



UNIVERSITAS
Dinamika

**PERANCANGAN DESAIN UI/UX WEBSITE PENJUALAN PRODUK
PERTANIAN PADA CV AIKARI HARVEST MENGGUNAKAN
LEAN UX**



TUGAS AKHIR

**Program Studi
S1 SISTEM INFORMASI**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

ERSYAD DARUQUTNI

184100100088

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

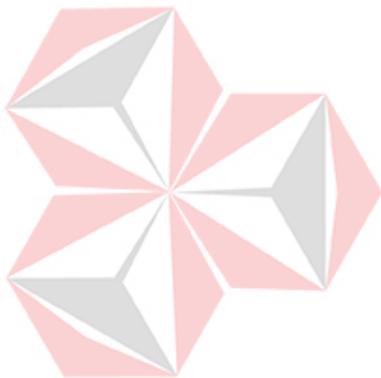
UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERANCANGAN DESAIN UI/UX WEBSITE PENJUALAN PRODUK
PERTANIAN CV AIKARI HARVEST MENGGUNAKAN LEAN UX**

TUGAS AKHIR

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



**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh :

**Nama : Ersyad Daruqutni
NIM : 18410100088
Program Studi : S1 Sistem Informasi**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

Tugas Akhir

PERANCANGAN DESAIN UI/UX WEBSITE PENJUALAN PRODUK PERTANIAN PADA CV AIKARI HARVEST MENGGUNAKAN LEAN UX

Dipersiapkan dan disusun oleh

Ersyad Daruqutni

NIM : 18410100088

Telah diperiksa, dibahas dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 30 Agustus 2024

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

I. Endra Rahmawati, M.Kom.

NIDN. 0712108701

II. Pradita Maulidya Effendi, M.Kom.

NIDN. 0720089401

Pembahas:

Pantjawati Sudarmaningtyas, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0712066801

Digitally signed by
Endra Rahmawati
Date: 2024.08.30
10:21:47 +07'00'

Pradita Maulidya
Effendi
2024.08.30
10:25:31 +07'00'

Digitally signed
by Pantjawati
Sudarmaningtyas
Date: 2024.08.30
10:30:11 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana

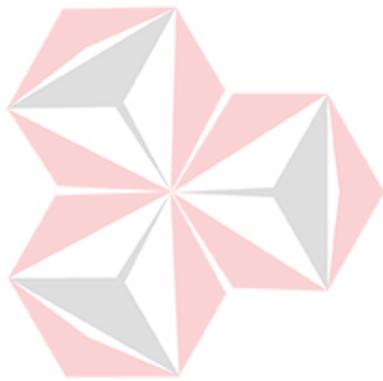
Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN 0731057301

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

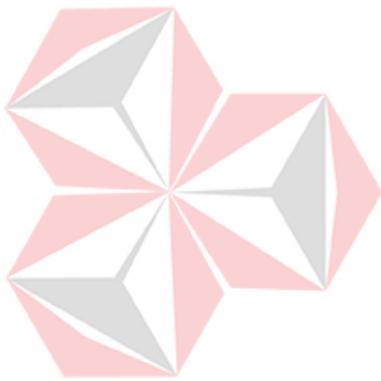
UNIVERSITAS DINAMIKA

"Progres yang lambat tetaplah progres, setiap langkah kecil membawa kita lebih dekat pada tujuan besar"



UNIVERSITAS
Dinamika

*Saya Persembahkan Tugas Akhir ini
Kepada Seluruh Keluarga saya, Ibu/Bapak Dosen,
dan Teman-Teman yang selalu memberi dukungan
dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini*



UNIVERSITAS
Dinamika

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Ersyad Daruqutni

NIM : 18410100088

Program Studi : S1 Sistem Informasi

Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Tugas Akhir

Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN UI/UX WEBSITE PENJUALAN PRODUK
PERTANIAN PADA CV. AIKARI HARVEST MENGGUNAKAN
LEAN UX**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 agustus 2024
Yang menyatakan



Ersyad Daruqutni
NIM: 18410100088

ABSTRAK

Di era digital saat ini, *website* penjualan tidak hanya menjadi kebutuhan tetapi juga kunci kesuksesan bisnis. Desain *UI/UX* yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan mempermudah interaksi dengan produk atau layanan. CV Aikari Harvest adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri pertanian sebagai penyedia obat dan nutrisi pertanian. Penelitian ini berfokus pada perancangan ulang desain *UI/UX* untuk *website* CV Aikari Harvest yang sebelumnya memiliki *website* dengan berbagai kekurangan, seperti tampilan yang kurang menarik dan minim fitur navigasi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa *website* tersebut perlu perbaikan terutama pada aspek *learnability* dan *satisfaction*. Berdasarkan permasalahan di atas, perancangan *user interface* pada CV Aikari Harvest merupakan langkah yang sangat diperlukan untuk memperbaiki *usability website* CV Aikari Harvest dengan menggunakan metode Lean UX dalam pengembangan desain antarmuka yang dibuat, serta pengujian menggunakan metode *Usability Testing* dan *Task Scenario*. Hasil pengujian menggunakan *usability testing* menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan hasil evaluasi sebelumnya. Indikator *learnability* meningkat dari 57,8% menjadi 89,1% dan *satisfaction* dari 56% menjadi 88,2%. Berdasar hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa perancangan ulang antarmuka dalam penelitian ini telah berhasil meningkatkan pengalaman pengguna khususnya *learnability* dan *satisfaction*. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil uji *task scenario* yang menunjukkan rata-rata kepuasan pengguna sebesar 83%.

Kata Kunci: *User interface, Lean UX, Usability Testing, Task Scenario*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Desain UI/UX Website Penjualan CV AIKARI HARVEST Menggunakan Lean UX”.

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

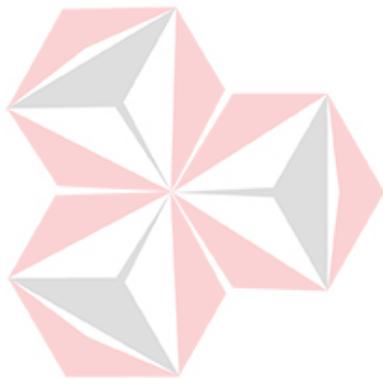
1. Ayah dan Ibu tercinta serta keluarga yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat di setiap langkah dan aktivitas penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya.
3. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng. selaku Dekan Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika Surabaya.
4. Bapak Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika.
5. Ibu Endra Rahmawati, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing 1 yang selalu membimbing, mendukung, dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Ibu Pradita Maulidya Effendi, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing 2 yang selalu membimbing, mendukung, memberikan motivasi dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Ibu Pantjawati Sudarmaningtyas, S.Kom., M.Eng. selaku Dosen Pembahas yang telah bersedia menjadi dosen pembahas dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan bimbingan serta nasehat dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang dikerjakan ini masih banyak terdapat kekurangan sehingga kritik yang bersifat membangun dan saran dari semua pihak sangatlah diharapkan agar aplikasi ini dapat diperbaiki menjadi lebih baik lagi. Semoga Tugas Akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Surabaya, 30 Juli 2024

Penulis

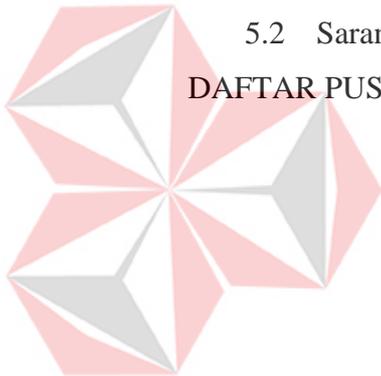


UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 <i>User Interface</i>	6
2.3 <i>E-commerce</i>	7
2.4 <i>Lean UX</i>	8
2.5 <i>Usability Testing</i>	9
2.6 <i>Skala Likert</i>	10
2.7 <i>Task scenario</i>	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	13
3.1 Tahap Declare Assumptions	13
3.1.1 Studi Literatur	13
3.1.2 Wawancara.....	14
3.1.3 Observasi.....	15
3.1.4 Analisis Kompetitor	15
3.1.5 Asumsi	17
3.1.2 User Persona	19
3.1.3 Daftar Fitur.....	20

3.2 Tahap Create An MVP.....	20
3.2.1 Perancangan <i>Wireframe</i>	21
3.2.2 Perancangan <i>Prototype</i>	21
3.3 Tahap Run An Experiment.....	22
3.4 Tahap Feedback and Research.....	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Tahap Create An MVP.....	24
4.1.1 Perancangan <i>Wireframe</i>	24
4.1.2 Perancangan <i>Prototype</i>	29
4.2 Tahap Run An Experiment.....	35
4.3 Tahap Feedback and Research.....	41
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45

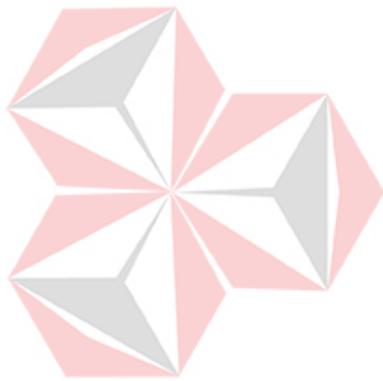


UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Lean Tahapan UX (Gothelf, Jeff & Seiden, 2013)	8
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	13
Gambar 3.2 Design Guidelines	21
Gambar 4.1 Wireframe Halaman Home	24
Gambar 4.2 Wireframe Halaman Kategori Produk.....	25
Gambar 4.3 Wireframe halaman pencarian produk	25
Gambar 4.4 Wireframe Halaman Detail Produk.....	26
Gambar 4.5 Wireframe Halaman Keranjang Pelanggan.....	26
Gambar 4.6 Wireframe Halaman Checkout Pelanggan	27
Gambar 4.7 Wireframe Dashboard Admin	27
Gambar 4.8 Wireframe Dashboard Master Produk.....	28
Gambar 4.9 Wireframe Dashboard Pesanan	28
Gambar 4.10 Wireframe Dashboard Laporan Penjualan Admin.....	29
Gambar 4.11 Prototype Halaman Home	29
Gambar 4.12 Prototype Kategori Produk Nutrisi.....	30
Gambar 4.13 Prototype Halaman Pencarian Produk.....	30
Gambar 4.14 Prototype Halaman Detail Produk.....	31
Gambar 4.15 Prototype Halaman Keranjang Belanja	32
Gambar 4.16 Prototype Halaman Checkout Belanja	32
Gambar 4.17 Prototype Dashboard Admin	33
Gambar 4.18 Prototype Dashboard Data Master Produk.....	33
Gambar 4.19 Prototype Dashboard Pesanan.....	34
Gambar 4.20 Prototype Dashboard Laporan.....	34
Gambar 4.21 Task Scenario Fitur Pencarian.....	38
Gambar 4.22 Task Scenario Kategori Produk.....	38
Gambar 4.23 Task Scenario Fitur Pembayaran.....	39
Gambar 4.24 Task Scenario Penggunaan Warna.....	39
Gambar 4.25 Grafik Evaluasi Tertinggi Learnability (Indikator P14).....	41
Gambar 4.26 Grafik Evaluasi Tertinggi Efficiency (Indikator P23).....	41

Gambar 4.27 Grafik Evaluasi Tertinggi Memorability (Indikator P33)	42
Gambar 4.28 Grafik Evaluasi Tertinggi Error (Indikator P41).....	42
Gambar 4.29 Grafik Evaluasi Tertinggi Satisfaction (Indikator P52)	43



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.2 Pernyataan Usability	10
Tabel 2.3 Skala Likert	10
Tabel 2.4 Tingkat Efektivitas Keberhasilan	11
Tabel 3.1 Hasil Wawancara dengan Pemilik CV Aikari Harvest	14
Tabel 3.2 Analisis website kompetitor	15
Tabel 3.3 Analisis Kompetitor dari segi Usability	16
Tabel 3.4 Daftar Asumsi	18
Tabel 3.5 User Persona Pelanggan 1	19
Tabel 3.6 User Persona Pelanggan 2	19
Tabel 3.7 User Persona Pemilik CV Aikari Harvest	19
Tabel 3.8 Daftar Fitur Pelanggan	20
Tabel 3.9 Daftar Fitur Admin	20
Tabel 3.10 Daftar Task Scenario	23
Tabel 4.1 Pernyataan berdasarkan 5 Indikator Usability Testing	35
Tabel 4.2 Skala Likert dengan 5 Skor	35
Tabel 4.3 Indikator Learnability	36
Tabel 4.4 Indikator Efficiency	36
Tabel 4.5 Indikator Memorability	36
Tabel 4.6 Indikator Error	37
Tabel 4.7 Indikator Satisfaction	37
Tabel 4.8 Hasil Rata-rata Pengujian Usability	37
Tabel 4.9 Task Scenario	38
Tabel 4.10 Hasil Rata-rata Kepuasan 4 Tugas Menggunakan Maze	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Tampilan Halaman Utama Website sebelumnya.....	47
Lampiran 2. Tampilan Detail Produk Website Sebelumnya.....	47
Lampiran 3. Tampilan Keranjang belanja Website sebelumnya	47
Lampiran 4. Indikator Pernyataan.....	48
Lampiran 5. Skala Likert.....	48
Lampiran 6. Kuesioner Learnability Website Aikari Harvest	48
Lampiran 7. Kuesioner Efficiency Website Aikari Harvest	48
Lampiran 8. Kuesioner Memorability Website Aikari Harvest.....	49
Lampiran 9. Kuesioner Error Website Aikari Harvest.....	49
Lampiran 10. Kuesioner Satisfaction Website Aikari Harvest	49
Lampiran 11. Nilai Rata - Rata Persentase Website Aikari Harvest.....	49
Lampiran 12. Kuesioner Learnability Website Tanismart.....	49
Lampiran 13. Kuesioner Efficiency Website Tanismart.....	49
Lampiran 14. Kuesioner Memorability Website Tanismart	50
Lampiran 15. Kuesioner Error Website Tanismart.....	50
Lampiran 16. Kuesioner Satisfaction Website Tanismart.....	50
Lampiran 17. Hasil Rata-rata Website Tanismart.....	50
Lampiran 18. Kuesioner Learnability Website Sentratani.....	50
Lampiran 19. Kuesioner Efficiency Website Sentratani.....	51
Lampiran 20. Kuesioner Memorability Website Sentratani	51
Lampiran 21. Kuesioner Error Website Sentratani	51
Lampiran 22. Kuesioner Satisfaction Website Sentratani.....	51
Lampiran 23. Hasil Rata-rata Website Sentratani.....	51
Lampiran 24. Kuesioner Learnability Website GDM.ID.....	51
Lampiran 25. Kuesioner Efficiency Website GDM.ID	52
Lampiran 26. Kuesioner Memorability Website GDM.ID	52
Lampiran 27. Kuesioner Error Website GDM.ID.....	52
Lampiran 28. Kuesioner Satisfaction Website GDM.ID	52
Lampiran 29. Hasil Rata-rata Website GDM.ID	52

Lampiran 30. Wireframe Login Pelanggan.....	53
Lampiran 31. Wireframe Halaman Daftar Pelanggan.....	53
Lampiran 32. Wireframe Halaman Tentang Kami	54
Lampiran 33. Wireframe Pesanan Pelanggan	55
Lampiran 34. Wireframe Dashboard Master Produk.....	55
Lampiran 35. Wireframe Dashboard Pengiriman	56
Lampiran 36. Wireframe Dashboard Promo.....	56
Lampiran 37. Prototype Kategori Produk Nutrisi	57
Lampiran 38. Prototype Halaman Tentang Kami	58
Lampiran 39. Prototype Pesanan Pelanggan.....	58
Lampiran 40. Prototype Master Produk Admin.....	59
Lampiran 41. Prototype Halaman Pengiriman.....	59
Lampiran 42. Prototype Halaman Promo	60
Lampiran 43. Hasil Wawancara 5 pengguna	60
Lampiran 44. Hasil Turnitin.....	61
Lampiran 45. Kartu Bimbingan	61
Lampiran 46. Biodata Penulis.....	62



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, keberadaan *website* penjualan bukan hanya menjadi suatu kebutuhan, tetapi juga kunci utama untuk mencapai kesuksesan bisnis. Semakin besarnya kebutuhan akan sebuah informasi dengan teknologi informasi yang memadai, maka sekarang ini teknologi informasi dibutuhkan oleh setiap kalangan dan setiap bidang (Nadhif et al., 2021). Di sinilah desain UI/UX (User Interface/User Experience) memainkan peran yang sangat penting. *User Interface* adalah *input* dan *output* yang langsung melibatkan sistem pengguna akhir sedangkan *user experience* adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa (Sihaloho, 2023).

CV Aikari Harvest adalah sebuah perusahaan yang berlokasi di Dusun Buluh, Desa Krandegan, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun, Jawa Timur. Perusahaan ini bergerak dalam industri pertanian sebagai penyedia obat dan nutrisi pertanian yang sangat efektif untuk meningkatkan pertumbuhan tanaman, termasuk tanaman pangan dan tanaman hortikultura. Sampai saat ini, CV Aikari Harvest telah menjangkau konsumen di berbagai wilayah daerah Jawa Timur seperti kota Blitar, Banyuwangi, Jember, Madiun, dan juga di daerah lain seperti Lampung, Aceh, Sorong dan sebagainya. Jumlah pelanggan tetap saat ini adalah 487 orang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak CV Aikari Harvest saat ini pihak perusahaan sebelumnya memiliki sebuah website berupa katalog produk. Namun karena website tersebut kurang diketahui oleh pelanggan dan tidak adanya fitur penjualan, perusahaan tidak lagi menggunakan *website* tersebut sebagai media pemasaran. Dari hasil pengamatan pada tampilan *website* sebelumnya (dapat dilihat pada lampiran 1, 2, dan 3) memiliki beberapa kekurangan diantaranya desain website tidak memiliki halaman utama (langsung menampilkan katalog produk saja), tidak memiliki pembagian kategori produk, tidak ada fitur untuk pembayaran lebih lanjut setelah produk masuk ke keranjang belanja, serta kurangnya elemen navigasi yang jelas sehingga membuat pengguna kesulitan dalam menjelajahi

website. Selain itu informasi produk yang ditampilkan juga terbatas dan tidak ada fitur pencarian sehingga menjadi kendala bagi pengguna dalam menemukan produk yang diinginkan. Tidak adanya navigasi menu juga mengakibatkan informasi perusahaan tidak dapat ditampilkan sehingga mengurangi kepercayaan pengguna terhadap *website*. Oleh karena itu, proses pembelian produk pada perusahaan tersebut saat ini mengandalkan media sosial seperti *Whatsapp* dan *Facebook* atau dengan datang langsung ke toko. Berdasarkan wawancara dengan 3 orang pelanggan CV Aikari Harvest diketahui bahwa pelanggan kesulitan dalam mencari informasi produk yang ingin dibeli di *Facebook*, dan proses transaksi penjualan memerlukan waktu yang sangat lama. Oleh karena itu berdasarkan permasalahan di atas dibutuhkannya solusi berupa perancangan desain *UI/UX* untuk *website*. Desain *UI/UX* yang baik akan mencakup antarmuka yang memudahkan pelanggan dalam menemukan informasi produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Desain *User Experience* memudahkan pengguna dalam menggunakan *website*. Karena di dalamnya sudah ada penilaian aspek *usability*. Setiap *website* dibuat agar para pengguna mudah dalam menggunakannya. Penerapan *UI/UX* juga jadi pembeda dibandingkan dengan kompetitor di industri yang sama, yakni toko pertanian.

Berdasarkan analisis kompetitor pada *website* Sentratani dan Tanismart dari segi *user interface* didalam tampilan *website* memiliki kelebihan pada tata letak produk yang dijual sesuai dengan kategori, sedangkan kekurangan dari Sentratani dan Tanismart yaitu tampilan yang monoton seperti pemilihan *font*, warna. Sedangkan kelebihan yang dimiliki kompetitor *gdm.id* adalah navigasi dan tampilan warna yang menarik untuk kekurangan yang dimiliki *gdm.id* adalah tidak adanya kategori produk dan belum menerapkan fitur transaksi penjualan. Evaluasi desain dilakukan berdasarkan lima aspek *usability* yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction* yang melibatkan 30 responden terhadap *website* CV Aikari Harvest dan kompetitor yang sama dibidang pertanian seperti *tanismart.com*, *sentratani.com*, dan *gdm.id*. Hasil evaluasi terhadap *website* CV Aikari Harvest diketahui dari segi *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction* mendapatkan *persentase* 57,8%, 66,2%, 72,9%, 64% dan 56% yang artinya tampilan *website* dari segi *efficiency*, *memorability* dan *error* baik. Sedangkan *learnability* dan *satisfaction* buruk, sehingga diperlukan perbaikan dari

segi *learnability* dan *satisfaction*. Perbaikan dari segi *learnability* seperti penggunaan fitur yang berjalan dengan baik dan perbaikan dari segi *satisfaction* adalah memberikan tampilan website yang menarik dari segi warna, *font* dan navigasi.

Oleh karena itu berdasarkan permasalahan diatas dibutuhkannya solusi berupa perancangan desain *UI/UX* untuk website. Desain *UI/UX* yang baik akan mencakup antarmuka yang memudahkan pelanggan dalam menemukan informasi produk dan meningkatkan *usability* dari segi *learnability* dan *satisfaction*. Tujuan perancangan desain *UI/UX* adalah untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan informasi produk dan meningkatkan *usability* dari segi *learnability* dan *satisfaction*. Untuk mencapai tujuan tersebut, akan diterapkan metode Lean UX dalam pengembangan desain antarmuka yang akan dibuat, serta pengujian akan menggunakan metode *Usability Testing* dan *Task Scenario*. Dengan pendekatan ini, fokus utama adalah pada iterasi cepat, kolaborasi dengan pemangku kepentingan, dan mengutamakan pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan pengguna. Hal ini akan memastikan bahwa desain *website* memenuhi harapan pengguna dan meminimalkan risiko kesalahan desain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas maka rumusan masalah pada laporan ini adalah bagaimana mendesain tampilan website penjualan produk pertanian CV Aikari Harvest menggunakan *Lean UX* untuk memudahkan pengguna dalam mencari informasi produk serta meningkatkan *learnability* dan *satisfaction*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi desain yang digunakan adalah *Usability Testing* dan *Task scenario*.
2. Perancangan desain *user interface* menggunakan aplikasi Figma.
3. Hasil Akhir penelitian ini berupa *prototype* desain antarmuka *website*.

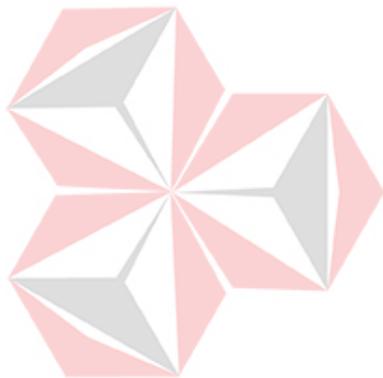
1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan *prototype website* penjualan produk pertanian CV Aikari Harvest menggunakan *Lean UX* untuk memudahkan pengguna dalam mencari informasi produk serta meningkatkan *learnability* dan *satisfaction*.

1.5 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat *usability* pada *website* penjualan produk pertanian pada CV Aikari Harvest khususnya *learnability* dan *satisfaction*.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rekomendasi perancangan desain antarmuka untuk mengembangkan *website* penjualan produk pertanian pada CV Aikari Harvest.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah dasar acuan atau referensi dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu digunakan sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian. Berikut adalah penelitian terdahulu yang digunakan sebagai sumber acuan dan referensi.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Khairy & Firmansyah 2022	Penerapan Design Thinking Pada Perancangan UI/UX Marketplace Sistem Rantai Pasok “Panen-Panen”	Dalam penelitian ini, telah berhasil dikembangkan <i>user interface</i> e-marketplace bernama "Panen-Panen" yang bertujuan untuk membantu pembudidaya sayuran, ikan, buah, dan ternak dalam memperluas pemasaran hasil olahan, serta membantu pengguna dalam menggunakan aplikasi. Metode yang digunakan adalah <i>Design Thinking</i> dengan lima proses yaitu <i>empathy</i> , <i>define</i> , <i>ideate</i> , <i>prototype</i> , dan <i>testing</i> . Hasil pengujian dari aspek <i>learnability</i> menunjukkan bahwa 59% responden merasa bahwa aplikasi "Panen-Panen" mudah digunakan.
Perbedaan: penelitian sebelumnya fokus pada pengembangan <i>user interface</i> e-marketplace "Panen-Panen" untuk membantu pembudidaya sayuran, ikan, buah, dan ternak dalam memperluas pemasaran hasil olahan. Sedangkan penelitian ini akan berfokus pada perancangan desain antarmuka <i>website e-commerce</i> CV Aikari Harvest untuk memudahkan pengguna dalam mencari informasi produk serta meningkatkan <i>learnability</i> dan <i>satisfaction</i> . Metode penelitian yang digunakan untuk membangun e-Commerce CV Aikari adalah LeanUX.			
2.	Natsir & Sihombing, 2022	Penerapan Metode <i>User Centered Design</i> pada Rancangan <i>User interface Marketplace</i> Pemasaran Produk Olahan Perikanan	Dalam penelitian ini, telah berhasil merancang <i>user interface</i> sistem distribusi hasil laut olahan dengan menggunakan metode <i>User Centered Design (UCD)</i> , yang menempatkan pengguna sebagai pusat dari proses pengembangan sistem. Hasil dari pengujian <i>usability</i> menggunakan sistem skala <i>usability</i> menunjukkan bahwa model <i>user interface</i> marketplace pemasaran hasil olahan ikan ini mendapatkan nilai sebesar 86,5%.
Perbedaan: Penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perancangan <i>user interface</i> untuk sistem distribusi hasil laut olahan dengan menggunakan metode UCD, sementara penelitian ini berfokus pada perancangan desain antarmuka <i>website e-commerce</i> CV Aikari Harvest untuk memudahkan pengguna dalam mencari informasi produk serta meningkatkan <i>learnability</i> dan <i>satisfaction</i> dengan menggunakan metode Lean UX.			

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Sanjaya & Ibadi, 2023	Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Jual Beli Hasil Pertanian Pasar Tani Ogan Ilir Berbasis Mobile Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i> .	Hasil penelitian Bagian ini mencakup pembuatan prototype aplikasi Pasar Tani Ogan Ilir berbasis mobile dan hasil dari pengujian kegunaan yang melibatkan data penggunaan desain UI/UX yang telah dirancang. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Ogan Ilir, terutama di Kantor Balai Penyuluh Pertanian (BPP) Kecamatan Tanjung Raja, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
Perbedaan : Penelitian sebelumnya menggunakan metode <i>Design Thinking</i> , sementara penelitian ini menggunakan metode Lean UX, <i>Usability Testing</i> sebagai pendekatan utama dalam perancangan dan pengujian desain.			

2.2 *User Interface*

User Interface (UI) merujuk pada segala aspek visual dan interaktif dari sebuah produk atau sistem yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengannya. Bagian ini mencakup segala sesuatu mulai dari tata letak, elemen grafis, tombol, ikon, hingga warna dan tipografi yang digunakan dalam desain suatu aplikasi, situs web, atau perangkat lunak. Tujuan utama dari UI adalah menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif, efisien, dan memuaskan. Elemen-elemen UI harus dirancang dengan memperhatikan kebutuhan dan preferensi pengguna, serta prinsip-prinsip desain yang baik seperti konsistensi, visibilitas, dan kesederhanaan. Sebuah UI yang baik akan memandu pengguna melalui proses interaksi dengan jelas dan efektif, meminimalkan kebingungan atau kesalahan yang mungkin terjadi.

Selain aspek visual, UI juga mencakup interaksi pengguna dengan berbagai kontrol dan elemen interaktif seperti tombol, formulir, dan menu. Responsivitas, yaitu seberapa cepat sistem merespons aksi pengguna, juga merupakan komponen penting dari UI yang baik. Dalam pengembangan aplikasi atau situs web, desain UI yang baik tidak hanya membuat produk tersebut terlihat menarik secara visual, tetapi juga meningkatkan kepuasan pengguna, mempercepat waktu belajar pengguna baru, dan mengurangi kesalahan yang dilakukan pengguna. Dengan demikian, UI memiliki peran kunci dalam menciptakan pengalaman pengguna yang sukses dan memuaskan.

Menurut definisi dari ISO 9241-110-2020, (2020) *user interface* atau antarmuka pengguna merupakan kumpulan komponen sistem interaktif yang memberikan informasi dan kontrol kepada pengguna untuk menyelesaikan tugas

tertentu dengan sistem interaktif. Menurut Fitzgerald (2022), desain antarmuka pengguna adalah proses menciptakan tampilan dan interaksi dari antarmuka pengguna sebuah aplikasi. Antarmuka pengguna mencakup baik tampilan maupun interaktivitas sebuah aplikasi. Warna yang dilihat pengguna, teks yang dibaca, tombol yang ditekan, dan animasi yang digunakan pengguna semuanya merupakan bagian dari antarmuka pengguna aplikasi. Menurut Dharmawan & Sitorus (2019), *user interface* mempunyai banyak elemen yang berperan sangat penting dalam merancang sebuah aplikasi *mobile* ataupun *website* seperti warna, *layout*, garis dan *font*.

2.3 *E-commerce*

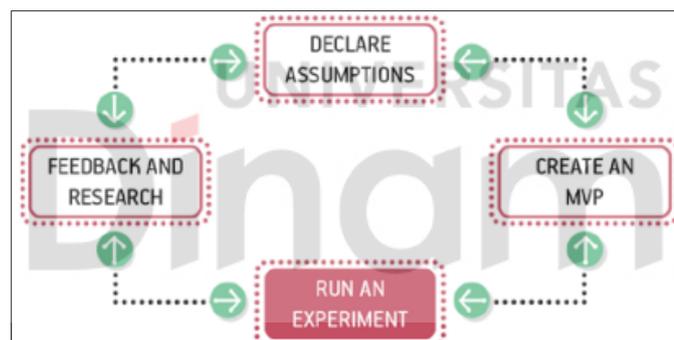
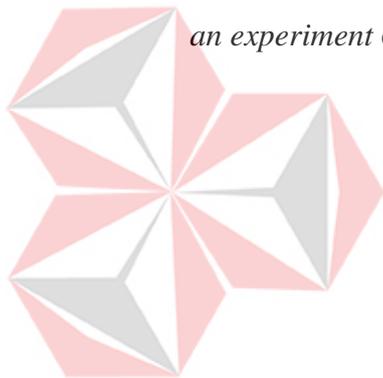
E-commerce, singkatan dari electronic commerce, merujuk pada kegiatan perdagangan yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Dalam *e-commerce*, transaksi jual-beli produk atau layanan dilakukan secara online tanpa adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Aktivitas *e-commerce* meliputi berbagai tahapan, mulai dari penawaran produk, pembelian, pembayaran, hingga pengiriman barang atau pengiriman layanan secara digital (Andrea Lidwina, 2021). Platform *e-commerce* dapat berupa situs web toko online, aplikasi seluler, atau pasar online yang menghubungkan penjual dengan pembeli. *E-commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mencari dan membeli produk dari berbagai penjual tanpa harus meninggalkan rumah, sementara bagi penjual, *e-commerce* memberikan akses ke pasar yang lebih luas dan memungkinkan dimana pun untuk menjalankan bisnis secara efisien dengan biaya yang lebih rendah. Dengan pertumbuhan teknologi dan preferensi konsumen yang semakin bergeser ke belanja online, *e-commerce* telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dalam perekonomian global.

Menurut Firmansyah & Herman, (2023), di zaman serba cepat ini, *website* juga menjadi salah satu tempat terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli, atau yang lebih dikenal dengan sebutan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu konsep baru dimana masyarakat dapat melakukan bisnis secara online baik dalam bentuk barang maupun jasa. Menurut Kuswiratmo (2016), usaha *elektronik commerce* (*e-commerce*) atau lebih dikenal sebutan *online shopping* adalah

pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan/atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data (Amandin, 2021).

2.4 *Lean UX*

Menurut Gothelf, Jeff; Seiden (2013), *lean ux* adalah metode perancangan UI/UX yang lebih teknik dokumentasi konvensional dalam perancangan untuk membantu pekerjaan lebih cepat dengan intensitas tinggi dan berfokus pada *actual experience* yang akan didesain. Menurut Sirait (2021), *lean ux* adalah sebuah sistem manajemen desain yang dirancang untuk membantu dalam mendesain dengan menerapkan pengulangan proses, dan kontak yang sering dengan pengguna. Metode *Lean UX* memiliki 4 tahapan yaitu *declare assumption*, *create an mvp*, *run an experiment* dan *feedback and research* (Gothelf, Jeff & Seiden, 2013).



Gambar 2.1 Lean Tahapan UX (Gothelf, Jeff & Seiden, 2013)

1. *Declare Assumption*

Tahapan awal dimulai dengan mengumpulkan kebutuhan pengguna dengan mendefinisikan pernyataan masalah yang dihadapi pengguna lalu dibuat beberapa asumsi beserta hipotesis untuk memecahkan masalah tersebut. Terdapat tahapan pada *declare assumption* yaitu tahapan pengumpulan data seperti studi literatur, wawancara, observasi dan analisis kompetitor. Kemudian pembuatan daftar asumsi, hipotesis, pembuatan *user persona* dan pembuatan daftar fitur.

2. Tahap 2 *Create an MVP (Minimum viable product)*

Minimum viable product stage (MVP) adalah tahapan yang digunakan untuk perancangan aplikasi berupa *prototype* interaktif. Perancangan dilakukan secara sederhana tetapi mampu memberikan hasil maksimum mengenai pengetahuan pengguna terhadap aplikasi secara mudah. Tahap ini akan menghasilkan *wireframe* dan *prototype*.

3. Tahap 3 *Run an Experiment*

Pada tahap ini merupakan pengujian terhadap *prototype* MVP yang telah dibuat untuk mengetahui apakah aplikasi sudah berjalan sesuai dengan hipotesis yang sudah dibuat serta mendapatkan *feedback* terhadap MVP.

4. Tahap 4 *Feedback and Research*

Pada tahapan ini akan dilakukan tahapan *feedback* dan *research* dengan memperhatikan dan mendengar umpan balik yang diberikan pengguna terhadap aplikasi. Tahapan ini dapat dilakukan bersamaan dengan tahap *Run an Experiment*.

2.5 *Usability Testing*

Menurut Nielsen (2012), *usability testing* adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi produk dengan mengujinya langsung pada pengguna, *Usability testing* merupakan sebuah atribut untuk menilai seberapa mudah interface *website* digunakan. Menurut Nielsen (2012), *usability* memiliki lima komponen yang sangat penting yaitu

1. *Learnability*, berkaitan dengan seberapa mudah suatu aplikasi atau website digunakan. Kemudahan tersebut diukur dari pemakaian fungsi-fungsi dan fitur yang tersedia.
2. *Efficiency*, berkaitan dengan kecepatan dalam pengerjaan “tugas” dalam website atau aplikasi perangkat lunak tertentu.
3. *Memorability*, berkaitan dengan kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu. Kemampuan tersebut diarahkan oleh tata letak desain interface yang relatif tetap.
4. *Error*, berkaitan dengan kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh pengguna selama berinteraksi dengan website atau aplikasi tertentu.

5. *Satisfaction*, berkaitan dengan kepuasan pengguna setelah menggunakan website atau aplikasi. Pengukuran terhadap kepuasan juga meliputi aspek manfaat yang didapat dari pengguna selama menggunakan perangkat tertentu.

Menurut Nielsen, (2012) terdapat daftar beberapa pernyataan *usability* berdasarkan 5 indikator yang dapat dilihat pada tabel 2.2

Tabel 2.2 Pernyataan Usability

Indikator	Pernyataan
Learnability	Saya merasa navigasi website ini mudah dipelajari
	Saya merasa fitur pada website mudah dipelajari
	Saya mempelajari simbol, icon dan gambar yang ditampilkan dengan mudah
	Saya memahami konten informasi yang disajikan dengan mudah
Efficiency	Saya dapat mengakses fitur ini dengan cepat
	Saya dapat menyelesaikan tugas pengujian dengan cepat
	Saya dapat memperoleh informasi yang dicari dengan cepat
Memorability	Saya dapat dengan mudah menjalankan website kembali setelah sekian lama tidak menggunakan
	Saya perlu membiasakan diri dalam menggunakan website tersebut
	Saya mengingat penempatan menu pada website dengan mudah.
	Saya merasa tidak menemukan error pada website tersebut.
Error	Saya merasa website tersebut sering menampilkan informasi untuk mengatasi error.
	Saya merasa tidak menemukan error pada website tersebut.
Satisfaction	Saya merasa puas dengan desain tampilan website tersebut.
	Saya merasa nyaman dengan warna desain tampilan website tersebut

(Sumber: Nielsan 2012)

2.6 Skala Likert

Menurut MZ, (2016) *skala likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial. Menurut Budiaji et al., (2013), *skala likert* menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, tidak memutuskan, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Tabel 2.3 Skala Likert

Pertanyaan atau Pernyataan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Tidak Memutuskan (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Nilai	1	2	3	4	5

Menurut Sabandar & Santoso (2018), standar pengukuran untuk mengetahui tingkat efektivitas hasil pengukuran pada pengguna dapat dilihat pada tabel 4 Tingkat Efektivitas Keberhasilan.

Tabel 2.4 Tingkat Efektivitas Keberhasilan

No	Tingkat Efektivitas	Tingkat Pencapaian
1	<40%	Sangat Buruk
2	40% - 59,99%	Buruk
3	60% - 79,99%	Baik
4	≥80%	Sangat Baik

Menurut Taufiqurrahman (2022), cara menghitung skala likert adalah dengan membuat rangkuman kuesioner, kemudian menghitung jumlah skor menggunakan rumus perhitungan (1).

$$\text{total skor} = T \times Pn \quad (1)$$

Keterangan :

T = Total Jumlah responden yang memilih

Pn = Pilihan angka skor likert

Agar mendapatkan hasil interpretasi, terlebih dahulu harus diketahui skor tertinggi (X) dan skor terendah (Y). rumus penilaian skor (2) dan (3).

$$Y = \text{skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} \quad (2)$$

Jadi, jika total skor penilaian responden diperoleh, maka penilaian interpretasi responden tersebut adalah hasil nilai yang dihasilkan dengan menggunakan rumus Index % (4).

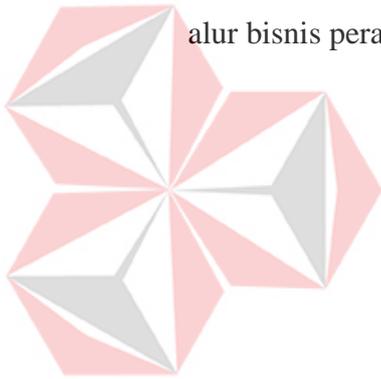
$$\text{Index \%} = \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times 100 \quad (3)$$

2.7 Task scenario

Task scenario yang dijalankan bertujuan untuk memastikan bahwa proses pembelian produk di *website e-commerce* berjalan dengan lancar dari awal hingga akhir (Bose, 2023). Langkah-langkah yang diikuti adalah pertama, mengakses *website e-commerce* dan masuk ke dalam akun pengguna, kemudian menelusuri kategori produk yang diinginkan atau menggunakan fitur pencarian untuk menemukan produk tertentu. Setelah itu, pengguna memilih produk yang ingin dibeli dan menambahkannya ke dalam keranjang belanja sebelum melanjutkan ke proses pembayaran dengan menekan tombol “Checkout” atau “Bayar”. Pengguna kemudian memilih metode pembayaran yang diinginkan, seperti kartu kredit atau transfer bank, dan memasukkan informasi pembayaran yang diperlukan seperti nomor kartu kredit dan alamat pengiriman. Selanjutnya, pengguna melakukan

konfirmasi pesanan dan pembayaran sebelum memeriksa email atau pesan di *website* untuk mendapatkan konfirmasi pesanan. Terakhir, pengguna memeriksa status pesanan di dalam *website* untuk memastikan bahwa pesanan berhasil diproses dan verifikasi informasi produk, harga, dan jumlah yang dibeli sesuai dengan yang diharapkan.

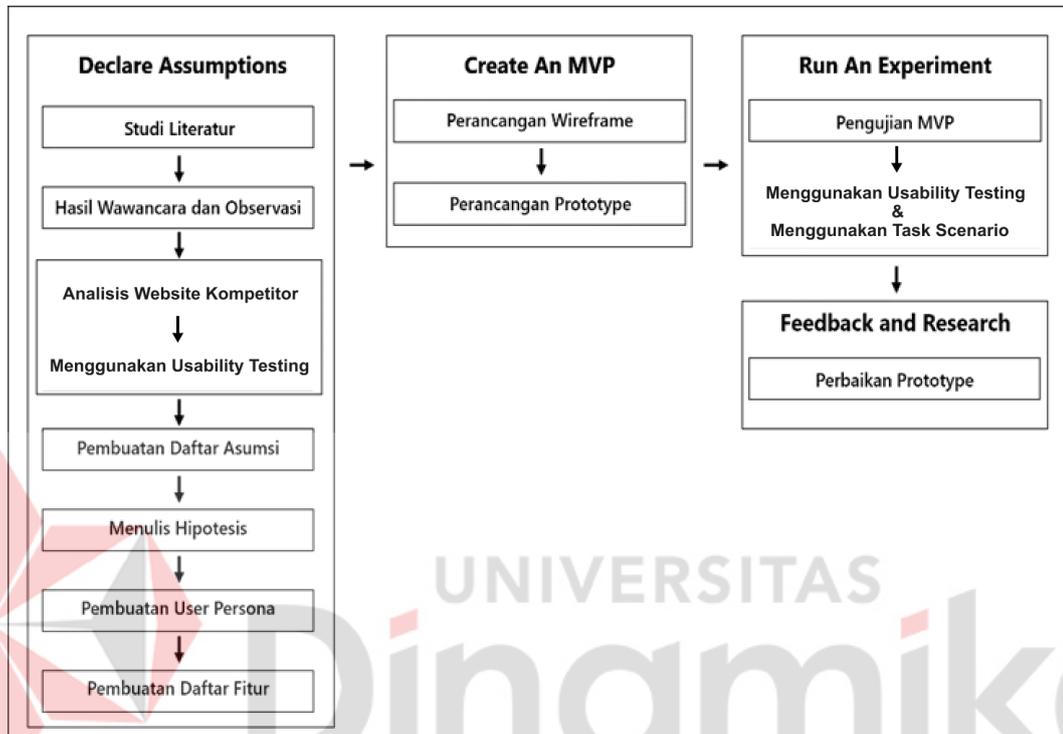
Menurut Bose (2023), *task scenario* atau skenario pengujian adalah dokumen kasus penggunaan. Dengan kata lain, ini menggambarkan tindakan yang mungkin dilakukan pengguna pada *website* atau aplikasi. Skenario Pengujian dibuat untuk memastikan bahwa setiap fungsi yang ditawarkan situs web atau aplikasi berfungsi sesuai harapan. Cara terbaik adalah mengumpulkan masukan dari klien, pemangku kepentingan, dan pengembang untuk membuat skenario pengujian yang nyata/akurat. Hal ini membantu secara efektif mencakup semua kemungkinan skenario pengguna dan memungkinkan pengujian komprehensif terhadap semua alur bisnis perangkat lunak yang dimaksud (Bose, 2023).



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan metodologi penelitian yang dilakukan dengan pendekatan *lean UX* dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.1 Tahap Declare Assumptions

Tahap *declare assumption* adalah langkah awal dalam proses pengembangan produk atau proyek yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi asumsi-asumsi yang mendasari rencana kerja.

3.1.1 Studi Literatur

Untuk mendukung pengerjaan tugas akhir dari tahap pengembangan hingga tahap akhir, penelitian dilakukan untuk mempelajari materi tentang perancangan, *user interface*, *e-commerce*, *lean ux*, *usability testing* dan *task scenario*.

3.1.2 Wawancara

Wawancara ini dilakukan kepada Bapak Puji selaku pemilik CV Aikari Harvest. Terdapat sepuluh pertanyaan yang digunakan untuk wawancara dengan pemilik dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Hasil Wawancara dengan Pemilik CV Aikari Harvest

Hasil wawancara dengan pemilik CV Aikari Harvest		
No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Apakah CV Aikari Harvest telah memiliki <i>website</i> sebagai saluran informasi perusahaan?	Sebelumnya kami memiliki <i>website</i> yang hanya menampilkan informasi tentang produk yang dijual. Namun, karena kurangnya informasi mengenai perusahaan dan kurangnya fitur-fitur yang diperlukan, <i>website</i> tersebut tidak lagi digunakan.
2	Apakah kendala yang dihadapi perusahaan saat ini terkait fitur pada <i>website</i> ?	Belum adanya fitur pencarian, menu kategori produk dan fitur pembayaran.
3	Apakah kendala yang dihadapi perusahaan saat ini terkait dengan desain dan tampilan <i>website</i> ?	Desain <i>website</i> kami sebelumnya tidak menarik dan kurang informatif, sehingga tidak memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna.
4	Apakah fitur penjualan diperlukan pada <i>website</i> ?	Sangat diperlukan untuk memudahkan pelanggan tanpa harus datang langsung atau menghubungi melalui whatsapp dan facebook.
5	Apakah strategi pemasaran yang telah diterapkan untuk memperluas pangsa pasar?	Strategi pemasaran kami melibatkan partisipasi dalam uji coba produk di lahan petani (Demoplot), penyuluhan kelompok tani, dan pemanfaatan media sosial seperti Whatsapp dan Facebook. Kami juga aktif di beberapa wilayah di luar Jawa untuk meningkatkan cakupan pasar.
6	Fitur-fitur apa saja yang dibutuhkan pada <i>website</i> ?	Home, Kategori produk. Pembayaran, testimoni dan tentang kami.
7	Apakah metode pembayaran sangat dibutuhkan dalam <i>website</i> ?	Sangat dibutuhkan karena selain memudahkan pelanggan bertransaksi dan dapat meningkatkan kecepatan dan efisiensi waktu bertransaksi.
8	Apakah kategori produk sangat dibutuhkan pada <i>website</i> ?	Sangat dibutuhkan karena dapat memudahkan pelanggan dalam mencari dan memilih produk berdasarkan kategori.
9	Apakah dibutuhkan halaman admin pada <i>website</i> Aikari Harvest?	Halaman admin dibutuhkan karena untuk manajemen data-data informasi produk yang bersifat tertutup atau hanya orang-orang tertentu yang dapat mengakses (admin).
10	Apakah harapan anda untuk <i>website</i> Aikari Harvest?	Harapan kami adalah memiliki <i>website</i> yang lebih informatif, mudah digunakan, dan menarik bagi pengguna. Kami ingin <i>website</i> menjadi tempat yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan memberikan informasi terkini tentang produk dan informasi kami.

3.1.3 Observasi

Berdasarkan observasi terhadap proses bisnis CV Aikari Harvest, perusahaan ini menerapkan strategi promosi yang beragam. Perusahaan aktif terlibat dalam interaksi langsung dengan petani melalui kegiatan seperti demoplot uji coba produk di lahan petani, serta penyuluhan ke kelompok tani. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut juga menjadi bagian penting dari strategi pemasaran perusahaan. Dalam proses penjualan, CV Aikari Harvest menawarkan fleksibilitas dengan menyediakan opsi langsung datang ke tempat atau pemesanan melalui *WhatsApp* atau *Facebook*.

3.1.4 Analisis Kompetitor

Hasil analisis kompetitor yang dilakukan pada tiga website kompetitor pada bidang yang sama yaitu produk pertanian, terdiri dari website *tanismart.com*, *sentratani.com*, dan *gdm.id*. pemilihan website kompetitor dipilih berdasarkan pencarian teratas di google dengan kata kunci “website produk pertanian dan website toko pertanian. Analisis meliputi evaluasi kelebihan dan kekurangan yang dimiliki setiap website dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Analisis website kompetitor

Nama Website	Jumlah Responden	Kelebihan	Kekurangan	Hasil Rata-Rata Usability	Jumlah rata-rata pengunjung website setiap tahun
Tanismart.com	30	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang diberikan mudah dipahami - Navigasi pada website mudah diingat - Fitur-fitur pada website berjalan semestinya 	<ul style="list-style-type: none"> - Tampilan kurang menarik - Pemilihan warna tampilan kurang baik 	LE (69,1%) EF (67.3%) ME (70.6%) ER (68%) SF (58,6%)	36,500 orang
Sentratani.com	30	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang diberikan mudah dipahami - Navigasi pada website 	<ul style="list-style-type: none"> - Tampilan kurang menarik 	LE (79.6%) EF (75.5%) ME (74%) ER (67.6%)	144,905 orang

Nama Website	Jumlah Responden	Kelebihan	Kekurangan	Hasil Rata-Rata Usability	Jumlah rata-rata pengunjung website setiap tahun
		mudah diingat		SF (70,6%)	
		- Fitur-fitur pada website berjalan semestinya			
		- Pengguna mudah untuk mempelajari tampilan website			
GDM.id	30	- Informasi yang diberikan mudah dipahami	- Tidak adanya kategori produk	LE (66.8%)	300,395 orang
		- Fitur-fitur pada website berjalan semestinya	- Belum menerapkan fitur transaksi penjualan	EF (70.6%)	
		- Pengguna mudah untuk mempelajari tampilan website		ME (74.4%)	
				ER (62.6%)	
				SF (67.6%)	

Hasil evaluasi *usability* pada website CV Aikari Harvest dan kompetitor dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3.3 Analisis Kompetitor dari segi Usability

Website	Learnability	Efficiency	Memorability	Error	Satisfaction	Rata-rata
Aikari Harvest	57,8%	66,2%	72,9%	64%	56%	63,2%
Tanismart	69,1%	67,3%	70,6%	68%	58,6%	66,7%
Sentratani	79,6%	75,5%	74%	67,6%	70,6%	73,8%
GDM.ID	66,8%	70,6%	74,4%	62,6%	67,6%	68,4%

Diketahui :

1. *Learnability* : Sentratani dengan *persentase* tertinggi 79,6% yang artinya pengguna dapat dengan mudah mempelajari dan memahami cara menggunakan *website* tersebut.

2. *Efficiency* : Sentratani dengan *persentase* 75,5% yang artinya pengguna dapat menyelesaikan tugas dengan cepat dan tanpa banyak hambatan.
3. *Satisfaction* : Sentratani dengan *persentase* 70,6% yang artinya pengguna cenderung merasa puas dengan tampilan desain dan ketersediaan fitur-fitur yang ada.
4. *Memorability* : GDM.id dengan *persentase* 74,4% yang artinya pengguna dapat dengan mudah mengingat dan mengakses kembali informasi atau fitur yang ditemui sebelumnya di *website* tersebut.
5. *Error* : Tanismart, dengan *persentase* 68% yang artinya *website* ini memiliki tingkat kesalahan yang rendah.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Sentratani memiliki performa terbaik di antara keempat *website* dengan rata-rata tertinggi yaitu 73.8%. Hal ini menunjukkan bahwa *website* ini unggul dalam hampir semua aspek *usability* yang diukur.
2. GDM.ID berada di posisi kedua dengan rata-rata 68.4%. *Website* ini menonjol dalam hal *learnability* dan *memorability*, namun sedikit lebih rendah dalam aspek error dan *satisfaction* dibandingkan Sentratani.
3. Tanismart memiliki rata-rata 66.7%, menempati posisi ketiga. *Website* ini memiliki skor yang cukup seimbang di semua aspek, meskipun tidak ada yang menonjol secara signifikan.
4. Aikari Harvest memiliki performa terendah dengan rata-rata 63.2%. Hal ini menunjukkan bahwa *website* ini memiliki ruang untuk perbaikan terutama dalam aspek *satisfaction* dan *learnability*.

3.1.5 Asumsi

Untuk membuat asumsi berdasarkan hasil evaluasi *usability* pada website CV Aikari Harvest, langkah pertama adalah menemukan masalah utama yang muncul. Salah satu masalah utama yang ditemukan adalah kurangnya fitur dan informasi pada website, yang berdampak pada aspek *learnability*; selain itu, tampilan web dianggap tidak menarik dan tidak nyaman bagi pengguna, yang berdampak pada tingkat kepuasan (*satisfaction*). Setelah itu, pertimbangkan bagaimana masalah tersebut berdampak pada pengalaman pengguna. Misalnya,

fitur dan informasi yang kurang dapat menyulitkan pengguna untuk belajar menggunakan website dengan efektif, sementara tampilan yang tidak menarik dapat menurunkan kepuasan pengguna. Ada beberapa perbaikan yang jelas yang perlu dilakukan berdasarkan masalah ini. Perbaikan ini dapat mencakup penambahan fitur dan informasi yang lebih lengkap untuk meningkatkan kemudahan belajar, serta perbaikan desain tampilan agar meningkatkan kepuasan pengguna. Berikut ini adalah daftar asumsi yang telah dibuat berdasarkan permasalahan yang didapatkan dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Daftar Asumsi

No	Permasalahan	Asumsi
1.	Pengguna kesulitan mencari navigasi menu sehingga tidak ada pembagian kategori produk (didapatkan dari pernyataan kategori <i>learnability</i> - P12)	Kurangnya kategori produk membuat pengguna sulit memahami struktur website dan menemukan produk yang diinginkan.
2	Pengguna mengalami kesulitan dalam mencari informasi produk yang ingin dibeli (didapatkan dari pernyataan kategori <i>learnability</i> – P14)	Pengguna ingin dengan mudah mencari informasi produk yang ingin dibeli
3	Pengguna tidak dapat menyelesaikan transaksi secara langsung di website. (didapatkan dari pernyataan kategori <i>learnability</i> – P12)	Tidak adanya fitur pembayaran menyebabkan pengguna kesulitan saat ingin menyelesaikan transaksi secara langsung di website.
4	Pengguna merasa tidak nyaman dengan desain dan warna yang ditampilkan pada website sebelumnya. (didapatkan dari pernyataan kategori <i>satisfaction</i> – P51 dan P52)	Desain dan warna yang ditampilkan pada website kurang nyaman bagi pengguna.

3.1.1 Hipotesis

Dari daftar asumsi telah dibuat maka hipotesis yang terbentuk yaitu :

1. Membuat menu kategori produk akan membantu pengguna menemukan informasi produk dengan lebih mudah.
2. Menambahkan fitur pencarian akan memudahkan pengguna menemukan produk yang dicari.
3. Menyediakan fitur pembayaran akan memudahkan pengguna saat ingin menyelesaikan transaksi secara langsung di website.
4. Memperbaiki desain tampilan dan warna akan membuat pengguna lebih nyaman saat berinteraksi dengan website.

3.1.2 User Persona

Pada tahap pembuatan user persona bertujuan untuk lebih memahami karakteristik pengguna yang akan menggunakan website. User persona disusun berdasarkan informasi diri pengguna, kebutuhan pengguna dan permasalahan pengguna. User persona dilakukan dengan wawancara kepada 2 orang pelanggan dan 1 pemilik CV Aikari Harvest dapat dilihat pada tabel 3.5, 3.6 dan 3.7.

Tabel 3.5 User Persona Pelanggan 1

User Persona Pelanggan 1	
Identitas	Tujuan
Nama : Adi Dwi	ingin mencari informasi produk pertanian dengan cepat dan mudah.
Umur : 35	
Jenis Kelamin : Laki-Laki	
Pekerjaan : Wiraswasta	
Asal Kota : Blitar	
Kebutuhan	
Website yang memiliki tampilan yang menarik sehingga mudah dan nyaman dalam mencari informasi produk dengan cepat.	
Keresahan	Keinginan
Kesulitan dalam menemukan informasi lengkap tentang produk.	Tampilan website yang dibuat menarik dan mudah dalam memberikan informasi tentang produk pertanian.
Deskripsi Singkat	
Adi Dwi merupakan seorang wiraswasta. Ia sering membeli produk pertanian melalui online ataupun offline datang langsung ke toko.	

Tabel 3.6 User Persona Pelanggan 2

User Persona Pelanggan 2	
Identitas	Tujuan
Nama : Wisnu	Melakukan transaksi pembelian langsung melalui website dengan mudah.
Umur : 37	
Jenis Kelamin : Laki-Laki	
Pekerjaan : Petani	
Asal Kota : Madiun	
Kebutuhan	
Tampilan desain yang menarik dan proses pembelian yang mudah dan cepat.	
Keresahan	Keinginan
Proses pembelian yang kurang efisien yang tidak ada pada website.	Navigasi yang mudah untuk transaksi pembelian produk.
Deskripsi Singkat	
Wisnu adalah seorang petani yang sering menghadiri penyuluhan yang diselenggarakan oleh CV Aikari Harvest dan kerap membeli produk nutrisi pertanian.	

Tabel 3.7 User Persona Pemilik CV Aikari Harvest

User Persona Pemilik	
Identitas	Tujuan
Nama : Puji Giri	Memiliki Tampilan website yang dapat memudahkan pengguna
Umur : 48	
Jenis Kelamin : Laki-Laki	
Pekerjaan : Pemilik CV Aikari Harvest	
Asal Kota : Madiun	
Kebutuhan	

User Persona Pemilik	
Tampilan desain yang menarik dan proses pembelian yang mudah dan cepat.	
Keresahan	Keinginan
Tampilan website yang kurang menarik dari segi warna dan navigasi.	Tampilan website yang dibuat lebih menarik dan nyaman bagi pengguna.
Deskripsi Singkat	
Puji Giri merupakan seorang pemilik dari CV Aikari Harvest. Ia sering mengadakan penyuluhan terkait produk CV Aikari Harvest kepada petani.	

3.1.3 Daftar Fitur

Pembuatan daftar fitur dibuat berdasarkan hasil analisis kompetitor, kebutuhan pengguna, dan wawancara dengan pemilik CV Aikari Harvest. Fitur yang dibuat akan diimplementasikan pada tahapan Create An MVP. Fitur yang disusun terbagi menjadi dua fitur yaitu fitur untuk pelanggan dan *admin*. Daftar fitur untuk pelanggan pada *website* CV Aikari Harvest dapat dilihat pada tabel 3.8

Tabel 3.8 Daftar Fitur Pelanggan

No	Fitur	Fungsi Fitur
1	Home	- Menampilkan Banner - Menampilkan informasi singkat profil CV Aikari Harvest - Menampilkan produk diskon dan terlaris
2	Register & Login	Daftar dan login akun
3	Pencarian Produk	Mencari produk
4	Kategori produk	Menampilkan kategori produk
5	Tentang kami	Menampilkan informasi CV Aikari Harvest seperti kontak yang dapat dihubungi
6	Keranjang belanja	Penyimpan daftar belanjaan
7	Pembayaran	Proses pembayaran

Daftar fitur pada admin digunakan untuk mengelola isi *website* seperti menambah, mengubah dan menghapus data. Daftar fitur admin dapat dilihat pada tabel 3.9.

Tabel 3.9 Daftar Fitur Admin

No	Fitur	Fungsi Fitur
1	Login	Masuk dashboard admin
2	Produk	Tambah, edit dan hapus produk
3	Pesanan	Detail pesanan konsumen, dan proses pesanan
4	Pengiriman	Tambah, edit dan hapus pengiriman
5	Promo	Tambah, edit dan hapus promo produk
6	Laporan	Detail laporan penjualan

3.2 Tahap Create An MVP

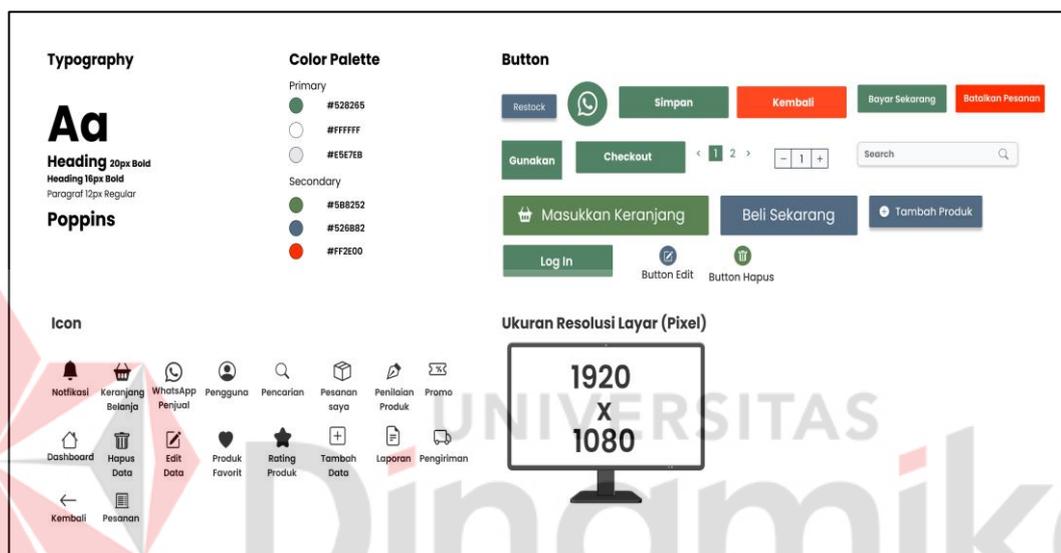
Tahapan *Minimum Viable Product* (MVP), dilakukan perancangan desain *wireframe* dan *prototype* dengan menggunakan aplikasi figma..

3.2.1 Perancangan *Wireframe*

Pada tahapan perancangan *wireframe* dilakukan dalam bentuk layout kasar sebelum masuk tahapan perancangan *prototype* dengan menggunakan aplikasi figma.

3.2.2 Perancangan *Prototype*

Setelah tahapan perancangan *wireframe* dilakukan pembuatan *design guidelines* seperti pemilihan *typography*, *color palette*, *icon* dan *button* yang akan digunakan pada perancangan *prototype* menggunakan aplikasi figma.



Gambar 3.2 Design Guidelines

1. Pemilihan *Typography* :

Dalam proses pemilihan *typography*, terdapat tiga rekomendasi *font* yang diajukan kepada pemilik CV Aikari Harvest yaitu *font* Arial, Inter dan Poppins. Dari ketiga pilihan tersebut, *font* Poppins terpilih sebagai *font* utama. Pemilihan Poppins didasarkan pada gaya modern dan bersih yang dimilikinya, yang mendukung kemudahan membaca pada berbagai ukuran layar. *Font* ini memiliki karakter minimalis namun kuat, membuatnya ideal untuk menciptakan tampilan yang profesional dan mudah diakses. Selain itu, keterbacaan yang baik dari Poppins menjadi faktor penting, terutama untuk memastikan bahwa informasi dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna.

2. Pemilihan Warna (Color Palette):

Pemilik website menginginkan penggunaan warna hijau dan putih sebagai warna utama. Berdasarkan preferensi ini, beberapa warna telah dipilih untuk digunakan pada website, yaitu:

- **#528265**: Warna hijau utama yang memberikan kesan natural dan harmonis, sesuai dengan tema pertanian.
- **#FF2E00**: Warna merah yang digunakan pada elemen penting seperti tombol aksi, untuk menarik perhatian pengguna, seperti pada tombol "Kembali" dan "Batalkan Pesanan".
- **#FFFFFF**: Warna putih dipilih sebagai warna latar yang bersih, memberikan kontras yang baik dan menjaga fokus pada konten utama.
- **#526B82**: Warna biru keabu-abuan digunakan pada elemen sekunder seperti tombol "Beli Sekarang", yang penting namun tidak mendominasi.
- **#E5E7EB**: Warna abu-abu terang ini digunakan sebagai latar belakang netral, memberikan keseimbangan pada palet warna keseluruhan.
- **#5B8252**: Warna hijau tambahan yang sedikit lebih gelap digunakan pada tombol-tombol seperti "Simpan" dan "Gunakan", memberikan variasi tanpa meninggalkan kesan alami.

3. Pemilihan Ikon, Tombol dan Resolusi Layar :

Ikon dan tombol dipilih dengan mempertimbangkan konsistensi dan kemudahan penggunaan. Ikon-ikon yang dipilih memiliki gaya sederhana dan mudah dikenali, mendukung navigasi yang intuitif di seluruh *website*. Tombol-tombol dirancang dengan warna kontras dan ukuran yang cukup besar untuk memudahkan interaksi pengguna. Kombinasi warna dan bentuk tombol ini memastikan bahwa setiap aksi yang diinginkan dapat dengan mudah diidentifikasi dan diakses oleh pengguna, sehingga meningkatkan efisiensi dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Penetapan ukuran resolusi layar untuk website digunakan resolusi 1920 x 1080.

3.3 Tahap Run An Experiment

Pada tahapan *run an experiment* merupakan tahapan dalam menguji *prototype* yang telah dibuat sebelumnya. Dalam pengujian ini peneliti memastikan bahwa *prototype* yang telah dibuat dapat berjalan dengan baik, sesuai dengan

kebutuhan dari asumsi dan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Pengujian digunakan menggunakan metode *Usability Testing* dengan google form dan *Task Scenario* menggunakan aplikasi *Maze*. Pembuatan *Task Scenario* bertujuan untuk mengujicoba hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Berikut ini merupakan daftar *task scenario* yang dapat dilihat pada tabel 3.10.

Tabel 3.10 Daftar Task Scenario

No	Komponen Testing	Task Scenario
1	Kategori Produk	Pengguna diminta untuk menavigasi ke kategori produk tertentu, seperti "Nutrisi", dan memilih salah satu produk dari kategori tersebut.
2	Fitur Pencarian	Pengguna diminta untuk mencari produk tertentu menggunakan fitur pencarian di website dan menambahkannya ke dalam keranjang belanja.
3	Fitur Pembayaran	Pengguna diminta untuk menyelesaikan pembelian produk tertentu dan menyelesaikan pembayaran melalui fitur pembayaran di website.
4	Menilai desain tampilan dan warna	Pengguna diminta untuk menjelajahi halaman utama website dan memberikan feedback tentang desain tampilan dan warna

3.4 Tahap Feedback and Research

Hasil setelah melakukan pengujian *prototype* dengan *usability testing* dan *task scenario* oleh sejumlah pengguna akan dikumpulkan dan diolah. Pengolahan hasil pengujian *usability testing* dari hasil *google form* dalam bentuk grafik dengan hasil evaluasi tertinggi dan dilakukan wawancara lebih mendalam dengan 5 pengguna untuk mendapatkan masukan untuk saran penelitian selanjutnya.

BAB IV

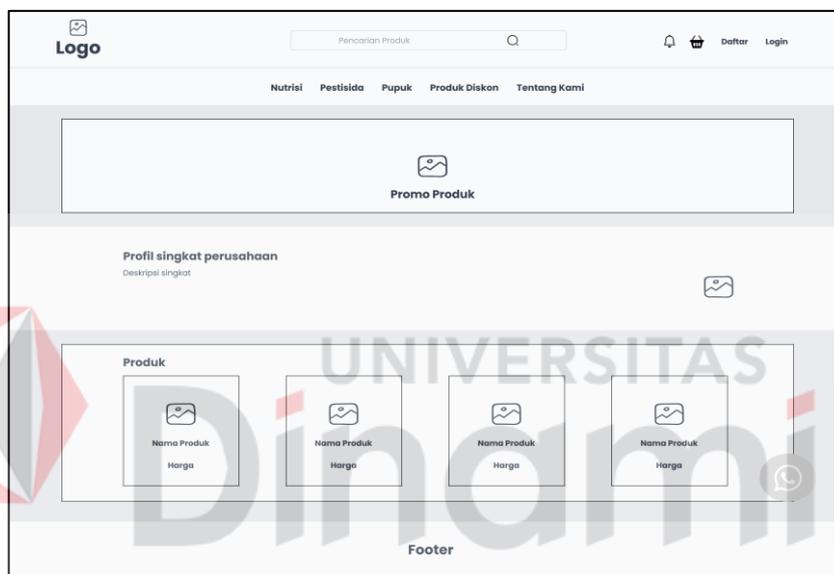
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tahap Create An MVP

4.1.1 Perancangan *Wireframe*

1. *Wireframe* Halaman Home

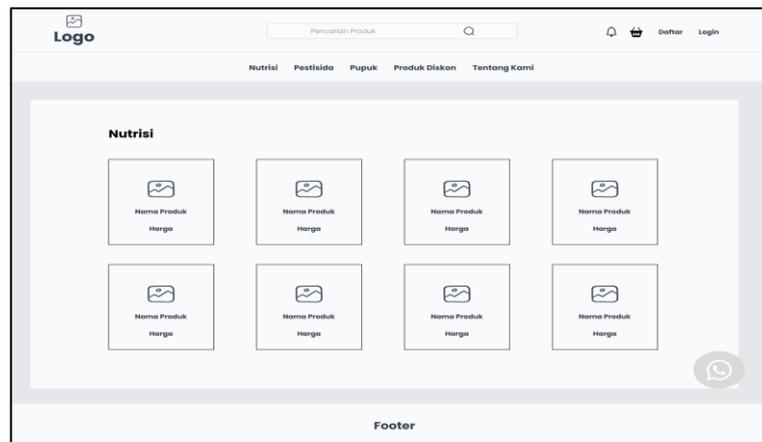
Wireframe ini merancang tata letak dan fungsionalitas halaman home untuk *website* penjualan dirancang untuk menarik perhatian pengguna dan memberikan pengalaman navigasi yang intuitif dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 *Wireframe* Halaman Home

2. *Wireframe* Halaman Kategori Produk

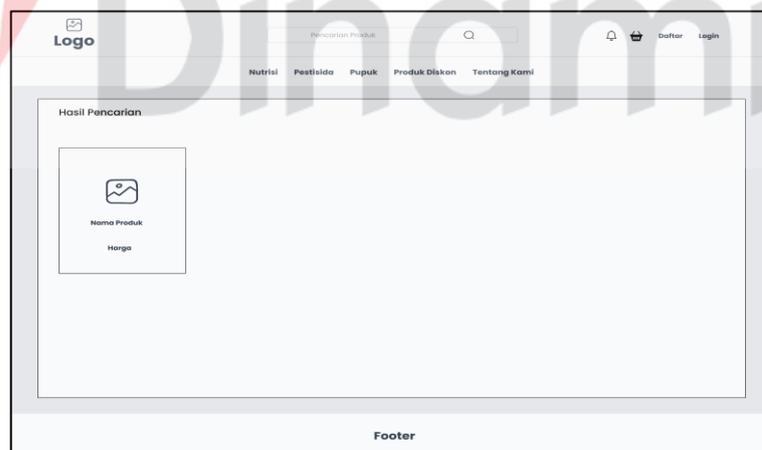
Wireframe ini menunjukkan bagaimana halaman kategori produk akan disusun dan berfungsi. Halaman ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menelusuri dan menemukan produk yang pengguna cari. Terdapat *header* dengan *logo*, menu navigasi utama, menu pencarian, notifikasi, keranjang belanja dan menu *login user* untuk memudahkan akses. Bagian utama halaman memuat daftar produk dalam format *grid*, masing-masing dengan gambar produk, nama, harga dan rating dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2 Wireframe Halaman Kategori Produk

3. *Wireframe Halaman Pencarian Produk*

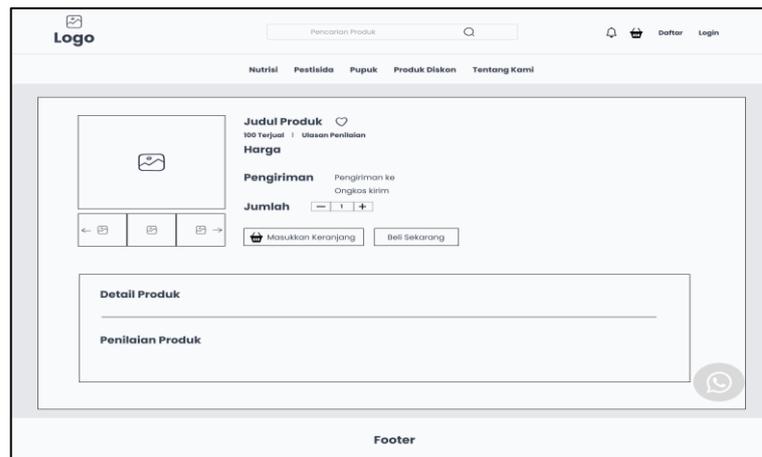
Wireframe ini menggambarkan tampilan pencarian produk disusun dan berfungsi. Halaman ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menelusuri dan menemukan produk yang pengguna cari. Terdapat *header* dengan *logo*, menu navigasi utama, menu pencarian, notifikasi, keranjang belanja dan menu *login user* untuk memudahkan akses. Bagian utama halaman memuat hasil pencarian produk dapat dilihat pada gambar 4.3.



Gambar 4.3 Wireframe halaman pencarian produk

4. *Wireframe Halaman Detail Produk*

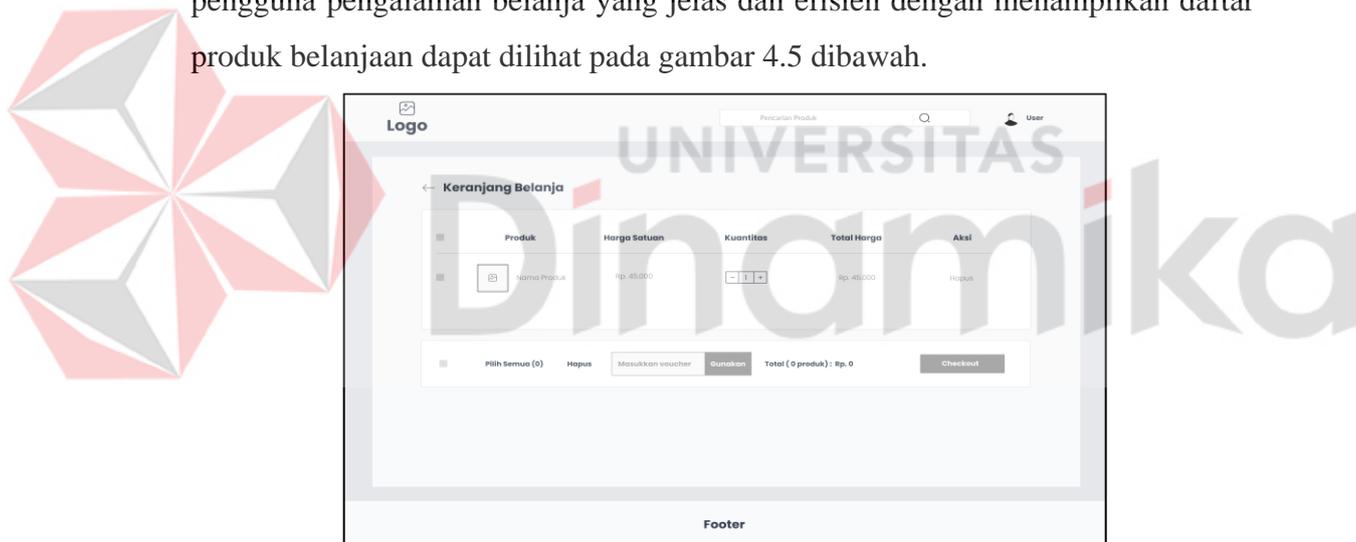
Wireframe ini menggambarkan bagaimana detail produk akan ditampilkan kepada pengguna. Bagian ini mencakup informasi detail produk. Kemudian terdapat kolom testimoni produk serta tombol untuk memasukkan produk kedalam keranjang dan tombol beli dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah.



Gambar 4.4 Wireframe Halaman Detail Produk

5. Wireframe Halaman Keranjang Pelanggan

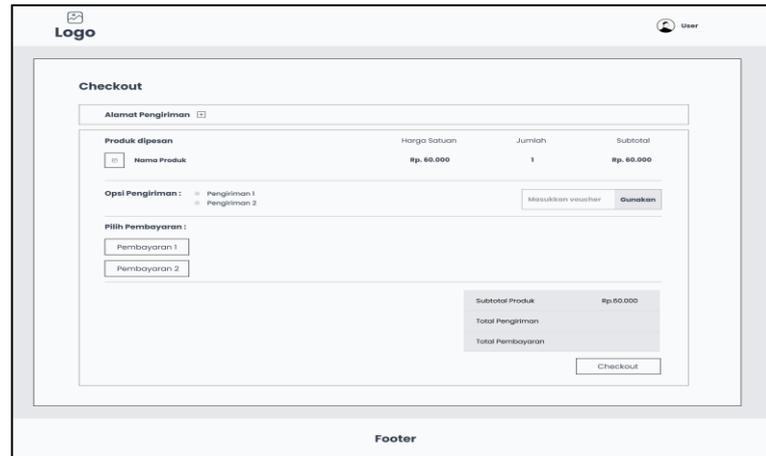
Wireframe halaman keranjang pelanggan ini dirancang untuk memberikan pengguna pengalaman belanja yang jelas dan efisien dengan menampilkan daftar produk belanjaan dapat dilihat pada gambar 4.5 dibawah.



Gambar 4.5 Wireframe Halaman Keranjang Pelanggan

6. Wireframe Halaman Checkout Pelanggan

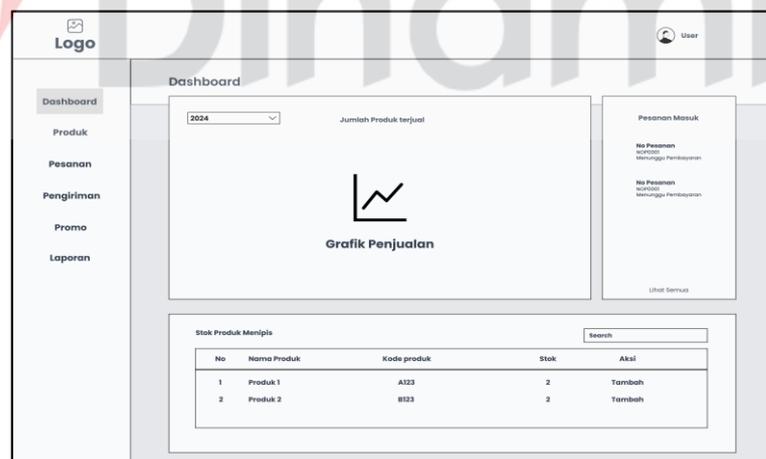
Wireframe halaman checkout pelanggan menampilkan tombol *input* alamat pengiriman, informasi detail produk yang dibeli, opsi pengiriman, dan pilihan pembayaran. Di sisi kanan bawah, terdapat informasi mengenai subtotal produk, biaya pengiriman, total pembayaran serta tombol *checkout* untuk menyelesaikan transaksi dapat dilihat pada gambar 4.6 dibawah.



Gambar 4.6 Wireframe Halaman Checkout Pelanggan

7. Wireframe Halaman Dashboard Admin

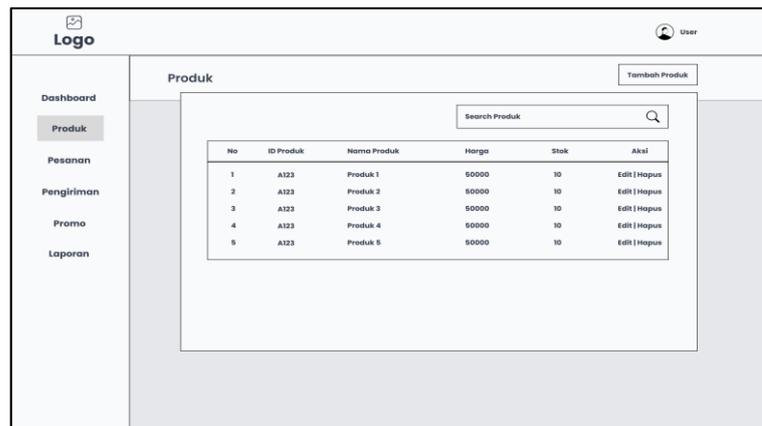
Wireframe halaman dashboard admin ini dirancang untuk memberikan admin ringkasan visual dan akses cepat ke fungsi-fungsi manajemen utama. Halaman ini menampilkan grafik penjualan interaktif yang menggambarkan penjualan selama periode waktu tertentu, daftar pesanan masuk terbaru dengan detail lengkap, dan peringatan stok produk yang menipis untuk tindakan *restock* dapat dilihat pada gambar 4.7 dibawah.



Gambar 4.7 Wireframe Dashboard Admin

8. Wireframe Dashboard Master Produk

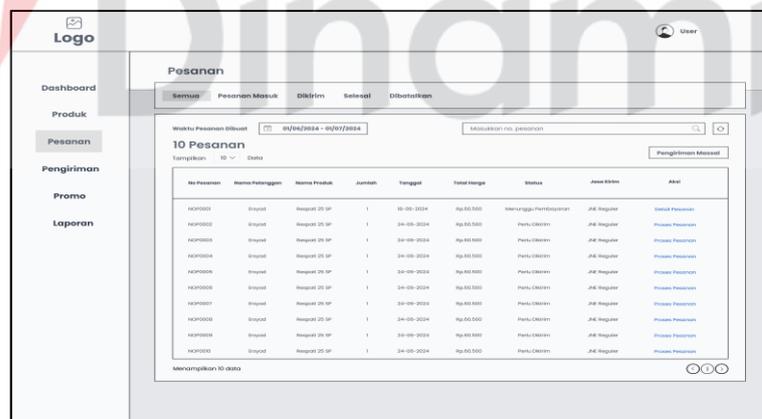
Wireframe halaman Dashboard Master Produk ini dirancang untuk memudahkan admin dalam mengelola data master produk. Halaman ini menampilkan daftar lengkap produk dengan detail seperti id produk, nama produk, harga, dan stok dapat dilihat pada gambar 4.8 dibawah.



Gambar 4.8 Wireframe Dashboard Master Produk

9. Wireframe Dashboard Pesanan

Wireframe halaman dashboard pesanan admin ini dirancang untuk memudahkan admin dalam mengelola dan memantau seluruh pesanan yang masuk. Halaman ini menampilkan daftar pesanan terbaru dengan detail lengkap seperti nomor pesanan, nama pelanggan, nama produk, jumlah, tanggal, status pesanan, jasa pengiriman, dan opsi tindakan seperti melihat detail atau proses pesanan. dapat dilihat pada gambar 4.9 dibawah.



Gambar 4.9 Wireframe Dashboard Pesanan

10. Wireframe Halaman Laporan Penjualan Admin

Wireframe ini merancang tampilan yang memungkinkan admin untuk melihat daftar laporan transaksi penjualan seperti menampilkan tanggal penjualan, nomor pesanan, nama pelanggan, nama produk, jumlah terjual, harga satuan, diskon, total pendapatan dan tombol cetak laporan dapat dilihat pada gambar 4.10 dibawah.

Tanggal Penjualan	No Pesanan	Nama Pelanggan	Nama Produk	Jumlah Terjual	Harga Satuan	Diskon	Total Pendapatan
18-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	1	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.45.000
18-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	2	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.90.000
18-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	5	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.225.000
24-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	2	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.90.000
24-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	2	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.90.000
25-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	5	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.225.000
25-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	5	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.225.000
25-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	5	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.225.000
25-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	5	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.225.000
25-08-2024	MP0001	Emyad	Respot 25 SP	5	Rp. 50.000	Rp.5000	Rp.225.000

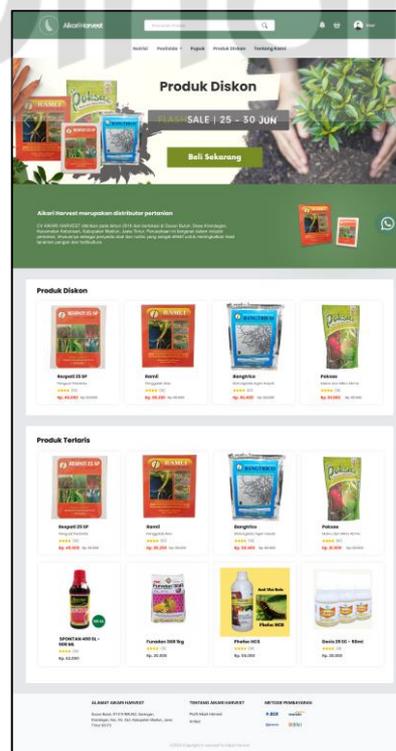
Gambar 4.10 Wireframe Dashboard Laporan Penjualan Admin

4.1.2 Perancangan Prototype

1. Prototype Untuk Pelanggan

a) Prototype Halaman Home

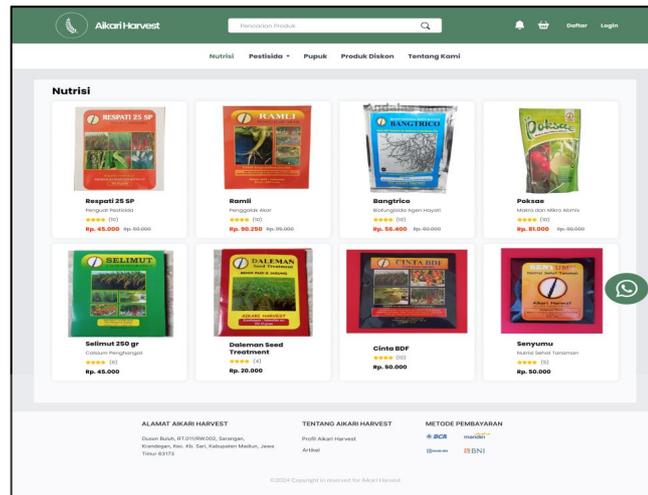
Prototype halaman Home menampilkan header dengan logo, menu navigasi utama, menu pencarian, notifikasi, keranjang belanja dan menu login user untuk memudahkan akses. Kemudian dibawahnya dihiasi dengan banner promosi besar yang menarik, menampilkan penawaran khusus dan produk diskon, diikuti oleh sekilas produk terlaris dapat dilihat pada gambar 4.11 dibawah.



Gambar 4.11 Prototype Halaman Home

b) Prototype halaman kategori produk nutrisi

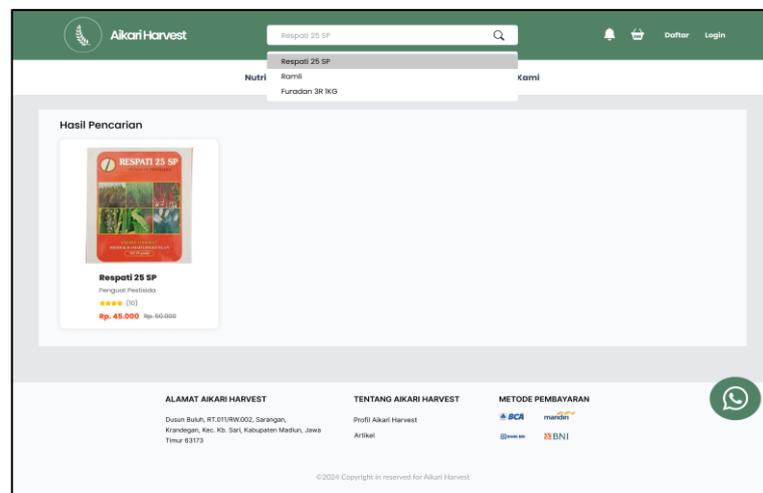
Prototype halaman kategori produk menampilkan *header* dengan *logo*, menu navigasi utama, menu pencarian, notifikasi, keranjang belanja dan menu login user untuk memudahkan akses. Bagian utama halaman memuat daftar produk nutrisi dalam format *grid*, masing-masing dengan gambar produk, nama, harga dan rating dapat dilihat pada gambar 4.12.



Gambar 4.12 Prototype Kategori Produk Nutrisi

c) Prototype Halaman Pencarian Produk

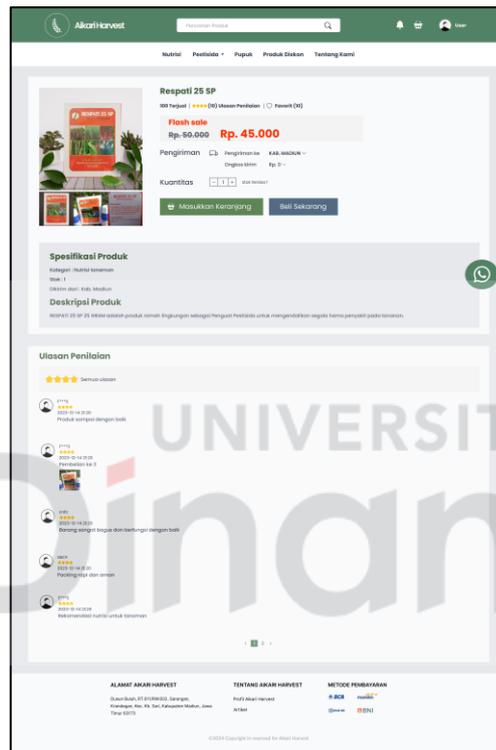
Prototype Halaman Pencarian Produk menampilkan *header* dengan *logo*, menu navigasi utama, menu pencarian, notifikasi, keranjang belanja dan menu login user untuk memudahkan akses. Bagian utama halaman memuat hasil pencarian produk yang dicari dapat dilihat pada gambar 4.13.



Gambar 4.13 Prototype Halaman Pencarian Produk

d) Prototype Halaman Detail Produk

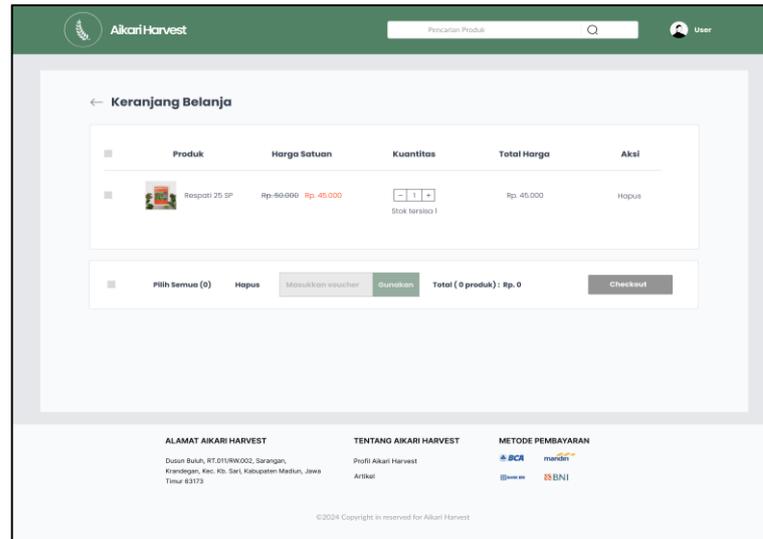
Prototype halaman detail produk menampilkan foto produk, nama produk, jumlah terjual, harga, dan opsi pengiriman. Pengguna dapat melihat jumlah stok produk dan menggunakan tombol “Masukkan Keranjang” atau “Beli Sekarang” untuk melanjutkan pembelian. Bagian spesifikasi dan deskripsi produk memberikan informasi mendalam, sementara dibagian bawah terdapat ulasan pelanggan dapat dilihat pada gambar 4.14 dibawah.



Gambar 4.14 Prototype Halaman Detail Produk

e) Prototype Halaman Keranjang Belanja

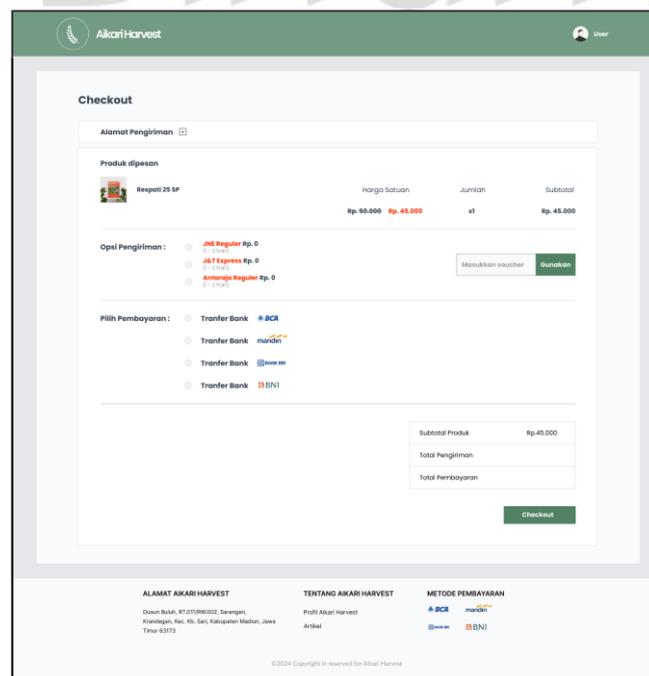
Prototype halaman keranjang belanja menampilkan daftar produk yang dipilih pengguna, lengkap dengan gambar, nama produk, harga, dan kuantitas. Pengguna dapat mengedit jumlah produk atau menghapus produk dari keranjang. Total harga keseluruhan dihitung dan ditampilkan secara jelas. Terdapat fitur masukkan kode voucher diskon dan tombol untuk melanjutkan ke proses pembayaran, serta opsi untuk kembali berbelanja dapat dilihat pada gambar 4.15.



Gambar 4.15 Prototype Halaman Keranjang Belanja

f) Prototype Halaman Checkout Belanja

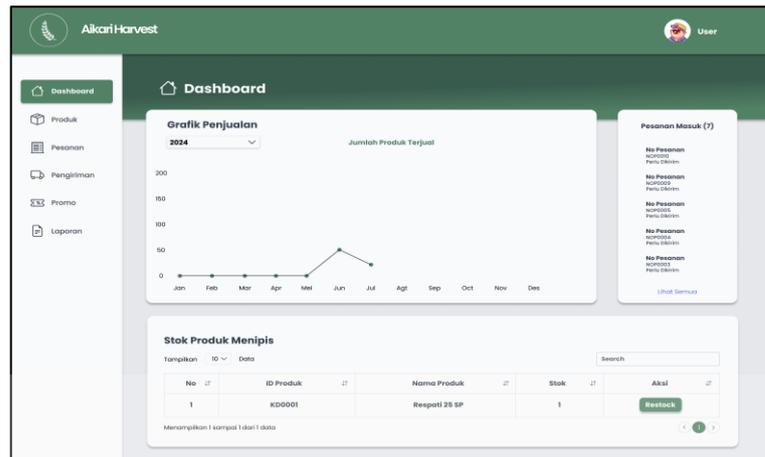
Prototype halaman *checkout* belanja menampilkan tombol untuk memasukkan alamat pengiriman, diikuti dengan informasi produk yang dipesan seperti foto, nama, harga satuan, jumlah, dan subtotal. Di bawahnya, terdapat opsi pengiriman dan fitur untuk memasukkan kode voucher diskon. Selanjutnya, terdapat opsi pembayaran melalui bank dan informasi total pembayaran beserta tombol *checkout* dapat dilihat pada gambar 4.16 dibawah.



Gambar 4.16 Prototype Halaman Checkout Belanja

2. Prototype Khusus Admin
 - a. Prototype Dashboard Admin

Prototype dashboard admin menampilkan grafik penjualan yang menggambarkan tren penjualan selama periode waktu tertentu, daftar pesanan masuk terbaru dengan detail lengkap, dan peringatan stok produk yang menipis untuk tindakan *restock* dapat dilihat pada gambar 4.17 dibawah.



Gambar 4.17 Prototype Dashboard Admin

- b. Prototype Dashboard Data Master Produk

Halaman *prototype* dashboard data master produk menampilkan informasi penting terkait produk dalam format tabel yang terstruktur. Di bagian atas, terdapat tombol untuk menambahkan produk baru. Desain dashboard ini memudahkan pengguna untuk mengelola dan memantau data produk secara efisien dapat dilihat pada gambar 4.18.

The screenshot shows the Product Master Data Dashboard for 'AikariHarvest'. It features a sidebar with navigation options: Dashboard, Produk, Pesanan, Pengiriman, Promo, and Laporan. The main content area includes:

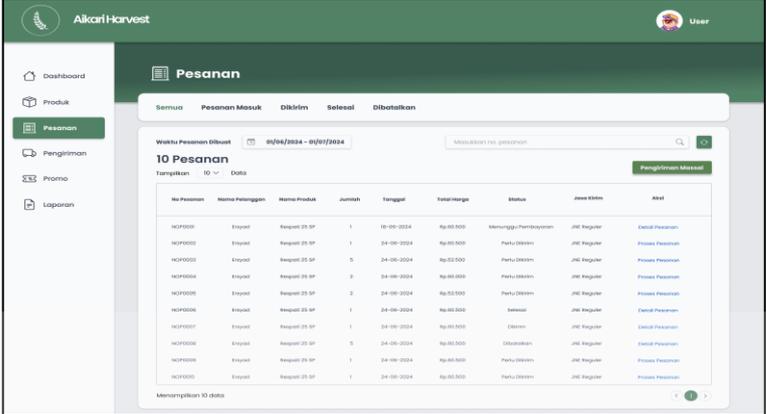
- Produk Header:** 'AikariHarvest' logo and 'User' profile, with a 'Tambah Produk' button.
- Table of Products:** A table listing products with columns: No, ID Produk, Nama Produk, Harga, Stok, and Aksi. The table contains 5 rows of data.

No	ID Produk	Nama Produk	Harga	Stok	Aksi
1	KD0001	Respati 25 SP	Rp. 80.000	1	✓
2	KD0002	Ramli	Rp. 85.000	10	✓
3	KD0003	Banggrico	Rp. 60.000	10	✓
4	KD0004	Poksoe	Rp. 80.000	10	✓
5	KD0005	Furadan 368 kg	Rp. 30.000	10	✓

Gambar 4.18 Prototype Dashboard Data Master Produk

c. **Prototype Dashboard Pesanan**

Prototype dashboard pesanan menampilkan daftar pesanan dalam format tabel. Setiap baris tabel mencakup kolom untuk nomor pesanan, nama pelanggan, nama produk, jumlah, tanggal, status pesanan, jasa pengiriman, dan opsi tindakan seperti melihat detail atau proses pesanan. Desain dashboard ini membantu pengguna mengelola dan memantau status pesanan dengan mudah dapat dilihat pada gambar 4.19 dibawah.

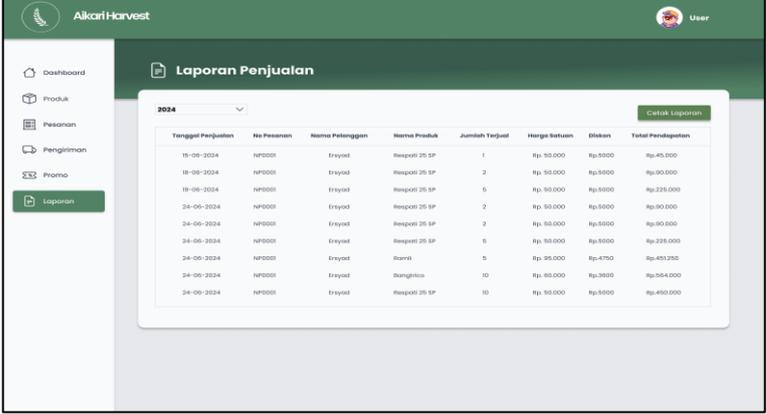


No Pesanan	Nama Pelanggan	Nama Produk	Jumlah	Tanggal	Total Harga	Status	Jasa Kirim	Aksi
NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	1	18-08-2024	Rp.85.000	Menunggu Pembayaran	JNE Reguler	Detail Pesanan
NP0002	Eryvad	Respati 25 SP	1	24-08-2024	Rp.85.000	Penuh Dikirim	JNE Reguler	Proses Pesanan
NP0003	Eryvad	Respati 25 SP	5	24-08-2024	Rp.525.000	Penuh Dikirim	JNE Reguler	Proses Pesanan
NP0004	Eryvad	Respati 25 SP	2	24-08-2024	Rp.170.000	Penuh Dikirim	JNE Reguler	Proses Pesanan
NP0005	Eryvad	Respati 25 SP	2	24-08-2024	Rp.170.000	Penuh Dikirim	JNE Reguler	Proses Pesanan
NP0006	Eryvad	Respati 25 SP	1	24-08-2024	Rp.85.000	Selesai	JNE Reguler	Detail Pesanan
NP0007	Eryvad	Respati 25 SP	1	24-08-2024	Rp.85.000	Ukuran	JNE Reguler	Detail Pesanan
NP0008	Eryvad	Respati 25 SP	5	24-08-2024	Rp.525.000	Dibatalkan	JNE Reguler	Detail Pesanan
NP0009	Eryvad	Respati 25 SP	1	24-08-2024	Rp.85.000	Penuh Dikirim	JNE Reguler	Proses Pesanan
NP0010	Eryvad	Respati 25 SP	1	24-08-2024	Rp.85.000	Penuh Dikirim	JNE Reguler	Proses Pesanan

Gambar 4.19 Prototype Dashboard Pesanan

d. **Prototype Dashboard Laporan**

Prototype dashboard laporan penjualan menampilkan tabel yang menyajikan data penjualan. Tabel ini mencakup kolom untuk tanggal penjualan, nomer pesanan, nama pelanggan, nama produk, jumlah terjual, harga satuan, diskon, dan total pendapatan. Di bagian atas, terdapat filter untuk menyesuaikan periode waktu yang diinginkan dan tombol cetak laporan dapat dilihat pada gambar 4.20 dibawah.



Tanggal Penjualan	No Pesanan	Nama Pelanggan	Nama Produk	Jumlah Terjual	Harga Satuan	Diskon	Total Pendapatan
18-08-2024	NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	1	Rp. 85.000	Rp.0000	Rp.45.000
18-08-2024	NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	2	Rp. 55.000	Rp.5000	Rp.300.000
18-08-2024	NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	5	Rp. 85.000	Rp.5000	Rp.325.000
24-08-2024	NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	2	Rp. 85.000	Rp.5000	Rp.190.000
24-08-2024	NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	2	Rp. 85.000	Rp.5000	Rp.190.000
24-08-2024	NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	5	Rp. 85.000	Rp.5000	Rp.325.000
24-08-2024	NP0001	Eryvad	Baratt	5	Rp. 85.000	Rp.4750	Rp.451.250
24-08-2024	NP0001	Eryvad	Banglicca	10	Rp. 85.000	Rp.3000	Rp.594.000
24-08-2024	NP0001	Eryvad	Respati 25 SP	10	Rp. 85.000	Rp.5000	Rp.450.000

Gambar 4.20 Prototype Dashboard Laporan

4.2 Tahap Run An Experiment

Pengujian digunakan menggunakan metode *Usability Testing* dengan *google form skala likert* dengan total 34 responden dan *Task Scenario* menggunakan aplikasi Maze.co. Responden dalam pengujian ini yaitu pihak Aikari Harvest, petani dan pengguna lainnya pria maupun wanita dengan rentang usia 25-60 tahun.

1. Hasil Usability Testing

Tabel 4.1 Pernyataan berdasarkan 5 Indikator Usability Testing

Indikator	Kode	Pernyataan
Learnability	P11	Saya merasa navigasi website ini mudah dipelajari
	P12	Saya merasa fitur pada website mudah dipelajari
	P13	Saya mempelajari simbol, icon dan gambar yang ditampilkan dengan mudah
	P14	Saya memahami konten informasi yang disajikan dengan mudah
Efficiency	P21	Saya dapat mengakses fitur ini dengan cepat
	P22	Saya dapat menyelesaikan tugas pengujian dengan cepat
	P23	Saya dapat memperoleh informasi yang dicari dengan cepat
Memorability	P31	Saya dapat dengan mudah menjalankan website kembali setelah sekian lama tidak menggunakan
	P32	Saya perlu membiasakan diri dalam menggunakan website tersebut
	P33	Saya mengingat penempatan menu pada website dengan mudah.
Error	P41	Saya merasa tidak menemukan error pada website tersebut.
	P42	Saya merasa website tersebut sering menampilkan informasi untuk mengatasi error.
Satisfaction	P51	Saya merasa puas dengan desain tampilan website tersebut.
	P52	Saya merasa nyaman dengan warna desain tampilan website tersebut

(sumber: Nielsan 2012)

Tabel 4.1 di atas menjabarkan lima indikator utama dalam pengujian *usability* yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error*, dan *satisfaction*. Setiap indikator dilengkapi dengan pernyataan spesifik yang membantu mengukur seberapa mudah dan nyaman pengguna dapat berinteraksi dengan *website*. Melalui pernyataan-pernyataan ini.

Tabel 4.2 Skala Likert dengan 5 Skor

No	Skor	Keterangan
1	5	Sangat Setuju
2	4	Setuju
3	3	Netral
4	2	Tidak Setuju
5	1	Sangat Tidak Setuju

Tabel 4.2 diatas digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan tertentu, di mana skor 5 menunjukkan sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 netral, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data *kuantitatif* tentang sikap atau pendapat responden secara terstruktur.

Tabel 4.3 Indikator Learnability

Indikator	Learnability					Total Skor	Indeks%
	Skala						
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
P11	0	1	2	10	21	153	90%
P12	1	1	2	10	20	149	87.6%
P13	0	2	2	9	21	151	88.8%
P14	0	1	3	8	22	153	90%
	Rata-rata						89.1%

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa indikator *learnability* mendapatkan rata-rata indeks persentase sebesar 89.1%. Hasil indikator *learnability* dapat disimpulkan sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan hasil desain *prototype website* CV Aikari Harvest.

Tabel 4.4 Indikator Efficiency

Indikator	Efficiency					Total Skor	Indeks%
	Skala						
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
P21	1	2	1	10	20	148	87.1%
P22	0	2	2	10	20	150	88.2%
P23	0	1	2	9	22	154	90.6%
	Rata-rata						88.6%

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa indikator *efficiency* mendapatkan rata-rata indeks% sebesar 88.6%. Hasil indikator *efficiency* dapat disimpulkan sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan hasil desain *prototype website* CV Aikari Harvest.

Tabel 4.5 Indikator Memorability

Indikator	Memorability					Total Skor	Indeks%
	Skala						
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
P31	1	1	3	8	21	149	87.6%
P32	1	1	2	10	21	154	90.5%
P33	0	1	2	9	22	154	90.5%
	Rata-rata						89.6%

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa indikator *memorability* mendapatkan rata-rata indeks% sebesar 89.6%. Hasil indikator *memorability* dapat disimpulkan sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan hasil desain *prototype website CV Aikari Harvest*.

Tabel 4.6 Indikator Error

Indikator	Error					Total Skor	Indeks%
	Skala						
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
P41	1	1	2	10	20	149	87.6%
P42	1	1	3	9	20	148	87%
Rata-rata							87.3%

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa indikator *error* mendapatkan rata-rata indeks% sebesar 87.3%. Hasil indikator *error* dapat disimpulkan sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan hasil desain *prototype website CV Aikari Harvest*.

Tabel 4.7 Indikator Satisfaction

Indikator	Satisfaction					Total Skor	Indeks%
	Skala						
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
P51	1	1	2	9	21	150	88.2%
P52	0	2	2	10	20	150	88.2%
Rata-rata							88.2%

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa indikator *satisfaction* mendapatkan rata-rata indeks% sebesar 88%. Hasil indikator *satisfaction* dapat disimpulkan sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan hasil desain *prototype website CV Aikari Harvest*. Hasil rata-rata pengujian *usability testing* disajikan dalam tabel berdasarkan lima indikator: *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error*, dan *satisfaction*. Rata-rata hasil dari setiap indikator dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Rata-rata Pengujian Usability

Indikator	Rata-Rata Persentase
<i>Learnability</i>	89.1%
<i>Efficiency</i>	88.6%
<i>Memorability</i>	89.6%
<i>Error</i>	87.3%
<i>Satisfaction</i>	88.2%

2. Hasil *Task Scenario*

Tabel 4.9 Task Scenario

No	<i>Task Scenario</i>
1.	Pengguna diminta untuk mencari produk tertentu menggunakan fitur pencarian di <i>website</i> dan menambahkannya ke dalam keranjang belanja.
2.	Pengguna diminta untuk menavigasi ke kategori produk tertentu, seperti "Nutrisi", dan memilih salah satu produk dari kategori tersebut.
3.	Pengguna diminta untuk menyelesaikan pembelian produk tertentu dan menyelesaikan pembayaran melalui fitur pembayaran di <i>website</i> .
4.	Pengguna diminta untuk menjelajahi halaman utama <i>website</i> dan memberikan <i>feedback</i> tentang desain tampilan dan warna untuk menilai seberapa nyaman dan puas pengguna dalam berinteraksi dengan tampilan <i>website</i> .

Tabel *task scenario* 4.9 di atas berisi skenario tugas yang diberikan kepada pengguna untuk menguji fungsionalitas dan tampilan desain *website*.



Gambar 4.21 Task Scenario Fitur Pencarian

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada gambar 4.21 di atas, terlihat bahwa 60% responden berhasil menyelesaikan pencarian produk secara langsung. Tidak ada responden yang gagal menyelesaikan tugas tersebut, dengan tingkat kesalahan klik hanya sebesar 0%. Data ini diambil dari total 10 responden yang berpartisipasi dalam pengujian menggunakan *platform* Maze.



Gambar 4.22 Task Scenario Kategori Produk

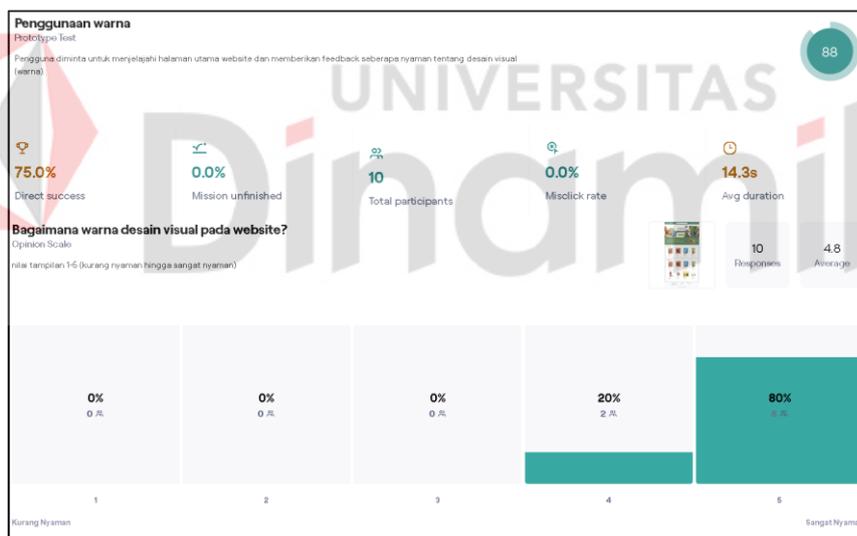
Pada gambar 4.22 di atas hasil *task scenario* kategori produk 80% responden berhasil menyelesaikan tugas tersebut secara langsung. Tidak ada

responden yang gagal menyelesaikan tugas, dengan tingkat kesalahan klik sebesar 7.1%. Data ini diambil dari total 38 responden yang berpartisipasi dalam pengujian.



Gambar 4.23 Task Scenario Fitur Pembayaran

Pada gambar 4.23 *task scenario* di mana pengguna melakukan checkout pembayaran, 80% responden berhasil menyelesaikan tugas tersebut secara langsung. Tidak ada responden yang gagal menyelesaikan tugas, dengan tingkat kesalahan klik sebesar 13.5%. Data ini diambil dari total 10 responden yang berpartisipasi dalam pengujian menggunakan platform Maze.



Gambar 4.24 Task Scenario Penggunaan Warna

Pada gambar 4.24 *task scenario* di mana pengguna melakukan navigasi pada halaman utama dan menilai seberapa nyaman penggunaan warna pada tampilan website, 75% responden berhasil menyelesaikan tugas tersebut secara langsung. Tidak ada responden yang gagal menyelesaikan tugas, dengan tingkat kesalahan klik sebesar 0%. Data ini diambil dari total 10 responden yang berpartisipasi dalam pengujian menggunakan platform Maze.

Hasil rata-rata kepuasan pengujian *task scenario* berdasarkan 4 tugas yaitu pencarian produk, kategori produk, fitur pembayaran dan penggunaan warna. Hasil pengujian *task scenario* dirangkum dalam tabel 4.10:

Tabel 4.10 Hasil Rata-rata Kepuasan 4 Tugas Menggunakan Maze

Aspek	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4
Rata-rata kesuksesan (%)	60%	80%	80%	75%
Rata-rata durasi (s)	12.9s	9.7s	16.1s	14.3
Missclick rate (%)	0%	21.4%	13.5%	0%
Tingkat kepuasan	73%	84%	87%	88%
Rata-rata kepuasan			83%	

Berdasarkan daftar hipotesis yang telah dibuat pada bab 3, berikut ini merupakan hasil pencapaian hipotesis dari pembuatan desain *UI*:

1. Membuat menu kategori produk akan membantu pengguna menemukan informasi produk dengan lebih mudah.

Keterangan : berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan evaluasi *usability* bahwa hipotesis pada poin 1 ini mendapatkan *persentase learnability* pada poin P12 mengalami peningkatan dari 48% menjadi 87,6%. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya hasil desain *UI* terkait fitur pengkategorian produk pada gambar 4.12.

2. Menambahkan fitur pencarian akan memudahkan pengguna menemukan produk yang dicari.

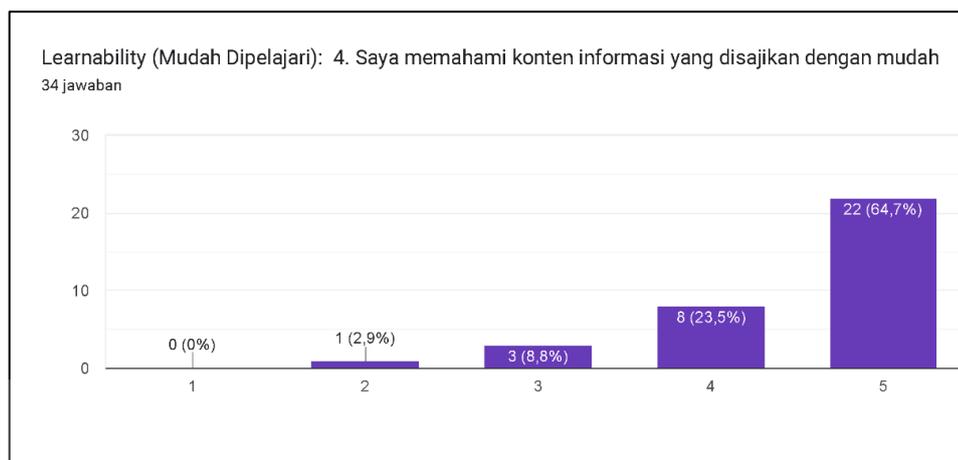
Keterangan : berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan evaluasi *usability* bahwa hipotesis pada poin 2 ini mendapatkan *persentase learnability* pada poin P14 mengalami peningkatan dari 53,3% menjadi 90%. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya hasil desain *UI* terkait fitur pencarian pada gambar 4.13.

3. Menyediakan fitur pembayaran akan memudahkan pengguna saat ingin menyelesaikan transaksi secara langsung di website. Keterangan : berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan evaluasi *usability* bahwa hipotesis pada poin 3 ini mendapatkan *persentase learnability* pada poin P12 mengalami peningkatan dari 48% menjadi 87,6%. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya hasil desain *UI* terkait fitur pembayaran pada gambar 4.16.

4. Memperbaiki desain tampilan dan warna akan membuat pengguna lebih nyaman saat berinteraksi dengan website. Keterangan : berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan evaluasi *usability* bahwa hipotesis pada poin 4 ini

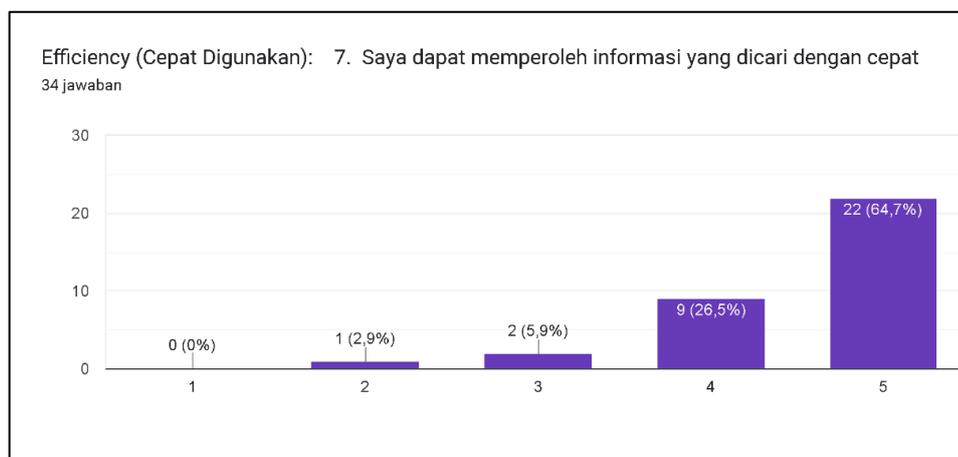
mendapatkan *persentase satisfaction* pada poin P51 dan P52 mengalami peningkatan dari 56% menjadi 88,2%. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya hasil desain *UI* terkait tampilan desain dan warna pada gambar 4.11, 4.12, 4.13, 4.14, 4.15 dan 4.16.

4.3 Tahap Feedback and Research



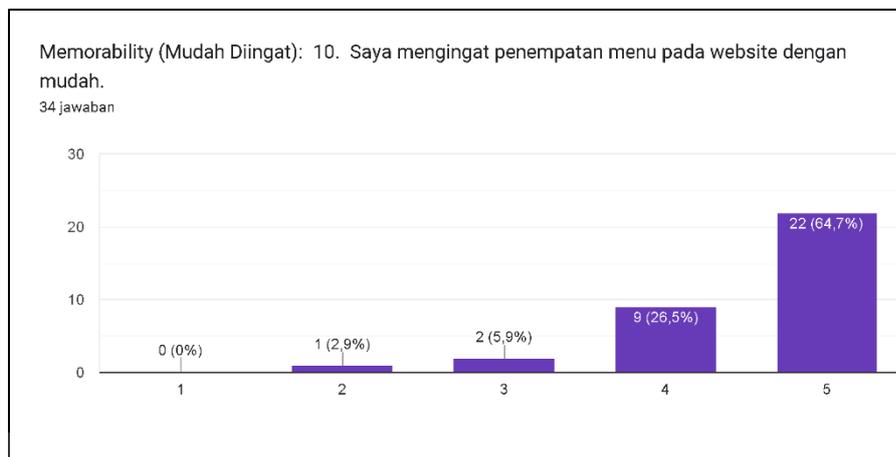
Gambar 4.25 Grafik Evaluasi Tertinggi Learnability (Indikator P14)

Dari gambar 4.25 diatas hasil evaluasi *usability testing* menggunakan *google form* diambil hasil tertinggi pada *learnability* (indikator P14) konten informasi yang disajikan pada website mudah dipahami dari total 34 responden diketahui 22 responden menjawab sangat setuju bahwa konten informasi yang disajikan pada website mudah dipahami.



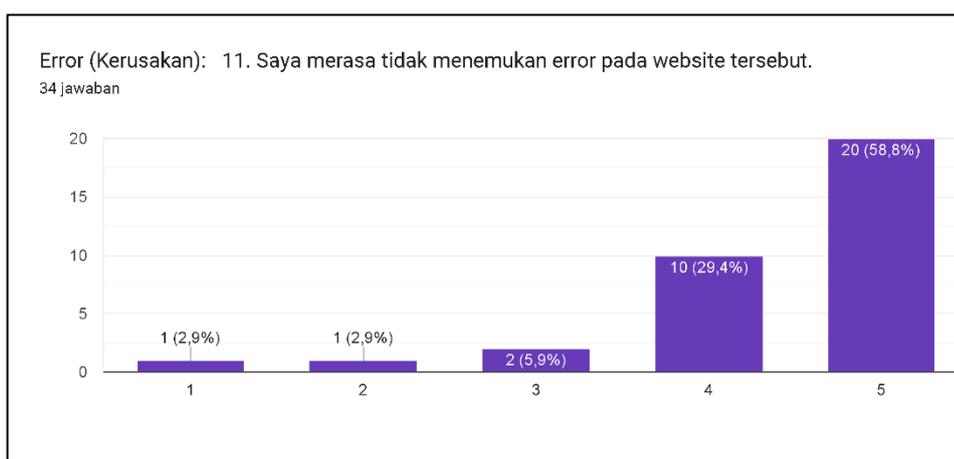
Gambar 4.26 Grafik Evaluasi Tertinggi Efficiency (Indikator P23)

Dari gambar 4.26 diatas hasil evaluasi *usability testing* menggunakan *google form* diambil hasil tertinggi pada *efficiency* (indikator P23) pengguna dapat memperoleh informasi yang dicari dengan cepat dari total 34 responden diketahui 22 responden menjawab sangat setuju bahwa pengguna dapat memperoleh informasi yang dicari dengan cepat.



Gambar 4.27 Grafik Evaluasi Tertinggi Memorability (Indikator P33)

Dari gambar 4.27 diatas hasil evaluasi *usability testing* menggunakan *google form* diambil hasil tertinggi pada *memorability* (indikator P33) pengguna mengingat penempatan menu pada website dengan mudah dari total 34 responden diketahui 22 responden menjawab sangat setuju bahwa pengguna mengingat penempatan menu pada website dengan mudah.



Gambar 4.28 Grafik Evaluasi Tertinggi Error (Indikator P41)

Dari gambar 4.28 diatas hasil evaluasi *usability testing* menggunakan *google form* diambil hasil tertinggi pada *memorability* (indikator P41) pengguna merasa tidak menemukan error pada website tersebut dari total 34 responden diketahui 20 responden menjawab sangat setuju bahwa pengguna merasa tidak menemukan error pada website tersebut.



Gambar 4.29 Grafik Evaluasi Tertinggi Satisfaction (Indikator P52)

Dari gambar 4.29 diatas hasil evaluasi *usability testing* menggunakan *google form* diambil hasil tertinggi pada *memorability* (indikator P52) pengguna merasa nyaman dengan warna desain tampilan website tersebut dari total 34 responden diketahui 20 responden menjawab sangat setuju bahwa pengguna merasa nyaman dengan warna desain tampilan website tersebut. Kemudian dari hasil wawancara lebih mendalam kepada 5 orang pengguna dapat dilihat pada lampiran 43. Hasil wawancara disimpulkan adanya masukan atau saran untuk perbaikan yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya yaitu menambahkan fitur komentar pada ulasan produk, menambahkan filter kategori produk pada fitur pencarian, menambahkan metode pembayaran selain tranfer bank, dan membuat tampilan untuk aplikasi mobile dengan menggunakan kombinasi warna yang telah digunakan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut

:

1. Hasil evaluasi *usability testing* memperlihatkan peningkatan yang signifikan dibandingkan evaluasi sebelumnya. Indikator *learnability* naik dari 57,8% menjadi 89,1%, sementara *satisfaction* meningkat dari 56% menjadi 88,2%. Peneliti melakukan evaluasi terhadap *learnability* yang didasarkan pada hipotesis yang telah dirumuskan, menunjukkan bahwa perbaikan pada fitur pencarian, pengelompokan produk, dan kemudahan pembayaran membantu mempermudah pelanggan dalam mengakses atau melakukan transaksi di *website*. Di sisi lain, dari hasil evaluasi *satisfaction*, perbaikan pada desain tampilan dan penggunaan warna pada setiap halaman *website*, terbukti meningkatkan kepuasan pengguna. Ini menunjukkan bahwa perancangan ulang antarmuka berhasil meningkatkan *learnability* dan *satisfaction*.
2. Selain itu, hasil pengujian *scenario task* menggambarkan rata-rata kepuasan keempat tugas seperti fitur pencarian, kategori produk, fitur pembayaran, dan desain tampilan dan penggunaan warna pada *website* berdasarkan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya hasilnya sangat baik, mencapai 83%.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil perancangan desain *website* penjualan produk pertanian pada CV Aikari Harvest, beberapa hal yang dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Menambahkan fitur komentar pada testimoni produk
2. Menambahkan metode pembayaran selain tranfer bank.
3. Menambahkan filter kategori produk pada fitur pencarian.
4. Membuat tampilan untuk mobile.

DAFTAR PUSTAKA

- 9241-110-2020, I. (2020). *ISO 9241-110:2020 Ergonomics of human-system interaction*. Www.Iso.Org. <https://www.iso.org/standard/75258.html>
- Amandin. (2021). Factors Affecting E-Commerce Marketing On Online Purchasing Decisions In Prabumulih City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 2(2), 113–122. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Lidwina. (2021, April). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Bose, S. (2023). *How to create Test Scenarios? (with Examples)*. Browserstack.Com. <https://www.browserstack.com/guide/how-to-create-test-scenarios>
- Budiaji, W., Fakultas, D., Universitas, P., Tirtayasa, A., Raya, J., Km, J., & Serang Banten, P. (2013). SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 127–133.
- Dharmawan, A., & Sitorus, A. F. (2019). Studi Komparatif User Experience Desain Antar Muka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Elemen Desain Studi Kasus Aplikasi Grab Dan Gojek. *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(2), 15–24. www.journal.ibmasmi.ac.id
- Firmansyah, M. D., & Herman, H. (2023). Perancangan Web E- Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes. *Journal of Information System and Technology*, 4(1), 361–372. <https://doi.org/10.37253/joint.v4i1.6330>
- Fitzgerald. (2022). *What Is User Interface (UI) Design? The Beginner's Guide*. Blog.Hubspot.Com. <https://blog.hubspot.com/website/ui-design>
- Gothelf, Jeff & Seiden, J. (2013). *Lean UX: Applying Lean Principles to Improve User Experience*. O'Reilly Media.
- Khairy, M., & Firmansyah. (2022). Penerapan Design Thinking Pada Perancangan Ui/Ux Marketplace Sistem Rantai Pasok “Panen- Panen.” *Jurnal Informatika Polinema*, 8(3), 39–44. <https://doi.org/10.33795/jip.v8i3.818>
- MZ, Yumarlin. (2016). Evaluasi Penggunaan Website Universitas Janabadra Dengan Menggunakan Metode Usability Testing. *Informasi Interaktif*, 1(1), 34–43.
- Nadhif, A. K., Taufiq W, D., Hussein, M. F., & Widiati, I. S. (2021). Perancangan UI/UX Aplikasi Penjualan Dengan Pendekatan Design Thinking. *Jurnal IT CIDA*, 7(1).
- Natsir, F., & Sihombing, R. A. (2022). Penerapan Metode User Centered Design pada Rancangan User Interface Marketplace Pemasaran Produk Olahan Perikanan. In *Journal of Practical Computer Science* (Vol. 2, Issue 2).

- Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Www.Nngroup.Com. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- Sabandar, V. P., & Santoso, H. B. (2018). Evaluasi Aplikasi Media Pembelajaran Statistika Dasar Menggunakan Metode Usability Testing. *Teknika*, 7(1), 50–59. <https://doi.org/10.34148/teknika.v7i1.81>
- Sanjaya, D., & Ibadi, T. (2023). *Perancangan Desain UI / UX Aplikasi Jual Beli Hasil Pertanian Pasar Tani Ogan Ilir Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking* (Vol. 4, Issue 3).
- Sihaloho, F. (2023). Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Aplikasi pendistribusi alat-alat kesehatan pada perusahaan PT. Rekamileniumindo Selaras Jakarta Barat. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 9(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse33>
- Sirait, Y. D. (2021). Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi (SINTEK). *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi (SINTEK)*, 1(2), 1–6.
- Taufiqurrahman. (2022). *Cara Hitung Kuesioner pada Skala Likert*. Saintekmu. <https://saintekmu.ac.id/myblog/taufiqurrachman/read/cara-hitung-kuesioner-pada-skala-likert>



UNIVERSITAS
Dinamika