



**PERANCANGAN *USER INTERFACE/USER EXPERIENCE* MEDIA
PROMOSI BERBASIS *WEBSITE* PADA BACCANI CAFÉ
MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

Program Studi
S1 SISTEM INFORMASI



Oleh:

Vio Firmando Beta Perdana
17410100166

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2025

**PERANCANGAN *USER INTERFACE/USER EXPERIENCE* MEDIA
PROMOSI BERBASIS WEBSITE PADA BACCANI CAFÉ
MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

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



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : Vio Firmando Beta Perdana
NIM : 17.41010.0166
Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2025**

Tugas Akhir

PERANCANGAN *USER INTERFACE/USER EXPERIENCE MEDIA PROMOSI BERBASIS WEBSITE PADA BACCANI CAFÉ MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING*

Dipersiapkan dan disusun oleh

Vio Firmando Beta Perdana

NIM: 17410100166

Telah diperiksa, dibahas dan disetujui oleh Dewan Pembahasan

Pada: 01 September 2025



Susunan Dewan Pembahasan

Pembimbing:

- I. Ayuningtyas, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0722047801
- II. Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0731017601

Digitally signed
by Ayuningtyas
Date: 2025.09.02
08:17:12 +07'00'

Digitally signed by
Tri Sagirani
Date: 2025.09.02
08:52:17 +07'00'

Digitally signed by
Endra Rahmawati
Date: 2025.09.02
09:06:50 +07'00'

Pembahasan:

- Endra Rahmawati, M.Kom.
NIDN. 0712108701

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk

memperoleh gelar sarjana

Fakultas Teknologi dan Informatika



Digitally signed

by Tan Amelia
Date: 2025.09.05
00:11:18 +07'00'

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

NIDN. 0728017602

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA



Se lo puoi sognare, lo puoi fare.

-Enzo Ferrari

UNIVERSITAS
Dinamika



Laporan Tugas Akhir ini

*Saya Persembahkan dan Dedikasikan Kepada
Kedua Orang Tua, Saudara, Keluarga Besar
Bapak dan Ibu Dosen yang Selalu Membimbing
Beserta Teman-Teman yang Selalu Mendukung.*

UNIVERSITAS
Dinamika

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Vio Firmando Beta Perdana
NIM : 17410100166
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : **PERANCANGAN USER INTERFACE/USER EXPERIENCE MEDIA PROMOSI BERBASIS WEBSITE PADA BACCANI CAFÉ MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

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

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 01 Agustus 2025

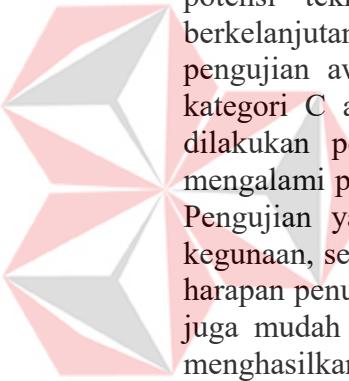
Yang menyatakan



Vio Firmando Beta Perdana

NIM : 17410100166

ABSTRAK



Baccani Café merupakan usaha kecil menengah yang bergerak di bidang makanan dan minuman, berlokasi di Jalan Wiyung No. 20, Surabaya, dan telah beroperasi sejak tahun 2021. Kafe ini ditujukan untuk generasi muda yang mencari tempat bersantai, bekerja, dan berkumpul. Permasalahan yang ada pada Baccani Café yaitu kurang aktif dalam melakukan promosi pada sosial media instagram baccani café. Dampak dari kurangnya digitalisasi ini adalah pelanggan mengalami kesulitan mendapatkan informasi tentang kafe dan produk yang ditawarkan Baccani Café. Hal ini menunjukkan perlunya platform digital yang lebih efektif, seperti *website* sebagai media promosi yang dapat menjangkau pelanggan lebih luas. Dalam membangun sebuah *website* perlu dilakukan sebuah perancangan *user interface/user experience*. Perancangan *user interface/user experience* ini menjadi sebuah tampilan *website* yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan pengguna. *Design Thinking* adalah proses yang menggabungkan pemahaman yang mendalam tentang pengguna dengan potensi teknologi dan keinginan pasar untuk menciptakan solusi yang berkelanjutan. Pengujian *prototype* menggunakan metode *System Usability Scale*, pengujian awal *prototype* memperoleh skor 67 yang diklasifikasikan sebagai kategori C atau *good* dan perlu dilakukan perbaikan pada *prototype*. Setelah dilakukan penyempurnaan pada *protoype* dan melakukan pengujian iterasi, mengalami peningkatan menjadi 74 yang menghasilkan kategori B atau *excellent*. Pengujian yang diperoleh menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek kegunaan, sehingga perancangan *user interface/user experience* ini sesuai dengan harapan penulis. Desain yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penelitian ini menghasilkan *prototype user interface/user experience* berbasis *website* dengan menggunakan metode *Design Thinking* yang dapat dijadikan oleh pemilik kafe sebagai strategi promosi bagi Baccani Cafe untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan menjawab permasalahan yang terjadi saat ini.

Kata Kunci: *user interface*, *user experience*, *Design Thinking*, promosi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, anugerah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan *User Interface/User Experience* Media Promosi Berbasis *Website* Pada Baccani Café Menggunakan Metode *Design Thinking*”. Dengan penuh hormat penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga, atas cinta, doa, yang menjadi fondasi utama dalam pencapaian akademik penulis hingga tahap ini.
2. Ibu Tan Amelia, S.Kom., M.MT., selaku Dekan Fakultas Teknologi & Informatika, atas kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Endra Rahmawati, M.Kom., selaku dosen pembahas dan Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi, atas kritik, saran, dan pertanyaan akademik yang konstruktif dalam proses seminar maupun sidang.
4. Ibu Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., selaku dosen pembimbing pertama, atas kesediaan, dedikasi, serta arahan ilmiah yang komprehensif dalam membimbing penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Tri Sagirani, S.Kom., M.MT., selaku dosen pembimbing kedua, atas kontribusi dalam bentuk evaluasi, diskusi akademik, serta masukan yang sangat berharga dalam memperkuat substansi dan metodologi tugas akhir ini.
6. Bapak Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng., selaku dosen wali atas dedikasinya dalam mendukung dan membimbing selama masa studi.
7. Seluruh civitas Universitas Dinamika, atas ilmu, pengalaman, serta lingkungan akademik yang mendukung penulis selama masa studi.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tugas akhir ini masih terdapat berbagai keterbatasan dan ketidak sempurnaan dari segi isi maupun penyajian. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif, khususnya dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi.

Surabaya, 10 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 <i>User Interface</i>	5
2.3 <i>User Experience</i>	6
2.4 Metode <i>Design Thinking</i>	6
2.5 <i>System Usability Scale</i>	10
2.6 Media Promosi	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	12
3.1 Tahap Awal	13
3.1.1 Studi Literatur	13
3.1.2 <i>Empathize</i>	13
3.1.3 <i>Define</i>	14
3.2 Tahap Pengembangan	14
3.2.1 <i>Ideate</i>	14
3.2.2 <i>Prototype</i>	15
3.2.3 <i>Test</i>	16
3.3 Tahap Akhir	16

3.4 Kebutuhan <i>Software</i> dan <i>Hardware</i>	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Tahap Awal	18
4.1.1 <i>Empathize</i>	18
4.1.2 <i>Define</i>	21
4.2 Tahap Pengembangan	24
4.2.1 <i>Ideate</i>	24
4.2.2 <i>Prototype</i>	28
4.2.3 <i>Test</i>	43
4.3 Tahap Akhir	48
4.4 Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Metode <i>Design Thinking</i>	7
Gambar 2.2 Kategori Penilaian Skor <i>System Usability Scale</i>	11
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	12
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> Pemilik Kafe.....	20
Gambar 4.2 <i>User Persona</i> Admin Kafe.....	20
Gambar 4.3 <i>User Persona</i> Pelanggan Kafe	21
Gambar 4.4 <i>Pain Point</i> Pemilik Kafe	22
Gambar 4.5 <i>Pain Point</i> Admin Kafe.....	22
Gambar 4.6 <i>Pain Point</i> Pelanggan	22
Gambar 4.7 <i>Affinity Map Diagram</i>	25
Gambar 4.8 <i>Sitemap</i> Admin	27
Gambar 4.9 <i>Sitemap</i> Pelanggan	27
Gambar 4.10 <i>Low Fidelity Dashboard</i> Admin	30
Gambar 4.11 <i>Low Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Produk</i> Admin	30
Gambar 4.12 <i>Low Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Promo</i> Admin	31
Gambar 4.13 <i>Low Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Event</i> Admin	32
Gambar 4.14 <i>Low Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Ulasan</i> Admin	32
Gambar 4.15 <i>Low Fidelity Prototype Home</i> Pelanggan.....	33
Gambar 4.16 <i>Low Fidelity Prototype Produk</i> Pelanggan.....	34
Gambar 4.17 <i>Low Fidelity Prototype Event</i> dan <i>Detail Event</i> Pelanggan	35
Gambar 4.18 <i>Low Fidelity Prototype Contact Us</i> Pelanggan	36
Gambar 4.19 <i>High Fidelity Prototype Dashboard</i> Admin	37
Gambar 4.20 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Produk</i> Admin	37
Gambar 4.21 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Promo</i> Admin	38
Gambar 4.22 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Event</i> Admin.....	39
Gambar 4.23 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Ulasan</i> Admin.....	39
Gambar 4.24 <i>High Fidelity Prototype Home</i> Pelanggan	40
Gambar 4.25 <i>High Fidelity Prototype Produk</i> Pelanggan	41
Gambar 4.26 <i>High Fidelity Prototype Event</i> dan <i>Detail Event</i> Pelanggan.....	42

Gambar 4.27 <i>High Fidelity Prototype Contact Us</i> Pelanggan.....	43
Gambar 4.28 Kategori Pengujian SUS.....	44
Gambar 4.29 Perbaikan <i>Prototype</i> Bagian Promo	45
Gambar 4.30 Perbaikan <i>Prototype</i> Bagian Galeri.....	46
Gambar 4.31 Perbaikan <i>Prototype</i> Bagian Produk	46
Gambar 4.33 Kategori Pengujian SUS Iterasi Pertama	48
Gambar L2.1 Dokumentasi Kegiatan.....	55
Gambar L4.1 <i>Low Fidelity Prototype Login Admin</i>	61
Gambar L4.2 <i>Low Fidelity Prototype Update Produk Admin</i>	61
Gambar L4.3 <i>Low Fidelity Prototype Update Promo Admin</i>	62
Gambar L4.4 <i>Low Fidelity Prototype Update Event Admin</i>	63
Gambar L4.5 <i>Low Fidelity Prototype Update Ulasan Admin</i>	63
Gambar L5.1 <i>Low Fidelity Prototype About Us</i> Pelanggan.....	64
Gambar L6.1 <i>High Fidelity Prototype Login Admin</i>	65
Gambar L6.2 <i>High Fidelity Prototype Update Produk Admin</i>	65
Gambar L6.3 <i>High Fidelity Prototype Update Promo Admin</i>	66
Gambar L6.4 <i>High Fidelity Prototype Update Event Admin</i>	66
Gambar L6.5 <i>High Fidelity Prototype Update Ulasan Admin</i>	67
Gambar L7.1 <i>High Fidelity Prototype About Us</i> Pelanggan.....	68
Gambar L8.1 Karakteristik Umur Pengguna	69
Gambar L11.1 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	77
Gambar L12.1 Surat Adopsi Karya.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Baccani Café Tahun 2022-2023	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>System Usability Scale</i>	16
Tabel 4.1 Analisis Kompetitor	19
Tabel 4.2 <i>How Might We</i>	23
Tabel 4.3 Kebutuhan Fitur Pengguna.....	25
Tabel 4.4 <i>Asset</i> Desain	28
Tabel 4.5 Daftar Saran Perbaikan <i>Prototype</i>	45
Tabel 4.6 Hasil Pembahasan	49
Tabel L1.1 Daftar Pertanyaan Wawancara Pemilik Kafe	53
Tabel L1.2 Daftar Pertanyaan Wawancara Admin Kafe	53
Tabel L1.3 Daftar Pertanyaan Wawancara Pelanggan Kafe	54
Tabel L2.1 Dokumentasi Kegiatan	55
Tabel L3.1 Hasil Wawancara Pemilik Kafe.....	56
Tabel L3.2 Hasil Wawancara Admin Kafe	58
Tabel L3.3 Hasil Wawancara Pelanggan Kafe	59
Tabel L8.1 <i>Link</i> Pengujian	69
Tabel L8.2 Hasil Kuesioner SUS	70
Tabel L8.3 Hasil Kalkulasi SUS	71
Tabel L8.4 Hasil Skor Nilai SUS	72
Tabel L9.1 Hasil Kuesioner SUS Iterasi Pertama.....	73
Tabel L9.2 Hasil Kalkulasi SUS Iterasi Pertama	74
Tabel L9.3 Hasil Skor Nilai SUS Iterasi Pertama.....	75
Tabel L10.1 Jadwal Kerangka Kerja.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	53
Lampiran 2 Dokumentasi Kegiatan	55
Lampiran 3 Hasil Wawancara.....	56
Lampiran 4 <i>Low Fidelity Prototype</i> Halaman Admin.....	61
Lampiran 5 <i>Low Fidelity Prototype</i> Halaman Pelanggan.....	64
Lampiran 6 <i>High Fidelity Prototype</i> Halaman Admin	65
Lampiran 7 <i>High Fidelity Prototype</i> Halaman Pelanggan.....	68
Lampiran 8 Hasil Pengujian <i>System Usability Scale</i>	69
Lampiran 9 Hasil Pengujian <i>System Usability Scale</i> Iterasi Pertama	73
Lampiran 10 Jadwal Kerja	76
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	77
Lampiran 12 Surat Adopsi Karya	78
Lampiran 13 Hasil Cek Plagiarisme	79
Lampiran 14 Biodata Penulis	81



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Baccani Cafe merupakan salah satu usaha kecil menengah yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman. Telah beroperasi sejak tahun 2021 yang beralamat di Jalan Wiyung No. 20, Surabaya. Baccani café dirancang untuk memenuhi kebutuhan generasi muda di Indonesia yang mencari tempat untuk bersantai, bekerja, dan berkumpul. Baccani Café menawarkan konsep yang mengutamakan kenyamanan dan estetika, selain itu juga menawarkan beragam pilihan menu makanan dan minuman. Generasi milenial lebih mengapresiasi kopi berkualitas tinggi dan mencari pengalaman minum kopi yang unik, sedangkan generasi Z mengutamakan kepraktisan serta kenyamanan dalam mengonsumsinya dan pengalaman tatap muka yang lebih personal (Sondang, Andayaning, & Mokodompit, 2024).

Dalam persaingan yang semakin ketat pada industri kafe dimana didominasi oleh pengguna teknologi, banyak pelaku usaha beralih ke platform *online* untuk memperkenalkan produk. Kafe akan terus menjadi tempat pertemuan sosial yang penting bagi generasi Milenial, namun untuk menarik perhatian Gen Z, kafe perlu beradaptasi dengan menggunakan teknologi (Sondang, Andayaning, & Mokodompit, 2024). Dari total 65 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2023, baru 22 juta atau sebesar 33,6% yang sudah bertransformasi secara digital dalam menjalankan usahanya dan sebanyak 66,4% atau 43 juta yang belum bertransformasi (Kamar Dagang dan Industri, 2024). Baccani Cafe merupakan salah satu UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi tersebut, sehingga kemampuan Baccani Cafe untuk menarik pelanggan yang lebih luas menjadi terbatas.

Dalam melakukan promosi untuk pelanggan, Baccani Café selama ini memanfaatkan media sosial instagram dengan nama @baccani.id. Namun masih kurang aktif untuk melakukan *update* konten pada media tersebut dikarenakan staf yang kurang mumpuni dalam membuat konten foto atau video. Pelanggan saat ini

lebih suka berinteraksi dengan merek melalui platform digital, sehingga penting untuk menyesuaikan strategi pemasaran (Andirwan, Asmilita, Zhafran, Syaiful, & Beddu, 2023). Dampak dari kurangnya digitalisasi ini adalah pelanggan mengalami kesulitan mendapatkan informasi tentang kafe dan produk yang ditawarkan Baccani Café. Keberadaan Baccani Café yang masih konvensional memberikan tantangan pada pihak kafe. Hal ini berdampak pada pendapatan kafe yang mengalami penurunan pendapatan sebanyak 23,99% pada tahun 2022-2023 yang ditunjukkan pada data Tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1 Data Baccani Café Tahun 2022-2023

Tahun	Pendapatan	Jumlah Transaksi
2022	Rp. 541.696.239	3.890
2023	Rp. 411.731.200	2.594

Sumber: Baccani Café

Media promosi adalah strategi untuk mengkomunikasikan produk atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk yang dapat dilihat dan mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan menciptakan transaksi. *Website* juga sering disebut sebagai media pemasaran online atau pemasaran langsung. *Website* adalah salah satu bentuk media promosi yang bisa dimanfaatkan untuk memasarkan produk, jasa, dan merek perusahaan. Media promosi berbasis *website* efektif sebagai sarana promosi dan mampu menarik minat pelanggan (Rafsyanjani & Fauzi, 2022). Aplikasi web menawarkan kemudahan akses di berbagai platform, seperti komputer, tablet, dan ponsel pintar, tanpa memerlukan instalasi khusus. Satu kode sumber yang dapat diakses di berbagai platform, perusahaan dapat menghemat biaya (Silalahi & Saragih, 2021).

Dalam menyediakan sebuah platform yang dapat memberikan informasi tentang kafe dan produknya, Baccani Café berusaha meningkatkan visibilitas kepada pelanggan dalam upaya memperkenalkan kafe maupun produknya dan diharapkan mampu meningkatkan penjualan. Selain itu platform ini bertujuan untuk mempermudah pelanggan sebagai pengguna dalam mengakses informasi tentang kafe, hal ini akan menciptakan pengalaman yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan dari implementasi ini adalah untuk memastikan bahwa kebutuhan dan kenyamanan pengguna, baik bagi admin kafe dalam mengelola

website maupun pelanggan dalam mencari informasi dapat terpenuhi dengan optimal. Kebutuhan akan akses informasi yang cepat dan efisien telah mendorong pengembangan aplikasi web yang mampu menyajikan data secara *real-time*. Dengan demikian, penerapan strategi media promosi berbasis web yang terintegrasi ini akan menciptakan peluang untuk mengeksplorasi potensi digitalisasi sebagai langkah strategis dalam memperluas cakupan pelanggan. Sehingga dapat menjawab tantangan dan meraih peluang yang lebih besar di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan permasalahan yang ada dapat disimpulkan bahwa Baccani Café memerlukan media promosi untuk memperkenalkan kafe dan produk berbasis *website*. Perancangan *user interface/user experience* adalah aspek penting sebelum melakukan pengembangan aplikasi web. Menyoroti pentingnya desain visual dan elemen estetika dalam mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas produk (Sosianika, et al., 2022). Selain itu, penerapan prinsip desain yang intuitif dan responsif akan meningkatkan interaksi pengguna, sehingga dapat mendukung tujuan bisnis secara keseluruhan (Rezy, Handayani, Saputra, & Saputra, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk merancang konsep *user interface/user experience* *website* menggunakan metode *Design Thinking*. *Design Thinking* adalah pendekatan yang berfokus pada manusia untuk inovasi, yang memanfaatkan sarana dari dunia desain untuk mengintegrasikan kebutuhan pengguna dan menunjang keberhasilan bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang *user interface/user experience* media promosi berbasis *website* menggunakan metode *Design Thinking* yang menghasilkan desain *user interface* dan *user experience* yang memuat informasi Baccani Café yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam mendapatkan akses informasi.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada *user interface/user experience* media promosi berbasis *website* pada Baccani Cafe menggunakan metode *Design Thinking* sebagai berikut:

1. Perancangan *user interface/user experience* dibangun menggunakan metode *Design Thinking* dan pengujian *user interface* menggunakan *System Usability Scale*.
2. *Prototype* yang dirancang merupakan versi tampilan *website*.

1.4 Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan pada penelitian ini yaitu menghasilkan rancangan desain *prototype user interface/user experience* media promosi berbasis *website* pada Baccani Cafe menggunakan metode *Design Thinking* yang sesuai kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang Baccani Café yakni informasi tentang kafe, menu produk, promo produk, ulasan pelanggan, informasi kontak dan lokasi Baccani Cafe.

1.5 Manfaat

Penelitian ini memiliki berbagai manfaat yang dapat memberikan kontribusi signifikan, baik dari segi pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapannya dalam praktik. Manfaat dari hasil perancangan *user interface/user experience* dengan pendekatan *Design Thinking* dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk membantu pemilik kafe/manajer operasional kafe dalam melakukan implementasi teknologi.
2. Sebagai referensi untuk *software developer* dalam mengembangkan menjadi sebuah aplikasi.
3. Dengan implementasi teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan potensi pelanggan yang lebih luas baik bagi lokal maupun nasional.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi dalam penelitian ini karena penelitian tersebut yang menggunakan *Design Thinking* dan pengujian menggunakan *System Usability Scale* untuk melakukan evaluasi dan perancangan UI/UX. Penelitian terdahulu ditunjukkan seperti pada Tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Roro Pangestuti, Reissa Permatasari, Seftin Fitri Ana Wati	Ayu Design Coffee Care Dengan Metode <i>Design Thinking</i> Berbasis <i>Mobile App</i> Pada Cafe Proof.Coffee	Aplikasi ini membantu pengguna memilih menu aman dan merekomendasikan kafe dengan substitusi bahan bagi pelanggan alergi. Pengujian <i>usability</i> melalui evaluasi heuristik dan SUS menunjukkan peningkatan skor dari 72,5 menjadi 81 setelah perbaikan desain iteratif.
Ayutia Apriade Voutama	Yasmin, Perancangan Pada Aplikasi STAYZY Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Pengujian <i>usability</i> menunjukkan bahwa petunjuk visual, seperti tombol tersorot, penting untuk interaksi pengguna, dan prototipe memperoleh skor SUS di atas 70 yang menandakan desain UI/UX diterima dengan baik.

2.2 User Interface

User Interface (UI) adalah bagian dari perangkat lunak yang memungkinkan interaksi antara pengguna dan sistem. UI mencakup komponen seperti tombol, ikon, input teks, grafik, dan elemen-elemen lain yang membentuk pengalaman interaksi pengguna. UI dirancang untuk memastikan bahwa pengguna dapat berinteraksi dengan aplikasi atau sistem dengan mudah dan intuitif. UI adalah antarmuka yang memfasilitasi komunikasi antara pengguna dan komputer melalui perangkat input misalnya, *keyboard*, *mouse*, layar sentuh dan *output* seperti layar komputer. UI yang

efektif harus menyediakan jalur komunikasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pengguna.

Dari penjelasan tersebut *user interface* mempunyai peran yang penting dalam efektivitas suatu sistem informasi. Dalam membangun sebuah *website* untuk sebuah kafe diperlukan *user interface* yang *user friendly*, sehingga dapat memudahkan pengunjung untuk berinteraksi dengan *website* kafe.

2.3 User Experience

Menurut definisi dari ISO ISO 9241-210 (2010), *User Experience* (UX) adalah persepsi individu tentang sistem, produk, atau layanan yang didasarkan pada pengaruh yang dirasakan selama penggunaan dan interaksi. UX mencakup pengalaman yang lebih luas daripada hanya kemudahan penggunaan, mencakup faktor emosional, psikologis, dan sensorial yang terlibat dalam penggunaan produk.

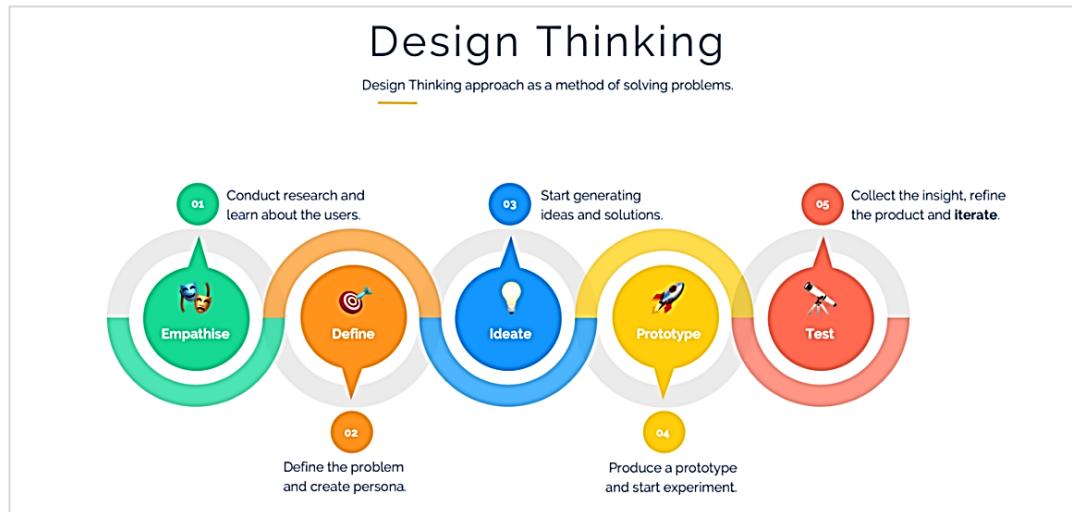
User Experience (UX) adalah konsep yang luas yang merujuk pada keseluruhan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan produk, sistem, atau layanan. UX melibatkan berbagai faktor, mulai dari kemudahan penggunaan, hingga kepuasan emosional yang dirasakan pengguna. Dalam tugas akhir, memahami teori-teori dasar UX yang terkini sangat penting untuk merancang produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan bagi pengguna.

Dari penjelasan tersebut *user experience* memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman yang baik bagi pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk atau aplikasi. Dalam pengembangan sebuah *website* kafe, penerapan prinsip-prinsip *user experience* yang tepat sangat diperlukan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memudahkan pengunjung dalam berinteraksi dengan *website* tersebut, sehingga mereka merasa nyaman dan puas selama mengakses *website* kafe.

2.4 Metode *Design Thinking*

Desain bukan hanya tentang estetika, tetapi tentang menciptakan solusi yang inovatif untuk masalah pengguna. *Design Thinking* adalah proses yang menggabungkan pemahaman yang mendalam tentang pengguna dengan potensi teknologi dan keinginan pasar untuk menciptakan solusi yang berkelanjutan

(Brown, T., 2021). Metode *Design Thinking* secara umum terdapat lima alur langkah utama yang sering diikuti. Alur pada metode *Design Thinking* ditunjukkan seperti pada Gambar 2.1 dibawah ini.



Gambar 2.1 Metode *Design Thinking*

Sumber: (Darmawan, 2021)

Pada metode *Design Thinking* terdapat lima tahapan yaitu tahap pertama *Empathize*, tahap kedua *Define*, tahap ketiga *Ideate*, tahap keempat *Prototype*, tahap kelima *Test*. Berikut merupakan penjelasan dari setiap tahapan tersebut.

1. *Empathize*

Empathize adalah memahami situasi dan kondisi yang dialami oleh pelanggan mengenai keluhan, keinginan. Pada tahap ini, kita harus memahami kebutuhan, batasan, perilaku, dan aspirasi *user*. Ketika sudah mengetahui *user* atau pengguna yang akan dituju, maka perlu mengetahui pengalaman, emosi, dan situasi dari pengguna. Mencoba menempatkan diri sebagai pengguna sehingga dapat benar-benar memahami kebutuhan pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara kepada pengguna, dan cara lainnya.

User persona adalah representasi fiktif dari pengguna ideal berdasarkan data riset yang diperoleh melalui wawancara, survei, atau observasi. Tujuannya adalah untuk membantu tim desain atau pengembangan produk memahami siapa pengguna mereka, kebutuhan mereka, serta tantangan yang mereka hadapi.

Tahap ini akan menggambarkan persona yang telah diwawancara melalui narasi singkat yang mencakup elemen-elemen psikologis, seperti identitas, status sosial, tujuan hidup, serta pengalaman yang dimiliki (Kusuma, Nurhuda, et al., 2021).

2. Define

Define adalah memilih dan mendefinisikan permasalahan pengguna yang akan diselesaikan. Berdasarkan data yang telah kita dapatkan dari tahap *empathize*, mulai mendefinisikan *insight* dan pola yang muncul. Setelah merumuskan masalah yaitu menggambarkan permasalahan tersebut dengan menggunakan model pendekatan *pain point* dan *how might we*.

Pain Point adalah istilah yang merujuk pada masalah atau kesulitan yang dihadapi oleh pengguna atau pelanggan dalam suatu proses, produk, atau layanan.

Pain point ini menggambarkan area di mana pengguna merasakan ketidaknyamanan, kebingungan, atau hambatan yang mengganggu pengalaman mereka. Dalam konteks bisnis atau desain produk, memahami *pain point* sangat penting karena akan membantu Baccani Cafe dalam menemukan solusi dalam membuat perancangan *user interface/user experience* yang dapat membantu pelanggan dan efisiensi produk atau layanan terhadap *website* yang akan dibuat.

How Might We adalah teknik untuk merumuskan masalah atau tantangan dalam bentuk pertanyaan terbuka yang mendorong solusi kreatif. Tujuan dari pertanyaan ini adalah untuk menggali kemungkinan solusi tanpa membatasi ide atau pendekatan.

3. Ideate

Setelah mendapat kebutuhan pengguna dari definisi permasalahan yang didapat dari tahap sebelumnya, maka perlu menggambarkan sebuah ide atau pandangan pengguna yang akan menjadi dasar dari produk atau aplikasi yang akan dibuat. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat list kebutuhan *user* dan menggunakan pengetahuan mengenai kondisi yang sedang terjadi.

Dengan kebutuhan yang ada perlu menggambarkan ide solusi yang dibutuhkan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan brainstorming untuk

menghasilkan ide solusi desain dengan menggabungkan kreativitas dalam bentuk sebuah *Affinity Maps* dan *Sitemap*.

Affinity Map adalah teknik visual untuk mengelompokkan ide-ide atau temuan-temuan yang relevan dalam sebuah proyek desain berdasarkan kesamaan atau tema yang muncul. Proses ini sangat berguna untuk mengorganisir informasi dan menemukan pola yang tersembunyi dalam data yang kompleks.

Sitemap adalah sebuah dokumen atau representasi visual yang menggambarkan struktur dan hierarki sebuah situs web. *Sitemap* digunakan untuk merencanakan, merancang, dan mengatur konten situs web, serta menunjukkan bagaimana berbagai halaman dalam situs web saling terhubung. Tujuan utama dari *sitemap* adalah untuk mempermudah navigasi dan perencanaan perancangan tampilan.

4. *Prototype*

Ide-ide yang sudah telah ditentukan sebelumnya maka diimplementasikan dalam sebuah desain *user interface* dan *user experience* atau produk uji coba. Dalam hal ini perlu menghasilkan sebuah produk nyata dan kemungkinan skenario penggunaan yang berupa *low fidelity prototype* dan *high fidelity prototype*.

Low Fidelity prototype adalah representasi dasar dan sederhana dari suatu produk atau desain. Biasanya dibuat menggunakan bahan sederhana dan murah, seperti kertas, sketsa, atau digital wireframe.

High Fidelity prototype adalah jenis *prototype* yang memberikan gambaran lebih akurat tentang cara *user* berinteraksi dengan produk atau antarmuka yang telah jadi dari produk atau antarmuka yang akan dikembangkan.

5. *Test*

Dari produk nyata atau tampilan desain uji coba yang telah dibuat, maka akan dilakukan sebuah percobaan dengan pengguna. Dari pengalaman pengguna dalam menggunakan *prototype* uji coba, maka akan menghasilkan sebuah masukkan untuk membuat *prototype* yang lebih baik dan melakukan perbaikan pada *prototype* yang telah dibuat.

2.5 System Usability Scale

System Usability Scale (SUS) adalah metode pengujian yang dirancang sebagai pengujian cepat dan sederhana. Dengan metode ini, peserta dapat dengan mudah dan cepat melakukan penilaian terhadap tingkat kegunaan suatu produk atau layanan (Brooke, 1996). Metodologi penelitian yang menggunakan SUS melibatkan langkah-langkah sistematis untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait pengalaman pengguna. Skala ini mampu memberikan indikator yang konsisten mengenai pengalaman pengguna, dan penilaian yang diperoleh dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

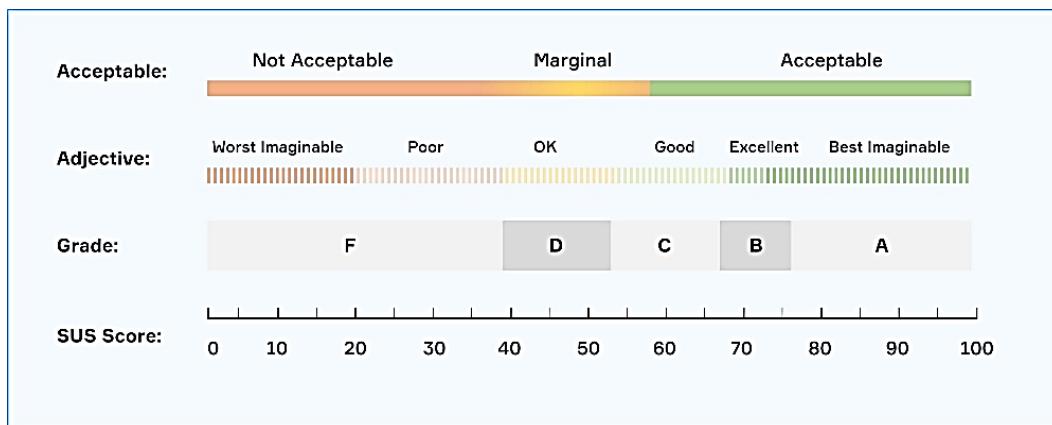
Dalam menggunakan *System Usability Scale (SUS)* ada aturan dalam melakukan perhitungan skor SUS. Aturan perhitungan skor yaitu untuk setiap pertanyaan dengan nomor ganjil, skor yang diperoleh dari pengguna akan dikurangi 1. Setiap pertanyaan dengan nomor genap, skor akhir didapat dari nilai 5 dikurangi skor pertanyaan yang didapat pengguna. Skor akhir SUS diperoleh dengan menjumlahkan semua skor yang telah dihitung dan kemudian dikali dengan 2,5.

Untuk perhitungan selanjutnya, skor SUS rata-rata dari setiap responden dihitung dengan menjumlahkan semua skor dan membaginya dengan jumlah responden. Berikut adalah rumus untuk menghitung skor SUS.

$$\frac{\sum x}{n} = \bar{x} \quad (2.1)$$

\bar{x}	=	Skor rata-rata
$\sum x$	=	Jumlah skor SUS
n	=	Jumlah responden

Skor perhitungan rata-rata yang diperoleh dari responden ini kemudian dibandingkan dengan kriteria penilaian *System Usability Scale* untuk menentukan hasil skor perhitungan pengujian. Gambar 2.2 menunjukkan kategori penilaian skor *System Usability Scale*.



Gambar 2.2 Kategori Penilaian Skor System Usability Scale

Sumber: (Bilung, Maharani, & Marisa, 2023)

2.6 Media Promosi

Website berperan sebagai media *platform* promosi atau dalam literatur dikenal sebagai *direct marketing*, dengan karakteristik kemudahan akses informasi serta tanpa adanya pembatasan dalam pelaksanaan promosi (Zakiyah & Islam, 2022). Kegiatan promosi yang dilakukan secara berkelanjutan melalui *website* dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas bisnis.

Website merupakan sekumpulan halaman web di internet yang saling berkaitan dalam satu topik tertentu untuk menyajikan informasi. Penyajian informasi pada *website* memanfaatkan konsep multimedia, sehingga konten dapat disampaikan melalui berbagai format, seperti teks, gambar, animasi, audio, maupun video.

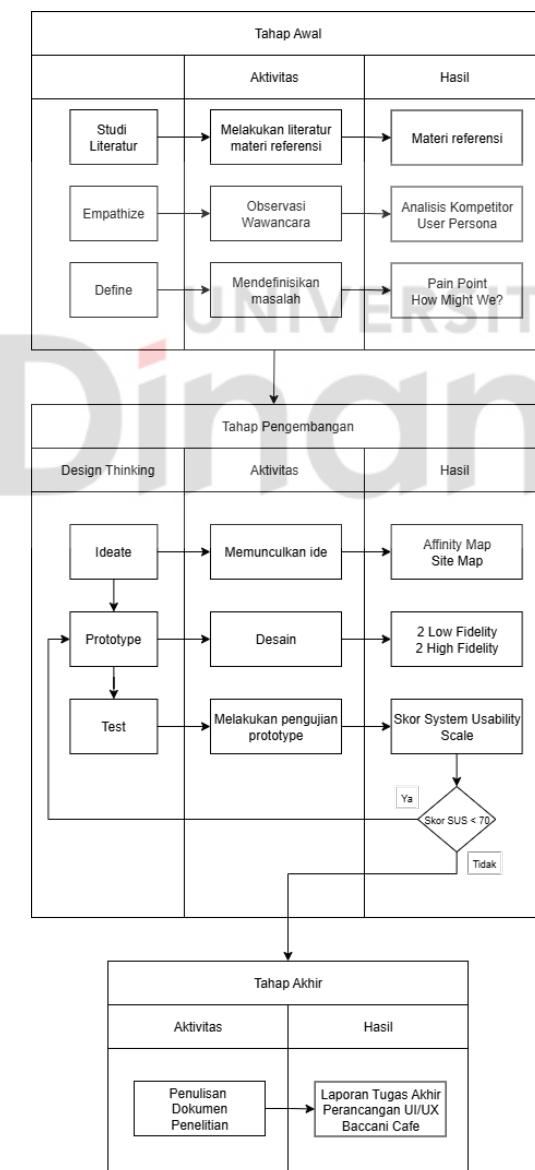
Dalam konteks *direct marketing*, efektivitas suatu promosi dipengaruhi oleh kualitas tampilan *user interface* dan kinerja *user experience website*. Desain visual yang menarik berperan penting dalam membangkitkan minat serta meningkatkan keterlibatan pengunjung terhadap konten yang disajikan (Zakiyah & Islam, 2022).

Selain itu dalam perencanaan media promosi dilakukan dengan menyajikan identitas merek Baccani Café serta menyajikan informasi terkait produk dan jasa maupun kegiatan promosi yang berhubungan dengan kafe. Dalam menunjang promosi tersebut memanfaatkan elemen-elemen visual yang relevan dan selaras dengan karakteristik Baccani Café.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini sebagai kerangka sistematis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan penelitian, sekaligus menjelaskan model maupun tahapan yang diterapkan sepanjang proses penelitian. Pada studi ini, metode *Design Thinking* diadopsi karena karakteristiknya yang berfokus pada pendekatan berpusat pada manusia dalam merancang solusi serta menghasilkan inovasi yang adaptif terhadap kebutuhan pengguna.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.1 Tahap Awal

Pada tahap awal ini melakukan studi literatur dengan informasi dan yang berhubungan dan menggali informasi dari kebutuhan pengguna dalam tahapan *Empathize* dalam bentuk analisis kompetitor dan *user persona* serta dalam tahap *Define* yang memuat *pain point* dan *how might we*.

3.1.1 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk meninjau berbagai materi yang relevan dengan penelitian ini agar mendapatkan informasi akurat. Dalam hal ini juga mencari teori dari beberapa penelitian yang lain dengan kasus yang serupa sebagai acuan referensi. Diantaranya yaitu *user interface/user experience*, *Design Thinking*, Promosi, Perancangan dan *System Usability Scale (SUS)*.

3.1.2 *Empathize*

Merupakan langkah awal dalam metode *Design Thinking*, yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang mendukung perancangan *user interface/user experience*. Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data melalui observasi terhadap kompetitor dan wawancara dengan pemilik kafe, admin kafe dan pelanggan kafe atau calon pengguna. Hasil dari wawancara digunakan untuk mengidentifikasi masalah pengguna dan karakteristik mereka. Selain itu, tahap ini bertujuan untuk memahami proses bisnis dan tujuan dari usaha yang diteliti.

A. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor dilakukan sebagai salah satu tahap observasi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh pesaing dalam bidang yang relevan dengan penelitian ini. Proses ini mencakup pengumpulan data tampilan antarmuka yang digunakan oleh kompetitor. Hasil analisis ini akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam merancang solusi yang mampu memberikan nilai keunggulan kompetitif bagi objek penelitian.

B. *User persona*

Setelah proses riset dilakukan, penulis menyajikan gambaran responden dalam bentuk informasi yang merepresentasikan pengalaman dan persepsi yang dirasakan oleh responden. *User Persona* merupakan representasi karakter dari hasil

wawancara kepada pemilik kafe, admin kafe dan calon pengguna yang akan menjadi acuan gambaran permasalahan dari setiap pengguna dalam merancang tahap berikutnya.

3.1.3 *Define*

Hasil data permasalahan yang dialami pengguna pada tahap *empathize* akan menjadi acuan untuk tahapan *define* yaitu merumuskan masalah yang ingin diselesaikan. Dalam hal ini merumuskan masalah dengan jelas dan spesifik, sehingga fokus pada solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

A. *Pain Point*

Tahap ini berfokus pada penggalian informasi mendalam melalui hasil *user persona* sehingga dapat mendefinisikan permasalahan secara tepat dan relevan. Hasil identifikasi *pain point* kemudian digunakan sebagai dasar untuk merumuskan pendekatan solusi yang sesuai, sehingga proses pengembangan dapat lebih terarah dalam memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

B. *How Might We*

How Might We digunakan untuk mengubah permasalahan yang telah diidentifikasi menjadi bentuk pertanyaan yang bersifat eksploratif dan solutif. Pendekatan ini bertujuan untuk membuka ruang berpikir kreatif dalam mencari berbagai kemungkinan solusi yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

3.2 Tahap Pengembangan

Tahap Pengembangan ini mencakup tahap *ideate*, tahap *prototype* dan *test*. Tahap *ideate* menghasilkan *affinity map* dan *sitemap*. Tahap *prototype* menghasilkan *low fidelity* dan *high fidelity prototype*. Tahap *test* meliputi pengujian tampilan *user interface* kepada calon pengguna.

3.2.1 *Ideate*

Tahap *ideate* bertujuan menghasilkan berbagai alternatif ide sebagai solusi terhadap permasalahan yang telah dirumuskan. Proses ini dilakukan melalui sesi brainstorming yang mendorong pemikiran kreatif tanpa pembatasan terhadap jumlah maupun bentuk ide yang dihasilkan.

A. *Affinity Map*

Pada penelitian ini teknik affinity map diterapkan setelah mengelompokkan ide-ide yang telah dihasilkan, sehingga hubungan antar gagasan dapat diidentifikasi dengan lebih jelas. *Affinity map* merupakan metode pengelompokan ide yang digunakan untuk menyusun dan mengorganisasi gagasan berdasarkan kesamaan tema, fungsi, atau tujuan.

B. *Sitemap*

Proses perancangan *sitemap* bertujuan untuk memetakan hubungan antar halaman atau fitur secara sistematis, sehingga memudahkan pengguna dalam memahami alur navigasi. Dengan adanya *sitemap*, proses pengembangan antarmuka menjadi lebih terarah, konsisten, dan selaras dengan kebutuhan pengguna.

3.2.2 *Prototype*

Setelah mengumpulkan ide akan dilakukan *prototype* dari solusi yang telah dibuat dari tahap sebelumnya. Tujuannya adalah untuk membuat perancangan kerangka desain dalam bentuk *low fidelity* dan perancangan tampilan *high fidelity* menjadi lebih konkret dan mudah diuji.

A. *Low Fidelity Prototype*

Low fidelity prototype merupakan bentuk awal dari rancangan sistem yang bersifat sederhana, statis, dan tidak interaktif. Prototipe ini biasanya dibuat dalam bentuk sketsa tangan atau menggunakan alat bantu *wireframing* digital. Fokus utama dari prototipe ini adalah pada struktur, tata letak, dan alur navigasi tanpa memperhatikan aspek visual seperti warna atau tipografi.

B. *High Fidelity Prototype*

High fidelity prototype merupakan prototipe yang memiliki tampilan dan fungsi yang menyerupai sistem akhir. Prototipe ini dibuat menggunakan alat desain seperti *Figma*, *Adobe XD*, atau perangkat lunak lain yang memungkinkan interaktivitas. Desain sudah mencakup warna, ikon, teks, dan elemen visual lainnya yang sesuai dengan identitas sistem.

3.2.3 Test

Langkah terakhir setelah proses perancangan desain antarmuka selesai, yaitu melakukan pengujian terhadap desain tersebut dengan melibatkan pengguna. Hasil dari pengujian ini akan dijadikan sebagai referensi desain *website* yang telah dirancang ini memerlukan evaluasi atau tidak, hasil evaluasi ini akan mencakup perubahan dan penyempurnaan desain dalam. Pengujian ini akan dilakukan pada *high fidelity prototype* dengan menggunakan metode *System Usability Scale*.

Metode *System Usability Scale (SUS)* bekerja dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form* kepada 30 responden calon pengguna yang memahami dan mengikuti perkembangan teknologi dengan kriteria berumur 17-40 tahun. Untuk tabel pertanyaan *System Usability scale* dapat dilihat pada Tabel 3.1 dibawah berikut ini.

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner *System Usability Scale*

No.	Pertanyaan
1.	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi
2.	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan
3.	Saya merasa sistem ini mudah digunakan
4.	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam menggunakan sistem ini
5.	Saya merasa fitur-fitur sistem ini berjalan dengan semestinya
6.	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi pada sistem ini)
7.	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat
8.	Saya merasa sistem ini membingungkan
9.	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini
10.	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini

3.3 Tahap Akhir

Penulisan dokumen penelitian merupakan tahapan terakhir dalam melakukan penelitian ini yang merujuk pada penyusunan laporan dari hasil pembahasan perancangan *user interface/user experience* media promosi berbasis *website* pada Baccani Café.

3.4 Kebutuhan *Software* dan *Hardware*

Alat yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan penelitian serta

mengolah data yang diperoleh. Beberapa alat yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perangkat keras (*Hardware*)
 - a. Laptop dengan spesifikasi RAM 8 GB, processor Intel(R) Core(TM) i7-8750H CPU @ 2.20GHz 2.20 GHz sebagai alat yang utama dalam merancang *user interface/user experience* media promosi berbasis *website* pada Baccani Café.
2. Perangkat lunak (*Software*)
 - a. Figma digunakan dalam merancang *user interface/user experience* media promosi berbasis website pada Baccani Café.
 - b. *Microsoft Excel* dan *Microsoft Word* digunakan untuk membantu dalam mengolah data dan penulisan dokumen penelitian.
 - c. *Google form* yang digunakan untuk pengumpulan data kuesioner.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tahap Awal

Berdasarkan hasil studi literatur dan proses in-depth interview dengan pemilik kafe, admin kafe dan pelanggan kafe dapat ditemukan beberapa permasalahan yang dialami. Proses penyelesaian masalah yang dilakukan dengan pendekatan menggunakan metode *Design thinking*. Proses metode *Design Thinking* ini terdiri dari lima langkah utama yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* yang bersifat iteratif. Pada tahap awal ini meliputi pembahasan di tahapan *Empathize* dan *Define*. Pendekatan yang berfokus pada pengguna untuk memecahkan masalah dan menciptakan solusi inovatif untuk memahami secara mendalam kebutuhan dan harapan pengguna. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Lampiran 2 dan hasil wawancara dapat dilihat pada Lampiran 3.

4.1.1 *Empathize*

Memahami pengguna dan kebutuhan mereka secara mendalam dengan cara melakukan riset dan pengamatan langsung kepada pelanggan maupun kompetitor. Pada tahap ini, melakukan wawancara dengan pemilik kafe, admin kafe dan beberapa pelanggan untuk menggali informasi dan melakukan pengamatan untuk beberapa kompetitor. Hasil dari tahap *Empathize* ini digambarkan dalam bentuk analisis kompetitor dan *user persona* dari calon pengguna yang ditampilkan dibawah sebagai berikut.

A. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor untuk mempelajari informasi yang terdapat pada situs web pesaing agar dapat mengambil keputusan strategi yang lebih tepat. Strategi yang diusulkan meliputi *user interface* dan *user experience* yang lebih mengoptimalkan kecepatan muat, menyederhanakan informasi dan meningkatkan elemen visual yang menarik untuk agar membuat pengunjung *website* menjadi nyaman, sehingga memudahkan penggunaannya dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan mendapatkan informasi sesuai kebutuhan pengguna dapat menambah pengalaman pelanggan dalam mengunjungi *website*. Penelitian ini membuat analisis kompetitor pada *website* pesaing seperti Starbucks, Fore Coffee, dan Excelso Coffee yang ditunjukkan pada Tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1 Analisis Kompetitor

Nama Kompetitor	Kelebihan	Kekurangan
Starbucks https://www.starbucks.co.id/	<ul style="list-style-type: none"> 1. Desain minimalis dan elegan 2. Gambar berkualitas tinggi 3. Navigasi intuitif dan mudah digunakan 4. Warna konsisten 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Waktu muat halaman bisa lebih lama 2. Terlalu banyak informasi dapat membuat bingung pengguna
Fore Coffee https://fore.coffee/	<ul style="list-style-type: none"> 1. Desain modern dengan elemen grafis yang menarik 2. Responsif 3. Warna cerah dan modern 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Elemen desain yang Mencolok
Excelso Coffee https://excelso-coffee.com/	<ul style="list-style-type: none"> 1. Navigasi yang jelas dan mudah dipahami 2. Informasi produk terorganisir dengan baik 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Desain terlalu sederhana 2. Elemen visual kurang menarik

Berdasarkan hasil observasi dengan pemilik kafe dan manajer operasional kafe dalam pemilihan referensi *website* yaitu seperti pada *website* Fore coffee karena menunjukkan tampilan navigasi yang mudah dipahami dan penggunaan warna dan desain yang baik. Untuk *website* starbucks memiliki desain yang baik, namun terlalu banyak navigasi yang dapat membuat bingung pengguna dan elemen visual yang membuat waktu muat bisa lebih lama. Pada *website* Excelso juga menunjukkan navigasi yang jelas namun desain terlalu sangat sederhana menjadi kurang menarik.

B. *User Persona*

Berdasarkan data informasi dari wawancara memuat tanggapan dan keluhan dari pemilik kafe, admin kafe, dan pelanggan kafe. Data informasi yang didapat tersebut diolah menjadi dalam bentuk *user persona*. Gambaran dari setiap *user persona* ditunjukkan sebagai berikut.

B.1 User Persona Pemilik Kafe

User persona pemilik kafe didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik kafe, dalam hasil wawancara ditemukan kebutuhan dan tujuan dari pemilik kafe yang kemudian dirangkum dalam bentuk sebuah *user persona* dengan ditunjukkan seperti Gambar 4.1 di bawah ini.

Kevin
Pengusaha

• Umur : 30 Tahun
• Pengusaha
• Lokasi : Surabaya

Bio

Kevin adalah seorang pengusaha muda yang telah memiliki dan mengelola kafe Baccani di pusat kota Surabaya selama 3 tahun. Kevin sangat menyukai dunia kuliner dan merasa bahwa kafe adalah tempat yang sempurna menjalankan bisnisnya. Kevin ingin menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pengunjung kafe.

Needs

- Ia ingin menyajikan informasi tentang menu dan promosi yang sedang berlangsung untuk menarik pengunjung baru dan mempertahankan pelanggan setia.
- Kevin ingin menampilkan foto-foto berkualitas tinggi dari makanan, minuman, dan suasana kafe untuk meningkatkan daya tarik visual.
- Kevin kesulitan mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan, yang penting untuk perbaikan layanan dan produk.
- website dapat memuat seputar informasi acara/event kafe maupun artikel tentang kopi agar dapat menarik kunjungan pelanggan

Goals

- Kevin ingin menggunakan website sebagai alat untuk menarik lebih banyak pengunjung ke kafe.
- Kevin ingin memastikan bahwa pelanggan selalu mendapatkan informasi terbaru kafe, mengenai menu dan promo yang sedang berlangsung.

Gambar 4.1 *User Persona* Pemilik Kafe

B.2 User Persona Admin Kafe

User persona admin kafe didapatkan dari hasil wawancara dengan admin kafe dalam hasil wawancara ditemukan kebutuhan dan tujuan dari yang kemudian dirangkum dalam sebuah bentuk *user persona* yang ditunjukkan seperti Gambar 4.2 di bawah ini.

Dasha
Barista

• Umur : 23 Tahun
• Status : Mahasiswa
• Lokasi : Surabaya

Bio

Dasha adalah barista muda yang bersemangat untuk belajar dan berkembang di industri kafe. Dia mencari lingkungan kerja yang positif dan mendukung, serta peluang untuk meningkatkan keterampilan dan pengalaman. Dengan komitmen terhadap layanan pelanggan yang baik.

Needs

- Dasha memerlukan website admin yang mudah dipahami
- Dasha membutuhkan navigasi aplikasi yang baik

Goals

- Dasha ingin menggunakan aplikasi untuk mengelola kebutuhan informasi kafe yang mendukung promosi kafe
- Tidak mengalami masalah selama mengelola untuk membuat atau mengedit suatu informasi

Gambar 4.2 *User Persona* Admin Kafe

B.3 User Persona Pelanggan Kafe

User persona pelanggan kafe didapatkan dari hasil wawancara dengan pelanggan yang kemudian dirangkum dalam sebuah bentuk *user persona* yang ditunjukkan seperti Gambar 4.3 dibawah ini.

Pelanggan

Rizdhan
Software Developer

- Umur : 25 Tahun
- Freelance
- Lokasi : Surabaya

Bio
Rizdhan adalah seorang freelancer yang bekerja dari berbagai tempat, terutama kafe, karena ia merasa suasana kafe yang nyaman mendukung produktivitasnya. Sebagai seseorang yang aktif di dunia digital, Rizdhan sering mencari kafe baru untuk dijadikan tempat bekerja sambil menikmati kopi atau makanan ringan. Ia menginginkan sebuah pengalaman yang menyenangkan dan mudah ketika mencari informasi tentang kafe.

Needs

- Kemudahan akses informasi kafe seperti produk, lokasi, jam operasional dan kontak kafe
- Website yang mudah dipahami dan cepat
- Promo atau diskon
- Dapat memberikan sebuah ulasan maupun pertanyaan

Goals

- Mendapatkan informasi kafe dengan cepat dan akurat
- Menemukan tempat yang cocok untuk bekerja
- Mendapatkan promo dan diskon yang menarik

Gambar 4.3 *User Persona* Pelanggan Kafe

4.1.2 Define

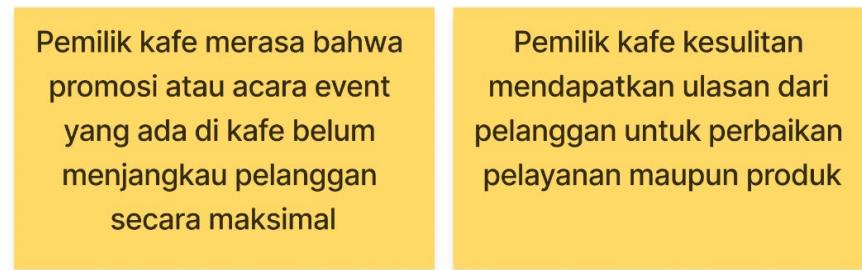
Tahap *Define* bertujuan untuk merumuskan masalah yang harus dipecahkan berdasarkan wawasan yang didapatkan pada tahap *Empathize*. Dalam tahap ini masalah disajikan pada *Pain Point* pengguna dan menyusun *How Might We (HMW)* sebagai pertanyaan yang dapat mengarah pada solusi yang tepat. *Pain Point* dan *How Might We* dijelaskan sebagai berikut ini.

A. Pain Point

Pain point merupakan metode untuk membantu mendefinisikan permasalahan sesuai dengan kebutuhan pengguna berdasarkan informasi yang telah diolah dari *user persona*. Penjelasan *pain point* tersebut digambarkan sebagai berikut.

A.1 Pain Point Pemilik Kafe

Pain point pemilik kafe mengidentifikasi dan membantu ekspetasi pemilik kafe yang belum tercapai seperti pemilik kafe merasa bahwa promosi yang dilakukan di baccani belum dapat menjangkau dengan maksimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kafe yang nantinya akan dijadikan sebagai definisi permasalahan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.4 dibawah ini.



Gambar 4.4 *Pain Point* Pemilik Kafe

A.2 *Pain Point* Admin Kafe

Pain point ini dengan mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh admin kafe, data ini dapat menciptakan solusi yang lebih efektif dan membantu admin kafe dalam mengelola aplikasi *backoffice* untuk internal secara keseluruhan. Gambar 4.5 menunjukkan pain point pada admin kafe.

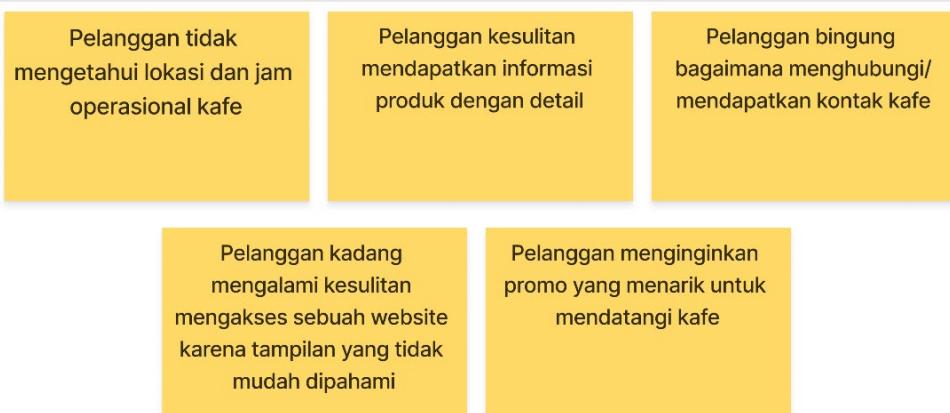


- | | |
|---|---|
| Kesulitan dalam mengelola informasi jika sistem admin tidak intuitif atau fitur yang sulit ditemukan. | Terhambat halaman muat yang berat akan mengganggu saat menambah atau memperbarui informasi. |
|---|---|

Gambar 4.5 *Pain Point* Admin Kafe

A.3 *Pain Point* Pelanggan Kafe

Pain point ini dengan mengidentifikasi permasalahan yang dialami pelanggan kafe, data ini dapat memberikan pengalaman pengguna secara keseluruhan seperti yang ditunjukkan seperti Gambar 4.6 dibawah ini.



Gambar 4.6 *Pain Point* Pelanggan

B. How Might We

Setelah mendapatkan *pain point* dari sebelumnya maka akan melanjutkan merumuskan masalah atau tantangan dengan cara yang terbuka, positif, dan dapat dieksplorasi lebih lanjut. Teknik ini bertujuan untuk memunculkan pertanyaan kreatif dan menentukan solusi inovatif dengan merumuskan masalah dalam sebuah metode *how might we* seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2 How Might We

User	Tahapan Journey	Pain Point	How Might We		
Pemilik	Menjangkau Pelanggan	Event/promo belum maksimal menjangkau pelanggan	Bagaimana kita bisa menampilkan info promo secara menarik dan strategis		
	Evaluasi Kualitas	Sulit mendapat ulasan atau <i>feedback</i> dari pelanggan	Bagaimana kita bisa memfasilitasi memberikan ulasan dan pertanyaan dengan mudah?		
	Mengakses aplikasi	Tampilan admin sulit digunakan	Bagaimana kita dapat menciptakan antarmuka admin yang intuitif dan mudah digunakan?		
	Mengelola konten	Tidak ada fitur mengelola data	Bagaimana kita dapat membantu admin dalam melakukan pengelolaan data?		
	Mengakses website	Tampilan tidak mudah dipahami, navigasi sulit	Bagaimana kita dapat mendesain pelanggan menarik, dan intuitif, dan mudah dinavigasi?	UI/UX	untuk
Pelanggan	Mencari informasi produk	Tidak ada wadah untuk informasi menu produk kafe	Bagaimana kita dapat menyajikan informasi menu produk dengan detail dan mudah diakses?		
	Menghubungi kafe	Tidak tahu cara menghubungi atau mencari kontak kafe	Bagaimana kita dapat membantu pelanggan untuk mempermudah mendapat informasi kontak kafe?		
	Mengetahui promo/ <i>event</i>	Tidak tahu promo/ <i>event</i> yang sedang berlangsung	Bagaimana kita dapat membantu pelanggan mendapatkan informasi <i>event</i> ?		
	Memberi ulasan dan pertanyaan	Tidak ada wadah untuk bertanya dan memberikan ulasan	Bagaimana kita dapat menyediakan wadah untuk ulasan atau pertanyaan kepada pelanggan?		



4.2 Tahap Pengembangan

Dalam tahap pengembangan yang dilakukan merupakan pengumpulan ide dengan *brainstorming* sebelum membuat perancangan *user interface*. Tahap pengembangan ini dimulai dengan tahap *Ideate* yang meliputi menyusun *affinity map* dan *sitemap*, lalu dilanjutkan dengan tahap *Prototype* yang meliputi perancangan *user interface low fidelity* dan *high fidelity*, dan diakhiri dengan melakukan *Test* pada tampilan *prototype* yang telah dibuat.

4.2.1 Ideate

Tahap *Ideate* bertujuan untuk menghasilkan ide-ide kreatif untuk solusi yang dapat mengatasi masalah yang telah didefinisikan pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, akan melakukan sesi *brainstorming* dalam menyusun ide-ide menjadi solusi desain yang dapat diuji lebih lanjut. Dalam tahapan ini akan menghasilkan *Affinity Map Diagram* dan *Sitemap* yang ditunjukkan dibawah sebagai berikut.

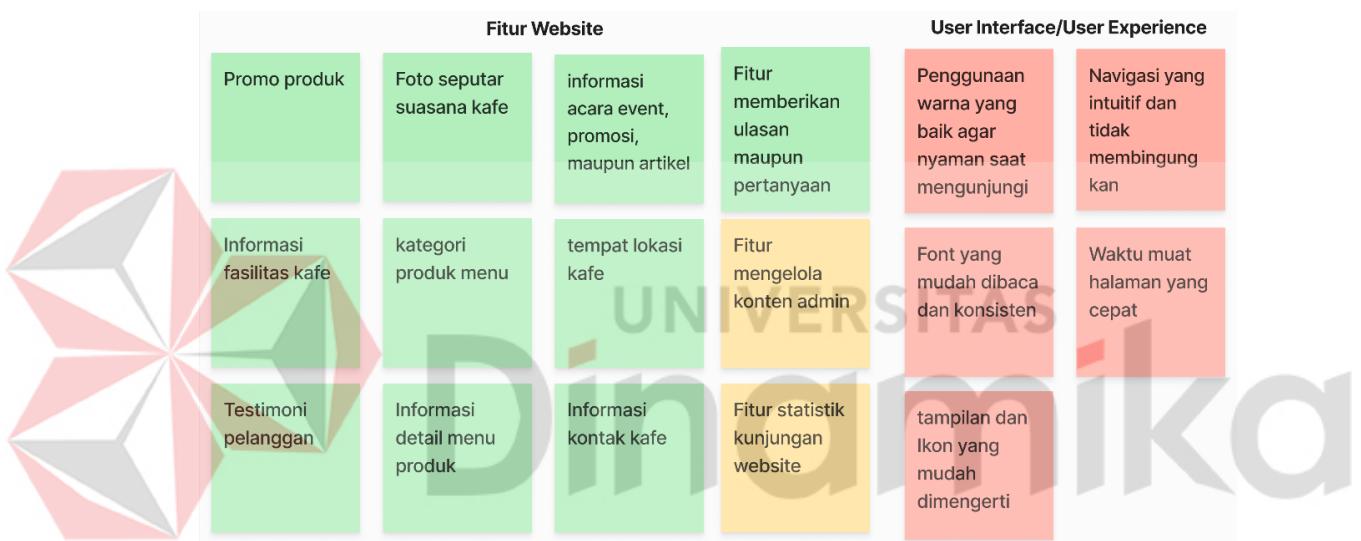
A. Affinity Map

Pada tahap pembuatan *affinity map*, langkah awal yang dilakukan adalah mengumpulkan seluruh data dan ide-ide yang telah diperoleh dari tahapan sebelumnya, yaitu formulasi pertanyaan *How Might We* (HMW). Proses ini kemudian dilanjutkan dengan kegiatan *brainstorming* secara sistematis, yang bertujuan untuk menggali lebih dalam kemungkinan solusi dari permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Dalam proses penggalian ide tersebut, peneliti juga melakukan studi referensi, salah satunya dengan menganalisis kompetitor sejenis, yaitu Fore Coffee, sebagai acuan dalam merancang fitur-fitur yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dari hasil studi tersebut, diperoleh berbagai gagasan awal mengenai fitur dan elemen desain yang berpotensi diterapkan dalam *website* kafe yang sedang dirancang.

Seluruh ide yang muncul selama proses *brainstorming* dan analisis kompetitor tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk *notes* atau catatan-catatan singkat, yang selanjutnya digunakan sebagai bahan dasar dalam menyusun *affinity map*. Tahap berikutnya adalah mengorganisasi dan mengelompokkan catatan-catatan tersebut berdasarkan tema, pola, atau kesamaan jenis kebutuhan, dengan

tujuan untuk memperoleh struktur informasi yang lebih teratur dan mudah dianalisis.

Hasil dari proses pengelompokan tersebut membagi ide-ide solusi ke dalam dua kategori utama. Kategori fitur *website* berwarna hijau merepresentasikan dari kebutuhan pelanggan, kategori berwarna kuning kebutuhan admin dalam hal mengolah konten informasi, sementara kategori UI/UX mengacu pada kebutuhan pengguna dalam hal kenyamanan, kejelasan, dan pengalaman saat menggunakan antarmuka sistem. Gambar 4.7 berikut ini menampilkan visualisasi dari *affinity map* yang telah disusun, yang menjadi landasan penting dalam perancangan solusi berbasis kebutuhan pengguna.



Gambar 4.7 *Affinity Map Diagram*

B. Kebutuhan Fitur *Prototype*

Kebutuhan fitur *prototype* pada penelitian ini merujuk pada hasil *affinity map* yang diperoleh melalui tahapan *empathize*, *define*, dan *ideate* dalam metode *Design Thinking*. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dirumuskan sejumlah kebutuhan fitur utama yang perlu diimplementasikan dalam *prototype*. Tabel 4.3 merupakan penjelasan kebutuhan fitur oleh admin kafe dan pelanggan.

Tabel 4.3 Kebutuhan Fitur Pengguna

User	Halaman	Konten	Deskripsi
Admin	Login	Login admin	Form <i>login</i> untuk mengakses ke halaman aplikasi admin
	Dashboard	Jumlah kunjungan pengguna	Menampilkan statistik kunjungan pengguna <i>website</i>

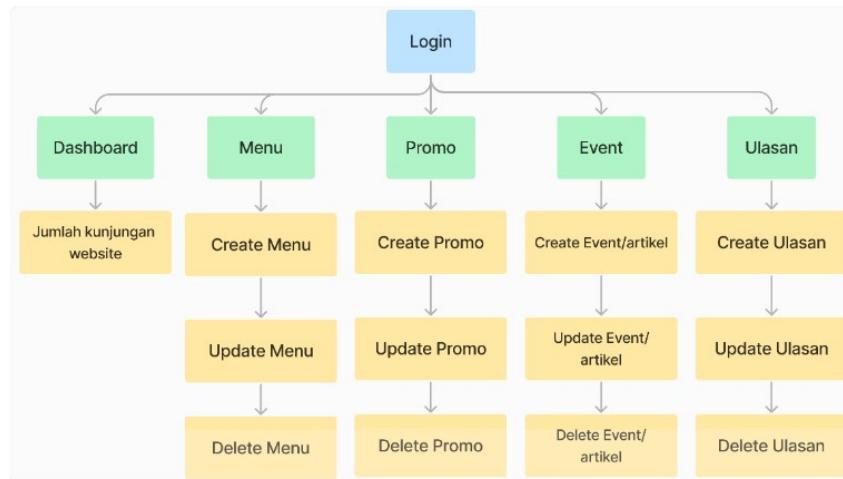
User	Halaman	Konten	Deskripsi
Produk		Navigasi menu	Menampilkan daftar menu aksi
		<i>Read/View</i> produk	Tampilan daftar data produk
		<i>Create</i> produk	Menambahkan data produk
		<i>Update</i> produk	Mengubah data produk
		<i>Delete</i> produk	Menghapus data produk
Promo		<i>Read/View</i> promo	Tampilan daftar data promo
		<i>Create</i> promo	Menambahkan data promo
		<i>Update</i> promo	Mengubah data produk
		<i>Delete</i> promo	Menghapus data produk
<i>Event</i>		<i>Read/View</i> event	Tampilan daftar data <i>event</i>
		<i>Create</i> event	Menambahkan data <i>event</i>
		<i>Update</i> event	Mengubah data <i>event</i>
		<i>Delete</i> event	Menghapus data <i>event</i>
Ulasan		<i>Read/View</i> ulasan	Tampilan daftar data ulasan
		<i>Create</i> ulasan	Menambahkan data ulasan
		<i>Update</i> ulasan	Mengubah data ulasan
		<i>Delete</i> ulasan	Menghapus data ulasan
Pelanggan	<i>Home</i>	<i>Banner</i>	<i>Banner</i> utama tampilan visual
		Sekilas tentang kafe	Informasi singkat profile café
		Promo	Daftar promo yang sedang aktif
		Info menu singkat	Ringkasan menu <i>best seller</i>
		Testi pelanggan	Ulasan/testimoni dari pelanggan
	<i>About Us</i>	Profil Kafe	Informasi tentang latar belakang serta visi dan misi Baccani café
		Galeri kafe	Kumpulan foto suasana dan aktifitas kafe
		Fasilitas kafe	Informasi fasilitas yang tersedia
	Produk	Kategori produk	Daftar kategori dari produk
		Detail informasi produk	Detail nama produk, harga, foto dan deskripsi produk
<i>Event</i>		Daftar acara	Menampilkan daftar acara
		Detail acara	Isi informasi detail dari acara
<i>Contact us</i>	Informasi kontak		Nomor kafe/email/alamat/jam buka
		Ulasan	Form untuk mengisi ulasan & pertanyaan kepada pihak kafe
		Lokasi	Menampilkan lokasi kafe yang terhubung dengan google maps

C. Sitemap

Navigasi alur dalam perancangan tampilan *website* ini dirancang secara terstruktur dalam bentuk *sitemap*, yang berfungsi untuk menggambarkan hierarki halaman serta hubungan antar fitur yang tersedia.

C.1 Sitemap Admin

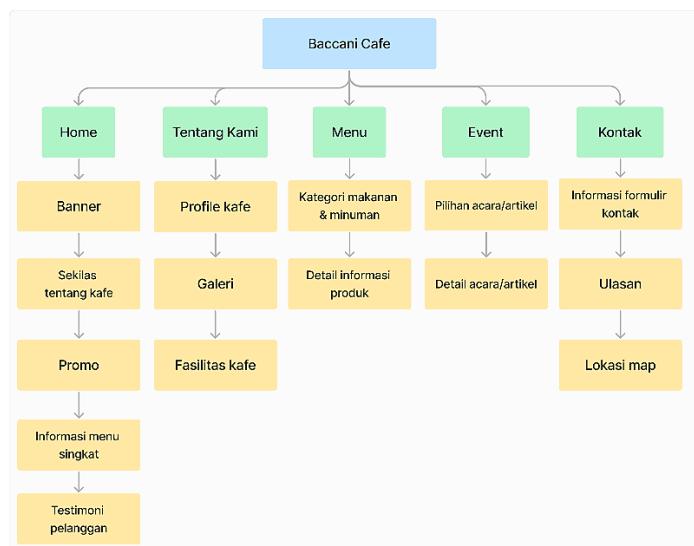
Sitemap admin ini merupakan hasil sebuah navigasi tampilan aplikasi backoffice admin kafe untuk menunjang proses dalam mengelola data seputar kafe yang meliputi menambahkan data, mengedit data dan menghapus data yang ditunjukkan seperti Gambar 4.8 dibawah ini.



Gambar 4.8 *Sitemap Admin*

C.2 Sitemap Pelanggan

Sitemap pelanggan ini merupakan hasil sebuah struktur alur navigasi halaman pelanggan untuk informasi seputar kafe yang meliputi profile kafe, menu produk maupun promo kafe, acara dan juga kontak kafe yang ditunjukkan seperti Gambar 4.9 dibawah ini.



Gambar 4.9 *Sitemap Pelanggan*

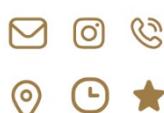
4.2.2 Prototype

Setelah melalui tahap pengumpulan ide pada fase sebelumnya, langkah selanjutnya adalah melakukan perancangan *prototype* berdasarkan solusi yang telah dirumuskan. Tahap ini bertujuan untuk menjadikan rancangan lebih konkret serta memudahkan proses pengujian. Proses perancangan *prototype* mencakup pembuatan *low fidelity prototype* untuk aplikasi admin kafe dan halaman pelanggan kafe, serta pengembangan *high fidelity prototype* untuk kedua jenis antarmuka tersebut.

A. Asset Desain

Asset elemen atau komponen yang digunakan untuk membangun dan mendukung desain produk atau layanan. *Asset* desain berupa berbagai jenis file atau elemen yang dibutuhkan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang konsisten dan efektif, baik dalam desain grafis, desain antarmuka (UI), desain pengalaman pengguna (UX). *Asset* elemen desain yang digunakan dalam perancangan antarmuka terdiri atas palet warna, tipografi, logo, dan ikon yang saling mendukung secara visual. Tabel 4.4 menampilkan penjelasan *asset* elemen desain.

Tabel 4.4 *Asset* Desain

Elemen	Asset	Deskripsi
Logo	 Baccani	Logo ini menggunakan bentuk abstrak bergaya modern yang menyerupai biji kopi dalam posisi melingkar. Elemen visual utama berupa lengkungan-lengkungan halus yang membentuk siluet biji kopi, sekaligus memberi kesan dinamis dan alami. Bentuk melengkung tersebut mencerminkan aliran, aroma, dan kehangatan dari secangkir kopi yang disajikan.
Font	Philosopher Rubik	Penggunaan <i>font Philosopher</i> sebagai font utama dalam penulisan teks nama untuk logo kafe, judul isi konten dan menu navigasi halaman Penggunaan <i>font Rubik</i> sebagai font kedua dalam penulisan teks untuk bagian isi konten dari halaman ter untuk yang mudah dipahami oleh pengguna dalam membaca teks
Ikon		Penggunaan ikon untuk tampilan <i>prototype</i> pelanggan meliputi ikon kebutuhan informasi yang mudah dipahami seperti ikon email, ikon instagram, ikon telepon, ikon lokasi, ikon jam operasional dan ikon bintang atau ikon untuk produk <i>best seller</i> .

Elemen	Asset	Deskripsi
		Penggunaan ikon untuk tampilan <i>prototype</i> admin meliputi ikon pengguna dan sandi pada bagian login admin dan ikon untuk tombol aksi untuk tambah, ubah dan hapus data
Color Palette	 Metallic Bronze #A87840	Warna <i>metallic bronze</i> #A87840 digunakan pada <i>prototype</i> pelanggan untuk bagian <i>card</i> dan <i>footer</i>
	 Shade of Brown #9C876E	Penggunaan warna <i>shade of brown</i> #9C876E untuk pada bagian tombol aksi pada <i>prototype</i> pelanggan
	 white #FFFFFF	Warna putih dengan kode #FFFFFF menjadi warna background dasar untuk <i>prototype</i> admin dan pelanggan
	 Royal Purple #4C44D8	Penggunaan warna <i>royal purple</i> #4C44D8 untuk menampilkan data visual grafik pada <i>prototype dashboard</i> admin
	 Silver #C1C1C1	Penggunaan warna <i>silver</i> #C1C1C1 sebagai tampilan form untuk mengelola data informasi dan tabel pada <i>prototype</i> admin
Font Size	40px	Ukuran font size 40px digunakan sebagai judul konten dan menu navigasi pilihan halaman
	30px	Ukuran font size 30px pada sub judul konten
	20px	Ukuran font size 20px digunakan untuk isi konten

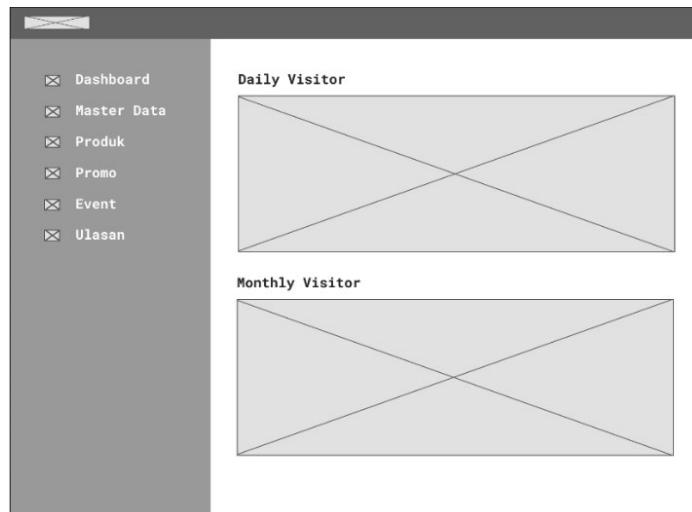
B. Low Fidelity Prototype Admin Kafe

Low fidelity prototype admin kafe merupakan gambaran dasar aplikasi admin, rancangan ini terdiri atas tiga komponen utama, yaitu *header*, *sidebar* dan *main content* area. Terdapat tombol fungsi untuk kebutuhan admin dalam mengolah data informasi dalam mendukung proses penyajian informasi pada Baccani Cafe.

B.1 Low Fidelity Prototype Dashboard Admin

Gambar 4.10 menampilkan *low fidelity* pada halaman *dashboard* admin yang menampilkan struktur dasar antarmuka setelah proses *login*. *Sidebar* yang terletak di sisi kiri tampilan, menyajikan menu navigasi fitur menu yang terdiri atas sejumlah ikon dan label teks. Sementara itu, area *container* digunakan untuk

menampilkan informasi visual atau data penting seperti grafik kunjungan website pelanggan.

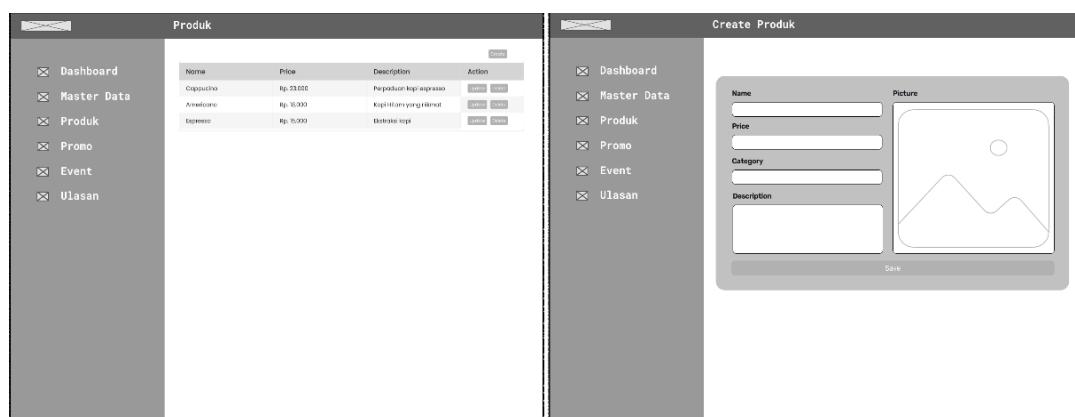


Gambar 4.10 Low Fidelity Dashboard Admin

B.2 Low Fidelity Prototype View dan Create Produk Admin

Desain *view* produk terdiri atas tiga bagian utama, yaitu *header* terdapat logo dan nama halaman, *sidebar* untuk navigasi antar menu, serta *main content* area yang menampilkan data dalam bentuk tabel. Tabel tersebut memuat daftar informasi dan tombol aksi.

Low fidelity untuk halaman *create* produk, dimana pada bagian *header* terdapat logo kafe dan nama halaman. Bagian *sidebar* menampilkan menu navigasi sedangkan area *container* memuat form *input* data yang terdiri dari 4 *text box*, serta komponen untuk unggah gambar dan dilengkapi dengan tombol aksi. Gambar 4.11 menampilkan *low fidelity* halaman *view* dan *create* produk.

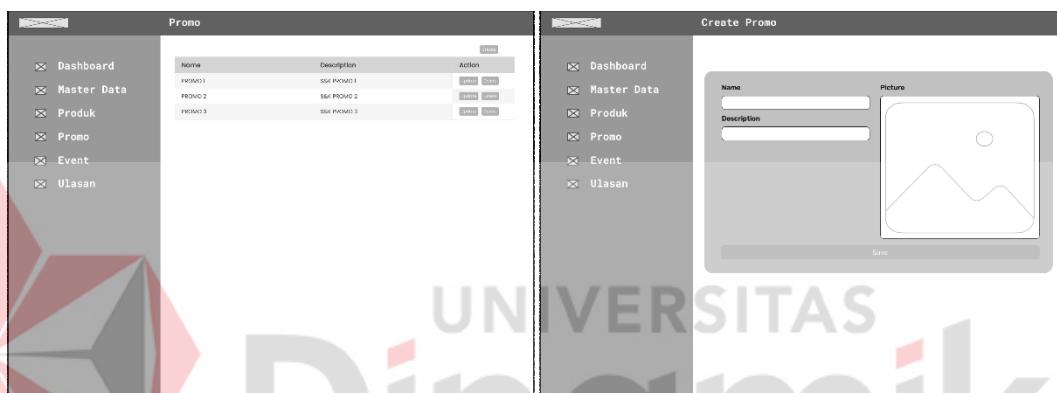


Gambar 4.11 Low Fidelity Prototype View dan Create Produk Admin

B.3 Low Fidelity Prototype View dan Create Promo Admin

Low fidelity pada halaman *view produk*, yang pada bagian *header* memuat logo Baccani serta judul halaman. Bagian *sidebar* menyajikan opsi menu navigasi, sedangkan main *content* area yang menampilkan data dalam bentuk tabel. Tabel tersebut memuat daftar informasi dan tombol aksi.

Low fidelity untuk halaman *create promo* terdapat bagian *header* yang mencakup logo kafe dan nama dari halaman. Bagian *sidebar* menampilkan menu navigasi, sedangkan area *container* memuat form input data yang terdiri dari 2 *text box*, komponen unggah gambar dan dilengkapi dengan tombol aksi. Gambar 4.12 menampilkan *low fidelity* halaman *view* dan *create promo*.



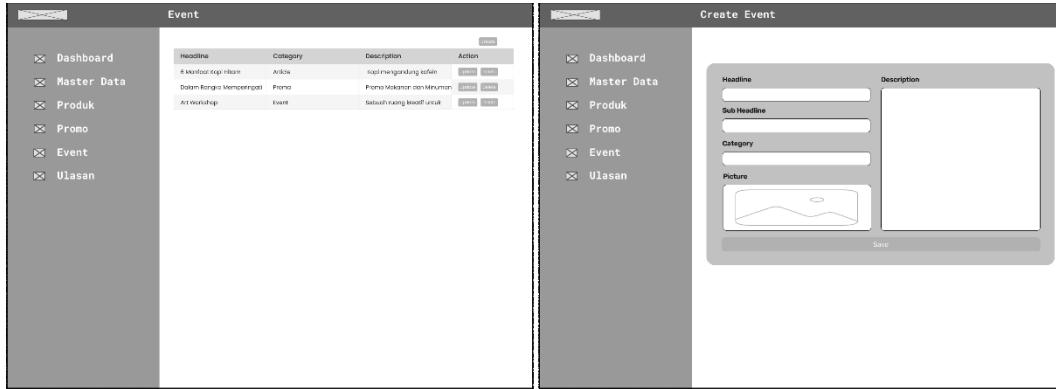
Gambar 4.12 Low Fidelity Prototype View dan Create Promo Admin

B.4 Low Fidelity Prototype View dan Create Event

Pada rancangan *low fidelity* halaman *view event*, bagian *header* terdiri dari elemen logo Baccani dan judul halaman untuk memberikan identitas yang jelas. Di sisi kiri, terdapat *sidebar* yang menyajikan menu navigasi guna mempermudah perpindahan antar halaman. Sementara itu, area utama atau *container* menampilkan informasi *event* dalam format tabel yang berisi daftar data beserta tombol aksi untuk mengelola informasi tersebut.

Sedangkan pada tampilan *low fidelity* halaman *create event*, bagian *header* mencakup logo kafe serta nama halaman sebagai penanda konteks halaman yang sedang diakses. Menu navigasi tetap disajikan melalui *sidebar* di sisi kiri. Di bagian *container*, ditampilkan form input yang terdiri dari empat *text box* untuk mengisi data *event*, sebuah komponen unggah gambar, dan tombol aksi untuk menyimpan

data. Gambar 4.13 menggambarkan rancangan *low fidelity* untuk kedua halaman tersebut, yaitu *View Event* dan *Create Event*.

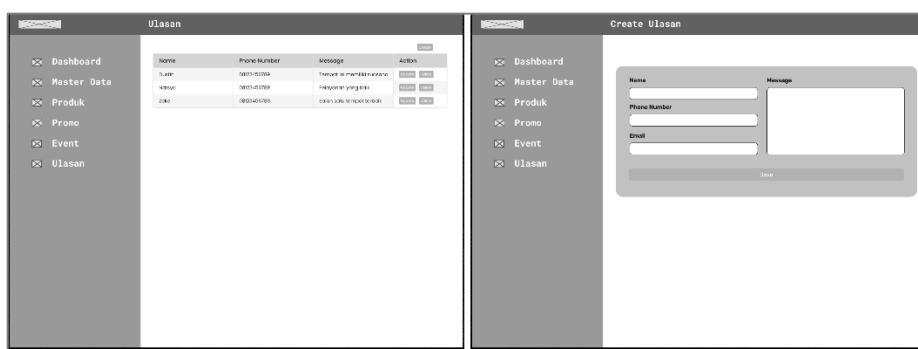


Gambar 4.13 Low Fidelity Prototype View dan Create Event Admin

B.5 Low Fidelity Prototype View dan Create Ulasan

Rancangan *low fidelity* pada halaman *view ulasan* menampilkan bagian *header* yang memuat logo Baccani serta judul halaman untuk memberikan identitas visual yang konsisten. Di sisi kiri, terdapat *sidebar* yang menyajikan menu navigasi sebagai akses cepat ke halaman lainnya. Sementara itu, area utama atau *container* menampilkan data ulasan dalam format tabel yang berisi daftar informasi lengkap beserta tombol aksi untuk pengelolaan data.

Tampilan *low fidelity* halaman *create ulasan*, bagian *header* tetap memuat logo kafe dan nama halaman untuk menunjukkan konteks tampilan. Menu navigasi disusun dalam *sidebar* di sisi kiri, sedangkan area *container* berisi *form input* data berupa empat *text box*, komponen unggah gambar, serta tombol aksi yang digunakan untuk menyimpan data ulasan. Gambar 4.14 menyajikan visualisasi rancangan *low fidelity* untuk halaman *view* dan *create ulasan* secara keseluruhan.



Gambar 4.14 Low Fidelity Prototype View dan Create Ulasan Admin

C. Low Fidelity Prototype Halaman Pelanggan

Tampilan desain untuk halaman pelanggan ini berupa berwarna hitam dan putih yang dapat menyajikan informasi seputar kafe sebagai media promosi untuk pelanggan dalam mendukung proses bisnis pada Baccani Café berbasis *website*.

C.1 Low Fidelity Prototype Home Pelanggan

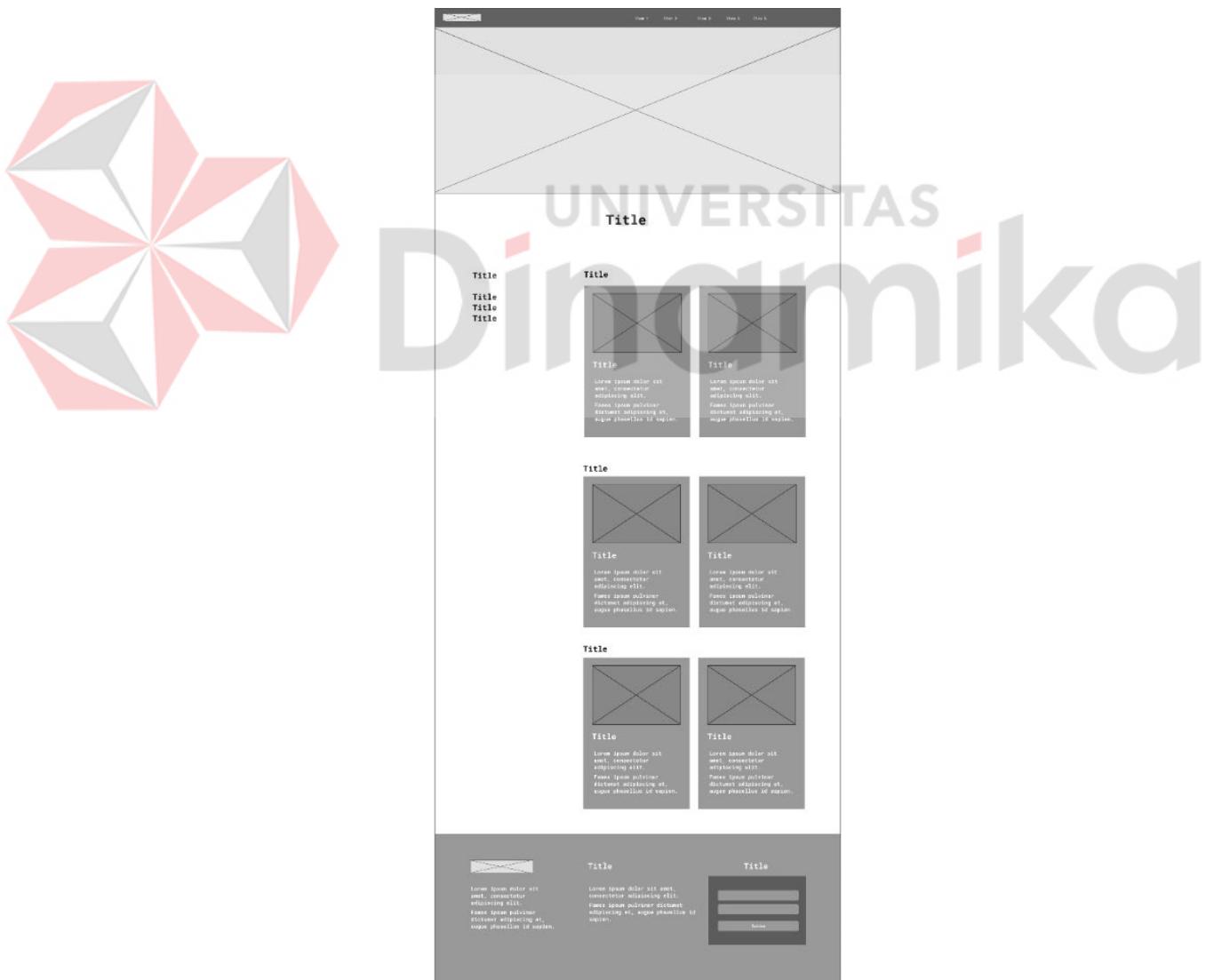
Gambar 4.15 menampilkan rancangan *low fidelity* untuk halaman beranda, yang disusun guna merepresentasikan struktur dasar antarmuka sebelum tahap perancangan visual akhir. Pada bagian *header* halaman terdapat warna gelap yang memuat logo di sisi kiri serta pilihan menu navigasi horizontal di sisi kanan. Bagian *container* dimulai dengan *banner hero*, diikuti dengan beberapa bagian berjudul yang dipadukan dengan teks deskriptif, tombol interaksi, serta komponen gambar pendukung. Selanjutnya, terdapat susunan konten berbentuk *grid* yang menampilkan kombinasi antara gambar dan teks deskriptif, diakhiri dengan bagian *footer* yang berisi tambahan informasi kafe.



Gambar 4.15 Low Fidelity Prototype Home Pelanggan

C.2 Low Fidelity Prototype Produk

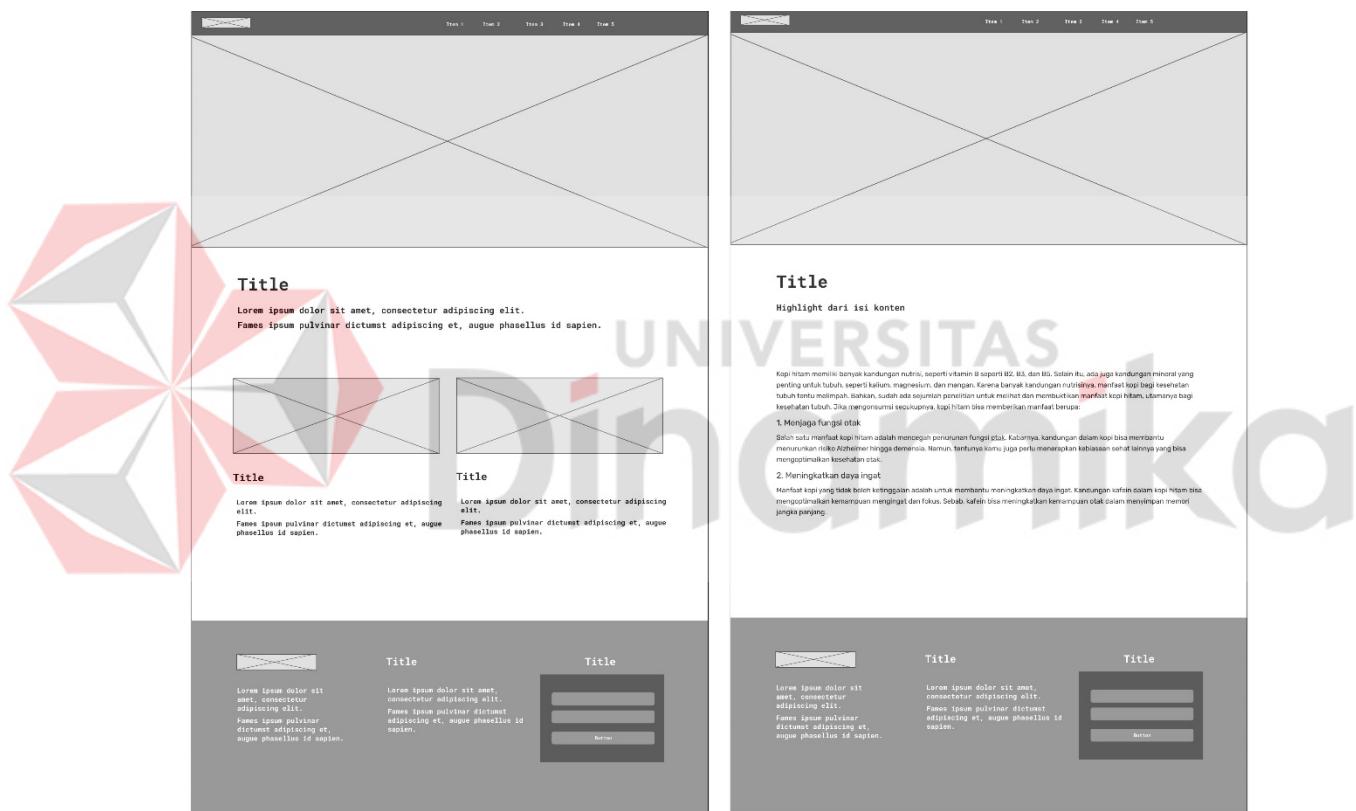
Gambar 4.16 menampilkan *low fidelity* pada halaman menu produk yang dirancang sebagai representasi awal struktur dan tata letak antarmuka sebelum pengembangan detail visual. Desain ini memuat *header* dengan elemen pilihan navigasi utama di bagian atas, diikuti oleh area *hero image* berukuran penuh untuk menampilkan konten visual utama. Panel navigasi pilihan kategori ditempatkan pada sisi kiri untuk memudahkan pengguna dalam memilih kategori jenis produk, sedangkan konten produk disajikan dalam bentuk *card layout* yang memuat area gambar, judul, dan deskripsi singkat. Bagian bawah halaman memuat area informasi tambahan seperti deskripsi merek, kontak yang berfungsi sebagai sarana interaksi lebih lanjut dengan pengguna.



Gambar 4.16 *Low Fidelity Prototype* Produk Pelanggan

C.3 Low Fidelity Prototype Event dan Detail Event

Gambar 4.17 menampilkan *low fidelity* pada halaman *event* yang dirancang untuk menyajikan daftar kegiatan secara ringkas dan mudah diakses oleh pengguna. daftar kegiatan ditampilkan dalam format *card layout*, di mana setiap *card* memuat judul, gambar representatif, dan deskripsi ringkas. Halaman *detail event* menekankan pada penyajian informasi yang lebih mendalam terkait acara yang dipilih. Bagian atas halaman tetap mempertahankan *hero image* untuk konsistensi visual, diikuti oleh judul, sorotan konten dan deskripsi detail yang memuat informasi lengkap mengenai acara.

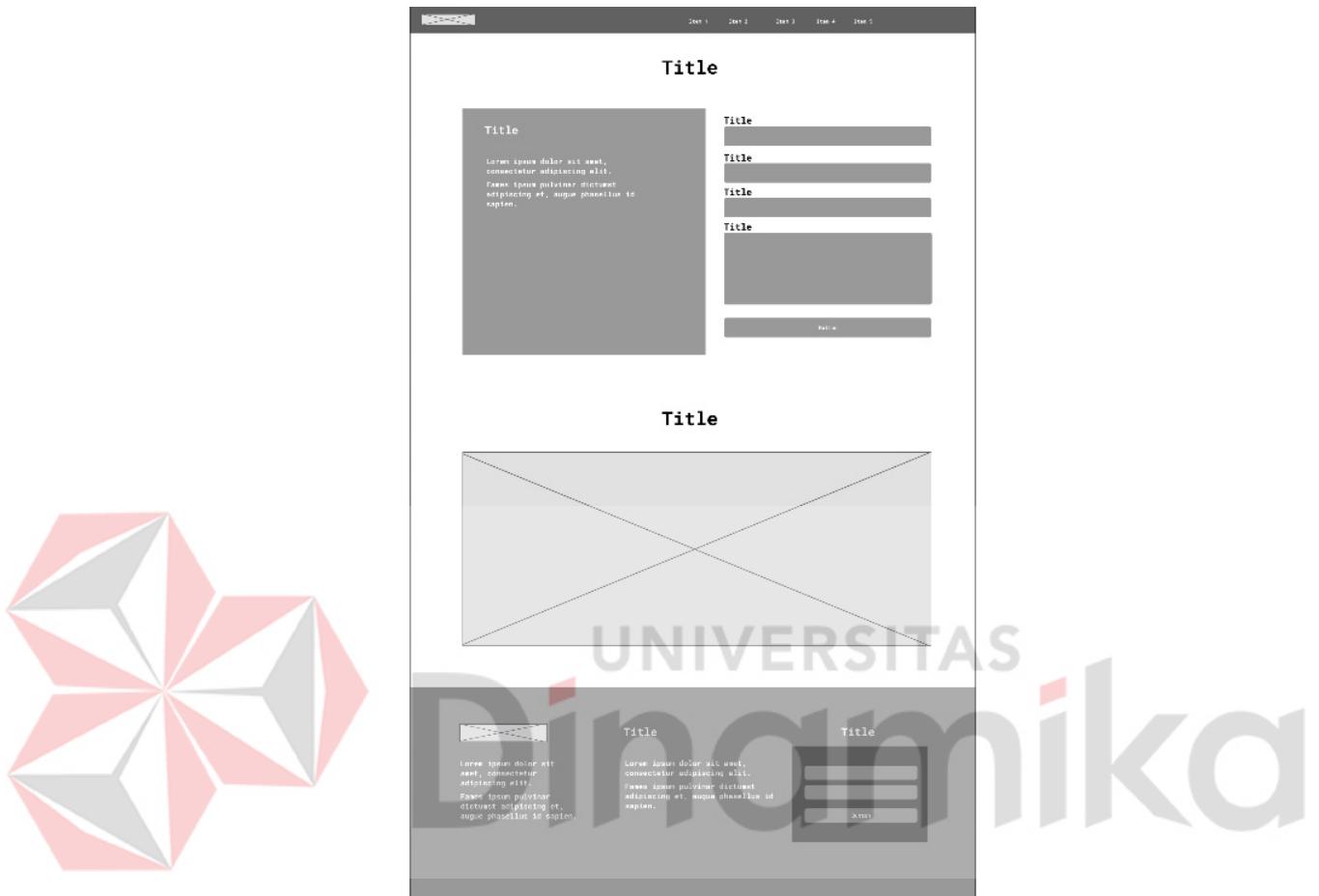


Gambar 4.17 *Low Fidelity Prototype Event dan Detail Event Pelanggan*

C.4 Low Fidelity Prototype Contact Us

Gambar 4.18 menampilkan *low fidelity* halaman *contact us* yang dirancang dengan susunan elemen yang sederhana namun informatif, area deskripsi teks yang mencakup informasi kontak kafe, dan beberapa kolom isian formulir *text box*. Terdapat pula bagian peta visual yang merepresentasikan lokasi, serta bagian *footer* berisi informasi tambahan seperti alamat fisik, kontak telepon, dan tautan media

sosial, yang diletakkan secara terstruktur guna meningkatkan kemudahan akses informasi dan memperkuat kejelasan komunikasi antara pengguna dan penyedia layanan.



Gambar 4.18 *Low Fidelity Prototype Contact Us Pelanggan*

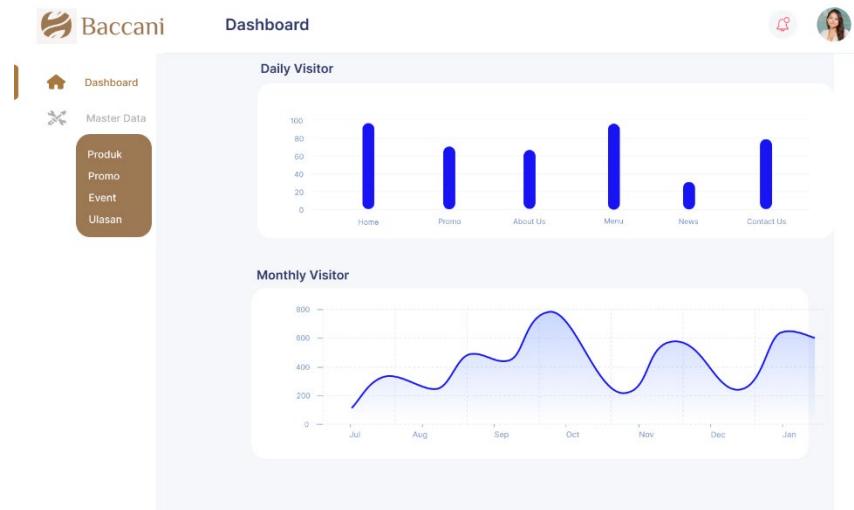
D. ***High Fidelity Prototype Halaman Admin***

High fidelity prototype aplikasi admin merupakan tampilan desain akhir pada halaman aplikasi admin dengan tampilan yang sudah berwarna, dengan ikon maupun desain visual sebagai kebutuhan untuk mengelola informasi seputar kafe sehingga dapat mendukung proses promosi pada Baccani Cafe.

D.1 *High Fidelity Prototype Dashboard Admin*

Gambar 4.19 menampilkan *prototype dashboard* admin, dengan menampilkan logo berwarna *metallic bronze* pada dan judul halaman pada *header*. Terdapat navigasi yang berwarna pada *sidebar* disusun secara vertikal dengan ikon dan label yang konsisten, memudahkan akses ke fitur. *Prototype* ini menyajikan

dua visualisasi utama berupa grafik kunjungan harian dan kunjungan bulanan pengguna website.



Gambar 4.19 High Fidelity Prototype Dashboard Admin

D.2 High Fidelity Prototype View dan Create Produk Admin

Halaman *high fidelity view* produk ini menampilkan fitur manajemen produk berupa tabel berisi nama, harga, dan deskripsi menu, serta tombol untuk tambah, edit, dan hapus data. Navigasi samping yang berwarna *metallic bronze* dan memudahkan akses. Desain menggunakan elemen visual yang sederhana dan kontras warna pada tombol aksi untuk tambah, edit dan hapus untuk mempermudah pengguna.

High Fidelity create produk ini menampilkan form untuk menambahkan data informasi pada produk kafe yang terdiri dari nama, harga, kategori produk, deskripsi produk, serta komponen untuk unggah foto produk dan tombol aksi simpan yang kontras. Gambar 4.20 menampilkan *high fidelity view* dan *create* produk admin.

The figure shows two views of a product management interface. On the left is the 'View Produk' screen, which features a navigation sidebar with 'Dashboard', 'Master Data' (selected), 'Produk' (with a coffee cup icon), 'Promo' (with a gift icon), 'Event' (with a calendar icon), and 'Ulasan' (with a speech bubble icon). The main area displays a table with three rows of product data:

Name	Price	Description	Action
Cappuccino	Rp 23.000	Percobaan rasa espresso	
Americano	Rp 18.000	Rasa hitam yang lezat	
Espresso	Rp 15.000	Ekstrak kopi	

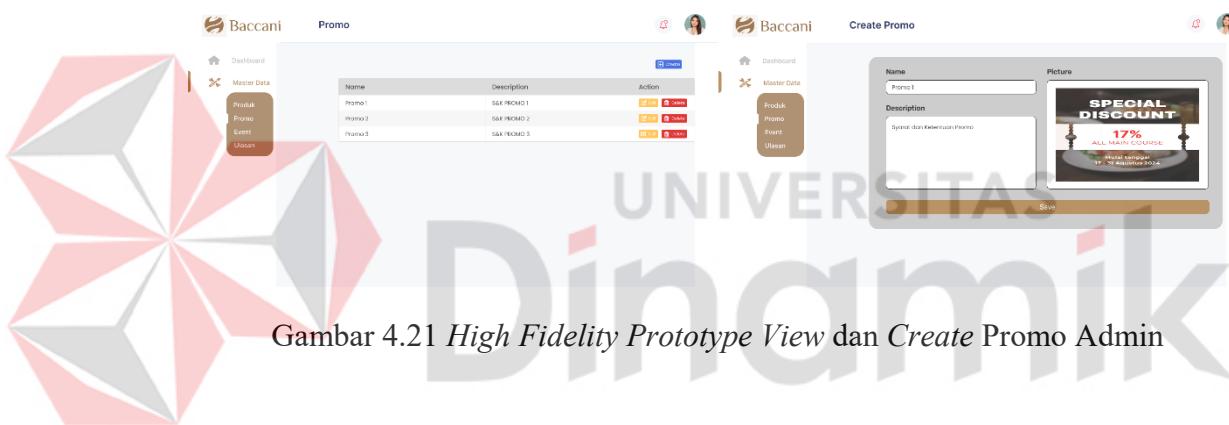
On the right is the 'Create Produk' screen, also with a similar navigation sidebar. This screen contains a form for adding new products. The fields include 'Name' (cappuccino), 'Price' (Rp 23.000), 'Category' (Coffee), and 'Description' (Percobaan rasa espresso). There is also a 'Picture' field containing an image of a coffee cup and a 'Save' button at the bottom.

Gambar 4.20 High Fidelity Prototype View dan Create Produk Admin

D.3 High Fidelity Prototype View dan Create Promo Admin

Halaman *high-fidelity view* promo menampilkan tabel menu berisi nama, harga, dan deskripsi, serta tombol tambah, edit, dan hapus. Navigasi pilihan menu disamping berwarna *metallic bronze* untuk mempermudah akses, sementara desain sederhana dengan kontras warna pada tombol aksi meningkatkan kejelasan dan kemudahan penggunaan.

Halaman *high fidelity* ini dirancang sebagai antarmuka untuk menambahkan data promo. Pada bagian tengah formulir terdiri dari input untuk nama promo, deskripsi promo, serta fitur unggah gambar promo. Seluruh komponen dirancang secara terstruktur untuk memudahkan pengisian data oleh admin. Tombol aksi *save* di bagian bawah berfungsi untuk menyimpan data yang telah diinput. Gambar 4.21 menampilkan *high fidelity view* dan *create promo admin*.

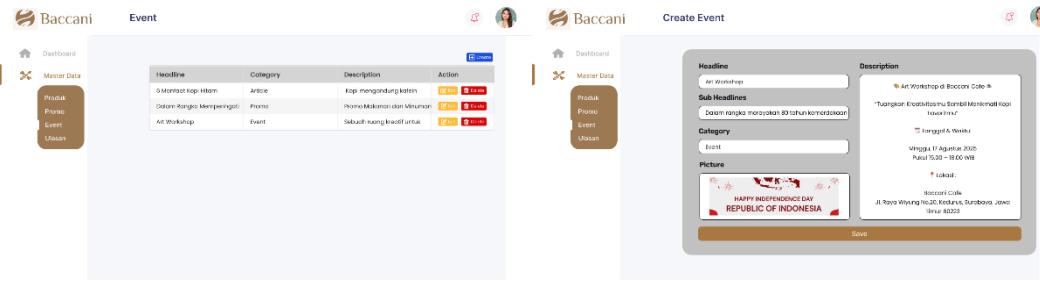


Gambar 4.21 *High Fidelity Prototype View* dan *Create Promo Admin*

D.4 High Fidelity Prototype View dan Create Event Admin

Gambar 4.22 menampilkan *high fidelity view* dan *create event admin*, untuk *view* admin menunjukkan fitur admin untuk mengelola data *event* pada *website*. Pada halaman *view event*, admin dapat melihat daftar *event* dalam bentuk tabel yang memuat informasi seperti *headline*, kategori, deskripsi, serta tersedia tombol aksi tambah, ubah dan hapus untuk memudahkan pengelolaan data.

Halaman *create event* merupakan formulir input data *event* baru yang terdiri dari *field* seperti *headline*, *sub-headline*, kategori, deskripsi, serta unggahan gambar. Tata letak dirancang secara intuitif agar proses input data menjadi lebih mudah dan efisien. Desain menggunakan elemen visual yang sederhana, kontras warna pada tombol berwarna *metallic bronze* yang konsisten untuk memperkuat pengalaman pengguna dan menjaga keselarasan antarmuka secara keseluruhan.

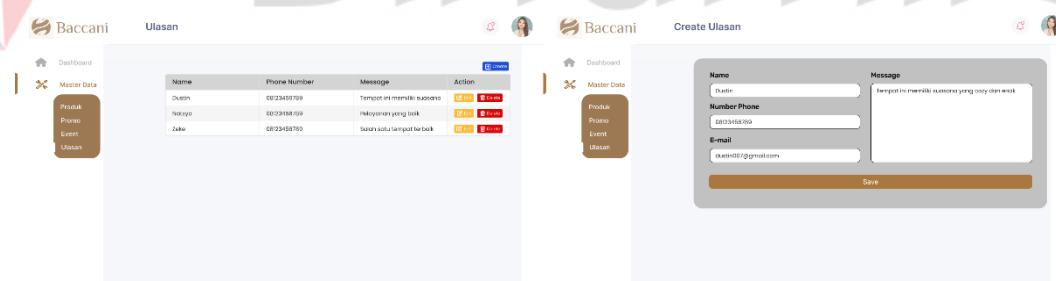


Gambar 4.22 High Fidelity Prototype View dan Create Event Admin

D.5 High Fidelity Prototype View dan Create Ulasan Admin

Tampilan *high fidelity* ini menunjukkan fitur admin untuk mengelola data ulasan. Pada halaman *view ulasan*, menampilkan tabel berisi daftar ulasan dengan *field* nama, nomor, dan isi ulasan, dilengkapi tombol aksi dengan warna kontras sebagai menambah, mengubah dan menghapus data ulasan untuk mempermudah pengelolaan data.

Halaman *create ulasan* menyediakan formulir input dengan isian nama, nomor, email, dan isi ulasan. Desain menggunakan tata letak yang intuitif serta elemen visual sederhana dengan tombol berwarna *metallic bronze* untuk menjaga konsistensi dan kenyamanan pengguna. Gambar 4.23 menampilkan *high fidelity prototype view* dan *create ulasan admin*.



Gambar 4.23 High Fidelity Prototype View dan Create Ulasan Admin

E. High Fidelity Prototype Halaman Pelanggan

High Fidelity Prototype merupakan tampilan desain akhir untuk halaman website pelanggan ini yang mencakup 3 *layout header*, *container*, dan *footer* yang telah berwarna dan lebih menarik untuk menyajikan informasi seputar kafe sebagai media untuk mendukung promosi Baccani café berbasis *website*.

E.1 High Fidelity Prototype Halaman Home Pelanggan

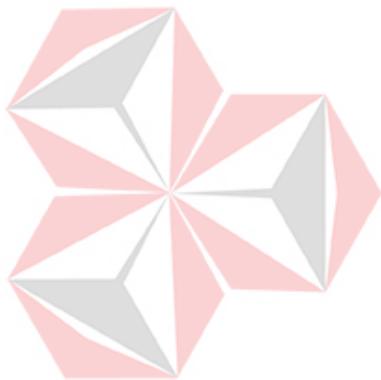
Gambar 4.24 menampilkan *high fidelity prototype* *home* pelanggan meliputi 3 *layout*, bagian *layout* utama pada *header* mencakup logo berwarna kafe, pilihan navigasi menu pada *website* dan terdapat gambar *banner*. Bagian *container* terdapat *layout* bagian isi konten yang meliputi informasi singkat kafe beserta tombol aksi berwarna, tampilan promo yang sedang berlangsung dan tampilan menu *best seller* produk kafe beserta ulasan pelanggan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan saat mengunjungi *website*. Serta terdapat *layout footer* yang berisi logo kafe, informasi kontak kafe dan juga terdapat informasi jam operasional kafe.



Gambar 4.24 *High Fidelity Prototype Home Pelanggan*

E.2 High Fidelity Prototype Produk Halaman Pelanggan

Gambar 4.25 menampilkan *prototype* menu pelanggan yang meliputi informasi mengenai produk seperti kategori produk, foto produk, nama produk, harga produk, deskripsi produk, serta foto produk menu. Dengan memberikan informasi produk kafe yang detail kepada pelanggan, akan memberikan pengalaman kepada pelanggan ketika mengetahui produk yang akan mereka beli saat mengunjungi *website*. Hal ini dapat membantu kafe dalam memperkenalkan menu produk-produk yang ditawarkan.



The prototype is a high-fidelity representation of a coffee shop's website. At the top, there is a navigation bar with links to Home, About Us, Our Menu, Event, and Contact Us. Below the navigation is a banner featuring several images of food and drinks. The main content area is titled "Our Menu". On the left, there is a sidebar with a "Category" dropdown menu containing options: Coffee, Non-Coffee, and Main Course. Under the "Coffee" category, there are three items:

- Cappuccino Coffee** (Rp. 23.000) - Perpaduan kopi espresso yang disajikan dengan fresh milk yang disajikan latte art.
- Americano Coffee** (Rp. 19.000) - Minuman kopi yang dibuat dengan mencampurkan kopi espresso dengan air.
- Espresso** (Rp. 15.000) - konsistensi kualitas dan memiliki rasa yang kuat yang disajikan dalam gelas kecil.

Below this section, there are two more rows of coffee and food items:

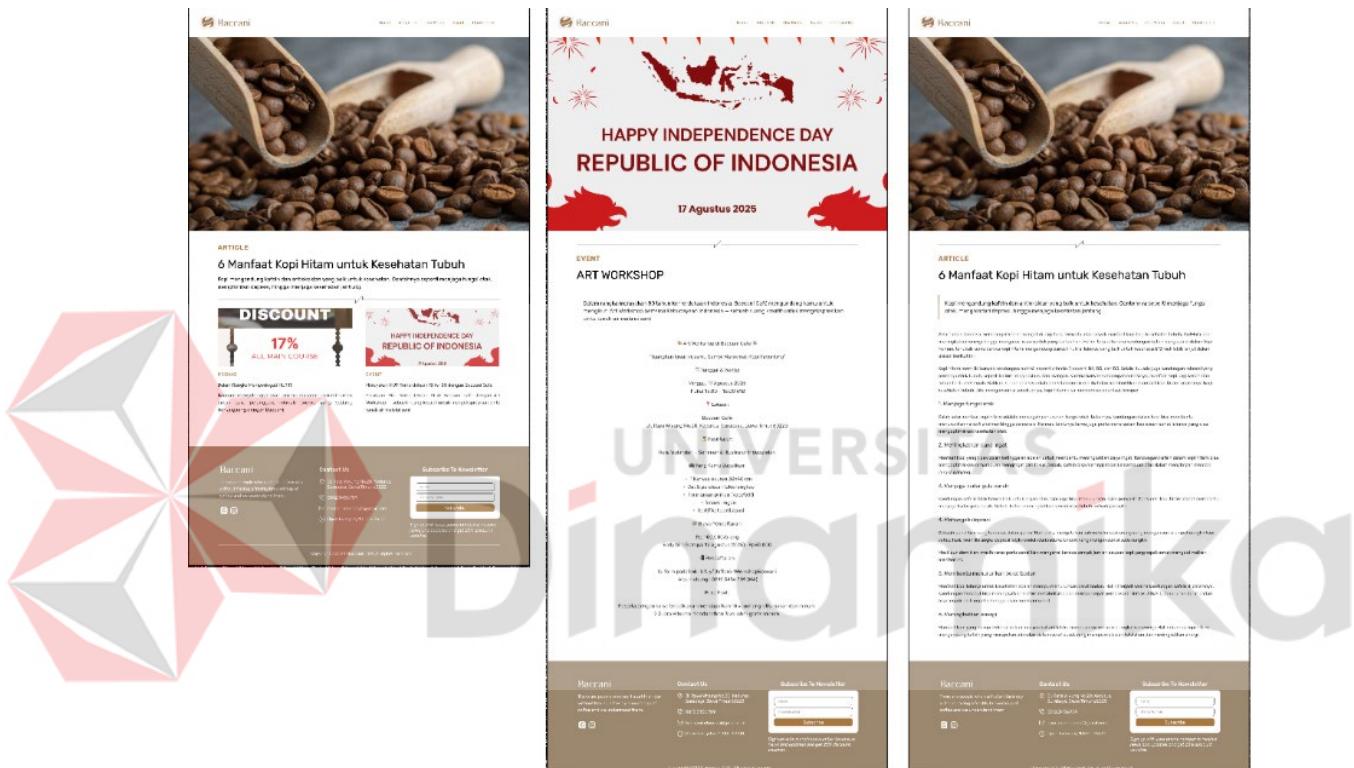
- Virgin Mojito** (Rp. 23.000) - Sirup lemon dengan perpaduan sirup mint, daun mint, jeruk nipis dan soda.
- Honey Berry** (Rp. 23.000) - Perpaduan kopi espresso yang disajikan dengan fresh milk yang disajikan latte art.
- Lychee Tea** (Rp. 20.000) - Perpaduan kopi espresso yang disajikan dengan fresh milk yang disajikan latte art.
- Fish & Chips** (Rp. 28.000) - Ikan filet dori dan Kentang goreng yang disajikan dengan saus tartar.
- Beef Stamina** (Rp. 40.000) - Perpaduan kopi espresso yang disajikan dengan fresh milk yang disajikan latte art.
- Pasta Carbonara** (Rp. 30.000) - Spaghetti Carbonara yang dimasak dengan saus telur, keju dan daging dengan taburan parsley.

At the bottom of the page, there is a footer section with the logo "Baccani", a "Contact Us" form, and a "Subscribe To Newsletter" form. The footer also includes a copyright notice: "Copyright ©2024 Baccani Cafe. All rights reserved."

Gambar 4.25 High Fidelity Prototype Produk Pelanggan

E.3 High Fidelity Prototype Event dan Detail Event Pelanggan

Gambar 4.26 menampilkan bagian halaman utama *event* meliputi informasi singkat seputar kegiatan *event* kafe, promo yang sedang berlangsung dan dalam hal ini kafe juga memberikan wadah artikel yang berhubungan dengan seputar makanan atau minuman untuk menarik daya minat dan edukasi kepada pelanggan. Pada bagian *detail event* dan artikel pelanggan terdapat informasi yang lebih *detail* mengenai informasi *event* yang akan diselenggarakan maupun informasi artikel.



Gambar 4.26 High Fidelity Prototype Event dan Detail Event Pelanggan

E.4 High Fidelity Contact Us Halaman Pelanggan

High Fidelity contact us pada halaman pelanggan menampilkan gambar dengan desain yang sudah berwarna yang meliputi informasi kontak kafe seperti alamat, nomor dan jam buka operasional kafe. Selain itu pelanggan juga dapat memberikan ulasan maupun memberikan pertanyaan kepada pihak kafe pada form yang telah disediakan guna meningkatkan kemudahan akses informasi dan memperkuat kejelasan komunikasi antara pelanggan dan admin kafe. Gambar 4.27 menampilkan *high fidelity prototype contact us* halaman pengguna



4.2.3 Test

Baccani

Contact Us

Any question or give us feedback and review? Just write us a message.

Contact Information

- 31 Raya Mulyang No.29, Kediri, East Java, Indonesia 61222
- 0812.2456.789
- baccani.kediri@gmail.com
- @baccanid
- Open Everyday 10.00 - 23.00

Name: _____

Email: _____

Phone Number: _____

Message: _____

Send

Location

31 Raya Mulyang No.29, Kediri, East Java, Indonesia 61222

Baccani

There are people who can't start their day without having a healthy breakfast full of protein and no cholesterol at all.

Contact Us

- 31 Raya Mulyang No.29, Kediri, East Java, Indonesia 61222
- 0812.2456.789
- baccani.kediri@gmail.com
- Open Everyday 10.00 - 23.00

Subscribe To Newsletter

Sign up with your phone number to receive more information and get 20% discount available.

Phone Number: _____

Send

Gambar 4.27 High Fidelity Prototype Contact Us Pelanggan

Setelah tahap pembuatan *prototype* desain, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian *prototype*. *Link* pengujian beserta kuesioner seperti yang ditampilkan dalam Lampiran 8 pada Tabel L8.1. Pengujian *prototype high fidelity* dilakukan secara langsung kepada calon pengguna dengan tujuan untuk memperoleh masukan yang konkret, yang nantinya akan dijadikan dasar dalam pengembangan dan penyempurnaan tampilan desain *prototype*. Metode pengujian menggunakan kuesioner *System Usability Scale* (SUS) seperti yang ditampilkan pada Tabel 3.1, dan melibatkan sebanyak 30 responden. Karakteristik responden dalam pengujian ini adalah individu berusia antara 17 hingga 40 tahun, yang dianggap mewakili target pengguna secara umum.

A. Hasil Pengujian *System Usability Scale* Pertama

Untuk data hasil pengujian yang telah didapat dari *form* pengujian kuesioner *google form System Usability Scale* terdapat pada Lampiran 8. Berikut merupakan

hasil skor pengujian *System Usability Scale* yang telah diolah dari 30 responden dan dilakukan perhitungan dengan rumus SUS dengan hasil dibawah sebagai berikut.

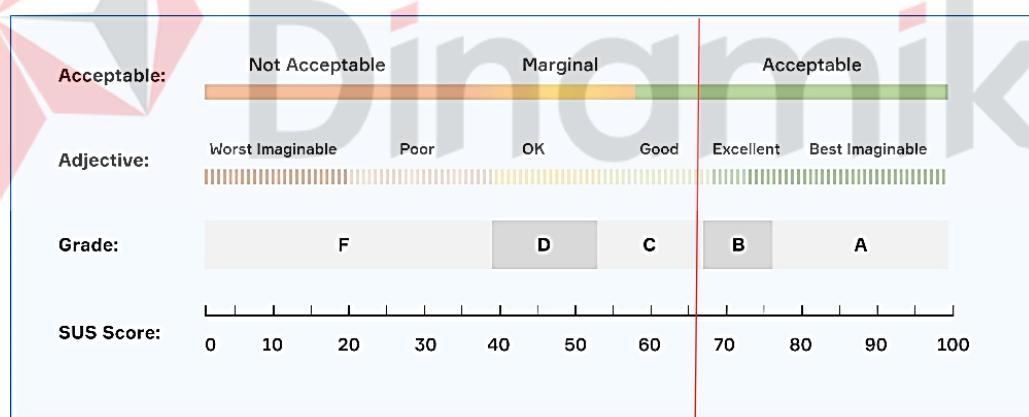
$$\frac{2020}{30} = 67,33333$$

\bar{x} = Skor rata-rata

$\sum x$ = Jumlah skor SUS

n = Jumlah responden

Hasil pengujian usability terhadap prototipe ini menghasilkan skor rata-rata 67 pada penilaian *System Usability Scale* (SUS). Gambar 4.28 menunjukkan kategori penilaian SUS skor tersebut tergolong dalam kategori C, yang menunjukkan tingkat penerimaan pengguna di bawah ambang batas optimal yaitu dengan skor minimal 70. Kondisi ini perlu melakukan perbaikan desain guna meningkatkan kualitas antarmuka, memperbaiki aspek keterbacaan, navigasi, dan interaksi sehingga dapat mencapai standar *usability* yang lebih baik serta memenuhi harapan pengguna secara menyeluruh.



Gambar 4.28 Kategori Pengujian SUS

B. Perbaikan Prototype

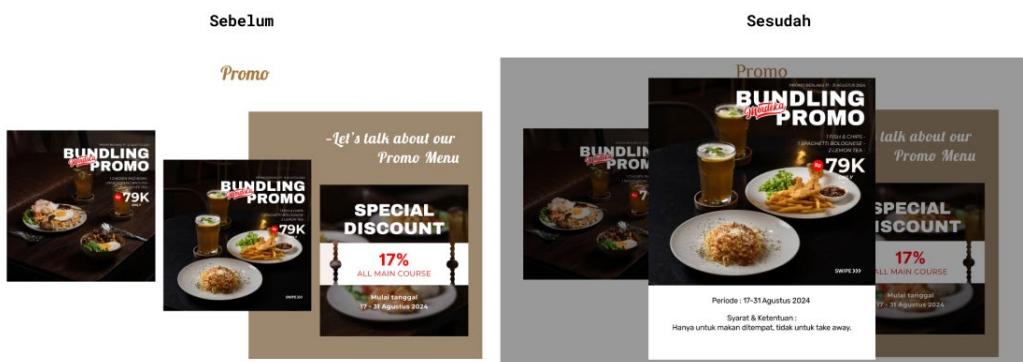
Berdasarkan hasil pengujian sebelumnya, skor yang diperoleh belum memenuhi kriteria yang diharapkan untuk mencapai perancangan *user interface/user experience* yang optimal pada website Baccani Café. Oleh karena itu, dilakukan perbaikan tampilan yang disesuaikan dengan masukan dari pengujian tahap pertama. Rincian daftar perbaikan tersebut disajikan pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Daftar Saran Perbaikan *Prototype*

Halaman	Bagian	Saran Perbaikan
<i>Home</i>	Promo	Fitur tampilan promo pada halaman utama perlu ditingkatkan dengan menambahkan fungsi atau interaksi tampilan <i>pop-up</i> agar informasi promosi dapat terlihat lebih jelas dan mudah diakses oleh pengguna.
<i>About Us</i>	Foto suasana kafe	Pengguna mengharapkan fitur interaksi perbesaran atau tampilan <i>pop-up</i> pada foto suasana kafe untuk meningkatkan kenyamanan dalam mengeksplorasi suasana tempat.
Produk	Detail produk	Informasi pada menu produk juga perlu mendukung interaksi seperti <i>zoom in</i> atau <i>pop-up</i> preview guna memperjelas informasi visual, terutama untuk produk menu makanan dan minuman.
<i>Contact Us</i>	Lokasi Kafe	Informasi alamat kafe perlu ditampilkan secara jelas pada halaman utama <i>home page</i> untuk memudahkan pengguna mengetahui lokasi fisik kafe tanpa harus melakukan navigasi tambahan.
	Font	Judul isi konten sebaiknya menggunakan <i>font</i> yang memiliki tingkat keterbacaan tinggi, dengan ketebalan dan ukuran yang sesuai, agar pengguna dapat memahami struktur halaman dengan lebih mudah.

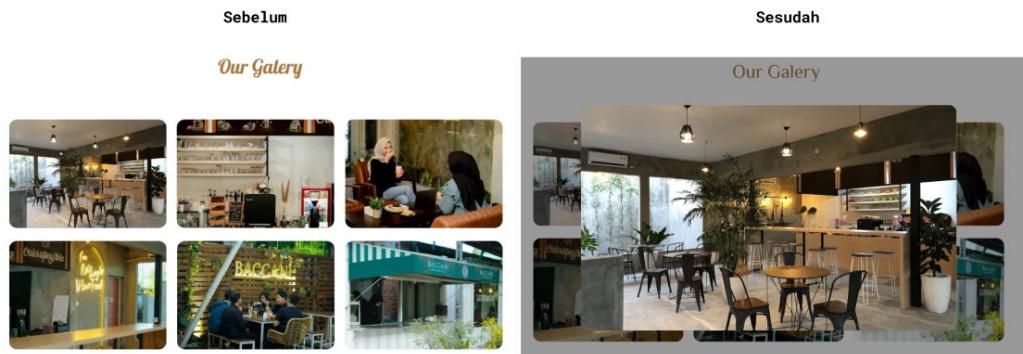
B.1 Perbaikan *Prototype* Bagian Promo

Pada perbaikan tampilan prototipe, bagian promo pada halaman utama atau *home* telah dilengkapi dengan fitur *pop-up* yang muncul saat ditekan. Fitur ini menampilkan visual promo dalam ukuran yang diperbesar, disertai informasi detail mengenai isi promo, periode berlaku, serta syarat dan ketentuan yang berlaku. Perubahan desain tersebut ditunjukkan pada Gambar 4.29 di bawah ini.

Gambar 4.29 Perbaikan *Prototype* Bagian Promo

B.2 Perbaikan *Prototype* Bagian Galeri Foto

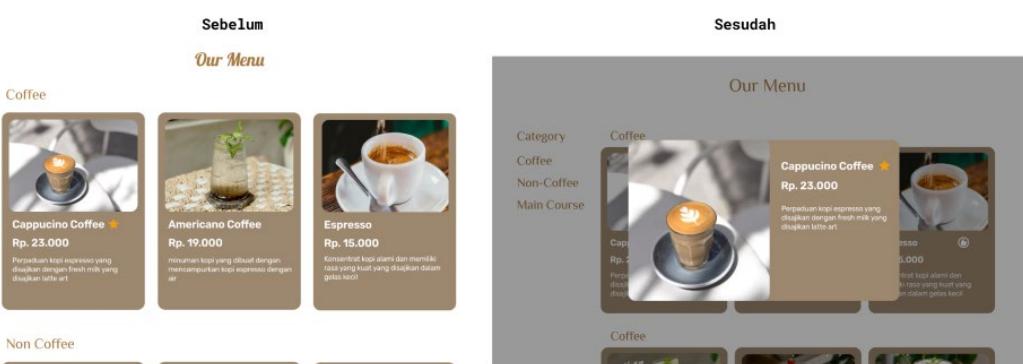
Tahapan perbaikan selanjutnya dilakukan pada halaman *about us*, dengan menambahkan fitur *pop-up* pada konten galeri foto kafe dan mengganti font pada judul konten. Fitur ini memungkinkan pengguna melihat foto suasana kafe secara lebih jelas dan detail saat gambar ditekan atau menggeser kursor. Tampilan desain hasil perbaikan ditunjukkan pada Gambar 4.30 di bawah ini.



Gambar 4.30 Perbaikan *Prototype* Bagian Galeri

B.3 Perbaikan *Prototype* Bagian Produk

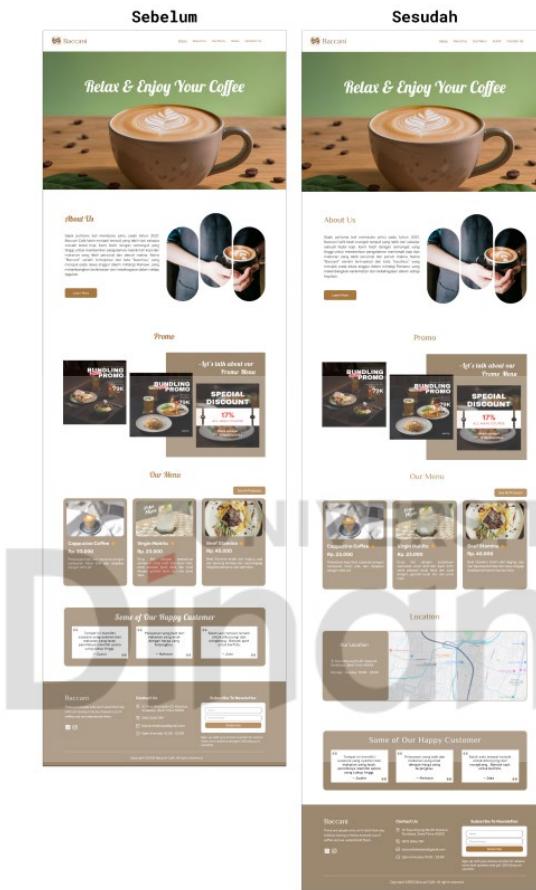
Perbaikan tampilan *prototype* yang dilakukan pada halaman produk, dengan menambahkan fitur *pop-up* pada foto produk dan menambahkan navigasi kategori produk pada bagian samping serta mengganti font pada bagian judul konten. Fitur ini memungkinkan pengguna melihat gambar produk dalam ukuran yang lebih besar dan memudahkan navigasi kepada pelanggan untuk melihat produk berdasarkan kategori. Hal ini memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai produk menu yang ditawarkan oleh pihak kafe. Tampilan hasil perbaikan *prototype* produk ini ditunjukkan pada Gambar 4.31 di bawah ini.



Gambar 4.31 Perbaikan *Prototype* Bagian Produk

B.4 Perbaikan *Prototype* Bagian Lokasi

Perbaikan tampilan *prototype* berikutnya merupakan perbaikan pada bagian *font* untuk judul bagian isi seperti pada tampilan *home* dan juga informasi lokasi kafe yang terdapat pada bagian *home* untuk mempermudah dalam memberikan informasi kepada pelanggan tentang alamat kafe dan jam operasional kafe. Perbaikan *prototype* tersebut dapat dilihat seperti pada Gambar 4.32 dibawah ini.



Gambar 4.32 Perbaikan *Prototype Home*

C. Hasil Pengujian *System Usability Scale* Iterasi Pertama

Setelah melakukan proses perbaikan pada *prototype*, tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian *prototype* hasil iterasi ini menggunakan pertanyaan *System Usability Scale* seperti pada Tabel 3.1 kepada 30 responden berusia antara 17 hingga 40 tahun. Pengujian dilakukan dengan membagikan tautan *google form* yang berisi *link* menuju prototipe untuk diuji oleh pengguna, diikuti dengan pengisian pertanyaan kuesioner *System Usability Scale* (SUS). Hasil pengujian SUS pada

iterasi pertama dapat dilihat pada Lampiran 9, untuk skor akhir SUS disajikan seperti dibawah berikut.

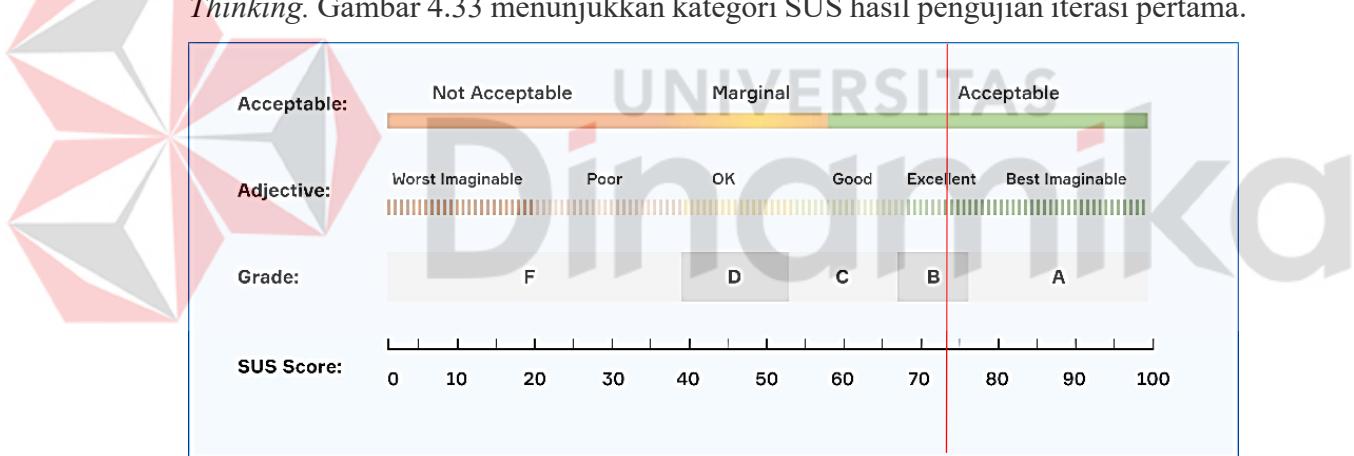
$$\frac{2222,5}{30} = 74,08333$$

\bar{x} = Skor rata-rata

$\sum x$ = Jumlah skor SUS

n = Jumlah responden

hasil pengujian iterasi pertama menghasilkan skor rata-rata 74 sehingga masuk dalam kategori B atau *excellent*. Skor ini menandakan bahwa desain *prototype* telah memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna, sehingga dapat dijadikan acuan keberhasilan pada perancangan *user interface/user experience* media promosi berbasis *website* pada Baccani Café menggunakan metode *Design Thinking*. Gambar 4.33 menunjukkan kategori SUS hasil pengujian iterasi pertama.



Gambar 4.33 Kategori Pengujian SUS Iterasi Pertama

4.3 Tahap Akhir

Tahap akhir ini bertujuan untuk menyusun dokumentasi secara sistematis sebagai bentuk laporan terhadap seluruh proses kegiatan penelitian yang dimulai dari proses identifikasi sampai pengujian serta evaluasi yang telah dilaksanakan.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan merancang *user interface* dan *user experience website* Baccani Café dengan pendekatan *Design Thinking*, melalui tahapan *Empathize*,

Define, Ideate, Prototype, dan Test. Identifikasi kebutuhan dilakukan melalui wawancara mendalam, yang mengungkap berbagai permasalahan serta preferensi pengguna. Berdasarkan temuan tersebut, dibuat *prototype website* yang kemudian diuji menggunakan *System Usability Scale* terhadap 30 responden. Skor awal pengujian mendapatkan hasil sebesar 67 kategori C atau *good* dan belum memenuhi ambang kelayakan, sehingga perlu melakukan perbaikan desain. Pengujian ulang perbaikan desain hasil iterasi menunjukkan peningkatan skor menjadi 74 dengan kategori B atau *excellent*. Hal ini menjadi kesimpulan bahwa dengan penelitian ini dapat membantu Baccani Café dalam melakukan promosi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Solusi dari permasalahan ini disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Pembahasan

User	Pain Point	Solusi
Pemilik	Event/promo maksimal pelanggan belum menjangkau	Gambar 4.29 Perbaikan <i>Prototype Bagian Promo</i>
	Sulit mendapat ulasan atau <i>feedback</i> dari pelanggan	Gambar 4.23 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Ulasan Admin</i>
Admin	Tampilan admin sulit digunakan	Gambar 4.19 <i>High Fidelity Prototype Dashboard Admin</i>
	Tidak ada fitur mengelola data produk, promo atau <i>event</i> .	Gambar 4.20 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Produk Admin</i> Gambar 4.21 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Promo Admin</i> Gambar 4.22 <i>High Fidelity Prototype View</i> dan <i>Create Event Admin</i>
	Tampilan tidak mudah dipahami, navigasi sulit	Gambar 4.32 Perbaikan <i>Prototype Home</i>
	Tidak ada wadah untuk informasi menu produk kafe	Gambar 4.25 <i>High Fidelity Prototype Produk Pelanggan</i>
Pelanggan	Tidak tahu cara menghubungi atau mencari kontak kafe	Gambar 4.27 <i>High Fidelity Prototype Contact Us Pelanggan</i>
	Tidak tahu promo/ <i>event</i> yang sedang berlangsung	Gambar 4.26 <i>High Fidelity Prototype Event</i> dan <i>Detail Event Pelanggan</i>
	Tidak ada wadah untuk bertanya dan memberikan ulasan	Gambar 4.27 <i>High Fidelity Prototype Contact Us Pelanggan</i>

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul perancangan *user interface/user experience* media promosi berbasis *website* pada Baccani Café menggunakan metode *Design Thinking* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan metode *Design Thinking* dalam penelitian ini memiliki peran yang sangat penting dalam merancang *user interface* dan *user experience* dengan fokus utama pada pemahaman kebutuhan pengguna. Pendekatan ini berhasil menghasilkan solusi desain yang efektif, mudah digunakan, dan mampu meningkatkan pengalaman pengguna saat mengakses informasi mengenai Baccani Café. Dengan demikian, penggunaan *Design Thinking* berkontribusi secara signifikan terhadap keberhasilan perancangan serta memperkuat hubungan antara kafe dan pelanggannya. Penelitian ini juga membuktikan bahwa desain yang dihasilkan dapat mendukung Baccani Café dalam melakukan promosi yang lebih tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Pengujian menggunakan metode *System Usability Scale* menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek kegunaan antarmuka. Pengujian awal yang dilakukan menghasilkan skor 67 dengan kategori C atau *good* yang meningkat menjadi 74 dengan kategori B atau *excellent* setelah melakukan perbaikan desain dan melakukan pengujian hasil iterasi. Hal ini mengindikasikan bahwa penyempurnaan desain berhasil meningkatkan kemudahan dan kenyamanan penggunaan antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

5.2 Saran

Dengan hasil yang dilakukan pada penelitian ini diharapkan hasil perancangan ini dapat dikembangkan oleh pemilik kafe maupun *developer* dengan menerapkan sistem fitur *loyalty* ataupun fitur reservasi kafe kepada pelanggan agar dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan menjadikan kafe lebih ramai dikunjungi.

DAFTAR PUSTAKA

- alAzhari, M. R., Prabandaru, H., Anggia, R. H., Widiatmoko, D., & Rurianto, J. (2024). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI / UX Aplikasi Istiqomah. *Andharupa*, 10(3), 307-324.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155-166.
- Bilung, M., Maharani, S., & Marisa, D. K. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Terpadu Layanan Program Studi (SIPLO) Menggunakan System Usability Scale (SUS). *Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(2), 89-97.
- Brooke, J. (1996). SUS-A Quick and Dirty Usability Scale. *Usability Evaluation in Industry*, 4(7), 189-194.
- Darmawan, R. D. (2021, July 14). *Design Thinking Sebagai Pendekatan Kreatif Dalam Menyelesaikan Masalah*. Retrieved October 20, 2024 from <https://www.linkedin.com/pulse/design-thinking-sebagai-pendekatan-kreatif-dalam-masalah-r-dipo/>
- Kementerian Perdagangan. (2023, December 30). Retrieved October 18, 2024 from Kadin Indonesian Chamber of Commerce and Industry: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Luwena, G. (2023, April 10). *8 Cara Membuat Media Promosi Bisnis Yang Efektif*. From <https://www.sribu.com/id/blog/8-teknik-pembuatan-media-promosi-jitu/>
- Pangestuti, R. A., Permatasari, R., & Wati, S. F. (2024). Perancangan UI/UX Design Aplikasi Coffee Care Dengan Metode *Design Thinking* Berbasis Mobile App Pada Cafe Proof.Co. *JATI*, 8(3), 3269-3278.
- Rafsyanjani, G. M., & Fauzi, A. (2022). Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UMKM Aneka Batik Pamekasan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 115-120.
- Rezy, A. D., Handayani, D., Saputra, R., & Saputra, S. H. (2024). Pengembangan Situs Web User Friendly Untuk Perumahan Griya Fatia. *Bulletin Of Informatics*, 2(1), 119-124.
- Saputra, A. (2019). Penerapan *Usability* pada Aplikasi PENTAS Dengan Menggunakan Metode *System Usability Scale* (SUS). *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 1(3), 206-212.

- Silalahi, M., & Saragih, S. P. (2021). Perancangan Website Penyedia Informasi Promosi dan Diskon. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 9(2), 257-262.
- Sondang, S., Andayaning, N. P., & Mokodompit, R. R. (2024). Adaptasi Tren Penikmat Kopi Dari Generasi Milenial Ke Gen Z. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(1), 1-10.
- Sosianika, A., Gunawan, A. I., Najib, M. F., Amalia, F. A., Senalasari, W., & Kania, R. (2022). Peran Penting Kemasan dalam Meningkatkan Persepsi Kualitas Produk Makanan. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(2), 85-92.
- Yasmin, A., & Voutama, A. (2024). Perancangan UI/UX Pada Aplikasi STAYZY Menggunakan Metode *Design Thinking*. *JATI*, 2756-2763.

