

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aset properti merupakan sebuah kebutuhan bagi manusia, baik sebagai bentuk investasi maupun sebagai kebutuhan dasar (Ernayani *et al.*, 2021, h.260). Berkaitan dengan hal tersebut, konsultan properti Jones Lang LaSalle (JLL) menyatakan bahwa permintaan pasar dalam rumah tapak pada kuartal empat di tahun 2023 memiliki potensi positif untuk berkembang, terutama di area Tangerang (Adhitiawarman, 2024). Pernyataan ini didukung oleh Marissa Jaya, *Head of Research* Rumah123 yang juga mengemukakan bahwa permintaan rumah paling tinggi tercatat pada wilayah Tangerang, yang mencakup sekitar 15% dari total permintaan *listing* di 20 wilayah (Rumah123, 2024). Hal ini dikarenakan daerah Tangerang memiliki potensi perkembangan yang besar, sekaligus memiliki tingkat aksesibilitas yang tinggi terhadap berbagai macam fasilitas umum dan komersial (Adhitiawarman, 2024).

Di samping itu, Tambunan dan Trivina (2025) menyatakan bahwa strategi *digital marketing* melalui pemanfaatan *website* sebagai media informasi dapat meningkatkan penjualan rumah (h.4065). Menurut Setoyadi, Wirapraja, & Prakoso (2023), sebuah *website* dapat memperluas jangkauan pasar suatu agensi properti, sekaligus meningkatkan efisiensi transaksi jual beli aset properti (h.675). Dapat disimpulkan bahwa pemasaran properti memerlukan *website* untuk memperluas jangkauan pelanggan dan sebagai media untuk efisiensi transaksi jual beli, yang perlu didukung dengan visual yang menarik.

Great Harvest Property (GHP) merupakan sebuah agensi properti yang berdiri pada tanggal 9 September 2013, di Gading Serpong, Tangerang (Great Harvest Property, 2013). Berdirinya agensi ini dilatarbelakangi dengan tingginya peminat dalam pasar properti di area Gading Serpong, Tangerang (Great Harvest Property, 2013). Agensi ini memiliki visi untuk selalu menanamkan norma agama

dan etika bisnis dalam menjalankan bisnis agensi properti ini (Great Harvest Property, 2013).

GHP sebagai sebuah agensi properti, memiliki *website* sebagai media informasi yang digunakan agen untuk presentasi kepada konsumen. Namun, Susianty, salah satu agen GHP, mengungkapkan adanya kesulitan membaca teks di dalam *website* melalui wawancara pada tanggal 8 Oktober 2025. Hal ini selaras dengan hasil kuesioner *preliminary* yang mengacu pada UEQ; yang disebarikan pada tanggal 3-8 Juni 2025 kepada agen GHP, dimana sebanyak 53.3% dari 15 responden menjawab masih bingung dengan tampilan. 46.7% dari 15 responden tersebut menjawab masih bingung dengan navigasi di dalam *website* terkait. Terakhir, 10 dari 15 responden merasa bahwa tampilan *website* Great Harvest Property tidak atraktif. Oleh karena kendala tersebut, agen kesulitan *update* informasi dalam *website*.

Jika hal tersebut tidak ditindaklanjuti, maka *website* tersebut akan menjadi tidak relevan baik bagi agen GHP maupun calon pembeli. Menurut Kumari dan Jacob (2025), sebuah *website* agensi properti merupakan solusi bagi penjual dan pembeli dalam hal mencari aset properti dan proses manajemen aset properti, yang bisa meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam transaksi (h.5). Selain itu, menurut Costa (2022), *UI/UX* yang baik dalam sebuah *website* properti mampu memberikan navigasi yang intuitif, menu yang jelas, dan sistem pencarian properti yang efisien yang didesain dengan fokus kepada pengguna. Namun, berdasarkan hasil kuesioner *preliminary*, masih ditemukan terdapat kebingungan terkait dengan navigasi dalam *website*. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa penting bagi *website* Great Harvest Property untuk memiliki *UI/UX* yang intuitif.

Oleh sebab itu, dibutuhkan usaha untuk merancang ulang desain *UI/UX* *website* GHP kepada agen Great Harvest Property yang termasuk lansia awal. Hal ini dikarenakan agen merupakan *user* utama dari *website* tersebut, terutama terkait dengan hal mengorganisir data properti (Aridiansyah & Phang, 2025, h.398). Menurut Setyawan dan Utami (2023), redesain sebuah halaman *website* melibatkan perubahan dalam tata letak, konten yang *update*, elemen interaktif, dan

meningkatkan navigasi untuk meningkatkan pengalaman user (h.87). Rajawat dan Digaswala (2025) menambahkan bahwa desain *UI/UX* dapat meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengguna (h.4855). Dengan kata lain, perancangan ulang *UI/UX website* dapat meningkatkan *user experience*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, masalah yang ditemukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Permintaan pasar yang tinggi terhadap aset properti di Tangerang perlu didukung dengan media informasi yang lengkap dan terbaru. Namun *website* GHP belum mampu memenuhi kedua hal tersebut.
2. Dalam *website* GHP sebagai sebuah media informasi, terdapat beberapa masalah terkait dengan kesulitan membaca teks, kebingungan terkait dengan tampilan dan navigasi halaman *website*.

Berdasarkan rangkuman masalah tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan ulang *UI/UX website* agensi properti Great Harvest Property untuk Agen?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada pengguna utama *website* yaitu agen GHP yang berusia 46-55 tahun, SES A dan B, serta berdomisili di Jabodetabek. Sebab berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan pada tanggal 3-8 Juni 2025, ditemukan bahwa mayoritas dari responden berumur 46-55 tahun. Perancangan ini akan menggunakan metode *design thinking*. Ruang lingkup perancangan ini akan dibatasi pada perancangan desain *UI website* agensi GHP sehingga mampu meningkatkan *user experience*, yang mencakup halaman fitur jual-sewa properti, daftar agen, dan artikel.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, tujuan tugas akhir ini adalah untuk membuat perancangan ulang *UI/UX website* agensi properti Great Harvest Property untuk Agen.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari tugas akhir ini dapat dibagi menjadi 2 bagian, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Setiap dari bagian ini memiliki tujuan pengertian, yaitu:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait dengan membahas materi perancangan *UI/UX website*, terutama *website* mengenai agensi properti. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam literatur mengenai perancangan *UI/UX website* dan agensi properti, terutama Great Harvest Property.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam pencarian informasi mengenai Great Harvest Property, dengan menampilkan informasi aset properti yang diperjualbelikan pada area Tangerang. Diharapkan hal ini juga dapat meningkatkan *user experience* ketika mengakses *website* Great Harvest Property. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sumber bacaan dan referensi untuk para mahasiswa yang ingin melakukan perancangan *website* dan/atau ingin mengetahui lebih dalam mengenai Great Harvest Property.