



**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI TOKO *ONLINE* PAKAIAN BEKAS  
“JOE’S CAPE” BERBASIS *WEB***

**KERJA PRAKTIK**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh:**

**ANANDA FAUZIAH**

**21410100052**

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2024**

**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI TOKO *ONLINE* PAKAIAN BEKAS  
“JOE’S CAPE” BERBASIS *WEB***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

Disusun Oleh :

**Nama : Ananda Fauziah**

**NIM : 21410100052**

**Program : S1 (Strata Satu)**

**Jurusan : Sistem Informasi**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2024**

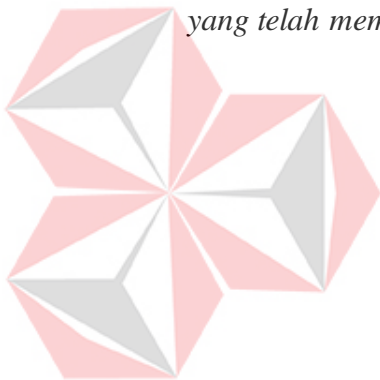
*KEEP PERSISTENT*



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

*Laporan kerja praktik ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan pihak terkait.*

*Saya ucapkan terimakasih pada dosen pembimbing, mentor, dan pihak terkait yang telah membantu.*



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI TOKO *ONLINE* PAKAIAN BEKAS**

**“JOE’S CAPE” BERBASIS *WEB***

Laporan Kerja Praktik oleh

Ananda Fauziah

NIM : 21410100052

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 1 Juli 2024



Dosen Pembimbing

Disetujui,

Penyelia

Digitally signed by  
Endra Rahmawati  
Date: 2024.07.31  
15:33:41 +07'00'



**Endra Rahmawati, M.Kom.**  
NIDN. 0712108701

**M Rizky Aly**  
NIP. 24200052

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi

Digitally signed by Julianto  
Date: 2024.08.02  
11:43:08 +07'00'

**Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng**  
NIDN. 0722108601

**PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Ananda Fauziah**

NIM : **21410100052**

Program Studi : **S1 Sistem Informasi**

Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**

Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**

Judul Karya : **PERANCANGAN UI/UX APLIKASI TOKO ONLINE  
PAKAIAN BEKAS "JOE'S CAPE" BERBASIS WEB**

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 kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 2 Juli 2024

Ananda Fauziah  
NIM : 21410100052

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *website Online Shop* JOE'S CAPE yang dirancang khusus untuk meningkatkan kemudahan operasional proses penjualan pada UMKM yang bergerak di bidang penjualan pakaian bekas. Proses pengembangan dimulai dengan identifikasi kebutuhan pengguna melalui metode empati dan pembuatan *user persona*. Analisis kompetitor dilakukan untuk memperoleh acuan desain yang lebih baik, yang kemudian diterapkan dalam pengembangan prototip menggunakan Figma.

Pengujian *usability* dilakukan dengan metode *System Usability Scale* (SUS) pada 30 responden, menghasilkan skor rata-rata 85 yang tergolong dalam kategori "*Acceptable B*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* JOE'S CAPE diterima dengan baik oleh pengguna dan dianggap mudah digunakan, sehingga berhasil mencapai tujuannya untuk menyediakan *platform* penjualan yang lebih terorganisir dan efisien dibandingkan dengan metode penjualan sebelumnya melalui Instagram.

**Kata Kunci :** *Design thinking , Online Shop, SUS, UI/UX, Website*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik dengan judul Perancangan UI/UX Pada *Website Online Shop* Pakaian Bekas “JOE’S CAPE”

Dalam penulisan Laporan Kerja Praktik ini tidak lepas dari adanya bimbingan, nasihat, bantuan, saran, serta motivasi yang diberikan kepada oleh pihak terkait. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi.
3. Endra Rahmawati, M.Kom. Sebagai Dosen Pembimbing kerja praktik yang membimbing selama kegiatan.
4. Ibu Ary Dwi Anjarini sebagai Dosen Pembimbing Program studi independen.
5. Kak M Rizky Aly Sebagai Mentor Studi Independen yang telah membimbing dengan baik selama kegiatan berlangsung.
6. Seluruh teman kelompok *capstone project* yang selalu membantu dalam menyelesaikan project tugas akhir selama kegiatan berlangsung.
7. Orang Tua yang selalu memberikan Doa, Dukungan dan Motivasi Selama Mengikuti Kegiatan.

Surabaya, 11 juni 2024

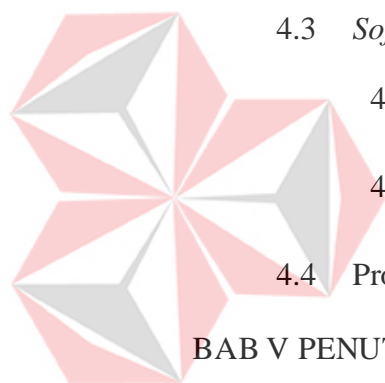
Ananda Fauziah



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan .....	5
1.5 Manfaat.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Latar Belakang Perusahaan.....	7
2.2 Identitas Perusahaan .....	8
2.3 Visi Perusahaan .....	9
2.4 Misi Perusahaan .....	9
BAB III LANDASAN TEORI.....	10
3.1 <i>Fast Fashion</i> .....	10
3.2 <i>Design Thinking</i> .....	10
3.2.1 <i>Empathize</i> .....	11
3.2.2 <i>Define</i> .....	11

3.2.3 Ideate .....	11
3.2.4 Prototype .....	11
3.2.5 Test .....	12
3.3 UI/UX .....	12
3.4 SUS ( <i>System Usability Scale</i> ) .....	12
3.5 <i>Online Shop Website</i> .....	13
<b>BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN .....</b>	<b>15</b>
4.1 Penjelasan Proyek Akhir .....	15
4.2 Posisi dalam Pekerjaan .....	15
4.3 <i>Software</i> yang Digunakan .....	15
4.3.1 Figma .....	15
4.3.2 <i>Google Form</i> .....	16
4.4 Proses Pengerjaan .....	16
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>38</b>
5.1 Kesimpulan .....	38
5.2 Saran .....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>39</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>40</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1 Analisis Kompetitor .....	2
Tabel 4. 1 Hasil Penentuan Prioritas <i>MoSCow</i> .....	20



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2. 1 Akun Instagram JOE CAPE.....	7
Gambar 2. 2 Logo JOE’S CAPE.....	8
Gambar 3. 1 <i>Design Thinking Siklus</i> .....	11
Gambar 4. 1 <i>Empathy Map as Customer</i> .....	16
Gambar 4. 2 <i>User Persona as Customer</i> .....	17
Gambar 4. 3 <i>Persona as Karyawan Packer</i> .....	17
Gambar 4. 4 <i>Persona as Owner</i> .....	18
Gambar 4. 5 <i>User Journey Map</i> .....	19
Gambar 4. 6 <i>Usel Flow</i> .....	21
Gambar 4. 7 <i>Wireframe Website JOE’S CAPE</i> .....	22
Gambar 4. 8 <i>Design System</i> .....	24
Gambar 4. 9 <i>Login Page</i> .....	25
Gambar 4. 10 <i>Register Page</i> .....	26
Gambar 4. 11 <i>Home Page</i> .....	27
Gambar 4. 12 <i>Product Page</i> .....	28
Gambar 4. 13 <i>Product Detail Page</i> .....	29
Gambar 4. 14 <i>Cart Page</i> .....	30
Gambar 4. 15 <i>Checkout Page</i> .....	31
Gambar 4. 16 <i>Notifikasi Pembayaran Berhasil</i> .....	32
Gambar 4. 17 <i>Dashboard Admin</i> .....	32
Gambar 4. 18 <i>Product Menu</i> .....	33
Gambar 4. 19 <i>Modal Tambah Produk</i> .....	34

Gambar 4. 20 Modal Detail Produk .....	34
Gambar 4. 21 Modal Update Produk .....	35
Gambar 4. 22 <i>Tansaction Menu</i> .....	35
Gambar 4. 23 Rumus SUS .....	36
Gambar 4. 24 Parameter SUS .....	37



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Dokumen <i>Survey System Usability Scale</i> (SUS) .....	40
Lampiran 2. <i>Letter of Acceptance</i> (LoA) .....	43
Lampiran 3. Transkrip Nilai .....	44
Lampiran 4. Logbook Bulanan Kegiatan Studi Independen.....	45
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Kerja Praktik .....	50
Lampiran 6. Biodata Penulis .....	51



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Selama mengikuti kelas Studi Independen *Full Stack Website Development* terdapat tugas akhir berupa pengembangan aplikasi *website Online Shop* pakaian bekas bernama “JOE’S CAPE” dalam bentuk kelompok dengan pembagian *role* masing-masing dan mendapat berperan sebagai *UI/UX Designer*.

*Website* dengan tema ini dipilih oleh kelompok karena didasari oleh terjadinya fenomena *fast fashion* yaitu meningkatnya produksi pakaian secara *massive* dari tahun 2000 sampai 2021 mencapai 60% atau setara dengan dua kali peningkatan angka produksi normal (Sari, 2022). Produksi yang besar dengan perubahan model yang cepat tersebut mengakibatkan meningkatnya angka pakaian bekas yang tersebar ke berbagai negara di seluruh dunia terutama di negara berkembang salah satunya Indonesia yang tercatat menerima pakaian bekas mencapai 58,1 ribu ton berdasarkan data BPS tahun 2021 (Alamin, 2023).

JOE’S CAPE adalah sebuah UMKM yang menjual *item fashion* bekas sejak tahun 2020, sampai tahun 2024 ini UMKM JOE’S CAPE telah menjual ribuan item pakaian dengan penghasilan rata rata 10jt per bulan. Dalam UMKM ini pemilik dibantu oleh empat orang karyawan dimana satu orang bertugas sebagai *customer service*, tiga orang sebagai *packer*. Proses bisnis UMKM JOE’S Cape dilakukan melalui Instagram. Penjual memposting foto-foto produk di akun Instagram, di mana calon pembeli dapat melihat dan memesan melalui *direct message*. Namun, cara ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti tampilan

produk yang kurang terorganisir, keterbatasan dalam menjelaskan melakukan pengiriman, serta kesulitan dalam mengelola pesanan dan stok secara efisien.

Menyikapi permasalahan tersebut penulis dan kelompok memutuskan untuk membuat sebuah *website Online Shop* yang menjual pakaian ataupun *fashion* bekas layak pakai dengan nama toko “JOE’S CAPE” sehingga dampak penumpukan pakaian bekas akibat *fast fashion* dapat dikurangi dan operasional UMKM JOE’S CAPE menjadi lebih maksimal.

Dalam proses pengembangannya tim *developer* memerlukan UI/UX *designer* untuk melakukan riset kebutuhan *website* yang akan dikembangkan terlebih dahulu untuk memberikan acuan pada programmer mengenai apa kebutuhan utama pengguna, fitur apa saja yang diperlukan, serta bagaimana tampilan yang akan dikembangkan.

Untuk mengetahui kebutuhan pengguna penulis selaku UI/UX *designer* mengawali riset dengan analisis kompetitor antara tiga *website* milik kompetitor yaitu *Uniqlo*, *ZARA*, dan *ERIGO* menggunakan metode SUS (*System Usability Scale*) sebagai referensi pengembangan lebih lanjut. *Survey* dilakukan menggunakan *google form* pada 30 responden dengan pertanyaan yang diberikan serta poin hasil analisis per *website* dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Analisis Kompetitor

Pertanyaan	Uniqlo	ZARA	ERIGO
A1) Saya merasa navigasi di <i>website</i> mudah dipahami.			
B1) Saya merasa ada terlalu banyak Informasi yang membingungkan di <i>website</i> .			



Pertanyaan	Uniqlo	ZARA	ERIGO
A2) Saya merasa fitur-fitur di <i>website</i> mudah digunakan.			
B2) Saya merasa <i>website</i> kurang responsif terhadap perangkat yang saya gunakan.			
A3) Saya merasa puas dengan proses pembelian di <i>website</i> .			
B3) Saya merasa <i>website</i> kurang menarik secara visual.			
A4) Saya merasa <i>website</i> memudahkan saya dalam menemukan produk yang saya cari.			
B4) Saya merasa kurang percaya untuk melakukan transaksi keuangan di <i>website</i> .			
A5) Saya merasa <i>website</i> memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.			
B5) Saya merasa <i>website</i> kurang memenuhi ekspektasi saya dalam berbelanja <i>online</i> .			
Nilai SUS	83,8	55,4	31,8
Ranking	1	2	3

Berdasarkan hasil analisis kompetitor di tabel 1.1 perhitungan analisis kompetitor *ranking* 1 dimiliki oleh *website* Uniqlo, sehingga diperlukan sebuah desain UI/UX yang mengacu pada *website Online Shop* Uniqlo. Selanjutnya

pengerjaan *design* UI/UX dari *website* JOE'S CAPE diselesaikan menggunakan metode *Design Thinking*.

Metode *design thinking* adalah sebuah metode yang berfokus pada pengalaman pengguna dalam menyelesaikan suatu kasus. Metode ini dipilih karena memiliki kelebihan dapat menyelesaikan masalah dengan tahapan yang kompleks dengan lima tahapan dimulai dari *empathize*, *define*, *ideate*, *prototyping* dan *testing* (Dorst., 2011) dengan menggunakan metode ini maka penulis diharapkan dapat menghasilkan sebuah *design* UI/UX yang ramah pengguna.

Desain UI/UX yang baik akan membantu menciptakan tampilan yang lebih baik dan terorganisir bagi konsumen, memudahkan pengelolaan operasional UMKM JOE'S CAPE. Serta bagi tim *development*, adanya *design* UI/UX yang baik akan membantu mempermudah dalam proses pembangunan *website*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang didapat adalah bagaimana merancang UI/UX sebuah toko *online* pakaian bekas layak pakai yang ramah akan pengguna.

## 1.3 Batasan Masalah

Pengerjaan project kerja praktik ini berfokus pada perancangan UI/UX aplikasi, dengan beberapa batasan :

1. *Design* yang dibuat hanya untuk tampilan dekstop dan tidak melakukan *design* untuk *responsive mobile*.
2. *Perspective Online Shop* yang dikembangkan adalah *single vendor* yang berarti hanya ada satu penjual di dalam *web*.

3. Proses pengerjaan dilakukan dengan pendekatan *design thinking* dan menggunakan *software figma*.

#### 1.4 Tujuan

Adapun tujuan dari proses pengembangan proyek UI/UX ini adalah :

1. Mengimplementasikan ilmu riset dan perancangan UI/UX dalam proyek di dunia kerja.
2. Mengembangkan *design* UI/UX yang ramah bagi pengguna aplikasi *website* JOE'S CAPE.

#### 1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang didapat pada proses pengembangan proyek serta penulisan laporan kerja praktik ini antara lain:

1. Bagi Pengguna (Konsumen), proyek ini bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang mudah, nyaman, dan menyenangkan di toko *online* "JOE'S CAPE". Dengan antarmuka yang intuitif dan fungsional, pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai pilihan pakaian bekas berkualitas dengan harga terjangkau.
2. Bagi tim *development*, pengerjaan proyek ini memberikan kemudahan dalam mengetahui *design interface*, kebutuhan fitur, serta alur penggunaan aplikasi yang memenuhi kebutuhan target pengguna.
3. Bagi lingkungan, mengurangi limbah tekstil melalui daur ulang dan penggunaan ulang pakaian bekas membantu menjaga lingkungan. Dengan mendaur ulang dan memakai kembali pakaian, kita bisa mengurangi limbah dan dampak buruk *fast fashion*.

4. Bagi perusahaan, meningkatkan citra perusahaan dalam publikasi laporan dan portofolio.
5. Bagi perguruan tinggi, Proyek UI/UX memberikan pengalaman belajar praktis bagi mahasiswa serta meningkatkan reputasi perguruan tinggi.



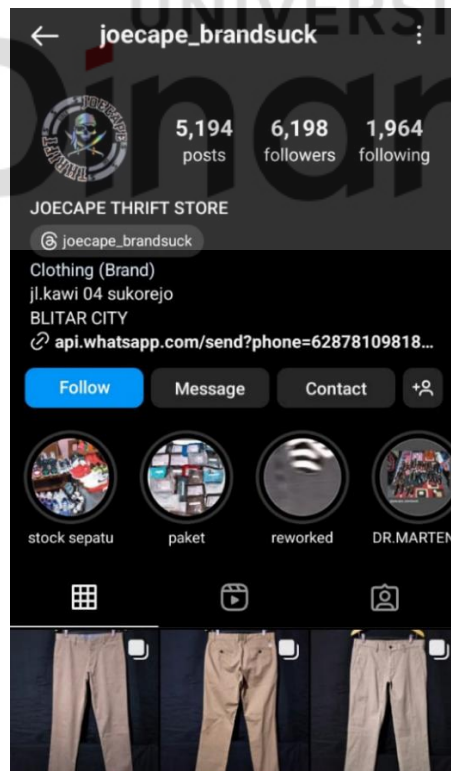
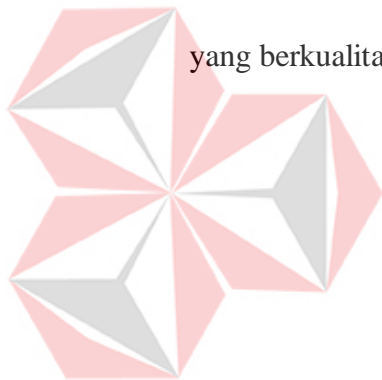
UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Latar Belakang Perusahaan

JOE'S CAPE didirikan pada 12 November 2022, UMKM ini menjual berbagai macam *item fashion* bekas yang masih layak pakai mulai dari celana, baju, sepatu atau bahkan aksesoris lain seperti topi dan kacamata. Dalam upaya untuk mendukung praktik berkelanjutan dan mengurangi dampak negatif dari *fast fashion*, JOE'S CAPE sejauh ini telah menjual ratusan item dengan menyediakan alternatif berbelanja *fashion* yang lebih ramah lingkungan melalui produk bekas yang berkualitas.



Gambar 2. 1 Akun Instagram JOE CAPE

Saat ini JOE'S CAPE beroperasi dengan cara menggunakan media sosial instagram untuk mengupload item kemudian pembeli dapat memesan item melalui *direct message* untuk selanjutnya mengatur pengiriman dan pembayaran yang dilakukan melalui transfer. JOE'S CAPE terus berusaha mengorganisir bisnisnya jadi lebih baik dengan memiliki rencana jangka panjang untuk membangun *Online Shop website*.

## 2.2 Identitas Perusahaan



Gambar 2. 2 Logo JOE'S CAPE

Berikut adalah identitas detail dari UMKM JOE'S CAPE :

Nama Perusahaan: JOE CAPE

Tanggal Pendirian: 12 November 2022

Akun Instagram : @joecape\_brandsuck

Alamat: JL Kawi 4 Sukorejo, Blitar

WhatsApp: 08577 59 36999

### 2.3 Visi Perusahaan

Berikut adalah visi yang dimiliki oleh JOE'S CAPE "Menjadi pilihan utama bagi dalam pasar thrift berkualitas dan berkontribusi dalam mengurangi dampak negatif *fast fashion* terhadap lingkungan.

### 2.4 Misi Perusahaan

Adapun misi yang ditetapkan oleh JOE'S CAPE sebagai berikut :

1. Memberikan pelayanan terpercaya dalam setiap kualitas item yang dijual
2. Memberikan pelayanan terbaik dalam melayani transaksi
3. Menyediakan produk fashion bekas yang berkualitas dan layak pakai dengan harga terjangkau.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

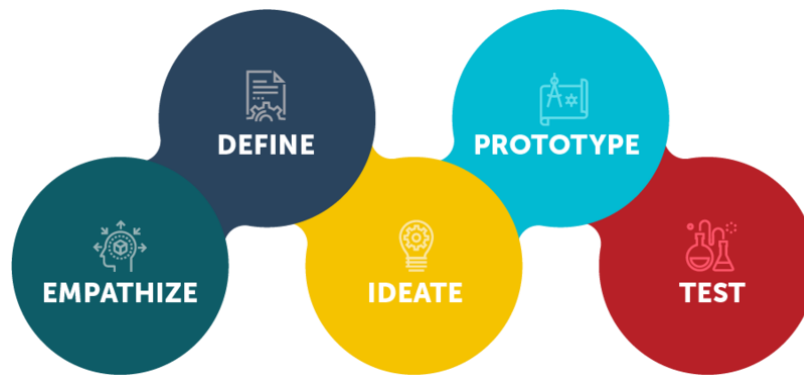
#### **3.1 *Fast Fashion***

*Fast fashion* adalah konsep produksi yang diterapkan oleh perusahaan pakaian dimana perusahaan menggunakan prinsip produksi secara *massive* dengan perubahan model yang cepat berubah seiring tren terbaru yang terjadi di masyarakat dengan harga penjualan yang terjangkau (Gunawan, 2022). Produksi secara besar besaran tersebut dibuktikan dengan data pada tahun 2018 bahwa industri *fashion* memproduksi 600 – 900 pakaian setiap minggunya sehingga pakaian mudah didapat dan murah bagi konsumen. Hal tersebut memiliki efek samping meningkatnya sampah pakaian bekas layak pakai yang mencapai 58,1 juta ton berdasarkan data BPS tahun 2021 (Sari,2022). Selain itu penumpukan sampah pakaian bekas layak pakai tersebut menyebabkan meningkatnya kadungan karbon di atmosfer bumi dengan proyeksi mencapai 25% pada tahun 2050 dikarenakan proses pembuatan pakaian yang sangat cepat dan tidak bisa didaur ulang lagi (Pratitis & Yumarnis, 2024).

#### **3.2 *Design Thinking***

*Design thinking* adalah sebuah metode yang menggunakan pendekatan kebutuhan pengguna dalam menyelesaikan suatu kasus metode ini memiliki proses yang kompleks dalam penyelesaian masalah melalui lima tahapan, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test* (Dorst., 2011).





Gambar 3. 1 *Design Thinking Siklus*  
(Sumber : [www. Medium.com](http://www.Medium.com))

### 3.2.1 *Empathize*

Pada tahap difokuskan untuk melakukan empati terhadap kebutuhan pengguna melalui observasi langsung dan wawancara. Hasilnya adalah pengembangan persona pengguna dan *empathy map*.

### 3.2.2 *Define*

Di tahap Define, tim menganalisis dan merumuskan data dari *Empathize* untuk menghasilkan *problem statement*.

### 3.2.3 *Ideate*

Tahap *Ideate* melibatkan proses brainstorming untuk menghasilkan berbagai ide dan konsep solusi potensial yang dapat menjawab *problem statement*.

### 3.2.4 *Prototype*

Setelah *Ideate*, tim membuat prototipe awal dari solusi yang diusulkan untuk diuji dan dievaluasi, baik berupa model fisik maupun digital.

### 3.2.5 Test

Tahap Test melibatkan pengujian prototipe dengan pengguna nyata untuk mendapatkan umpan balik yang berguna dalam memperbaiki dan mengembangkan solusi lebih lanjut.

### 3.3 UI/UX

UI/UX adalah singkatan dari *User Interface* dan *User Experience*, dua komponen yang sangat penting dalam desain aplikasi atau produk digital seperti *website* (saidwan & Romzi, 2022). *Usser Inteface* berfokus pada tampilan estetika seperti warna, tipografi, dan ilustrasi. Sedangkan *User Experience* berfokus pada pengalaman pengguna meliputi kemudahan mengakses fitur, responsifitas, atau kemudahan dalam penggunaan aplikasi secara keseluruhan.

Keduanya bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang menarik dan memuaskan bagi pengguna, yang pada akhirnya membantu brand menciptakan produk digital tepat dengan kebutuhan target pengguna (Wiwesa, 2021).

### 3.4 SUS (*System Usability Scale*)

SUS (*System Usability Scale*) adalah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa mudah sebuah produk atau sistem digunakan oleh pengguna. SUS terdiri dari sepuluh pernyataan dengan skala Likert yang dinilai oleh pengguna setelah menggunakan produk tersebut. Skala ini dirancang untuk memberikan penilaian subjektif terhadap aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, kejelasan instruksi, dan kesesuaian dengan tujuan pengguna (Brooke, 1996). Adapun keunggulan dari metode SUS :

1. Kuesionernya singkat dan bisa diisi dengan cepat oleh pengguna.
2. Memiliki tingkat keakuratan tinggi
3. Alat ini bisa digunakan untuk berbagai jenis produk, baik itu perangkat lunak, perangkat keras, atau layanan lainnya.

Cara pengolahan skor menggunakan SUS adalah sebagai berikut :

1. Jumlahkan skor dari jawaban pada pertanyaan bernomor ganjil, dikurangi 1 dari setiap skor.
2. Untuk pertanyaan bernomor genap, kurangi setiap skor dari 5.
3. Gabungkan hasil dari langkah 1 dan 2, kemudian kalikan totalnya dengan 2,5 untuk mendapatkan skor akhir.

Hasil skor tersebut diinterpretasikan dalam 4 *grade* berikut :

- |                |                |
|----------------|----------------|
| 1. 85 - 100    | : Sangat bagus |
| 2. 70 - 84     | : Bagus        |
| 3. 50 - 69     | : Cukup        |
| 4. Di bawah 50 | : Buruk        |

### 3.5 *Online Shop Website*

*Online Shop Website* adalah platform perdagangan elektronik di mana penjual dapat menjual produk atau jasa kepada konsumen melalui internet dengan basis aplikasi berupa *website*. Konsumen dapat melakukan pembelian langsung melalui situs *web* atau aplikasi yang disediakan oleh toko *online* tersebut dengan metode pembayaran dapat melalui kartu kredit, transfer bank, atau sistem pembayaran elektronik lainnya dan barang akan dikirimkan ke alamat tujuan tanpa adanya toko fisik. *Online Shop* berdasarkan vendornya dibagi menjadi 2

jenis yaitu *multi vendor* dan *single vendor*. Dalam proyek ini difokuskan pada *single vendor* dimana hanya terdapat satu penjual didalam *website* (Halim, 2023).



UNIVERSITAS  
Dinamika

## BAB IV

### DESKRIPSI PEKERJAAN

#### 4.1 Penjelasan Proyek Akhir

Proyek akhir yang dikerjakan adalah membuat UI/UX *design* dari *website Online Shop* baju bekas bernama “JOE’S CAPE”. Secara keseluruhan proyek *webiste* ini dikerjakan oleh lima orang anggota tim dimana dua orang menjadi *frontend developer*, dua orang lain menjadi *backend developer*, dan penulis berperan sebagai UI/UX *Designer. Online Shop* dalam proyek ini berkonsep *single vendor* atau hanya terdapat satu penjual didalamnya. Transaksi dilakukan sepenuhnya *online* dengan pilihan pengiriman serta metode pembayaran melalui transfer.

#### 4.2 Posisi dalam Pekerjaan

Pada saat pengerjaan proyek ini penulis berperan sebagai UI/UX *designer*. UI/UX *Designer* adalah bagan yang bertugas merancang antarmuka dan pengalaman pengguna untuk produk digital, memastikan tampilan menarik dan tata letak intuitif, serta pengalaman pengguna yang efisien dan menyenangkan (Yursal & Sari, 2023).. UI/UX *designer* merupakan salah satu jenis pekerjaan termasuk dalam kurikulum program studi Sistem Informasi.

#### 4.3 Software yang Digunakan

##### 4.3.1 Figma

*Software* yang digunakan selama proses pengerjaan *prototyping* adalah Figma. Figma adalah *Software* yang dapat digunakan untuk membuat *design*

*interface* dan *experience* serta memungkinkan untuk kolaborasi *realtime* antar anggota.

### 4.3.2 Google Form

Dalam proyek ini *google form* digunakan pada tahap testing dimana responden diminta untuk mengisi *questionnaire* berisi pertanyaan yang berkaitan dengan *usability prototype* yang dihasilkan.

## 4.4 Proses Pengerjaan

### 4.4.1 Emphatize

Pengembangan UI/UX proyek ini diawali dengan melakukan empati dimana menempatkan diri sendiri dalam *Perspective* pengguna pada empat *sense* yaitu *says, thinks, does, and feels*. Pengguna aplikais ini terdapat tiga *role* yaitu sebagai *Customer, Karyawan, dan Owner*. Tahap ini bertujuan memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan target pengguna yang masih fiktif. Hasil dari empati tersebut disimpulkan dan divisualisasikan dalam sebuah *empathy map*

yang dapat dilihat pada Gambar 4.1 *Empathy Map as Customer*.

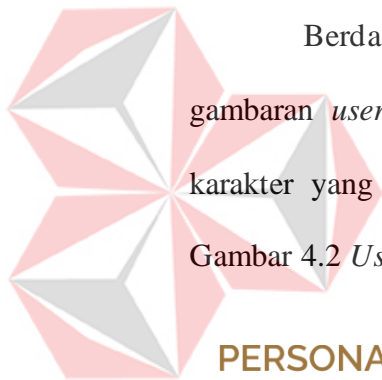


Gambar 4. 1 *Empathy Map as Customer*

## PERSONA AS CUSTOMER

<p>Nama: Sarah Anindita Umur: 22 tahun Pekerjaan: Karyawan Swasta Lokasi: Jakarta, Indonesia</p>	<p><b>Needs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sarah ingin menemukan pakaian bekas yang berkualitas dengan mudah dan cepat.</li> <li>• Dia menginginkan pengalaman berbelanja yang aman dan nyaman.</li> <li>• Sarah berharap dapat mendukung praktik berkelanjutan dengan membeli pakaian bekas.</li> </ul>	<p><b>Goals</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendapatkan pakaian berkualitas dengan harga terjangkau.</li> <li>• Mendukung gerakan fashion berkelanjutan.</li> <li>• Menghemat waktu dengan berbelanja secara online.</li> </ul>
<p><b>About</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sarah adalah karyawan swasta yang tinggal di Jakarta.</li> <li>• Tertarik pada fashion.</li> <li>• Gaya hidup sibuk membuatnya memilih belanja online untuk kemudahan.</li> <li>• Peduli lingkungan dan membeli pakaian bekas untuk mengurangi dampak fast fashion.</li> </ul>	<p><b>Frustrations</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sarah sering kesulitan menemukan pakaian di Instagram karena tata letak yang kurang terorganisir.</li> <li>• Khawatir tentang keamanan informasi pribadinya saat bertransaksi online.</li> <li>• Merasa frustrasi dengan proses pemesanan yang berbelit-belit melalui pesan langsung.</li> </ul>	<p><b>Pain Points</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengalaman berbelanja di Instagram tidak terorganisir dan membingungkan.</li> <li>• Kekhawatiran tentang keamanan transaksi online.</li> <li>• Proses pemesanan dan pembayaran yang rumit.</li> </ul>

Gambar 4. 2 *User Persona as Customer*



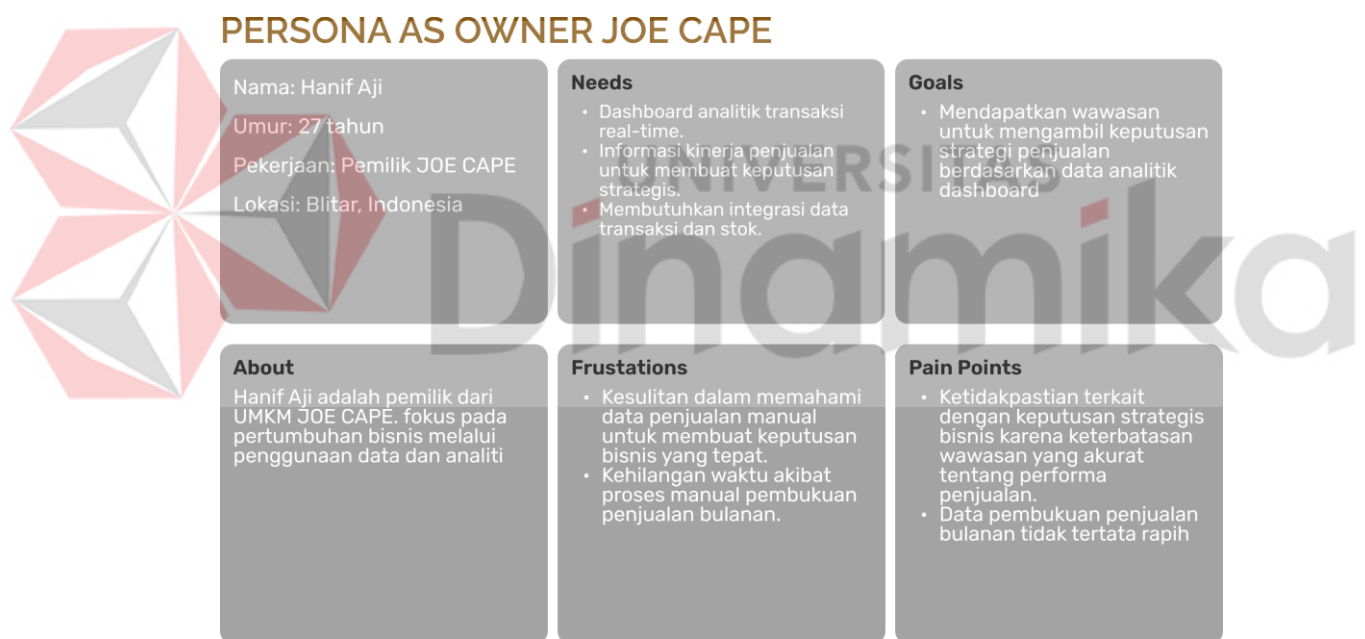
Berdasarkan *empathy map* tersebut dapat ditarik kesimpulan bagaimana gambaran *user persona* sebagai *customer* yang didapat. *User persona* adalah karakter yang mewakili target pengguna produk, hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4.2 *User Persona as Customer*.

## PERSONA AS PACKER JOE CAPE

<p>Nama: Andi Pratama Umur: 25 tahun Pekerjaan: Karyawan JOE CAPE Lokasi: Blitar, Indonesia</p>	<p><b>Needs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membutuhkan antarmuka yang mudah digunakan untuk memproses pesanan dan mengelola stock.</li> <li>• Membutuhkan akses cepat ke informasi produk dan status pesanan.</li> <li>• Membutuhkan alat komunikasi yang terintegrasi untuk notifikasi pelanggan.</li> </ul>	<p><b>Goals</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingin memproses pesanan dengan cepat dan akurat.</li> <li>• Ingin menjaga stock selalu update.</li> <li>• Ingin memberikan layanan pelanggan yang efisien.</li> </ul>
<p><b>About</b></p> <p>Andi pratama merupakan salah satu karyawan JOE CAPE yang telah bekerja selama 2 tahun bertugas sebagai packer pesanan yang telah masuk.</p>	<p><b>Frustrations</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frustrasi dengan sistem yang lambat atau sulit digunakan.</li> <li>• Kesulitan melacak stok.</li> <li>• Menghabiskan waktu untuk menangani keluhan pelanggan yang berulang.</li> </ul>	<p><b>Pain Points</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesulitan dalam mengatur prioritas pesanan ketika volume pesanan tinggi.</li> <li>• Kesulitan melacak stock</li> </ul>

Gambar 4. 3 *Persona as Karyawan Packer*

Selanjutnya adalah persona dari Karyawan dan *Owner* dimana tidak perlu dilakukan riset *empathy map* karena karakter Karyawan dan *Owner* merupakan tokoh real yang bisa diwawancarai secara langsung dan dapat diketahui kebutuhannya melalui poin poin dalam user persona table yang terdiri dari *needs, goals, about, frustration, dan frustration* poin. Wawancara terhadap karyawan dan *owner* dilakukan secara daring menggunakan pesan *whatsapp* dimana hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4. 3 untuk Persona *as* Karyawan *Packer*. Kemudian *user persona as owner* yang didapat dari hasil wawancara dituangkan dalam gambar gambar 4.4.



Gambar 4. 4 *Persona as Owner*

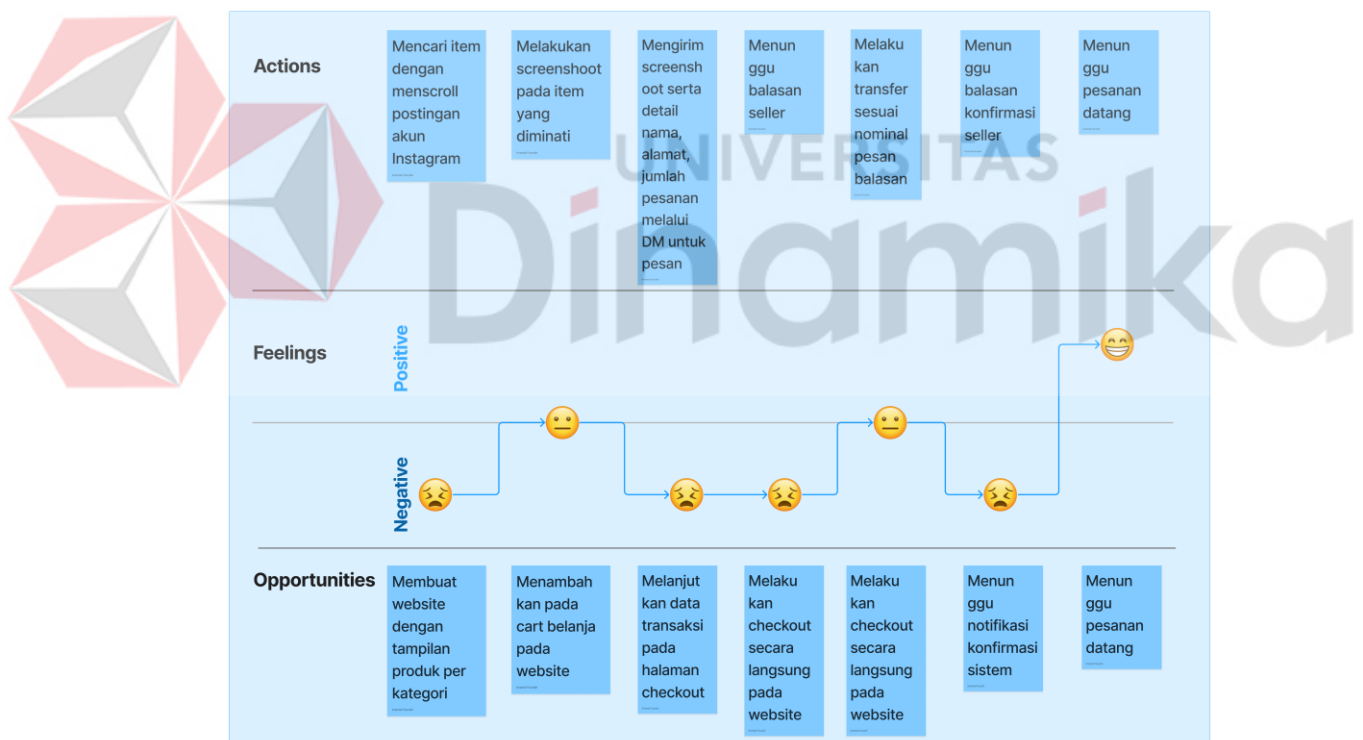
#### 4.4.2 *Define*

Di tahap *Define*, dilakukan analisis pada setiap *insight* yang didapat dari tahap *Empathize* untuk menghasilkan *user journey map* dan *MoSCow*.



### A. User Journey Map

User journey map adalah peta yang memberikan gambaran langkah langkah *customer* dari awal hingga akhir untuk melakukan transaksi sebelum adanya platform digital. Langkah ini bertujuan untuk menemukan *opportunities* atau solusi dari masalah yang dialami pengguna pada tahap tertentu. Alur *user action* yang didapatkan merupakan hasil wawancara dengan pemilik UMKM dimulai dari *customer* mengunjungi akun instagram JOE'S CAPE hingga meakukan transaksi melalui transfer. Dari alur tersebut didapatkan solusi yang dituangkan pada *user journey map* gambar 4.5.



Gambar 4.5 User Journey Map

### B. MoSCow

Setelah mengetahui opportunities yang bisa dilakukan melalui *user journey map* selanjutnya dilakukan penentuan prioritas fitur melalui metode *journey map*

*MoSCow*. *MoSCow* adalah singkatan dari *Must have* (harus ada), *Should have* (sebaiknya ada), *Could have* (bisa ada), dan *Won't have* (tidak ada untuk saat ini).

Tabel 4. 1 Hasil Penentuan Prioritas *MoSCow*

No.	Kategori	Fitur
1.	<i>Must Have</i>	a. Tampilan produk per kategori b. Fitur keranjang belanja ( <i>cart page</i> ) c. Proses pembayaran langsung di <i>website</i> ( <i>checkout page</i> ) d. Notifikasi konfirmasi pesanan
2.	<i>Should Have</i>	a. Pencarian produk b. <i>Wishlist page</i> c. Review dan rating produk
3.	<i>Could Have</i>	a. Rekomendasi produk
4.	<i>Won't Have</i>	-

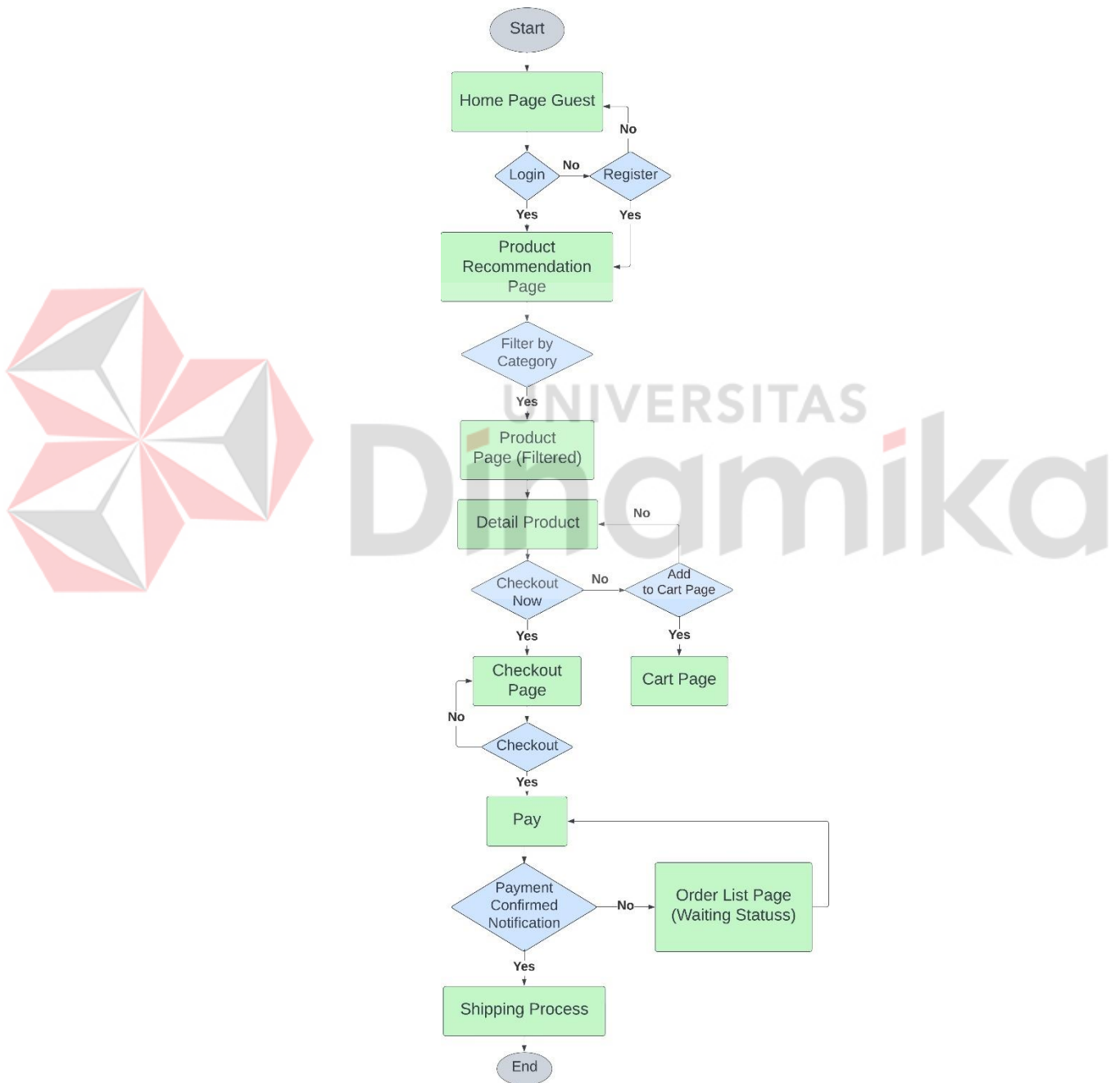
Melalui metode *MoSCow* pada tabel 4.2 didapatkan Fitur penting seperti tampilan produk, keranjang belanja, dan pembayaran *online* diprioritaskan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan efisiensi operasional UMKM JOE'S CAPE. Fitur pencarian produk dan wishlist dipertimbangkan sebagai tambahan yang diinginkan, sedangkan rekomendasi produk dianggap sebagai fitur yang tidak mendesak.

#### 4.4.3 *Ideate*

Setelah mendapatkan fitur yang diperlukan dan dikategorikan sesuai dengan status kebutuhannya pada tabel *MoSCow* selanjutnya pada tahap *Ideate* dilakukan proses *brainstorming* untuk menghasilkan *User Flow*, *Wireframe*, dan *Design* dimana masing masing digunakan sebagai acuan pada tahap pengembangan *design prototype* selanjutnya.

### A. User Flow

Pembuatan user *flow* bertujuan untuk memperjelas alur dari aplikasi yang dikembangkan sehingga proses transaksi yang dilakukan pada aplikasi dapat terbaca dengan jelas.



Gambar 4. 6 *Usel Flow*

## B. Wireframe

Selanjutnya pembuatan *wireframe* dilakukan menggunakan *Software* Figma. *Wireframe* merupakan *design low fidelity* berupa kerangka halaman yang berfokus pada tata letak serta komponen utama halaman tanpa mencantumkan detail konten dan *design* UI pada tiap halaman. *Wireframe* dilakukan bertujuan untuk memberikan gambaran serta sebagai acuan tata letak pada tahap *high fidelity prototype design*.



Gambar 4. 7 Wireframe Website JOE'S CAPE

Wireframe yang dihasilkan berupa *layout* dari delapan halaman utama yaitu *register, login, cart, wishlist, home, product, detail product, dan checkout page*. Pada masing masing halaman diterapkan komponen utama yaitu *header* dan *footer*, dan ditetapkan *layout carousel product* untuk *home* dan *product page*.

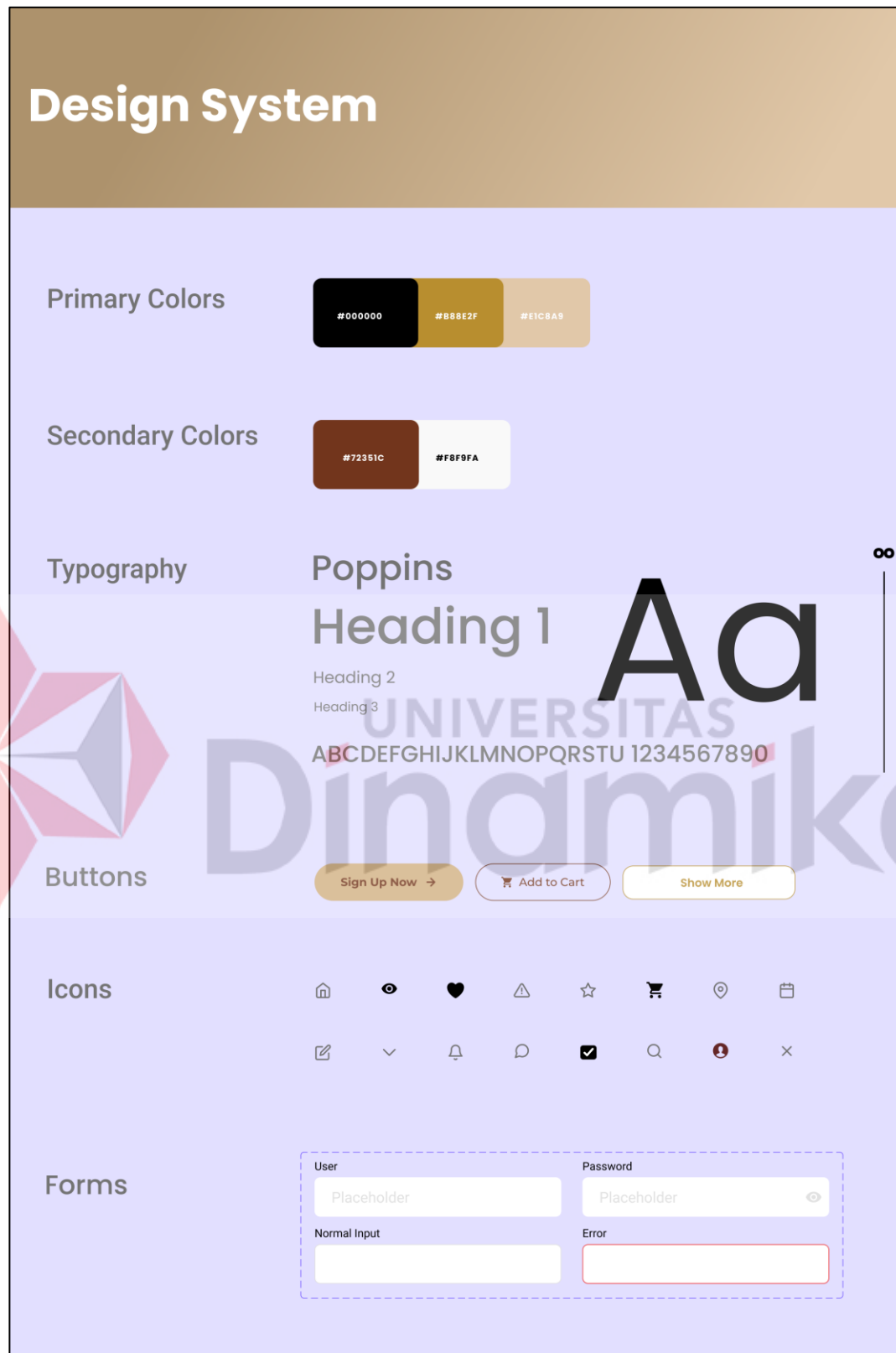
Delapan halaman *wireframe* yang telah dihasilkan selanjutnya diterapkan pada *high fidelity design* menggunakan *Software figma* dengan penyesuaian tertentu serta ditambah dengan penerapan *design rule* yang dihasilkan pada tahap pembuatan *design system*.

### C. Design System

Pada tahap ini dilakukan penyusunan *design system*, yaitu penentuan *primary colors, secondary colors, typography, buttons, iconset, dan form input* yang akan digunakan sebagai acuan *high fidelity design* dalam tahap *prototype*. *Design system* yang dihasilkan dapat dilihat pada Gambar 4.8.

*primary colors* adalah warna utama yang mendominasi *design* dimana warna utama yang digunakan adalah hitam serta warna coklat muda dengan Hex #E1C8A9 dan #B88E2F. Warna tersebut dipilih atas pertimbangan relevansi dengan produk yang disediakan, yaitu produk barang bekas dimana sebagian besar adalah produk vintage atau baru namun telah langka .

Selain itu *design* yang dihasilkan juga didukung dengan warna *secondary* dengan Hex #72351C untuk membantu mengisi bagian yang membutuhkan warna tegas namun tetap kontras ditambah dengan warna putih #F8F9FA untuk metralkan bagian yang memiliki dasar gelap.

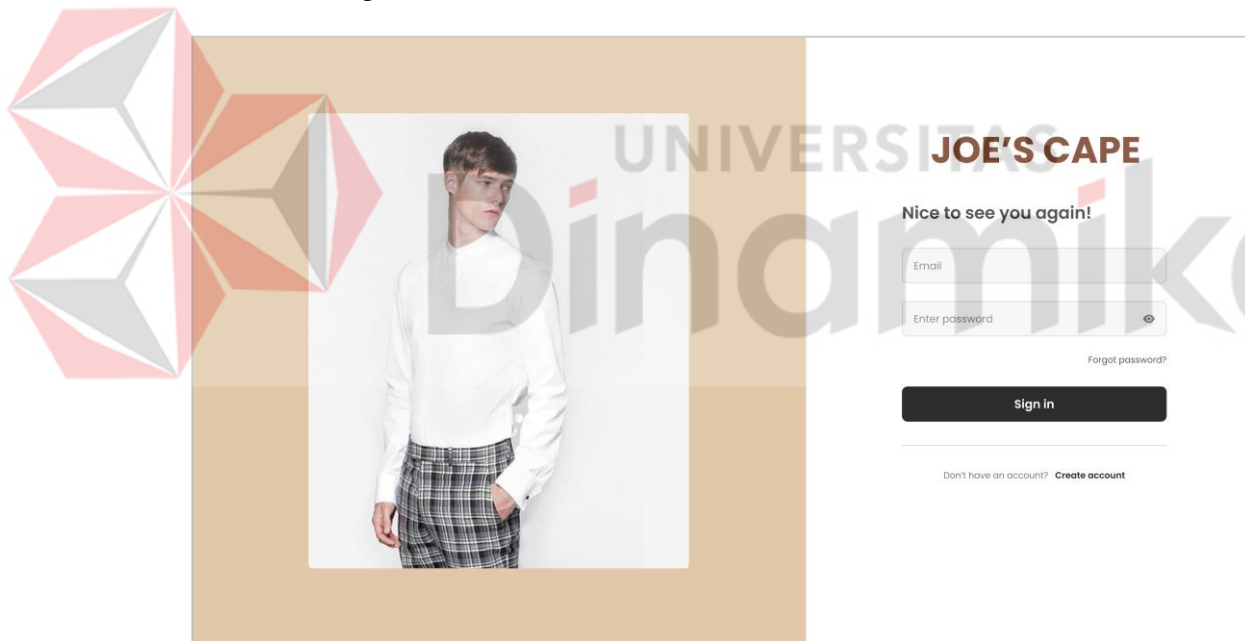
Gambar 4. 8 *Design System*

#### 4.4.4 Prototype

Pada tahap ini dilakukan implementasi dari seluruh hasil riset yang dilakukan pada tahap sebelumnya kedalam bentuk *high fidelity design* dan *prototype* alur aplikasi. *Design* yang dihasilkan dibagi menjadi dua sisi tampilan yaitu *customer* dan *admin*, masing masing uraian dari *user interface* yang telah dibuat diuraikan di bawah ini.

##### A. Login Page

Pada halaman awal *website* JOE'S CAPE pengguna diarahkan untuk *login* menggunakan *user* dan *password*. Jika belum memiliki akun pengguna dapat melakukan register terlebih dahulu melalui *direct text* '*create account*'.

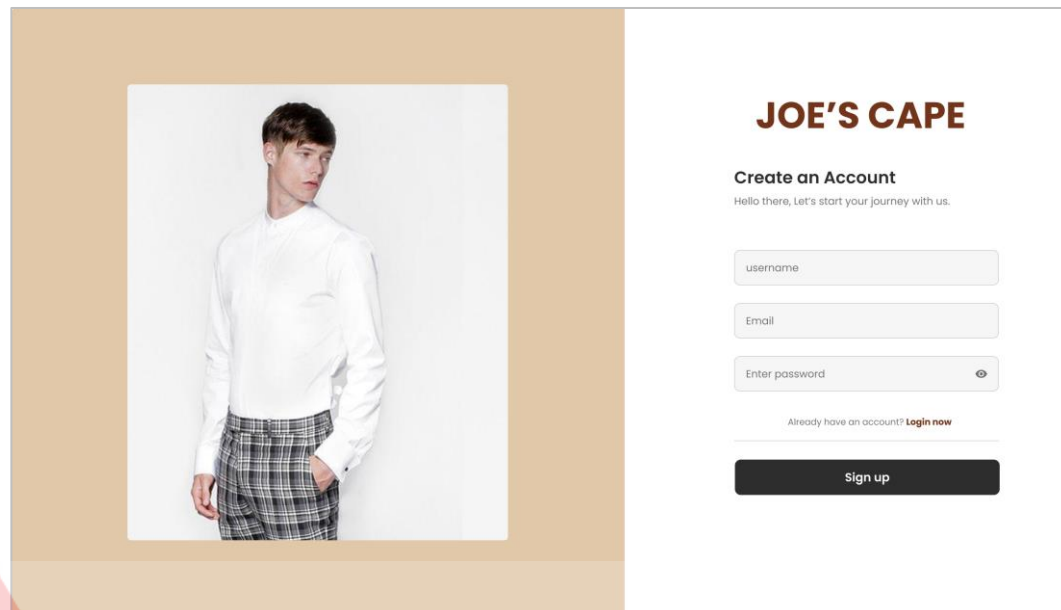


Gambar 4.9 Login Page

##### B. Register Page

Pada halaman *create account* pengguna diarahkan untuk mengisi data *username*, *email address*, dan *password*. jika pendaftaran berhasil maka

pengguna akan diarahkan kembali pada halaman *login*, untuk melakukan *login* sesuai *username* dan *password* yang telah didaftarkan.



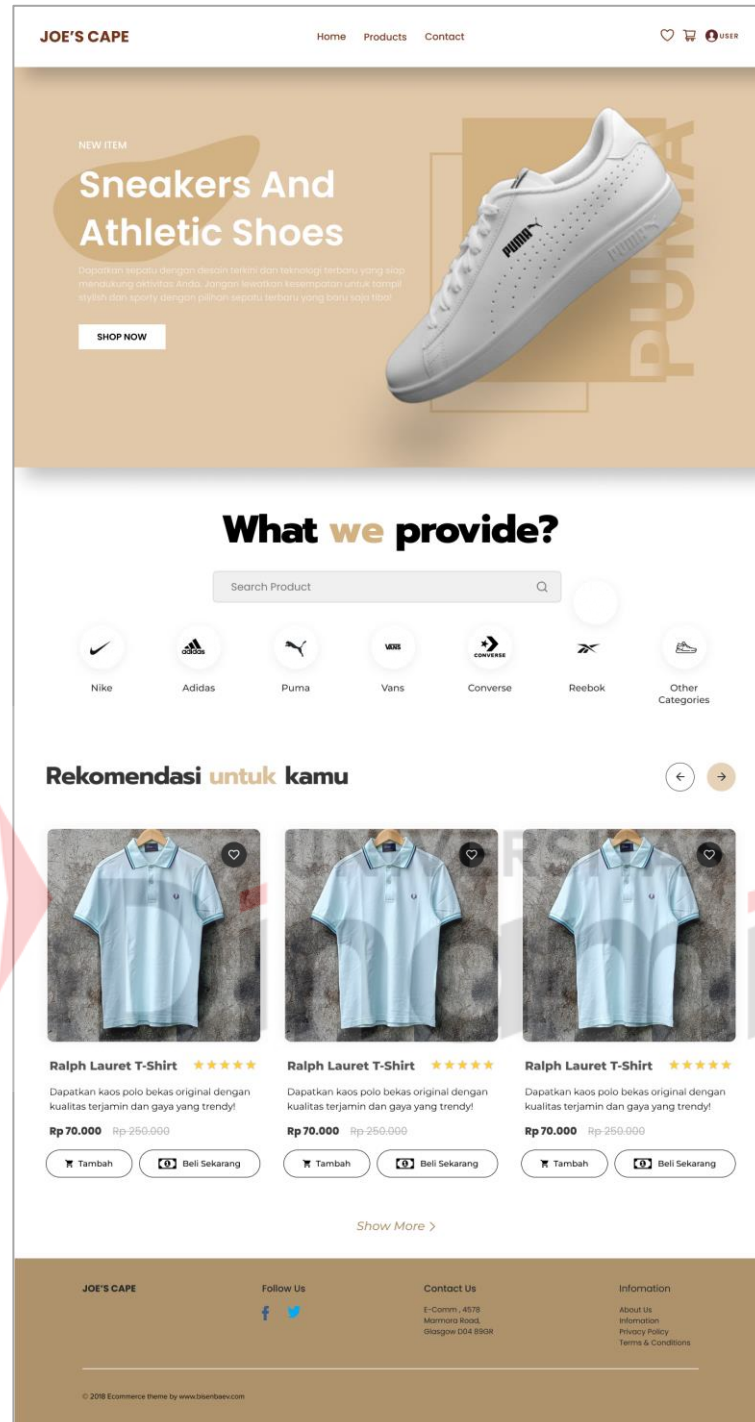
Gambar 4. 10 Register Page

### C. Home Page

Pada halaman *homepage* terdapat tiga *section* selain komponen *header* dan *footer* yaitu pertama banner promosi *discount* atau *item* baru yang masuk, ke dua *search box* beserta *icon* kategori produk, dan ke tiga *carousell* rekomendasi produk. Untuk melihat detail dari produk pengguna dapat mengklik salah satu *carousell* produk kemudian pengguna akan diarahkan pada halaman detail produk.

Untuk *format* tampilan produk sendiri ditetapkan terdiri dari foto, nama, harga, harga sebelum *discount*, *rating*, dan deskripsi singkat produk untuk membantu pengguna mendapatkan Informasi singkat mengenai produk dengan cepat serta tombol pilihan *buy now* untuk beli sekarang atau *add to cart* untuk menambahkan kedalam *trolley* terlebih dahulu.



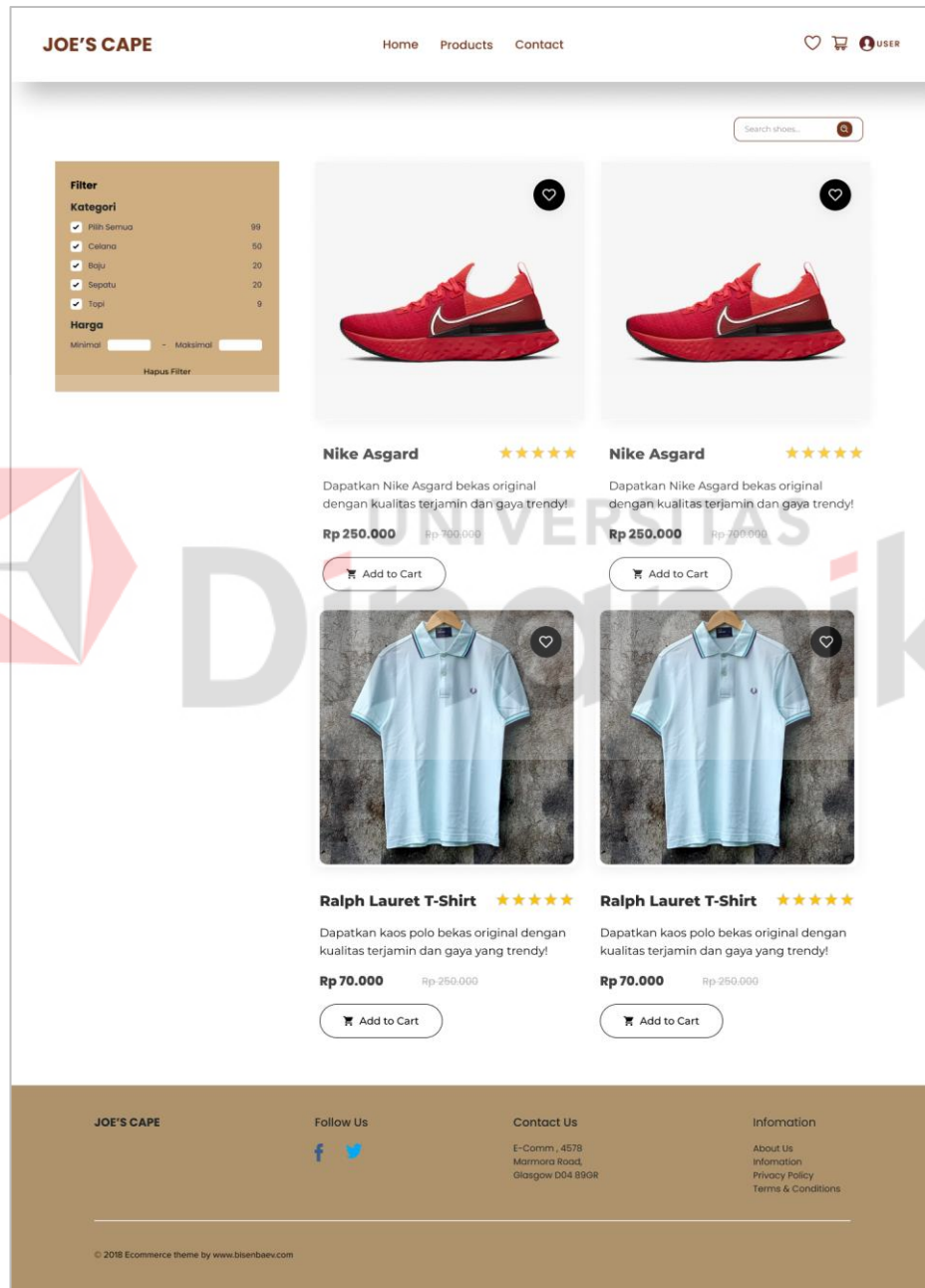


Gambar 4. 11 Home Page

#### D. Product Page

Tampilan *product page* ini adalah tampilan apabila pengguna mengklik *text 'show more'* atau apabila pengguna menggunakan fitur *search*. Pada halaman

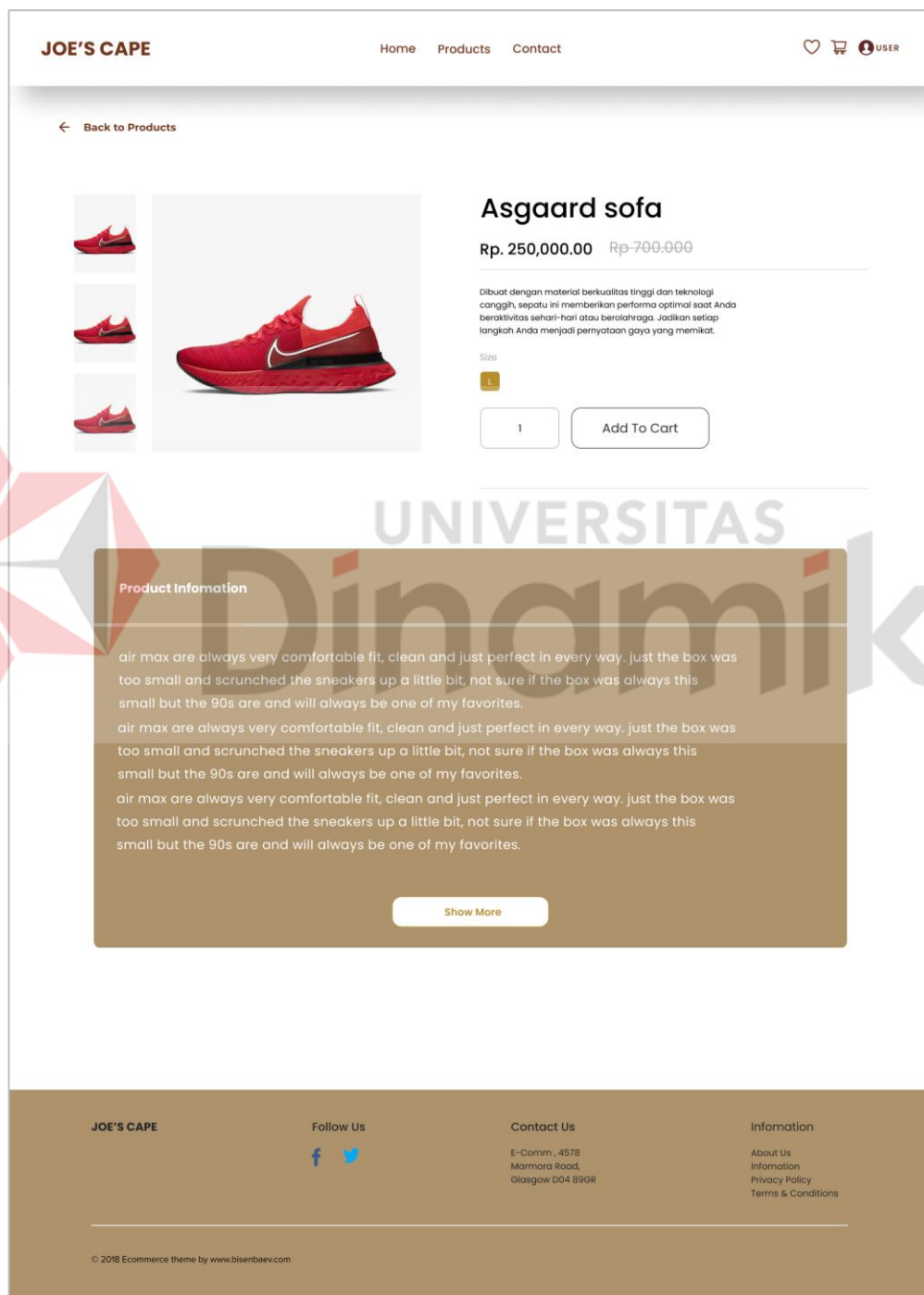
ini terdapat komponen filter box berdasarkan kategori dan harga. Serta carousel dari produk sendiri terapat Informasi nama produk, *rating*, deskripsi singkat, harga, dan tombol add to cart. Untuk mengarah kedalam halaman detail produk pengguna dapat menekan salah satu produk.



Gambar 4. 12 Product Page

### E. Product Detail Page

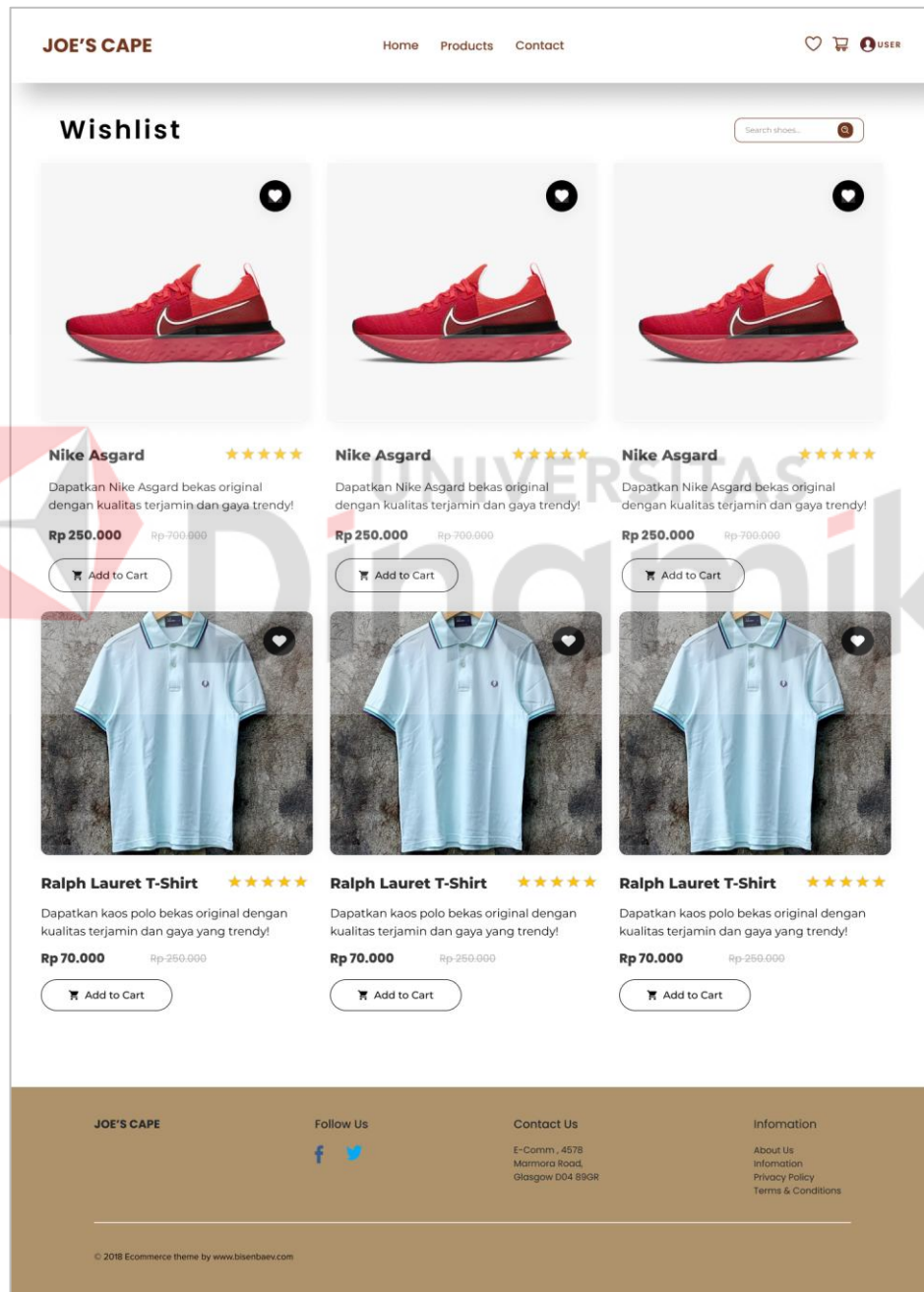
Pada halaman ini terdapat Informasi detail produk berupa nama produk, harga, deskripsi lengkap, foto, dan tombol *add to cart* untuk menambahkan produk pada keranjang.



Gambar 4. 13 Product Detail Page

## F. Wishlist Page


Pada wishlist page terdapat daftar produk yang difavoritkan, pengguna dapat menambahkan produk dengan klik *icon love* pada pojok kanan atas produk hingga warna *icon* menjadi putih dan menghapus produk dengan mengklik ulang *icon* hingga warna icon berubah menjadi hitam kembali.



Gambar 4. 14 Cart Page

### G. Checkout Page

Pada halaman *checkout* terdapat rangkuman item yang telah dipilih, data *customer*, serta total harga. *customer* dapat menyesuaikan ulang data nama, alamat, nomor telephone pada kolom *text box* yang terdapat dibawah produk. Setelah data dipastikan benar maka customer dapat melakukan pembayaran, jika pembayaran telah terkonfirmasi aplikasi akan menampilkan notifikasi pembayaran berhasil.

PRODUCT	PRICE	QTY	UNIT TOTAL
 Nike Airmax 270 react	Rp1.000.000	1	Rp1.000.000



  

Subtotal	RP 1.000.000
Shipping fee	Rp 20.000
Coupon	Rp 0
Pembayaran	BNI 09527919019
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 1.020.000</b>

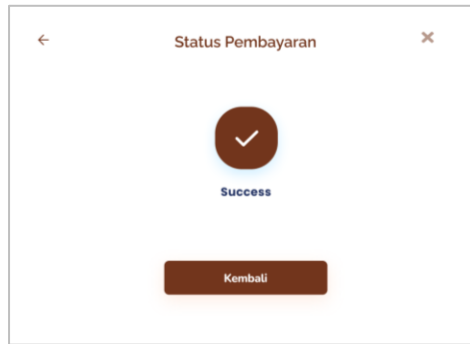
Customer Name	Ananda Fauziah
Address	Surabaya
Phone	082241980055
Shipping Method	JNT

<p><b>JOE'S CAPE</b></p> <p>Follow Us</p> <p> </p>	<p>Contact Us</p> <p>E-Comm , 4578 Marmora Road, Glasgow D04 89GR</p>	<p>Information</p> <p>About Us Information Privacy Policy Terms &amp; Conditions</p>
--	---	--

© 2018 Ecommerce theme by www.bisenbaev.com

Gambar 4. 15 Checkout Page

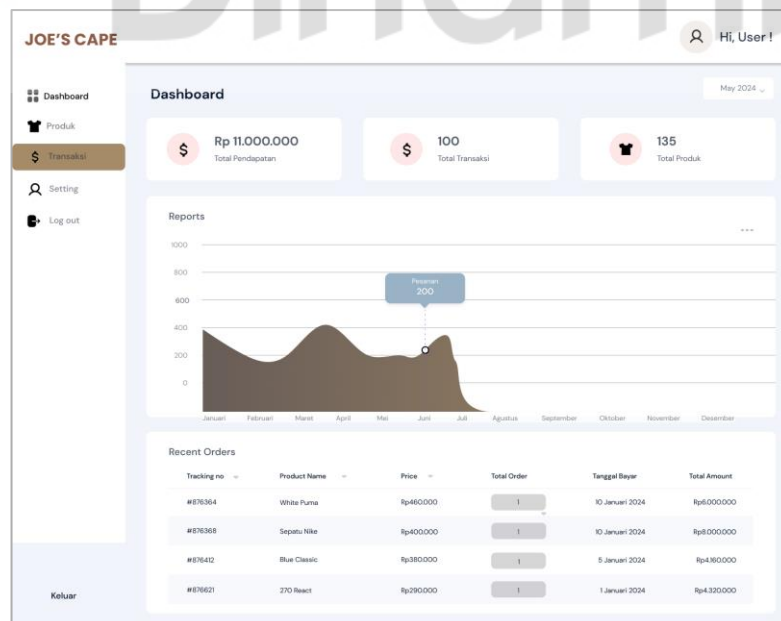


Gambar 4. 16 Notifikasi Pembayaran Berhasil

Pada sisi admin terdapat empat menu pada side navigation yaitu dashboard, produk, transaksi, dan user setting.

#### H. Dashboard Page

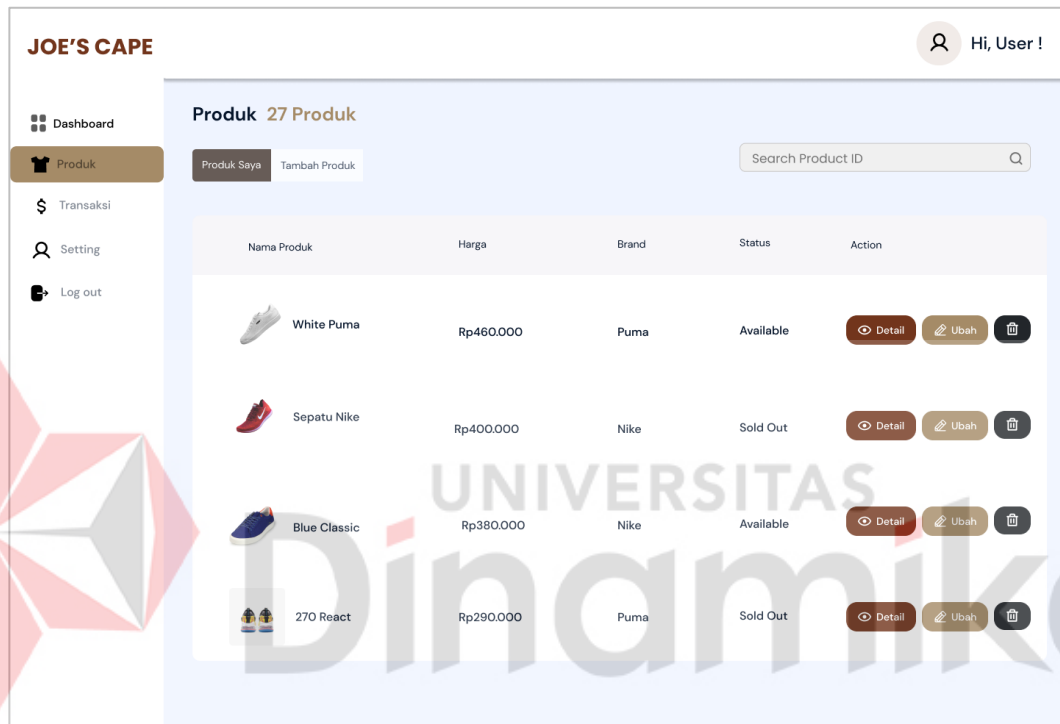
Pada halaman dashboar admin dapat mengakses Informasi utama yaitu laporan total pendapatan, total penjualan bulan ini, dan total produk yang dimiliki. Pada *section* selanjutnya admin dapat melihat statistik penjualan dalam satu tahun, kemudian pada *section* selanjutnya admin dapat melihat data order terbaru.



Gambar 4. 17 Dashboard Admin

## I. *Product Menu*

Pada menu *Product* admin dapat melihat data produk, untuk mencari produk tertentu admin dapat memasukkan ID produk pada kolom pencarian. Action yang dapat dilakukan oleh admin pada halaman ini adalah menambah produk, lihat detail, update, dan hapus produk.



Gambar 4. 18 *Product Menu*

Action *read*, *update*, *view detail* dan *delete* ditampilkan dalam bentuk *modal* atau *pop up box*. Pop up box berisi *form* Informasi produk yang terdiri dari nama, foto, brand, harga, persentase discount, serta deskripsi produk. Informasi mengenai nominal *discount* serta harga final setelah discount akan dikalkulasi oleh sistem dan ditampilkan pada kanan bawah modal. Desain UI dari modal tambah produk dapat dilihat pada gambar 4. 19, gambar 4.20 untuk *modal view detail*, dan gambar 4.21 untuk modal update produk.

Tambah Produk X

Nama Produk
  Brand

Harga  Rp
  Diskon  %

1 2 3 4 5

Deskripsi

Konfirmasi

Gambar 4. 19 Modal Tambah Produk

Update X

Nama Produk
  Brand

Harga 
 Diskon  %

1 2 3 4 5

Deskripsi

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras imperdiet nisi dolor, vel dignissim turpis molestie sit amet. Nulla quis lectus vitae odio fermentum laoreet. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque venenatis rutrum ipsum. Ut sagittis nisi ut ligula ornare, id ultrices risus malesuada. Nulla eget pellentesque justo. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.

Nominal Discount  
 Rp 322.223


Harga Discount  
 Rp 290.000

Konfirmasi

Gambar 4. 20 Modal Detail Produk



Update
X



1 2 3 4 5

**Deskripsi**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras imperdiet nisi dolor, vel dignissim turpis molestie sit amet. Nulla quis lectus vitae odio fermentum laoreet. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque venenatis rutrum ipsum. Ut sagittis nisi ut ligula ornare, id ultrices risus malesuada. Nulla eget pellentesque justo. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.

**Nama Produk**

**Brand**

**Harga**

Rp

**Diskon**

%

**Harga setelah diskon**

Rp 322.223

Rp 32.222,3 -

**Rp 290.000**

Konfirmasi

Gambar 4. 21 Modal Update Produk

## J. Transaction Menu

Pada menu transaksi admin dapat mengakses Informasi order yang masuk dibagi dalam kategori status order belum bayar, perlu dikirim, dikirim, selesai, pembatalan, dan pengembalian. Untuk mencari order tertentu admin dapat memasukkan nomor pesanan pada kolom pencarian.



**JOE'S CAPE**
Hi, User !

- Dashboard
- Produk
- Transaksi
- User
- User

**Daftar Transaksi**

Cari no pesanan  May 2024

Semua | Belum Bayar (3) | Perlu Dikirim (5) | Dikirim (10) | Selesai (2) | Pembatalan | Pengembalian

Nama Produk	Harga Total	Status	Quantity	Aksi	Jasa Kirim
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: x-small;"> <span>Gojo Sulaiman</span> <span>No. Pesanan 2201223FJAOQ</span> </div>					
 White Puma	Rp460.000	Perlu dikirim Sebelum 28/05/2024	1	<a href="#">Atur Pengiriman</a>	J&T
 Tas Selempang Pria	Rp400.000	Perlu dikirim Sebelum 28/05/2024	1	<a href="#">Atur Pengiriman</a>	J&T

Gambar 4. 22 Tansaction Menu

#### 4.4.5 Test

Tahap *testing* melibatkan pengujian prototipe pada pengguna sebenarnya sebanyak 30 responden menggunakan metode SUS. *SUS (System Usability Scale)* metode yang digunakan untuk mengukur seberapa mudah sebuah produk atau sistem digunakan oleh pengguna dikelompokkan dalam tiga grade yaitu *not acceptable*, *marginal*, dan *acceptable*.

*Testing* dilakukan menggunakan *google form* dimana terdapat 10 pertanyaan dan responder dapat menjawab pertanyaan dalam poin skala likert 1 – 5 yang sudah disediakan. Cara pengolahan skor menggunakan SUS adalah

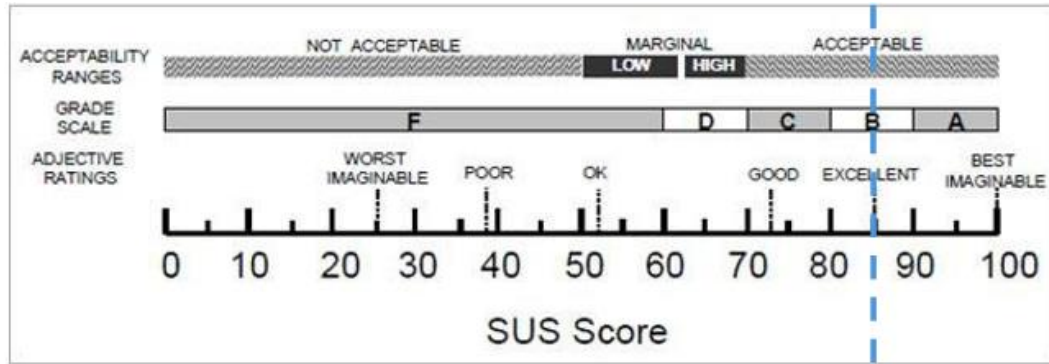
sebagai berikut :

$$SUS = 2.5 \times \left( \sum_{i \in \{1,3,5,7,9\}} (Q_i - 1) + \sum_{j \in \{2,4,6,8,10\}} (5 - Q_j) \right)$$

Gambar 4. 23 Rumus SUS

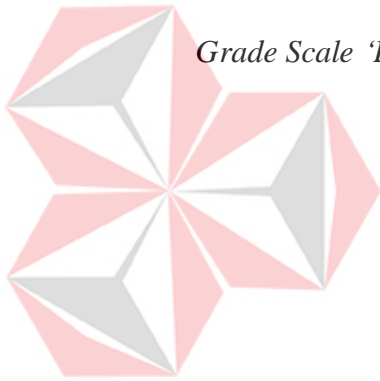
1. Jumlahkan skor dari jawaban pada pertanyaan bernomor ganjil, dikurangi 1 dari setiap skor.
2. Untuk pertanyaan bernomor genap, kurangi setiap skor dari 5.
3. Gabungkan hasil dari langkah 1 dan 2, kemudian kalikan totalnya dengan 2,5 untuk mendapatkan skor akhir.

Hasil skor pengolahan data tiap responden kemudian diambil rata rata terhadap seluruh responden, dimana responden yang digunakan dalam proyek ini adalah sebanyak 30 responden. Hasil rata rata yang didapat adalah 85.



Gambar 4. 24 Parameter SUS

Selanjutnya hasil rata rata tersebut diinterpretasikan pada *scale parameter SUS (system usability scale)* maka poin 85 *design UI/UX* yang didapat dalam proyek ini masuk kedalam range *Adjective Rating 'Acceptable'* dan *Grade Scale 'B'* sebagaimana yang dapat dilihat pada gambar 4.24.



UNIVERSITAS  
Dinamika

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian secara keseluruhan mengenai pengembangan *website Online Shop* JOE'S CAPE menunjukkan bahwa proyek ini berhasil memenuhi tujuan utamanya dengan uraian kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian *usability* menggunakan metode SUS menunjukkan bahwa *website* memiliki tingkat kegunaan yang tinggi dengan skor rata-rata 85, yang tergolong dalam kategori "*Acceptable B*". Hal ini mengindikasikan bahwa *website* JOE'S CAPE diterima dengan baik oleh pengguna dan dianggap mudah digunakan.
2. JOE'S CAPE berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu merancang UI/UX sebuah aplikasi *Online Shop* yang lebih terorganisir dibandingkan dengan metode penjualan sebelumnya melalui Instagram.

#### 5.2 Saran

Selama kegiatan berlangsung terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk UMKM JOE CAPE dengan uraian sebagai berikut :

1. Melanjutkan pengembangan ke tahap *development* untuk implementasi dari hasil riset serta *design* UI/UX dalam proyek ini.
2. Pertimbangkan untuk rencana pengembangan jangka panjang dalam penambahan fitur seperti *responsive website* di berbagai perangkat, *live chat agent*, dan integrasi media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, M. S. (2023). PENGATURAN PENJUALAN BAJU BEKAS PAKAI DARI LUAR NEGERI Studi terhadap Hukum Import di Indonesia (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Brooke, J. (1996). SUS-A quick and dirty *usability scale*. *Usability evaluation in industry*, 189(194), 4-7.
- Dorst, K. (2011). The core of 'design thinking' and its application. *Design studies*, 32(6), 521-532.
- Gunawan, A. D. (2022). Sustainable *Fashion* in Fast *Fashion* World and its Consumers (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Halim, A. (2023). Tanggung Jawab Penyedia Platform *E-Commerce* Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform *E-Commerce*. *Jurnal Notarius*, 2(1).
- Kurniawan, B., & Romzi, M. (2022). Perancangan UI/UX aplikasi manajemen penelitian dan pengabdian kepada masyarakat menggunakan aplikasi figma. *JSIM: Jurnal Sistem Informasi Mahakarya*, 5(1), 1-7.
- Pratitis, R. W., & Yumarnis, R. A. A. (2024). DAMPAK FAST *FASHION* TERHADAP LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT: STUDI KASUS BRAND H&M. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(1), 327-334.
- Sari, D. A. P. L. (2022). Thrift *Fashion* Dalam Perubahan Paradigm Pandemi; Dilarang Tapi Digemari?. *Dasa citta desain: e-book chapter desain*, 130-145.
- Wiwesa, N. R. (2021). User *Interface* Dan User *Experience* Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 2.
- Yursal, M. D., & Sari, D. M. (2023). User *Interface Design* Aplikasi Mobile Hola-Hola. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 2(2), 136-147.