

# UX RESEARCH

WE DON'T HAVE ENOUGH MONEY

THERE ISN'T ENOUGH TIME

USERS DON'T KNOW WHAT THEY WANT

WE'LL DO IT NEXT TIME



# Daftar Isi

**About Me**

**Tentang Lazada Indonesia**

**Research Goal(s), Metrics Kesuksesan dan  
Methods**

**My Process Journey**

**Mengelompokkan Masalah**

**User Persona**

**Customer Journey Map**

**Mengubah Experience User**

**Conclusion**

# About me

Haloo Nama saya Irma Nurjannah, seorang Fresh Graduate dari Universitas Negeri Jakarta dengan jurusan Sosiologi. Selama perkuliahan saya banyak melakukan research khususnya mengenai Social Problem di desa maupun kota.

Kemudian, saya mencoba melakukan case study untuk UX Research portfolio pertama saya untuk menunjukkan keseriusan dan ketertarikan saya mengenai UX Research.

# Case Study 1:

Lazada Indonesia

# Lazada Indonesia — a UX Research case study of E-commerce

Lazada Indonesia adalah Bagian dari Lazada Group yang beroperasi di Asia Tenggara. Di Play Store sendiri Lazada mendapatkan 100M++ unduhan dengan rating 4.5.

Tujuan adanya aplikasi ini untuk memudahkan masyarakat membeli kebutuhannya mulai dari elektronik, makanan dan minuman, obat, pakaian dll secara online.

Saya beberapa kali menggunakan aplikasi ini dan ingin juga melihat pengalaman orang lain menggunakan aplikasi ini.



# Research Goal(s)

- Mengungkap masalah inti yang dimiliki Lazada Indonesia dengan pengalaman user.
- Menghadirkan solusi untuk meningkatkan pengalaman user agar lebih menyenangkan dalam berbelanja.

# Metrics Kesuksesan

- Kemudahan mengubah pesanan setelah pembayaran
- Peningkatan ekspedisi antar barang
- Peningkatan efisiensi layanan

# Methods

**Quantitative Research : Survei dan Interview**

**Durasi Survey : 1 Minggu**

**Lokasi : Indonesia**

# My Process Journey

Dalam proses mengumpulkan data penelitian, saya melakukan keyword research di Twitter mengenai problem yang akan saya angkat serta mencari tambahan dari review di Play Store. Di penelitian ini saya menggunakan metode penelitian kuantitatif survei, alasannya karena saya ingin mengetahui seberapa puas dengan layanan dari Lazada Indonesia.

Saat mencari keyword research problem di Twitter, nyatanya problem yang sama terjadi juga di Play Store, yaitu untuk membatalkan pesanan dan pengembalian dana tidak bisa dilakukan oleh pembeli dan penjual, filter untuk mencari barang pun banyak yang tidak sesuai dengan barang yang dicari dan juga masalah lainnya.

**Karena sudah tidak ada yang mengisi survei, kemudian data tersebut saya kumpulkan**

**Berikut ini adalah problem yang sering terjadi dari pengguna Lazada Indonesia:**

- **Tidak bisa membatalkan pesanan**
- **CS lazada lama dalam merespon**
- **UI tidak enak dilihat**
- **Filter barang tidak sesuai**
- **Banyak produk yang tidak sesuai aslinya**
- **Deskripsi barang jelek**
- **Packaging pengiriman menggunakan Lazada Express tidak aman**

Ada beberapa alternatif yang dimiliki oleh user jika mereka mengalami kendala dalam berbelanja. Beberapa dari mereka memilih untuk berpindah ke aplikasi lain atau tidak melanjutkan kegiatan pemesanan. Masukkan yang saya dapat dari research ini sangat penting, karena saya dapat mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi. Sebagian besar memiliki permasalahan dalam pemesanan dan banyaknya seller yang menjual produk fake



Lazada, trus kena tipu barang jelek wkwk akhirnya pindah



Mina Cheyo



★ ★ ★ ★ ★ 19/01/2021

The 'searching' experience is terrible. When looking for a specific items and sorted them out according to prices, all different types of items that are not even related to the items I was looking for flooding the entire section. I have to scroll endlessly before finally found the items I was looking for scatter here and there.

Sumber: Twitter dan Playstore (2021)

# Mengelompokkan Masalah

Setelah mendapatkan insight baru mengenai problem lewat survei yang dilakukan. Saya mengelompokkan masing-masing masalah untuk mengetahui problem apa yang paling sulit dan bagian yang perlu di inovasi.

3 Hal yang perlu di improve

Meningkatkan sistem pemesanan

Penambahan page khusus untuk promo dan voucher

Penambahan ekspedisi

3 Hal yang perlu dihilangkan

Menghilangkan seller yang menjual barang/produk fake

Menghilangkan komponen Pop Academy pada page profil user

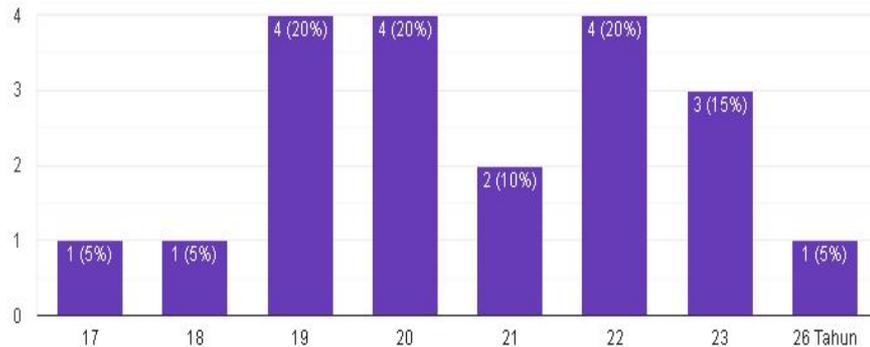
Menghilangkan komponen Koin Saya pada halaman profil user

# User Persona

Step berikutnya saya mengidentifikasi persona, berdasarkan survei yang saya dapatkan dari 20 orang, sebagian besar berumur 19-23 tahun dan berprofesi sebagai Mahasiswa/Pelajar

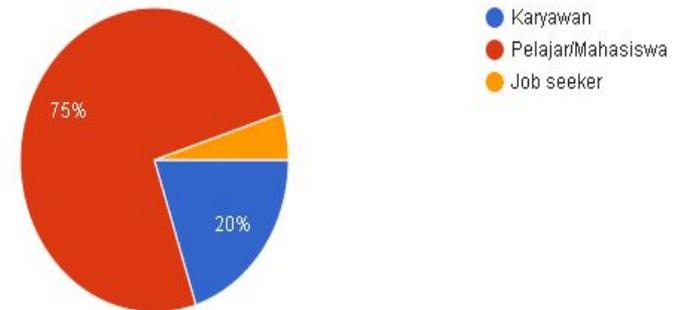
Umur

20 tanggapan



Pekerjaan

20 tanggapan





## ASPIRATIONS

"SUKA BARANG ORIGINAL HARGA TERJANGKAU"

### Goals & Needs

- Mendapatkan barang yang terjangkau dan unik
- Harus produk original
- Tidak sulit membatalkan pembayaran
- Banyak pilihan ekspedisi

### Frustrations & Pain Points

- Sulit membatalkan pesanan saat sudah pembayaran
- Lazada Indonesia banyak seller yang jual produk fake jadi bingung dan harus hati-hati
- Deskripsi barang banyak yang aneh

### Frequently purchased items in Lazada Indonesia



Rizky Ananda - 19 Tahun  
Mahasiswa Teknik Elektro - Bogor, Indonesia

Sebelum	Browse	Browse	Add to Cart	Elimination Order	Payment
Memutuskan membeli di aplikasi Lazada	Browsing di Home Page	Browsing produk di search button	Memasukkan produk ke troli dengan barang yang sama dari berbagai seller yang berbeda	Melakukan eliminasi produk di troli	Memilih metode pembayaran
<b>Thoughts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Banyak e-commerce bermuncula, namun saya suka lazada karena bisa COD</li> <li>-Barang yang saya inginkan ada di Lazada</li> </ul>	<b>Thoughts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Apa ada voucher gratis ongkir?</li> <li>Apa ada voucher cashback?</li> <li>Gimana caranya biar dapetin voucher gratis ongkir?</li> </ul>	<b>Thoughts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari seller dengan review dan bintang yang banyak</li> <li>Mencari produk dengan deskripsi/ informasi produk yang jelas</li> </ul>	<b>Thoughts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Memilih barang dari seller Lazmall</li> <li>Masukkan barang ke troli</li> <li>Scroll lagi</li> </ul>	<b>Thoughts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan pertimbangan dengan melihat lokasi dan harga dari masing-masing toko</li> <li>Mengeliminasi produk yang harganya lebih mahal dan lokasi yang jauh dari rumah</li> </ul>	<b>Thoughts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan checkout barang</li> <li>Memilih metode pembayaran</li> <li>Memilih pembayaran via COD</li> </ul>
<b>Pain Points</b> Filter barang di Lazada kurang berfungsi dengan baik	<b>Pain Points</b> Nyatanya untuk dapetin voucher gratis ongkir harus main game Lucky Egg dulu dan itu pun untung-untungan	<b>Pain Points</b> Banyak sekali seller yang deskripsi/informasi produknya kurang jelas jadi bingung dan bikin capek scrollnya	<b>Pain Points</b> Perlu banyak waktu itu scroll barang karena banyak produk yang tidak sesuai dengan aslinya	<b>Pain Points</b> Hanya ada satu ekspedisi saja di Lazada jadi tidak bisa memilih layanan yang paling cepat	<b>Pain Points</b> Jika sudah mengklik pembayaran tidak bisa di cancel jadi tidak bisa mengubah pesanan



Opportunities	Opportunities	Opportunities	Opportunities	Opportunities	Opportunities
Sistem pada button filter perlu diperbaiki	Perlu adanya page khusus untuk mengetahui promo-promo yang ada	Perlu adanya regulasi dalam seller menulis informasi/deskripsi pada produknya seperti sistem pendeteksi kalimat	Lazada perlu membuat regulasi juga mengenai seller yang menjual barang fake	Seperti kompetitor lainnya, seperti lazada perlu menjalin kerja sama dengan ekspedisi lain untuk meningkatkan loyalitas user	Tidak hanya buyer yang tidak bisa membatalkan pesanan, namun seller juga tidak bisa menyetujui pembatalan. Lazada perlu mengubah sistem ini agar mengubah pesanan lebih mudah

# Mengubah Experience User

## Idea for Improvement

- ❑ Langkah pertama untuk meningkatkan experience user adalah meningkatkan kemudahan dalam mengubah pesanan setelah memilih metode payment. Berdasarkan hasil survei 70% user di Lazada mengalami kesulitan untuk mengubah pesanan saat sudah memilih metode payment, hal ini membuat para user merasa panik dan harus berhati-hati sekali dalam melakukan pemesanan. Cara yang tepat untuk mengatasi hal tersebut adalah menyediakan sistem pembatalan pesanan, namun hal tersebut harus disetujui oleh seller bukan dari sistem Lazada itu sendiri. Dengan hal ini, seller pun tidak merasa dirugikan dan buyer pun bisa melakukan negosiasi langsung ke seller lewat layanan chat yang tersedia di Lazada

- ❑ Hal kedua yang ingin saya tingkatkan adalah perlunya page khusus untuk promo dan juga voucher. Menurut saya ini akan sangat efektif untuk memudahkan user dalam mencari promo yang ada, karena menurut beberapa pengalaman yang saya dapatkan dari hasil survei, mendapatkan promo atau voucher tertentu harus memainkan game Lucky Egg dan hal tersebut tidak selamanya beruntung.
- ❑ Hal ketiga yang ingin saya tingkatkan adalah penyediaan beberapa jasa ekspedisi. Di beberapa daerah tertentu tidak bisa dijangkau hanya dengan satu pelayanan ekspedisi saja dan lazada hanya memiliki satu ekspedisinya sendiri, dengan penambahan ekspedisi ini bisa meningkatkan loyalitas user dalam membeli.

# Idea for Remove

- ❑ Hal yang pertama perlu dihilangkan adalah menghilangkan seller yang menjual barang fake, banyak sekali seller di Lazada yang menjual barang tidak sesuai dengan aslinya. Hal ini merugikan pembeli dan juga merusak citra Lazada sendiri, perlunya regulasi yang ketat untuk pengecekan penjual.
- ❑ Hal kedua yang perlu dihilangkan adalah komponen “Pop Academy” di page profil user, komponen ini sama saja seperti komponen “Feed” yang ada di home page Lazada dan hanya membuat penuh komponen lazada itu sendiri.
- ❑ Terakhir, sama seperti komponen “Pop Academy”, komponen LazKoin di page profil user sama saja seperti komponen di “Koin dan Voucher” pada home page dan hanya membuat penuh komponen lazada itu sendiri.

# Conclusion

Saat ini banyak sekali e-commerce yang bermunculan di Indonesia, dan Lazada adalah salah satu e-commerce terbesar di Indonesia dan sudah lama berdiri. Lazada dikenal dengan UI yang rumit dan juga iklannya yang tersebar di mana-mana. Ide-ide yang saya jelaskan diatas untuk mempertahankan loyalitas dan experience user agar tetap menggunakan Lazada Indonesia. Zaman sekarang ini begitu banyak inovasi dan teknologi yang terjadi dan saya harap Lazada bisa melakukan peningkatan tersebut.

Reference:

NJ Transit: UX Research Case Study oleh Keon Jukes <https://keonjukes.medium.com/nj-transit-ux-research-case-study-fa8554fbcfe9>

Customer Journey Map Uniqlo

<https://leowhouteng.com/portfolio/uniqlo-self-checkout-mobile-app/general-assembly-singapore-uiux-case-study-mobile-self-checkout-app-customer-journey-map-shopping-in-store-leowhouteng/>

# Case Study 2:

PT Visionet Internasional (OVO)

# Daftar Isi

Tentang OVO

Goal(s)

Research Questions

Methodology

Participants User

Mengelompokkan Masalah

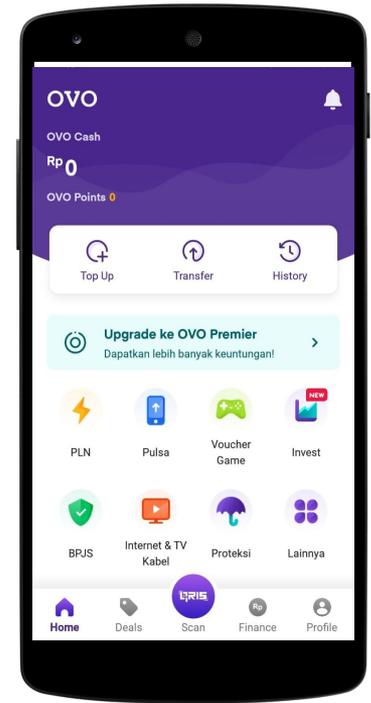
Mengubah Experience User

Conclusion

# OVO — a UX Research case study of FinTech

OVO adalah layanan keuangan digital yang merupakan salah satu unicorn terbesar di Indonesia. Aplikasi ovo sudah di download sebanyak 10 juta kali dan menempati ranking 2 untuk aplikasi free in finance di playstore.

OVO juga bekerja sama dengan Grab dan Tokopedia sebagai salah satu alat pembayaran mereka. Namun, apakah seluruh user dari Grab dan Tokopedia menggunakan fitur dari ovo? Jika tidak apa alasan mereka?



Research ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan tersebut

## Goal(s)

- Mengetahui dan mengidentifikasi alasan/masalah user dari Grab/Tokopedia yang tidak menggunakan fitur OVO
- Sebagai sarana improve oleh OVO

## Research Questions

- Bagaimana experience user saat payment tanpa menggunakan fitur OVO
- Apa saja alasan user belum menggunakan fitur OVO

## Methodology

Metodologi yang digunakan adalah in depth interview online dengan 4 partisipan dan durasi interview masing-masing 60 menit. Kriteria partisipan adalah user dari Grab atau Tokopedia lebih dari satu tahun dan tidak memakai fitur atau aplikasi OVO sebelumnya dan memiliki umur 17 - 40 Tahun

# Partisipan

## Partisipan 1



Umur: 26 Tahun  
Pekerjaan: Karyawan Swasta  
User: Grab >3 Tahun

### Experience Payment Needs

- Setiap hari menggunakan Grab untuk berangkat kerja
- Menyiapkan uang pas dulu sebelum berangkat
- Payment selalu menggunakan cash

### Pain Points

- Pernah ingin top up ovo di driver tapi driver tidak mengerti cara top up ovo

### Alasan belum menggunakan OVO:

- Registrasinya ribet
- Lebih suka cash karena terpercaya
- Malas untuk topup karena tidak punya m-banking dan minimarket jauh dari rumah

## Partisipan 2



Umur : 35 Tahun  
Pekerjaan: Marketing  
User: Grab >1 Tahun

### Experience Payment Needs

- Menggunakan Grab hanya untuk jalan-jalan

### Pain Points

- Jika jalan-jalan bersama orang lain harus patungan jadi ribet mengumpulkan uangnya

### Alasan belum menggunakan OVO:

- Karena kerja menggunakan transportasi umum hanya perlu e-money dan m-banking saja

## Partisipan 3



Umur: 17 Tahun  
Pekerjaan: SMA  
User: Grab >2 Tahun

### Experience Payment Needs

- Setiap hari menggunakan Grab untuk pulang sekolah
- Payment selalu menggunakan cash

### Pain Points

- Terkadang tidak menyiapkan uang pas saat terburu-buru, jadi uangnya diberikan semua ke driver

### Alasan belum menggunakan OVO:

- Alur registrasinya sangat panjang
- Memiliki pengalaman buruk saat install aplikasi ovo

## Partisipan 4



Umur: 24 Tahun  
Pekerjaan: Karyawan Swasta  
User: Tokopedia >2 Tahun

### Experience Payment Needs

- Belanja kebutuhan mingguan/bulanan
- Lebih suka pembayaran COD

### Pain Points

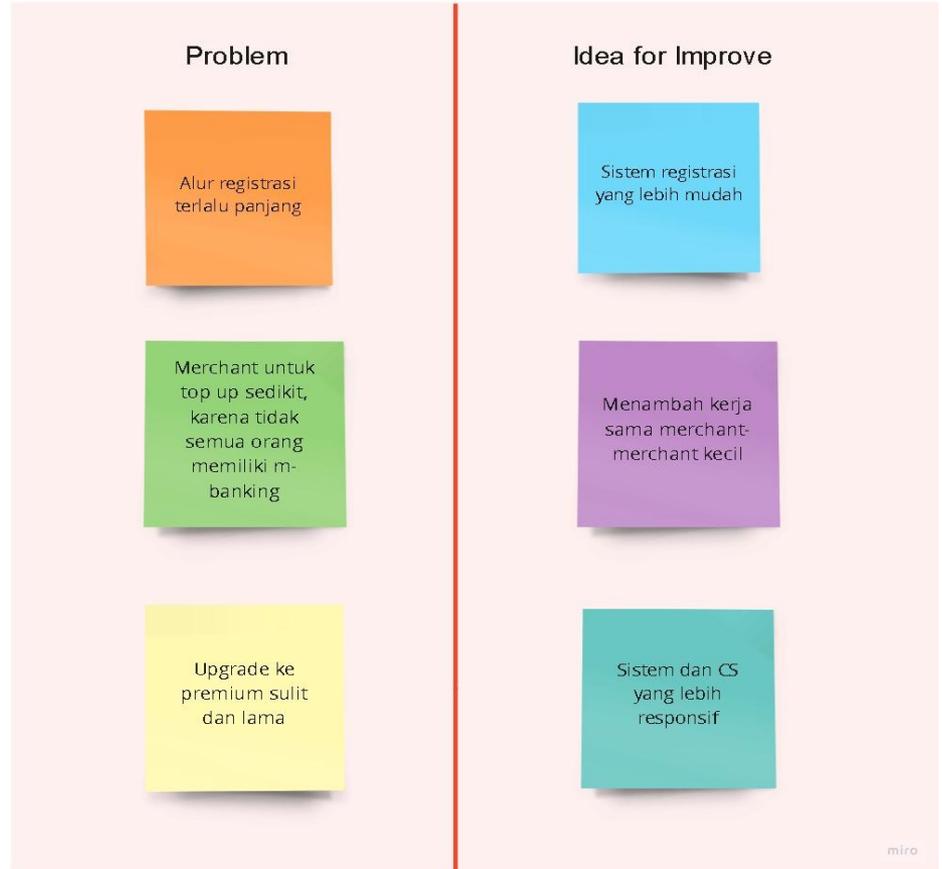
- Beberapa kebutuhan ongkirnya mahal dan tidak ada cashback

### Alasan belum menggunakan OVO:

- Saat upgrade premium disetujuinya sangat lama akhirnya memutuskan tidak pakai aplikasi OVO

# Mengelompokkan Masalah

Setelah melakukan in depth interview, saya mengelompokkan masalah yang paling *high concern* dan perlu di improve



# Mengubah Experience User

## Idea for Improve

# Langkah pertama untuk mengubah experience user adalah memudahkan alur registrasi atau pendaftaran. Dalam wawancara tersebut partisipan merasa alur registrasi terasa begitu sulit untuk mendaftarkan data diri mereka di aplikasi OVO dan akhirnya memilih untuk tidak melanjutkan registrasi dan memilih menggunakan payment cash.

**# Langkah kedua adalah menjalin kerja sama dengan merchant-merchant kecil. Partisipan memiliki masalah di bagian top up karena beberapa dari mereka tidak memiliki m-banking dan juga merchant seperti indomaret dll jauh dari rumah.**

**# Langkah ketiga adalah sistem upgrade ke premium perlu lebih cepat disetujuinya karena beberapa partisipan tidak melanjutkan menggunakan aplikasi OVO di hp mereka karena persetujuan untuk upgrade ke premium dirasa cukup sulit dan lama sekitar satu bulan, ditambah CS OVO tidak cukup responsif.**

# Conclusion

Nyatanya sederhana tampilan UI dari sebuah aplikasi, masih banyak orang yang belum mengerti menggunakannya salah satunya dari OVO. Problem dan ide-ide diatas semoga dapat menjadi rujukkan atau saran yang dapat ditingkatkan oleh OVO untuk menarik user baru.

# KONTAK

+6289637535743

irmanurjannah70@gmail.com

[www.linkedin.com/in/irma-nurjannah-71127b18a/](https://www.linkedin.com/in/irma-nurjannah-71127b18a/)

<https://irmanurjannah.journoportfolio.com/>