



UNIVERSITAS
Dinamika

***REDESIGN UI/UX PADA WEBSITE TOKO WIN COMPUTER
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING***



Program Studi

S1 Sistem Informasi

Oleh:

NICO AUREL HERGATA

21410100004

UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

***REDESIGN UI/UX PADA WEBSITE TOKO WIN COMPUTER
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

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



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama	: Nico Aurel Hergata
NIM	: 21410100004
Program Studi	: S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2025**

Tugas Akhir

REDESIGN UI/UX PADA WEBSITE TOKO WIN COMPUTER MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Dipersiapkan dan disusun Oleh

Nico Aurel Hergata

NIM: 21410100004

Telah diperiksa, dibahas dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 01 Agustus 2025

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing

I. **Sulistiowati, S.Si., M.M.**

NIDN. 0719016801

II. **Ayuningtyas, S.Kom., M.MT**

NIDN. 0722047801

Pembahas

I. **Ayouvi Poerna Wardhanie, S.M.B., M.M.**

NIDN. 0721068904



Digitally signed
by Ayuningtyas
Date:
2025.08.22
12:56:44 +07'00'



Digitally signed by Ayouvi Poerna
Wardhanie
DN: cn=Ayouvi Poerna Wardhanie,
o=Universitas Dinamika, ou,
email=ayouvi@dinamika.ac.id,
c=ID
Date: 2025.08.22 13:20:12 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana
Digitally signed by
Julianto
Date: 2025.08.25
17:51:42 +07'00'

Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0722108601

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

SEKALI TAMPIL HARUS BERHASIL.



-Nico Aurel Hergata-

UNIVERSITAS
Dinamika

Tugas Akhir ini

Saya persembahkan kepada

Orang Tua, Keluarga Besar, Dosen Pembimbing, Dosen Wali,

Orang-orang tersayang, dan Teman-teman yang saya kas



UNIVERSITAS
Dinamika

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Nico Aurel Hergata
NIM : 21410100004
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir
Judul Karya : **REDESIGN UI/UX PADA WEBSITE TOKO WIN
COMPUTER MENGGUNAKAN METODE DESIGN
THINKING**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

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

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 29 Juli 2025


Nico Aurel Hergata
NIM : 21410100004

ABSTRAK

Win Computer merupakan toko yang menjual perangkat keras komputer secara *online* dan *offline*. Namun, *website* yang digunakan belum mampu memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna dan pengujian awal menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) terhadap 10 responden, diperoleh skor sebesar 35,00 yang menunjukkan tingkat *usability* rendah. Masalah utama yang ditemukan meliputi sulitnya pencarian produk, informasi produk yang tidak lengkap, proses *checkout* yang membingungkan, konfirmasi pembayaran yang masih manual, katalog tanpa gambar, serta proses pembelian yang belum bisa dilakukan langsung di *website*. Untuk itu, dilakukan perancangan antarmuka pengguna (UI/UX) menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahapan. Pada tahap *empathize*, dilakukan wawancara dan observasi untuk memahami kebutuhan dan keluhan pengguna. Selanjutnya, pada tahap *define*, dirumuskan inti permasalahan yang ditemukan berdasarkan hasil analisis data. Kemudian, pada tahap *ideate*, dikembangkan berbagai alternatif solusi yang potensial. Setelah itu, dilakukan tahap *prototype* untuk merancang antarmuka berdasarkan ide-ide terpilih. Terakhir, pada tahap *test*, desain diuji menggunakan metode SUS dan platform Maze untuk mengukur efektivitas dan kemudahan penggunaan desain baru. Hasil penelitian menunjukkan perbaikan signifikan, dengan skor SUS meningkat menjadi 80,75 yang termasuk kategori "*excellent*" dan menunjukkan tingkat *usability* yang sangat baik. Fitur-fitur baru yang ditambahkan pada *website* antara lain sistem pencarian produk yang lebih terstruktur, informasi produk yang lebih lengkap, proses *checkout* otomatis, tampilan katalog dilengkapi gambar dan spesifikasi, serta integrasi transaksi langsung di dalam *website*. Selain itu, hasil pengujian menggunakan platform Maze terhadap 10 responden menunjukkan tingkat keberhasilan skenario tugas di atas 90%, yang menandakan desain baru mudah digunakan dan mendukung efisiensi pengguna. Dengan demikian, perancangan ulang ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efektivitas transaksi secara *online*.

Kata Kunci: *UI/UX, Website, Design Thinking, System Usability Scale.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis dan Perancangan UI/UX pada Toko Komputer Menggunakan Metode *Design Thinking*” dengan lancar dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Program Studi Sistem Informasi di Universitas Dinamika. Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan, serta masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan moral maupun material.
2. Ibu Sulistiowati, S.Si., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan laporan ini.
3. Ibu Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., selaku dosen pembimbing kedua yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan laporan ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Dinamika yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa studi.
5. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan saling membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pihak Toko Win Computer yang telah memberikan izin dan data yang dibutuhkan dalam proses penelitian.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi bahan referensi yang berguna dalam pengembangan UI/UX di bidang e-commerce.

Surabaya, 24 Juni 2025

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.....	4
1.4 Tujuan.....	4
1.5 Manfaat	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 <i>User Interface</i> (UI).....	6
2.3 <i>User Experience</i> (UX).....	8
2.4 <i>Design Thinking</i>	9
2.5 <i>Usability Testing</i>	11
2.6 <i>System Usability Scale (SUS)</i>	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Analisis Pengumpulan Data	17
3.1.1 Studi Literatur	17
3.1.2 <i>Emphasize</i>	17
3.1.3 Analisis Permasalahan	21
3.2 Tahap Desain	22
3.2.1 <i>Define</i>	22
3.2.2 <i>Ideate</i>	26
3.2.3 <i>Prototype</i>	28

3.3	Evaluasi.....	29
3.3.1	<i>Testing</i>	29
3.3.2	<i>System Usability Scale (SUS)</i>	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Analisis dan Pengumpulan Data	31
4.1.1	Studi literatur.....	31
4.1.2	<i>Emphatize</i>	31
4.1.3	Analisis Permasalahan	32
4.2	Tahap Desain	33
4.2.1	<i>Define</i>	33
4.2.2	<i>Ideate</i>	34
4.2.3	<i>Prototype</i>	41
4.3	Evaluasi	44
4.3.1	Maze	45
4.3.2	<i>System Usability Scale</i>	46
BAB V PENUTUP.....		48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....		50
LAMPIRAN.....		53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Metode <i>Design Thinking</i>	11
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	16
Gambar 3.3 <i>User Persona</i> Pegawai Kantor	23
Gambar 3.4 <i>User Persona</i> Mahasiswa Teknik Informatika	24
Gambar 3.5 <i>User Persona Gamers</i>	24
Gambar 3.6 <i>Journey map</i> Pegawai Kantor	26
Gambar 4.1 <i>Userflow</i> User Pelanggan	35
Gambar 4.2 <i>Userflow</i> Admin	36
Gambar 4.3 <i>Dashboard Admin</i> dan <i>Homepage</i> Wincomputer	37
Gambar 4.4 <i>Wireframe Product</i> dan <i>Checkout</i>	38
Gambar 4.5 <i>Wireframe</i> Barang, Pesanan, Detail Transaksi	39
Gambar 4. 6 <i>Design System Color</i>	40
Gambar 4.7 Tipografi <i>Poppins</i>	41
Gambar 4.8 <i>Prototype</i> Halaman <i>Homepage</i>	42
Gambar 4.9 <i>Prototype</i> Halaman Produk	42
Gambar 4.10 <i>Prototype</i> Halaman Transaksi	43
Gambar 4.11 <i>Prototype</i> Simulasi Transaksi	44
Gambar 4.12 Hasil <i>Testing Maze</i>	46
Gambar L1.1 Halaman Produk	53
Gambar L1.2 Layanan	54
Gambar L1.3 Detail Produk	55
Gambar L1.4 <i>Market Place</i>	56
Gambar L1.5 Rakit PC	57
Gambar L1.6 Simulasi Rakit	58
Gambar L1.7 Tentang Kami	59
Gambar L1.8 Halaman Pembayaran	60
Gambar L1.9 Halaman Konfirmasi	61

Gambar L2.1 Halaman Barang	62
Gambar L2.2 <i>Dashboard Create Barang</i>	63
Gambar L2.3 <i>Dashboard Update Barang</i>	64
Gambar L2.4 <i>Dashboard Delete</i>	65
Gambar L2.5 Halaman Pesanan	66
Gambar L2.6 Halaman Transaksi.....	67
Gambar L3.1 Warna	68
Gambar L3.2 <i>Font Poppins</i>	69
Gambar L3.3 <i>UI Button</i>	70



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 2.2 Pertanyaan menggunakan <i>System Usability Scale</i>	13
Tabel 2.3 Skala Kategori Hasil <i>System Usability Scale</i>	15
Tabel 3.1 Tabel Wawancara.....	19
Tabel 3.2 Analisis Kompetitor.....	20
Tabel 3.3 Analisis Permasalahan.....	21
Tabel 4. 1 <i>Tabel Report Testing</i>	45
Tabel 4. 2 Nilai SUS setelah di redesign.....	47
Tabel L4.1 <i>Testing Maze</i>	70



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Tampilan Prototipe <i>Website</i> (Versi <i>User</i> /Pengunjung)	53
Lampiran 2. Tampilan Prototipe <i>website</i> (versi Admin)	62
Lampiran 3. <i>Design system</i>	68
Lampiran 4. <i>Testing</i>	70
Lampiran 5. Cek Plagiasi	73
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	74
Lampiran 7. Surat Adopsi	75
Lampiran 8. Biodata Penulis	76



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Toko Win Computer adalah salah satu penyedia layanan komponen komputer yang telah beroperasi selama lebih dari tiga tahun di kawasan pusat kota Surabaya berlokasi di ITC Mega Grosir. Toko ini menawarkan layanan berupa kebutuhan komponen komputer dan *printer*, serta *acesories computer*. Toko Win Computer yang sebelumnya hanya melakukan penjualan secara *offline* dan melayani konsumen di sekitar wilayah Surabaya, kini mulai beradaptasi dengan sistem penjualan *online*. Perluasan jangkauan pasar ini diawali melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, hingga akhirnya toko ini mulai menggunakan *website* sebagai sarana promosi dan transaksi yang lebih luas dan profesional.

Website Win Computer berfungsi sebagai media informasi awal yang menyajikan produk kepada calon pelanggan dan menjadi sarana utama dalam memulai proses transaksi penjualan secara daring. Dalam merancang ulang tampilan dan pengalaman pengguna pada sebuah *website*, diperlukan pendekatan yang tidak hanya berfokus pada visual, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan, perilaku, dan kendala pengguna secara menyeluruh. Salah satu metode yang relevan dan banyak digunakan dalam konteks ini adalah *Design Thinking*.

Hasil wawancara dengan pemilik toko diketahui bahwa dalam beberapa bulan terakhir terjadi penurunan jumlah penjualan melalui *website*. Hal ini dikarenakan 1) banyaknya *user* yang merasa kesulitan saat mencari produk komponen komputer, 2) tidak menemukan informasi yang lengkap seperti spesifikasi atau stok barang, 3) *user* kesulitan dalam menyelesaikan proses *checkout* karena pada fitur transaksi, 4) pelanggan harus memasukan data konfirmasi pembayaran secara manual, 5) katalog produk yang terdapat di *website* hanya menampilkan nama produk dan harga, tidak semua produk tersedia dalam bentuk informasi gambar, 6) pelanggan tidak dapat langsung melakukan *checkout* melalui *website*, melainkan diarahkan untuk menghubungi admin melalui WhatsApp, telepon, atau mengisi formulir pemesanan yang tersedia yang dapat dilihat pada

Tabel 3.1 Tabel Wawancara. Oleh sebab itu dibutuhkan perbaikan beberapa fitur aplikasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Namun untuk mengetahui jalannya aplikasi maka perlu dibuat *design* UI/UX.

Sebagai langkah awal dalam memahami posisi dan kekurangan dari *website* Toko Win Computer, dilakukan analisis kompetitor yang memiliki layanan serupa dan telah mengimplementasikan strategi digital lebih matang. Ringkasan hasil analisis dapat dilihat pada lampiran Tabel 3.2 Analisis Kompetitor, Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa beberapa kompetitor telah menerapkan fitur-fitur yang lebih lengkap dan desain antarmuka yang lebih konsisten, sehingga memberikan pengalaman pengguna yang lebih optimal dibandingkan dengan *website* Toko Win Computer saat ini, untuk mendukung analisis lebih lanjut terhadap kualitas pengalaman pengguna, diperlukan metode evaluasi *usability* yang praktis dan efektif.

Salah satu *tools* yang digunakan dalam proses pengujian ini adalah Maze, sebuah platform berbasis web yang memungkinkan *usability testing* dilakukan secara daring dengan prototipe interaktif. Platform ini mampu mengumpulkan data merinci seperti jalur klik, waktu penyelesaian tugas, tingkat keberhasilan skenario, dan tingkat *miss-click* secara otomatis (Taufiqul Hidayat et al., 2022). Penggunaan Maze telah berhasil diterapkan dalam pengujian *website* D'bucket dan memberikan dasar yang kuat dalam mengevaluasi efektivitas desain yang diuji (Ramadhania et al., 2021)

Pemilihan metode *System Usability Scale* (SUS) dalam pengumpulan data *usability* dilakukan karena metode ini sederhana, cepat, dan sudah banyak digunakan dalam evaluasi sistem berbasis pengguna. Pilihan ini sejalan dengan penelitian (Willy et al., 2020). Menegaskan bahwa SUS memberikan cara pengukuran yang praktis dan efisien tanpa mengurangi akurasi hasil monitoring pengalaman pengguna. SUS mampu memberikan gambaran umum yang cukup representatif mengenai tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem melalui 10 pernyataan yang bisa dijawab dalam waktu singkat oleh responden. Dibanding metode lain yang lebih kompleks, SUS dinilai lebih efisien untuk proyek dengan waktu dan sumber daya yang terbatas.

Hasil evaluasi SUS sebesar 35,00 dari 100 menunjukkan bahwa *website* Toko Win Computer berada pada kategori '*poor*' atau kurang layak secara *usability*. Skor ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa kesulitan saat menggunakan *website*, baik dari aspek navigasi, tampilan, maupun pemahaman alur transaksi. Angka ini berada jauh di bawah ambang batas nilai layak, yaitu 68, yang secara umum dijadikan acuan standar kelayakan berdasarkan penelitian oleh (Bangor et al., 2009) di mana nilai tersebut dianggap sebagai batas minimum untuk menyatakan bahwa sebuah sistem memiliki tingkat *usability* yang dapat diterima oleh pengguna.

Melalui penerapan *Design Thinking*, *website* Toko Win Computer ini dirancang ulang menjadi lebih *user-friendly*, informatif, dan mampu meningkatkan pengalaman pengguna dalam menjelajahi situs dan melakukan pembelian. Solusi yang diambil dalam penelitian ini adalah melakukan perancangan ulang (*redesign*) tampilan dan pengalaman pengguna pada *website* dengan pendekatan metode *Design Thinking*. Perancangan ulang ini mencakup penyederhanaan navigasi, penambahan informasi produk yang lebih lengkap dan terstruktur, implementasi fitur *checkout* otomatis, serta penyesuaian visual seperti pemilihan warna yang konsisten, penggunaan tipografi yang mudah dibaca, dan tata letak yang lebih rapi. Metode ini dipilih karena mampu memecahkan masalah berdasarkan sudut pandang pengguna secara menyeluruh, mulai dari proses empati hingga pengujian desain yang telah dibuat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari proposal Tugas Akhir (TA) ini yaitu : Bagaimana tahapan metode *Design Thinking* dapat diterapkan dalam proses *redesign* UI/UX *website* Toko Win Computer?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini tidak menggunakan fitur premium dari tools desain seperti Figma Pro karena keterbatasan biaya, sehingga proses *prototyping* dilakukan menggunakan versi gratis dengan fitur terbatas.
2. Evaluasi dilakukan menggunakan kuisioner dengan pendekatan kuantitatif terhadap *prototype* desain yang telah dibuat.
3. Fokus responden hanya dibatasi pada pengguna yang pernah atau berpotensi mengakses *website* Toko Win Computer, bukan pengguna umum di luar target pasar toko.

1.4 Tujuan

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : Menerapkan metode *Design Thinking* dalam menghasilkan *redesign* UI/UX *website* Toko Win Computer agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

1.5 Manfaat

Dari Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Menambah referensi dan wawasan dalam bidang desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX), khususnya dalam penerapan metode *Design Thinking* pada pengembangan *website* toko online.
2. Memberikan solusi berupa desain UI/UX yang lebih baik dan efisien bagi *website* Toko Win Computer, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dan daya saing toko dalam pasar digital.
3. Membantu pihak pengelola Toko Win Computer memahami kebutuhan dan dapat digunakan dalam pengambilan keputusan strategis di masa depan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penyusunan kerangka teori dan membandingkan pendekatan yang digunakan, peneliti mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik perancangan UI/UX berbasis metode *Design Thinking*. Ringkasan dari penelitian-penelitian tersebut disajikan pada tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
(Rani Puspita & RinaAstriani, 2023)	Perancangan <i>Design UI/UX</i> Pada <i>Website</i> Toko Mister Shop ID Menggunakan Metod <i>Design Thinking</i>	Perancangan UI/Uxberbasis <i>Design Thinking</i> menghasilkan sistem prototipe penjualan <i>online</i> yang mudah digunakan, efisien, dan sesuai kebutuhan pengguna. Fitur Login pengguna, Pencarian, <i>Check out</i> Pembayaran, Cetak laporan penjualan	<i>Website</i> Mister Shop ID difokuskan untuk mengubah sistem penjualan manual menjadi digital secara menyeluruh, terutama padatran saksi langsung pelanggan. Sementara pada Toko Win Computer, penekanan lebih kuat pada penyederhanaan alur penjualan, penambahan informasi produk yang detail, dan perbaikan visual untuk meningkatkan profesionalitas toko komputer.
(Arisaet al., 2023)	Perancangan Prototipe UI/UX <i>Website</i> CROWDE Menggunakan <i>Design Thinking</i>	Merancang ulang 12 halaman utama <i>website</i> fintech. Fitur : form pembiayaan, login, landing page, FAQ, dsb. SEQ score > 5,5.	Objek penelitian adalah <i>website</i> fintech sektor pertanian, bukan toko komputer. Fokusnya pada akses layanan keuangan, bukan penjualan produk fisik. Selain itu, tidak menggunakan metode SUS dan tidak ada perbandingan usability versi lama dan baru seperti di Toko WinComputer.
(Mahkota Aditiya et al., 2024)	Redesain UI UX <i>Website</i> Lemond er Indonesia Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i> Untuk Meningkatkan Media Promosi	Redesain berhasil meningkatkan skor SUS dari 51,75 (Poor) ke 85,08 (Excellent). Tampilan dan UX lebih optimal dan ramah pengguna. Terdapat fitur pencarian produk, ulasan/rating dan fitur pencarian	<i>Website</i> Lemonder fokus pada aspek promosi dan branding produk segar dengan tampilan visual menarik. Sedangkan pada Toko Win Computer, fokus utama adalah penyederhanaan alur transaksi, penambahan informasi teknis, dan peningkatan efisiensi navigasi pengguna

Pada tabel 2.1 Penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa meskipun seluruh penelitian terdahulu menerapkan metode *Design Thinking* dalam proses perancangan UI/UX, terdapat perbedaan dalam konteks objek, jenis *platform*, serta metode evaluasi yang digunakan. Penelitian ini memiliki ciri khas tersendiri karena berfokus pada proses perancangan ulang tampilan antarmuka dan pengalaman pengguna pada *website* Toko Win Computer. Pendekatan ini dilakukan untuk menghasilkan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional dan mudah digunakan oleh pengguna.

Tujuan utamanya adalah meningkatkan kemudahan akses, kenyamanan, dan efisiensi pengguna saat berinteraksi dengan *website*, yang didukung dengan pengujian menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) untuk memperoleh data kuantitatif mengenai tingkat *usability*. Penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih terukur dan aplikatif. Fokus terhadap *website* toko komputer, penggunaan metode *Design Thinking* secara menyeluruh, serta pengujian hasil desain dengan *System Usability Scale* menjadikan penelitian ini lebih relevan dalam konteks perbaikan pengalaman pengguna berbasis data. Dengan demikian, penelitian ini menempati posisi penting sebagai studi yang tidak hanya mengidentifikasi masalah antarmuka, tetapi juga memberikan solusi konkret yang tervalidasi berdasarkan hasil pengujian *usability*.

2.2 User Interface (UI)

Penerapan prinsip desain UI pada tampilan Toko Win Computer yang optimal masih belum sepenuhnya terlihat. Beberapa elemen seperti navigasi, tampilan katalog produk, dan struktur informasi belum tertata secara intuitif, sehingga menyulitkan pengguna dalam menemukan informasi maupun melakukan proses pemesanan. Kurangnya visualisasi antarmuka yang *modern* juga menyebabkan pengguna tidak mendapatkan kesan profesional dari tampilan awal situs. Hal ini menunjukkan pentingnya penerapan prinsip UI yang efektif untuk mendukung kenyamanan dan kemudahan interaksi pengguna dalam mengakses layanan toko secara *online*.

User Interface adalah cara dari suatu program untuk berinteraksi dengan user penggunaannya dan merupakan bagian dari komputer serta perangkat lunak yang

dapat dirasakan, disentuh, dan dimengerti oleh manusia. UI juga merupakan bagian dari desain dan pembuatan sebuah tampilan di dalam komputer atau *software* (Maria & Sutabri, 2023). Perancangan *User Interface* untuk *website* terdapat beberapa objek *design* yang menjadi komponen dan elemen dasar yang dapat menunjang tujuan utama *website* tersebut (Fakhruddin et al., 2019). berikut komponen dan elemennya adalah :

- 1) Tata Letak dan Penempatan Tata letak atau biasa disebut *Layout* dalam sebuah rancangan *website* dengan tujuan dapat membuat elemen visual yang digunakan menjadi lebih komunikatif sehingga dapat mempermudah audiens untuk menerima informasi yang disajikan di dalamnya (Fakhruddin et al., 2019). Tata yang baik itu dapat mempermudah menjelaskan hubungan antara dalam elemen visual yang digunakan pada sebuah interface. Konsep tata letak atau layout yang digunakan dalam rancangan *Homepage website Belitong Geopark* menerapkan konsep *magazine style*. *Magazine style* menurut Fakhruddin et al.(2019), adalah konsep tata letak website yang dirancang menyerupai majalah, dengan tujuan menampilkan berbagai jenis konten atau berita secara terstruktur dan menarik.
- 2) Pewarnaan Dalam Meningkatkan sebuah interface *website* secara keseluruhan, warna dapat berguna untuk dapat menjangkau berbagai macam tujuan yang beragam. *User Interface* sangat berpengaruh untuk dapat membentuk *User Experience*.
- 3) *Typography* termasuk dalam salah satu elemen yang sangat penting pada perancangan sebuah *User Interface*. prinsip tipografi yang dapat membantu seorang perancang dalam mengoptimalkan rancangannya adalah *Legibility* dan *Readability*
- 4) Bentuk dan ukuran yang terdapat didalam suatu *User Interface* terhadap ukuran perangkat pengguna dapat membantu user untuk menunjukan elemen-elemen visual berdasarkan bobot fungsinya secara jelas.

Desain antarmuka pengguna (UI) sangat penting karena membuat pengguna lebih tertarik untuk tetap berada di *website* karena mereka berinteraksi dengan logika pemrograman melaluinya. Heuristik membantu distribusi elemen dalam berbagai kategori yang lebih merata (Risaldi dkk., 2022). Selain itu, desain UI yang baik mampu meningkatkan efisiensi pengguna dalam menyelesaikan tugas,

sehingga pengalaman mereka menjadi lebih menyenangkan dan produktif. Prinsip-prinsip heuristik juga berperan penting dalam memastikan bahwa antarmuka mudah dipahami, konsisten, dan tidak membingungkan. Dengan demikian, pengguna dapat menjelajahi website dengan lebih nyaman tanpa harus mengalami hambatan berarti.

Penerapan prinsip desain *User Interface* pada tampilan Win computer yang optimal masih belum sepenuhnya terlihat. Beberapa elemen seperti navigasi, tampilan katalog produk, dan struktur informasi belum tertata secara intuitif, sehingga menyulitkan pengguna dalam menemukan informasi maupun melakukan proses pemesanan. Kurangnya visualisasi antarmuka yang modern juga menyebabkan pengguna tidak mendapatkan kesan profesional dari tampilan awal situs. Hal ini menunjukkan pentingnya penerapan prinsip *User Interface* yang efektif untuk mendukung kenyamanan dan kemudahan interaksi pengguna dalam mengakses layanan toko secara *online*.

2.3 *User Experience (UX)*

Permasalahan yang terjadi pada *website* Toko Win computer, seperti navigasi yang membingungkan, minimnya informasi produk, serta alur transaksi yang tidak efisien, menunjukkan bahwa aspek pengalaman pengguna belum dirancang secara optimal. Pengguna mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan mereka, seperti mencari produk dan menyelesaikan pembelian dengan mudah. Oleh karena itu, pemahaman tentang konsep *User Experience (UX)* menjadi penting untuk menjadi dasar dalam perancangan ulang sistem agar dapat memberikan pengalaman yang lebih nyaman, intuitif, dan sesuai kebutuhan pengguna.

User Experience (UX) adalah persepsi dan respons pengguna yang muncul dari interaksi mereka dengan suatu produk, sistem, atau layanan. *UX* mencakup seluruh pengalaman pengguna, termasuk emosi, keyakinan, preferensi, persepsi, serta respon fisik dan psikologis yang terjadi sebelum, selama, dan setelah penggunaan produk atau layanan tersebut (ISO 9241-210, 2010).

Dalam Teori Robert Rubinoff yang dibahas dalam penelitian (Farida, 2016) mengenai *User Experience*, terdapat 4 elemen *User Experience* yang saling tergantung, antara lain :

1. *Branding*, terdiri dari semua aspek mengenai desain dan estetika yang tercakup dalam *website*.
2. *Usability*, mencakup syarat akan komponen, fitur, navigasi, dan aksesibilitas *website* yang mudah digunakan oleh pengguna dalam sebuah sistem
3. *Functionality*, aspek yang membahas proses dan teknik dari sebuah prosedur kerja dalam sebuah sistem.
4. *Content*, berisi sebuah konten yang mengacu pada informasi dan struktur yang disajikan. Seperti gambar, multimedia, teks

User Experience merupakan seluruh aspek yang memiliki ikatan dengan pengalaman seorang pengguna dalam menggunakan sebuah produk atau aplikasi, seberapa mudah alur kerjanya untuk dipahami dan bagaimana pengguna mencapai tujuannya melalui produk tersebut (Alamsyah et al., 2022).

Dalam konteks *website* Toko Win Computer, pengalaman pengguna masih belum optimal karena sejumlah kendala yang ditemukan selama proses interaksi. Pengguna merasa kesulitan saat mencari halaman, memahami informasi produk, hingga melakukan pemesanan secara *online*. Hal ini mencerminkan bahwa elemen UX seperti kemudahan akses, alur penggunaan yang jelas, dan tampilan yang mendukung kenyamanan belum sepenuhnya diterapkan. Oleh karena itu, perbaikan terhadap UX menjadi hal penting agar pengguna dapat merasakan proses yang lebih efisien dan menyenangkan saat mengakses *website* tersebut.

2.4 *Design Thinking*

Permasalahan yang terjadi pada *website* Toko Win Computer antara lain tampilan antarmuka yang belum optimal, struktur navigasi yang membingungkan, serta kurangnya elemen interaktif dan informasi produk yang detail. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendekatan desain sebelumnya belum mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna secara menyeluruh. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang tidak hanya berfokus pada tampilan, tetapi juga berorientasi pada pengalaman nyata pengguna secara menyeluruh, salah satunya melalui metode *Design Thinking*.

Dalam proses pengembangan produk digital, memahami kebutuhan dan sudut pandang pengguna menjadi kunci dalam menciptakan solusi yang relevan dan efektif. Metode pendekatan yang mengutamakan pemahaman mendalam terhadap perilaku pengguna kini semakin banyak digunakan dalam proses desain antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX). Salah satu metode yang populer dan terbukti mampu menjawab tantangan tersebut adalah *Design Thinking*.

Metode yang digunakan terdapat lima tahapan yaitu *Emphatize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Test*. Berikut langkah - langkah dari metode *Design Thinking* (Aulia et al., 2020) :

- 1) *Emphatize* adalah bagaimana cara kita memahami emosi yang sama dengan emosi yang dirasakan orang lain. Melalui empati kita dapat merasakan perasaan mereka tentang masalah, situasi, dan keadaan.
- 2) *Define* adalah suatu proses cara mendapatkan pandang dari user serta memahami kebutuhan pengguna. Seperti halnya membuat *User Persona* yang nantinya akan menjadi suatu landasandasar dari perancangan pembuatan produk ataupun aplikasi.
- 3) *Ideate* merupakan proses suatu penggambaran suatu solusi dari berbagai ide kemudian digambarkan melalui brainstorming
- 4) *Prototype* Proses terjadinya pembuatan rancangan tampilan *website* yang ingin dibangun kemudian mengimplementasikan ide agar menghasilkan suatu *prototype* atau produk yang siap diuji
- 5) *Test* adalah suatu teknik yang digunakan untuk melakukan kegiatan evaluasi, yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan atau rangkaian tugas yang harus diselesaikan atau dijawab oleh peserta.



Gambar 2.1 Metode *Design Thinking*

Sumber : (Agung, 2023)

Design Thinking suatu metode pemecahan masalah yang menekankan pendekatan berpusat pada pengguna, dengan proses yang fleksibel dan iteratif untuk menghasilkan solusi yang sesuai kebutuhan. Pendekatan ini menuntut pemahaman mendalam terhadap pengguna melalui empati, serta menggabungkan tahapan perumusan masalah, penciptaan ide, pembuatan prototipe, dan pengujian (Nasution & Nusa, 2021).

2.5 Usability Testing

Usability testing adalah metode evaluasi produk digital yang bertujuan untuk mengukur seberapa mudah dan efektif pengguna dalam menyelesaikan tugas tertentu. Dalam praktiknya, pengguna diminta untuk mencoba prototipe atau sistem yang telah dirancang, sementara pengembang mengamati dan mencatat berbagai interaksi yang terjadi (Kushendriawan et al., 2021).

Website Toko Win Computer memiliki sejumlah permasalahan yang berdampak pada pengalaman pengguna, seperti navigasi yang membingungkan, minimnya informasi produk, serta alur transaksi yang tidak efisien karena masih menggunakan sistem *checkout* manual via WhatsApp. Permasalahan-permasalahan ini membuat pengguna kesulitan menyelesaikan tujuan mereka dengan cepat dan nyaman. Oleh karena itu, dibutuhkan metode evaluasi yang dapat mengukur secara langsung seberapa efektif, efisien, dan memuaskan sistem yang dirancang dari sudut pandang pengguna.

Usability testing membantu mengidentifikasi hambatan yang dialami pengguna secara langsung, sehingga pengembang dapat melakukan perbaikan yang lebih tepat sasaran terhadap antarmuka dan fungsionalitas produk. Proses pengujian ini biasanya melibatkan aspek-aspek penting seperti kemudahan penggunaan (*ease of use*), efisiensi, kepuasan pengguna, serta tingkat kesalahan yang terjadi selama interaksi. (Zardari dkk., 2021). Menyatakan bahwa keberhasilan *usability testing* terletak pada kemampuan tim pengembang untuk menangkap pengalaman nyata pengguna dalam konteks penggunaan sebenarnya, bukan hanya berdasarkan asumsi atau desain awal semata.

Metode ini menjadi bagian penting dalam pengembangan produk berbasis user-centered design. Lebih lanjut, *usability testing* juga mendukung proses iteratif dalam pengembangan UI/UX karena memungkinkan pengujian dilakukan secara berulang dengan versi desain yang diperbarui. Hal ini sejalan dengan pendapat Oktavia dan Hidayat (2023), yang menyebutkan bahwa *usability testing* bukan sekadar evaluasi akhir, tetapi dapat diterapkan sejak tahap awal prototipe hingga produk akhir untuk memastikan solusi benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, *usability testing* berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan pengalaman pengguna secara menyeluruh.

2.6 *System Usability Scale (SUS)*

Website Toko Win Computer yang saat ini telah digunakan sebagai media informasi dan transaksi daring, menunjukkan sejumlah indikasi kurangnya kemudahan penggunaan berdasarkan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, diperlukan suatu alat ukur yang sederhana namun valid untuk mengevaluasi persepsi pengguna terhadap sistem yang ada. Dalam hal ini, *System Usability Scale (SUS)* menjadi salah satu metode evaluasi yang sesuai untuk mengetahui seberapa baik *website* tersebut memenuhi kebutuhan pengguna dari aspek kegunaan.

System Usability Scale (SUS) adalah alat evaluasi yang digunakan untuk mengukur tingkat kegunaan suatu sistem atau aplikasi berdasarkan persepsi pengguna. Metode ini terdiri dari sepuluh pernyataan yang dinilai menggunakan skala Likert, memungkinkan pengembang untuk mendapatkan gambaran umum tentang pengalaman pengguna secara kuantitatif. Menurut (Prabowo & Suprpto

(2021), SUS efektif dalam menilai kepuasan pengguna terhadap sistem informasi akademik, memberikan wawasan yang berguna untuk perbaikan antarmuka pengguna. SUS memiliki keunggulan dalam kesederhanaan dan efisiensinya, memungkinkan pengumpulan data yang cepat tanpa mengorbankan keakuratan hasil (Kesuma, 2021).

Tabel 2.2 Pertanyaan menggunakan *System Usability Scale*

No	Pertanyaan
1.	Saya merasa akan sering menggunakan <i>website</i> Toko Win Computer.
2.	<i>Website</i> ini terlalu rumit untuk digunakan.
3.	Saya merasa <i>website</i> ini mudah digunakan.
4.	Saya merasa perlu bantuan dari orang yang berpengetahuan teknis untuk dapat menggunakan <i>website</i> ini
5.	Fitur-fitur yang tersedia dalam <i>website</i> ini terintegrasi dengan baik.
6.	Saya merasa harus banyak belajar sebelum saya dapat menggunakan <i>website</i> ini.
7.	Kebanyakan orang kemungkinan akan bisa menggunakan <i>website</i> ini dengan cepat.
8.	<i>Website</i> ini terasa sangat membingungkan saat digunakan.
9.	Saya merasa percaya diri saat menggunakan <i>website</i> ini.
10.	Saya merasa perlu waktu dan usaha ekstra untuk benar-benar memahami cara menggunakan <i>website</i> ini.

Nilai ini kemudian diinterpretasikan untuk menilai tingkat kegunaan sistem dari perspektif pengguna. Dengan demikian, SUS menjadi alat yang berguna dalam proses iteratif pengembangan produk berbasis pengguna. Dalam praktiknya, SUS sering digunakan bersama metode evaluasi lainnya untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kegunaan sistem (Ardhana, 2022).

Pada SUS setiap pernyataan kuesioner menggunakan 5 poin skala likert dimana responden diharuskan mengisi 10 item pernyataan SUS untuk memberikan penilaian yang bersifat subyektif (Nugroho et al., 2022) dari beberapa pilihan berikut :

- A. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- B. Tidak Setuju (TS) = 2
- C. Ragu-Ragu (RG) = 3
- D. Setuju (S) = 4
- E. Sangat Setuju (SS) = 5

Setiap pernyataan dalam kuesioner *System Usability Scale* (SUS) dinilai berdasarkan skala Likert 1 hingga 5, di mana nilai kontribusi untuk tiap item dihitung dengan rumus berbeda tergantung jenis pernyataannya. Untuk item ganjil (nomor 1, 3, 5, 7, dan 9), nilai yang diberikan responden dikurangi 1. Sedangkan untuk item genap (nomor 2, 4, 6, 8, dan 10), nilai kontribusinya diperoleh dengan cara mengurangkan skor tersebut dari angka 5. Setelah semua nilai kontribusi dijumlahkan, totalnya dikalikan dengan angka 2,5 untuk mendapatkan nilai akhir usability dalam rentang 0 hingga 100.

Sedangkan nilai keseluruhan didapat dari nilai rata-rata skor dari kalkulasi skor SUS keseluruhan nilai individu

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} \quad (1)$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata

$\sum x$ = Jumlah Skor SUS

N = Jumlah responden

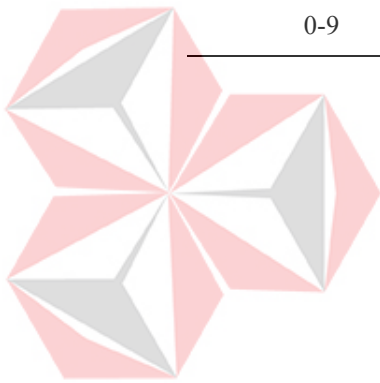
Dalam penelitian ini, kuesioner SUS digunakan untuk mengevaluasi kegunaan dari *website* Toko Win Computer. Sebanyak 10 responden yang terdiri dari pengguna tetap dan pengguna baru memberikan penilaian terhadap pengalaman mereka saat mengakses situs tersebut. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa skor rata-rata SUS yang diperoleh adalah 35,00, yang termasuk dalam kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem masih belum optimal dari sisi kenyamanan dan kemudahan penggunaan, sehingga diperlukan perbaikan antarmuka dan alur navigasi untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Untuk menginterpretasikan nilai akhir dari perhitungan *System Usability Scale* (SUS), digunakan acuan berdasarkan (Bangor et al., 2009) digunakan acuan dalam bentuk skala kategori penilaian. Skala ini membantu menentukan tingkat penerimaan sistem berdasarkan skor yang diperoleh, mulai dari kategori “Sangat

Baik” hingga “Tidak Dapat Diterima.” Adapun klasifikasi nilai dalam SUS dapat dilihat pada tabel 1.3 Skala Kategori Hasil *System Usability Scale*.

Tabel 2.3 Skala Kategori Hasil *System Usability Scale*

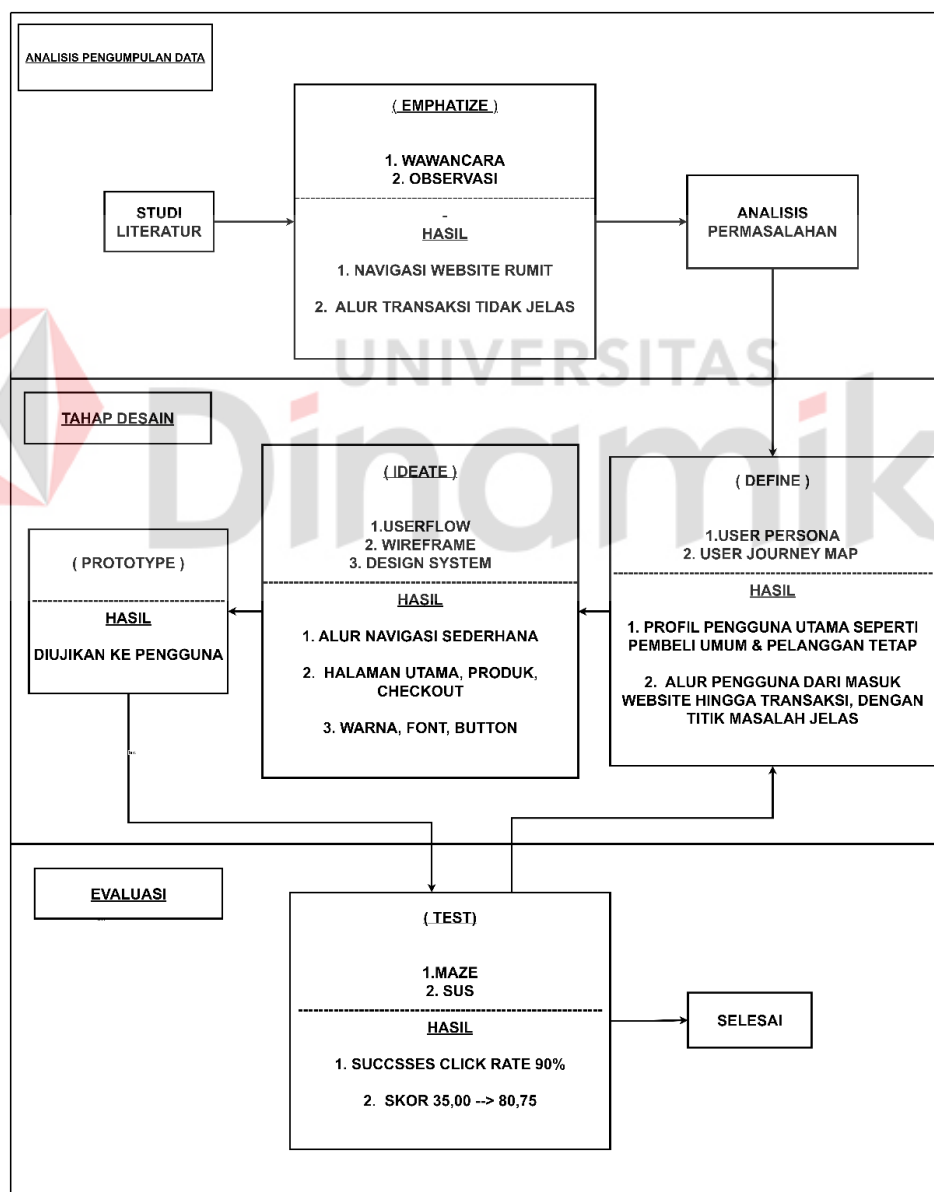
<i>Sus Score</i>	<i>Acceptable Rating</i>	<i>Grade Scale</i>	<i>Adjective Rating</i>
100	<i>Best Imaginable</i>	A	<i>Acceptable</i>
90-99	<i>Excellent</i>	A	<i>Acceptable</i>
80-89	<i>Good</i>	B	<i>Acceptable</i>
70-79	<i>Good</i>	C	<i>Acceptable</i>
60-69	<i>Ok</i>	D	<i>Marginal (High)</i>
50-59	<i>Ok</i>	F	<i>Marginal (Low)</i>
40-49	<i>Ok</i>	F	<i>Not Acceptable</i>
30-39	<i>Poor</i>	F	<i>Not Acceptable</i>
20-29	<i>Worst Imaginable</i>	F	<i>Not Acceptable</i>
10-19	<i>Worst Imaginable</i>	F	<i>Not Acceptable</i>
0-9	<i>Worst Imaginable</i>	F	<i>Not Acceptable</i>



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Tahap ini membahas metode yang digunakan dalam penelitian, yaitu Design Thinking. Setiap tahapan seperti *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* dijelaskan untuk menggambarkan proses perancangan UI/UX yang berfokus pada kebutuhan pengguna.



3.1 Analisis Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pemilik toko dan beberapa pengguna, serta observasi langsung terhadap website Toko Win Computer. Hasilnya menunjukkan adanya keluhan terhadap navigasi yang rumit, informasi produk yang tidak lengkap, dan alur transaksi yang membingungkan. Selain itu, dilakukan pula studi literatur untuk memperkuat dasar teori dan metode dalam penelitian ini.

3.1.1 Studi Literatur

Tahap studi literatur dilakukan sebagai langkah awal untuk memahami teori-teori dasar serta pendekatan metodologis yang relevan dalam pengembangan antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna berbasis metode *Design Thinking*. Studi ini juga membantu peneliti dalam merumuskan kerangka berpikir dan mendalami praktik evaluasi usability menggunakan *System Usability Scale* (SUS). Referensi yang dikaji mencakup sumber-sumber ilmiah seperti jurnal, artikel, dan buku akademik. Adapun kegiatan dalam studi literatur ini meliputi :

1. Menelaah konsep dan prinsip dasar terkait *User Interface* (UI), *User Experience* (UX), metode *Design Thinking*, serta teknik evaluasi usability menggunakan *System Usability Scale* (SUS).
2. Mengkaji berbagai penelitian terdahulu, seperti perancangan UI/UX aplikasi UMKM (Surachman et al., 2022), *logbook* magang berbasis *Design Thinking* dan SUS (Wijayanti et al., 2023), serta penelitian lainnya yang menerapkan pendekatan serupa untuk memahami strategi yang digunakan dalam merancang solusi yang berfokus pada pengguna.
3. Menyusun kerangka berpikir penelitian berdasarkan temuan literatur dan kesenjangan antara praktik yang telah ada dengan permasalahan aktual pada *website* Toko Win Computer, guna mendukung proses *redesign* yang lebih tepat sasaran.

3.1.2 *Emphatize*

Tahap pertama dalam metode *Design Thinking* adalah *empathize*, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam kebutuhan, harapan, dan masalah

yang dialami oleh pengguna saat menggunakan *website* Toko Win Computer. Proses ini dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu wawancara dan penyebaran kuesioner. Pada tahap wawancara, peneliti menghubungi pihak pengelola toko dan beberapa pengguna *website* secara langsung maupun melalui media pesan instan seperti WhatsApp untuk mengumpulkan informasi terkait pengalaman pengguna. Wawancara ini terbagi menjadi dua perspektif, yaitu dari sisi pemilik toko dan dari sisi pengguna/pelanggan. Peneliti menyusun daftar pertanyaan yang bersifat terbuka agar responden dapat memberikan jawaban secara detail mengenai kendala atau ketidaknyamanan yang mereka alami selama mengakses *website*. Informasi yang diperoleh dari wawancara ini membantu peneliti dalam mengidentifikasi masalah utama yang perlu diselesaikan melalui proses *redesign*.

Selain wawancara, peneliti juga menyebarkan kuesioner kepada beberapa pengguna *website* untuk memperluas jangkauan pengumpulan data. Kuesioner yang digunakan terdiri dari dua bagian, yaitu pertanyaan umum yang menggali pengalaman pengguna dalam mengakses *website*, dan pertanyaan sistem evaluasi menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur tingkat kenyamanan dan efektivitas penggunaan *website* saat ini. Hasil dari kuesioner ini menjadi landasan penting dalam proses identifikasi masalah dan perumusan solusi desain yang akan diterapkan pada tahap selanjutnya. Dengan dilakukannya tahap *empathize* ini, peneliti dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kebutuhan pengguna, serta hambatan-hambatan yang mereka hadapi, yang nantinya akan menjadi dasar dalam merancang solusi UI/UX yang lebih baik dan sesuai dengan harapan pengguna.

A. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai bagian dari tahap *Empathize* dalam metode *Design Thinking*, yang bertujuan untuk memahami kebutuhan, kendala, dan harapan pengguna terhadap *website* Toko Win Computer secara mendalam. Teknik ini memungkinkan peneliti menggali informasi langsung dari narasumber melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Proses wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan melibatkan dua pihak, yaitu pemilik/pengelola toko dan beberapa pelanggan tetap serta pengguna baru. Jumlah

pelanggan yang diwawancarai adalah 10 orang yang diantaranya 5 pelanggan tetap dan 5 pelanggan baru. Dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Tabel Wawancara


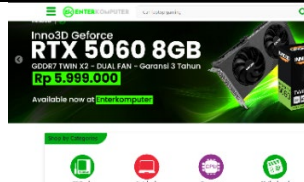
No	Pertanyaan	Ringkasan Jawaban
1	Apa tujuan utama toko menggunakan <i>website</i> ?	Untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara <i>online</i> .
2	Apa kendala yang dirasakan terhadap <i>website</i> saat ini?	Tampilan tidak menarik, navigasi membingungkan, dan pembeli kesulitan melakukan transaksi.
3	Apakah ada penurunan aktivitas pembelian melalui <i>website</i> ?	Ya, terjadi penurunan karena banyak user yang merasa kesulitan saat mengakses fitur-fitur <i>website</i> .
4	Fitur apa yang paling diharapkan untuk ditambahkan?	Fitur <i>checkout</i> otomatis dan pencarian produk yang lebih akurat.
5	Apa harapan Anda terhadap <i>redesign website</i> ini?	<i>Website</i> yang lebih profesional, mudah digunakan, dan mampu meningkatkan minat beli pelanggan.

Pertanyaan yang diajukan difokuskan pada pengalaman mereka saat menggunakan *website*, fitur yang dianggap kurang efektif, serta saran terhadap tampilan dan fungsi *website* yang ideal. Data yang diperoleh dari wawancara ini menjadi dasar dalam merumuskan permasalahan utama yang nantinya akan digunakan pada tahap berikutnya, yaitu *Define*.

B. Observasi

Observasi dilakukan sebagai bagian dari proses pengumpulan data dalam tahap *Empathize* pada metode *Design Thinking*. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana perilaku pengguna saat berinteraksi langsung dengan *website* Toko Win Computer, serta mengidentifikasi kendala atau hambatan yang muncul selama proses tersebut berlangsung. Dalam praktiknya, peneliti mengamati aktivitas pengguna saat mengakses halaman-halaman penting di *website*, seperti katalog produk, halaman transaksi, dan fitur pencarian. Dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2 Analisis Kompetitor

Elemen	Website dbklik	Website dutasarana	Website EnterComputer
			
	Website dbklik	Website dutasarana	Website Enter Computer
Link	https://dbklik.co.id/	https://www.dutasarana.co.id/	https://enterkomputer.com/
Design Visual	Menggunakan gambar produk yang besar dan menonjol, memudahkan pengguna mengenali produk utama.	Tampilan bersih dengan layout terstruktur, memberikan kesan rapi dan tertata.	Desain modern dan responsif dengan penggunaan warna yang konsisten di ikon dan banner.
Pesan & Copywriting	Menyampaikan informasi promo secara langsung dan jelas di halaman utama.	Bahasa pemasaran cukup informatif dan mendeskripsikan keunggulan produk.	Copywriting kuat dan <i>to the point</i> , memancing perhatian pengguna dengan penawaran spesifik.
Fungsi dan Navigasi	Terdapat menu kategori yang memudahkan pengguna menelusuri produk berdasarkan jenis.	Navigasi intuitif dengan menu yang tertata, serta pencarian produk yang cukup mudah digunakan.	Dilengkapi dengan filter, search, dan menu navigasi yang lengkap sehingga pengguna dapat menjelajahi produk dengan efisien.
Jumlah Pengunjung	Pengunjung terbanyak ditahun 2025 112.618 orang	Pengunjung terbanyak ditahun 2025 9.408 orang	Pengunjung terbanyak ditahun 270.493
Kesimpulan	Website dbklik memiliki visual produk yang cukup menonjol dan cocok bagi pengguna yang ingin langsung melihat tampilan barang.	Website dutasarana unggul dari segi struktur layout dan in	Website Enter Computer memiliki navigasi dan desain yang profesional dan dapat menjadi referensi visual untuk ecommerce toko komputer.

(Sumber : <https://www.similarweb.com/>)

Fokus utama observasi adalah mencatat bagaimana pengguna mencari *website*, waktu yang dibutuhkan untuk menemukan informasi tertentu, serta reaksi pengguna terhadap struktur tampilan yang ada. Selain itu, dilakukan juga pemetaan

segmen pelanggan berdasarkan aspek demografis, geografis, dan psikografis. Tujuannya adalah untuk mengetahui karakteristik target pengguna secara lebih spesifik sebagai dasar dalam menyusun *User Persona* dan *user journey map*. Segmentasi ini mencakup usia, pekerjaan, dan domisili pengguna, serta perilaku dan preferensi mereka dalam menggunakan *website* toko komputer.

Temuan dari observasi ini menjadi pelengkap dari hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, dan digunakan sebagai bahan untuk merumuskan permasalahan inti yang akan dianalisis lebih lanjut pada tahap *Define*. Sebagai bagian dari observasi, dilakukan pula identifikasi awal terhadap segmentasi pelanggan dari Toko Win Computer. Segmentasi ini meliputi data demografis (seperti usia 18–40 tahun, mayoritas laki-laki, mahasiswa hingga teknisi IT), geografis (berdomisili di wilayah Surabaya dan sekitarnya), serta psikografis (berperilaku aktif mencari dan membeli komponen komputer melalui *platform* digital). Informasi ini menjadi dasar dalam memahami siapa saja tipe pengguna *website* Toko Win Computer dan mendukung penyusunan *User Persona* serta *user journey map* secara lebih terarah.

3.1.3 Analisis Permasalahan

Setelah dilakukan proses studi literatur dan pengumpulan data melalui wawancara serta observasi, tahap selanjutnya adalah menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh pengguna dalam mengakses *website* Toko Win Computer. Analisis ini bertujuan untuk merumuskan inti masalah yang benar-benar dirasakan oleh pengguna sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan solusi desain yang tepat, yang dapat dilihat pada tabel 3.3 Analisis Permasalahan. Permasalahan diidentifikasi berdasarkan hambatan yang ditemukan dalam proses interaksi pengguna dengan sistem, seperti kesulitan dalam navigasi, pencarian produk yang tidak efisien, tampilan antarmuka yang tidak menarik, serta alur pembelian yang membingungkan.

Tabel 3.3 Analisis Permasalahan

No	Masalah	Dampak	Solusi
1	Navigasi <i>website</i> membingungkan	Pengguna kesulitan menemukan produk, informasi, dan fitur penting	Mendesain ulang struktur navigasi yang lebih sederhana dan intuitif

No	Masalah	Dampak	Solusi
2	Tidak ada deskripsi & spesifikasi produk	Informasi tidak lengkap sehingga pengguna ragu untuk membeli	Menambahkan detail produk seperti spesifikasi teknis, ketersediaan stok, dan informasi
3	Proses <i>checkout</i> manual melalui WhatsApp	Transaksi tidak efisien dan menyulitkan pelanggan	Mendesain alur <i>checkout</i> digital yang lebih otomatis dan mudah diakses
4	Tidak tersedia sistem pembayaran otomatis	Verifikasi pembayaran lama dan berpotensi salah input data	Menyediakan integrasi ke payment gateway atau simulasi sistem form konfirmasi otomatis
5	Fitur pencarian dan filter produk tidak berfungsi maksimal	Pengguna kesulitan menemukan produk spesifik	Mendesain ulang fitur pencarian dan filter produk agar lebih responsif dan mudah digunakan
6	Visual <i>website</i> tidak konsisten (warna, font, layout)	Mengurangi kesan profesional dan kepercayaan pengguna terhadap toko	Menggunakan <i>design system</i> dengan elemen visual konsisten sesuai prinsip UI

Hasil dari analisis ini akan digunakan untuk merumuskan kebutuhan utama pengguna, yang kemudian dijadikan acuan pada tahap *Define* dalam metode *Design Thinking*. Dengan demikian, proses perancangan yang dilakukan nantinya benar-benar berfokus pada penyelesaian masalah aktual dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.2 Tahap Desain

Tahap desain dilakukan dengan merancang solusi berdasarkan temuan pada tahap sebelumnya. Proses ini meliputi pembuatan *user flow*, *wireframe*, dan *design system* untuk menciptakan antarmuka yang lebih efisien dan konsisten. Hasil rancangan kemudian diwujudkan dalam bentuk *prototype high-fidelity* menggunakan Figma yang siap diuji oleh pengguna.

3.2.1 Define

Tahap define merupakan langkah kedua dalam metode *Design Thinking* yang berfungsi untuk menyusun fokus permasalahan berdasarkan data yang telah dikumpulkan sebelumnya melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Informasi yang diperoleh pada tahap empathize kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan utama pengguna serta permasalahan yang paling sering muncul saat mereka berinteraksi dengan *website* Toko Win Computer.

Dari hasil wawancara dan kuesioner, ditemukan bahwa *user* menginginkan *website* dengan tampilan yang lebih informatif, navigasi yang lebih mudah

dipahami, serta fitur pencarian produk yang lebih optimal. Pengguna juga menyampaikan bahwa proses pemesanan dan konfirmasi pembayaran masih membingungkan karena belum terintegrasi secara otomatis.

Dalam tahap define ini, peneliti menyusun *User Persona* sebagai representasi dari karakteristik pengguna yang menjadi target utama. Selain itu, dibuat juga *user journey map* untuk menggambarkan alur pengalaman pengguna dalam mengakses *website*, mulai dari mencari produk hingga melakukan pemesanan. Hasil dari tahap ini menjadi fondasi utama dalam pengembangan solusi desain yang akan diterapkan pada proses perancangan selanjutnya.

A. *User Persona*

User persona merupakan representasi fiktif dari target pengguna yang disusun berdasarkan hasil temuan dari wawancara, observasi, dan studi literatur. Tujuan pembuatan *user persona* adalah untuk membantu peneliti memahami karakteristik, kebutuhan, dan perilaku pengguna secara lebih spesifik, sehingga proses perancangan solusi dapat lebih tepat sasaran.



LATAR BELAKANG

- Sering membeli perangkat komputer dan aksesoris untuk kebutuhan kerja atau servis klien.
- Kurang akrab dengan belanja online, terbiasa beli langsung di toko fisik.
- Tertarik mencoba belanja lewat *website*, tapi mengutamakan tampilan yang simpel dan alur yang jelas.

TUJUAN

- Mencari komponen komputer (seperti RAM, SSD, mouse, motherboard) yang tersedia dengan informasi teknis lengkap.
- Ingin proses pemesanan tidak ribet dan bisa langsung checkout tanpa harus chat WhatsApp manual.

Frustrasi / Pain Points:

- Bingung navigasi *website* yang terlalu ramai.
- Tidak ada informasi produk yang jelas (spesifikasi, garansi, harga).
- Proses checkout lama karena masih pakai WhatsApp manual.
- Takut salah pilih barang kalau deskripsi produknya minim.

Kebutuhan :

- *Website* dengan navigasi sederhana, kategori jelas, dan bisa filter produk.
- Teks besar dan mudah dibaca (karena faktor usia).
- Ada opsi cetak invoice otomatis atau histori transaksi

User Persona : Pelanggan Tetap

- Nama : Bapak Agus
- Usia : 40 Tahun
- Pekerjaan : Pegawai Kantor/
Teknisi Jaringan

Gambar 3.2 *User Persona* Pegawai Kantor

User persona pada gambar 3.2 diatas mewakili tipe pengguna berpengalaman yang sering membeli perangkat komputer untuk kebutuhan kerja. *Persona* ini menunjukkan bahwa meskipun familiar dengan perangkat, pengguna tetap

mengalami hambatan saat bernavigasi dan melakukan pembelian, khususnya karena keterbatasan informasi produk dan proses *checkout* yang manual.



Aditya Prakoso

User Persona : Calon Pelanggan

- Nama : Aditya Prakoso
- Usia : 20 Tahun
- Pekerjaan : Mahasiswa Teknik Informatika
- Domisili : Surabaya
- Perilaku : Sering belanja Online

LATAR BELAKANG

Aditya adalah mahasiswa yang sedang membangun PC rakitan pertamanya. Ia sedang mencari beberapa komponen seperti SSD dan power supply. Aditya lebih familiar dengan marketplace seperti Tokopedia atau Shopee, namun kali ini ia tertarik mencoba membeli langsung dari toko komputer lokal karena ingin tanya-tanya langsung lewat WA.

TUJUAN

- Menemukan produk komponen komputer dengan spesifikasi yang sesuai
- Mengetahui ketersediaan dan harga secara cepat
- Bisa langsung checkout tanpa harus ribet
- Bisa tanya langsung kalau butuh bantuan

Frustrasi / Pain Points:

- Bingung dengan navigasi di website
- Informasi produk minim, tidak jelas stoknya
- Tidak ada rating/review
- Checkout tidak langsung, malah diarahkan ke WhatsApp
- Tidak tahu apakah barang ready atau perlu nunggu

Kebutuhan :

- Navigasi yang jelas dan mudah (khususnya lewat HP)
- Tampilan keranjang yang mudah diakses
- Ada opsi cetak invoice otomatis atau histori transaksi

Gambar 3.3 *User Persona* Mahasiswa Teknik Informatika

User Persona pada gambar 3.3 ini menggambarkan pengguna muda yang sedang membangun PC pertamanya. Ia sudah akrab dengan marketplace namun belum terbiasa bertransaksi langsung lewat *website* toko lokal. Masalah utama yang muncul adalah minimnya detail produk dan alur transaksi yang belum efisien, meski motivasi belanjanya cukup tinggi.



Rina Ayu

User Persona : Rina Ayu

- Nama Fiktif: Rina Ayu
- Usia: 24 tahun
- Jenis Kelamin: Perempuan
- Pekerjaan: Freelancer desain grafis dan casual gamer
- Domisili: Sidoarjo
- Perangkat yang digunakan: computer dan hp
- Pengalaman digital: Aktif di marketplace, komunitas gaming, dan forum PC

LATAR BELAKANG

Rina adalah seorang freelancer desain grafis yang juga hobi main game seperti Valorant dan The Sims. Karena sering mengalami lag saat bermain, ia berencana upgrade RAM dan GPU di PC miliknya. Ia tertarik membeli dari toko lokal supaya lebih cepat dapat barang, dan ketemu website Toko Win Computer lewat pencarian Google.

TUJUAN

- Mencari GPU atau RAM dengan spek gaming
- Melihat harga & stok real-time
- Bisa langsung order lewat website tanpa repot
- Mendapat rekomendasi spesifikasi untuk gaming ringan-menengah

Frustrasi / Pain Points:

- Tampilan website membingungkan, terlalu penuh
- Nggak tahu produk mana yang cocok untuk gaming
- Informasi produk minim (nggak ada spek detail)
- Proses pembelian harus lewat WA, bikin malas lanjut

Kebutuhan :

- Navigasi simpel dan mobile-friendly
- Filter produk berdasarkan kebutuhan (gaming, budget, dsb.)
- Info spek teknis dan rekomendasi

Gambar 3.4 *User Persona Gamers*

User Persona pada gambar 3.4 diatas menggambarkan calon pelanggan perempuan yang aktif sebagai *freelancer* dan juga gamer. Kebutuhannya lebih spesifik ke perangkat yang menunjang performa *gaming*. Tantangan yang dihadapi adalah tampilan *website* yang tidak ramah pengguna dan kurang mendukung pencarian produk berdasarkan fungsi spesifik seperti *gaming*.

Dalam penelitian ini, *user persona* disusun dengan mempertimbangkan dua kategori utama, yaitu pelanggan tetap dan calon pelanggan Toko Win Computer. Masing-masing *persona* menggambarkan latar belakang pengguna, tujuan penggunaan *website*, serta tantangan atau masalah yang biasa mereka hadapi saat mengakses situs tersebut. Elemen-elemen yang disertakan dalam *user persona* antara lain: nama fiktif, usia, latar belakang pekerjaan, tujuan penggunaan, perilaku digital, serta frustrasi atau harapan mereka terhadap tampilan dan fungsi *website*. Pembuatan *user persona* ini menjadi acuan penting dalam tahap desain berikutnya, karena memungkinkan peneliti untuk merancang solusi berdasarkan sudut pandang pengguna yang nyata dan relevan dengan konteks permasalahan.

B. User Journey Map

User journey map adalah visualisasi alur pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan suatu sistem, mulai dari langkah awal hingga tujuan akhir yang ingin dicapai. Pemetaan ini membantu peneliti memahami proses berpikir, tindakan, serta hambatan yang dialami pengguna di setiap tahapan interaksi dengan *website*. Dapat dilihat pada gambar 3.6 dibawah berikut.

AKSI	EMOSI	PAINT POINT	TOUCH POINT	SOLUSI
Pengguna membuka website Toko WinComputer	Netral → Bingung	Tampilan awal tidak jelas, sulit memahami menu	Homepage	Redesign homepage & navigasi awal yang lebih jelas
Mencari produk yang diinginkan melalui halaman katalog	Bingung → Frustrasi	Tidak ada fitur filter, informasi produk tidak lengkap	Halaman katalog & produk	Tambahkan filter, kategori, dan deskripsi produk lengkap
Ingin melakukan pembelian	Frustrasi	Checkout dilakukan via WhatsApp manual	Tombol beli / tautan ke WhatsApp	Rancang checkout otomatis langsung di website
Menunggu respon admin atau proses pembayaran manual	Ragu → Tidak yakin	Tidak ada sistem konfirmasi, tidak tahu status transaksi	WhatsApp, transfer manual	Tambahkan notifikasi sistem & integrasi simulasi konfirmasi otomatis
Selesai transaksi, ingin menyimpan bukti atau melihat histori pesanan	Senang (ideal)	Tidak ada fitur histori transaksi atau bukti pembelian	Halaman akhir transaksi / dashboard pengguna	Tambahkan fitur cetak bukti & histori transaksi di akun pengguna

Gambar 3.5 *Journey map* Pegawai Kantor

Dalam penelitian ini, *user journey map* pada gambar 3.5 digunakan untuk menggambarkan alur yang dilalui pengguna ketika mengakses *website* Toko Win Computer, seperti saat mencari produk, membaca informasi, hingga melakukan pemesanan. Setiap tahapan dalam peta perjalanan pengguna mencakup aktivitas pengguna, harapan yang ingin dicapai, serta permasalahan yang mereka temui selama proses tersebut. Melalui visualisasi ini, peneliti dapat mengidentifikasi titik-titik kritis atau *pain point* yang paling berdampak terhadap kenyamanan dan efektivitas penggunaan. Informasi tersebut menjadi dasar untuk merumuskan ide solusi yang lebih sesuai pada tahap berikutnya, yaitu *Ideate* dalam metode *Design Thinking*.

3.2.2 *Ideate*

Tahap *Ideate* merupakan proses pengembangan ide solusi berdasarkan masalah dan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi pada tahap *Define*. Fokus utama pada fase ini adalah merancang gagasan yang dapat menjawab permasalahan nyata yang dialami pengguna saat berinteraksi dengan *website* Toko Win Computer. Dalam tahap ini, peneliti mulai menyusun rancangan awal tampilan dan alur sistem yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan, kemudahan navigasi, serta efisiensi proses pencarian dan pemesanan produk. Ide-ide yang

dikembangkan didasarkan pada temuan dari hasil wawancara, observasi, serta pemetaan perjalanan pengguna (*user journey map*), sehingga rancangan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kebutuhan aktual. Output dari tahap ini diwujudkan dalam bentuk sketsa antarmuka, *user flow*, *wireframe*, serta *design system* yang akan digunakan sebagai dasar dalam pembuatan prototipe pada tahap berikutnya.

A. User Flow

User flow merupakan representasi visual atau alur yang menggambarkan langkah-langkah yang dilalui oleh pengguna saat berinteraksi dengan suatu sistem atau aplikasi. Dalam konteks penelitian ini, *user flow* digunakan untuk memetakan perjalanan pengguna saat mengakses dan menggunakan *website* Toko Win Computer. Proses ini membantu dalam memahami bagaimana pengguna bergerak dari satu halaman ke halaman lainnya hingga mencapai tujuan akhir, seperti melakukan pembelian produk atau mencari informasi yang dibutuhkan.

Penggambaran *user flow* dilakukan dengan mengidentifikasi tahapan utama yang dilalui pengguna, mulai dari halaman utama, pencarian produk, melihat detail produk, memasukkan produk ke keranjang, hingga proses *checkout* dan konfirmasi pembayaran. Dengan memetakan *user flow* secara jelas, peneliti dapat mengetahui potensi hambatan atau kesulitan yang dihadapi pengguna selama berinteraksi dengan *website*, sehingga dapat memberikan rekomendasi perbaikan dalam desain UI/UX untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan efisiensi proses pembelian. *User flow* ini juga menjadi dasar dalam perancangan antarmuka, karena alur yang baik akan memudahkan navigasi dan mengurangi kebingungan pengguna, sehingga diharapkan dapat meningkatkan tingkat konversi dan kepuasan pelanggan pada Toko Win Computer.

B. Wireframe

Wireframe merupakan kerangka visual dasar dari sebuah halaman *website* yang berfungsi untuk menggambarkan struktur dan tata letak elemen-elemen utama tanpa memfokuskan pada aspek desain grafis seperti warna dan gambar. Dalam penelitian ini, *wireframe* digunakan sebagai alat bantu untuk merancang tampilan

awal *website* Toko Win Computer secara sistematis dan terorganisir. Pembuatan *wireframe* bertujuan untuk mempermudah proses perancangan antarmuka dengan menunjukkan posisi elemen-elemen penting seperti menu navigasi, daftar produk, tombol aksi, dan informasi kontak secara jelas. Dengan *wireframe*, peneliti dapat melakukan evaluasi awal terkait fungsionalitas dan kemudahan akses pengguna sebelum melanjutkan ke tahap desain yang lebih rinci. *Wireframe* yang dibuat juga membantu mengidentifikasi kebutuhan pengguna serta memastikan bahwa alur navigasi pada *website* dapat berjalan secara efisien, sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih optimal ketika berbelanja di Toko Win Computer.

C. *Design System*

Design system adalah kumpulan panduan dan standar yang digunakan untuk menciptakan konsistensi dalam desain antarmuka sebuah *website* atau aplikasi. Dalam penelitian ini, *design system* diterapkan untuk Toko Win Computer guna memastikan bahwa setiap elemen visual, seperti warna, tipografi, ikon, dan komponen UI, memiliki keseragaman dan mudah dikenali oleh pengguna. Penerapan *design system* berfungsi sebagai acuan bagi proses pengembangan tampilan *website* sehingga desain yang dihasilkan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga fungsional dan konsisten di seluruh halaman. Hal ini membantu mempercepat proses desain dan memudahkan pemeliharaan tampilan di masa depan. Selain itu, *design system* juga berperan dalam meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyediakan antarmuka yang intuitif dan familiar, sehingga pengunjung Toko Win Computer dapat menjelajahi *website* dengan lebih nyaman dan efisien.

3.2.3 *Prototype*

Prototype merupakan tahapan penting dalam proses perancangan antarmuka yang digunakan untuk membuat model awal dari *website* Toko Win Computer. *Prototipe* ini berfungsi sebagai representasi visual interaktif yang menggambarkan bagaimana pengguna dapat berinteraksi dengan fitur dan navigasi pada *website* sebelum pengembangan secara penuh dilakukan. Dengan *prototyping*, peneliti dapat menguji konsep desain dan alur penggunaan secara langsung, sehingga

memudahkan identifikasi kekurangan atau bagian yang perlu diperbaiki lebih awal yang hasilnya dapat dilihat pada gambar bagian 4.8. *Prototype* yang dibuat biasanya bersifat dinamis, memungkinkan simulasi klik dan perpindahan antar halaman sehingga memberikan gambaran nyata tentang pengalaman pengguna. Tahapan ini juga membantu dalam mendapatkan umpan balik dari pengguna atau *stakeholder*, sehingga proses pengembangan *website* dapat berjalan lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna Toko Win Computer.

3.3 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan desain yang telah dibuat. Pengujian dilakukan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) dan *platform* Maze. SUS digunakan untuk menilai kepuasan dan kemudahan penggunaan dari sisi pengguna, sedangkan Maze digunakan untuk mengamati perilaku pengguna secara langsung melalui prototipe interaktif.

3.3.1 Testing

Testing adalah tahap evaluasi yang dilakukan untuk menguji keefektifan dan fungsionalitas dari desain *website* Toko Win Computer yang telah dikembangkan. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh fitur dan elemen antarmuka berjalan sesuai dengan yang diharapkan serta memberikan pengalaman yang optimal bagi pengguna. Dalam penelitian ini, *testing* dilakukan dengan melibatkan pengguna sebagai responden untuk mencoba prototipe *website* dan memberikan masukan terkait kemudahan penggunaan, navigasi, serta tampilan secara keseluruhan.

Untuk mendukung proses *testing*, digunakan *platform* Maze sebagai media untuk menguji interaksi pengguna dengan *prototype* secara langsung dan mengumpulkan data kuantitatif seperti waktu penyelesaian tugas, jalur klik, dan tingkat keberhasilan tugas. *Platform* Maze menghasilkan metrik pengujian seperti *success rate*, *misclick rate*, dan *time on task* secara otomatis. *Success rate* dihitung berdasarkan jumlah responden yang berhasil menyelesaikan tugas dibandingkan total yang mengikuti, lalu dikalikan 100%. Sementara itu, *misclick rate* dihitung

dari jumlah klik yang salah dibandingkan total klik, dan *time on task* diukur dari lama waktu pengguna dalam menyelesaikan tiap skenario yang diuji.

Selain itu, metode pengujian juga mencakup observasi langsung, pengisian kuesioner melalui Google Form, serta wawancara untuk menggali pengalaman pengguna secara mendalam. Hasil dari tahap *testing* ini menjadi bahan evaluasi penting yang akan digunakan untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan desain, sehingga *website* Toko Win Computer dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan lebih baik dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

3.3.2 *System Usability Scale (SUS)*

System Usability Scale (SUS) adalah instrumen pengukuran yang digunakan untuk menilai tingkat kemudahan penggunaan suatu produk, dalam hal ini *website* Toko Win Computer. SUS terdiri dari kuesioner singkat yang berisi sepuluh pernyataan dengan skala Likert, yang memungkinkan pengguna memberikan penilaian terhadap aspek *usability* secara cepat dan efektif. Dalam penelitian ini, SUS digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai persepsi pengguna terhadap antarmuka *website*, mulai dari kemudahan navigasi, kejelasan tampilan, hingga kenyamanan saat menggunakan fitur yang tersedia. Skor yang diperoleh dari SUS kemudian dianalisis untuk mengetahui seberapa baik *website* tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Penerapan SUS membantu peneliti dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam desain.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis dan Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data untuk memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna. Teknik wawancara digunakan guna menggali pengalaman langsung dari pemilik toko dan pengguna. Data yang diperoleh menjadi dasar dalam merumuskan masalah yang akan diselesaikan. Tahapan ini mengacu pada fase *empathize* dalam metode *Design Thinking*.

4.1.1 Studi literatur

Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, diperoleh landasan teori yang mendukung proses perancangan ulang UI/UX pada *website* Toko Win Computer. Teori yang dikaji meliputi konsep *User Interface*, *User Experience*, metode *Design Thinking*, serta pendekatan *usability testing* seperti *System Usability Scale (SUS)*. Dari referensi tersebut, diperoleh pemahaman bahwa desain yang baik tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga harus mempertimbangkan kemudahan, kenyamanan, serta efektivitas interaksi pengguna. Studi literatur ini menjadi dasar dalam menentukan arah desain dan metode evaluasi yang tepat selama proses penelitian.

4.1.2 *Emphatize*

Pada tahap *empathize*, dilakukan proses wawancara dan observasi untuk memahami kebutuhan, perilaku, serta kendala yang dialami pengguna saat menggunakan *website* Toko Win Computer. Berdasarkan data yang dikumpulkan, ditemukan bahwa pengguna mengalami kesulitan saat mencari produk, informasi yang tersedia kurang lengkap, dan proses *checkout* tidak berjalan otomatis. Selain itu, tampilan *website* dianggap kurang menarik dan tidak konsisten. Temuan ini menjadi dasar dalam merumuskan masalah utama yang akan diselesaikan pada tahap selanjutnya.

A. Wawancara

Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik Toko Win Computer untuk mengidentifikasi permasalahan yang dialami pengguna ketika mengakses *website* toko tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa dalam beberapa bulan terakhir terjadi penurunan aktivitas pembelian melalui *website*.

Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya: tampilan *website* yang dinilai kurang menarik, navigasi halaman yang membingungkan, informasi produk yang tidak lengkap, serta proses pemesanan yang belum otomatis dan masih dilakukan secara manual melalui konfirmasi admin. Selain itu, tidak adanya fitur pelacakan pesanan dan minimnya kejelasan mengenai stok produk juga menjadi hambatan yang dirasakan pengguna. Hasil temuan ini kemudian dijadikan dasar dalam merancang ulang antarmuka dan pengalaman pengguna yang lebih responsif dan efisien.

B. Observasi

Pada Pada tahap ini, peneliti melakukan observasi langsung terhadap tampilan dan fitur yang tersedia pada *website* Toko Win Computer melalui pendekatan observasi deskriptif. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui kelemahan-kelemahan dari sisi antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) secara aktual. Dari hasil pengamatan, ditemukan bahwa struktur navigasi pada *website* masih kurang intuitif karena tidak dilengkapi dengan kategori produk yang jelas dan filter pencarian yang efisien. Tampilan visual juga tidak menunjukkan konsistensi dalam penggunaan warna dan tipografi, sehingga mengurangi kesan profesional dan dapat menurunkan kepercayaan pengguna. Informasi produk yang ditampilkan sangat minim, hanya menampilkan nama produk dan harga, tanpa adanya spesifikasi teknis, stok barang, atau foto produk yang mendetail.

4.1.3 Analisis Permasalahan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada tahap *empathize*, ditemukan beberapa permasalahan utama pada *website* Toko Win

Computer. Pengguna mengalami kesulitan saat mencari produk karena tidak adanya fitur filter yang jelas, informasi produk yang minim, serta alur transaksi yang membingungkan. Proses *checkout* belum otomatis dan masih memerlukan konfirmasi manual melalui admin. Selain itu, tampilan visual dianggap kurang konsisten dan tidak profesional. Temuan ini menjadi dasar perancangan ulang agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4.2 Tahap Desain

Proses desain dimulai dari penyusunan *persona*, *user journey*, dan pembuatan *wireframe* berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya, dilakukan pembuatan prototipe sebagai representasi visual dari solusi yang dirancang. Desain difokuskan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan lebih mudah dioperasikan. Tahapan ini mencerminkan langkah *define*, *ideate*, dan *prototype*.

4.2.1 Define

Pada tahap *define*, data dari wawancara dan observasi dianalisis untuk merumuskan pernyataan masalah secara spesifik. Berdasarkan temuan, dirumuskan bahwa pengguna kesulitan dalam mencari produk, tidak menemukan informasi yang lengkap, dan mengalami hambatan saat melakukan proses *checkout*. Permasalahan lainnya adalah kurangnya konsistensi tampilan serta tidak adanya fitur transaksi otomatis. Rumusan masalah ini menjadi dasar untuk mengarahkan proses perancangan solusi di tahap berikutnya.

A. User Persona

Setelah memperoleh data berupa tanggapan dan keluhan dari pengguna melalui proses wawancara dan observasi, peneliti mulai menyusun *user persona* sebagai representasi karakteristik, kebutuhan, serta permasalahan yang dialami oleh pengguna saat mengakses *website*. Dalam hasil analisis, persona utama yang muncul adalah pengguna berusia 25–35 tahun, umumnya memiliki latar belakang sebagai freelancer, karyawan, atau mahasiswa, yang membutuhkan perangkat komputer atau aksesoris untuk menunjang aktivitas kerja dan produktivitas mereka.

Mereka cenderung mencari produk dengan cepat, praktis, dan lebih suka berbelanja secara *online* karena keterbatasan waktu. Dapat dilihat pada gambar 3.3, persona ini memiliki harapan agar *website* mudah digunakan, tampil profesional, serta menyediakan informasi produk yang lengkap tanpa harus bertanya langsung ke admin. Mereka juga cenderung tidak ingin dibingungkan oleh navigasi yang rumit, serta menginginkan fitur yang membantu proses pembelian secara mandiri, seperti filter kategori, keranjang belanja, dan *form checkout* yang jelas.

B. User Journey Map

Berdasarkan *user journey map* yang telah disusun, ditemukan beberapa *pain point* utama yang dialami pengguna saat mengakses *website* Toko Win Computer. Pengguna mengalami kebingungan ketika menjelajahi halaman karena struktur navigasi yang tidak terarah, tidak tersedianya fitur pencarian produk yang efektif, serta minimnya kategori yang terorganisir. Selain itu, informasi produk yang kurang lengkap dan proses *checkout* manual melalui admin menyebabkan alur pembelian terasa tidak efisien dan tidak praktis yang dapat dilihat pada gambar 3.6 *journey map* pegawai kantor.

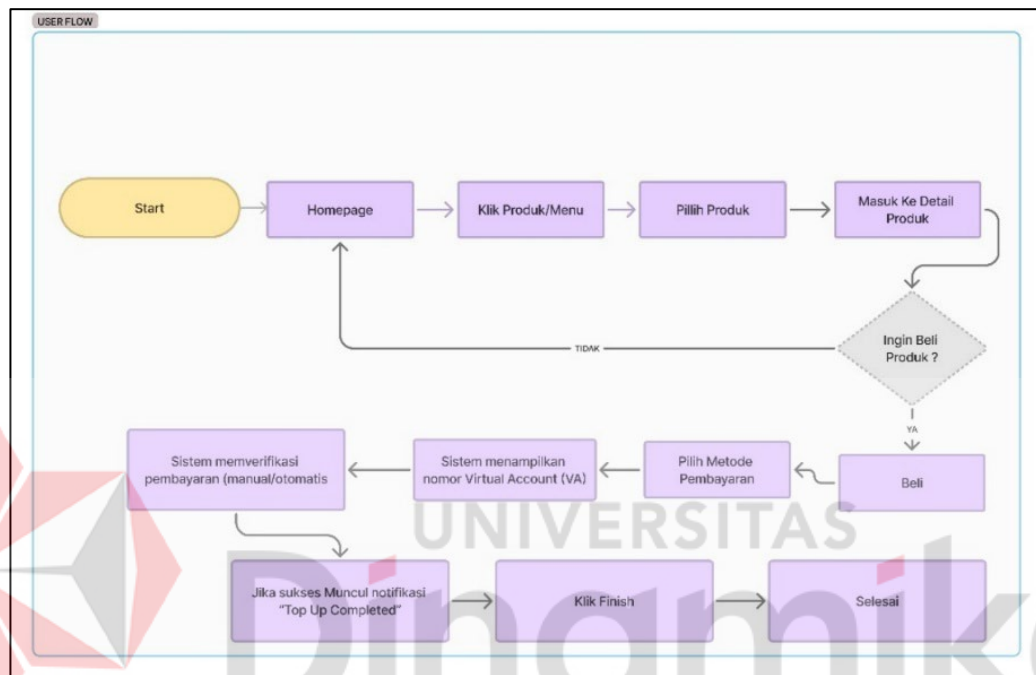
Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna belum berjalan optimal, terutama dalam hal kemudahan akses, kelengkapan informasi, dan kecepatan transaksi. Oleh karena itu, hasil dari *journey map* ini menjadi dasar penting dalam menentukan titik perbaikan yang perlu difokuskan pada tahap perancangan ulang antarmuka dan pengalaman pengguna.

4.2.2 Ideate

Pada tahap *ideate*, dilakukan proses pencarian dan pengembangan ide solusi berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Dari hasil analisis, dihasilkan beberapa gagasan seperti penambahan fitur filter produk, penyusunan ulang menu navigasi, penyediaan informasi produk yang lebih lengkap, serta otomatisasi proses *checkout*. Ide-ide tersebut kemudian dipilih dan dikembangkan menjadi rancangan *wireframe* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan perbaikan *website*.

A. Userflow

Pada tahap ini, peneliti menyusun alur pengguna (*userflow*) berdasarkan prototipe yang telah dirancang pada Figma. *Userflow* ini menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan oleh pengguna dari awal membuka *website* hingga menyelesaikan proses transaksi pembelian produk.

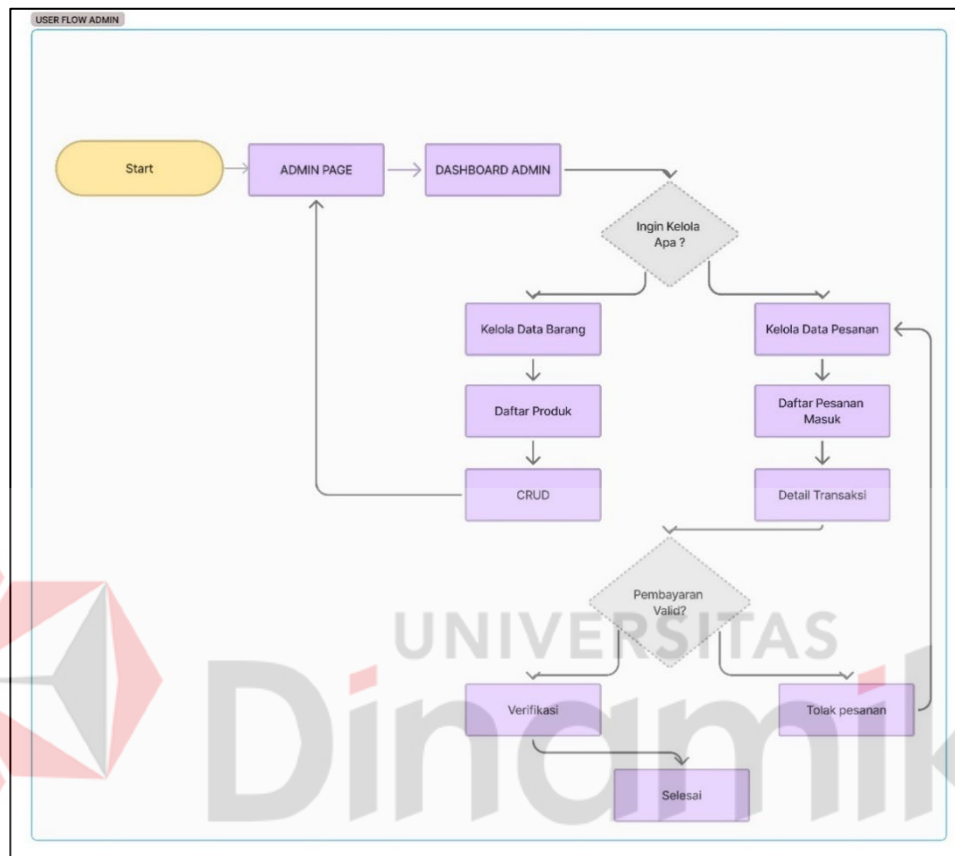


Gambar 4.1 Userflow User Pelanggan

Proses dimulai ketika pengguna mengakses halaman *Homepage*, lalu memilih menu atau langsung melihat katalog produk. Setelah itu, pengguna memilih salah satu produk dan diarahkan ke halaman Detail Produk. Pada gambar 4.1, pengguna diberikan pilihan apakah ingin membeli produk tersebut atau tidak. Jika pengguna memilih untuk tidak membeli, maka akan diarahkan kembali ke halaman utama. Namun jika memilih untuk melanjutkan pembelian, maka sistem akan membawa pengguna ke halaman metode pembayaran.

Selanjutnya, pengguna memilih metode pembayaran menggunakan *Virtual Account BCA*. Setelah itu, sistem akan menampilkan nomor VA yang harus digunakan untuk melakukan transfer secara manual melalui mobile banking atau ATM. Setelah pengguna melakukan transfer, sistem akan memverifikasi pembayaran secara manual atau otomatis. Jika pembayaran berhasil diverifikasi,

sistem akan menampilkan notifikasi “*Top Up Completed*”, kemudian pengguna menekan tombol “*Finish*” dan diarahkan kembali ke halaman utama sebagai tanda bahwa proses transaksi telah selesai.

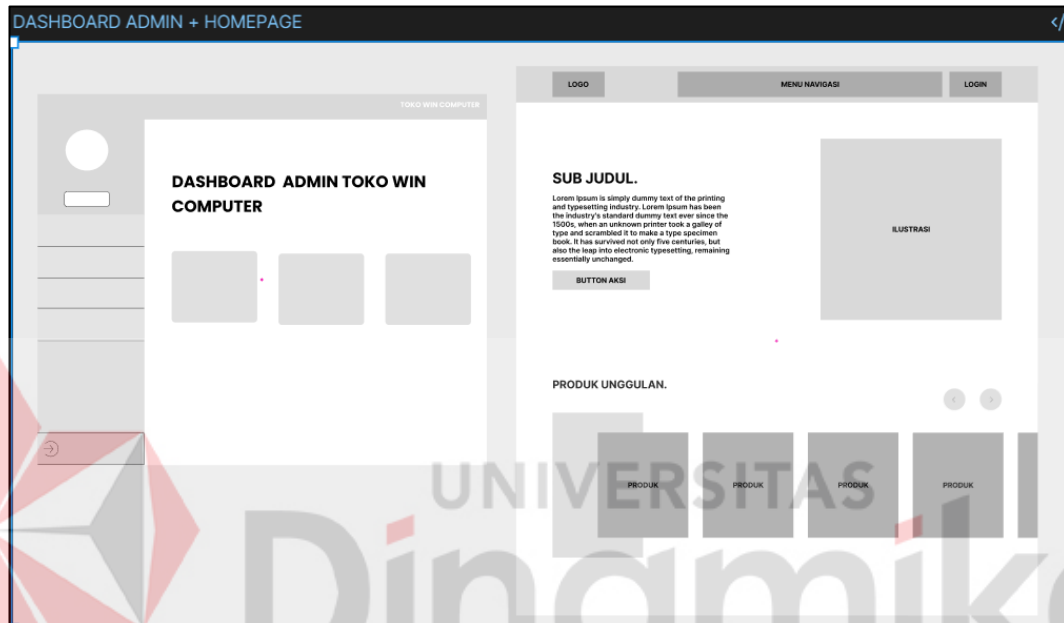


Gambar 4.2 *Userflow Admin*

Hasil dari perancangan *userflow* admin pada *website* Toko Win Computer menunjukkan alur yang cukup sederhana dan mudah dipahami. Pada gambar 4.2 Admin memulai dari halaman *login*, lalu masuk ke *dashboard* utama. Di dalam *dashboard*, admin bisa memilih untuk mengelola data barang atau data pesanan. Jika memilih bagian barang, admin akan diarahkan ke halaman daftar produk, lalu bisa melakukan tambah, edit, atau hapus barang (CRUD).

Sedangkan jika memilih kelola pesanan, admin bisa melihat daftar pesanan dari pengguna, lalu masuk ke detail transaksi untuk mengecek bukti pembayaran. Setelah dicek, kalau pembayaran dinyatakan valid, admin bisa memverifikasi dan memproses pesanan. Tapi jika tidak valid, pesanan bisa ditolak. Setelah proses selesai, admin akan kembali ke *dashboard* utama untuk melanjutkan tugas lainnya

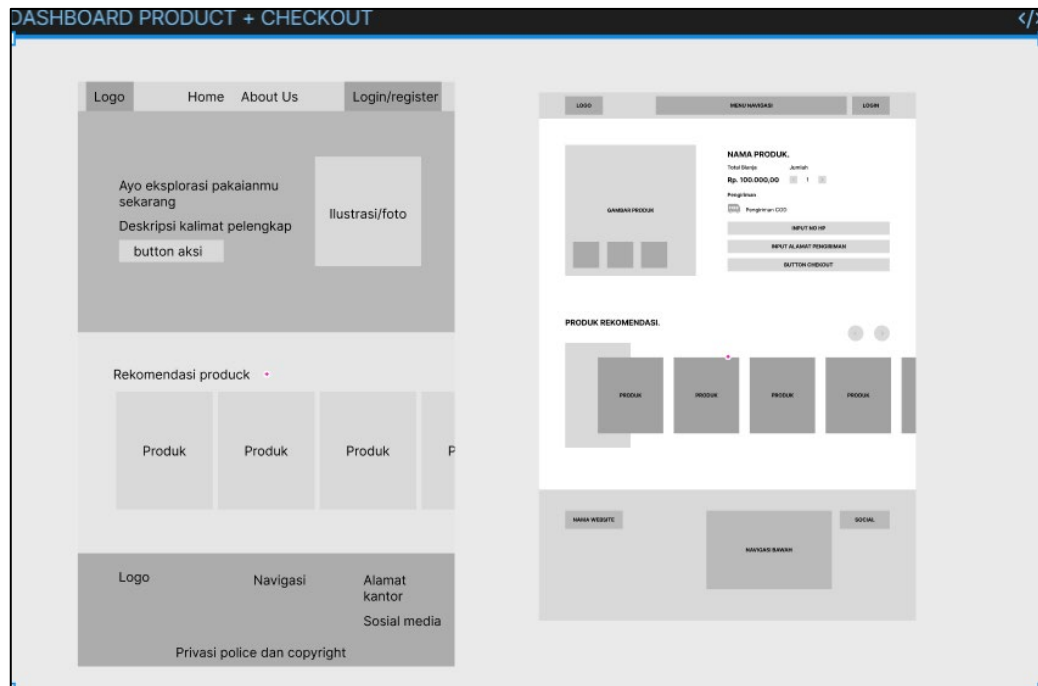
Berdasarkan hasil dari tahapan *Ideate* pada metode *Design Thinking*, telah dilakukan perancangan *wireframe* sebagai acuan awal dalam membentuk struktur antarmuka pengguna. *Wireframe* pada gambar 4.3 ini dibuat untuk menggambarkan alur tampilan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya.



Gambar 4.3 *Dashboard Admin dan Homepage Wincomputer*

Dari hasil perancangan tersebut, diperoleh bahwa pada tampilan *Dashboard Admin*, disusun elemen-elemen utama seperti menu navigasi vertikal di sisi kiri, label nama toko pada bagian atas, serta area utama yang menampilkan daftar produk dalam bentuk *grid*. Tampilan ini ditujukan untuk memberikan kemudahan akses dan efisiensi dalam pengelolaan data oleh admin toko, dapat dilihat pada Gambar 4.3

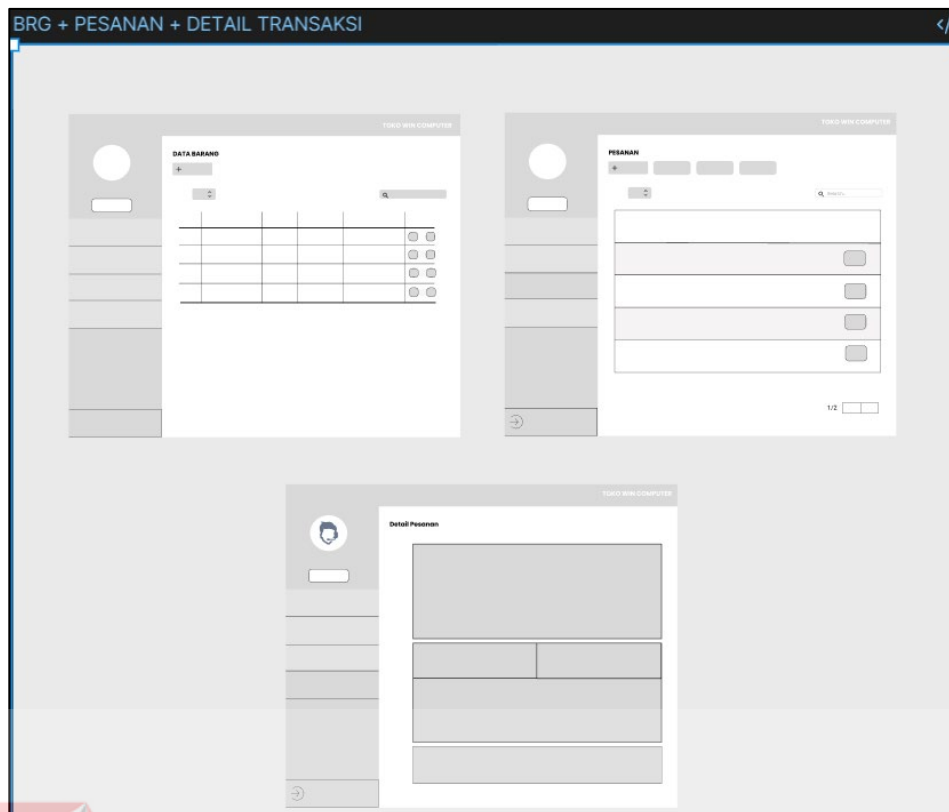
Sedangkan pada tampilan *Homepage*, disusun struktur halaman yang mencakup bagian *header* berisi logo, menu navigasi, dan tombol *login*. Di bawahnya terdapat bagian promosi yang memuat subjudul, deskripsi singkat, ilustrasi produk, serta tombol aksi (*call-to-action*). Produk unggulan ditampilkan dalam bentuk kartu horizontal yang dilengkapi dengan fitur *slider* untuk memudahkan pengguna menjelajahi pilihan produk dapat dilihat pada gambar 4.3.



Gambar 4.4 *Wireframe Product dan Checkout*

Pada tampilan *dashboard* produk, ditampilkan struktur halaman yang memuat elemen utama seperti logo, menu navigasi horizontal (*Home*, *About Us*, *Login/Register*), serta area promosi yang mencakup teks ajakan, deskripsi pelengkap, ilustrasi/foto, dan tombol aksi. Di bawahnya, pengguna dapat melihat daftar produk rekomendasi yang ditampilkan dalam bentuk kartu horizontal. Pada bagian bawah halaman, disusun elemen *footer* yang memuat informasi seperti logo, tautan navigasi, alamat kantor, media sosial, serta privasi dan *copyright* dapat dilihat pada Gambar 4.4 *Wireframe Product dan Checkout*

Sementara itu, pada Halaman *Checkout*, pengguna dapat melihat detail produk secara lengkap, termasuk nama produk, spesifikasi, harga, serta pilihan jumlah. Di sisi kiri terdapat tampilan gambar produk dan galeri kecil. Di sisi kanan, tersedia tombol aksi seperti “Masukkan ke Keranjang”, “*Input* Alamat Pengiriman”, dan “*Checkout*”. Di bawahnya, pengguna juga diberikan rekomendasi produk lain untuk membantu dalam eksplorasi pilihan. Seluruh elemen ini dirancang untuk mendukung proses pembelian yang lebih efisien tanpa perlu berinteraksi langsung dengan *admin* toko dapat dilihat Gambar 4.4 *Wireframe Product dan Checkout*



Gambar 4.5 *Wireframe* Barang, Pesanan, Detail Transaksi

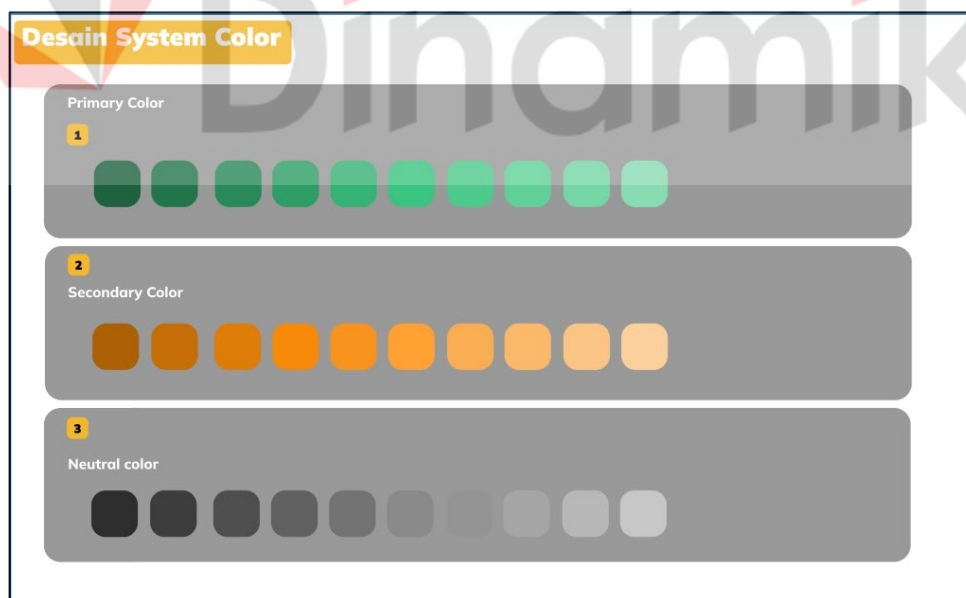
Pada *Frame* Barang, diperoleh struktur tampilan yang menampilkan daftar data produk dalam format tabel. Setiap baris berisi informasi penting seperti nama barang, harga, jumlah, serta tombol aksi di bagian kanan untuk melakukan pengelolaan data. Navigasi tetap diletakkan di sisi kiri agar konsisten dengan halaman admin lainnya. Halaman ini memungkinkan *admin* untuk melihat dan mengatur seluruh daftar produk dengan lebih terstruktur dan ringkas dapat dilihat pada Gambar 4.5 *Wireframe* Barang, Pesanan, Detail Transaksi.

Selanjutnya, pada *Frame* Pesanan, ditampilkan daftar pesanan yang masuk dari pengguna. Setiap pesanan ditampilkan dalam bentuk baris horizontal dengan informasi ringkas seperti nama pemesan, status, dan tombol aksi. Disediakan pula fitur pencarian dan navigasi halaman (*pagination*) agar admin dapat mencari pesanan tertentu dengan cepat. Elemen visual disusun secara sederhana agar fokus tetap pada pengelolaan transaksi yang efisien dan minim gangguan dapat dilihat pada Gambar 4.5 *Wireframe* Barang, Pesanan, Detail Transaksi.

Pada bagian *Frame Detail Transaksi*, dirancang tampilan untuk menampilkan informasi lengkap dari satu pesanan. Di dalamnya terdapat detail produk yang dipesan, data pengiriman, serta status pembayaran. Penempatan konten diatur secara terpisah dalam beberapa blok agar admin dapat membaca informasi secara menyeluruh dan cepat tanpa perlu berpindah halaman. Navigasi sisi kiri tetap dipertahankan sebagai elemen konsistensi antar halaman dapat dilihat pada Gambar 4.5 *Wireframe Barang, Pesanan, Detail Transaksi*.

B. *Design system*

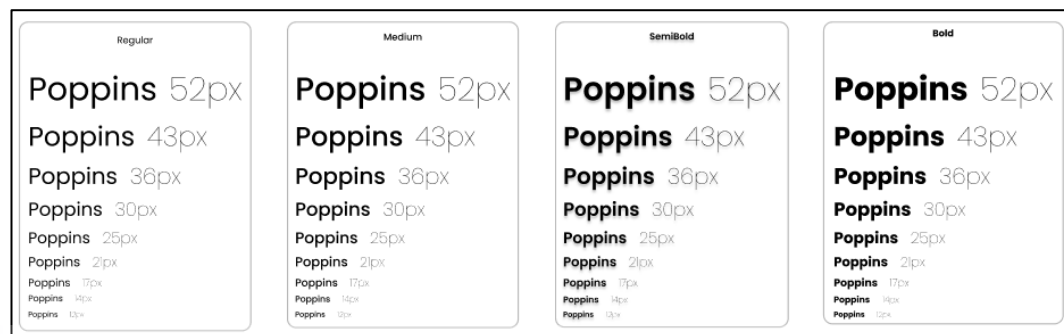
Pada elemen warna, digunakan warna primer #36B374 (hijau toska) untuk elemen utama seperti tombol, *header*, dan menu aktif, karena memberikan kesan segar dan profesional. Sementara itu, warna sekunder #F7941D (oranye terang) diterapkan pada tombol aksi sekunder, ikon promo, dan notifikasi untuk menarik perhatian pengguna secara visual. Kombinasi ini dipilih agar tampilan tetap harmonis namun tetap memiliki aksen yang mencolok pada elemen penting. Dapat dilihat pada gambar 4.6 *Design System Color*.



Gambar 4. 6 *Design System Color*

Dari sisi tipografi, digunakan jenis huruf Poppins karena memiliki tampilan modern, bersih, dan mudah dibaca di berbagai ukuran layar. *Font* ini dipilih untuk menjaga konsistensi visual serta meningkatkan kenyamanan pengguna saat

membaca konten pada antarmuka *website*. Selain itu, Poppins memiliki karakter huruf yang proporsional dan tegas, sehingga cocok digunakan pada berbagai elemen teks seperti judul, tombol, maupun isi konten. Pemilihan font ini disesuaikan dengan kebutuhan pengguna yang menginginkan tampilan profesional namun tetap ringan secara visual yang dapat dilihat pada gambar 4.7 Tipografi *Poppins*



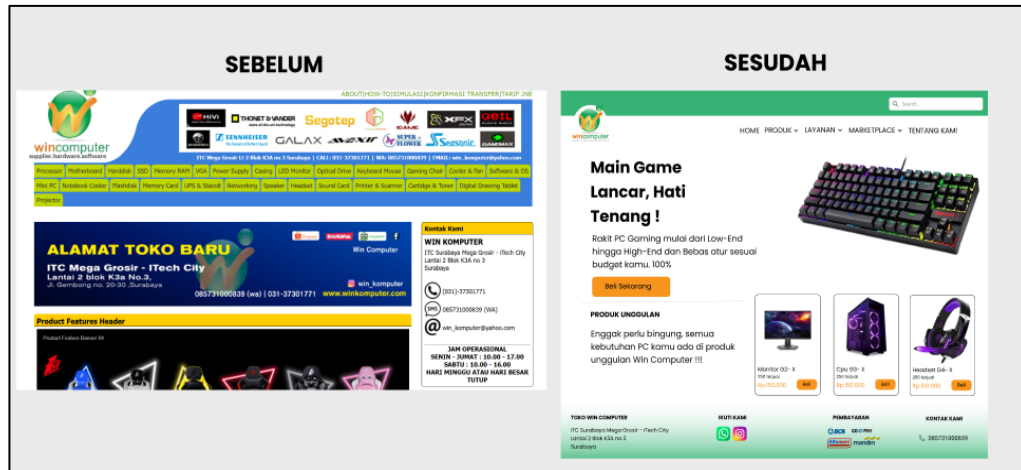
Gambar 4.7 Tipografi *Poppins*

Setelah prototipe selesai dibuat, dilakukan evaluasi usability untuk mengukur efektivitas dan kemudahan penggunaan desain baru. Pengujian dilakukan menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* dan *platform Maze* dengan melibatkan 10 responden. Hasil pengujian ini digunakan untuk menilai apakah solusi yang dirancang telah menjawab permasalahan sebelumnya. Tahap ini merupakan bagian dari proses *test* dalam metode *Design Thinking*.

4.2.3 Prototype

A. Prototype : Halaman *Homepage* dan Halaman Produk

Pada halaman *homepage* ditampilkan banner promosi utama dari Toko Win Computer yang berfungsi sebagai daya tarik awal bagi pengunjung. Di bawahnya, disusun kategori produk seperti perangkat komputer, aksesoris, dan komponen lainnya untuk menginformasikan bahwa tersedia berbagai macam produk yang dijual di toko ini. Perbedaan utama dari tampilan sebelumnya terletak pada penataan kategori yang kini ditampilkan lebih jelas dan terstruktur, serta penyederhanaan menu utama menjadi empat pilihan inti agar pengguna dapat menjelajahi halaman dengan lebih mudah. *Prototype* halaman *homepage* dapat dilihat pada Gambar 4.8 *Prototype* Halama *Homepage* dan Halaman Produk.

Gambar 4.8 *Prototype Halaman Homepage*

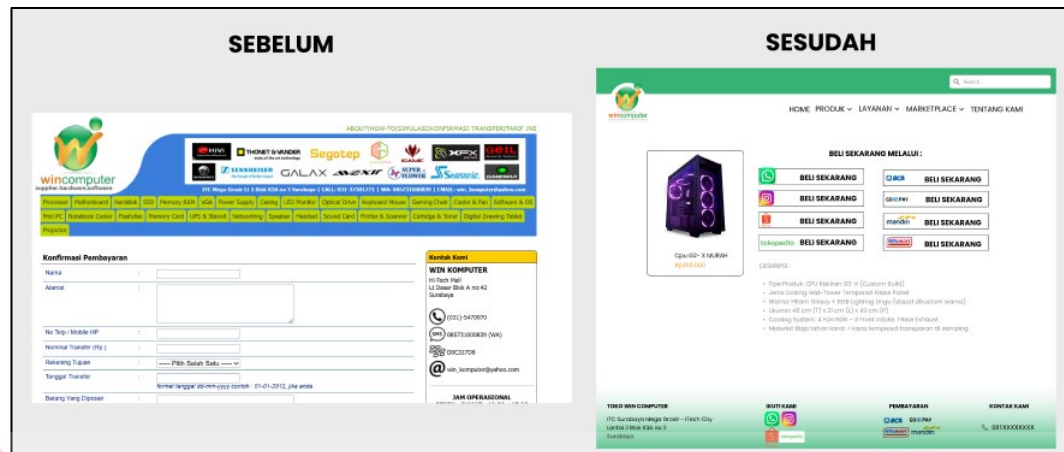
Pada halaman produk ditampilkan daftar barang yang tersedia dalam bentuk baris vertikal yang memuat gambar, nama produk, harga, serta tombol aksi untuk melihat detail atau melakukan pembelian. Pengguna dapat melihat beberapa produk sekaligus dalam satu tampilan dan menjelajahi pilihan melalui fitur *scroll*.

Gambar 4.9 *Prototype Halaman Produk*

Penyesuaian dilakukan pada tampilan visual agar lebih rapi dan informatif, termasuk penggunaan ikon yang lebih jelas dan pengaturan jarak antar elemen agar lebih nyaman dilihat. Selain itu, fitur kategori produk ditampilkan di bagian atas untuk mempermudah pengguna dalam memfilter produk berdasarkan jenisnya. Ditambahkan pula fitur *filtering* yang memungkinkan pengguna mengurutkan produk berdasarkan harga termurah hingga termahal, sehingga proses pencarian

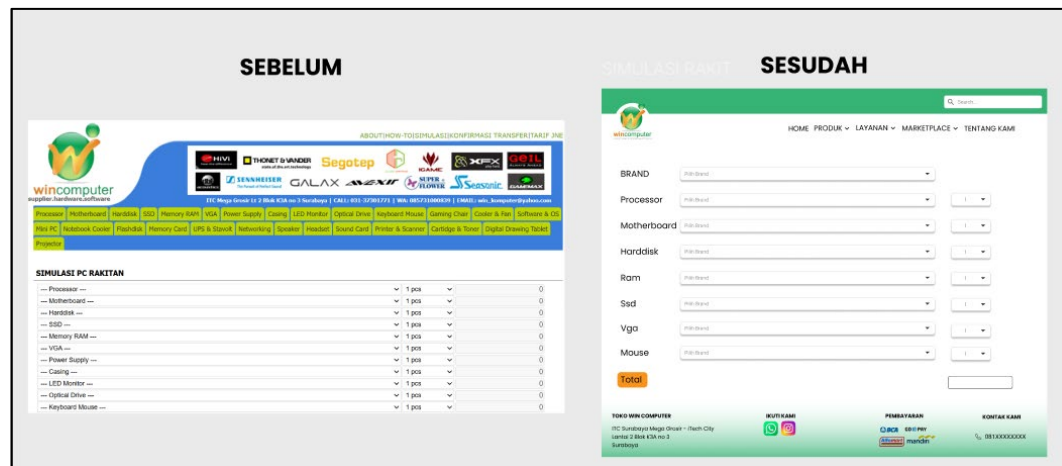
produk menjadi lebih efisien. *Prototype* halaman produk dapat dilihat pada Gambar 4.9 *Prototype* Halama *Homepage* dan Halaman Produk.

B. *Prototype* : Halaman Transaksi dan Simulasi Rakit



Gambar 4.10 *Prototype* Halaman Transaksi

Pada halaman transaksi, ditampilkan detail produk secara lengkap beserta pilihan kanal pembelian yang terhubung langsung ke berbagai *platform* seperti Tokopedia, Shopee, Mandiri, dan BCA. Fitur ini memudahkan pengguna dalam memilih metode transaksi sesuai preferensi masing-masing. Selain itu, disediakan pula informasi teknis produk seperti spesifikasi, ukuran *casing*, sistem pendingin, dan kelengkapan lainnya agar pengguna dapat mempertimbangkan produk dengan lebih jelas sebelum membeli.



Gambar 4.11 *Prototype* Simulasi Transaksi

Pada halaman simulasi rakit, pengguna diberikan fleksibilitas untuk memilih sendiri komponen komputer mulai dari brand, processor, motherboard, hard disk, RAM, SSD, VGA, hingga mouse. Setiap pilihan dilengkapi dengan dropdown menu dan kolom jumlah unit yang dapat disesuaikan. Di bagian akhir, tersedia tombol “Total” untuk menghitung estimasi harga rakitan secara otomatis. Fitur ini dirancang sebagai solusi dari kebutuhan pengguna yang ingin menyusun perangkat rakitan sendiri dengan cepat dan terstruktur. Dari hasil perancangan ini, tampilan halaman transaksi dan simulasi rakit disusun agar informatif, mudah digunakan, serta memberikan pengalaman belanja yang fleksibel dan efisien.

4.3 Evaluasi

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) terhadap 10 responden, diperoleh skor rata-rata sebesar 80,75. Nilai ini termasuk dalam kategori “*Excellent*”, yang menunjukkan bahwa *prototype redesign website* Toko Win Computer telah memenuhi aspek kemudahan penggunaan, efisiensi, serta kepuasan pengguna. Dari hasil tanggapan, mayoritas responden merasa antarmuka lebih mudah dipahami, alur belanja lebih jelas, dan fitur-fitur seperti *checkout* serta filter produk berjalan sesuai harapan.

Selain itu, dilakukan juga pengujian menggunakan *platform* Maze untuk mengukur performa interaksi pengguna terhadap beberapa skenario, seperti *login*, mencari produk, hingga proses *checkout*. Berdasarkan hasil pengujian tersebut,

diperoleh waktu penyelesaian yang relatif cepat dan tingkat keberhasilan tugas di atas 90%, yang mengindikasikan bahwa pengguna dapat menyelesaikan tugas dengan lancar tanpa mengalami kebingungan berarti.

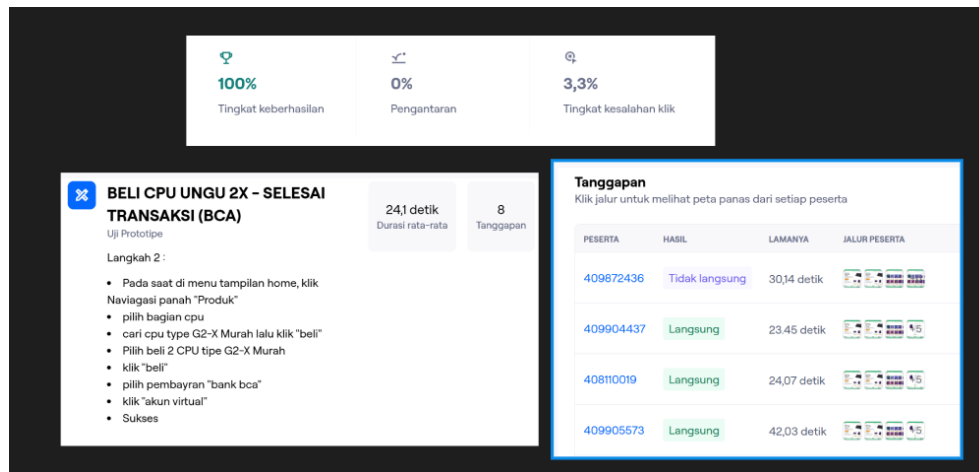
4.3.1 Maze

Berdasarkan pengujian melalui *platform* Maze, dilakukan dua skenario utama untuk *prototype* pertama mengamati alur pembelian oleh pengguna dan *prototype* ke dua *Login dashboard admin*, yaitu memilih produk unggulan dan menyelesaikan hingga *checkout*. Hasil dari skenario ini ditampilkan pada Tabel 4.1 *Report Testing* dan gambar 4.13 yaitu Hasil *Testing* Maze, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berhasil menyelesaikan tugas dengan lancar, menandakan bahwa struktur navigasi dan elemen interaktif dalam prototipe sudah cukup dipahami dengan baik.

Tabel 4. 1 *Tabel Report Testing*

No	Aspek	<i>Prototype Test 1</i>	<i>Prototype Test 2</i>
1	Rata – Rata Kesuksesan	100%	100%
2	Jumlah Responden Direct Succes	6	2
3	Jumlah Responden Indirect Succes	2	0
4	Rata – Rata Durasi (%)	24,1 detik	10,9 detik
5	Missclick Rate (%)	3,3 %	0%
6	Rata – Rata Kepuasan	100%	100%

Pada skenario *Prototype Test 1*, pengguna diarahkan untuk menyelesaikan proses pembelian produk, dimulai dari memilih produk di halaman utama, menentukan jumlah pembelian, hingga memilih metode pembayaran dan menyelesaikan transaksi melalui *Virtual Account*. Sementara pada *Prototype Test 2*, pengguna diminta untuk melakukan proses *login* menuju *dashboard admin* sebagai pengujian terhadap fitur *autentikasi* dan akses sistem.

Gambar 4.12 Hasil *Testing Maze*

Pengujian ini diikuti oleh delapan responden yang mewakili target pengguna, dengan rentang usia produktif dan familiar terhadap belanja *online*. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) berhasil menyelesaikan tugas dengan lancar. Rata-rata waktu penyelesaian tugas tercatat sebesar 24,1 detik, menunjukkan bahwa alur yang disediakan cukup singkat dan efisien. Tingkat kesalahan klik (*misclick rate*) berada pada angka 3,3%, sementara tingkat pengantaran (*bounce rate*) tercatat 0%, yang berarti tidak ada pengguna yang mengalami kebingungan atau keluar dari alur pengujian sebelum selesai.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa struktur halaman serta elemen UI seperti tombol, teks ajakan (*call-to-action*), dan gambar produk sudah cukup jelas dan mampu membimbing pengguna dengan baik. Selain itu, keberhasilan responden dalam menyelesaikan tugas dengan waktu yang relatif cepat juga dipengaruhi oleh minimnya gangguan visual dan fokus alur yang langsung mengarah ke tujuan utama, yaitu pembelian. Penggunaan tombol “Beli Sekarang” dan struktur halaman *checkout* yang ringkas turut mempermudah pengguna dalam memahami proses tanpa kebingungan navigasi.

4.3.2 *System Usability Scale*

Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner SUS kepada 8 responden yang sebelumnya telah mencoba langsung prototipe melalui tautan pengujian. Kuesioner ini dibagikan secara daring menggunakan formulir Google Form, yang

dapat dilihat pada tabel 4.2 Nilai sus setelah di *redesign* oleh responden segera setelah mereka menyelesaikan skenario pengujian.

Tabel 4. 2 Nilai SUS setelah di redesign

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Score Mentah	Jumlah * 2.5
1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
2	5	1	5	1	5	1	5	1	5	5	40	100
3	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2	29	72,5
4	4	2	5	2	4	2	4	3	5	2	33	82,5
5	5	2	4	2	5	2	5	2	5	2	30	75,00
6	4	2	4	3	4	3	4	2	4	2	31	77,05
7	5	2	4	2	5	2	4	2	4	2	29	72,05
8	5	2	5	2	4	2	5	2	5	2	29	72,05
9	4	2	4	2	4	3	4	3	4	2	29	72,05
10	5	2	5	2	5	2	5	2	4	3	33	82,5
Rata – Rata Nilai Sus												80,75

Kuesioner SUS terdiri dari 10 pernyataan yang mewakili berbagai aspek kegunaan sistem, seperti kemudahan penggunaan, konsistensi antarmuka, dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap fitur-fitur yang disediakan. Contoh pernyataan di antaranya adalah: *"Saya merasa sistem ini mudah digunakan"*, *"Saya memerlukan bantuan orang lain untuk menggunakan sistem ini"*, atau *"Fitur-fitur dalam sistem ini saling terintegrasi dengan baik"*. Responden diminta memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan menggunakan skala Likert 1–5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Untuk perhitungan skor SUS, setiap jawaban ganjil (positif) dikurangi dengan nilai 1, dan setiap jawaban genap (negatif) dikurangi dari 5. Hasil dari setiap pernyataan kemudian dijumlahkan dan dikalikan 2,5 agar menghasilkan skor dalam rentang 0–100. Setelah dilakukan perhitungan terhadap seluruh data, diperoleh skor rata-rata sebesar 80,75 untuk prototipe hasil *redesign*.

Skor 80,75 berada dalam kategori “Sangat Baik”, yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan berarti saat menjelajahi *prototype*. Hasil ini menjadi indikator bahwa pendekatan *Design Thinking* yang digunakan dalam proses perancangan ulang telah berhasil.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

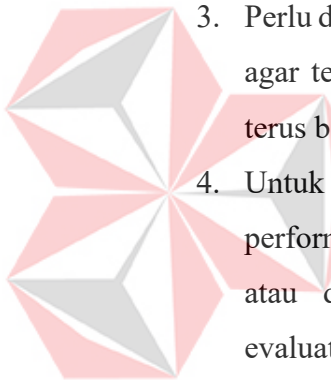
Berdasarkan hasil penelitian Tugas Akhir yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perancangan dan pengujian, diperoleh bahwa *redesign* UI/UX *website* Toko Win Computer berhasil meningkatkan pengalaman pengguna secara signifikan. Fitur-fitur baru yang dihadirkan mencakup pencarian produk yang lebih terstruktur, informasi produk yang lebih lengkap dan dilengkapi gambar, proses *checkout* otomatis, simulasi rakit komputer, serta sistem transaksi yang terintegrasi langsung di dalam *website*. Selain itu, *dashboard* admin juga dirancang ulang untuk mempermudah pengelolaan pesanan dan produk.
2. Evaluasi menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* menunjukkan peningkatan skor dari 35,00 menjadi 80,75 yang masuk dalam kategori “*excellent*”, menandakan peningkatan signifikan dalam aspek kemudahan penggunaan.
3. Hasil pengujian menggunakan *platform* Maze terhadap 10 responden menunjukkan keberhasilan penyelesaian tugas di atas 90%, termasuk dalam skenario seperti login, pencarian produk, simulasi rakit, hingga proses *checkout*. Hal ini membuktikan bahwa desain baru lebih efisien, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan *website* Win Computer di masa mendatang agar kualitas UI/UX semakin optimal dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara lebih baik sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pengelola Toko Win Computer untuk mempertimbangkan penerapan hasil desain ini ke dalam sistem *website* yang sesungguhnya, guna meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna dalam bertransaksi secara daring.
2. Pengembangan lebih lanjut dapat diarahkan pada penambahan fitur yang lebih kompleks, seperti sistem pelacakan pesanan, ulasan pelanggan, dan integrasi pembayaran otomatis agar proses belanja menjadi lebih lengkap dan efisien.
3. Perlu dilakukan pemeliharaan dan penyesuaian tampilan *website* secara berkala agar tetap relevan dengan kebutuhan pengguna dan tren desain digital yang terus berubah.
4. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan melakukan eksplorasi pada aspek performa teknis dan responsivitas *website* melalui pengujian lintas perangkat atau dengan mengombinasikan metode evaluasi lain seperti heuristic evaluation atau A/B testing.



DAFTAR PUSTAKA

- Agung. (2023, November 11). *Mengenal Metode Design Thinking: Inovasi Melalui Empati dan Kreativitas*. By Agung. <https://abcsemanggi.com/mengenal-metode-design-thinking-inovasi-melalui-empati-dan-kreativitas/>
- Alamsyah, R., Nugroho, I. M., & Alam, S. (2022). REDESIGN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE APLIKASI WASTU MOBILE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 13(2). <https://doi.org/10.36050/betrik.v13i2.506>
- Ardhana, V. Y. P. (2022). Analisis Usability Testing pada SITIDES Menggunakan System Usability Scale dan PIECES Framework. *Bulletin of Informatics and Data Science*, 1(2). <https://doi.org/10.61944/bids.v1i2.41>
- Arisa, N. N., Fahri, M., Putera, M. I. A., & Putra, M. G. L. (2023). Perancangan Prototipe UI/UX Website CROWDE Menggunakan Metode Design Thinking. *Teknika*, 12(1), 18–26. <https://doi.org/10.34148/teknika.v12i1.549>
- Aulia, N., Andryana, S., & Gunaryati, A. (2020). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Charity Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal SISFOTENIKA*, 11(1).
- Bangor, A., Kortum, P., studies, J. M.-J. of usability, & 2009, undefined. (2009). Determining what individual SUS scores mean: Adding an adjective rating scale. *Uxpajournal.Org* A Bangor, P Kortum, J Miller *Journal of Usability Studies*, 2009•*uxpajournal.Org*, 4.
- Fakhrudin, D., Sachari, A., & Haswanto, N. (2019). Pengembangan Desain Informasi dan Pembelajaran Aksara Jawa melalui Media Website. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(01). <https://doi.org/10.33633/andharupa.v5i01.1990>
- Farida, L. D. (2016). Pengukuran User Experience Dengan Pendekatan Usability. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016*.
- ISO 9241-210. (2010). ISO 9241-210: Ergonomics of human–system interaction - Human-centred design for interactive systems. In *International Organization for Standardization*.

- Kesuma, D. P. (2021). Penggunaan Metode System Usability Scale Untuk Mengukur Aspek Usability Pada Media Pembelajaran Daring di Universitas XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(3). <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i3.1356>
- Kushendriawan, M. A., Santoso, H. B., Putra, P. O. H., & Schrepp, M. (2021). Evaluating User Experience of a Mobile Health Application 'Halodoc' using User Experience Questionnaire and Usability Testing. *Jurnal Sistem Informasi*, 17(1). <https://doi.org/10.21609/jsi.v17i1.1063>
- Mahkota Aditiya, A., Sailul Haq, E., Panduardi, F., Hakim, L., Hendra Wibowo, G., Bisnis dan Informatika, J., Negeri Banyuwangi, P., Banyuwangi, K., & Timur, J. (2024). Redesain UI UX Website Lemonder Indonesia Menggunakan Metode Design Thinking Untuk Meningkatkan Media Promosi Redesign the UI UX of the Lemonder Indonesia Website Using the Design Thinking Method to Improve Promotional Media. In *JIKOM: Jurnal Informatika dan Komputer* (Vol. 14, Issue 2).
- Maria, F., & Sutabri, T. (2023). Pengukuran Kualitas Website E-Learning Di SMA Muhammadiyah 1 Palembang dengan Metode Webqual. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i2.134>
- Nasution, W. S. L., & Nusa, P. (2021). UI/UX Design Web-Based Learning Application Using Design Thinking Method. *ARRUS Journal of Engineering and Technology*, 1(1). <https://doi.org/10.35877/jetech532>
- Nugroho, K. T., Julianto, B., & Nur MS, D. F. (2022). Usability Testing pada Sistem Informasi Manajemen AKN Pacitan Menggunakan Metode System Usability Scale. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)*, 11(1). <https://doi.org/10.23887/janapati.v11i1.43209>
- Prabowo, M., & Suprpto, A. (2021). Usability Testing pada Sistem Informasi Akademik IAIN Salatiga Menggunakan Metode System Usability Scale. *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)*, 6(1). <https://doi.org/10.14421/jiska.2021.61-05>

- Ramadhania, N. A., Hadining, A. F., & Winarno, W. (2021). Usability Testing Pada Website D'bucket Karawang Menggunakan Nielsen Model. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 4(1). <https://doi.org/10.31539/intecom.v4i1.1909>
- Rani Puspita, & Rina Astriani. (2023). PERANCANGAN DESIGN UI/UX PADA WEBSITE TOKO MISTER SHOP ID MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. *Jurnal Teknik Dan Science*, 2(3). <https://doi.org/10.56127/jts.v2i3.1047>
- Risaldi, D., Dalimunthe, N., Siska Butar Butar, F., Permana, J. H., Sari, N., Hanas, S. A., Studi, P., Informasi, S., Sains, F., & Teknologi, D. (2022). Analisis User Interface pada Website Irase UIN Suska Riau dengan Metode Evaluasi Heuristik. *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*.
- Surachman, C. S., Andriyanto, M. R., Rahmawati, C., & Sukmasetya, P. (2022). Implementasi Metode Design Thinking Pada Perancangan UI/UX Design Aplikasi Dagang.in. *TelKa*, 12(02). <https://doi.org/10.36342/teika.v12i02.2922>
- Taufiqul Hidayat, M., Zaman, B., & Bahri, S. (2022). PERANCANGAN ULANG USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE PADA APLIKASI LADDER MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. *JTRISTE*, 9(2). <https://doi.org/10.55645/jtriste.v9i2.377>
- Wijayanti, R., Sutabri, T., Irwansyah, I., & Effendy, I. (2023). Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan UI/UX Aplikasi Logbook Magang dalam Perspektif Sosiologi. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 9(2). <https://doi.org/10.37012/jtik.v9i2.1735>
- Willy, Irawan, & Marrylinteri. (2020). EVALUASI KEGUNAAN APLIKASI SISTEM INFORMASI KOTA JAMBI (SIKOJA) DENGAN METODE SISTEM USABILITY SCALE (SUS). *Jurnal Processor*, 15(2). <https://doi.org/10.33998/processor.2020.15.2.877>