



**PERANCANGAN UI/UX WEBSITE LAKSMI MUSLIMAH
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING UNTUK
MEMUDAHKAN TRANSAKSI KLIEN MEMILIH PAKET
PERNIKAHAN**



TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 SISTEM INFORMASI

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

ADELIA NUROKTAVIANY WISAN PUTRI

19410100045

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

**PERANCANGAN UI/UX WEBSITE LAKSMI MUSLIMAH
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING UNTUK
MEMUDAHKAN TRANSAKSI KLIEN MEMILIH PAKET
PERNIKAHAN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana**



**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

**Nama : Adelia Nuroktaviany Wisan Putri
NIM : 19410100045
Program Studi : S1 Sistem Informasi**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

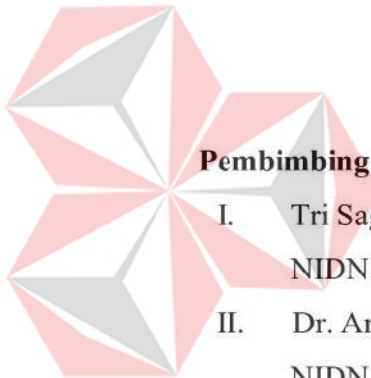
2023

Tugas Akhir

PERANCANGAN UI/UX WEBSITE LAKSMI MUSLIMAH MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING UNTUK MEMUDAHKAN TRANSAKSI KLIEN MEMILIH PAKET PERNIKAHAN

Dipersiapkan dan disusun oleh
Adelia Nuroktaviany Wisan Putri
NIM: 19410100045

Telah diperiksa, dibahas dan disetujui oleh Dewan Pembahas
Pada: 18 Januari 2023



Pembimbing

- I. Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0731017601
- II. Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M. Eng.
NIDN. 0731057301

Pembahas

Tan Amelia, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0728017602

Susunan Dewan Pembahas


Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2023.01.24
11:10:09 +07'00'




Universitas
Dinamika
2023.01.25
07:41:33 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana:



Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2023.01.25
10:05:57 +07'00'

Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0731017601

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
UNIVERSITAS DINAMIKA



Aspire to Inspire

Before Expired

UNIVERSITAS
Dinamika



*Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada
Keluarga,*

*Bapak Ibu Dosen serta Civitas Universitas Dinamika,
Angkatan 19, Sahabat dan Almamater
Universitas Dinamika yang saya cintai.*

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Adelia Nuroktaviany Wisan Putri
NIM : 19410100045
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : **PERANCANGAN UI/UX WEBSITE LAKSMI MUSLIMAH MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING UNTUK MEMUDAHKAN TRANSAKSI KLIEN MEMILIH PAKET PERNIKAHAN.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Januari 2023

Yang menyatakan



Adelia Nuroktaviany Wisan Putri

NIM: 19410100045

ABSTRAK

Dengan berkembangnya era teknologi, seluruh model bisnis dipaksa untuk mengikuti perkembangan yang ada agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Laksmi Muslimah merupakan perusahaan di bidang *wedding service* yang berfokus pada konsep pernikahan islami. Namun, hingga saat ini segala proses tanya katalog, *booking* busana, negosiasi, dan lainnya masih dilakukan manual *one-by-one* antara admin dan klien via *Whatsapp*. Dengan metode konsultasi seperti saat ini, proses akan berjalan kurang efektif karena waktu konsultasi setiap orang berbeda-beda dan dapat berakhir apabila klien telah puas dan mendapatkan informasi yang dicari. Solusi yang dapat ditawarkan adalah membuat UI/UX *website e-commerce* yang didalamnya terdapat segala informasi yang dibutuhkan oleh klien sehingga tujuannya adalah untuk memudahkan klien dalam memilih paket atau busana yang sesuai kebutuhan dan keinginan. Dalam merancang UI/UX akan menggunakan metode *Design Thiking* yang memiliki lima fase, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Pada fase *testing* atau pengujian *prototype* akan menggunakan metode *Usability Testing* (UT). Dari fase *testing* dapat disimpulkan bahwa 96% tester merasa sangat mudah dan puas dalam mengoperasikan *prototype*. Dengan adanya *prototype website e-commerce* Laksmi Muslimah dapat mengefisiensi waktu karena tanpa adanya *delay* antara admin dan klien serta tidak dibatasi dengan jam kerja.

Kata Kunci: *UI/UX, Website E-Commerce, Design Thinking, Usability Testing, Laksmi Muslimah.*



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan UI/UX *Website* Laksmi Muslimah Menggunakan Metode *Design Thinking* Untuk Memudahkan Transaksi Klien Memilih Paket Pernikahan”.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan banyak masukan, nasihat, saran, kritik, dan dukungan moral maupun materil kepada penulis. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat di setiap langkah penulis.
2. Ibu Tri Sagirani, S.Kom., M.MT. selaku Dekan FTI sekaligus dosen pembimbing pertama yang senantiasa membimbing penulis, kebersamaan penulis disetiap kegiatan, dan memberikan motivasi agar Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika sekaligus dosen pembimbing kedua yang membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.
4. Ibu Tan Amelia, S.Kom., M.MT. selaku dosen pembahas yang senantiasa sabar dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Bapak Heru Purnomo selaku *Human Resource Development* (HRD) Laksmi Muslimah yang telah mengizinkan, membantu, dan mendukung penulis selama membuat Tugas Akhir ini.
6. Teman-teman angkatan 2019 yang membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Sahabat tercinta Intan Salsabila Diyu, Qurrota, Adelia Permata, Naya Aulia, Resty Ariani, dan Apriliani Nur Afifah yang selalu memberikan bantuan, menghibur, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Jeong Jaehyun, Na Jaemin, Yoon Dowoon, Kim Mingyu, Jeon Wonwoo, Lee Seokmin, Kwon Soonyoung, dan idol lain yang selalu menghibur dan memotivasi.

9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu, memberikan bimbingan serta nasehat dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Surabaya, 11 Janurari 2023

Penulis



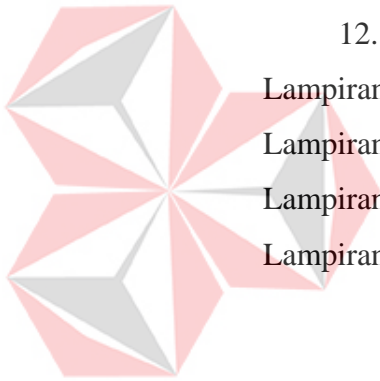
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 4 |
| 1.4 Tujuan..... | 4 |
| 1.5 Manfaat..... | 5 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 6 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 6 |
| 2.2 Analisis Kompetitor | 9 |
| 2.3 <i>Website E-Commerce</i> | 10 |
| 2.4 <i>User Interface (UI)</i> | 11 |
| 2.5 <i>User Experience (UX)</i> | 12 |
| 2.6 <i>MoSCoW</i> | 13 |
| 2.7 <i>Design Thinking</i> | 14 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 16 |
| 3.1 Tahap Awal | 16 |
| 3.1.1 <i>Emphasize</i> | 16 |
| 3.1.2 <i>Define</i> | 18 |
| 3.2 Tahap Pengembangan | 19 |
| 3.2.1 <i>Ideate</i> | 19 |
| 3.2.2 <i>Prototype</i> | 19 |
| 3.3 Tahap Akhir..... | 19 |
| 3.3.1 <i>Testing</i> | 19 |

| | |
|--|-----------|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 21 |
| 4.1 Tahap Awal | 21 |
| 4.1.1 <i>Survey</i> dan <i>Brainstorming</i> | 21 |
| 4.1.2 <i>Affinity Diagram</i> | 21 |
| 4.1.3 <i>User Persona</i> | 22 |
| 4.1.4 <i>User Journey Map</i> | 23 |
| 4.1.5 MoSCoW | 24 |
| 4.2 Tahap Pengembangan | 26 |
| 4.2.1 Crazy 8..... | 26 |
| 4.2.2 Flowchart | 28 |
| 4.2.3 Wireframe dan Wireflow | 30 |
| 4.2.4 Prototype..... | 31 |
| 4.3 Tahap Akhir..... | 36 |
| 4.3.1 Testing | 36 |
| BAB V PENUTUP | 40 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 40 |
| 5.2 Saran..... | 40 |
| DAFTAR PUSTAKA | 41 |
| LAMPIRAN..... | 43 |
| Lampiran 1 Hasil Wawancara | 43 |
| Lampiran 2 Hasil <i>Survey</i> | 45 |
| Lampiran 3 <i>Wireframe</i> | 47 |
| 1. Wireframe Login | 47 |
| 2. Wireframe Profile | 48 |
| 3. Wireframe Dashboard..... | 49 |
| 4. Wireframe Search Bar | 50 |
| 5. Wireframe Halaman Katalog..... | 51 |
| 6. Wireframe Halaman Filter | 52 |
| 7. Wireframe Halaman Detail Produk | 53 |
| 8. Wireframe Chat Admin | 54 |
| 9. Wireframe Halaman Form Booking | 55 |
| 10. Wireframe Halaman Pembayaran..... | 56 |

| | |
|---|----|
| Lampiran 4 <i>Prototype</i> | 57 |
| 1. Prototype Menu | 57 |
| 2. Prototype Size Guide | 58 |
| 3. Prototype Halaman Review | 59 |
| 4. Prototype Halaman Login dan Register..... | 60 |
| 5. Prototype Halaman Negoisasi..... | 61 |
| 6. Prototype Halaman About Us | 62 |
| 7. Prototype Halaman Wedding Package | 63 |
| 8. Prototype Notifikasi dan Detail Notifikasi | 64 |
| 9. Prototype Customize Paket..... | 65 |
| 10. Prototype Dashboard Desktop Website E-Commerce Laksmi Muslimah | 66 |
| 11. Prototype Katalog Desktop..... | 68 |
| 12. Prototype Admin Input Katalog..... | 69 |
| Lampiran 5 Hasil <i>Testing</i> | 70 |
| Lampiran 6 Data Persewaan Laksmi Muslimah..... | 71 |
| Lampiran 7 Hasil Cek Plagiarisme | 73 |
| Lampiran 8 Biodata Penulis..... | 74 |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Prinsip Umum <i>Interface</i> | 12 |
| Tabel 2.2 Langkah Dalam Proses Perancangan UX | 13 |
| Tabel 2.3 Deskripsi Keempat Kategori <i>MoSCoW</i> | 13 |
| Tabel 4.1 Hasil Penentuan Prioritas <i>MoSCoW</i> | 24 |
| Tabel 4.2 Hasil Penentuan Prioritas <i>MoSCoW</i> Klien..... | 25 |
| Tabel 4.3 <i>Report Testing</i> | 37 |
| Tabel L. 1 Hasil Wawancara..... | 43 |

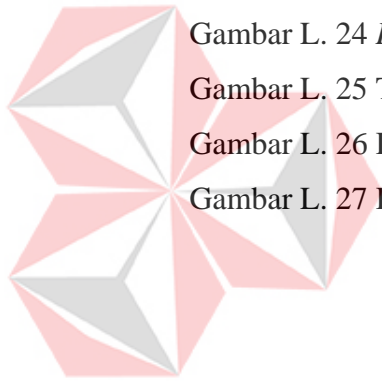


UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Analisis Kompetitor | 9 |
| Gambar 3.1 Tahapan Penelitian | 16 |
| Gambar 4.1 <i>Affinity Diagram</i> | 22 |
| Gambar 4.2 <i>User Persona</i> | 23 |
| Gambar 4.3 <i>User Journey Map</i> | 24 |
| Gambar 4.4 <i>Crazy 8 Halaman Dashboard</i> | 27 |
| Gambar 4.5 <i>Crazy 8 Halaman Katalog</i> | 27 |
| Gambar 4.6 <i>Crazy 8 Halaman Detail Produk</i> | 28 |
| Gambar 4.7 <i>Flowchart Website Laksmi Muslimah</i> | 29 |
| Gambar 4.8 <i>Wireframe</i> | 30 |
| Gambar 4.9 <i>Wireflow</i> | 31 |
| Gambar 4.10 <i>Prototype Dashboard</i> | 32 |
| Gambar 4.11 <i>Prototype Katalog</i> | 33 |
| Gambar 4.12 <i>Prototype Detail Produk</i> | 33 |
| Gambar 4.13 <i>Prototype Filterisasi</i> | 34 |
| Gambar 4.14 <i>Prototype Chat Admin</i> | 35 |
| Gambar 4.15 <i>Prototype Formulir Booking</i> | 35 |
| Gambar 4.16 <i>Prototype Pembayaran</i> | 36 |
| Gambar 4.17 <i>Feedback Saran Responden</i> | 38 |
| Gambar L. 1 Hasil <i>Survey (User Research)</i> | 45 |
| Gambar L. 2 <i>Wireframe Login</i> | 47 |
| Gambar L. 3 <i>Wireframe Profile</i> | 48 |
| Gambar L. 4 <i>Wireframe Dashboard</i> | 49 |
| Gambar L. 5 <i>Wireframe Search Bar</i> | 50 |
| Gambar L. 6 <i>Wireframe Halaman Katalog</i> | 51 |
| Gambar L. 7 <i>Wireframe Halaman Filter</i> | 52 |
| Gambar L. 8 <i>Wireframe Halaman Detail Produk</i> | 53 |
| Gambar L. 9 <i>Wireframe Chat Admin</i> | 54 |
| Gambar L. 10 <i>Wireframe Halaman Form Booking</i> | 55 |

| | |
|--|----|
| Gambar L. 11 <i>Wireframe</i> Halaman Pembayaran | 56 |
| Gambar L. 12 <i>Prototype</i> Menu | 57 |
| Gambar L. 13 <i>Prototype Size Guide</i> | 58 |
| Gambar L. 14 <i>Prototype</i> Halaman <i>Review</i> | 59 |
| Gambar L. 15 <i>Prototype</i> Halaman <i>Login</i> dan <i>Register</i> | 60 |
| Gambar L. 16 <i>Prototype</i> Halaman <i>Negoisasi</i> | 61 |
| Gambar L. 17 <i>Prototype</i> Halaman <i>About Us</i> | 62 |
| Gambar L. 18 <i>Prototype</i> Halaman <i>Wedding Package</i> | 63 |
| Gambar L. 19 <i>Prototype</i> <i>Notifikasi</i> dan <i>Detail Notifikasi</i> | 64 |
| Gambar L. 20 <i>Prototype</i> <i>Customize</i> Paket | 65 |
| Gambar L. 21 <i>Prototype</i> <i>Dashboard Desktop</i> | 67 |
| Gambar L. 22 <i>Prototype</i> <i>Katalog Desktop</i> | 68 |
| Gambar L. 23 <i>Prototype</i> <i>Admin Input Katalog</i> | 69 |
| Gambar L. 24 <i>Heatmap Testing</i> | 70 |
| Gambar L. 25 <i>Total Data Persentase Persewaan Laksmi Muslimah</i> | 71 |
| Gambar L. 26 <i>Data Persentase Persewaan Laksmi Muslimah Setiap Bulan</i> | 72 |
| Gambar L. 27 <i>Hasil Cek Plagiarisme</i> | 73 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Hasil Wawancara..... | 43 |
| Lampiran 2 Hasil <i>Survey</i> | 45 |
| Lampiran 3 <i>Wireframe</i> | 47 |
| Lampiran 4 <i>Prototype</i> | 57 |
| Lampiran 5 Hasil <i>Testing</i> | 70 |
| Lampiran 6 Data Persewaan Laksmi Muslimah | 71 |
| Lampiran 7 Hasil Cek Plagiarisme | 73 |
| Lampiran 8 Biodata Penulis | 74 |



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laksmi Muslimah merupakan perusahaan di bidang *wedding service* yang berfokus pada konsep pernikahan islami. Laksmi Muslimah telah berdiri sejak tahun 2007 dimana sudah terhitung 15 tahun berkiprah di bidang persewaan ini. Rerata jumlah klien Laksmi Muslimah adalah mencapai 1000 klien per tahun. Saat ini kantor pusat Laksmi Muslimah berlokasi di Galaxy Bumi Permai, Blok. L1 No.30, Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Serta dua kantor cabang yang berlokasi di Kota Malang dan Depok. Khusus klien yang berada di luar pulau akan dilayani via *online* mulai dari pemilihan baju hingga *fitting* bajunya. Laksmi memiliki empat layanan yang ditawarkan kepada klien yaitu sewa *ready*, sewa perdana, hak milik, dan *wedding package*. Keempat layanan tersebut disediakan oleh Laksmi Muslimah dengan tujuan agar klien dapat mewujudkan busana dan riasan pengantin impian yang syar'i dan anggun.

Laksmi memiliki dua jenis busana pengantin yaitu Laksmi Kebaya Muslimah dan Laksmi *Islamic Bride*. Laksmi Kebaya Muslimah yaitu busana kebaya yang didesain khusus untuk muslimah berhijab sehingga tidak *press body* dan dipadukan dengan jilbab panjang. Sedangkan Laksmi *Islamic Bride* yaitu seri gaun modern sehingga lebih anggun dan elegan namun tetap sesuai dengan nilai-nilai islam dalam berbusana.

Saat ini *wedding service* memerlukan adanya alat yang dapat digunakan untuk memberikan pelayanan dan *branding* dalam bentuk *website*. Fungsi *website* bagi perusahaan adalah sebagai representasi dari perusahaan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan terhadap perusahaan sekaligus mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan untuk memudahkan dan mempercepat klien dalam menerima informasi. Saat ini proses konsultasi serta tanya desain hingga harga dilakukan secara manual via *Whatsapp* dengan admin. Dengan metode konsultasi seperti saat ini, proses akan berjalan kurang efektif karena waktu konsultasi setiap orang berbeda-beda dan dapat berakhir apabila klien telah puas dan mendapatkan

informasi yang dicari, sehingga *experience* atau pengalaman yang didapat oleh klien masih kurang.

Dengan alur bisnis yang saat ini dilakukan, klien tidak mendapatkan layanan *all-in-one* untuk mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan dalam mempersiapkan pernikahannya. Klien membutuhkan waktu untuk *chat* admin meminta katalog lalu melihat isi katalognya. Hal tersebut juga butuh didukung oleh antarmuka yang baik dalam perancangan *prototype* sebuah *website*. Dengan antarmuka yang baik maka akan meningkatkan *branding*, kepuasan pengguna, serta memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas dengan cepat yang dimana merupakan bagian dari pelayanan. Semakin efektif dan efisiennya sebuah aktivitas dapat dilakukan, maka pengalaman yang didapat akan semakin baik.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka salah satu solusinya adalah membuat UI/UX *website e-commerce* bernama Laksmi Muslimah yang di dalamnya terdapat informasi mengenai beberapa layanan Laksmi, katalog baju, harga, paket-paket yang ditawarkan dan ketersediaan konsultasi via chat apabila informasi yang tersedia dirasa masih kurang. Dalam proses membantu klien untuk memilih paket pernikahan yang sesuai dengan kebutuhannya, maka diperlukan penetapan prioritas atau metode prioritas. Penetapan prioritas dalam pemilihan paket pernikahan ini menjadi bagian penting. Oleh karena itu, dibutuhkan metode *MoSCoW* yang dapat membagi prioritas untuk sebuah kebutuhan klien. Seorang pakar bernama Dai Clegg dan Richard Barker mengusulkan metode *MoSCoW* dalam makalahnya tahun 1994 yang berjudul "*Case Method Fast-Track: A RAD Approach*". Metode *MoSCoW* akan diterapkan dengan memisahkan paket pernikahan menjadi empat kategori, yaitu *must have*, *should have*, *could have*, dan *won't have*. Agustina (2020). Dengan metode ini maka akan menghasilkan pola bagi klien dalam menentukan pilihan paket pernikahan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Metode *MoSCoW* cocok untuk studi kasus ini karena dapat menentukan prioritas kebutuhan dari klien (*customer needs*), sehingga dapat membantu klien mengambil keputusan.

Tujuan dari perancangan tersebut adalah untuk merubah *user behaviour* yang semula mencari informasi dan konsultasi melalui *Whatsapp* akan berubah menjadi klien dapat mencari informasi katalog dan harga secara mandiri hingga menemukan

informasi yang dibutuhkan dan kepuasan tersendiri tanpa *chatting* secara intens dengan admin. Perancangan UI/UX *website e-commerce* ini juga diharapkan dapat memudahkan klien dalam memilih paket pernikahan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

Alasan dipilihnya *e-commerce* sebagai model bisnis dari perancangan aplikasi Laksmi Muslimah adalah karena *e-commerce* merupakan salah satu wadah untuk meluaskan jangkauan dan menghubungkan antara penjual dan pembeli. Widyastuti (2020). Sedangkan alasan dipilihnya *website* yaitu karena sifatnya yang *multiplatform* sehingga dapat digunakan oleh semua jenis *gadget*, selain itu pengguna akan lebih mudah mengaksesnya tanpa harus mengunduh sebuah aplikasi di *gadget*.

Dalam melakukan analisis maka dibutuhkan sebuah metode atau pendekatan untuk pengumpulan data, sehingga data yang didapatkan menjadi pedoman atau bahan dalam melakukan perancangan UI/UX aplikasi Laksmi Muslimah berbasis *website*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *attitudinal* – kuantitatif atau *survey*. *Attitudinal* artinya apa yang pengguna rasakan yang bertujuan untuk mengetahui pendapat orang, bagaimana sikapnya ketika ditanyakan atau dihadapkan dengan suatu produk, dan bagaimana perasaan serta pengalamannya ketika menggunakan suatu produk. Sedangkan, kuantitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara umum dan luas mengenai suatu objek penelitian. Dengan *survey* maka dapat menggali segala informasi yang dibutuhkan dan sebagai kelengkapan data dalam penelitian.

Kelebihan dari *survey* adalah data yang dihasilkan dapat lebih rinci dan lengkap, lebih fleksibel dilakukan dalam segi tempat dan waktu, dan dapat disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. S. Nasution (2014). Kekurangannya adalah data yang didapat tidak dapat mewakili semua penduduk, karena pengumpulan datanya hanya dari kelompok sebuah populasi. Dan memungkinkan responden menjadi bias sehingga sifatnya menjadi sangat subjektif.

Untuk melengkapi kekurangan dari *survey* maka diperlukan metodologi *Usability Testing* yang sifatnya *behavioral* – kualitatif. *Behavioral* artinya apa yang pengguna lakukan ketika berhadapan atau berinteraksi dengan suatu produk dan untuk memahami bagaimana pengguna menggunakan suatu produk. Sedangkan

kualitatif berbicara mengenai bagaimana dan mengapa (*how and why*), untuk mendapatkan wawasan yang mendalam untuk memahami mengapa suatu fenomena dapat terjadi. Pendekatan ini dapat melengkapi kekurangan dari *survey*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan di atas, maka perumusan masalah pada Tugas Akhir adalah bagaimana merancang UI/UX *website e-commerce wedding service* menggunakan metode Design Thinking untuk memudahkan klien dalam memilih paket pernikahan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dibuatlah batasan masalah agar pembahasan masalah tidak melebar. Batasan masalah pada perancangan UI/UX *website* Laksmi Muslimah menggunakan metode *Design Thinking* sebagai berikut:

1. Penerapan perancangan UI/UX dengan segmentasi pasar adalah wanita dengan rentang usia 22-28 tahun.
2. Perancangan UI/UX dibuat dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Dengan pendekatan dalam mengumpulkan datanya menggunakan *survey*.
3. Penerapan sistem berpikir dalam perancangan ini menggunakan metode prioritas *MoSCoW*.
4. Perancangan *prototype* aplikasi *e-commerce* pada Laksmi Muslimah dibuat hanya untuk versi *user* atau pengguna.
5. *Prototype* akan didesain dengan menggunakan *frame android large 360 x 800 pixels*.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini yaitu menghasilkan rekomendasi *prototype website e-commerce wedding service* yang memperhatikan

unsur *branding* dan pelayanan sehingga dapat memudahkan klien dalam memilih paket pernikahan dengan menerapkan metode *Design Thinking*.

1.5 Manfaat

Berdasarkan penjelasan di atas, diharapkan pembuatan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Membantu klien dalam menemukan informasi yang dicari mengenai model busana dan harga.
2. Memudahkan klien dalam memilih paket pernikahan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
3. Membantu karyawan Laksmi dalam mengefisiensi pekerjaannya.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat alur ilmiah yang digunakan sebagai dasar teori atau rujukan dalam implementasi metode *design thinking* dan *MoSCoW* pada rancang UI/UX *website* Laksmi Muslimah. Oleh karena itu dalam penelitian ini terdapat beberapa pemahaman teori, antara lain:

1. Penelitian terdahulu
2. Analisis kompetitor
3. *Website E-Commerce*
4. *User Interface (UI)*
5. *User Experience (UX)*
6. *MoSCoW*
7. *Design Thinking*

Dalam metode perancangan UI/UX *website* Laksmi Muslimah, penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* dengan beberapa tahapan yaitu, *emphatize, define, ideate, prototype, dan testing*.

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian, penulis juga melakukan penelitian terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Design Thinking* dan *MoSCoW*. Penelitian yang dimaksud antara lain :

- a. Menurut Juliansyah (2022), Perancangan tampilan *User Experience* merupakan hal penting pada *website* JavaHands hingga menjadi tampilan desain antarmuka (*User Interface*), karena dengan alur serta tampilan yang baik menjadi faktor utama untuk kemudahan pemakaian pada calon pengguna. Perancangan tersebut menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang berfokus pada memahami pengalaman dan kebutuhan pengguna untuk memecahkan sebuah masalah menjadi solusi yang dikembangkan menjadi ide inovasi. Tujuan menggunakan pendekatan tersebut adalah agar *website* yang dibuat hingga dijalankan sesuai dengan

pengalaman dan kebutuhan terhadap calon pengguna. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pembuatan *User Experience* pada *website* JavaHands dengan pendekatan *Design Thinking* sangat memudahkan tim dalam pembuatan dan pengembangannya, karena analisis hingga perancangan sebuah *website* sesuai dengan pengalaman dan kebutuhan pengguna dengan melakukan tahap *empathy* hingga *testing*. Dan untuk selanjutnya harapan penulis di tahap *testing* dapat menggunakan metode *Usability Testing*, dengan tujuan dapat melibatkan semua responden untuk menghasilkan data yang lebih valid dengan waktu yang singkat.

b. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andrian (2021). Permasalahannya adalah banyak sekali masyarakat yang seringkali merasa kebingungan ketika ingin membelikan hadiah untuk orang tersayang selain itu permasalahan juga terletak ketika mereka sudah berhasil mendapatkan hadiah yang dimaksud akan tetapi merasa kerepotan jika harus membungkus sendiri kado yang ingin diberikan. Sehingga penulis membuat *Website E-Commerce* khusus untuk penyedia jasa penjualan *hampers* dengan menggunakan metodologi *Design Thinking*. Survey dalam rangka menggali kebutuhan pengguna dilakukan dengan menggunakan responden dan sampel berdasarkan jenis kelamin dan pekerjaan. Kesimpulannya adalah sebagian besar responden menjawab bahwa mereka membutuhkan *platform* penyedia berbagai jenis kado beserta bungkusnya agar lebih efisien. Dari hasil *user testing*, pengembangan *website e-commerce* khusus untuk penyedia jasa penjualan *hampers* dianggap bisa menjadi solusi untuk beberapa permasalahan yang dihadapi. Dan dengan menggunakan metodologi *Design Thinking* dapat memudahkan pengembangan *website e-commerce* dalam menemukan solusi dari permasalahan.

c. Permasalahan yang dialami oleh Putra (2021) adalah saat ini distro lokal mulai ditinggalkan oleh masyarakat modern, mereka akan lebih memilih belanja online. Laportea merupakan salah satu gerai toko yang menjual baju, celana, hingga sepatu juga merasakan bahwa peminat distro lokal menurun. Upaya yang dilakukan adalah membuat *website* dengan UI/UX yang baik untuk tetap mengutamakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Penulis menggunakan metodologi *Design Thinking* karena dirasa mampu memecahkan masalah yang ada. Berdasarkan hasil penelitian, hasil tes *Usability Testing* adalah sebesar 91% dan hasil dari analisa data

sebesar 86,1%. Dapat disimpulkan bahwa metode dan pengujian dapat membantu menghasilkan *prototype* yang sesuai oleh calon pengguna *website online shop* Laportea ketika ingin berbelanja.

Dari ketiga penelitian terdahulu di atas, terdapat beberapa poin yang penulis akan terapkan di Tugas Akhir, seperti pengujian dengan menggunakan metode *Usability Testing* dan menggali kebutuhan pengguna dengan melakukan survey. Untuk melengkapi referensi dalam melakukan penelitian, berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu dengan menggunakan metode *MoSCoW*.

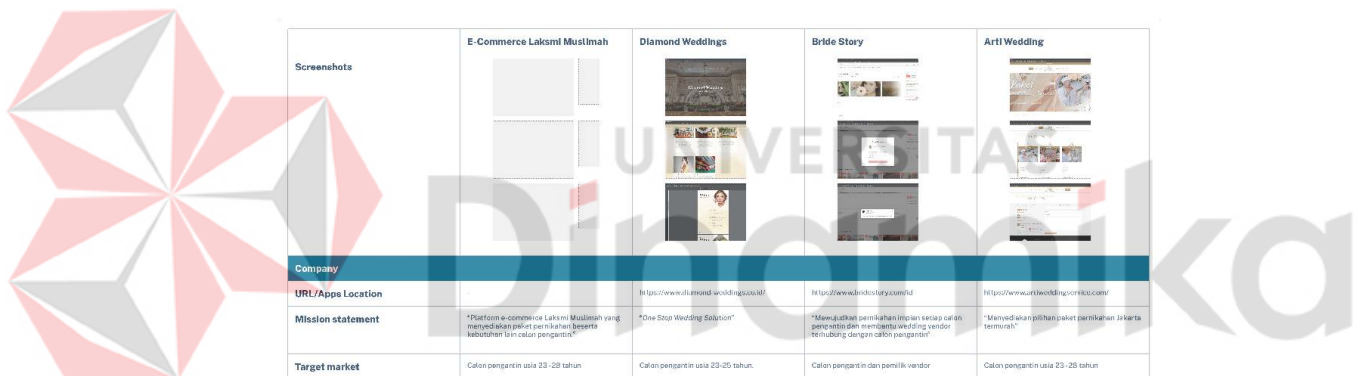
d. Menurut Marthasari (2020) dalam penelitian yang berjudul Evaluasi Heuristik *Website* Berbasis *Framework* Sirius dengan Pengaturan Prioritas menggunakan Teknik *MoSCoW*. Permasalahannya adalah Sirius dapat menghasilkan nilai usabilitas global serta daftar elemen antarmuka dari sistem yang perlu perbaikan. Oleh karena itu, dibutuhkan teknik *MoSCoW* untuk mengurutkan prioritas berdasarkan sudut pandang *developer* sehingga sesuai dengan sumber daya yang dimiliki pihak pengembang. Kesimpulannya adalah dengan ditambahkan teknik *MoSCoW* dalam penelitian tersebut maka menghasilkan urutan kriteria usabilitas yang lebih baik dari sisi nilai bisnis, resiko, dan biaya pengembangan *website*. Serta setiap tim pengembang *website* yang dianalisis menghasilkan pengaturan prioritas yang berbeda-beda.

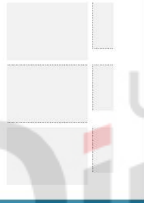



e. Menurut Suprpto (2020) dalam jurnal penelitian yang berjudul Sistem Informasi Penjualan dan Pelelangan Berbasis Web pada Ricardo Corner MLG Menggunakan Metode *Personal eXtreme Programming* (PXP). Dalam penelitiannya dibutuhkan penentuan prioritas kebutuhan sistem dengan menggunakan metode *MoSCoW*. Dalam tahapan requirements dan planning, dimulai dengan membuat *user stories* dan *story pointsnya* untuk menentukan nilai kesulitan lalu menentukan prioritas kebutuhan sistem. Tujuannya adalah untuk menentukan *user stories* mana yang akan dikerjakan terlebih dahulu. Kesimpulannya adalah dengan metode *MoSCoW* dapat memecah pekerjaan dan mengurutkan berdasarkan skala prioritasnya dan membantu mengidentifikasi *user stories* berdasarkan tingkat kepentingannya, namun kekurangannya adakah metode ini kurang terukur.

Dari kedua penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa metode MoSCoW dapat memudahkan pengembang dalam menentukan prioritas serta menciptakan pola elemen atau fungsi mana yang ditampilkan dan/atau diselesaikan terlebih dahulu.

2.2 Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor berfungsi sebagai perbandingan kekuatan dan kelemahan produk kita dengan produk merek lain. Dengan perbandingan tersebut maka dapat memaksimalkan keunggulan produk dan meningkatkan strategi bisnis. Gambar 2.1 berikut merupakan hasil dari analisis kompetitor yang dilakukan pada website Diamond Weddings, Bride Story, dan Arti Wedding Service.



| Screenshots | E-Commerce Laksml Mustinah | Diamond Weddings | Bride Story | Arti Wedding |
|--|--|---|---|--|
|  | |  |  |  |
| Company | | | | |
| URL/Apps Location | | https://www.diamond-weddings.com/ | https://www.bridestory.com/id/ | https://www.artiwedding.com/usa/ |
| Mission statement | "Platform e-commerce Laksml Mustinah yang menyediakan paket pernikahan beserta kesempatan bagi calon pengantin" | "One-Stop Wedding Solution" | "Memudahkan pernikahan impian setiap calon pengantin dan membantu vendor foto/video dengan calon pengantin" | "Membantu calon pengantin memilih paket pernikahan Jakarta termurah" |
| Target market | Calon pengantin usia 23-28 tahun | Calon pengantin usia 23-28 tahun. | Calon pengantin dan pemilik vendor | Calon pengantin usia 23-28 tahun |
| Strengths | <ul style="list-style-type: none"> Menyediakan berbagai kebutuhan calon pengantin, mulai dari produk hingga jasa-jasanya. Opportunity Filter anggulan: <ol style="list-style-type: none"> Wedding Package Katering Raju Vendor | <ul style="list-style-type: none"> Website yang informatif Herbaga fitur dan benefit calon pengantin dalam satu website UI yang menarik Konten berita yang lebih menarik dengan filter masalah calon e-commerce seperti: <ol style="list-style-type: none"> Paket All-in Katering Dekorasi Rosa dan Busana Tenda | <ul style="list-style-type: none"> Konsep browsing adalah berdasarkan Terdapat berbagai macam vendor dari seluruh dunia Terdapat filter inspirasi untuk memudahkan calon pengantin menemukan moodboard Terdapat mobile-apps Terdapat fitur wedding checklist Terdapat pop up evaluation yang membantu user menaplikasikan webnya. | <ul style="list-style-type: none"> Rasanya mencoba into marriage filter Terdapat portfolio Dapat mengirimkan pesan melalui webnya Ada filter blog |
| Weaknesses | Beberapa fitur akan mungkin perlu diupdate kembali tingkat kebaruan & potensi marketnya. | Website hanya bersifat mempromosikan fitur dan layanan dari produk, tidak ada opsi berupa file PDF yang perlu di download oleh user. | <ul style="list-style-type: none"> Layanan tidak komisioner Utama tidak layanan setelah pada produk. | <ul style="list-style-type: none"> Stylo desain sudah komisioner tetapi layout sederhana dan ada Beberapa gambar tidak HD, terutama di media Proses booking hanya melalui Whatsapp. |
| Features & Experience | | | | |
| Interface | Great | Great | OK | OK |
| Login/Register | Great | Not Found | Great | Not Found |
| Product List | Great | Great | OK | Great |
| Image Quality | Great | Great | Great | Poor |
| Product Reviews | Great | OK | OK | Not Found |
| Cart | OK | Not Found | OK | Not Found |
| Search Bar | Great | Not Found | Great | Not Found |
| Filter | Great | Not Found | OK | Not Found |
| Sort | OK | Not Found | OK | Not Found |
| Account Profile | Great | Not Found | Great | Not Found |
| HelpDesk | OK | Great | Great | Great |
| Payment Method | OK | Not Found | OK | Not Found |
| Online Chatting | Great | Not Found | OK | Not Found |
| Contacts & Address | Great | Great | Great | Great |
| Notes | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Beberapa fitur akan dapat dibandingkan lagi dan disesuaikan skala prioritasnya. Interface dengan tema handbline. | <ul style="list-style-type: none"> Layoutnya bagus bisa dijadikan referensi. | <ul style="list-style-type: none"> Filter dan berbagai fitur pada website bisa dijadikan referensi. | <ul style="list-style-type: none"> Filter blog bisa jadi pertimbangan. |

Gambar 2.1 Analisis Kompetitor

Dalam gambar 2.1 tersebut menjelaskan bahwa *website* Diamond Weddings hanya mengenalkan layanan dan produk yang ditawarkan sedangkan untuk katalognya pengguna perlu mengunduh *file* yang berisi model dan harga busana, sehingga sifatnya *indirect* atau tidak linear dengan produk digital yang akan dibangun. Pada *website* Bride Story model bisnisnya adalah *marketplace* dengan fitur dan *experience* yang kurang lebih sama dengan model bisnis *e-commerce*. *Website* Bride Story dapat dijadikan referensi dalam merancang *e-commerce* Laksmi Muslimah. Sedangkan untuk *website* Arti Wedding Service merupakan *website* statis sebagai portofolio dari produk dan layanannya, sehingga bersifat *indirect* atau tidak linear dengan model bisnis *e-commerce*.

2.3 Website E-Commerce

Di perkembangan dunia teknologi yang sangat cepat ini dibutuhkan sesuatu untuk mengefisienkan dan mengefektifkan penyampaian informasi dengan cakupan area yang luas. Sehingga siapapun dapat mendapatkan informasi tersebut melalui internet. Untuk itu, salah satu solusinya adalah menggunakan *website*. *Website* merupakan sekumpulan halaman web yang berisi konten dan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat. Menurut Bekt (2015), *website* digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis atau dinamis yang bergabung menjadi satu rangkaian yang saling terkait, yang masing-masingnya dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Perkembangan teknologi juga membawa dampak terhadap bidang jual beli dan pemasaran produk. Proses tersebut dikenal sebagai *E-Commerce*. *Electronic Commerce (E-Commerce)* merupakan kegiatan transaksi yang dilakukan melalui media elektronik. *E-Commerce* juga dapat dilihat melalui perspektif layanan. Dengan *E-Commerce* perusahaan, manajemen, dan klien dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih efektif dan juga mengurangi biaya (*low cost*) karena tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan layanan tertentu. Sama halnya dengan layanan konsultasi yang disediakan oleh perusahaan.

Terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam merancang UI/UX *E-Commerce*, yaitu navigasi yang sederhana sehingga penggunanya dapat

menyelesaikan aktivitas jual beli dengan cepat dan tepat dan rancang UI/UX web yang ramah pengguna dan intuitif, serta elemen desain visual yang efektif untuk membantu pengguna dalam menavigasi web dan mengingat sebuah brand. Sebuah *website e-commerce* dapat dikatakan baik apabila menampilkan logo brandnya dengan jelas, menampilkan penawaran menarik yang mudah dibaca oleh pengguna, menampilkan rekomendasi produk terpopuler atau *best seller*, terdapat *search bar* dan keranjang (*cart*) untuk melihat produk apa saja yang sudah dipilih pengguna, memiliki *icon* yang jelas, menampilkan informasi lengkap mengenai perusahaan, dan terdapat fitur *chatting online*.

2.4 *User Interface (UI)*

Antarmuka pengguna atau *user interface* merupakan sebuah tampilan visual dan juga merupakan proses yang digunakan desainer untuk membangun antarmuka dalam perangkat lunak atau perangkat terkomputerisasi. Tujuannya adalah untuk membuat antarmuka yang mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna.

Menurut Lastiansah (2012), *user interface* adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Istilah *user interface* terkadang digunakan sebagai pengganti istilah *Human Computer Interaction (HCI)* dimana semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer. Antarmuka merupakan titik interaksi dan komunikasi antara manusia dengan komputer.

Dalam membangun sebuah antarmuka pengguna dibutuhkan perancangan. Perancangan adalah sebuah kreasi untuk mendapatkan hasil akhir dengan proses menggambarkan, merencanakan, dan membuat sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen menjadi satu kesatuan yang utuh. Dengan tujuan untuk menghasilkan rancangan yang dapat memenuhi kebutuhan. Menurut Rizky (2011), perancangan merupakan sebuah proses yang bertujuan untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan berbagai teknik. Yang didalamnya mendeskripsikan detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami selama proses pengerjaannya. Dengan adanya perancangan, dapat mempermudah pekerjaan agar lebih terstruktur serta sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan selama tahap analisis.

Salah satu cara pengguna berinteraksi yaitu dengan aplikasi atau situs web. Fungsinya adalah untuk menghubungkan dan sebagai jembatan antara pengguna dengan sistem operasi. *User interface* merupakan hal yang penting karena desain yang baik akan menghasilkan produk yang baik pula. Baik buruknya desain dapat ditentukan dari UI/UX dan harus memastikan kenyamanan pengguna ketika menggunakan produk tersebut.

Terdapat 10 prinsip umum dalam sebuah *interface* yang merupakan pedoman dalam mengimplementasikan dan merancang antarmuka, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Prinsip Umum *Interface*

| No. | Prinsip | Deskripsi |
|-----|--|--|
| 1. | Kenyamanan Estetik (<i>Aesthatically Pleasing</i>) | Dalam merancang <i>interface</i> dibutuhkan tampilan desain yang estetik serta komposisi atau <i>layout</i> yang nyaman dan menarik. |
| 2. | Jelas (<i>Clarity</i>) | Elemen visual, konsep dan fungsi, serta bahasa yang digunakan (<i>copywriting</i>) harus jelas. |
| 3. | Komprehensif (<i>Comprehensibility</i>) | Sebuah tampilan desain harus mudah dipahami dan masuk akal oleh pengguna dalam satu kali lihat. Pengguna harus mengerti maksud yang ingin disampaikan melalui <i>interface</i> yang disajikan. |
| 4. | Kemudahan Konfigurasi (<i>Configurability</i>) | Dengan kemudahan konfigurasi dan pengaturan personalisasi akan memberikan pengalaman pengguna yang baik. |
| 5. | Konsistensi (<i>Consistency</i>) | Konsistensi sangat penting dalam hal desain, untuk mencegah pengguna mempelajari hal baru untuk hal yang sudah dipelajari sebelumnya. |
| 6. | Efisiensi (<i>Efficiency</i>) | Meminimalkan gerakan mata dan tangan pengguna merupakan hal yang penting. |
| 7. | Familiar (<i>Familiarity</i>) | Sesuaikan desain dengan <i>mental model</i> atau pola pikir pengguna. |
| 8. | Fleksibilitas (<i>Flexibility</i>) | Pengguna dapat berinteraksi dengan sistem dalam hal kebutuhan khusus mereka, fleksibilitas dilakukan dengan menyediakan berbagai cara untuk mengakses fungsi aplikasi. |
| 9. | Responsif (<i>Responsiveness</i>) | Permintaan dari pengguna harus ditanggapi secepat mungkin. Termasuk <i>feedback</i> apabila terjadi <i>error</i> , data berhasil disimpan, berpindah halaman, dan lainnya. |
| 10. | Simpel (<i>Simplicity</i>) | Sederhanakan tampilan agar tidak terkesan penuh bagi pengguna. Hilangkan hal-hal yang sekiranya tidak diperlukan oleh pengguna. |

2.5 *User Experience (UX)*

Pengalaman pengguna atau *user experience* adalah bagaimana perasaan pengguna setiap interaksi dengan sebuah produk khususnya produk digital. *User*

Experience (UX) juga merupakan sebuah proses yang digunakan tim desain untuk membuat produk yang memberikan pengalaman yang bermakna dan relevan bagi pengguna dengan tujuan untuk kepuasan pengguna. Ini melibatkan desain seluruh proses memperoleh dan mengintegrasikan produk, termasuk aspek branding, desain, kegunaan dan fungsi.

Menurut definisi dari ISO 9241-210 (2019) *User Experience* adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. *User Experience* (UX) menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa.

Dalam sebuah proyek UX dibutuhkan tahapan proses yang perlu dilakukan agar menghasilkan produk yang dapat diandalkan (*reliable*). Terdapat 5 langkah dalam proses perancangan *User Experience*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2 Langkah Dalam Proses Perancangan UX

| No. | Langkah | Deskripsi |
|-----|--|---|
| 1. | Definisi Produk (<i>Produk Definition</i>) | Menentukan produk seperti apa yang akan dibuat, apa tujuannya, siapa yang akan terlibat, dan bagaimana proses kerjanya. |
| 2. | Riset (<i>Research</i>) | Dapat melakukan penelitian sekunder, analisis kompetitor, dan riset pengguna. |
| 3. | Analisis (<i>Analysis</i>) | Menentukan persona. Persona merupakan gambaran yang mendeskripsikan target pengguna, atau bisa disebut representasi. |
| 4. | Desain (<i>Design</i>) | Membuat desain <i>prototype</i> . Hasil <i>prototype</i> akan diujikan, |
| 5. | Implementasi (<i>Implementation</i>) | Apabila semua telah selesai, maka implementasinya adalah dengan merilis produk. |

2.6 MoSCoW

Metode *MoSCoW* merupakan metode untuk membantu dalam menentukan prioritas kebutuhan. Metode ini diusulkan oleh seorang pakar yaitu Dai Clegg dan Richard Barker dalam makalahnya yang berjudul “*Case Method Fast-Track: A RAD Approach*”. *MoSCoW* merupakan sebuah akronim dari keempat kategorinya, yaitu *Must*, *Should*, *Can*, dan *Won't*. Agustina (2020).

Tabel 2.3 Deskripsi Keempat Kategori *MoSCoW*

| No. | Kategori | Deskripsi |
|-----|------------------|---|
| 1. | <i>Must Have</i> | Hal utama yang wajib dicapai atau diketahui oleh klien. |

| No. | Kategori | Deskripsi |
|-----|--------------------|---|
| 2. | <i>Should Have</i> | Hal yang wajib diketahui klien setelah beberapa waktu, hal ini merupakan prioritas utama apabila waktu dan sumber dayanya memungkinkan. |
| 3. | <i>Could Have</i> | Sebagai pemanis atau “ <i>nice to have</i> ”. Bukan merupakan hal utama dan prioritas. |
| 4. | <i>Won't Have</i> | Merupakan hal dengan prioritas terendah bagi klien dan tidak berpengaruh besar bagi klien. |

2.7 Design Thinking

Design Thinking merupakan proses iteratif non-linear yang dapat digunakan untuk memahami pengguna, membuktikan asumsi, mendefinisikan kembali masalah, dan menciptakan solusi yang inovatif. Metodologi *Design Thinking* paling berguna untuk mengatasi masalah yang tidak jelas, rancu, atau belum diketahui karena metode ini dapat membingkai ulang dengan berpusat pada manusia (*Human centric-ways*) dan fokus pada apa yang paling penting bagi pengguna. Dari beberapa metode proses desain, metodologi *Design Thinking* merupakan salah satu yang terbaik untuk “*thinking outside the box*”. Sehingga dalam proses pembuatan *prototype* hingga pengujian dapat dilakukan dengan lebih baik untuk menemukan cara baru dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

Metodologi *Design Thinking* memiliki lima fase yang diusulkan oleh Institut Desain Hasso Plattner di Stanford (d.school) yang terkenal di dunia karena cara mereka mengajar dan menerapkan *Design Thinking*. Kelima fase tersebut, yaitu *Emphatize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*.

A. *Emphatize*

Pada fase *emphatize* ini berfokus pada memahami permasalahan yang ada. *Emphatize* sangat penting untuk pemecahan masalah dan proses desain yang berpusat pada manusia karena memungkinkan *Design Thinking* untuk mengesampingkan asumsi sendiri atau bias dan mendapatkan wawasan nyata tentang pengguna serta kebutuhannya.

B. *Define*

Pada fase *define* akan dikumpulkan semua data yang didapat dari fase *emphatize*. Lalu menyimpulkan dan menentukan masalah inti yang telah diidentifikasi. Mendefinisikan masalah dan pernyataan masalah harus dilakukan dengan berpusat pada manusia (*Human-centered manner*). Fase ini akan membantu

untuk mengumpulkan berbagai ide untuk membangun fitur, fungsi, dan elemen yang dapat memecahkan permasalahan.

C. *Ideate*

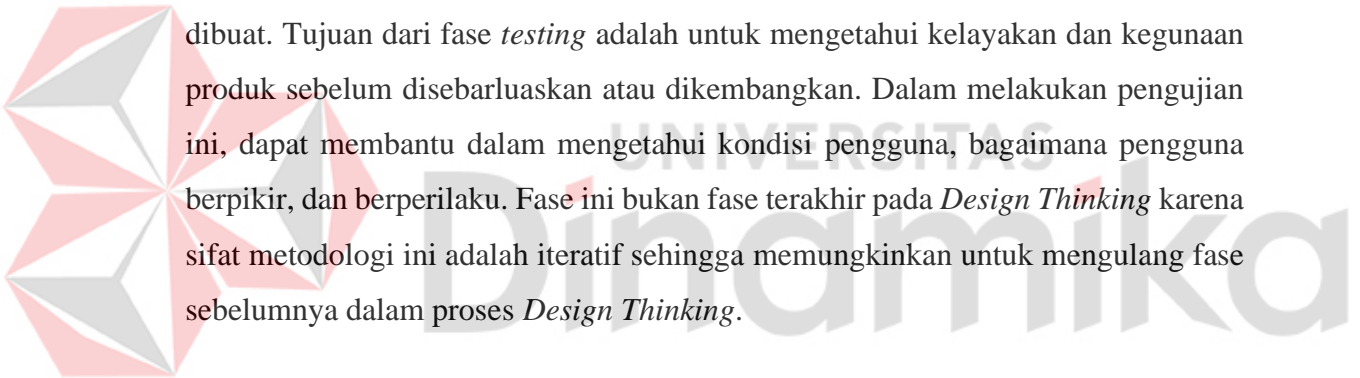
Dengan latar belakang yang sudah dibangun pada fase sebelumnya, fase *ideate* akan dimulai dengan melihat masalah dari perspektif yang berbeda serta menemukan solusi yang inovatif. Dalam fase ini, dapat dilakukan dengan berbagai teknik, seperti *brainstorming*, *mindmapping*, dan lain sebagainya.

D. *Prototype*

Pada fase *prototype* mulai merancang produk. Tujuan dari fase ini adalah untuk mengidentifikasi solusi terbaik untuk setiap masalah yang diidentifikasi selama tiga fase sebelumnya.

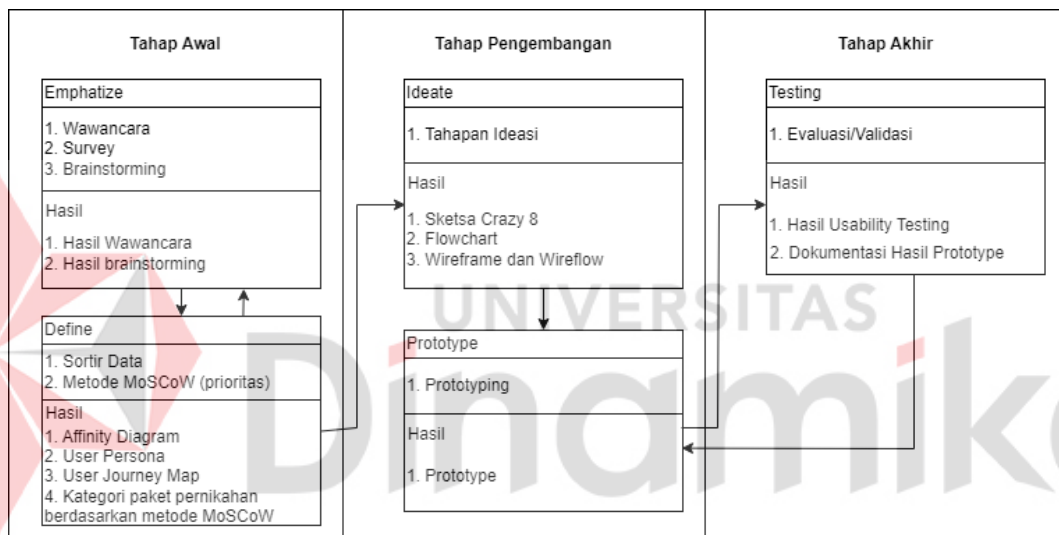
E. *Testing*

Fase *testing* merupakan fase pembuktian dan pengujian solusi yang telah dibuat. Tujuan dari fase *testing* adalah untuk mengetahui kelayakan dan kegunaan produk sebelum disebarluaskan atau dikembangkan. Dalam melakukan pengujian ini, dapat membantu dalam mengetahui kondisi pengguna, bagaimana pengguna berpikir, dan berperilaku. Fase ini bukan fase terakhir pada *Design Thinking* karena sifat metodologi ini adalah iteratif sehingga memungkinkan untuk mengulang fase sebelumnya dalam proses *Design Thinking*.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang UI/UX *website* Laksmi Muslimah untuk membantu klien dalam memilih paket pernikahan yang sesuai. Dalam proses perancangan UI/UX metode yang digunakan adalah metode *Design Thinking* dan menggunakan metode *MoSCoW* untuk menentukan prioritas paket pernikahan. Tahap dari penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

3.1 Tahap Awal

3.1.1 *Emphatize*

Tahapan yang dilakukan pada fase *emphatize* adalah mengumpulkan semua informasi mengenai calon pengguna untuk diolah dan digunakan pada fase selanjutnya, yaitu dengan wawancara dan *survey*. Wawancara akan dilakukan kepada *Human Resource Development* (HRD) dari Laksmi Muslimah dan Klien Laksmi Muslimah.

1. Wawancara

Proses wawancara dilakukan dengan bagian *Human Resource Development* (HRD) dari Laksmi Muslimah dan Klien Laksmi Muslimah.

2. *Survey*

Metode *survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada klien Laksmi dan/atau calon klien dengan segmentasinya adalah wanita di rentang usia 22 – 28 tahun.

3. *Brainstorming*

Brainstorming merupakan metode untuk menghasilkan ide dan fitur dalam memecahkan permasalahan. Kata kunci yang digunakan adalah “*How Might We...?*”. *Brainstorming* juga dilakukan dengan perwakilan pihak Laksmi Muslimah untuk menentukan fitur apa saja yang akan dibutuhkan. Beberapa daftar fitur yang akan ditampilkan pada *prototype* ini yaitu sebagai berikut.

A. *Dashboard*

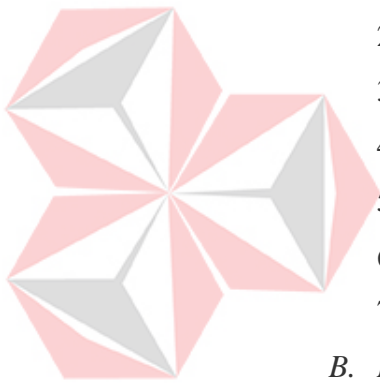
1. Logo
2. *Navigation bar*
3. Foto
4. *Heading + Slogan*
5. Visi Misi
6. Lokasi
7. *Coming Soon Event*

B. *E-Commerce*

1. Banner
2. Filterisasi
 - a. Harga
 - b. Model
 - c. Warna
3. *Package (Vendor)*
 - a. Gedung
 - b. MUA
 - c. *Catering*
 - d. Foto Video (Dokumentasi)

C. Form

1. Form *booking* sewa baju



- a. Formulir lengkap (nama, alamat, nomor telepon, tanggal persewaan, dan CP dan nama konsultan yang menanganinya juga).

3.1.2 Define

Pada fase ini akan dilakukan penyortiran data informasi dari fase *emphatize* dan membuat susunan prioritas paket pernikahan dengan menggunakan metode *MoSCoW*. Berikut merupakan beberapa tahapan yang akan dilakukan pada fase *define*.

A. *Affinity Diagram*

Metode pengelompokan data menggunakan *Affinity Diagram*. Pengelompokan ini bisa berdasarkan permasalahan atau hal yang disukai oleh calon pengguna. *Affinity Diagram* berfungsi untuk mengetahui apa yang dipertimbangkan oleh calon pengguna.

B. *User Persona*

User Persona merupakan karakter fiksi yang dibuat berdasarkan hasil riset untuk mewakili calon pengguna. *User Persona* akan membantu memahami tujuan pengguna menggunakan produk tersebut. Riset cukup dilakukan kepada pengguna tertentu yang dapat mewakili keseluruhan produk (*potential user*).

C. *User Journey Map*

User Journey Map merupakan peta yang menggambarkan perjalanan pengguna sebelum menggunakan produk digital yang akan dibangun. Fungsinya adalah untuk mendemonstrasikan kemungkinan cara pengguna berinteraksi dengan produk di masa depan. Dan dari gambaran tersebut, dapat diambil kesimpulan dan/atau *opportunities* untuk memecahkan permasalahan.

D. Hasil Kategori Paket Pernikahan

Pengkategorian paket pernikahan dilakukan dengan menggunakan metode *MoSCoW*. Dengan adanya data ini maka menjadi pola bagi klien dalam menentukan pilihan paket pernikahan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

3.2 Tahap Pengembangan

3.2.1 Ideate

Fase ini akan berisi tahapan untuk mengumpulkan ide sebanyak-banyaknya. Berikut merupakan tahapan yang akan dilakukan:

1. *Crazy 8*

Crazy 8 merupakan salah satu metode *brainstorming design* dengan menggunakan 8 lipatan kertas. Pembuatan *crazy 8* menggunakan *platform Whimsical*. Tujuannya adalah untuk menghasilkan sejumlah sketsa ide dalam jumlah yang banyak, karena satu gagasan ide akan menghasilkan 8 alternatif solusi desain.

2. *Flowchart*

Flowchart atau *user flow* dibuat untuk memudahkan proses di fase selanjutnya.

3. *Wireframe* dan *Wireflow*

Wireframe dilakukan dengan cara memilih salah satu desain dari 8 alternatif lainnya pada tahap *crazy 8*. Pada fase ini, *wireframe* masih *Low Fidelity*. Selanjutnya adalah menyusun desain-desain tersebut sesuai dengan *flowchart*. Hal itu disebut dengan *wireflow*.

3.2.2 Prototype

Fase *prototype* merupakan bentuk *draft* dari produk yang dapat ditunjukkan kepada calon pengguna dan *stakeholder* agar mereka bisa merasakan dan mengeksplorasi konsep fitur dan halaman yang ada. Pada fase ini yang dilakukan adalah membuat *wireframe* menjadi *High Fidelity*. Setelah itu menyusun *prototype* dengan menghubungkan satu elemen dengan elemen lainnya.

3.3 Tahap Akhir

3.3.1 Testing

Fase *testing* merupakan fase untuk melakukan pengujian dan validasi *prototype* yang sudah dibangun. Pada fase *testing* ini akan menggunakan metode *Usability Testing (UT)*. UT merupakan salah satu metode untuk memvalidasi dan

mengetahui kesulitan pengguna, perasaan pengguna, dan kepuasan pengguna. Proses UT ini akan menggunakan platform Maze untuk mendapatkan hasil *behavioral* (apa yang pengguna lakukan).



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tahap Awal

Pada tahap awal telah dilakukan analisis untuk menemukan informasi yang akan dibutuhkan selama proses perancangan UI/UX. Proses yang dilakukan pada tahap awal yaitu wawancara dengan pihak Laksmi Muslimah yang dapat dilihat pada lampiran 1, *survey*, *brainstorming*, *affinity diagram*, *user persona*, *user journey map*, dan hasil penentuan prioritas dengan *MoSCoW*.

4.1.1 *Survey dan Brainstorming*

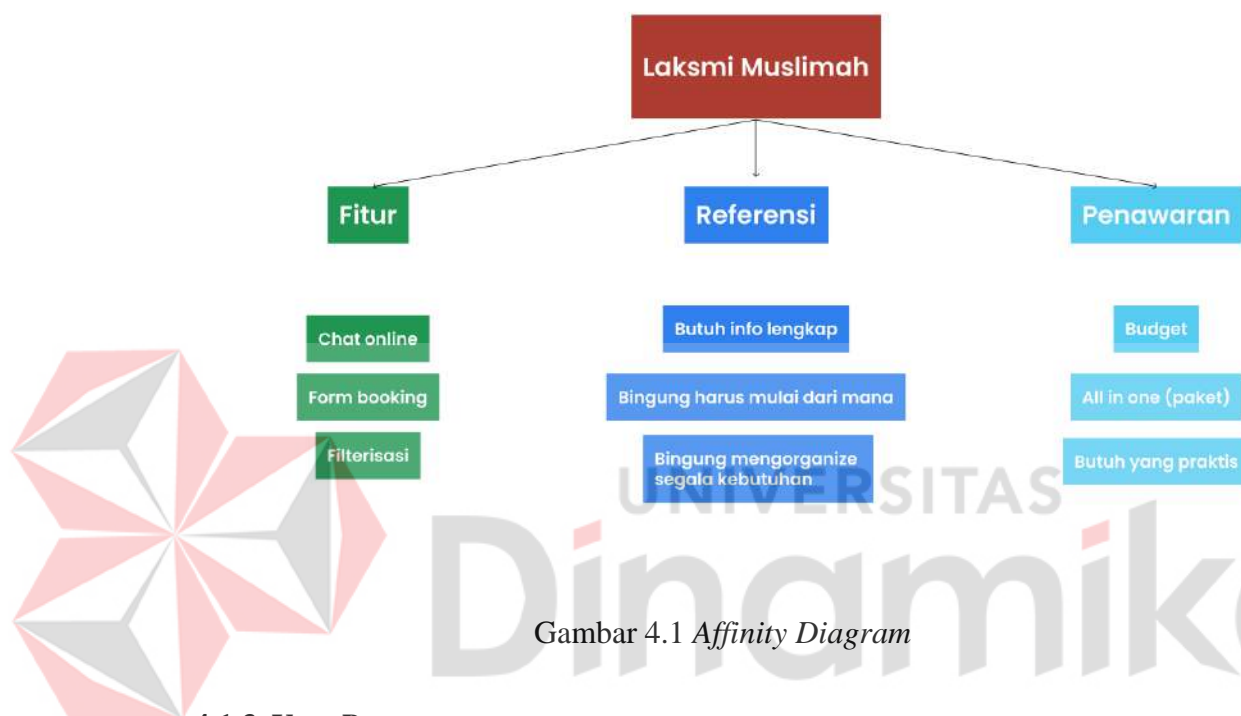
Proses *survey* dilakukan dengan menggunakan Google Form dengan target respondennya adalah pria dan wanita dengan rentang usia 22 – 28 tahun yang sedang mempersiapkan pernikahan atau sedang membutuhkan gaun untuk kebutuhan lain. Berdasarkan hasil *survey* didapatkan pemahaman mengenai kendala dan kesulitan responden dalam mempersiapkan pernikahan, yaitu kurangnya informasi dan terkendala *budget*. Serta menghasilkan *insight* dari sisi UI/UX. Dari data hasil *survey* tersebut diolah menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami pada bagian *affinity diagram* dan *user persona*. Untuk hasil *survey* akan dilampirkan pada lampiran 2.

Sedangkan untuk proses *brainstorming* dilakukan bersama dengan *Human Resource Development* (HRD) dari Laksmi Muslimah. Proses ini menghasilkan *user journey map* dan hasil penentuan prioritas *MoSCoW*. Dengan *brainstorming*, dapat menggali informasi alur proses bisnis atau konsultasi Laksmi Muslimah saat ini dan juga mendapatkan informasi prioritas paket atau busana yang ditonjolkan.

4.1.2 *Affinity Diagram*

Affinity diagram dibutuhkan untuk mengelompokkan data yang telah didapat dari *survey* berupa gagasan, opini, dan masalah. Langkah yang dilakukan dalam menyusun *affinity diagram* adalah dengan menuliskan data, informasi, kutipan *survey*, ide, dan opini ke dalam kertas kecil untuk selanjutnya dikategorikan sesuai

dengan topiknya. Pada gambar 4.1 merupakan pengelompokan data yang dibagi menjadi tiga kategori, yaitu fitur, referensi, dan penawaran. Ketiga kategori ini merupakan fokus dari responden *survey*, untuk mengkomunikasikan apa yang mereka sukai, masalah atau kendala yang dihadapi, dan opini responden. Dengan adanya *affinity diagram* tersebut, dapat membantu proses perancangan *prototype* karena dapat mensintesis informasi dan wawasan.



Gambar 4.1 *Affinity Diagram*

4.1.3 *User Persona*

User persona digunakan sebagai gambaran yang dibuat berdasarkan hasil *survey* untuk mewakili berbagai jenis pengguna yang akan menggunakan produk digital. Dengan adanya *user persona* dapat membantu menggambarkan bagaimana kemungkinan perilaku pengguna ketika menggunakan suatu produk.

Untuk melengkapi *user persona*, dibutuhkan data tambahan dari *survey* pada tahap awal untuk mengetahui *concern* dan tujuan dari responden. Dapat disimpulkan bahwa responden *survey* bingung untuk mengatur segala kebutuhan pernikahan, butuh sesuatu atau seseorang untuk membantu (konsultan), dan terbatas oleh *budget*. Sedangkan untuk *challenges* atau rintangannya itu sendiri merupakan kondisi Laksmi Muslimah saat ini, yaitu konsultasi hanya via *Whatsapp* dan tidak memiliki *website*. Dari kumpulan informasi tersebut disusunlah *user persona* website Laksmi Muslimah. *User persona* dapat dilihat pada Gambar 4.2



Aisyah (24 tahun)

Background

Aisyah adalah seorang karyawan swasta berdomisili Surabaya yang akan menikah di bulan Agustus 2023. Ia cukup sibuk dengan pekerjaannya sehingga tidak punya banyak waktu untuk mempersiapkan pernikahannya dan research ke banyak vendor.

Motivations

Aisyah ingin wedding services yang nyaman, berkonsep islami, wedding consultantnya wanita, serta kantornya nyaman dan bersih.

Concerns

1. Ribet ngga ya?
2. Wedding consultantnya ramah dan sabar ngga ya?
3. Bisa memenuhi keinginan busana klien ngga ya?
4. Mahal ngga ya?

Challenges

1. Katalognya tanya via Whatsapp.
2. Tidak ada website.

Goals

1. Berhasil mendapat info harga dan model busana.
2. Nyaman dengan wedding consultantnya.
3. Berhasil mendapat paket pernikahan yang sesuai budget dan keinginan.

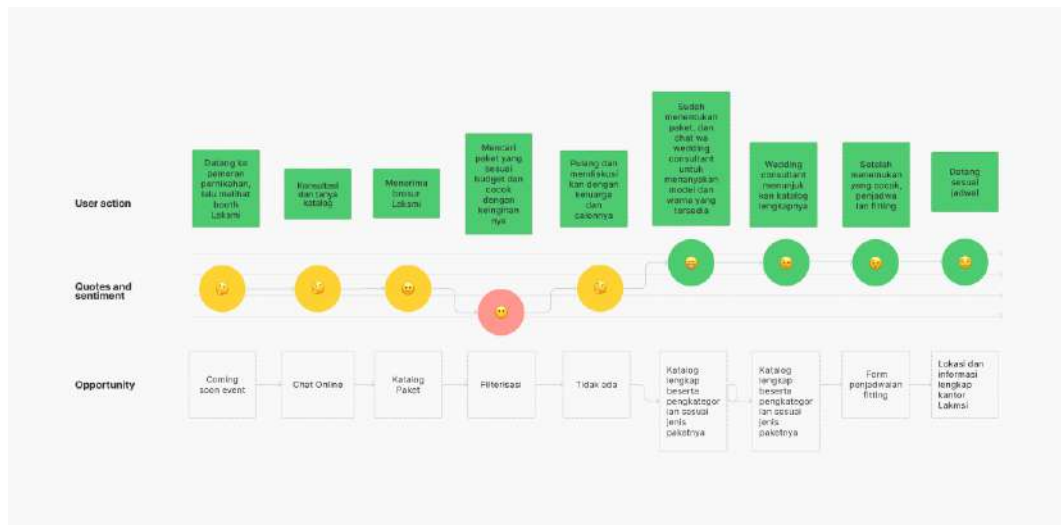
Scenario

Aisyah ingin mempersiapkan pernikahannya sebaik mungkin dengan tema islami dan berwarna soft pastel. Karena ia adalah seorang karyawan yang memiliki banyak deadline, maka ia tidak memiliki banyak waktu untuk mengurus pernikahannya. Budget yang disiapkan untuk paket pernikahan adalah 20 - 25 juta.

Gambar 4.2 User Persona

4.1.4 User Journey Map

User journey map merupakan peta yang menggambarkan perjalanan pengguna sebelum adanya produk digital yang bertujuan untuk mendemonstrasikan kemungkinan cara pengguna berinteraksi dengan produk yang akan dibangun, sehingga muncul *opportunities* atau solusi dari masalah pengguna. Alur perjalanan pengguna pada bagian *user action* merupakan hasil *brainstorming* dengan Bapak Heru selaku *Human Resource Development (HRD)* Laksmi Muslimah Surabaya. *User action* dimulai dari calon klien mengunjungi pameran pernikahan dan menemukan *booth* Laksmi Muslimah hingga klien dijadwalkan untuk *fitting* busana. Dari alur tersebut muncul solusi yang diimplementasikan ke dalam *prototype*. Gambar 4.3 merupakan gambaran *user journey map*.



Gambar 4.3 User Journey Map

4.1.5 MoSCoW

Dalam penelitian ini dibutuhkan penentuan prioritas paket pernikahan untuk membantu klien dalam menentukan paket pernikahan yang sesuai dengan *budget* dan keinginannya. Metode yang digunakan untuk penentuan prioritas tersebut adalah *MoSCoW*. Metode ini memiliki empat kategori, yaitu *must have*, *should have*, *could have*, dan *won't have*. Dari pengkategorian di bawah ini dapat terjadi perubahan atau perbedaan, disesuaikan oleh *budget* dan keinginan masing-masing calon pengantin. Hasil prioritas *MoSCoW* ini merupakan hasil diskusi dan brainstorming bersama dengan *Human Resource Development (HRD) Laksmi Muslimah*. Hasil dari prioritas *MoSCoW*, diimplementasikan ke *prototype* halaman *dashboard* dan fitur filterisasi. Tabel 4.1 berikut merupakan hasil dari metode *MoSCoW*.

Tabel 4.1 Hasil Penentuan Prioritas *MoSCoW*

| No. | Kategori | Paket Pernikahan |
|-----|------------------|---|
| 1. | <i>Must Have</i> | <ul style="list-style-type: none"> a. Seluruh paket dan/atau busan sewa-<i>ready</i> yang terbaru. b. Seluruh paket dan/atau busana sewa-<i>ready</i> PLATINUM. c. Seluruh paket dan/atau busana sewa-<i>ready</i> GOLD. |

| No. | Kategori | Paket Pernikahan |
|-----|--------------------|--|
| | | d. <i>Wedding Package.</i> |
| 2. | <i>Should Have</i> | a. Seluruh paket dan/atau busana sewa perdana. |
| 3. | <i>Could Have</i> | a. Busana hak milik. |
| 4. | <i>Won't Have</i> | - |

Untuk melengkapi penelitian dilakukan pengumpulan data persewaan busana Laksmi Muslimah yang bertujuan untuk mengetahui preferensi klien dalam memilih paket atau jenis busana. Dari preferensi tersebut akan menghasilkan tabel penentuan prioritas dari sudut pandang klien. Berdasarkan data yang diambil dari Laksmi Muslimah pada periode bulan September hingga Desember, disimpulkan bahwa busana yang paling banyak disewa adalah busana sewa *ready* khususnya kategori *gold* dengan persentase 51% dilanjutkan dengan kategori *platinum* dan terbaru dengan persentase 33%%, dan kategori *silver* dengan persentase 16%. Tabel 4.2 merupakan hasil penentuan prioritas *MoSCoW* dari sudut pandang klien. Sedangkan dalam periode tersebut untuk busana sewa perdana persentasenya hanya sebesar 1% di bulan November dan 0% untuk busana hak milik. Data persewaan dapat dilihat pada lampiran 5.

Tabel 4.2 Hasil Penentuan Prioritas *MoSCoW* Klien

| No. | Kategori | Paket Pernikahan |
|-----|--------------------|--|
| 1. | <i>Must Have</i> | a. Seluruh paket dan/atau busan sewa- <i>ready GOLD.</i> b. Seluruh paket dan/atau busana sewa- <i>ready PLATINUM</i> dan terbaru. c. Seluruh paket dan/atau busana sewa- <i>ready SILVER.</i> |
| 2. | <i>Should Have</i> | a. Seluruh paket dan/atau busana sewa perdana. |
| 3. | <i>Could Have</i> | - |
| 4. | <i>Won't Have</i> | - |

Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penentuan prioritas sudut pandang Laksmi Muslimah dan sudut pandang klien memiliki kecocokan. Dibuktikan pada pengkategorian paket pernikahan antara kedua sudut pandang memiliki persamaan yang membedakan adalah pada urutannya prioritas antara kategori *platinum* dan terbaru dengan kategori *gold*.

4.2 Tahap Pengembangan

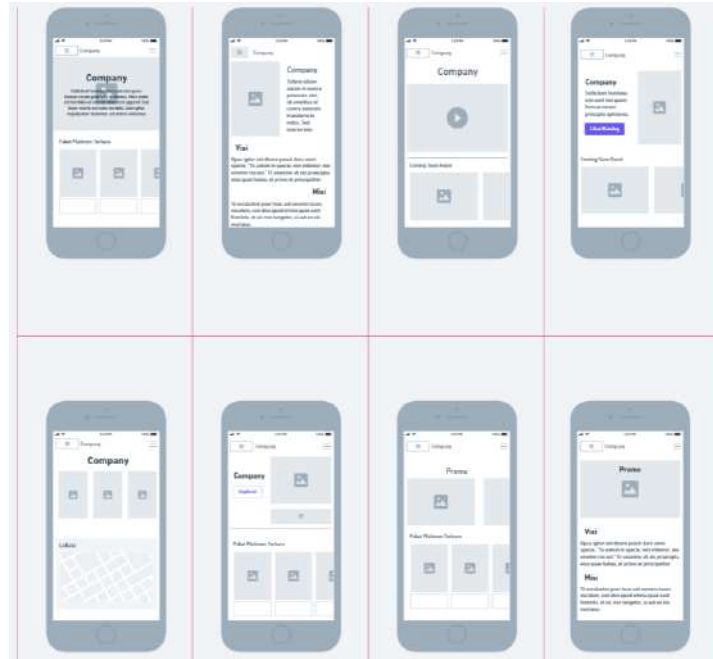
Pada tahap pengembangan dilakukan pengumpulan ide untuk merancang UI/UX *e-commerce* Laksmi Muslimah. Proses yang dilakukan adalah menyusun *crazy 8* dari halaman *dashboard*, katalog, dan detail produk. Proses selanjutnya adalah menyusun *crazy 8*, *flowchart*, *wireframe*, dan *wireflow*. Setelah keempat proses tersebut maka akan masuk ke penyusunan *prototype*. Sehingga dalam merancang *prototype* dapat dilakukan dengan cepat karena sudah memiliki pedoman ide dan desain.

4.2.1 Crazy 8

Proses penyusunan *crazy 8* dilakukan dengan menggunakan *platform* Whimsical karena pada *platform* tersebut sudah dilengkapi dengan *text*, *image*, *rectangle*, *button*, dan elemen lainnya yang dapat digunakan dengan hanya *drag and drop* saja. *Crazy 8* yang dilakukan fokus kepada tiga halaman, yaitu halaman *dashboard*, halaman produk, dan halaman detail produk dengan masing-masing halamannya terdiri dari 8 alternatif desain. Ketiga halaman tersebut dipilih karena memiliki referensi desain atau alternatif desain paling banyak, sehingga dengan pembuatan sketsa *crazy 8* dapat membantu mengerucutkan alternatif desain dan memudahkan dalam penentuan desain.

A. Crazy 8 Halaman Dashboard

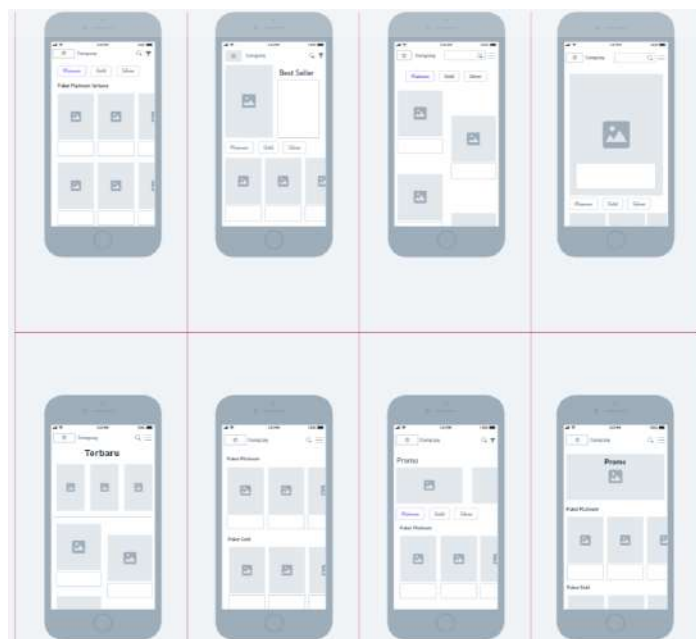
Pada gambar 4.4 merupakan hasil sketsa *crazy 8* dari halaman *dashboard* yang di dalamnya terdapat *banner* produknya dan informasi singkat terkait Laksmi Muslimah. Halaman ini merupakan halaman awal setelah *login* yang akan dilihat oleh pengguna. Dibutuhkan *layout* yang rapi dan menarik agar pengguna nyaman ketika berinteraksi dengan *prototype*.



Gambar 4.4 *Crazy 8* Halaman Dashboard

B. *Crazy 8* Halaman Katalog

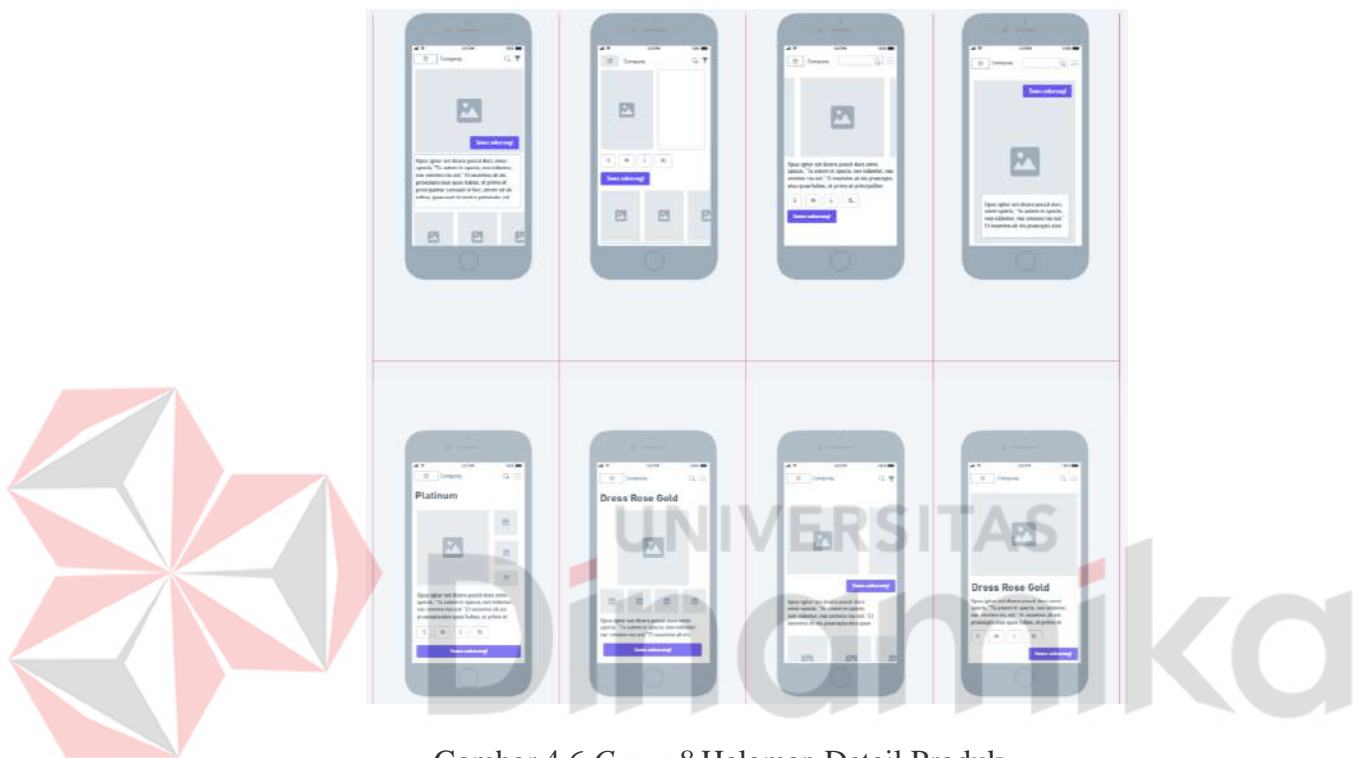
Pada gambar 4.5 merupakan hasil sketsa *crazy 8* dari halaman katalog yang di dalamnya terdapat kategori harga, katalog busana, *search bar*, filterisasi dan rekomendasi produk.



Gambar 4.5 *Crazy 8* Halaman Katalog

C. *Crazy 8* Halaman Detail Produk

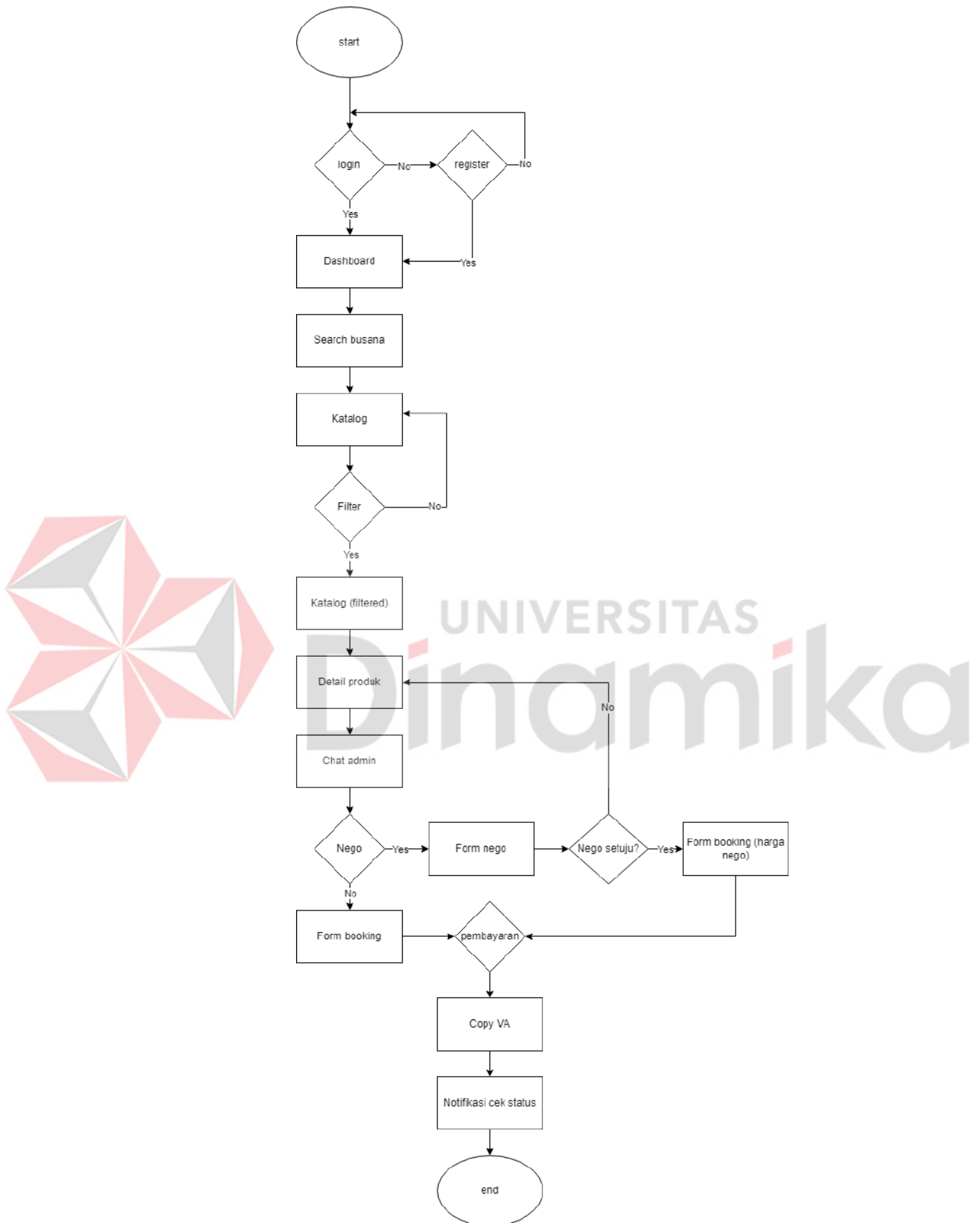
Pada gambar 4.6 merupakan hasil sketsa *crazy 8* dari halaman detail produk yang di dalamnya terdapat foto busana, nama busana, harga busana, *review*, deskripsi, dan ukuran busana.



Gambar 4.6 *Crazy 8* Halaman Detail Produk

4.2.2 *Flowchart*

Penyusunan *flowchart* dilakukan dengan menggunakan platform *draw.io*. *Flowchart* ini bertujuan untuk memudahkan perancangan *prototype*, sehingga alur transaksi dapat terbaca dengan mudah. Khususnya pada bisnis persewaan pasti membutuhkan negoisasi. Pada *website e-commerce* Laksmi Muslimah akses nego akan diberikan pada halaman chat ke admin. Admin akan memberikan akses berupa tombol nego yang akan mengarahkan pengguna ke halaman form nego untuk memasukkan nominal yang ingin diajukan. Selanjutnya apabila nego disetujui maka pengguna dapat melanjutkan untuk mengisi form *booking* dengan total harga yang telah disetujui. Namun, jika negoisasi ditolak maka akan kembali ke halaman detail produk. Gambar 4.7 merupakan *flowchart website* Laksmi Muslimah.



Gambar 4.7 Flowchart Website Laksmi Muslimah

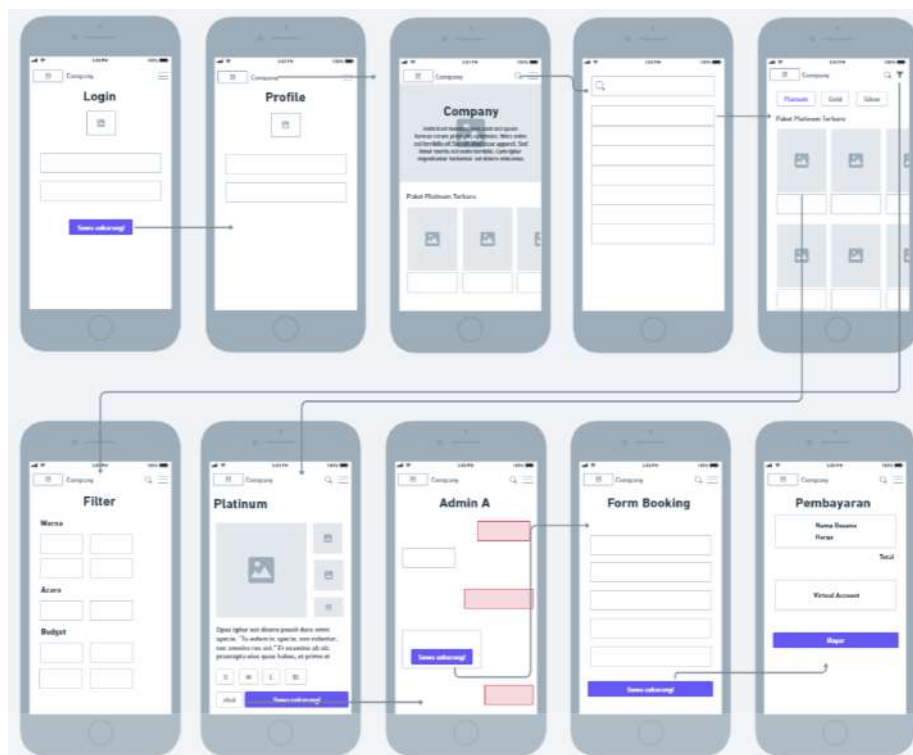
4.2.3 Wireframe dan Wireflow

Kedua proses ini dilakukan pada platform Whimsical. Tujuannya untuk memberikan alur beserta gambaran UI dari e-commerce Laksmi Muslimah. Setelah melakukan *crazy 8* maka tahapan selanjutnya untuk memilih alternatif desain mana yang akan digunakan adalah dengan cara *brainstorming* dengan pihak Laksmi Muslimah. Pada gambar 4.8 merupakan sketsa *wireframe* dari e-commerce Laksmi Muslimah yang terdiri dari *login*, *profile*, *dashboard*, *search bar*, katalog, filter, detail produk, *chat admin*, form *booking*, dan pembayaran.



Gambar 4.8 Wireframe

Selanjutnya pada gambar 4.9 merupakan alur dari sketsa *wireframe* yang telah dibuat sebelumnya. Tujuan pembuatan *wireflow* ini adalah untuk memudahkan dalam penyusunan *prototype*. Desainnya masih sama dengan *wireframe*, yang membedakan adalah pada *wireflow* memiliki alur yang divisualisasikan dengan anak panah yang berfungsi sebagai *guide*. Pembuatan *wireflow* juga menggunakan *platform* Whimsical.



Gambar 4.9 Wireflow

4.2.4 Prototype

Setelah pembuatan *wireframe* selanjutnya adalah penyusunan *prototype*. Proses penyusunan *prototype* dilakukan pada *platform* Figma. Dengan ukuran *frame* yang digunakan adalah 360 x 800 *pixels*. *Prototype* dirancang sebagai gambaran dari aplikasi, sehingga dapat dirasakan kebermanfaatan UI dan UX nya. Desain *prototype* yang telah dirancang tersebut menyesuaikan target penggunanya, dimana target penggunanya memiliki rentang usia 22-28 tahun yang mengutamakan efisiensi dalam menggunakan sebuah website. Dapat disimpulkan bahwa desain yang cocok untuk rentang usia tersebut adalah desain yang *clean*, rapi, dan mengutamakan keefektifan. Sehingga akan berpengaruh kepada komponen dan interaksi *prototype* yang digunakan dalam *prototype high fidelity*. *Prototype* lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3.

A. Prototype Dashboard

Pada gambar 4.10 merupakan hasil *prototyoe high fidelity* dari halaman *dashboard*. Di halaman ini akan ditampilkan banner promo dan/atau event Laksmi Muslimah dan rekomendasi produk terbaru. Tujuan dari adanya

komponen promo dan rekomendasi produk adalah untuk menarik calon klien dan meningkatkan *brand awareness*.



Gambar 4.10 *Prototype Dashboard*

B. *Prototype Katalog*

Pada gambar 4.11 merupakan *prototype* dari halaman katalog. Pada halaman katalog terdapat jenis bajunya berdasarkan kebutuhan acara (akad atau resepsi) dan kategori baju (*platinum*, *gold*, dan *silver*). Tujuan dari adanya *header* jenis baju (akad atau resepsi) adalah untuk memudahkan pengguna dalam mengingat apa yang sedang tampil pada halaman tersebut (*knowledge in the world*). Lalu saat pertama kali pengguna memilih halaman katalog maka akan muncul paket atau busana berdasarkan hasil penentuan prioritas dengan menggunakan *MoSCoW*. Dalam contoh *prototype* ini merupakan halaman katalog resepsi sehingga yang muncul adalah paket *platinum* untuk busana resepsi.



Gambar 4.11 *Prototype* Katalog

C. *Prototype* Detail Produk

Pada gambar 4.12 merupakan *prototype* dari halaman detail produk. Pada halaman ini berisi detail busana, nama busana, harga, ukuran beserta *size guide*, deskripsi, dan ulasan. Dari halaman ini juga pengguna dapat menggunakan fitur *chat* admin untuk bertanya. Pada bagian kanan nama busana terdapat warna dasar busana yang bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam mengetahui warna asli busana, karena beberapa warna pada foto tidak terlihat seperti warna busana yang sebenarnya.



Gambar 4.12 *Prototype* Detail Produk

D. *Prototype* Filterisasi

Dalam sebuah *e-commerce*, fitur filter merupakan salah satu hal yang penting. Tujuannya agar pengguna dapat menemukan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Gambar 4.13 merupakan *prototype* dari halaman filter, yang berisi filterisasi berdasarkan warna, acara, dan *budget*.



Gambar 4.13 *Prototype* Filterisasi

E. *Prototype* Chat Admin

Pada gambar 4.14 merupakan *prototype chat* admin yang bertugas sebagai konsultan dari pelanggan, sehingga pengguna dapat menanyakan hal-hal yang masih kurang dimengerti. Apabila pengguna ingin melakukan negoisasi, admin akan memberikan aksesnya dan akan membawa pengguna ke halaman negoisasi.



Gambar 4.14 *Prototype Chat Admin*

F. *Prototype Formulir Booking*

Halaman formulir booking busana ini merupakan salah satu halaman penting dalam sebuah bisnis persewaan. Pada halaman ini pengguna akan mengisi biodata lengkap serta tanggal persewaannya. Gambar 4.15 merupakan *prototype formulir booking busana*.

Gambar 4.15 *Prototype Formulir Booking*

G. *Prototype* Pembayaran

Pada gambar 4.16 merupakan *prototype* halaman pembayaran. Pada halaman ini berisi nama busana yang disewa, total pembayaran *down payment* (DP), kode *virtual account*, dan *button countdown* untuk transfernya.



Gambar 4.16 *Prototype* Pembayaran

4.3 Tahap Akhir

Pada tahap ini merupakan tahap untuk melakukan proses pengujian *prototype* yang telah dirancang pada tahap sebelumnya. Tujuannya adalah untuk memvalidasi dan mengetahui kendala yang dialami calon pengguna ketika berinteraksi dengan *prototype website e-commerce* Laksmi Muslimah.

4.3.1 *Testing*

Tahap *testing* bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap *prototype* yang telah dibuat. Pengujian yang dilakukan menggunakan metode *Usability Testing* (UT), dengan menggunakan *platform* Maze. *Platform* ini dapat memudahkan proses pengujian karena dapat menguji *prototype* serta menanyakan ulasan kepada tester. Maze merupakan *platform freemium*, dimana tidak semua akses pada *platform* tersebut disediakan secara gratis. Untuk pengguna gratis hanya dapat membuat total 10 *screen*, yang terdiri dari 1 *context screen*, 3 *prototype test*, 4 *open question*, 2

opinion scale. Oleh karena itu dilakukan *prototype test* pada 3 fitur, yaitu fitur katalog, detail produk, dan formulir *booking*.

Target respondennya adalah pria dan wanita dengan rentang usia 22-28 tahun yang sedang merencanakan pernikahan dan/atau sedang membutuhkan gaun untuk acara lain (wisuda, lamaran, dan lain sebagainya).

Berdasarkan hasil *prototype* yang telah dilakukan, selanjutnya adalah melakukan pengujian untuk mengetahui apa saja kendala pengguna dan apa yang perlu diperbaiki dari *prototype website* Laksmi Muslimah. *Output* dari tahap pengujian ini berupa *key insight*. *Key insight* merupakan pemahaman kunci untuk membantu meringkas dan mengkomunikasikan penelitian atau temuan. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa pengguna dapat dengan mudah menggunakan *website* Laksmi Muslimah dibuktikan dengan rata-rata sukses responden melakukan *task 1* (mencari fitur katalog) dengan total responden 28 adalah 67.9%. Selanjutnya untuk rata-rata sukses *task 2* (mencari informasi ukuran dan ulasan) dengan total responden 25 adalah 84%. Sedangkan untuk rata-rata sukses *task 3* (sewa busana dan cek status notifikasi) dengan total responden 24 adalah 66.7%. Tabel 4.3 merupakan *report* dari ketiga *task*.

Tabel 4.3 *Report Testing*

| No. | Aspek | <i>Task 1</i> | <i>Task 2</i> | <i>Task 3</i> |
|-----|---------------------------|---------------|---------------|---------------|
| 1. | Rata-rata kesuksesan (%) | 67.9% | 84% | 66.7% |
| 2. | Rata-rata durasi (s) | 12.5 s | 6.8 s | 23.1 s |
| 3. | <i>Missclick rate</i> (%) | 21.4% | 19.3% | 46.5% |
| 4. | Rata-rata kepuasan | | 96% | |

Key insight yang dihasilkan pada pengujian *prototype website* Laksmi Muslimah dapat disimpulkan berdasarkan 5 aspek *Usability Testing* menurut Jacob Nielsen, yaitu:

1. *Learnability* (tingkat kemudahan *user* menyelesaikan *task* dasar ketika pertama kali melihat *prototype*). Dapat dilihat dari hasil rata-rata kesuksesan pengguna ketika melakukan *task* di Maze.
2. *Efficiency* (seberapa cepat *user* dapat menyelesaikan *task* yang ada untuk pertama kali). Dapat dilihat pada rata-rata durasi pengerjaan *task* oleh pengguna pada Maze.

3. *Memorability* (tingkat kemudahan pengguna dalam mengingat *prototype*). Dapat dilihat bagaimana respon dan saran pengguna.
4. *Errors* (kemungkinan terjadinya *error* yang dilakukan oleh pengguna). Dapat dilihat berdasarkan *misclick rate* atau kesalahan klik pada *task* Maze. *Task 3* memiliki *misclick rate* paling tinggi karena kesalahan pada *prototype*.
5. *Satisfaction* (tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan *prototype*). Dilihat berdasarkan hasil nilai *rating* yang diberikan oleh pengguna. Disimpulkan bahwa 96% responden merasa sangat mudah ketika mengoperasikan *prototype* tersebut.

Selama proses *testing* responden akan ditanyakan kendala dan saran yang dapat dilakukan untuk *prototype website e-commerce* Laksmi Muslimah. Maze juga mampu mendeteksi *screen* yang perlu perbaikan, dapat dilihat pada lampiran 4. Berikut ini merupakan saran yang disampaikan responden mengenai tampilan dan interaksi *prototype*. Gambar 4.17 berikut merupakan *feedback* dari responden.



Gambar 4.17 *Feedback* Saran Responden

Berdasarkan hasil *testing* dengan menggunakan *platform* Maze.co kesimpulannya adalah dengan adanya *prototype website e-commerce* Laksmi Muslimah dapat mengefisiensi waktu. Dibuktikan dengan jumlah rata-rata durasi mulai dari mencari fitur katalog hingga berhasil melakukan pembayaran serta cek status adalah 42.4 detik. Sedangkan jika masih dilakukan secara manual yaitu konsultasi *by one* dengan admin, tentu akan menghabiskan waktu lebih dari durasi dengan *prototype* karena adanya 2 faktor yaitu *delay* waktu balas baik dari admin maupun klien, bisa jadi admin yang tertunda karena *chat whatsapp* sedang ramai

atau sisi klien yang memiliki kesibukan. Faktor kedua adalah adanya keterbatasan dengan jam kerja, diluar jam kerja admin tidak akan membalas *chat* klien.

Sehingga dengan adanya *prototype website* Laksmi Muslimah dapat menjawab permasalahan yang ada yaitu mengenai efisiensi waktu serta membantu klien dalam melihat dan memilih paket dan/atau busana yang sesuai keinginannya.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Tugas Akhir yang telah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan adanya *website e-commerce* Laksmi Muslimah tersebut dapat membantu calon klien untuk memilih busana dan/atau paket yang sesuai dengan kebutuhan serta dapat mengefisiensi waktu.
2. *Report* tahapan *testing* menghasilkan 96% responden merasa mudah dan puas dalam mengoperasikan *prototype website e-commerce* Laksmi Muslimah.
3. Metode *design thinking* merupakan metode yang cocok digunakan karena bersifat *agile*, sehingga dapat mendorong inovasi serta memaksimalkan kinerja.

5.2 Saran

Berdasarkan UI/UX yang telah dirancang maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan *prototype* ini dapat diimplementasikan dengan baik dan menambahkan hasil metode prioritas *MoSCoW* kedalam sistemnya.
2. Menambahkan informasi *rating* mengenai kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Laksmi Muslimah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F., Pambudi, A., & Sinaga, D. (n.d.). Pengembangan Sistem Ta'aruf Online Pada Ta'aruf Online Indonesia Menggunakan Metode Moscow. In *Jurnal Informatika Upgris* (Vol. 6, Issue 2).
- Andrian, R., Sekar Putri, A., Wiryandhani, F., & Nopriska, N. I. (n.d.). INTEGRATED (Information Technology and Vocational Education) Pengembangan Website E-Commerce Khusus Untuk Penyedia Jasa Penjualan Hampers Dengan Metode Design Thinking. *Oktober*, 3(2), 41–45. <https://miro.com/app>
- Averushyd Juliansyah, I., & Paputungan, I. v. (n.d.). *Perancangan User Experience Pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking*.
- Fajrur Rahman Suprpto. (2020). Sistem Informasi Penjualan dan Pelelangan Berbasis Web pada Toko Ricardo Corner MLG Menggunakan Metode Personal Extreme Programming (PXP). *Jurnal Repositor*, 2.
- Haryuda Putra, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan Ui/Ux Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company. In *Rifqi Fahrudin Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan* (Vol. 8, Issue 1).
- Humaira' Bintu Bekti. (2015). *Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS dan JQuery*. Andi.
- ISO/TC, T. C. (2019). *Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems*.
- Marthasari, G. I., & Hayatin, N. (2020). *Evaluasi Heuristik Website Berbasis Framework Sirius Dengan Pengaturan Prioritas Menggunakan Teknik Moscow*. 7(2), 267–274. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202071662>
- S. Nasution. (2014). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Sena Lastiansah. (2012). *Pengertian User Interface*. PT. Elex Media Komputindo.
- Soetam Rizky. (2011). *Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak*. Prestasi Pustakaraya.

Widyastuti, H., & Prastitya, T. A. (2020). Preferensi Konsumen Pengguna E-Commerce yang Memengaruhi Kesadaran akan Perlindungan Konsumen pada Generasi X. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 10(1), 10–19. <https://doi.org/10.21456/vol10iss1pp10-19>



UNIVERSITAS
Dinamika