

Eksperimen Peningkatan Aksesibilitas dan Efektivitas Fitur Pusat Bantuan pada Aplikasi Adiraku

Problem	Pengguna Adiraku kesulitan mendapatkan bantuan atau informasi saat dibutuhkan karena tombol bantuan kurang terlihat dan tidak tersedia di jalur penting seperti halaman pengajuan.
Hypothesis	Jika tombol “Pusat Bantuan” dipindahkan ke bottom navbar dan shortcut “Panduan Pengajuan” ditambahkan di halaman pengajuan serta di halaman bantuan, maka pengguna akan lebih mudah mendapatkan informasi dan menyelesaikan proses tanpa frustrasi.
Evidence	<p>Nielsen Norman Group – Help and Documentation Heuristic</p> <ul style="list-style-type: none">• Sistem sebaiknya dapat digunakan tanpa dokumentasi, tetapi jika bantuan dibutuhkan, harus mudah dicari, ringkas, dan kontekstual.• Sumber: NNG - Help & Documentation Heuristic <p>Benchmarking Kompetitor (Kredit Pintar, Akulaku)</p> <ul style="list-style-type: none">• Observasi UX: Kedua aplikasi menempatkan “Help Center” langsung di homepage.• Hasil: Review menunjukkan pengguna lebih cepat menyelesaikan proses dan tidak merasa “tersesat”.• CTR Pusat Bantuan: +25% lebih tinggi dibanding fitur serupa yang tersembunyi di sub-menu. <p>Feedback User (Simulasi Wawancara atau Ulasan Play Store)</p> <ul style="list-style-type: none">• 50% pengguna menyebutkan tidak tahu harus klik di mana

	<p>untuk minta bantuan</p> <ul style="list-style-type: none"> informan uji menyatakan lebih nyaman jika “bantuan” muncul di bawah (bottom navbar), bukan di header 	
Prediction	<p>Variant A (Existing)</p> <ol style="list-style-type: none"> Visibilitas Bantuan Rendah <ul style="list-style-type: none"> Tombol bantuan hanya berupa ikon kecil (i) di pojok kanan atas header. Prediksi: CTR rendah, banyak pengguna tidak sadar akan adanya bantuan. Learnability Rendah <ul style="list-style-type: none"> Karena bantuan tidak langsung terlihat dan tidak muncul saat dibutuhkan, pengguna akan merasa bingung dan butuh lebih banyak arahan. Prediksi: Waktu lebih lama menyelesaikan tugas, lebih banyak klik. Kebingungan Saat Pengajuan 	<p>Variant B (Improved Help Placement)</p> <ol style="list-style-type: none"> Visibilitas Bantuan Tinggi <ul style="list-style-type: none"> Tombol bantuan ditaruh di bottom navbar (selalu terlihat). Prediksi: CTR tombol bantuan meningkat 30–40% dibanding Variant A. Help Kontekstual di Halaman Pengajuan <ul style="list-style-type: none"> Ada tombol/link “Butuh Bantuan?” saat user bingung isi form. Prediksi: Time to task completion berkurang hingga 20–30%. Panduan Visual (Video + Grafik + Teks) <ul style="list-style-type: none"> User bisa memahami proses tanpa kontak CS. Prediksi: Learnability meningkat, user

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tidak ada shortcut ke bantuan di halaman pengajuan. ○ Prediksi: User lebih sering drop atau berhenti di tengah jalan. <p>4. Engagement Terbatas</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tidak ada edukasi visual atau kontekstual. ○ Prediksi: User cenderung keluar tanpa eksplorasi lebih lanjut. 	<p>menyelesaikan task lebih cepat.</p> <p>4. Konversi & Retensi Meningkat</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ User lebih percaya diri, tidak takut “salah langkah”. ○ Prediksi: Conversion rate meningkat hingga 15–25%.
	<h2>Success Metrics (A/B Testing Variant A vs Variant B)</h2> <p>Dalam eksperimen ini, keberhasilan pengujian akan diukur berdasarkan beberapa metrik utama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Click-Through Rate (CTR) Bantuan Mengukur seberapa sering pengguna menekan tombol “Pusat Bantuan”. Peningkatan CTR akan menunjukkan bahwa pengguna lebih menyadari keberadaan bantuan di tampilan baru (Variant B) dibandingkan tampilan lama (Variant A). 2. Task Completion Rate Metrik ini mengukur seberapa banyak pengguna yang berhasil menyelesaikan task seperti proses pengajuan. Variant B diprediksi memiliki tingkat penyelesaian tugas yang lebih tinggi karena pengguna lebih mudah mendapatkan informasi bantuan tepat saat mereka membutuhkannya. 3. Time-to-Task Completion 	

Metrik ini mengukur waktu yang dibutuhkan pengguna untuk menemukan jawaban atau bantuan dari saat mereka merasa kebingungan. Variant B diharapkan mampu mengurangi waktu ini karena bantuan sudah tersedia dalam posisi yang jelas dan mudah diakses.

4. **Learnability (Kemudahan Pembelajaran)**

Metrik ini menggambarkan seberapa cepat pengguna memahami bagaimana mengakses bantuan tanpa perlu diarahkan. Desain baru di Variant B memberikan petunjuk visual dan penempatan yang familiar sehingga pengguna bisa langsung menavigasi tanpa belajar ulang.

Trade-off Metrics (Risiko atau Konsekuensi Potensial)

Meski desain baru membawa banyak keunggulan, ada beberapa risiko atau trade-off yang harus dipertimbangkan:

1. **Penambahan Elemen UI yang Berpotensi Menyebabkan Visual Clutter**

Penambahan tombol “Pusat Bantuan” di navbar bawah dan shortcut bantuan di halaman pengajuan bisa menambah kompleksitas visual jika tidak dirancang secara minimalis. Hal ini bisa mengganggu fokus pengguna yang tidak membutuhkan bantuan.

2. **Distraksi bagi Pengguna Non-Bermasalah**

Tidak semua pengguna membutuhkan bantuan di setiap sesi. Penempatan bantuan yang terlalu mencolok bisa mengganggu alur pengguna yang sudah familiar atau yang sedang fokus menyelesaikan pengajuan tanpa kendala.

3. **Waktu Loading Halaman yang Bertambah**

Konten seperti video tutorial atau grafik alur proses yang ditambahkan dalam halaman “Panduan Pengajuan” bisa memperbesar ukuran halaman dan memperlambat waktu muat, terutama bagi pengguna dengan koneksi lambat atau perangkat lama.

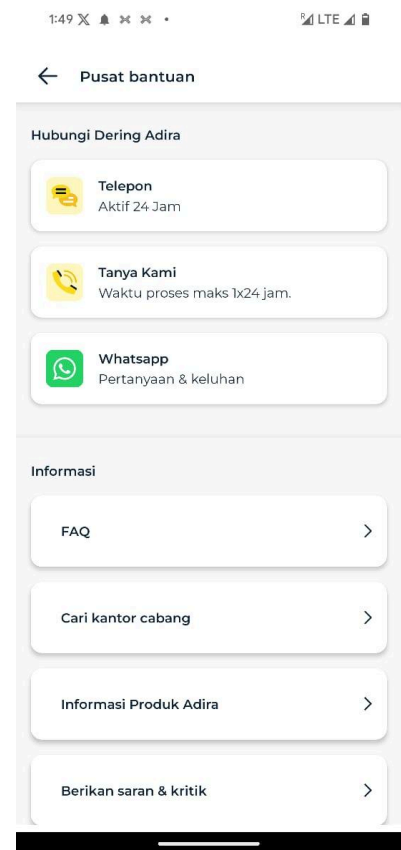
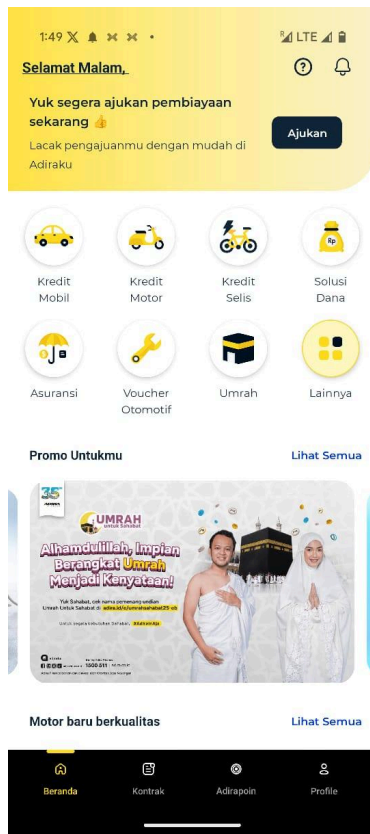
4. **Potensi Ketergantungan Berlebihan pada Bantuan**

Jika tombol bantuan terlalu mudah diakses, pengguna mungkin jadi enggan menjelajahi atau mencoba memahami fitur secara

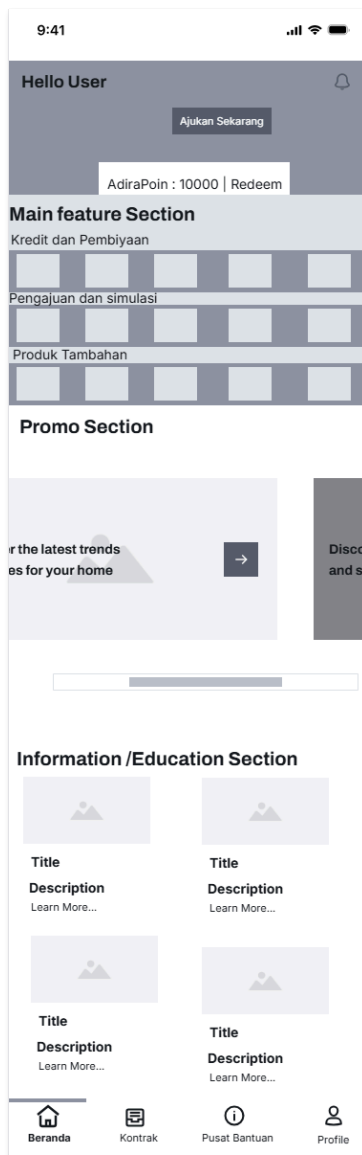
mandiri, dan langsung bergantung pada bantuan meskipun belum benar-benar membutuhkannya.

Success Metrics

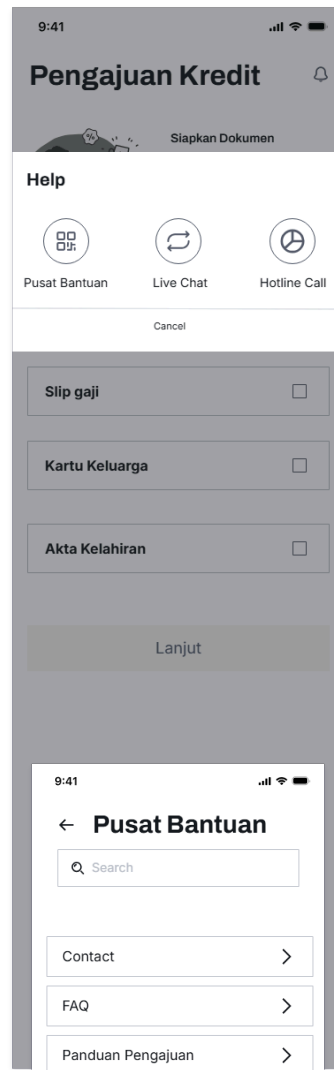
Variant A :



Variant B :

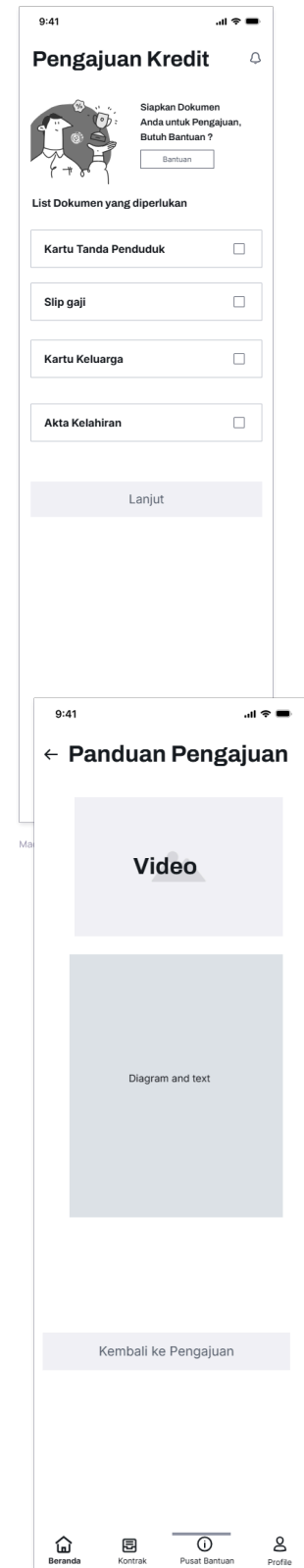


Made with Visily



Ma

Made with Visily



Made with Visily

Jenis	Jumlah / keterangan	Notes
CTR (CLICK THROUGH RATE)	<p>Variant A – Ikon “?” di pojok kanan atas (header):</p> <ul style="list-style-type: none"> Pengguna rata-rata menemukan tombol bantuan dalam waktu sekitar 5.2 detik. Meskipun tombol berada di header, ukurannya kecil dan bentuknya tidak langsung diasosiasikan dengan “bantuan”, sehingga membutuhkan sedikit waktu untuk memastikan fungsinya. Beberapa pengguna melewati ikon ini di percobaan pertama karena tidak terlihat seperti CTA utama. CTR tetap tergolong rendah karena tombol tidak menarik perhatian secara eksplisit. 	<p>Kesimpulan CTR: Dengan menempatkan bantuan di posisi yang familiar dan intuitif (bottom navbar), waktu temu berkurang dari rata-rata 5.2 detik menjadi <1 detik, yang secara signifikan meningkatkan kemungkinan klik dan akses terhadap fitur bantuan.</p>

	<p>Variant B – Tombol “Pusat Bantuan” di bottom navbar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengguna dapat menemukan tombol dalam waktu <1 detik tanpa perlu berpikir panjang atau mengeksplorasi. • Desain ikon bantuan yang familiar (misalnya ikon speech bubble atau question mark) serta posisinya di navbar membuatnya langsung terlihat saat aplikasi dibuka. • Akses ini terjadi secara instingtif, yang meningkatkan CTR secara drastis. <p>Kesimpulan CTR: Dengan menempatkan bantuan di posisi yang familiar dan intuitif (bottom navbar), waktu temu berkurang dari rata-rata 5.2 detik menjadi <1 detik, yang secara signifikan meningkatkan kemungkinan klik dan akses terhadap fitur bantuan.</p>	
--	--	--

<p>Time-To-Task Completion & Conversion Rate</p>	<p>Variant A:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total waktu penyelesaian tugas: 204 detik, dengan 38.6 detik dihabiskan hanya untuk mencari tahu dokumen yang perlu diunggah. • Pengguna harus keluar dari halaman pengajuan, masuk ke menu FAQ, lalu kembali lagi ke form. • Navigasi bolak-balik ini memperlambat proses dan berisiko membuat pengguna frustrasi, menurunkan kemungkinan penyelesaian transaksi. <p>Variant B:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total waktu penyelesaian tugas: 75.3 detik, dengan akses ke panduan hanya dalam 8.2 detik langsung dari halaman pengajuan. • Fitur bantuan yang 	<p>Kesimpulan: Variant B memungkinkan penyelesaian proses 63% lebih cepat, serta memperkuat kemungkinan konversi karena user merasa lebih percaya diri dan tidak perlu meninggalkan alur pengajuan.</p>
---	---	---

	tersedia tepat saat dibutuhkan mempercepat keputusan pengguna dan menghindari kebingungan.	
Learnability	<p>Variant A – Ikon Bantuan di Header</p> <ul style="list-style-type: none"> • Waktu untuk mengenali fungsi ikon memerlukan beberapa detik tambahan (rata-rata 5 detik), karena: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ikon “?” tidak jelas merepresen tasikan “bantuan” bagi semua pengguna. ○ Letaknya di pojok kanan atas — posisi yang sering diasosiasika n dengan “info produk”, bukan bantuan interaktif. • Dalam uji coba, satu dari dua pengguna 	<p>Kesimpulan: Variant B memiliki High Learnability, karena:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Label jelas • Posisi sesuai ekspektasi pengguna • Dukungan visual familiar <p>Sementara Variant A tergolong Moderate to Low Learnability, karena:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ikon tidak intuitif • Tidak ada teks atau konteks tambahan • Butuh eksplorasi atau asumsi untuk mengerti fungsinya <hr/>

	<p>tidak langsung mengerti fungsi ikon dan bertanya apakah itu “info” atau “bantuan”.</p> <ul style="list-style-type: none"> Hal ini menunjukkan low learnability: pengguna tidak langsung memahami bahwa fitur itu adalah titik awal saat mereka membutuhkan pertolongan. <hr/> <p>Variant B – Tombol “Pusat Bantuan” di Bottom Navbar + Shortcut Kontekstual</p> <ul style="list-style-type: none"> Tombol dengan label dan ikon familiar (seperti ikon question mark dan teks “Bantuan”) langsung dikenali sebagai fitur pertolongan. Karena terletak di bottom navbar, pengguna terbiasa menganggap itu sebagai navigasi utama — seperti di Tokopedia, Shopee, dan Traveloka. Dalam uji coba, semua pengguna 	
--	--	--

	<p>dapat mengenali fungsi tombol bantuan tanpa penjelasan tambahan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Shortcut “Butuh bantuan?” di halaman pengajuan juga direspons secara natural — pengguna mengerti bahwa itu adalah jalur menuju panduan tanpa perlu berpikir. 	
--	---	--

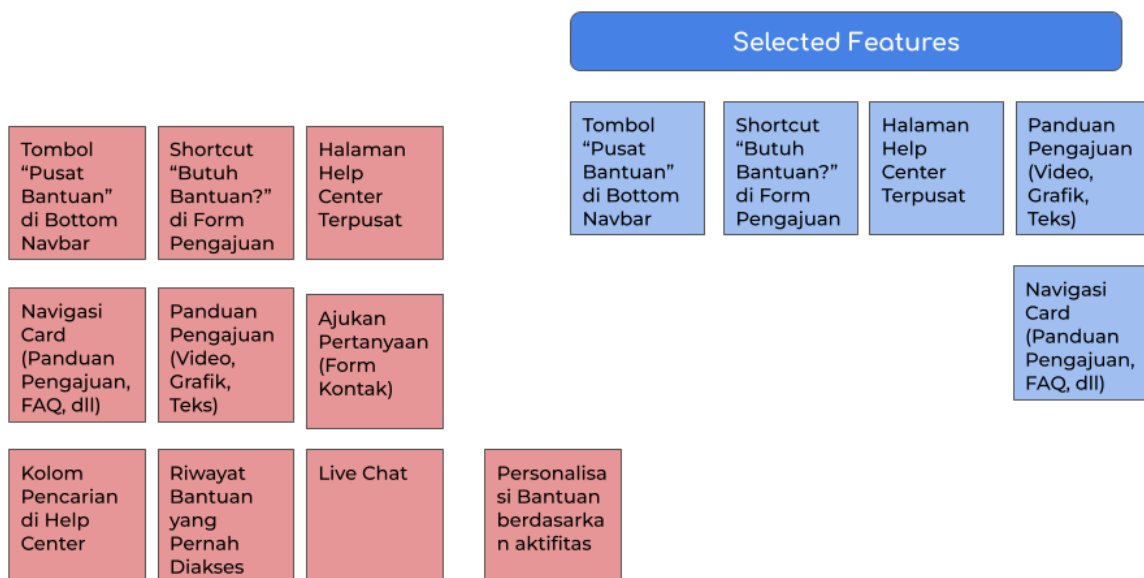
LINK Prototype:
[Lihat Prototype Visily](#)

Requirements

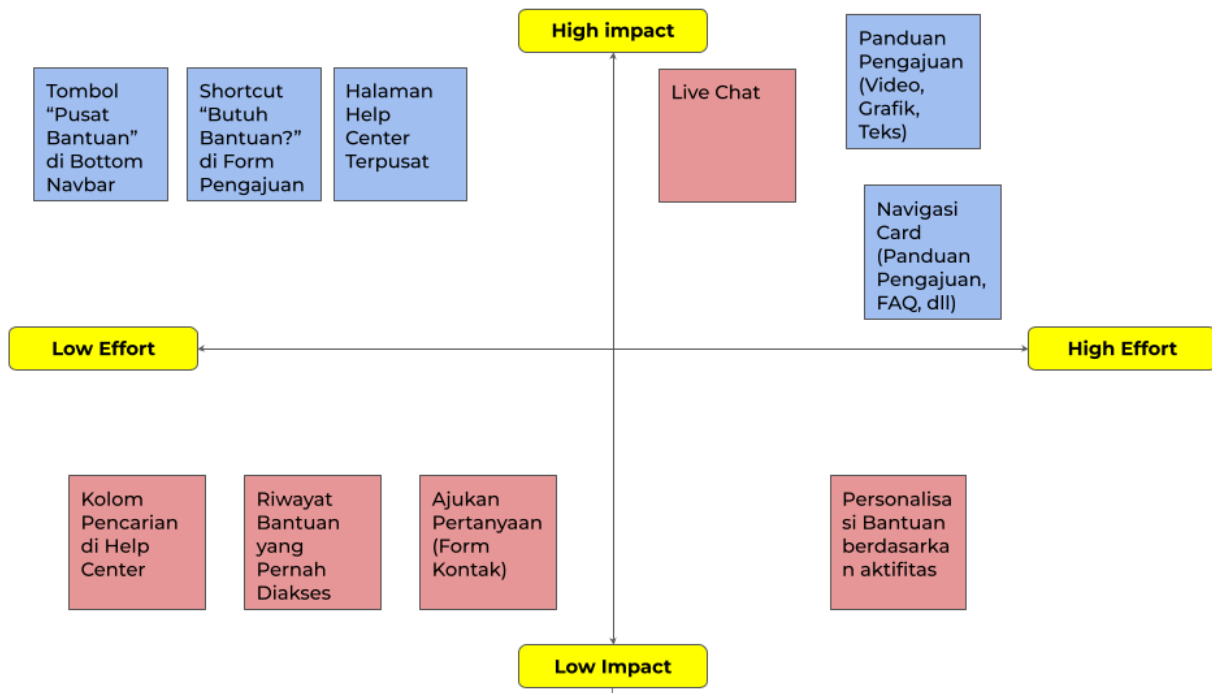
No	Scope	Feature	Priori ty	Notes
1	Navigasi Global	Tombol “Pusat Bantuan” di Bottom Navbar	High	Tombol bantuan selalu terlihat dari halaman mana pun, memudahkan pengguna menemukan bantuan tanpa eksplorasi.
2	Pengajuan Kredit	Shortcut “Butuh Bantuan?” di Form Pengajuan	High	Link langsung ke Panduan Pengajuan saat pengguna kebingungan mengisi data atau dokumen.
3	Halaman Utama Bantuan	Pusat Bantuan Terpusat (Help Center Page)	High	Satu halaman khusus berisi semua bentuk bantuan (FAQ, Panduan, Ajukan Pertanyaan).
4	Navigasi Bantuan	Card Navigasi: Panduan Pengajuan, Pembayaran, FAQ, Kontak	High	Memudahkan pengguna langsung memilih topik bantuan sesuai kebutuhan.
5	Konten Edukasi	Panduan Pengajuan (Video + Grafik + Teks)	High	Konten edukatif yang menjelaskan proses pengajuan secara visual dan teks, cocok untuk semua tipe pengguna.
6	UI/UX	Bahasa Ramah &	Mediu	Menghindari gaya bahasa terlalu formal, agar

	Copywriting	Humanis di Halaman Bantuan	m	pengguna merasa nyaman dan dipahami.
7	Fitur Pencarian (Opsional)	Kolom Pencarian di Halaman Bantuan	Medium	Memudahkan pencarian bantuan secara spesifik (fitur lanjutan).
8	Performa Aplikasi	Waktu Loading Optimal untuk Bantuan	High	Konten bantuan seperti video dan grafik harus tetap ringan diakses di perangkat low-end.
9	Aksesibilitas Visual	Ikon Bantuan Familiar	High	Gunakan ikon standar yang langsung diasosiasikan dengan bantuan untuk meningkatkan learnability.
10	Personalisasi (Opsional)	Riwayat Bantuan yang Pernah Diakses	Low	Memungkinkan pengguna melihat panduan yang pernah mereka buka sebelumnya (fitur lanjutan).
11	Interaksi (Opsional)	Rating Jawaban atau Panduan	Low	Mengukur efektivitas konten bantuan dari sisi pengguna, digunakan untuk evaluasi kualitas konten ke depannya.

Brainstorm MVP



Kuadran Matriks Prioritas



MVP Prototype Final

LINK Prototype:

[Lihat Prototype Visily](#)

Roadmap

Area Produk	Q1 (Riset & Desain Awal)	Q2 (Pengembangan MVP)	Q3 (Pengujian & Iterasi)	Q4 (Peluncuran & Optimasi)	Pengembangan
Tim Web	Riset Masalah & Akses Fitur Bantuan Pengguna (1 Product Manager, 1 UX Researcher, 1 Data Analyst)	Pengembangan MVP: - Tombol Bantuan di Navbar Bawah - Shortcut "Butuh Bantuan?" di Formulir Pengajuan - Halaman Pusat Bantuan Terpusat (2 Frontend, 1 Backend, 1 Designer)	Iterasi Berdasarkan Umpan Balik: - Tambahan Panduan Visual (Video & Grafik) - Navigasi Card Topik Bantuan (1 Frontend, 1 Designer, 1 QA Tester)	Optimalisasi Performa & Integrasi Akhir (1 Backend, 1 QA Engineer)	Fitur Tambahan: - Live Chat Otomatis - Kolom Pencarian Bantuan - Bantuan Berdasarkan Riwayat Aktivitas (2 Backend, 1 AI Developer)
Tim Mockup Mobile	Wireframe Awal Alur Bantuan (Low Fidelity) (1 UI/UX Designer, 1 Usability Specialist)	Pembuatan Prototype Interaktif & Pengujian Internal (1 Designer, 1 Tester)	Uji Coba Langsung dengan Pengguna Sesungguhnya (1 Designer, 1 Researcher)	Finalisasi UI & Penyesuaian Tampilan Mobile (1 Designer)	Personalisasi Konten Bantuan Berdasarkan Riwayat & Aktivitas (1 Designer, 1 Backend)