



PERANCANGAN DESAIN ANTARMUKA PADA *WEBSITE SALES*

PT.PANAL KREASI NUSANTARA

KERJA PRAKTIK



Oleh :

REYNALDA VONNA SYALWA

20.41010.0006

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

**PERANCANGAN DESAIN ANTARMUKA PADA *WEBSITE SALES*
PT.PANAL KREASI NUSANTARA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian Tahap Akhir
Program Strata Satu(S1)



Disusun Oleh :

Nama : Reynalda Vonna Syalwa
Nim : 20410100006
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Sistem Informasi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

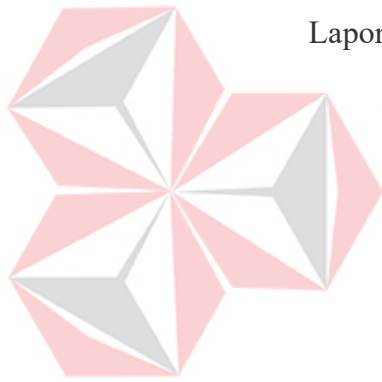
2023



Tekad Yang Kuat Tidak Akan

Mengkhianati Hasil

UNIVERSITAS
Dinamika



Laporan Kerja Praktik Saya persembahkan sepenuh hati dan saya

dedikasikan untuk keluarga saya, dosen pembimbing,

Teman – teman tercinta.

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN ANTARMUKA PADA *WEBSITE SALES*

PT.PANAL KREASI NUSANTARA

Laporan Kerja Praktik oleh

Reynalda Vonna Syalwa

NIM : 20410100006

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 1 Juli 2023



Pembimbing

2023.07.06

07:47:38

+07'00'

Erwin Sutomo, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0722057501

Disetujui :

Penyelia



Digitally signed
by jilantio
Date:
2023.07.06
11:59:31 +0700

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi

Dr. Anjil Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN.0731057301

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Reynalda Vonna Syalwa**

NIM : **20410100006**

Program Studi : **S1 Sistem Informasi**

Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**

Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**

Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN ANTARMUKA PADA WEBSITE SALES PT PANAL KREASI NUSANTARA**

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 Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas 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 diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi 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 sebenar-benarnya.

Surabaya, 1 Juli 2023



Reynalda Vonna Syalwa
NIM : 20410100006

ABSTRAK

Zaman terus mengalami perubahan, hal ini berpengaruh terhadap para pebisnis atau UMKM dalam memasarkan produk atau jasa. Apalagi untuk media promosi teknologi saat ini menjadi sarana yang paling efektif dalam memasarkan produk dan jasa. Dunia yang mengalami perubahan membutuhkan tenaga profesional untuk mengatasi dan mengikuti perubahan.

PT.Panal Kreasi Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *digital marketing* menawarkan 4 kategori jasa *sales digital marketing* yaitu bagian *marketplace*, sosial media, *facebook marketplace*, dominasi *google*.

Pada saat ini PT.Panal Kreasi Nusantara sedang mengembangkan proyek *website sales* mempunyai masalah yakni belum memiliki sumber daya manusia yang mampu dalam merancang *UI/UX website sales*.

Solusi yang dapat ditawarkan yaitu membuat sebuah perancangan desain antarmuka pada *website sales* pada PT.Panal Kreasi Nusantara dengan harapannya desain dapat mudah dimengerti pengguna dan mudah dalam penggunaannya. Berdasarkan hasil *UT(Usability Testing)* kepada para pengguna dengan jumlah 35 (tiga puluh) responden, berdasarkan hasil validasi menggunakan *Usability Testing* rata-rata kesuksesan responden menuju ke halaman kategori yakni sebesar 94%. Pada login dan registrasi rata-rata kesuksesan responden dalam menjalankan *task* sebesar 88.6%. Pada pembayaran rata-rata kesuksesan sebesar 100% berdasarkan hasil *testing* desain *user interface* sudah sesuai kebutuhan dan pengguna.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Website, Sales, UI/UX, Design Sprint.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya yang telah diturunkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul Perancangan Desain Antarmuka Pada *Website Sales* PT.Panal Kreasi Nusantara.

Dalam usaha menyelesaikan penulisan Laporan Kerja Praktik ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu baik moral maupun materi, terutama kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini.
2. Mama dan papa yang terkasih, yang telah memberikan dorongan moral maupun materi sehingga penulis dapat menempuh dan menyelesaikan Kerja Praktik dan Laporan ini.
3. Kepada bapak Erwin Sutomo, S.Kom., M.Eng. selaku dosen pembimbing.
Terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan dan kesempatannya serta tuntutan baik secara lisan maupun tertulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Kerja Praktik dan Laporan ini.
4. Kepada Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan Kerja Praktik.
5. Kepada Bapak Deka Bagus Candra selaku penyelia dan manager PT.Panal Kreasi Nusantara yang sudah memberikan tempat dan kesempatan bagi penulis untuk melakukan kerja praktik.

6. Teman-teman tercinta yang memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan laporan ini.
7. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan laporan kerja praktik ini, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis berharap, laporan ini dapat berguna dan bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembacanya. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang dapat memperbaiki kekurangan dan berusaha lebih baik lagi pada karya ilmiah selanjutnya.

Surabaya, 21 Juli 2023



Penulis



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Latar Belakang Perusahaan	4
2.2 Identitas Perusahaan.....	5
2.3 Visi Dan Misi Perusahaan.....	5
2.4 Struktur Organisasi.....	6
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1 <i>Digital Marketing</i>	8
3.2 <i>User Interface (UI)</i>	12
3.3 <i>User Experience (UX)</i>	13

3.4 <i>Design Sprint</i>	14
BAB IV DESKRIPSI KERJA PRAKTIK.....	18
4.1 <i>Mapping</i>	18
4.2 <i>Sketching</i>	20
4.3 <i>Decide</i>	27
4.4 <i>Prototype</i>	28
4.5 <i>Validate</i>	43
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	50



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Kelebihan <i>Digital Marketing</i>	8
Tabel 3.2 Jenis <i>digital marketing</i>	9
Tabel 3.3 Prinsip Dalam Perancangan <i>User Interface</i>	12
Tabel 3.4 Proses Perancangan <i>User Experience</i>	14



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo PT. Panal Kreasi Nusantara.....	4
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Panal Kreasi Nusantara.....	6
Gambar 3.1 <i>Design Sprint</i>	15
Gambar 4.1 <i>User Persona</i>	19
Gambar 4.2 Hasil <i>Brainstorming</i>	20
Gambar 4.3 <i>Crazy 8</i> Halaman <i>Landing Page</i>	21
Gambar 4.4 <i>Crazy 8</i> Halaman Kategori Jasa <i>Digital Marketing</i>	22
Gambar 4.5 <i>Crazy 8</i> Halaman Registrasi	23
Gambar 4.6 <i>Crazy 8</i> halaman login.....	24
Gambar 4.7 <i>Crazy 8</i> Halaman Awal Pembayaran.....	25
Gambar 4.8 <i>Crazy 8</i> Halaman Detail Pembayaran.....	26
Gambar 4.9 <i>Storyboard</i>	27
Gambar 4.10 <i>Wireframe</i>	28
Gambar 4.11 Halaman Beranda	29
Gambar 4.12 halaman Kategori <i>Digital Marketing</i>	30
Gambar 4.13 Halaman Jasa Dominasi <i>Google</i>	31
Gambar 4.14 Halaman Jasa Pengelola Sosial Media	32
Gambar 4.15 Halaman Jasa Optimasi <i>Marketplace</i>	33
Gambar 4.16 Halaman Jasa <i>Facebook Marketplace</i>	34
Gambar 4.17 Halaman Awal Pembayaran	35
Gambar 4.18 Halaman Login	35
Gambar 4.19 Halaman Register	36

Gambar 4.20 Halaman Register <i>Google</i>	36
Gambar 4.21 Halaman Register <i>Facebook</i>	37
Gambar 4.22 Halaman Metode Pembayaran.....	37
Gambar 4.23 <i>Wireframe</i> Halaman Pembayaran Qris	38
Gambar 4.24 Halaman Pembayaran Dana.....	38
Gambar 4.25 Halaman Pembayaran Ovo	39
Gambar 4.26 Halaman Pembayaran BCA.....	39
Gambar 4.27 Halaman Upload Gambar Desktop.....	40
Gambar 4.28 Halaman Upload Gambar Google Drive	40
Gambar 4.29 Halaman Upload Mobile	41
Gambar 4.30 Gambar Pembayaran Mandiri.....	41
Gambar 4.31 Halaman Upload Gambar Desktop.....	42
Gambar 4.32 Halaman Upload Gambar Google Drive	42
Gambar 4.33 Halaman Upload Mobile	43
Gambar 4.34 halaman akhir pembayaran.....	43
Gambar 4.35 Hasil <i>UT</i> Halaman Kategori.	44
Gambar 4.36 Hasil <i>UT</i> Halaman Registrasi	45
Gambar 4.37 Hasil <i>UT</i> Halaman Login.....	45
Gambar 4.38 Hasil <i>UT</i> Halaman Pembayaran	46
Gambar 4.39 Hasil <i>UT</i> Halaman <i>Reporting</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Balasan PT.Panal Kreasi Nusantara	50
Lampiran 2. Form KP 5 Acuan Kerja	51
Lampiran 3. Form KP 5 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan)	52
Lampiran 4. Form KP 6 (Log Harian Acuan Kerja Selama 1 Bulan)	53
Lampiran 5. Form KP 7 (Kehadiran Kerja Praktik)	54
Lampiran 6. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing	55
Lampiran 7. Biodata Penulis	56



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era 4.0 teknologi semakin berkembang, seiring berjalannya waktu banyak kegiatan yang biasanya di kerjakan oleh manusia akhirnya bergantung kepada teknologi, dengan adanya teknologi banyak pekerjaan yang diselesaikan secara efisien, cepat, dan hasil yang lebih sempurna.

Dengan mengikuti perkembangan waktu yang terus mengalami perubahan, hal tersebut berpengaruh terhadap para pebisnis atau UMKM dalam memasarkan produk atau jasa. Terlebih untuk media promosi teknologi saat ini menjadi sarana yang paling efektif dalam memasarkan produk dan jasa dibandingkan dengan sebelum perkembangan teknologi.

PT.Panal Kreasi Nusantara merupakan instansi bergerak dibidang jasa pelatihan dan konsultasi *Digital Marketing*. *Digital marketing* adalah segala upaya untuk memasarkan produk atau jasa melalui media online. PT.Panal Kreasi Nusantara memiliki program pelatihan yang disusun agar dapat membantu UMKM maupun perusahaan dalam mengembangkan bisnis perusahaannya melalui *digital marketing*

Selain lembaga pelatihan PT.Panal Kreasi Nusantara membuka jasa *sales digital marketing* dimana jasa ini membantu UMKM dalam memasarkan produknya, menawarkan 4 kategori jasa *sales digital marketing* yaitu bagian *marketplace*, sosial media, *facebook marketplace*, *dominasi google*. Proyek yang dikerjakan oleh PT.Panal Kreasi Nusantara ini salah satunya yaitu membuat *website*

sales jasa digital marketing. *Website* ini membantu calon pelanggan dalam memilih dan melakukan pemesanan jasa *digital marketing* di PT.Panal Kreasi Nusantara. Dalam membuat sebuah *website* ada dua hal penting yang mendasar yaitu *User Interface* dan *User Experience*. *User Interface (UI)* mengacu pada sistem merupakan bentuk tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna. Sedangkan *User Experience (UX)* adalah pengalaman yang diciptakan oleh produk ketika pengguna menggunakan produk tersebut. Namun permasalahan yang terjadi dalam pengerjaan proyek adalah belum adanya pemesanan secara detail dan masih menggunakan *whatsapp*, menurut penjelasan pak Deka selaku manager PT.Panal Kreasi Nusantara menyatakan bahwa kurang efektifitas nya pemesanan melalui *whatsapp* dikarenakan pada metode pembayaran pihak panal kerepotan dengan mengirim form pembayaran satu persatu, lalu menggunakan *whatsapp* sangat sulit untuk mengetahui identitas calon pelanggan sehingga mempersulit pihak instansi untuk mengetahui lebih detail dari sang pelanggan lalu pada desain *website sales* ini masih belum ada page khusus untuk tiap kategori jasa *digital marketing* yang tersedia di PT.Panal Kreasi Nusantara.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan, penyelesaian masalah yang dapat diambil yaitu membuat tampilan desain *UI/UX website sales* pada PT.Panal Kreasi Nusantara membantu perusahaan dalam menganalisis perbaikan *website* nantinya. Dengan menggunakan metode *Design Sprint*. Metode ini dapat membantu mendapatkan tujuan yang jelas dengan mengeluarkan seluruh ide dan inspirasi secara komunikatif.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang disebutkan di bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang dapat didapatkan yaitu : bagaimana membuat desain *User Interface* pada *website sales* PT.Panal Kreasi Nusantara yang sesuai dengan kepentingan pengguna dengan menggunakan metode *design sprint*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah, maka pada saat Kerja Praktik terungkap beberapa Batasan masalah, antara lain :

1. Perancangan desain antarmuka untuk *website sales* PT.Panal Kreasi Nusantara.
2. Desain *UI/UX* yang dibangun menggunakan *tools Figma*.

1.4 Tujuan

Berdasarkan uraian rumusan masalah, tujuan kerja praktik adalah merancang dan mendesain *UI/UX* pada *website sales* menggunakan metode *design sprint* khususnya pada bagian pemilihan beberapa kategori jasa *sales digital marketing*, dan juga pada bagian detail pemesanan agar membantu perusahaan menganalisis perbaikan *website* nantinya.

1.5 Manfaat

Berikut manfaat dari pelaksanaan kerja praktik di PT.Panal Kreasi Nusantara yang penulis dapatkan adalah mengasah pengalaman di dunia kerja, dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas dari matakuliah kerja praktik.

Selanjutnya yaitu manfaat yang didapat perusahaan tempat penulis melaksanakan magang yaitu memperbaiki *UI/UX website sales* PT.Panal Kreasi Nusantara.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Latar Belakang Perusahaan

PT. Panal Kreasi Nusantara adalah instansi bekerja di bidang jasa *digital marketing*. memfasilitasi program pelatihan yang dapat meyakinkan usaha UMKM dalam meningkatkan *digital marketing*. Selain lembaga pelatihan PT.Panal Kreasi Nusantara juga membuka jasa *sales digital marketing* dimana jasa ini membantu UMKM dalam memasarkan produknya, menawarkan 4 kategori jasa *sales digital marketing* yaitu bagian *marketplace*, *sosial media*, *facebook marketplace*, dominasi *google*. Gambar 2.1 adalah gambar logo dari PT.Panal Kreasi Nusantara.



Gambar 2.1 Logo PT. Panal Kreasi Nusantara

PT.Panal Kreasi Nusantara berdiri sejak tahun 2018 dan mendapat legalitas pada tahun 2019 sudah beroperasi selama 5 tahun sampai dengan pada waktu saat ini.

2.2 Identitas Perusahaan

PT.Panal Kreasi Nusantara merupakan instansi yang bekerja di bidang jasa *digital marketing* memfasilitasi program pelatihan yang dapat membantu usaha UMKM dalam meningkatkan *digital marketing*. Berikut adalah identitas perusahaan PT. Panal Kreasi Nusantara.

Nama Instansi : PT. Panal Kreasi Nusantara
 Alamat : Perum, Jade Sidorejo Indah Blk. G No.12, Sidoarjo
 Telpon & Fax : 085853932935
 Contact Person : Bpk. Deka Bagus Candra | 085156775527
 Email : PanalKreasiNusantara@gmail.com
 Website : www.panal.co.id
 Hari Kerja : Senin s.d Jumat
 Jam Kerja : 09:00 – 16:30 WIB



UNIVERSITAS
Dinamika

2.3 Visi Dan Misi Perusahaan

PT. Panal Kreasi Nusantara memiliki visi untuk ikut serta meningkatkan perekonomian Indonesia dengan objek utama *digital marketing*, Dan menjadi lembaga pelatihan dan konsultan *digital marketing* terpercaya. Misi dari PT. Panal Kreasi Nusantara adalah sebagai berikut.

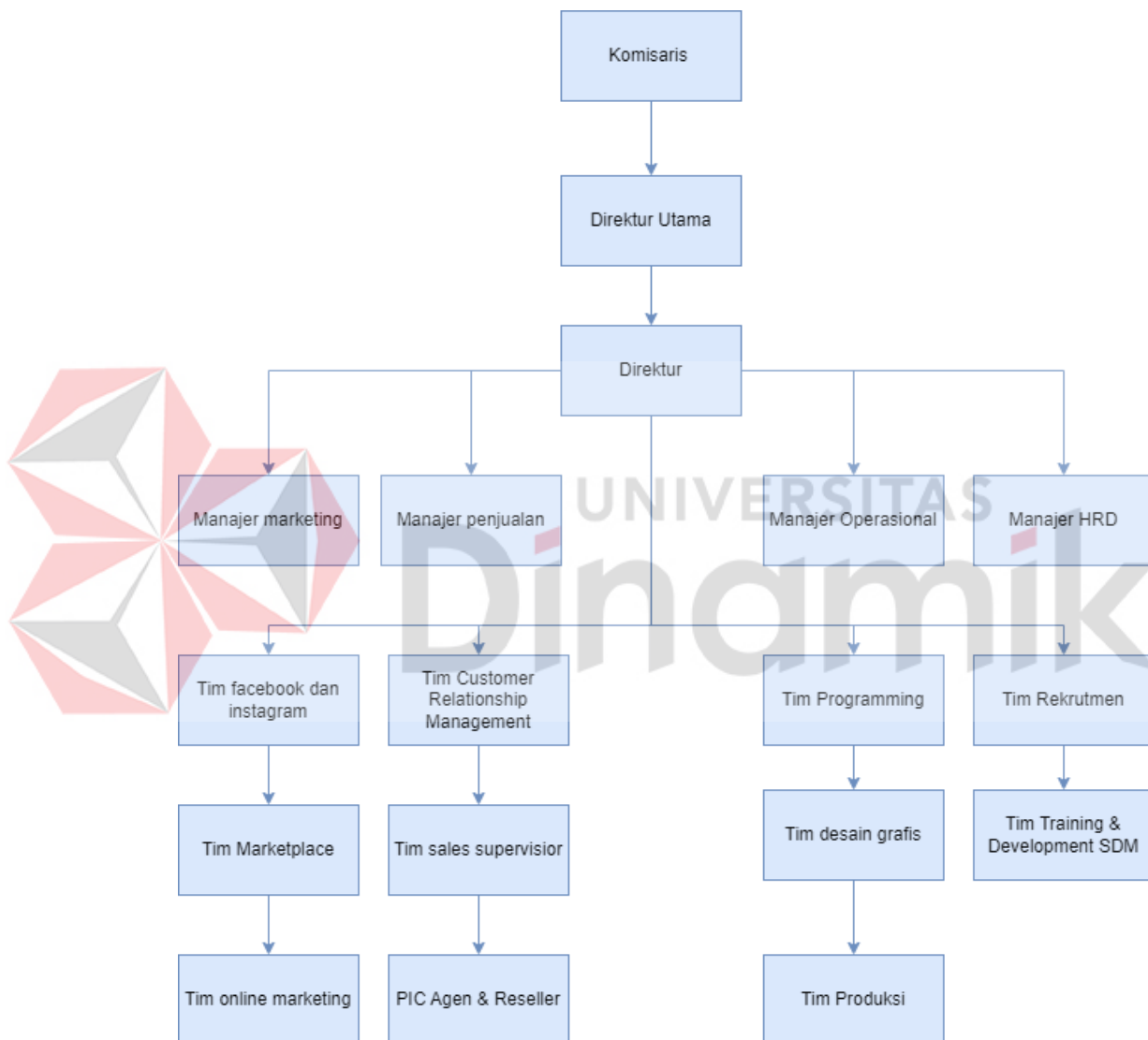
1. Melaksanakan berbagai acara pelatihan yang bersangkutan *digital marketing*.
2. Melakukan kolaborasi dengan perusahaan lain untuk mengadakan berbagai program pengembang umkm dengan *digital marketing*.
3. Mengadakan layanan jasa *digital marketing* untuk pebisnis UMKM.

2.4 Struktur Organisasi

Sebuah instansi pastinya mempunyai bagan hirarki struktur organisasi..

PT.Panal Kreasi Nusantara di ketuai oleh bapak Bahrul Habiby selaku CEO

PT.Panal Kreasi Nusantara, berikut struktur organisasi PT.Panal Kreasi Nusantara.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Panal Kreasi Nusantara

(PT.Panal Kreasi Nusantara, 2023)

Berikut merupakan tugas pokok dan fungsi pada setiap bagian -bagian yang ada pada PT. Panal Kreasi Nusantara, yaitu dapat dilihat sebagai penjelasan berikut:

1. Komisaris
 - a. Memonitoring kinerja direksi.
 - b. Memperhatikan serta memberi nasehat kepada Direksi dalam menjalankan seluruh kegiatan PT.Panal Kreasi Nusantara.
2. Direktur Utama
 - a. Memonitoring serta memimpin manajemen PT. Panal Kreasi Nusantara.
 - b. Memastikan seluruh kegiatan usaha berjalan sesuai dengan visi dan misi PT.Panal Kreasi Nusantara.
3. *Marketing*
 - a. Bertugas dalam memasarkan produk jasa yang ada di PT. Panal Kreasi Nusantara.
4. Operasional
 - a. Meningkatkan kinerja PT. Panal Kreasi Nusantara.
 - b. Memanajemen risiko agar dapat diminimalisir.
5. *Human Resources Management (HRD)*
 - a. Bertugas dalam mengelola dan memonitoring segala aspek tentang kesejahteraan pegawai.
 - b. Bertugas dalam mengelola rekrutmen calon pegawai baru.
6. Tim *digital marketing* (optimasi media sosial,*marketplace,google*)
 - a. Melaksanakan pekerjaan sesuai dengan bidang masing-masing.
 - b. Memenuhi segala kebutuhan pelanggan sesuai kontrak kerja.



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan kegiatan periklanan sebuah produk menggunakan berbagai media berbasis *web*, sosial media, hingga *marketplace* (Ridwan, 2009). *Digital marketing* populer pada masa sekarang dikarenakan sebagian orang sudah menerapkan media sosial, atau *web* untuk berinteraksi. Seiring perkembangan zaman *digital marketing* sangat awam diaplikasikan oleh sebuah instansi untuk mengiklankan produk yang dijual menggunakan *web*, blog, sampai dengan media *marketplace*. *Digital marketing* memiliki keunggulan dibandingkan dengan strategi pemasaran biasa yaitu:

Tabel 2.1 Kelebihan *Digital Marketing*

No.	Kelebihan	Deskripsi
1	Menghemat biaya	Biaya lebih hemat disebabkan pada pemasaran dengan media <i>online</i> atau dengan media <i>digital</i> .
2	Tidak banyak mengeluarkan SDM	Pada pemasaran biasa banyak mengeluarkan sumber daya manusia dalam memasarkan produk, tetapi dengan menerapkan <i>digital marketing</i> tidak perlu banyak orang untuk menjajankan produk di suatu tempat.

No.	Kelebihan	Deskripsi
3	Tim pemasaran tidak perlu terjun ke lapangan	Kelebihan <i>digital marketing</i> adalah strategi membuat tim pemasaran atau <i>marketing</i> tidak perlu lagi terjun kelapangan memasarkan produk ke suatu tempat,
4	<i>Branding</i> lebih gampang	<i>Branding</i> atau media promosi dengan membayar di media yang di sediakan maka proses promosi akan lebih cepat.
5	Potensi pertumbuhan drastis	Potensi ekalasi drastis dari bisnis terutama dari segi pemasaran.

Digital marketing dalam hal berbisnis adalah pemasaran melalui media dengan menggunakan berbagai macam *platform* yang tersedia untuk mengiklankan berbagai macam bisnis menurut Rauf (2021) terdapat 10 (sepuluh) jenis *digital marketing* yang dapat kita terapkan di dalam kegiatan berbisnis. Berikut dibawah ini adalah 10 macam tabel penjelasan secara rinci terkait macam - macam *digital marketing*.

Tabel 2.2 Jenis *digital marketing*

No.	Jenis <i>digital marketing</i>	Deskripsi
1.	Konten <i>Marketing</i>	Konten <i>Marketing</i> mendefinisikan <i>digital marketing</i> tertuju pada pendistribusian

No.	Jenis <i>digital marketing</i>	Deskripsi
		konten untuk menarik pasar yang di dekati.
2.	<i>Search Engine Optimization (SEO)</i>	<i>Search Engine Optimization</i> pendefinisian ilmu yang harus diterapkan oleh para <i>digital marketer</i> karena konten <i>marketing</i> yang telah dibuat seperti konten berbagai media dapat masuk pada daftar pencarian teratas pada <i>web</i> pencarian.
3.	<i>Search Engine Marketing (SEM)</i>	<i>Search Engine Marketing (SEM)</i> suatu konten <i>marketing</i> dibuat di berbagai media akan tetapi SEM merupakan versi berbayar. <i>Search Engine Marketing</i> strategi <i>digital marketing</i> untuk ekalasi <i>visibilitas</i> dalam sebuah <i>website</i> pada pencarian. SEM juga awam diaplikasikan sebagai iklan pencarian berbayar.
4.	<i>Social Media Marketing (SMM)</i>	Pengertian <i>Social Media Marketing</i> mengacu penggunaan platform media sosial untuk menarik perhatian pelanggan.
5.	<i>Pay – Per Click Advertising (PPC)</i>	<i>Pay per click</i> adalah teknik ekalasi disugui oleh <i>Google Adwords</i> dimana pebisnis membayar ke pengunjung

No.	Jenis <i>digital marketing</i>	Deskripsi
		<i>website</i> admin. semakin besar tarif uang maka semakin besar pula iklan <i>website</i> muncul di halaman teratas.
6.	<i>Affiliate Marketing</i>	<i>Affiliate Marketing</i> adalah teknik dalam <i>digital marketing</i> yang mana <i>marketing</i> dalam berhubungan bisnis dengan perusahaan untuk mendapat komisi.
7.	<i>E-mail Marketing</i>	<i>E-mail Marketing</i> menjalin hubungan dengan para konsumen. Seperti sebuah <i>email</i> yang <i>marketer</i> kirim kepada konsumen memiliki kesan memikat kepada pelanggan mengenai produk yang dijual.
8.	<i>Instan Messaging Marketing</i>	<i>Instan Messaging Marketing</i> atau sering dijumpai sebagai <i>marketing</i> melalui pesan singkat merupakan sebuah tren komunikasi terkini dalam pengiriman pesan ke media sosial.
9.	<i>Radio Marketing</i>	<i>Radio Marketing</i> merupakan ilmu jenis <i>digital marketing</i> tertua, akan tetapi hingga saat ini sangat awam yang memakai <i>radio marketing</i> mempromosikan bisnis.

No.	Jenis <i>digital marketing</i>	Deskripsi
10.	<i>Television Advertising</i>	<i>Television Advertising</i> merupakan jenis digital marketing dalam periklanan yang ditampilkan di layar televisi ketika jeda dalam film televisi.

3.2 *User Interface (UI)*

User Interface (UI) adalah tampilan yang memberikan fasilitas yakni mampu dilihat, diraba, dirasakan oleh konsumen ketika menerapkan produk tersebut, tampilan disini merupakan bentuk, warna, dan teks yang telah di rancang desainnya. Menurut Lastiansah (2012) *User Interface (UI)* adalah kegiatan interaksi penerapan antara program dengan pengguna.

User Interface (UI) mengacu terhadap sebuah sistem dapat berupa tampilan yang sudah memiliki hubungan dengan antar pengguna. Dimana definisi *User Interface (UI)* ini adalah sebuah tampilan visual yang dapat ditunjukkan dari luaran oleh pengguna, pengguna mampu memandang, menyentuh, dan menikmati produk tersebut. Tujuan dari *User Interface* adalah untuk membuat desain *UI/UX* yang memudahkan untuk diaplikasikan dan melibatkan kesan bagus dalam segi tampilan visualisasi. Terdapat 6 prinsip dalam perancangan *User Interface* (Appkey, 2022).

Tabel 2.3 Prinsip Dalam Perancangan *User Interface*

No.	Prinsip	Deskripsi
1.	Kejelasan	Konseptual dan fungsional serta elemen visualisasi harus dipaparkan dengan jelas.

No.	Prinsip	Deskripsi
2.	Familiar	Sesuaikan agar tampilan model desain <i>interface</i> terbaik sudah familiar atau awam dilihat oleh pengguna. meringankan pengguna.
3.	Kontrol	Hal ini mengontrol pengguna menggunakan opsi lain untuk mundur selangkah ketika mereka merasa telah menerapkan sebuah kesalahan.
4.	Hirarki	Hirarki mempunyai definisi dalam hal pengatur elemen melalui cara yang jelas tingkat kepentingan setiap elemen dan dapat memandu pengguna dalam mengambil tindakan yang diinginkan.
5.	Ruang yang luas	Elemen yang leluasa sehingga ketika pengguna berinteraksi akan leluasa dan mendapatkan ruang yang luas.
6.	<i>Fleksibilitas</i>	Mengizinkan akses semakin banyak kontrol dari pengguna yang bervariasi dan inovatif.

3.3 *User Experience (UX)*

User Experience (UX) adalah pengalaman pengguna dalam pengaplikasian seperti kemudahan, serta ketertarikan. Berbeda dengan *user*

interface adalah hal yang mampu diraba, dilihat, dan juga disentuh oleh pengguna (Bollini, 2017). *User Experience* (UX) adalah pengalaman yang terbentuk ketika pengguna menggunakan produk. *User Experience* adalah sebuah keseluruhan dari elemen dalam *website* yang didapati struktur, susunan pemindahan halaman satu ke halaman lainnya. Sebuah produk yang dapat mempersembahkan kesan baik dalam pengalaman pengguna yang luar biasa dirancang tidak hanya memperlihatkan konsumsi atau penggunaan produk namun, juga mempertimbangkan sudut pandang interaksi dengan pengguna seperti prespektif kesenangan dan efisiensi. Terdapat beberapa langkah dalam proses perancangan *User Experience*, yaitu:

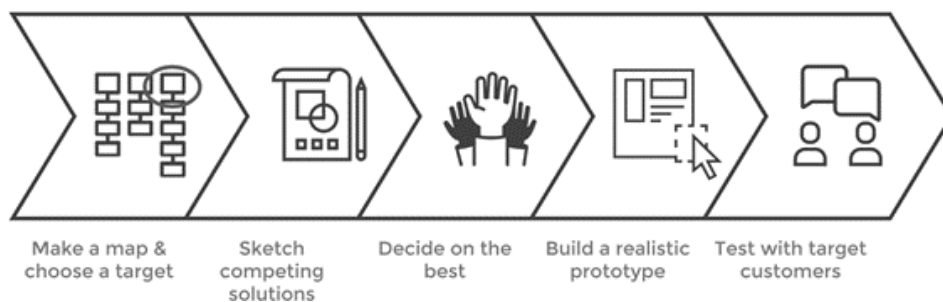
Tabel 2.4 Proses Perancangan *User Experience*

No.	Langkah	Deskripsi
1.	Pendefinisian	Mengerti tiap kebutuhan pengguna.
2.	Riset	Menganalisa kompetitor, serta melakukan sebuah riset Trend UX masa kini.
3.	Sketsa	Menyatukan ide, mengatur sketsa, menggambarkan <i>wireframe</i> .
4.	Desain	Melakukan desain gambar, dan merancang prototype.
5.	Implementasi	Melakukan tes fungsi desain.
6	Evaluate	Melakukan uji coba kegunaan desain.

3.4 *Design Sprint*

Design sprint memiliki artian yakni teknik metode untuk membangun *prototype* dengan memanfaatkan gabungan ide-ide, strategi bisnis, desain, inovasi.

Hal tersebut dapat mendukung instansi menyelesaikan permasalahan dan menjawab pertanyaan seputar bisnis.(Poliakova, 2017). Kegunaan penerapan metode ini mendapatkan maksud yang jelas dengan menjabarkan seluruh ide inspirasi secara komunikatif. Beberapa tahapan atau langkah dari *design sprint* yakni *mapping*, *sketching*, *decide prototype*, dan *validate* (Knapp et al., 2016). Berikut rincian lebih lanjut untuk mendeskripsikan tahapan-tahapan *design sprint* :



Gambar 3.1 *Design Sprint*

(Binus, 2021)

3.4.1 *Mapping*

Pada tahap *mapping* memiliki definisi adalah sebuah proses memahami permasalahan yang ada pada proyek selain memahami permasalahan yang dihadapi hal lain yang perlu dipahami yaitu memahami semua data. Pada fase *mapping* memiliki proses mengelompokkan informasi, asumsi, dan wawancara. Selanjutnya hasil yang didapat dari pelaksanaan proses yaitu outputan yaitu identifikasi permasalahan dan *user persona*. *User persona* adalah sebuah dokumentasi dalam bentuk penjabaran tentang karakteristik calon pengguna dari aplikasi nantinya, serta tujuan, kebutuhan, ketertarikan pengguna. *Persona* diambil dari kata bahasa Inggris yakni *person* berartikan *person* menjadi hal krusial bagi seseorang untuk merancang sebuah sistem yang berorientasi pada *user*.

3.4.2 *Sketching*

Pada tahapan *sketching* memiliki artian yaitu mengumpulkan dan menjabarkan ide atau inovasi sebanyak mungkin dalam waktu yang singkat. Waktu yang dikumpulkan untuk penjabaran ide gagasan yakni 1-5 menit. *Sketch* membantu me solusi mengenai masalah yang ditemukan pada fase *mapping*. *Sketching* ini masih dalam bentuk rancangan kasar untuk penggambaran solusi. Pada fase *sketching* memiliki tujuan untuk mengeksplorasi berbagai solusi yang terpikirkan. Fase *sketching* ini dapat diaplikasikan dengan *crazy 8*. Pengertian *Crazy 8* adalah salah satu dari proses *brainstorming design* dengan menggunakan 8 lipatan kertas lalu menuliskan berbagai macam ide yang akan dijabarkankan pada tiap lipatan kertas tersebut.

3.4.3 *Decide*

Fase *Decide* merupakan fase lanjutan setelah mengumpulkan solusi dan ide di fase sebelumnya, yaitu fase menetapkan hasil terbaik dari fase *sketch* yang dinilai sudah sesuai dan dapat mencukupi kebutuhan untuk menjawab permasalahan pengguna. pada tahapan ini akan diciptakan *storyboard* berdasarkan *sketch* yang telah dirancang untuk dipakai sebagai langkah dari *prototype*.

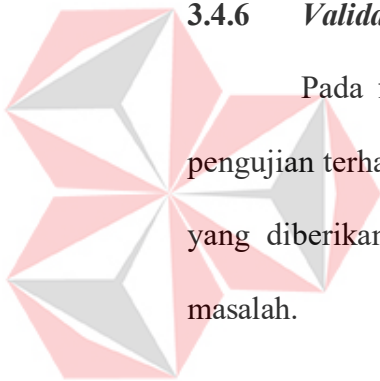
3.4.4 *Prototype*

Pada bagian fase *prototype* akan dibuat perancangan *prototype* sesuai dari *storyboard*. Definisi dari *prototype* ialah model dari semua aspek dijabarkan menjadi produk sesungguhnya yang akan dikembangkan, model tersebut nantinya menjadi acuan dari produk akhir. Untuk fase *prototype* hal yang pertama kali dilakukan adalah mengamati *storyboard* serta menerapkan komponen yang

dibutuhkan dan setelah itu dibuatlah *wireframe*. *Wireframe* memiliki definisi dari gambaran awal kerangka penyusunan item pada halaman *website* dimana cara ini dilakukan sebelum proses *prototype* atau desain sesungguhnya. Contoh item-item yang bisa ditata seperti *header*, *footer*, *navbar*, *content*. Keuntungan dalam melakukan *wireframe* sebelum melakukan tahap desain sesungguhnya ialah dimana tidak terjadinya kerja dua kali dalam mendesain aplikasi, Memudahkan untuk merevisi desain sebelum di implementasikan ke tahap *prototype*. Setelah melewati tahap *wireframe* maka akan dilanjutkan dengan *design prototype* dengan menggunakan *tools figma*.

3.4.6 *Validate*

Pada fase *validate* adalah tahapan terakhir yang akan dilakukan yakni pengujian terhadap *prototype* yang telah dibuat untuk membuktikan apakah solusi yang diberikan melalui *prototype* pada fase sebelumnya dapat menyelesaikan masalah.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI KERJA PRAKTIK

Pada bab ini membahas tentang deskripsi hasil pengerjaan, hasil analisis dan perancangan desain antarmuka yang dilakukan ketika kerja praktik pada PT.Panal Kreasi Nusantara. Tahapan yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode *design sprint* yaitu fase *mapping*, *sketching*, *decide*, *prototype*, dan *validate*.

4.1 *Mapping*

Fase awalan dalam metode *design sprint* merupakan fase *mapping*. Pada fase ini merupakan fase untuk memahami dan mengenal pengguna dan juga mengenal PT.Panal Kreasi Nusantara dalam hal kebutuhan dan permasalahan. Dalam fase *mapping* dilakukan studi literatur, analisis permasalahan, dan *User Persona*.

Dalam analisis permasalahan pasti mempunyai sebuah penyelesaian. Penulis mengemukakan hasil dari analisis permasalahan yang terjadi pada perusahaan yaitu membutuhkan desain *UI/UX website sales* pada PT.Panal Kreasi Nusantara yang dapat membantu perusahaan dalam menganalisis perbaikan *website*. Setelah melakukan kegiatan analisis terkait permasalahan telah selesai dilaksanakan maka langkah selanjutnya dilakukannya penyusunan *User Persona*. *User Persona* terdapat 4 poin yaitu *bio*, *pain points*, *needs*, *goals*. 4 poin tersebut dihasilkan dari hasil diskusi antara penulis dengan perusahaan perihal mencocokkan calon user yang menjadi target. Berikut gambar 4.1 dibawah ini hasil *User Persona* yang dilakukan pada fase *mapping*.



The image shows a user persona card for Deni Afendianto. It features a circular profile picture of a man sitting at a table. The card is divided into sections: BIO, Pain Points, Needs, and Goals. A large watermark for 'UNIVERSITAS Dinamika' is visible in the background.

Deni Afendianto

Account Manager I-Wash

Umur : 27 tahun
Domisili : Surabaya
Status : Sudah Menikah

BIO

Pak deni merupakan account manager pada PT.I-Wash dalam kesehariannya sebagai account manager Melayani dan memberikan solusi bagi setiap permasalahan yang diajukan oleh klien.Menjaga hubungan baik dengan klien secara intens dan kuat. Melakukan negosiasi dalam persetujuan kontrak demi tercapainya profit yang maksimal. salah satu capaiannya adalah bertanggung jawab atas semua kegiatan dan pelaksanaan operasional harian.

Pain Points

Pak deni merasa kurangnya ketenagakerjaan dibidang digital marketing, pak deni juga kesulitan dalam mencari ketenagakerjaan dibidang digital marketing dan juga mencari jasa digital marketing dengan harga yang terjangkau, terlebih i-wash merupakan perusahaan umkm yang baru berdiri, dan pak deni ingin pekerjaan dibidang promosi sosial media dapat ditugaskan ke beberapa tenaga kerja yang berkompeten

Needs

- Pekerja baru untuk membantu dalam hal branding dan promosi di sosial media
- Jasa sales digital marketing yang berkompeten namun juga dengan harga yang terjangkau

Goals

- Memperbanyak konten postingan di beberapa sosial media
- Dengan ada nya jasa digital marketing nantinya perusahaan i-wash banyak dikenal masyarakat dan laris

Gambar 4.1 *User Persona*

Pada *User Persona* yakni bernama deni afendianto yang merupakan manager dari *I-Wash* yakni perusahaan *cleaning service*. Pak deni merasa kurangnya ketenagakerjaan dibidang *digital marketing* yang dimana perusahaan nya merupakan perusahaan yang baru berdiri. Pak deni kesulitan dalam branding, atau mempromosikan produk jasa dari bisnis *cleaning service* tersebut. Pak deni merasa butuh tenaga kerja *digital marketing* yang berkompeten dalam mempromosikan usaha *I-Wash* tersebut.

4.2 Sketching

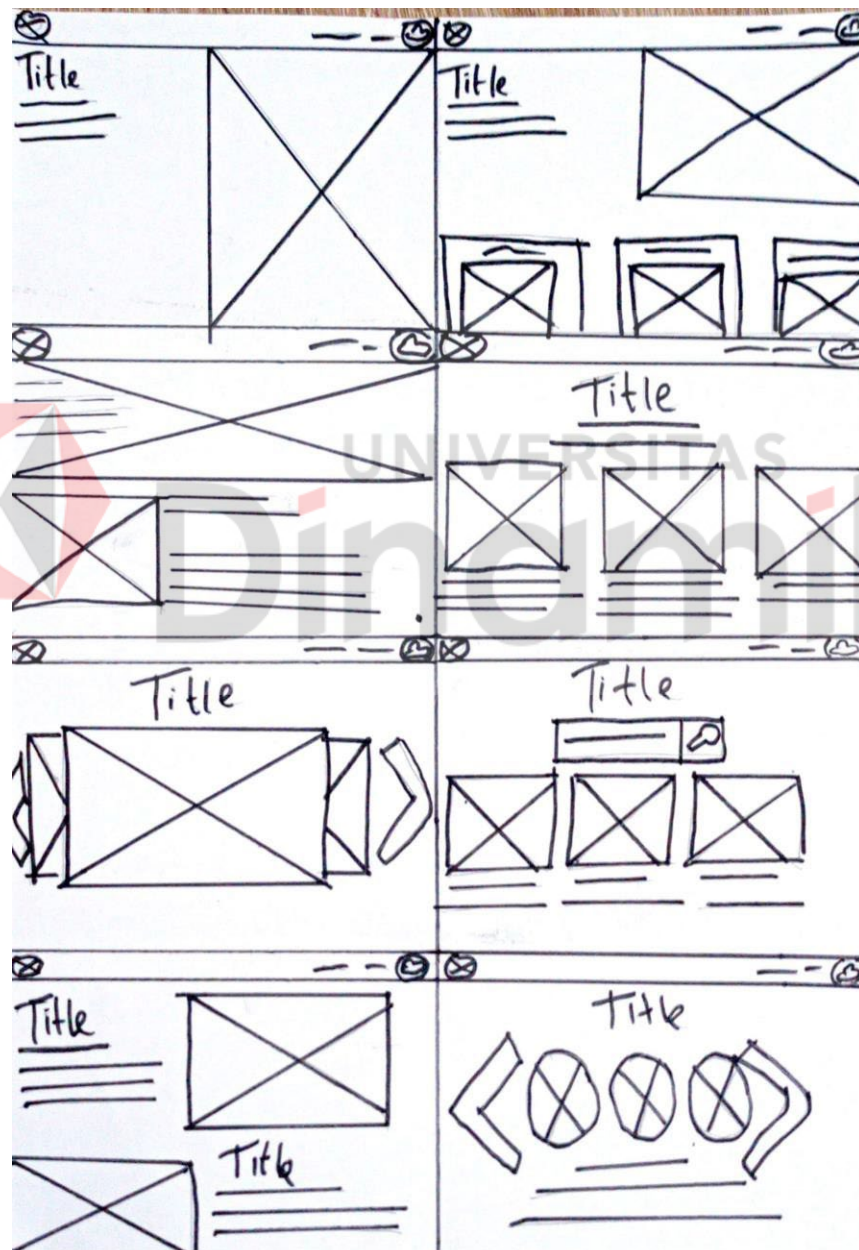
Fase kedua pada metode *design sprint* adalah *sketching*, *sketching* dilakukan setelah tahapan *mapping* yang telah dituntaskan dapat menghasilkan luaran yaitu pernyataan permasalahan dan *User Persona*. Pada tahapan *sketching* akan melakukan eksplorasi gagasan ide serta solusi. Luaran pada fase ini adalah dengan *brainstorming*, *crazy 8*. Gambar 4.2 merupakan hasil *brainstorming*.



Gambar 4.2 Hasil *Brainstorming*

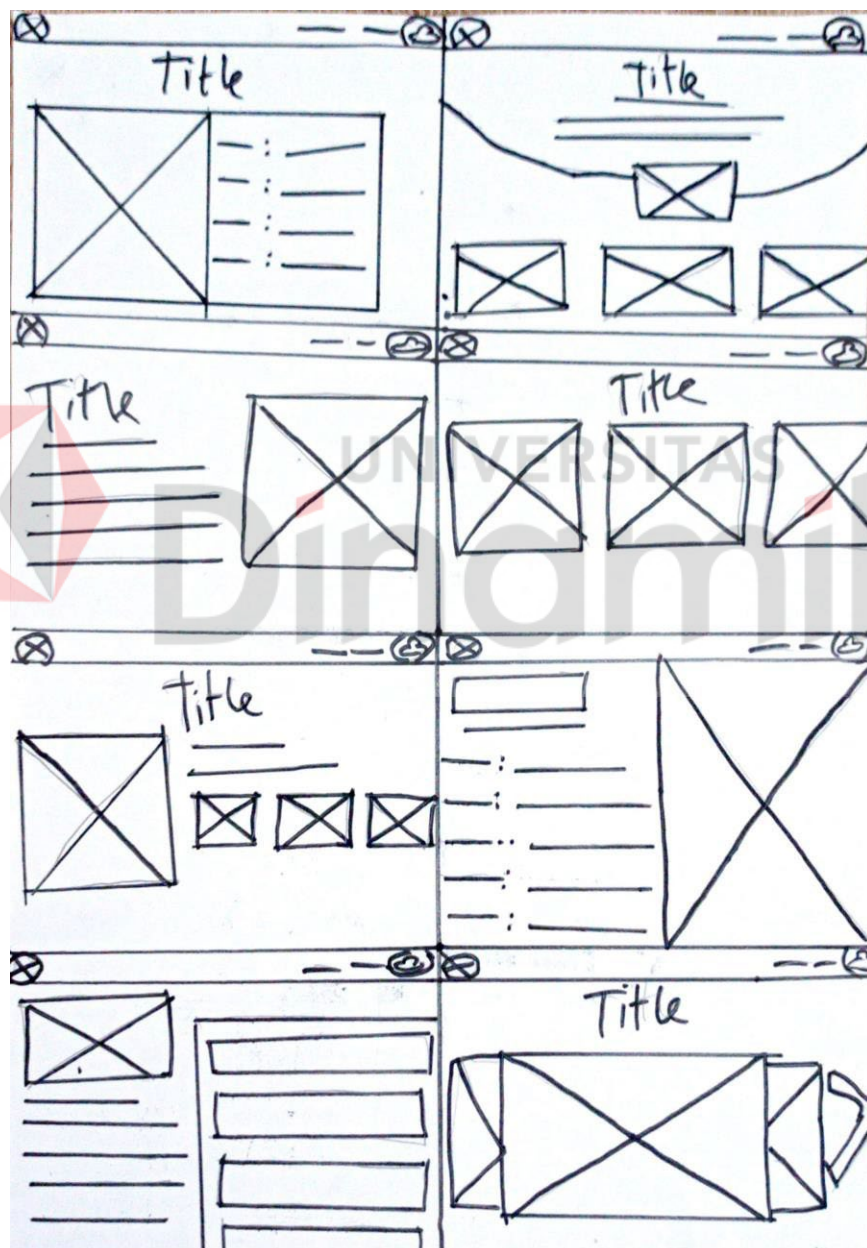
Metode *brainstorming* menerapkan kata kunci *How Might We* yakni cara kerja *How Might We* menjelaskan bahwa nantinya penulis membuat sebuah catatan satu persatu, pada catatan tempel langkah selanjutnya penulis menggabungkan catatan, memilih beberapa yang paling cocok dengan kebutuhan pengguna. Catatan yang dipilih menolong penulis untuk membuat keputusan pada bagian yang akan ditargetkan ke tahapan selanjutnya.

Luaran selanjutnya penulis perapan *crazy 8* dimana *crazy 8* merupakan salah satu cara *brainstorming design* menggunakan 8 lipatan kertas tahapan lanjutan yaitu menuliskan beberapa ide yang akan dituangkan pada tiap bagian lipatan kertas. Berikut hasil *crazy 8* pada gambar 4.3 yang dilakukan penulis dengan kisaran waktu 5 menit untuk halaman *landing page*.



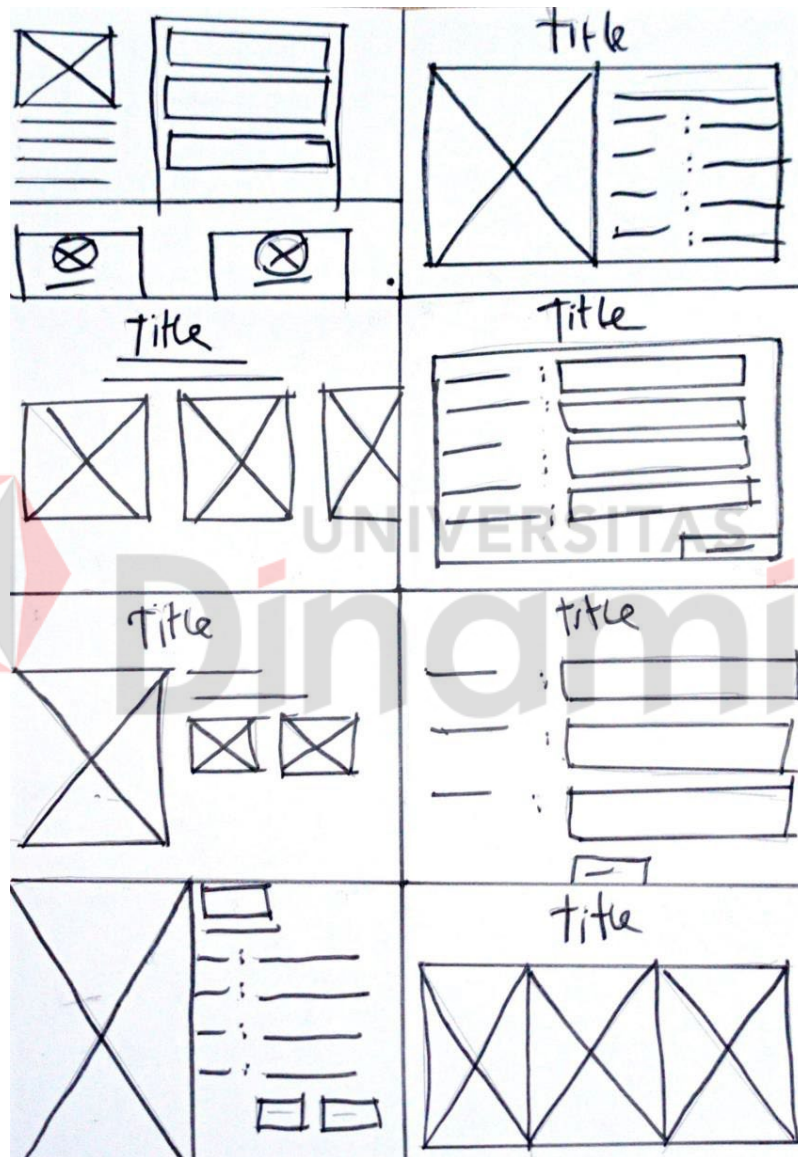
Gambar 4.3 *Crazy 8* Halaman *Landing Page*

Gambar 4.4 adalah *crazy 8* tampilan kategori. dimana halaman ini berisikan tampilan pengkategorian informasi lengkap terkait jasa *digital marketing* tersedia pada perusahaan sehingga memberikan informasi teraktual kepada user atau calon pelanggan. Pada tampilan tersebut berisi judul, *navigation bar*, dan beberapa *section* yang disesuaikan dengan informasi jasa *digital marketing*.



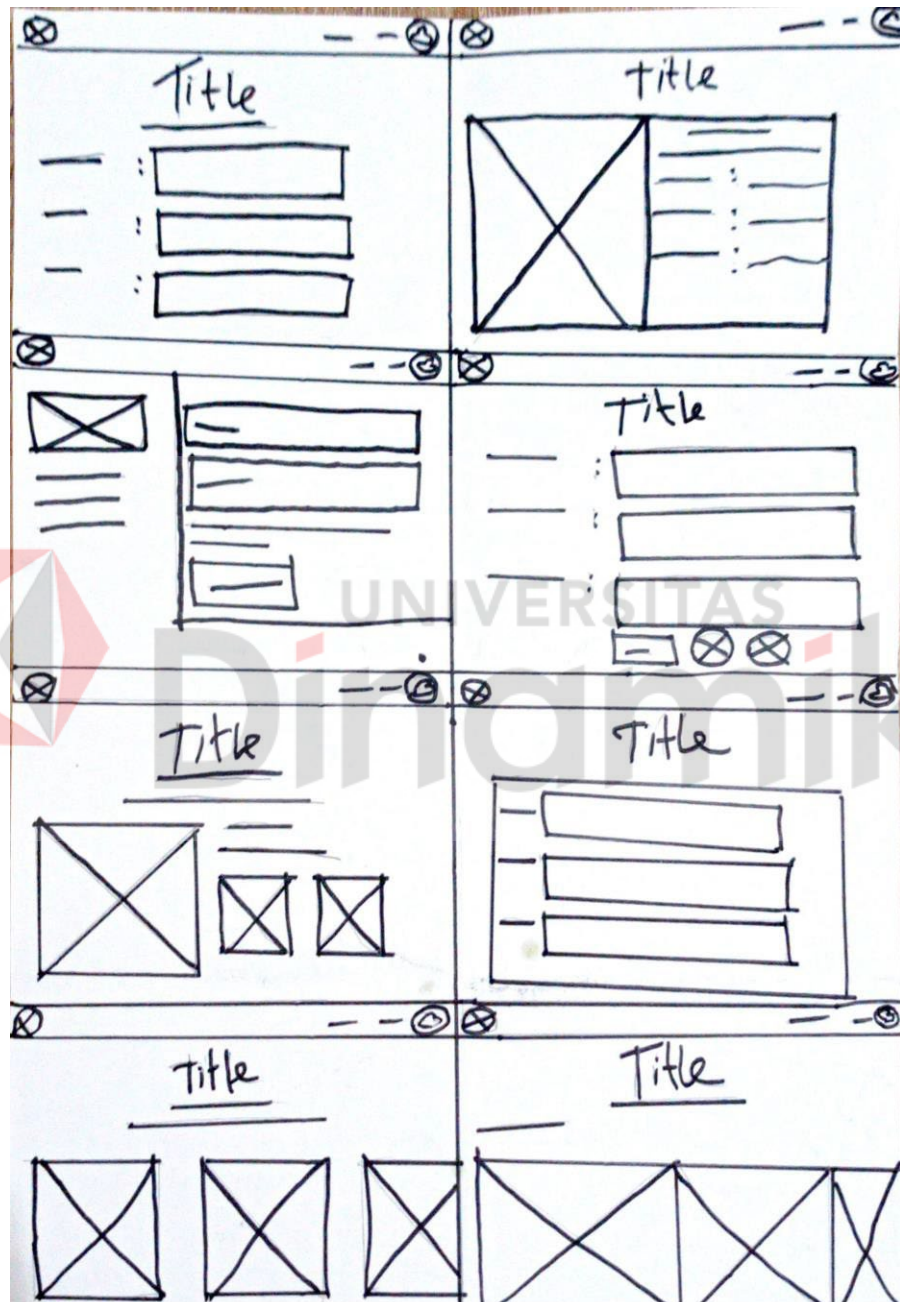
Gambar 4.4 *Crazy 8* Halaman Kategori Jasa *Digital Marketing*

Pada Gambar 4.5 merupakan *crazy 8* tampilan halaman registrasi dimana halaman ini berisikan tampilan pendaftar *form* pengisian data diri untuk melakukan pembuatan akun untuk menindaklanjuti pembayaran jasa *digital marketing*. halaman ini berisi fitur judul, *logo*, *form*, tombol *submit*.



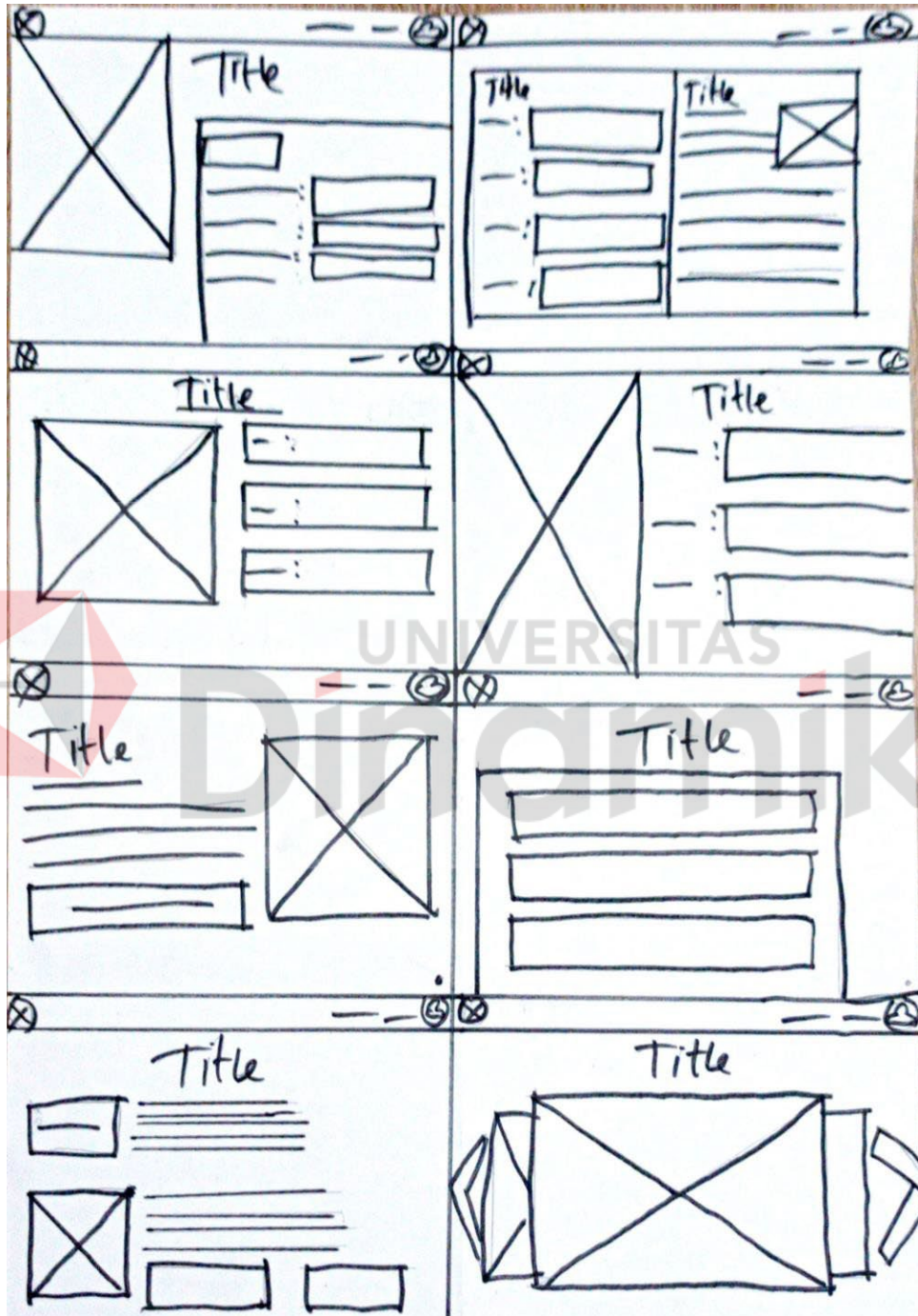
Gambar 4.5 *Crazy 8* Halaman Registrasi

Gambar 4.6 merupakan *crazy 8* tampilan halaman login dimana halaman ini berisikan daftar *form* pengisian data diri untuk masuk ke akun yang sudah terdaftar dan untuk menindaklanjuti pembayaran jasa *digital marketing*.



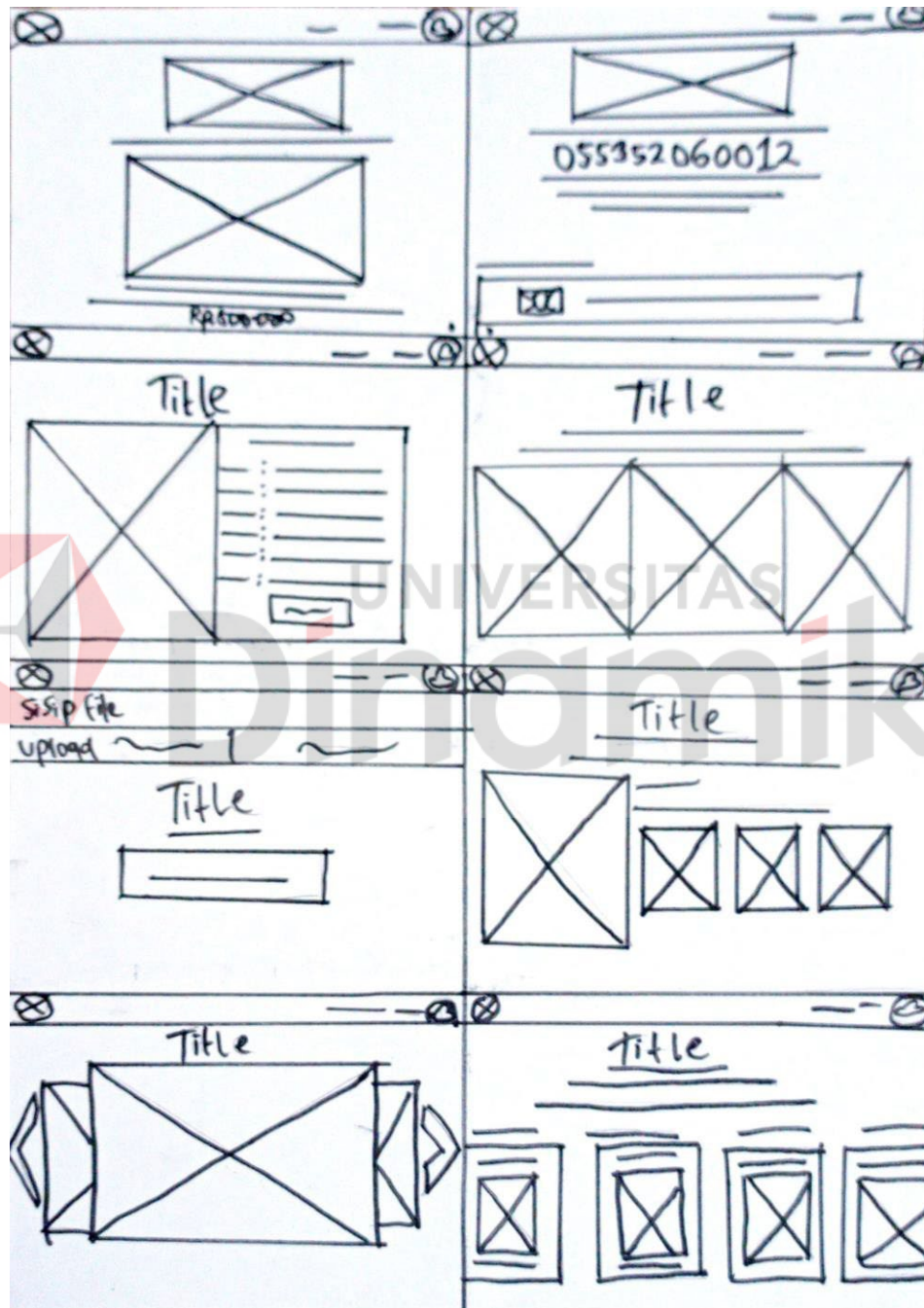
Gambar 4.6 *Crazy 8* halaman login.

Gambar 4.7 merupakan *crazy 8* tampilan halaman awal pembayaran dimana halaman berisi fitur judul, logo, dan tombol sebagai lanjutan pembayaran.



Gambar 4.7 *Crazy 8* Halaman Awal Pembayaran

Gambar 4.8 merupakan *crazy 8* halaman detail pembayaran dimana fitur pada halaman ini disesuaikan dengan metode pembayaran yang dipilih oleh *user*. Halaman ini berisikan judul, *logo*, *navigation bar*.



Gambar 4.8 *Crazy 8* Halaman Detail Pembayaran

4.3 Decide

Fase ketiga pada metode *design sprint* adalah *decide* pada fase ini merupakan fase dalam menentukan hasil terbaik dari fase *sketch* dinilai sesuai serta dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Pada tahap ini memiliki luaran berupa *storyboard* yang digunakan untuk menjadi gambaran *website*. Gambar 4.9 *Storyboard*.

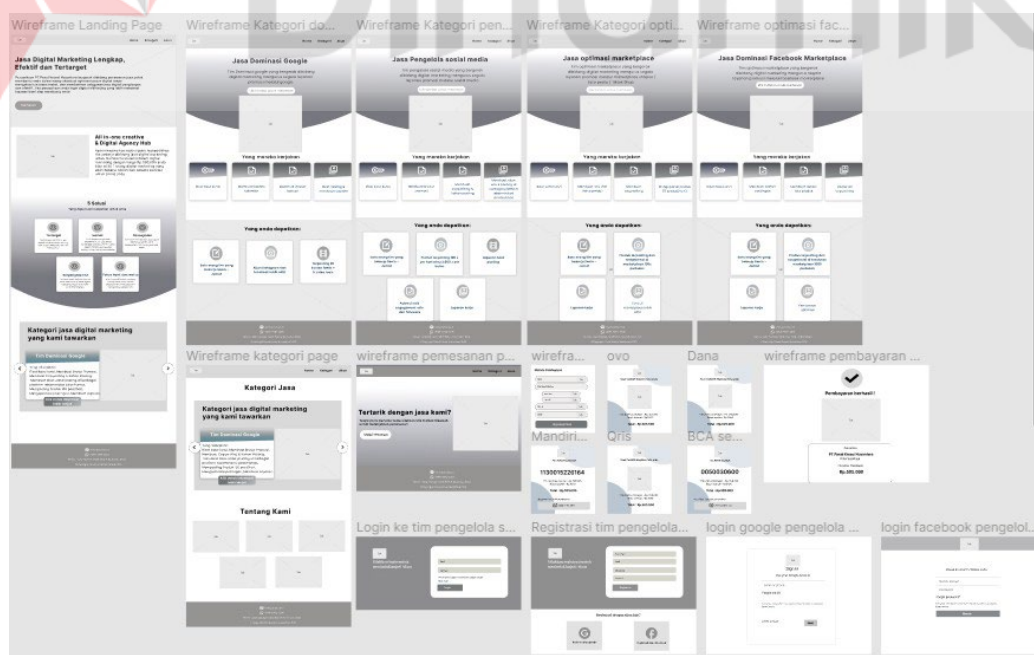


Gambar 4.9 *Storyboard*

4.4 *Prototype*

Pada fase ini penulis membuat tampilan merangkul keseluruhan kebutuhan pengguna sesuai dari hasil fase yang sebelumnya yakni fase *decide*. Fase *prototype* merupakan *draft* dari produk yang ditunjukkan kepada pengguna dimana supaya mereka dapat merasakan langsung dan mengeksplorasi konsep fitur dan halaman yang tersedia. Fase *prototype* membutuhkan *wireframe* dan *hi-fi design*. *Hi-fi design* merupakan langkah penggambaran ui yang kompleks yakni meliputi gambar dan warna yang kontras akan tetapi, *hi-fi design* dibuat setelah dibuatnya *wireframe* dimana *wireframe* merupakan kerangka desain awal ui tanpa dicantumkan gambar, warna yang kontras.

Wireframe merupakan kerangka awal desain *user interface* tanpa dicantumkan gambar, warna yang kontras. Gambar 4.10 berikut adalah *wireframe* dari website PT.Panal Kreasi Nusantara.



Gambar 4.10 *Wireframe*

Selanjutnya tahap *wireframe*, tahapan lanjutan yakni menggambar *hi-fi*. berikut hasil *high fidelity* dari *website sales* PT.Panal Kreasi Nusantara.

A. Halaman beranda.

Gambar dibawah merupakan *design UI/UX* untuk halaman beranda yang merupakan bagian dari halaman beranda pada *website sales* PT.Panal Kreasi Nusantara yang dapat menghasilkan beberapa informasi tentang perusahaan seperti pengenalan perusahaan, solusi yang dapat perusahaan berikan ketika memesan jasa layanan. Adapun berikut untuk halaman beranda dapat dilihat pada gambar 4.11.



Gambar 4.11 Halaman Beranda

B. Halaman kategori jasa *digital marketing*


Halaman kategori jasa *digital marketing* dapat memudahkan pengguna untuk melihat macam – macam kategori jasa *digital marketing* yang tersedia di PT.Panal Kreasi Nusantara. Berikut gambar 4.12 halaman kategori jasa *digital marketing*.

The image shows a screenshot of the PAQAL website's 'Kategori Jasa' page. The page has a dark blue header with the PAQAL logo and navigation links for Home, Kategori, and Akun. The main heading is 'Kategori Jasa'. Below this is a large blue card with the title 'Kategori jasa digital marketing yang kami tawarkan'. The card features a white box with the heading 'Tim Pengelola Sosial Media' and a list of services: 'Yang dikerjakan: Riset Konten, Membuat Konten Kalender, Membuat Desain Konten, Desain Feeds : 20, Desain Video Reels = 5, Riset Hastag Dan Membuat Caption, Posting Konten Setiap Hari Kerja, Optimasi Interaksi Akun'. A blue button below the list says 'Klik Untuk Informasi lebih lanjut'. To the left of the card is a large, stylized red and white geometric logo. Below the card is a section titled 'Tentang Kami' which contains five small images showing various activities: a group of people in a meeting, an 'Inhouse Training BUMN' session, a person working on a laptop, a 'Program Pendampingan' session, and a group of people in a meeting. The footer of the page includes the website URL 'www.panal.co.id', the phone number '0858-5393-2925', the address 'Perum, Jade Sidorejo Indah Blok. G No.12, Kec. Krian', and the copyright notice '©Copyright Panal Kreasi Nusantara 2023'.

Gambar 4.12 halaman Kategori *Digital Marketing*

C. Halaman jasa dominasi google

Pada halaman kategori dominasi *google* berisi tentang detail kategori jasa dominasi *google* keterangan tentang informasi jasa dominasi *google*, informasi apa saja yang didapat jika memesan jasa dominasi *google*. Informasi apa saja yang dikerjakan oleh jasa dominasi *google*. Berikut gambar 4.13 kategori jasa dominasi *google*.



The screenshot displays the 'Jasa Dominasi Google' service page. The header includes the PANAL logo and navigation links for Home, Kategori, and Akun. The main heading is 'Jasa Dominasi Google', followed by a sub-heading: 'Tim Dominasi google yang bergerak dibidang digital marketing mengurus segala layanan promosi melalui google.' A call-to-action button reads 'Klik tombol untuk memesan'. Below this is an illustration of a person interacting with a computer screen. The section 'Yang mereka kerjakan' lists four services: 'Riset kata kunci', 'Membuat brosur promosi', 'Membuat copywriting & Bahan posting', and 'Membuat akun untuk posting di berbagai platform rekomendasi piranhamas'. The 'Yang anda dapatkan:' section lists three benefits: 'Satu orang tim yang bekerja Senin - Jumat', 'Produk terposting 100 x per hari atau 2.000 x per bulan', and 'Laporan hasil posting'. The footer contains contact information: 'www.panal.co.id', '0858-5393-2925', 'Perum. Jade Sidorejo Indah Blok. G No.12, Kec. Krian', and '©Copyright Panal Kreasi Nusantara 2023'.

Gambar 4.13 Halaman Jasa Dominasi *Google*

D. Halaman jasa pengelola sosial media

Pada halaman jasa pengelola sosial media berisi tentang detail kategori jasa pengelola sosial media, keterangan tentang informasi jasa pengelola sosial media, informasi apa saja yang didapat jika memesan jasa sosial media. Adapun dibawah ini gambar 4.14 merupakan halaman dari jasa pengelola sosial media.

The image shows a screenshot of the Pahal website's social media management service page. The page features a blue header with the Pahal logo and navigation links for Home, Kategori, and Akun. The main heading is "Jasa Pengelola sosial media", followed by a description of the team and a "klik tombol untuk memesan" button. Below this is an illustration of a person working on a smartphone. A section titled "Yang mereka kerjakan" lists four services: Riset konten, Membuat konten kalender, Membuat desain konten, and Riset hashtag & membuat caption. Another section titled "Yang anda dapatkan:" lists five benefits: Satu orang tim yang bekerja Senin - Jumat, Akun Instagram dan facebook lebih aktif, Terposting 20 konten feeds + 5 video reels, Potensi naik engagement rate dan followers, and Laporan kerja. The footer includes the website URL, phone number, address, and copyright information.

Gambar 4.14 Halaman Jasa Pengelola Sosial Media

E. Halaman jasa optimasi *marketplace*

Pada halaman jasa optimasi *marketplace* berisi tentang detail kategori jasa optimasi *marketplace*, keterangan tentang informasi jasa optimasi *marketplace*, informasi apa saja yang di dapat jika memesan jasa optimasi *marketplace*. Serta informasi apa saja yang di kerjakan oleh jasa optimasi *marketplace*, Dan keuntungan yang didapat. Adapun dibawah ini gambar 4.15 halaman jasa optimasi *marketplace*.

The image shows a screenshot of a website page for 'Jasa optimasi marketplace'. The page has a dark blue header with the logo 'PAJAL' and navigation links for 'Home', 'Kategori', and 'Akun'. The main content area features a title 'Jasa optimasi marketplace' and a sub-header: 'Tim optimasi marketplace yang bergerak dibidang digital marketing mengurus segala layanan promosi melalui marketplace shopee / toko pedia / Tiktok Shop'. Below this is a call-to-action button 'Klik tombol untuk memesan' and an illustration of a person working at a computer with the text 'Yang mereka kerjakan'. A grid of four service cards lists: 'Riset kata kunci', 'Membuat foto dan video produk', 'Membuat copywriting', and 'Mengupload produk (5 produk/hari)'. A section titled 'Yang anda dapatkan:' lists four benefits: 'Satu orang tim yang bekerja Senin - Jumat', 'Produk terposting dan teroptimasi di marketplace 100x perbulan', 'Laporan kerja', and 'Toko di marketplace lebih aktif'. The footer contains contact information: 'www.pajal.co.id', '0858-5393-2925', 'Perum, Jade Sidorejo Indah Blok, G No.12, Kec. Krian', and '©Copyright Pajal Kreasi Nusantara 2023'.

Gambar 4.15 Halaman Jasa Optimasi *Marketplace*

F. Halaman jasa *Facebook marketplace*

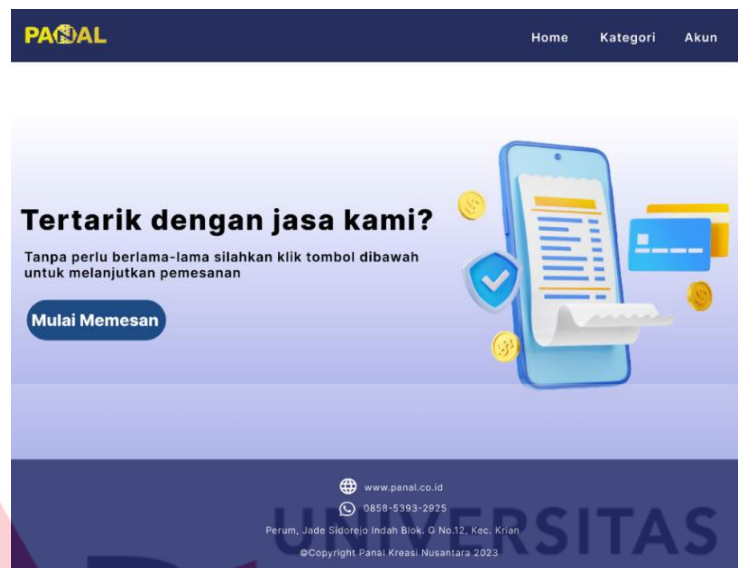
Pada *wireframe* jasa *Facebook marketplace* berisi tentang detail kategori jasa *facebook marketplace*, keterangan tentang informasi jasa *Facebook marketplace*, informasi apa saja yang didapat jika memesan jasa *Facebook marketplace*. Serta informasi apa saja yang dikerjakan oleh jasa *Facebook marketplace*. Adapun dibawah ini gambar 4.16 halaman jasa optimasi *marketplace*.



Gambar 4.16 Halaman Jasa *Facebook Marketplace*

G. Halaman awal pembayaran

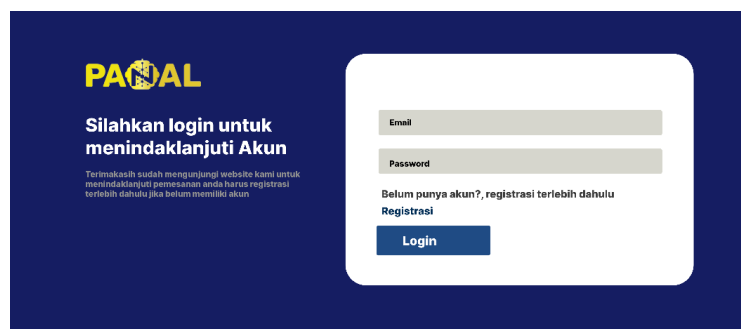
Pada halaman awal pembayaran merupakan halaman untuk awalan sebelum pembayaran harus daftar akun terlebih dahulu Berikut gambar 4.17 halaman awal pembayaran.



Gambar 4.17 Halaman Awal Pembayaran

H. Halaman login

Gambar di bawah adalah desain halaman login, pengguna yang sudah pernah mendaftar, hanya mengisi *email* dan *password* pengguna Adapun halaman dari login pada gambar 4.18.



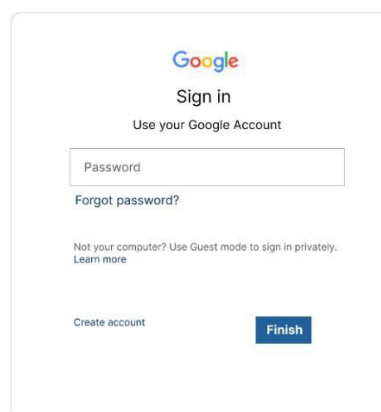
Gambar 4.18 Halaman Login

I. Halaman register

Gambar di bawah yakni desain halaman register berisikan *form* data diri yang harus diisi oleh calon pelanggan atau pengguna sebelum melakukan pembayaran lebih lanjut. Register bisa dilakukan dengan 3 cara yaitu melalui pendaftaran langsung melingkupi *form*, melalui akun *google*, melalui *facebook*. Gambar 4.19 merupakan tampilan *wireframe* register, gambar 4.20 merupakan tampilan *wireframe* pendaftaran melalui akun *google*, dan gambar 4.21 *wireframe* pendaftaran melalui akun *facebook*.



Gambar 4.19 Halaman Register



Gambar 4.20 Halaman Register *Google*

Gambar 4.21 Halaman Register *Facebook*

J. Halaman pembayaran

Gambar di bawah merupakan beberapa desain terkait pembayaran, yaitu desain halaman metode pembayaran dimana berisi fitur pemilihan metode pembayaran yang dipilih oleh calon pelanggan atau pengguna sebelum melakukan pembayaran lebih lanjut. Dimana ada beberapa pilihan metode pembayaran melalui qris, dana, ovo, dan debit. Berikut gambar 4.22 halaman metode pembayaran.

Gambar 4.22 Halaman Metode Pembayaran

Gambar di bawah merupakan UI/UX tampilan halaman pembayaran menggunakan qris pada tampilan berisi title, logo, gambar nantinya berisi gambar *codeQR*, keterangan total pembayaran. Gambar 4.23 halaman pembayaran Qris.



Gambar 4.23 *Wireframe* Halaman Pembayaran Qris

Di bawah ini merupakan *hi-fi* desain UI/UX halaman pembayaran menggunakan Dana dimana terdiri dari title, logo, CodeQR untuk discan sebagai pembayaran, lalu keterangan total pembayaran. Gambar 4.24 halaman pembayaran

Dana.



Gambar 4.24 Halaman Pembayaran Dana

Di bawah ini merupakan desain UI/UX halaman pembayaran menggunakan Ovo dimana terdiri dari title, logo, CodeQR untuk discan sebagai pembayaran, lalu keterangan total pembayaran. Gambar 4.25 halaman pembayaran Ovo.



Gambar 4.25 Halaman Pembayaran Ovo

Gambar di bawah merupakan desain UI/UX halaman pembayaran menggunakan BCA dimana terdiri dari title, logo, nomor rekening BCA, lalu keterangan total pembayaran. Gambar 4.26 halaman pembayaran BCA.



Gambar 4.26 Halaman Pembayaran BCA

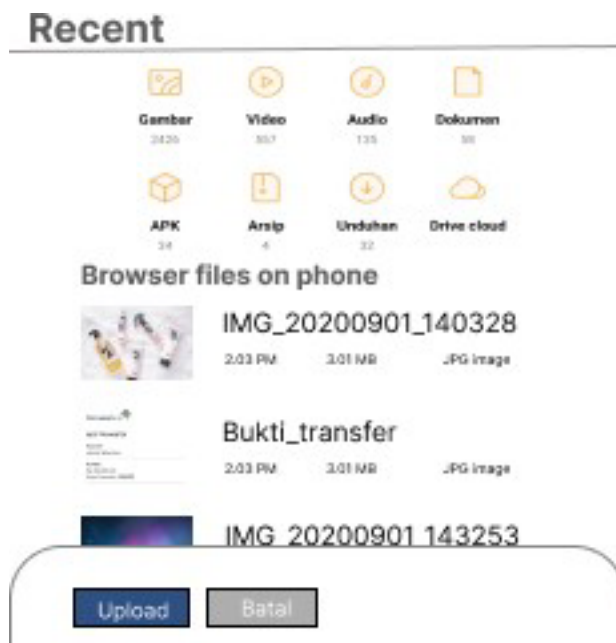
Dengan menunjukkan nomor rekening BCA maka nantinya pelanggan akan membayar melalui nomor tersebut, selanjutnya pihak panal meminta pelanggan yang sudah membayar menyertakan bukti pembayaran dengan foto bukti *transfer*. Berikut gambar 4.27 halaman upload gambar dengan pc, gambar 4.28 halaman upload gambar melalui google drive, gambar 4.29 halaman upload melalui mobile.



Gambar 4.27 Halaman Upload Gambar Desktop



Gambar 4.28 Halaman Upload Gambar Google Drive



Gambar 4.29 Halaman Upload Mobile

Gambar di bawah merupakan desain UI/UX halaman pembayaran menggunakan Mandiri dimana terdiri dari title, logo, nomor rekening Mandiri, lalu keterangan total pembayaran. Gambar 4.30 halaman pembayaran Mandiri.



Gambar 4.30 Gambar Pembayaran Mandiri.

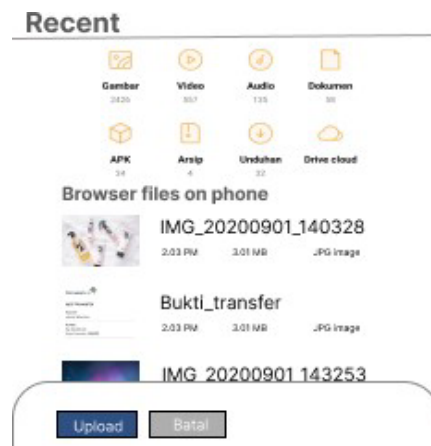
Dengan menunjukkan nomor rekening Mandiri maka nantinya pelanggan akan membayar melalui nomor tersebut, selanjutnya pihak panal meminta pelanggan yang sudah membayar menyertakan bukti pembayaran dengan foto bukti *transfer*. Berikut gambar 4.31 halaman upload gambar dengan pc, gambar 4.32 halaman upload gambar melalui *google drive*, gambar 4.33 halaman upload melalui *mobile*.



Gambar 4.31 Halaman Upload Gambar Desktop



Gambar 4.32 Halaman Upload Gambar Google Drive



Gambar 4.33 Halaman Upload Mobile

Berikut setelah pembayaran telah berhasil dilakukan maka akan muncul

tampilan halaman berhasil dalam pembayaran sebagai gambar 4.34 di bawah ini.



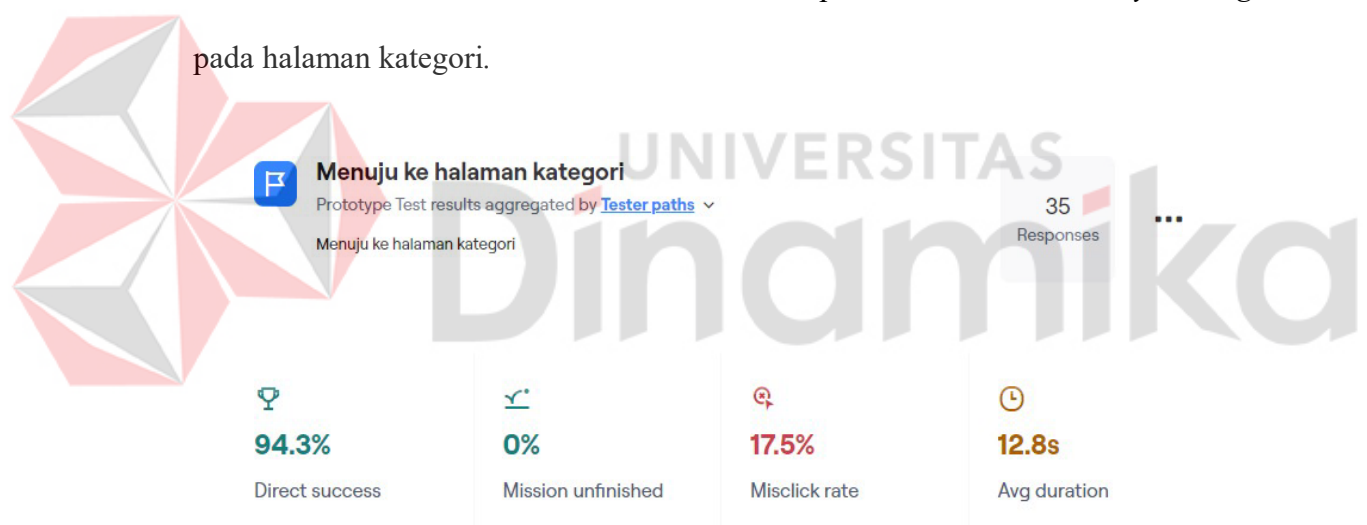
Gambar 4.34 halaman akhir pembayaran

4.5 *Validate*

Validate merupakan fase pengujian terhadap rancangan *high fidelity (hi-fi) design*. Pengujian disini menggunakan metode yang disebut *Usability Testing (UT)*. *Usability Testing (UT)* dilakukan menggunakan platform Maze. *Task* digunakan *tester* sebagai alat ukur pengujian. Pengukuran *usability testing* menurut Bauer

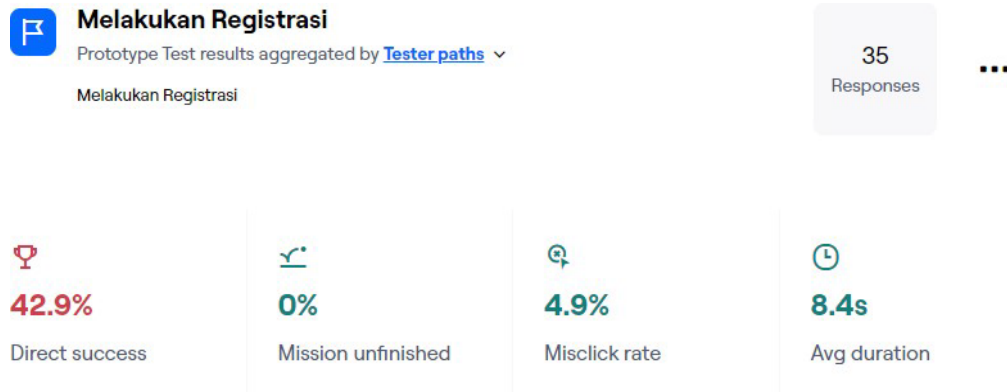
(1993) terdiri 3 aspek yaitu efisiensi penggunaan, kemudahan dalam pengaplikasian *prototype* tanpa kesulitan, dan kepuasan dalam penggunaan.

Pada tahap pengujian penulis membuat *Usability Testing* yang didasari 3 aspek Bauer. Penulis membuat 5 *task* yang bernama *task* menuju halaman kategori, pemesanan, registrasi, login, pembayaran. Fase ini dilakukan oleh 35 responden. Berdasarkan pengujian, responden mudah dalam penggunaan *design website sales* PT.Panal Kreasi Nusantara hal ini dapat dibuktikan dengan hasil rata-rata *direct success* responden pada saat pelaksanaan *testing task* menuju ke halaman kategori sebesar 94.3%, Memiliki rata-rata durasi *task*-nya adalah 12.8 detik, Rata-rata *Misclick rate* 17.5%. Berikut Gambar 4.35 merupakan hasil dari *Usability Testing* pada halaman kategori.

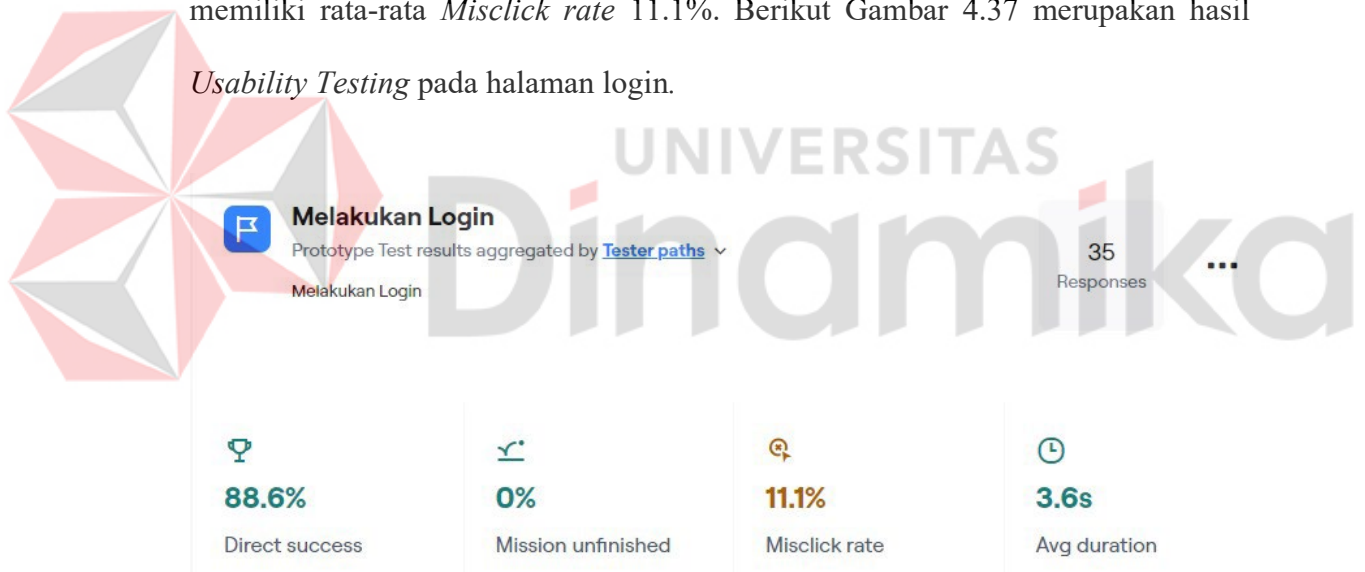


Gambar 4.35 Hasil *UT* Halaman Kategori.

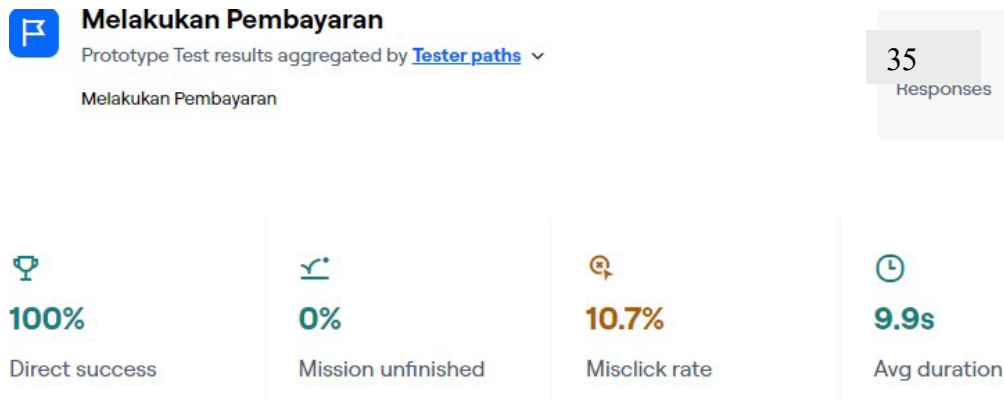
Hasil rata-rata *direct success* responden pada *testing task* ketika sedang menuju ke halaman registrasi sebesar 42.9%, Memiliki rata-rata dalam pengerjaan *task* memiliki durasi 8.4 detik, Memiliki rata-rata *Misclick rate* sebesar 4.9%. Berikut dibawah ini merupakan gambar 4.36 hasil *Usability Testing* pada halaman registrasi.

Gambar 4.36 Hasil *UT* Halaman Registrasi

Hasil rata-rata *direct success* responden pada *testing task* menuju halaman login sebesar 88.6%, Memiliki rata-rata dalam durasi *task*-nya adalah 3.6 detik, Dan memiliki rata-rata *Misclick rate* 11.1%. Berikut Gambar 4.37 merupakan hasil *Usability Testing* pada halaman login.

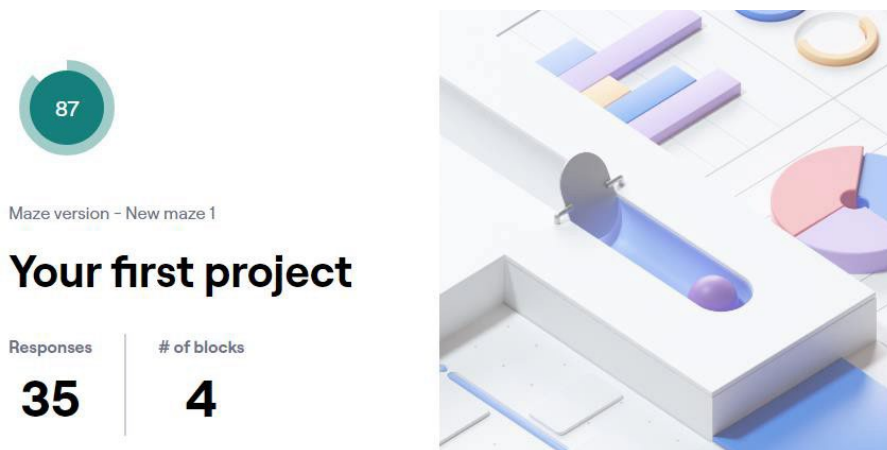
Gambar 4.37 Hasil *UT* Halaman Login

Hasil rata-rata *direct success* responden pada saat melakukan *testing task* menuju ke halaman pembayaran sebesar 100%, Memiliki rata-rata durasi *task*-nya adalah 9.9 detik, Dan rata-rata *Misclick rate* 10.7%. Berikut dibawah ini merupakan Gambar 4.38 hasil *Usability Testing* pada halaman pembayaran.



Gambar 4.38 Hasil UT Halaman Pembayaran

Pada beberapa *UT (Usability Testing)* rata – rata hasil validasi menggunakan Usability Testing rata-rata kesuksesan responden menuju ke halaman kategori yakni sebesar 94%. Pada login dan registrasi rata-rata kesuksesan responden sebesar 88.6%. Pada pembayaran rata-rata kesuksesan sebesar 100%. Pada pelaksanaan *UT (Usability Testing)* dilaksanakan oleh 35 (tiga puluh lima) responden yang bersangkutan dengan proyek yakni pihak dari PT.Panal Kreasi Nusantara, dan mendapatkan hasil *report* atau laporan rata – rata persenan total keberhasilan dari pengerjaan keseluruhan *task* yakni 87%. Berikut gambar 4.39 merupakan hasil *report* atau laporan.



Gambar 4.39 Hasil UT Halaman *Reporting*

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian program kerja praktik dilaksanakan oleh penulis, maka kesimpulan yang didapat dari Perancangan Desain Antarmuka Pada *Website Sales* PT.Panal Kreasi Nusantara menggunakan metode *design sprint* adalah sebagai berikut:

1. Pengerjaan proyek ini menerapkan metode *Design Sprint*, dengan metode ini penulis dapat mengerjakan langkah – langkah tahapan desain antarmuka yang terarah dalam pengerjaannya sesuai fase – fase *design sprint*, dapat dilihat dari fase yang ada pada *design sprint* salah satunya yaitu fase *sketching* untuk menciptakan sketsa *website* terlebih dahulu, setelah itu dilanjutkan dengan *prototyping* yaitu proses pembuatan model interaktif atau representasi visual dari antarmuka pengguna yang direncanakan sesuai dengan hasil sketsa sebelumnya.
2. Desain *user interface* sudah disesuaikan kebutuhan atau kepentingan pengguna dapat dilihat dari kesesuaian fitur pemesanan jasa digital marketing pada *website* dengan kebutuhan *user persona*, selain itu dari hasil validasi menggunakan *Usability Testing* rata-rata kesuksesan responden menuju ke halaman kategori yakni sebesar 94%. Pada login dan registrasi rata-rata kesuksesan responden sebesar 88.6%. Pada pembayaran rata-rata kesuksesan sebesar 100%.

5.2 Saran

Pada perancangan desain antarmuka *website sales* yang dibentuk pastinya belum seutuhnya maksimal dan sempurna, sehingga pastinya terdapat saran. saran tersebut yakni diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat berkelanjutan ke tahap pengembang *website* yang dapat merealisasikan desain UI/UX *website sales* PT.Panal Kreasi Nusantara.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Appkey. (2022). *6 Prinsip Desain UI yang Harus Anda Ketahui*.
<https://appkey.id/desain/design-ui/desain-ui/>
- Binus. (2021). *Design Sprint*. <https://images.app.goo.gl/59oQnXdiMifcpZTU6>
- Bollini, L. (2017). Beautiful interfaces. From user experience to user interface design. *Design Journal*, 20(sup1), S89–S101.
<https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352649>
- Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. (2016). *Sprint How to Solve Big Problems and Test*.
- Lastiansah, S. (2012). *Pengertian User Interface*. PT. Elex Media Komputindo.
- NIELSEN, J. (1993). Usability Testing. *Usability Engineering*, 165–206.
<https://doi.org/10.1016/b978-0-08-052029-2.50009-7>
- Poliakova, V. (2017). *Using Google Ventures Design Sprint Framework for Software Product De-velopment in Startups*.
- PT.Panal Kreasi Nusantara. (2023). *Struktur Organisasi*.
- Rauf, A. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In (Issue September).
- Ridwan, S. (2009). *Creative digital marketing*. PT. Elex Media Komputindo.