayaan seperti informasi usaha dan testimoni pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan layanan e-commerce. Optimalisasi UX tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga berperan strategis dalam meningkatkan konversi dan daya saing UMKM otomotif, khususnya layanan Gurah Mesin di Kabupaten Klaten, dalam menghadapi era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, R., & Renaldi, D. (2023). Heuristic evaluation of UI/UX to enhance experience and sales in e-commerce. *bit-Tech*, 7(2). <https://doi.org/10.32877/bt.v7i2.1730>
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (2nd ed.). New Riders.
- Gusfi, D. A., Widodo, A., Dewi, C. K., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (2024). Pengaruh user experience terhadap customer satisfaction dengan e-service quality sebagai mediator pada Blibli: A conceptual paper. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 2011–2023. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.843>
- Hidayah, N., & Rahman, A. (2025). Pengaruh promosi call to action pada aplikasi Spotify terhadap loyalitas pelanggan dalam perspektif bisnis Islam. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(2). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/1589/1383/4690>
- Hidayat, P. S., & Nasution, M. I. P. (2024). Pengaruh kinerja situs web terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce. *Switch: Jurnal Sains dan Teknologi Informasi*, 2(4), 14–25. <https://doi.org/10.62951/switch.v2i4.82>
- Hutabarat, R. S., & Sudaryana, K. (2023). User-centered design pada user interface (UI) / user experience (UX) prototyping aplikasi e-commerce. *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Sains (JPTIS)*, 2(4). <https://doi.org/10.54066/jptis.v2i4.2781>
- Kangagung, A., & Marchyta, N. K. (2024). Antecedents of online experience on e-commerce platform in Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 32–36. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.32-36>
- Khairan, F., Winarno, W., & Nasri, A. (2023). Shopee e-commerce website quality analysis based on user perception using the Webqual method. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi (JIST)*, 5(11). <https://doi.org/10.59141/jist.v5i11.7049>

- Kurniawan, G., Adnan, F., & Putra, J. A. (2023). Perancangan user interface dan user experience aplikasi e-commerce kain batik pada UMKM Rezi's Batik menggunakan pendekatan design thinking. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTI-IK)*. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2023106733>
- Lazuardina, D., & Suyatno, D. F. (2022). Measurement of user interface (UI) and user experience (UX) on "Shopee" mobile apps using the heuristic evaluation method. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/54717>
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Mulyana, D., & Nugraha, A. (2024). Pengaruh social proof terhadap kepercayaan dan niat pembelian pada platform e-commerce Indonesia. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 145–158. <https://jurnal.apekanologi.id/index.php/komunika/article/view/2319>
- Muqoddas, A., Yogananti, A. F., & Bastian, H. (2023). Usability user interface desain pada aplikasi e-commerce (studi komparasi terhadap pengalaman pengguna Shopee, Lazada, dan Tokopedia). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1). <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i1.3194>
- Nielsen, J. (2020). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. Nielsen Norman Group.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2020). *Value proposition design: How to create products and services customers want* (2nd ed.). Wiley.
- Pramono, P. P., & Sanica, I. G. (2025). User Experience Influence On Purchase Intention In Tokopedia. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 5(2), 2248-2264. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i2.50932>
- Schrepp, M., Thomaschewski, J., & Hinderks, A. (2022). Construction of a benchmark for the user experience questionnaire (UEQ). *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 7(1), 16–23. <https://serwiss.bib.hs-hannover.de/frontdoor/index/index/docId/3397>
- Suadamara, R. (2023). Opportunity and challenges in UX design for e-commerce website. *Engineering, Mathematics and Computer Science Journal (EMACS)*, 6(2). <https://doi.org/10.21512/emacsjournal.v6i2.11555>
- Susanti, E., Rasyid, A., & Nurjanah. (2024). Analisis usability terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung website. *Jurnal Gema Pustakawan*, 9(1), 26–37. <https://doi.org/10.31258/jgp.9.1.26-37>
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2021). Customer satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case. *Service Science*, 13(1), 1–15. <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/serv.2016.0159>