



UNIVERSITAS
Dinamika

**DESAIN UI/UX APLIKASI PENJUALAN DAN SERVIS BERBASIS *MOBILE*
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING* PADA CV. SURYA
GEMILANG MOTOR**

TUGAS AKHIR



Program Studi

S1 Sistem Informasi

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

GHALI OKSA ALHAFIZH

20410100026

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2026

**DESAIN UI/UX APLIKASI PENJUALAN DAN SERVIS BERBASIS *MOBILE*
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING* PADA CV. SURYA GEMILANG
MOTOR**

Tugas Akhir

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
program sarjana komputer**



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : Ghali Oksa Alhafizh

NIM : 20410100026

Program : S1

Jurusan : Sistem Informasi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2026

Tugas Akhir

DESAIN UI/UX APLIKASI PENJUALAN DAN SERVIS BERBASIS MOBILE MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING* PADA CV. SURYA GEMILANG MOTOR

Dipersiapkan dan disusun Oleh

Nama : Ghali Oksa Alhafizh

NIM : 20410100026

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada Tanggal 23 Januari 2026

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing :

- I. Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng.
NIDN. 0722108601
- II. Ayouvi Poerna Wardhanie. S.M.B., M.M.
NIDN. 0721068904

Digitally signed
by Julianto
Date: 2026.02.19
11:02:16 +07'00'

Digitally signed by Ayouvi
Poerna Wardhanie
Date: 2026.02.19 11:19:22
+07'00'

Pembahas :

- I. Endra Rahmawati, M.Kom.
NIDN. 0712108701

Digitally signed by
Endra Rahmawati
Date: 2026.02.19
12:07:43 +07'00'

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

Fakultas Teknologi dan Informatika
UNIVERSITAS
Dinamika

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

NIDN. 0728017602

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

*“Bukan Kesulitan Yang Membuatmu Takut.
Tetapi Ketakutanlah Yang Membuatmu Sulit”*

- Ghali Oksa Alhafizh -



UNIVERSITAS
Dinamika

*Saya persembahkan kepada
Keluarga Tercinta
Bapak Ibu Dosen,
Civitas Universitas Dinamika
Teman, Sahabat dan Almamater
Universitas Dinamika yang Saya Banggakan*



UNIVERSITAS
Dinamika

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Ghali Oksa Alhafizh**
NIM : **20410100026**
Program Studi : **S1 Sistem Informasi**
Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**
Judul Karya : **DESIAN UI/UX APLIKASI PENJUALAN DAN
SERVIS BERBASIS MOBILE MENGGUNAKAN
METODE DESIGN THINKING PADA CV. SURYA
GEMILANG MOTOR**

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, 24 Januari 2026



Ghali Oksa Alhafizh
NIM : 20410100026

ABSTRAK

Aplikasi Brompti merupakan aplikasi *mobile* yang digunakan untuk membantu pelanggan melakukan beberapa kegiatan seperti booking *service* kendaraan dan katalog kendaraan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan setelah dilakukan identifikasi permasalahan pada fitur utama booking *service online* dan katalog ditemukan langkah-langkah yang panjang dan rumit, informasi yang sulit untuk dipahami, dan penggunaan icon dan visual yang kurang familier untuk penggunaan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan ulang desain *UI/UX* aplikasi Brompti guna untuk meningkatkan *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction* dengan menggunakan metode *design thinking* yang meliputi 5 tahap *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Prototype yang telah didesain ulang kemudian dilakukan wawancara kepada 2 customer, 1 pegawai bengkel dan 1 pegawai penjualan untuk dilakukan evaluasi mendapatkan feedback dan testing menggunakan metode *usability testing* dengan 5 indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction* dengan skala pengukuran skala likert 1 sampai 5 dengan didapatkan 35 responden. Hasil *pre-survey* untuk desain aplikasi brompti mendapatkan rata rata sebesar 2,94. Kemudian setelah dilakukan desain ulang kemudian dilakukan *post-survey* didapatkan rata rata sebesar 4,02 dimana dengan nilai tersebut sudah masuk dalam kategori baik. Hasil ini mengindikasikan bahwa hasil perancangan desain ulang *UI/UX* memberikan hasil peningkatan yang signifikan bahwa desain ulang pada fitur utama booking *service* dan proses katalog membuat proses pengguna menjadi lebih mudah, ringkas, mudah diingat bagi pengguna.

Kata Kunci: *Design Thinking*, *Usability Testing*, *UI/UX*, Brompti

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Desain Aplikasi Penjualan dan Service Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking Pada CV. Surya Gemilang Motor". Dalam kesempatan ini, penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman, saran dan nasihat. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa, nasihat, saran dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini.
2. Bapak Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan sebuah saran, nasihat, ilmu dan bimbingan dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini.
3. Ibu Ayouvi Poernama Wardhanie, S.M.B., M.M selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan sebuah saran, nasihat, ilmu dan bimbingan dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini.
4. Ibu Endra Rahmawati, M.Kom selaku Dosen Pembahas yang telah membantu dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini
5. CV. Surya Gemilang Honda yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk bisa melakukan penelitian menyelesaikan tugas akhir.
6. Teman-teman saya yang berada di Universitas Dinamika dan diluar Universitas Dinamika juga yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhirnya tugas akhir ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi setiap pihak walaupun penulis sangat menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu kritik dan saran sangat saya harapkan untuk menyempurnakan tugas akhir ini untuk di masa yang akan datang.

Surabaya, 23 January 2026

Ghali Oksa Alhafizh

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 <i>User Interface</i>	6
2.3 <i>User Experience</i>	7
2.4 <i>Design Thinking</i>	7
2.5 <i>Mobile Application</i>	9
2.6 <i>E-Commerce</i>	10
2.7 Skala Likert.....	10
2.8 <i>Usability Testing</i>	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	13
3.1 Tahap Awal.....	13
3.2 Tahap Pengembangan	16
3.2.1 Define	16

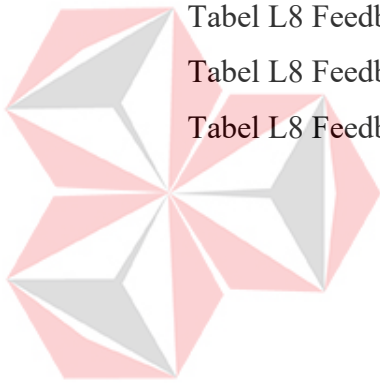
3.2.2 Ideate	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Prototype.....	29
4.1.1. Wireframe.....	29
4.1.2. High Fidelity.....	36
4.2 Tahap Akhir	43
BAB V PENUTUP	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	50



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Pre Survey Awal.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Akhir	44
Tabel L2. 1 Responden Kepala Bagian Markeing	50
Tabel L2. 2 Responden Customer 1	53
Tabel L2. 3 Responden Customer 2	55
Tabel L2. 4 Responden Customer 3	57
Tabel L2. 5 Responden Customer 4	59
Tabel L2 6 Responden Customer 5	61
Tabel L8 Feedback Customer 1	61
Tabel L8 Feedback Customer 2	79
Tabel L8 Feedback Admin Penjualan	80
Tabel L8 Feedback Admin Bengkel	81



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Design thinking process (Brown & Katz, 2009)	8
Gambar 3. 1 Metodologi Penelitian	13
Gambar 3. 2 User Persona Pelanggan	17
Gambar 3. 3 User Persona Admin Bengkel	17
Gambar 3. 4 User Persona Admin Marketing	18
Gambar 3. 5 User Journey Map Admin Marketing	19
Gambar 3. 6 User Journey Map Admin Bengkel	20
Gambar 3. 7 User Journey Map Pelanggan	20
Gambar 3. 8 Affinity diagram pelanggan	22
Gambar 3. 9 Affinity diagram penjualan	22
Gambar 3. 10 Affinity diagram Bengkel	23
Gambar 3. 11 User Flow Customer	26
Gambar 3. 12 User Flow Admin Penjualan	27
Gambar 3. 13 User Flow Admin Bengkel	28
Gambar 4. 1 Wireframe Flow 1 Booking Service	30
Gambar 4. 2 Wireframe flow 2 pilih Layanan booking service	31
Gambar 4. 3 Wireframe flow 3 konfirmasi pembayaran booking service	31
Gambar 4. 4 Wireframe Admin Bengkel	32
Gambar 4. 5 Wireframe Catalog Kendaraan	33
Gambar 4. 6 Wireframe flow 1 penjualan	33
Gambar 4. 7 Wireframe flow 2 pembayaran transfer	34
Gambar 4. 8 Wireframe flow 2 pembayaran COD	35
Gambar 4. 9 Wireframe Dashboard Admin Penjualan	35
Gambar 4. 10 Design System	36
Gambar 4. 11. Highfidelity Flow 1 Booking Service Online	37
Gambar 4. 12 Highfidelity Flow 2 Booking Service Online	38
Gambar 4. 13 Highfidelity flow 3 Booking Service Online	39
Gambar 4. 14 Highfidelity Dashboard Admin Bengkel	39
Gambar 4. 15 Highfidelity Catalog Kendaraan	40
Gambar 4. 16 Flow 1 Proses Pembelian	41

Gambar 4. 17 Highfidelity Flow Proses Pembayaran Transfer	42
Gambar 4. 18 Highfidelity Flow Proses Pembayaran COD	42
Gambar 4. 19 Highfidelity Dashboard Admin Penjualan	43
Gambar L1. 1 Tampilan Awal Aplikasi Brompti.....	50
Gambar L3. 1 Demografi pekerjaan pelanggan	63
Gambar L3. 2 Hasil pre-survey learnability	63
Gambar L3. 3 Hasil pre-survey efficiency	64
Gambar L3. 4 Hasil pre-survey memorability	64
Gambar L3. 5 Hasil pre-survey Errors	65
Gambar L3. 6 Hasil pre-survey Satisfacation	65
Gambar L4. 1 Rumus Perhitungan Learnability	66
Gambar L4. 2 Rumus Perhitungan Efficiency	66
Gambar L4. 3 Rumus Perhitungan Memorability	66
Gambar L4. 4 Rumus Perhitungan Errors.....	67
Gambar L4. 5 Rumus Perhitungan Satisfacation	67
Gambar L5. 1 Halaman Home Customer.....	68
Gambar L5. 2 Halaman Catalog Customer	69
Gambar L5. 3 Halaman Proses Pembelian.....	70
Gambar L5. 4 Halaman Proses Memilih jadwal booking service.....	71
Gambar L5. 5 Halaman Pembayaran Booking Service	71
Gambar L5. 6 Halaman Aktivitas Customer.....	72
Gambar L5. 7 Gambar Halaman Profile	72
Gambar L5. 8 Gambar Halaman Home Admin Penjualan	73
Gambar L5. 9 Gambar Halaman Admin Catalog.....	73
Gambar L5. 10 Gambar Halaman Admin Activity	74
Gambar L5. 11 Gambar Halaman Admin Bengkel.....	74
Gambar L6. 1 Hasil post-survey learnability	75
Gambar L6. 2 Hasil post-survey efficiency	76
Gambar L6. 3 Hasil post-survey memorability	76
Gambar L6. 4 Hasil post-survey error.....	77
Gambar L6. 5 Hasil post-survey satisfacation	77

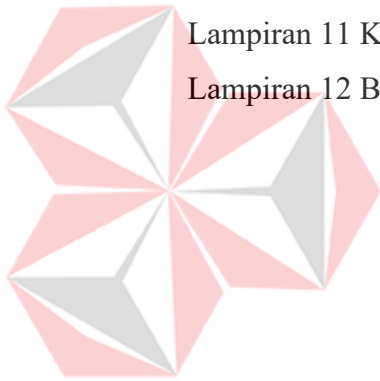
Gambar L7. 1 Rumus Perhitungan Learnability	78
Gambar L7. 2 Rumus Perhitungan Efficiency	78
Gambar L7. 3 Rumus Perhitungan Memorability	78
Gambar L7. 4 Rumus Perhitungan Errors	79
Gambar L7. 5 Rumus Perhitungan Satisfacation	79
Gambar L9 Hasil Turnitin	83
Gambar L10 Surat Adopsi	84
Gambar L11.1 Halaman 1 Kartu Bimbingan	85
Gambar L11.2 Halaman 2 Kartu Bimbingan	86



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Tampilan Aplikasi Brompt 50	50
Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara dan Hasil Wawancara 50	50
Lampiran 3 Hasil Pre-Survey 62	62
Lampiran 4 Hasil Skala Likert Awal 66	66
Lampiran 5 Tampilan Prototype 68	68
Lampiran 6 Hasil Post-Survey 75	75
Lampiran 7 Hasil Skala Likert Akhir 78	78
Lampiran 8 Hasil Feedback 79	79
Lampiran 9 Hasil Turnitin 83	83
Lampiran 10 Surat Adopsi 84	84
Lampiran 11 Kartu Bimbingan 85	85
Lampiran 12 Biodata Peneliti 88	88



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV. Surya Gemilang Motor merupakan salah satu dealer atau perusahaan resmi dari Honda, dimana perusahaan tersebut bergerak dalam penjualan segala jenis sepeda motor Honda. CV. Surya Gemilang Motor terletak di Jl. Raya Babat Jerawat No.8, Babat Jerawat, Kec. Pakal, Surabaya dan berdiri sejak tahun 2000. CV tersebut memiliki beberapa cabang yang masih beroperasi di berbagai tempat seperti Surabaya, Lamongan, dan Bojonegoro. Berdasarkan hasil observasi peneliti dengan salah satu pegawai yang dipercaya oleh owner pada bidang kepala marketing dan keuangan pada CV. Surya Gemilang Motor belum memiliki *website* ataupun aplikasi berbasis *mobile*, sehingga ini hanya melakukan pemasaran menggunakan cara *direct selling* dan penyebaran brosur. *Direct Selling* merupakan cara metode penjualan yang mengharuskan pelanggan untuk berhadapan dengan penjual secara langsung (Ersa, Raf, & Kartika, 2021). Saat ini CV. Surya Gemilang Motor hanya memiliki satu aplikasi umum *mobile* yang telah disediakan oleh Honda yaitu aplikasi BromPit. Tampilan dari aplikasi tersebut dapat dilihat pada lampiran 1. Aplikasi BromPit yaitu aplikasi *mobile* yang digunakan untuk membantu pelanggan melakukan beberapa kegiatan seperti booking *service* kendaraan, katalog untuk melihat kendaraan yang dijual, tukar tambah jenis kendaraan bermotor dan test ride.

Peneliti melakukan *pre-survey* awal terhadap aplikasi brompit kepada 35 responden terkait beberapa indikator *usability testing* menurut Wahyuningtyas & Wibisono (2022) untuk mengukur *usability* pada sistem adalah seperti yang dikemukakan oleh Jakob Nielson yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*. Skala yang digunakan dalam menjawab pertanyaan dari *pre-survey* adalah *skala likert* 1 sampai 5. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Hasil *Pre Survey* Awal

Indikator	Rata-Rata	Kriteria
<i>Learnability</i>	3,27	Cukup
<i>Efficiency</i>	2	Kurang
<i>Memorability</i>	2,5	Kurang
<i>Errors</i>	4,1	Baik
<i>Satisfaction</i>	2,85	Cukup
Rata-rata keseluruhan	2,94	Cukup

Setelah peneliti melakukan *pre-survey* pada aplikasi brompit, ditemukan bahwa permasalahan terletak pada design pada fitur brompit di nilai cukup untuk dipelajari dan dipahami oleh pengguna, baik yang baru maupun yang lama. Hal ini didukung oleh data *pre-survey* menunjukkan nilai 3,27. Design pada fitur booking kendaraan terlalu banyak langkah-langkah dan mencari katalog kendaraan kurang membantu dengan didukung data *pre-survey* menunjukkan nilai 2. Pada aplikasi brompit pada fitur booking dan katalog terlalu banyak langkah-langkah sehingga sulit untuk di ingat, hal ini didukung oleh data *pre-survey* menunjukkan nilai 2,5. Fitur dan tampilan pada brompit secara keseluruhan dinilai cukup, namun terkadang membuat pengguna harus usaha lebih untuk menemukan fitur katalog dan navigasi kurang *intuitif*. Hal ini didukung oleh data *pre-survey* menunjukkan nilai 2,85.

Berdasarkan penelitian dari (Prayoga, Defriani, & Irmayanti, 2022) menjelaskan bahwa aplikasi *mobile* harus memiliki *user interface* dan *user experience* yang baik, karena *user interface* dan *user experience* adalah komponen penting dalam pembuatan aplikasi yang sangat penting untuk meningkatkan *traffic* dan mempermudah layanan pelanggan. Metode yang digunakan dalam proses pembuatan desain *UI/UX* adalah *Design Thinking* karena metode ini memiliki fokus pada hal-hal yang dibutuhkan pengguna, seperti informasi pengguna, solusi, dan ide ide inovatif dan kreatif yang ditawarkan, dan mengevaluasi hasil berdasarkan *feedback* dari pengguna menurut Fauzi & Sukoco (2019).

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan akhir dari penelitian ini adalah menghasilkan desain *UI/UX* aplikasi *mobile* yang berguna untuk membantu pelanggan dalam melakukan booking servis kendaraan, membantu menampilkan katalog yang tersedia di dealer, halaman beranda, katalog, *service online* dan

history service pada aplikasi *mobile*. Selain itu, untuk memudahkan pengguna dalam melakukan penggunaan aplikasi serta sekaligus meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dengan melakukan membuat desain *UI/UX* pada CV. Surya Gemilang dengan *referensi* aplikasi BromPit dengan mempertimbangkan 5 indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satsifacation* dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Selain itu *prototype* yang dirancang agar kedepannya memiliki banyak dampak positif untuk dealer tersebut seperti meningkatkan jumlah pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi dan juga sebagai media promosi digital agar konsumen bisa mengetahui informasi tersebut dengan mudah.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan oleh peneliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis dan merancang desain *UI/UX* pada aplikasi *mobile* CV. Surya Gemilang Motor yang menggunakan metode *Design Thinking*.

1.3 Batasan Masalah

Dalam proses penyusunan penelitian ini, terdapat ruang lingkup batasan masalah yang dibahas antara lain :

1. *Output* atau keluaran dari penelitian ini berupa *prototype UI/UX* berupa *mobile*.
2. Proses perancangan *prototype UI/UX* ini menggunakan *tools Figma*.
3. *User Research* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *survey online* dan *in-depth interview*.
4. Pengguna pada aplikasi yaitu admin penjualan, admin bengkel dan pelanggan.
5. Penelitian ini dilakukan di CV. Surya Gemilang Motor cabang Surabaya.

1.4 Tujuan

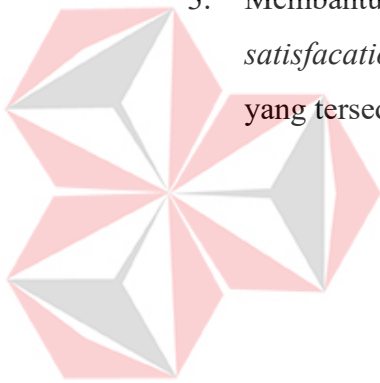
Berdasarkan hasil dari rumusan masalah yang sudah ditulis oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan desain *UI/UX* aplikasi *mobile* CV. Surya Gemilang Motor dengan menggunakan metode *Design Thinking* dengan

sesuai kebutuhan dari pengguna serta meningkatkan pengalaman pengguna dengan menggunakan indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction* untuk menghasilkan nilai yang baik atau bahkan sangat baik.

1.5 Manfaat

Adapun dari penelitian ini diharapkan mendapatkan beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai Referensi untuk CV. Surya Gemilang Motor dalam membangun sebuah aplikasi berbasis *mobile*.
2. Memaksimalkan *User Interface* pada *prototype* yang akan dirancang sehingga dapat menghasilkan *User Interface* yang mudah dipahami oleh pengguna aplikasi.
3. Membantu pengguna dalam segi *learnability*, *efficiency*, *memorability* dan *satisfaction* serta menemukan informasi yang ingin dicari mengenai produk yang tersedia.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

LANDASAN TEORI

Dalam pelaksanaan penelitian ini peneliti menjabarkan pada bagian landasan teori terdapat alur ilmiah yang digunakan sebagai dasar teori penelitian dalam implementasi tahapan *Design Thinking* untuk menghasilkan sebuah desain *UI/UX* baru untuk CV. Surya Gemilang Motor. Oleh karena itu di dalam penelitian ini peneliti menjabarkan beberapa teori sebagai berikut:

1. Penelitian Terdahulu.
2. *User Interface*
3. *User Experience*
4. *Design Thinking*
5. *Mobile Application*
6. *E-commerce*
7. Skala Likert
8. *Usability Testing*

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan merujuk pada tiga penelitian terdahulu yang memiliki beberapa kesamaan dalam jenis atau judul penelitian. Melalui beberapa perbandingan yang ada penulis berhasil mengidentifikasi sejumlah perbedaan antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu dan perbedaan yang ditemukan dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian
Bayu Ramadhani (2023)	Perancangan <i>Design User Interface/User Experience</i> Pada Aplikasi Penjualan UMKM House of Flanel Sidoarjo Dengan Metode <i>Design Thinking</i>	Hasil dari penelitian ini menghasilkan perancangan desain penjualan dengan menggunakan metode <i>Design Thinking</i> dengan pengujian akhir menggunakan <i>System Usability Scale</i> dengan 10 jumlah pertanyaan didapatkan skor akhir

Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian
		rata-rata sebesar 78 sehingga prototype dapat diterima oleh pelanggan.
Perbedaan	Penelitian yang dilakukan Bayu Ramadhani berfokus pengujian akhir prototype menggunakan metode <i>System Usability Scale (SUS)</i> dengan 10 jumlah pertanyaan. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode pengujian awal dan akhir menggunakan <i>Usability Testing</i> dengan 5 indikator yaitu <i>learnability</i> , <i>efficiency</i> , <i>memorability</i> , <i>errors</i> , dan <i>satisfaction</i> dan skala pengukuran menggunakan skala likert.	
Reva Eka Prasetyo (2022)	Analisis dan Perancangan <i>User Interface</i> Dan <i>User Experience</i> Pada <i>Startup</i> Picnicker Dengan Pendekatan User Persona Berbasis Design Thinking	Hasil dari penelitian ini menghasilkan perancangan desain <i>mobile</i> dengan menggunakan pendekatan User Persona berbasis Design Thinking dengan menggunakan pengujian <i>Framework Google Heart</i> dengan 5 kriteria yang didapatkan hasil sangat setuju dan diterima oleh pengguna.
Perbedaan	Penelitian yang dilakukan Reva Eka Prasetyo menggunakan hasil pengujian akhir menggunakan bantuan <i>Framework Google Heart</i> dengan 5 kriteria yaitu, <i>Happiness</i> , <i>Engagement</i> , <i>Adoption</i> , <i>Retention</i> dan <i>Task Succes</i> . Sedangkan penelitian ini menggunakan metode pengujian awal dan akhir menggunakan <i>Usability Testing</i> dengan 5 indikator yaitu <i>learnability</i> , <i>efficiency</i> , <i>memorability</i> , <i>errors</i> , dan <i>satisfaction</i> dan skala pengukuran menggunakan skala likert.	

2.2 User Interface

User Interface (UI) atau antarmuka pengguna adalah bidang yang dimana mempelajari tata letak grafis bagaimana suatu aplikasi atau website dapat berinteraksi dan menerjemahkan suatu informasi antara dengan pengguna atau *user* (Risky, Irmayanti, & Totohendarto, 2023). Secara keseluruhan User Interface terdiri dari suatu tampilan yang menampilkan beberapa item seperti button yang dapat berinteraksi dengan pengguna, teks yang memberikan informasi ke pengguna, gambar, kolom yang dapat di isi oleh pengguna, dan semua item yang bisa berinteraksi dengan pengguna atau user. Termasuk juga animasi, layout, warna, transisi dan semua elemen visual kecil lainnya. Menurut Saraswati, Sudana & Wirdiani (2020), untuk proses membangun tampilan aplikasi yang menarik dan mudah digunakan pelanggan perlu memperhatikan komponen *UI* yang terdiri dari *layout* (tata letak aplikasi), tampilan aplikasi, tipografi, pemilihan warna, ikon, tombol, dan penggunaan gambar. Karena dengan beberapa komponen *UI* seperti *layout* harus dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mencari produk,

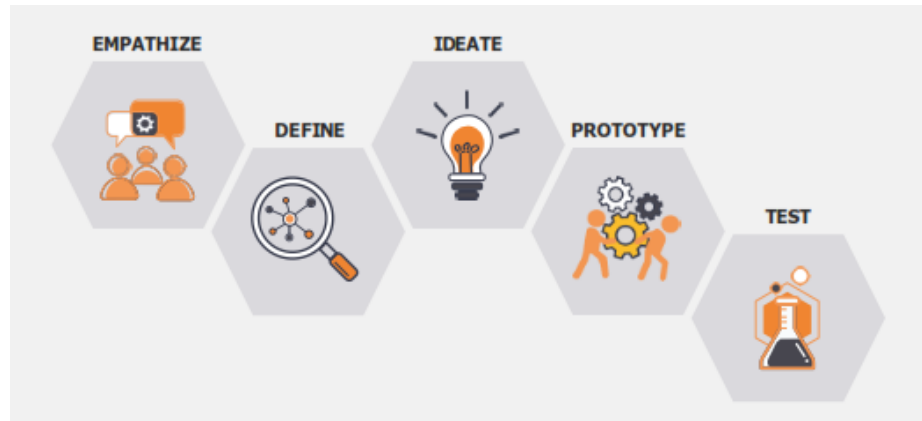
tampilan harus responsif dan familiar untuk pengguna, tipografi yang digunakan harus jelas dan mudah untuk dibaca, pemilihan warna harus memberikan kesan identitas dari sebuah aplikasi atau brand dan memberikan kontras yang cukup untuk meningkatkan ketebacaan, dan terakhir ikon dan tombol harus dirancang dengan jelas dan mudah dikenali agar dikenali oleh pengguna dan memahami fungsinya. Dengan menerapkan komponen *UI* yang tepat, desain *UI/UX* aplikasi penjualan dan service berbasis *mobile* dapat memberikan pengalaman pengguna yang baik.

2.3 *User Experience*

User Experience adalah persepsi dan tanggapan dari masyarakat terhadap penggunaan suatu produk, sistem atau layanan baik melalui *website* maupun perangkat *mobile*. Tujuan dari *User Experience* adalah untuk mengukur dan mengevaluasi kenyamanan dan kepuasan pengguna atau *user* terhadap suatu produk, sistem dan layanan yang telah digunakan (Fariyanto, Suaidah, & Ulum, 2021). Salah satu prinsip dari dalam membangun pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem dan produk adalah bahwa pengguna atau *user* berhak menentukan apakah mereka puas atau tidak dengan pengalaman mereka saat menggunakan suatu produk baik melalui *website* atau *mobile*. Salah satu elemen penting dalam membangun *User Experience* ini adalah aplikasi dapat menciptakan pengalaman pengguna yang luar biasa dengan mempertimbangkan beberapa komponen seperti *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*.

2.4 *Design Thinking*

Design Thinking merupakan sebuah metode untuk membuat pengalaman yang berkaitan dengan nilai nilai sosial dengan beberapa tahapan dengan memulai mengumpulkan informasi tentang apa yang dibutuhkan pengguna, mencari solusi inovatif untuk masalah tersebut, mengembangkan ide ide inovatif dan kreatif dari solusi yang ada, dan terakhir menguji hasilnya untuk mendapatkan feedback (Fauzi & Sukoco, 2019).



Gambar 2. 1 Design thinking process (Brown & Katz, 2009)

Berikut 5 konsep yang ada pada metode *design thinking* yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *test* sebagai berikut :

1. *Empathize*

Tahap *empathize* ini berpusat pada permasalahan dan mengungkapkan pikiran target atau pengguna setelah mengetahui masalah yang didapatkan adalah tahapan yang paling penting. Dengan cara membuat sebuah pertanyaan yang akan digunakan sebagai media melakukan observasi dengan penyebaran kuisioner online atau melakukan wawancara dengan pengguna secara langsung. tahapan ini akan memungkinkan penulis untuk mengumpulkan informasi apa saja yang diperlukan untuk mencapai tahap *empathize* ini

2. *Define*

Tahap *define* merupakan tahapan untuk menentukan sebuah permasalahan yang dialami oleh pengguna dengan memanfaatkan hasil dari tahap *empathize*, setelah ditemukannya permasalahan akan dilakukan analisis lebih lanjut yang bertujuan menentukan pernyataan masalah pengguna yang akan menghasilkan *HMW (How Might We)* yang berguna untuk ke tahap selanjutnya.

3. *Ideate*

Tahap *ideate* ini dilakukan yang namanya proses brainstorming ide untuk mendapatkan solusi, ide dan gagasan dari permasalahan pengguna yang telah dilakukan analisa pada tahap *define* serta dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pengguna yang belum terpenuhi dan tahapan ini sebagai landasan awal untuk perancangan tahap selanjutnya yaitu *prototype*.

4. *Prototype*

Pada tahap *prototype* ini merupakan rancangan awal dari produk yang akan di buat oleh peneliti dengan beberapa tahapan perancangan *wireframe*, *high-fidelity* dan *prototype* yang nantinya akan dirancang sesuai alur yang telah ditemukan pada tahap *ideate* agar bisa berinteraksi dengan pengguna.

5. Test

Tahap terakhir *Test* merupakan tahap dimana melakukan proses pengujian produk berupa *prototype* yang telah di rancang untuk dilakukan uji percobaan ke pengguna secara langsung untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna agar *prototype* bisa menjadi lebih baik lagi. Karena respon dan *feedback* dari pengguna sangat berperan penting dalam proses evaluasi produk lanjutan.

2.5 Mobile Application

Mobile Application, juga dikenal sebagai aplikasi *mobile* adalah perangkat lunak yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai kegiatan penjualan. Semua orang berusaha menggunakan teknologi tersebut di setiap pekerjaan dan menggunakan sebagai media informasi secara luas melalui aplikasi *mobile* (Prayoga, Defriani, & Irmayanti, 2022). Seiring dengan meningkatnya penggunaan aplikasi *mobile* dalam berbagai bidang, terutama dalam bidang penjualan online maka harus diperhatikan terhadap variabel *user interface* dan *user experience* dalam proses perancangan.

Pengalaman pengguna (*UX*) sangat penting untuk memastikan bahwa aplikasi yang digunakan tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan, *easy to use*, dan *efisien*. Pedoman *onboarding*, kecepatan respons sistem, dan navigasi intuitif menjadi penting karena memungkinkan pengguna memahami dan menggunakan aplikasi sejak awal.

Persepsi pengguna kualitas aplikasi sangat dipengaruhi oleh antarmuka pengguna (*UI*). Desain visual yang konsisten, tata letak, dan penggunaan elemen grafis yang mencerminkan identitas aplikasi, akan meningkatkan partisipasi pengguna dan meningkatkan kesan *profesional* aplikasi anda.

2.6 E-Commerce

E-commerce, adalah aplikasi perdagangan yang melakukan segala bentuk transaksi jual beli melalui *platform* digital atau jaringan internet atau *online* (Maulsyid, Adlim, & Abduh, 2023). Dengan demikian, konsumen hanya perlu mengakses *internet* dan menggunakan perangkat seperti ponsel atau komputer untuk melakukan pembelian. *E-commerce* sangat membantu pengusaha, terutama mereka yang bergerak dalam jual beli kendaraan bermotor, karena dapat melakukan interaksi luas antara penjual dan pembeli. *E-commerce* menjadi semakin populer di kalangan bisnis karena kemajuan dan kemudahan teknologi informasi. Terdapat beberapa komponen-komponen penting sebelum proses perancangan *UI/UX e-commerce* yaitu desain *visual* yang menarik dan *responsif*, navigasi yang mudah sehingga pengguna dapat menyelesaikan aktivitas dengan cepat dan tepat, keamanan dalam melakukan proses transaksi, dan yang terakhir Testimoni atau ulasan dari pelanggan yang telah melakukan proses transaksi.

2.7 Skala Likert

Skala likert adalah skala pengukuran yang umum digunakan dalam sebuah kuesioner yang biasanya digunakan dalam melakukan riset yang berupa survey beberapa pertanyaan yang diberikan oleh responden untuk melakukan riset (Maryuliana, Subroto, & Haviana, 2016). Skala yang digunakan dalam menjawab pertanyaan dari *pre-survey* adalah skala likert dengan menggunakan 5 pengukuran yaitu (1) sangat tidak setuju diberi nilai 1, (2) tidak setuju diberi nilai 2, (3) cukup diberi nilai 3, (4) setuju diberi nilai 4 dan (5) sangat setuju diberi nilai 5. Kemudian untuk mengetahui nilai interval pada skala likert dapat dilakukan yang pertama mencari nilai interval terendah dan tertinggi dengan rumus sebagai berikut: (1)

$$I. Rendah = \frac{\text{Jumlah Skala}}{\text{Nilai Skala Jawaban Terbesar}}$$

$$I. Rendah = \frac{5}{5}$$

$$I. Rendah = 1$$

$$I.Tinggi = \frac{Jumlah\ Skala}{Nilai\ Skala\ Jawaban\ terbesar} \times 5$$

$$I.Tinggi = \frac{5}{5} \times 5$$

$$I.Tinggi = 5$$

Maka didapatkan nilai interval terendah 1 dan tertinggi 5 dengan nilai range 4. Setelah itu mencari selisih nilai interval dengan cara nilai range 4 dibagi dengan nilai maksimal dari skala likert yaitu 5 dan hasil dari selisih nilai interval sebesar 0,8. Berikut adalah tabel dari nilai interval yang telah ditemukan dapat dilihat pada tabel 2.2 dibawah:

Tabel 2.2 Nilai Interval

No	Efektivitas Interval	Kriteria
1	1 – 1,8	Sangat Kurang
2	1,81 – 2,6	Kurang
3	2,61 – 3,4	Cukup
4	3,41 – 4,2	Baik
5	4,21 - 5	Sangat Baik

2.8 Usability Testing

Usability adalah salah satu komponen kualitas aplikasi yang paling penting bagi pengembang karena usability sangat penting untuk tingkat kepuasan pengguna aplikasi (Kulakat, Utami, & Wibowo, 2021). Menurut Wahyuningtyas & Wibowo (2022) Usability testing diukur dengan beberapa indikator yaitu :

1. *Learnability*, aplikasi harus mudah untuk dipelajari oleh pengguna, sehingga pengguna dapat menyelesaikan pekerjaan dengan bantuan aplikasi.
2. *Efficiency*, aplikasi harus efisien untuk digunakan, sehingga pengguna saat mempelajari sistem dapat meningkatkan tingkat produktivitas yang tinggi.
3. *Memorability*, aplikasi harus mudah diingat pengguna, sehingga pengguna lama dapat menggunakan aplikasi setelah beberapa waktu tidak menggunakannya.
4. *Errors*, aplikasi harus meminimalkan terjadinya kesalahan pengguna dan memberikan solusi yang mudah apabila terjadi kesalahan
5. *Satisfaction*, aplikasi harus membuat pengguna merasa puas dan senang saat digunakan, sehingga pengguna akan merasa puas dan menyukai aplikasi.

Pernyataan yang dibuat oleh peneliti untuk membuat kuesioner yang akan disebarkan menggunakan konsep *usability testing* menurut Nielsen (1993) dengan 5 indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*. Berikut 10 pernyataan yang disusun oleh peneliti menurut (Sukmasetya, Setiawan, & Arumi, 2020) dapat dilihat pada tabel 2.3 dibawah ini.

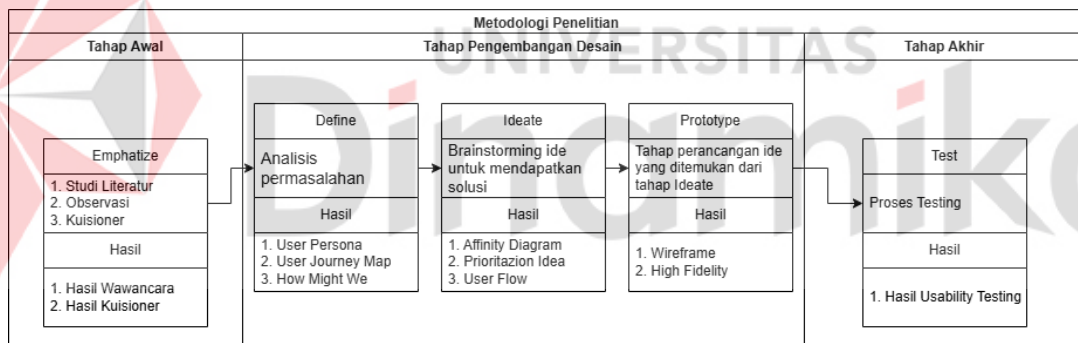
Tabel 2.3 Pernyataan Kuesioner

No.	Pernyataan
<i>Learnability</i>	
1	Saya merasa system dan design mudah dipelajari
2	Saya merasa design fitur service dan catalog yang ada didalam mudah dipahami pengguna baru
<i>Efficiency</i>	
3	Saya merasa system ini mampu membantu menyelesaikan service kendaraan lebih cepat
4	Saya merasa dengan fitur ini mampu membantu mencari ketersediaan kendaraan
<i>Memorability</i>	
5	Saya merasa Langkah Langkah penggunaan service online ini mudah untuk diingat
6	Saya merasa informasi catalog dan service yang diberikan di dalam aplikasi sudah jelas
<i>Errors</i>	
7	Saya merasa tidak pernah mengalami kesalahan saat menggunakan aplikasi
8	Saya merasa pesan kesalahan yang ditampilkan aplikasi mudah dipahami
<i>Satisfaction</i>	
9	Saya merasa puas dengan fitur dan tampilan saat menggunakan aplikasi
10	Saya merasa aplikasi ini kurang memenuhi kebutuhan saya

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan cara ilmiah untuk peneliti dalam menentukan arah atau tujuan yang hendak akan dilakukan penelitian (Ibadi, 2024). Adapun metode penelitian pada Desain *UI/UX* aplikasi penjualan dan servis berbasis mobile menggunakan metode *design thinking* pada CV. Surya Gemilang Motor adalah menggunakan metode *design thinking*. Karena metode *design thinking* ini dikenal memiliki proses berpikir yang bertujuan untuk menciptakan solusi yang diawali dengan proses *emphatize* terhadap kebutuhan dari pengguna (Fahrudin & Ilyasa, 2021). Sedangkan untuk teknik pengujian menggunakan *usability testing* dengan 5 indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfacation*. Berikut adalah tahapan dalam menyelesaikan penelitian berdasarkan metode *design thinking* dapat dilihat pada gambar 3.1 dibawah ini.



Gambar 3. 1 Metodologi Penelitian

3.1 Tahap Awal Emphatize

Pada tahap awal merupakan tahap dimana proses mengidentifikasi masalah dengan mengumpulkan data melalui studi literatur, observasi, dan penyebaran kuesioner.

Pada tahap *emphatize* yang akan dilakukan peneliti adalah dengan melakukan studi literatur, kemudian mencari informasi awal dan mengumpulkan data awal dengan cara melakukan wawancara, dan penyebaran kuesioner awal.

1. Studi Literatur

Tahap studi literatur dilakukan peneliti untuk memperdalam pengetahuan

terhadap topik dan permasalahan yang diteliti dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang tersedia di *internet*, seperti jurnal, *e-book*, dan situs *website* melalui *google*. Studi literatur yang dilakukan peneliti ini mencakup beberapa konsep seperti *User Interface (UI)*, *User Experience (UX)*, *mobile application*, *e-commerce*, dan memahami metodologi perancangan desain menggunakan *design thinking* sebagai acuan peneliti dalam membuat desain serta skala likert dan *usability testing* sebagai acuan dalam melakukan evaluasi dan *testing prototype* yang telah dirancang.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada kepala pegawai pada bagian *marketing* di dealer yang telah diberikan kepercayaan oleh pemilik dealer dan 5 pelanggan dari dealer yang pernah menggunakan aplikasi brompit dan pernah melakukan transaksi. Untuk mendapatkan hasil data tersebut peneliti melakukan wawancara dengan perwakilan dari CV. Surya Gemilang Motor dan pelanggan dari dealer tersebut. Berikut peneliti telah membuat tabel beberapa permasalahan yang telah didapat bisa dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Identifikasi Masalah

No	Permasalahan	Solusi
1	Design fitur booking service pada navigasi kurang <i>intuitif</i> .	Menggunakan <i>button</i> , <i>icon</i> , dan <i>visual</i> yang familiar agar mempermudah pengguna.
2	Langkah - langkah untuk booking service bisa di permudah.	Meminimalkan jumlah langkah-langkah, seperti menggunakan 3 sistem yaitu pilih layanan, pilih jadwal dan konfirmasi. Serta memberikan visual dan design yang familiar untuk mendukung langkah – langkah tersebut.
3	Design pada katalog kurang memberikan informasi secara menyeluruh kepada pelanggan dan untuk menemukan fitur katalog tersebut perlu langkah-langkah yang rumit atau terlalu	Tata letak katalog dibuat lebih mudah dipahami dengan menampilkan informasi yang jelas dan menggunakan <i>icon</i> yang sederhana. Katalog juga diberikan penanda visual yang lebih mencolok supaya menjadi <i>priority</i>

No	Permasalahan	Solusi
	banyak.	<i>placement</i> agar terlihat dan mudah ditemukan pengguna.
4	Design fitur proses pembelian katalog memiliki langkah langkah yang kurang dimengerti dan tidak mudah diingat karena banyak <i>flow</i> .	Setiap langkah dibuat dengan lebih jelas dengan memiliki tampilan yang ringkas, <i>button</i> mudah dikenali, dan penjelasan singkat pada setiap halaman proses pembelian.

Hasil dari wawancara sebagai acuan peneliti untuk mendapatkan data untuk merancang desain aplikasi mobile baru untuk CV. Surya Gemilang Motor, sedangkan bukti pertanyaan wawancara dan hasil wawancara dapat dilihat pada lampiran 2.

3. Kuesioner

Tahapan ini dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan dealer atau calon pelanggan dari dealer tersebut menggunakan platform google form. Pernyataan yang dibuat oleh peneliti pada kuesioner yang disebarkan menggunakan konsep *usability testing* menurut (Nielsen, 1993) dengan 5 indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*. Pernyataan kuesioner berjumlah 10 dan tersedia 5 pilihan jawaban dengan model skala likert dengan skor 1 sampai 5. Hasil dari *pre-survey* yang dilakukan peneliti didapatkan untuk pernyataan indikator *learnability* sebesar 3,27, indikator *efficiency* didapatkan sebesar 2, *memorability* sebesar didapatkan 2,5, *errors* didapatkan sebesar 4,1 dan yang terakhir indikator *satisfaction* didapatkan sebesar 2,85. Detail dari hasil kuisisioner dapat dilihat pada lampiran 3 sedangkan untuk hasil dari perhitungan *pre-survey* pada lampiran 4.

Berdasarkan dari 3 tahapan diatas yaitu studi literatur, wawancara dan penyebaran kuisisioner didapatkan kesimpulan secara keseluruhan permasalahan yang penggunaan *button* dan *icon* navigasi yang kurang *intuitif*, mempermudah setiap langkah-langkah dengan menggunakan *visual* dan desain yang familiar, menggunakan *layout* yang *informatif* dan *visual* yang *interaktif*, dan desain pada fitur katalog yang sulit ditemukan pelanggan.

3.2 Tahap Pengembangan

Pada tahap pengembangan digunakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *design thinking* adalah sebagai berikut.

3.2.1 Define

Tahap Define digunakan peneliti untuk menentukan sebuah permasalahan yang dialami oleh pengguna dengan memanfaatkan hasil dari data dan informasi yang ditemukan pada tahap awal yaitu *navigasi* pada fitur booking *service* kurang *intuitif*, langkah-langkah bisa dipermudah dengan menggunakan *navigasi* dan *button* yang familiar dan menerapkan *layout* yang *informatif*. Setelah ditemukannya permasalahan akan dilakukan analisis lebih lanjut yang bertujuan menentukan pernyataan masalah pengguna. pada tahap define ini memiliki beberapa proses yaitu *user persona*, *user journey map*, dan terakhir akan menghasilkan *HMW (How Might We)* yang berguna untuk ke tahap selanjutnya.

1. User Persona

User Persona adalah representasi fiksi dari karakteristik pengguna yang dimanfaatkan dalam proses perancangan desain (Sarjana, Swastika, & Putra, 2023). *User persona* dibuat berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bersama dengan pengguna aplikasi brompit. *User persona* digunakan untuk menciptakan pemahaman yang lebih tentang kebutuhan pengguna, sehingga mempermudah peneliti dalam merancang ke tahap selanjutnya. Pada penelitian ini dibagi menjadi 3 *user persona* yaitu 1 admin marketing, 1 admin bengkel dan 1 pelanggan. Berikut *user persona* pelanggan dapat dilihat pada gambar 3.2 dibawah ini.

USER PERSONA

Keinginan :

- Fitur penjualan dan katalog sangat penting supaya bisa dilakukan perbaikan kedepan
- Mengurangi pop up yang tidak terlalu penting
- Ditambahkan buku panduan penggunaan fitur
- Pada fitur booking service mengurangi langkah langkah yang berlebihan untuk bisa di permudah supaya lebih cepat dan untuk tampilan lebih di dibuat secara informatif dan sederhana.

Masalah :

1. fitur untuk katalog dan penjualan tidak efisien dan sedikit lambat dan terlalu banyak pop up iklan muncul dalam setiap melakukan kegiatan.
2. tampilan serta langkah langkah pada booking service terlalu panjang

Ekspetasi :

Berharap adanya perbaikan dari aplikasi yang berfokus pada penjualan dan melakukan booking service secara mudah agar menarik pelanggan dan melakukan transaksi, serta menambahkan buku petunjuk agar pengguna baru mudah untuk menggunakan aplikasi dan mengurangi pop up yang berlebihan agar aplikasi menjadi ringan.



Nama : Gandi
Umur : 27
Pekerjaan : Guru

Gambar 3. 2 User Persona Pelanggan

User Persona pada gambar 3 diatas merupakan pelanggan dari dealer yang akan menggunakan aplikasi untuk melakukan transaksi dan melakukan booking service online. Keinginan dari pelanggan adalah mengharapkan aplikasi baru yang akan dikembangkan khusus untuk CV. Surya Gemilang Motor yang tidak hanya berfokus pada booking service online saja, akan tetapi harus juga memperhatikan pada setiap aspek seperti, memiliki tampilan yang *intuitive* dan *responsive*, navigasi yang sederhana di setiap desain, sehingga pengguna dapat mengkases fitur dengan mudah dan cepat. Selain itu pengalaman pengguna dengan alur transaksi yang terstruktur, booking service yang praktis serta tutorial yang disajikan secara *informatif* dan mudah dipahami pengguna untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

USER PERSONA

Keinginan :

- Pelanggan dapat melakukan booking service online secara cepat dan mudah dipahami dengan tampilan dan design yang informatif
- Pelanggan dapat juga melihat history service
- Adanya untuk fitur untuk kalender service untuk melihat pelanggan di jam berapa melakukan service

Masalah :

Pelanggan merasa pada bagian langkah langkah terlalu panjang, beberapa button kurang responsif dan kurang familiar pada aplikasi sehingga kurang informatif.

Ekspetasi :

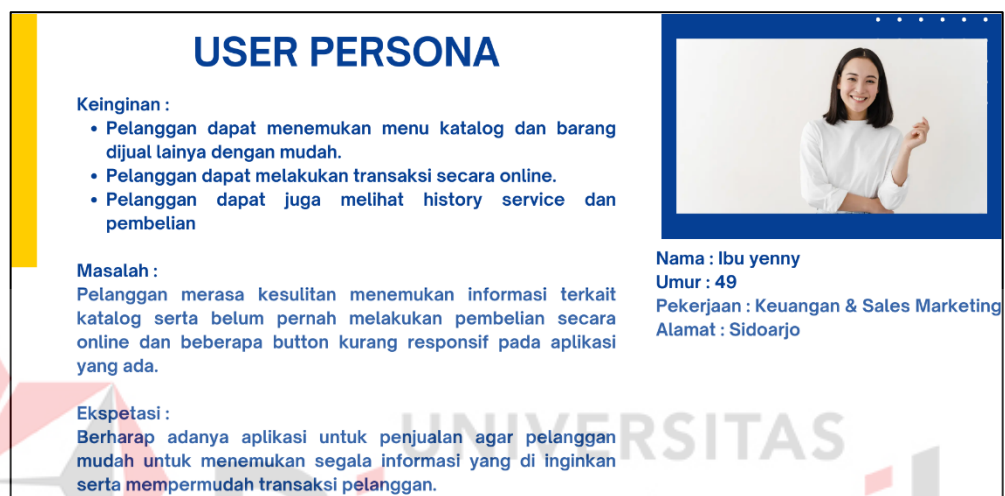
Berharap adanya perbaikan atau aplikasi untuk pelanggan melakukan booking service online secara cepat dan mudah, serta menemukan segala informasi yang di inginkan pelanggan.



Nama : Bapak Fitra
Umur : 42
Pekerjaan : Admin Bengkel
Alamat : Surabaya

Gambar 3. 3 User Persona Admin Bengkel

User Persona pada gambar 3.3 diatas merupakan admin dari bidang bengkel. Keinginan dari *admin* adalah aplikasi yang dapat mengakses segala informasi yang dibutuhkan harus memiliki *layout* yang mudah dipahami dan mudah digunakan oleh admin seperti tampilan *dashboard* yang *informatif*, tampilan jadwal booking yang jelas, sehingga admin dapat mengelola jadwal, data dan informasi dengan mudah.



Gambar 3. 4 User Persona Admin Marketing

User Persona pada gambar 3.4 diatas merupakan *admin* pada bidang *marketing* atau penjualan pada dealer. Keinginan dari admin marketing adalah aplikasi harus memiliki tampilan yang menarik dengan navigasi dan *button* yang *intuitif*, serta struktur katalog yang jelas agar pelanggan dengan mudah menemukan informasi produk seperti filter pencarian, kategori produk, *visual* dari katalog yang menarik bukan hanya gambar melainkan deskripsi yang detail dan mudah dipahami pelanggan. Sementara dari segi *UX* harus menyediakan alur transaksi yang sederhana dan transparan, mulai dari memilih produk, pembayaran hingga konfirmasi.

2. User Journey Map

User Journey Map dirancang untuk menggambarkan secara visual tahapan yang dilalui pengguna, membantu memahami kejadian penting serta interaksi selama proses berlangsung (Kurnia, 2019). Pada tahap ini peneliti *membuat User*

journey map karena sangat efektif dalam menyampaikan hasil evaluasi, karena dapat menyajikan hasil ringkasan informasi, menyoroti masalah, serta mengidentifikasi pengalaman negatif yang dialami pengguna saat menggunakan aplikasi brompit dengan menggambarkan 1 admin bidang marketing, 1 admin bengkel dan 1 pelanggan. Berikut dapat dilihat pada gambar 3.5 dibawah ini adalah *user journey map* dari admin bidang marketing.

	Awareness	Consideration	Decision	
User Action	• Navigasi yang rumit, sehingga admin butuh waktu lebih untuk menemukan informasi atau fitur yang dibutuhkan • Desain antarmuka yang tidak intuitif seperti Warna, ikon, dan tata letak. • Tidak ada fitur pencarian yang efektif untuk memfilter kendaraan. • Terlalu banyak langkah untuk tugas sederhana, misalnya untuk mengupdate stok kendaraan atau mengubah harga, admin harus melalui banyak klik dan halaman	• Admin mengamati masalah seperti navigasi yang sulit, tampilan yang tidak menarik. • Admin membandingkan berbagai sistem manajemen penjualan dari platform lain. • Admin mempertimbangkan aplikasi yang dapat mempermudah update katalog dan manajemen pesanan. • Beberapa admin mungkin mulai menggunakan cara manual seperti spreadsheet atau aplikasi tambahan	• Aplikasi baru memiliki tampilan yang lebih ramah pengguna. • UI lebih bersih, navigasi lebih mudah, dan fitur lebih intuitif dibandingkan sistem sebelumnya. • Admin mulai menghubungi customer support atau membaca panduan / tutorial jika ada kendala UI/UX.	
Emotions	 Stress	 Marah	 Kebingungan	 Keren dan Senang

Gambar 3. 5 User Journey Map Admin Marketing

Gambar 3.5 diatas menunjukkan pengalaman dari sisi *admin marketing* pada suatu dealer dalam menggunakan sistem yang ada pada dealer, khususnya pada manajemen katalog kendaraan dan penjualan. Peneliti juga membuat *user journey map* untuk sisi *admin bengkel* dapat dilihat pada gambar 3.6 dibawah ini.

	Awareness	Consideration	Decision
User Action	- Tampilan dashboard kurang informatif sulit melihat jadwal servis yang penuh atau kosong - Sering terjadi overbooking karena UI tidak menunjukkan jumlah slot servis yang tersedia secara real-time.	- Membandingkan aplikasi bengkel lain yang memiliki fitur pengelolaan jadwal servis yang lebih baik dan notifikasi otomatis ke pelanggan. - Mengumpulkan feedback dari mekanik dan pelanggan terkait kendala sistem lama. - Meminta fitur tambahan seperti laporan stok sparepart yang lebih jelas dan integrasi lebih baik dengan gudang.	- Aplikasi baru memiliki tampilan yang lebih ramah pengguna. - Fitur pencarian pelanggan dan riwayat servis lebih efisien - Sistem baru memiliki dukungan komunitas atau forum untuk bertukar informasi dan menyelesaikan kendala teknis.
Emotions	 Stress  Kewalahan  Marah	 Kebingungan  Cemas	 Keren dan Senang 

Gambar 3. 6 User Journey Map Admin Bengkel

Gambar 3.6 diatas menunjukkan pengalaman admin bengkel pada dealer dalam menggunakan sistem yang mengelola jadwal *service* dan *stock sparepart*. Selanjutnya peneliti juga membuat *user journey map* untuk sisi pelanggan dari dealer dapat diliha pada gambar 3.7 dibawah ini.

	Awareness	Consideration	Decision
User Action	- Pelanggan merasa katalog kendaraan kurang menarik karena beberapa gambar tidak tersedia - Navigasi membingungkan pelanggan kesulitan mencari kendaraan yang sesuai - Langkah-langkah booking terlalu panjang. - Informasi bengkel tidak lengkap - Pop-up terlalu banyak iklan dan notifikasi yang tidak relevan	- Pelanggan mulai mencari alternatif di website atau aplikasi lain dengan tampilan katalog yang lebih baik dan fitur pencarian yang lebih baik. - Mencoba melakukan simulasi booking service di platform lain untuk melihat apakah lebih mudah digunakan. - Tidak ada testimoni atau review pelanggan di dalam aplikasi.	- UI lebih responsif dan menarik pelanggan lebih nyaman saat browsing katalog kendaraan - Proses booking lebih cepat, efisien dan lebih sederhana - Tersedia fitur cek kapasitas bengkel - Fitur testimoni pelanggan tersedia.
Emotions	 Stress  Kecewa  Marah	 Kebingungan  Ragu	 Keren dan Senang 

Gambar 3. 7 User Jouney Map Pelanggan

Gambar 3.7 diatas menunjukkan pengalaman pelanggan dalam menggunakan aplikasi, terutama pada penggunaan fitur seperti katalog dan penjualan, *booking service online*, dan mendapatkan informasi tentang bengkel.

3. How Might We

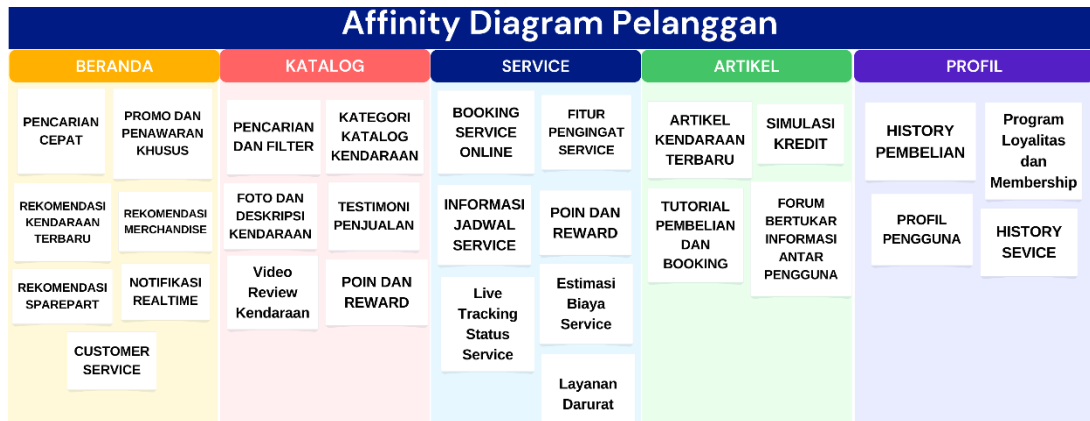
How-might we adalah sebuah pertanyaan singkat yang dirancang untuk memicu brainstorming (Fahrudin & Ilyasa, 2021). Pertanyaan ini berakar pada pernyataan masalah yang telah diidentifikasi oleh peneliti pada tahap sebelumnya, dengan tujuan membuka ruang untuk mengeksplorasi berbagai ide dan solusi kreatif. Berikut hasil pertanyaan singkat atau *How Might We* yang telah disusun oleh peneliti sebagai berikut. Bagaimana caranya dapat membantu pelanggan yang ingin melakukan booking service kendaraan, membeli kendaraan, merchandise dan lain-lainya atau hanya sekedar melihat katalog tanpa mengalami kesulitan dari segi *learnability*, *memorability*, *efficiency* dan *satisfacation* dalam menggunakan aplikasi.

3.2.2 Ideate

Dalam tahap ideate ini berisikan ide ide untuk menenmuka solusi dari permasalahan yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya. Di tahap ini peneliti akan melakukan beberapa tahapan yaitu *affinity diagram*, *prioritization idea* dan yang terakhir *user flow*.

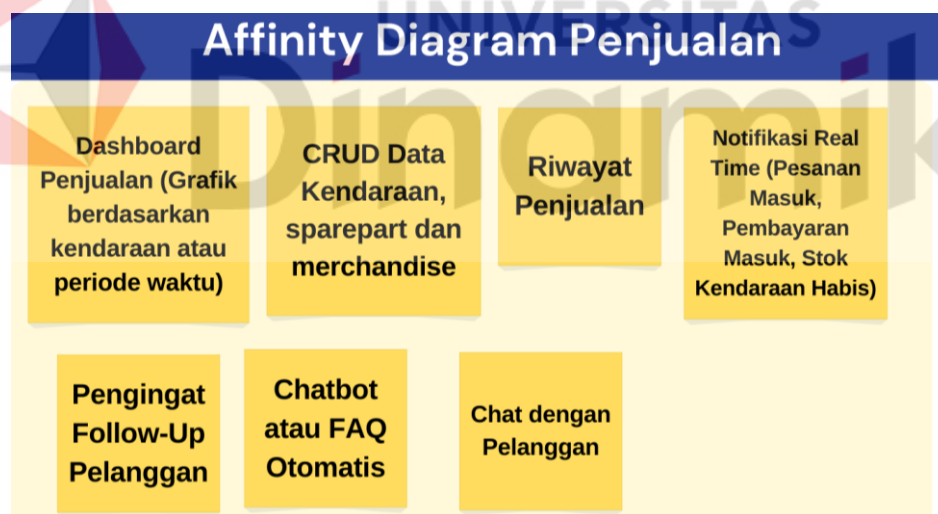
1. Affinity Diagram

Pada tahap ini peneliti melakukan penentu ide dan solusi apa yang akan dituangkan dari permasalahan yang ada. Kemudian tahap ini akan dibuatkan rancangan fitur-fitur apa saja yang akan disajikan dalam aplikasi dari solusi atau ide yang didapatkan dan akan dilakukan pengelompokan dari ide-ide yang didapatkan dalam proses sebelumnya. Berikut peneliti telah mengembangkan ide dan solusi berdasarkan permasalahan dari pengguna yang telah dibahas pada tahap sebelumnya dan dibantu dengan *How Might We* yang menghasilkan sejumlah fitur untuk membantu menyelesaikan permasalahan pelanggan, seperti pada gambar 9 dibawah ini.



Gambar 3. 8 Affinity diagram pelanggan

Gambar 3.8 diatas merupakan hasil dari *brainstorming* yang menghasilkan ide ide dan solusi untuk permasalahan yang telah ditemukan yang nantinya bisa diterapkan kedalam aplikasi. Peneliti juga mengembangkan beberapa ide yang menghasilkan sejumlah fitur untuk segi admin penjualan. Dapat dilihat pada gambar 3.9 dibawah ini merupakan affinity diagram untuk segi admin penjualan.



Gambar 3. 9 Affinity diagram penjualan

Gambar 3.9 diatas merupakan beberapa hasil ide dan inovasi fitur yang nantinya akan di pertimbangkan untuk masuk kedalam pembuatan aplikasi. Berikut peneliti juga mengembangkan ide yang menghasilkan beberapa fitur untuk pengelola bengkel dapat dilihat pada gambar 3.10 dibawah ini.



Gambar 3. 10 Affinity diagram Bengkel

Gambar 3.10 diatas merupakan beberapa hasil ide dan fitur yang nanti bisa diaplikasikan ke dalam sebuah aplikasi untuk membantu dari segi admin bengkel.

2. Prioritization Idea

Tahap ini dilakukan peneliti bertujuan untuk memprioritaskan ide-ide yang telah didapatkan menjadi beberapa kelompok. Menurut (Fahrudin & Ilyasa, 2021) dibagi menjadi empat kelompok yaitu *yes do it now*, *do next*, *later*, dan *do last*. pengelompokan ini dilakukan berdasarkan ide yang memiliki value besar akan menjadi prioritas Utama. Berikut yang pertama yaitu pengelompokan dari ide-ide yang dihasilkan pada tahap *Affinity Diagram* pelanggan sebagai berikut :

A. *Yes Do It Now* (Prioritas utama atau *value* tinggi)

Fitur yang langsung berpengaruh pada kenyamanan, transaksi, dan semua layanan yang dibutuhkan pelanggan sebagai berikut:

1. Pencarian Cepat.
2. *Customer Service*.
3. Kategori katalog kendaraan, *sparepart* dan *merchandise*.

4. Tampilan Katalog kendaraan (foto, video dan deskripsi).
5. *Booking service online*.
6. *Live tracking status service*.
7. *Notification Service* rutin.
8. *History service* dan pembelian.

B. *Do Next* (Prioritas menengah atau *value* menengah)

Fitur yang penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam membantu pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Rekomendasi kendaraan, *sparepart* dan *merchandise*.
2. Testimoni penjualan atau *review*.
3. Promo dan penawaran khusus.
4. Layanan Darurat.
5. *Profile* pengguna.

C. *Later* (Prioritas rendah atau *value* cukup)

Fitur yang bermakna informatif atau tambahan yang belum terlalu penting di tahap awal sebagai berikut:

1. Artikel kendaraan terbaru.
2. Forum untuk bertukar informasi.

D. *Do Last* (Prioritas terendah atau *value* rendah)

Fitur yang sifatnya mendukung dan tidak berdampak langsung terhadap aplikasi, sebagai berikut:

1. Poin dan *Reward*.
2. Program loyalitas atau *membership*.

Berikut yang kedua yaitu pengelompokan dari ide-ide yang dihasilkan pada tahap *Affinity Diagram* admin penjualan sebagai berikut:

A. *Yes Do It Now* (Prioritas utama atau *value* tinggi)

Fitur krusial yang langsung berpengaruh untuk kelancaran proses penjualan, pemantauan kinerja dan respon cepat, sebagai berikut:

1. Dashboard Penjualan.
2. *Notifikasi Real Time*.
3. Riwayat penjualan
4. CRUD data kendaraan, *sparepart* dan *merchandise*.

B. *Do Next* (Prioritas menengah atau *value* menengah)

Fitur yang mendukung untuk efisiensi data dan menjaga proses, sebagai berikut:

1. Peringatan *Follow Up* pelanggan.

C. *Later* (Prioritas rendah atau *value* cukup)

Fitur pelengkap yang meningkatkan interaksi tetapi belum terlalu penting pada tahap awal, sebagai berikut:

1. *Chatbot* atau *faq* otomatis.

Berikut yang ketiga yaitu pengelompokan dari ide-ide yang dihasilkan pada tahap *Affinity Diagram* admin bengkel sebagai berikut:

A. *Yes Do It Now* (Prioritas utama atau *value* tinggi)

Fitur penting yang berdampak langsung pada efisiensi operasional bengkel dan kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

1. Jadwal booking (hari ini, minggu ini, bulan ini).
2. Notifikasi booking masuk.
3. *Update status* pekerjaan.
4. Riwayat *service*.
5. Notifikasi keterlambatan pekerjaan.

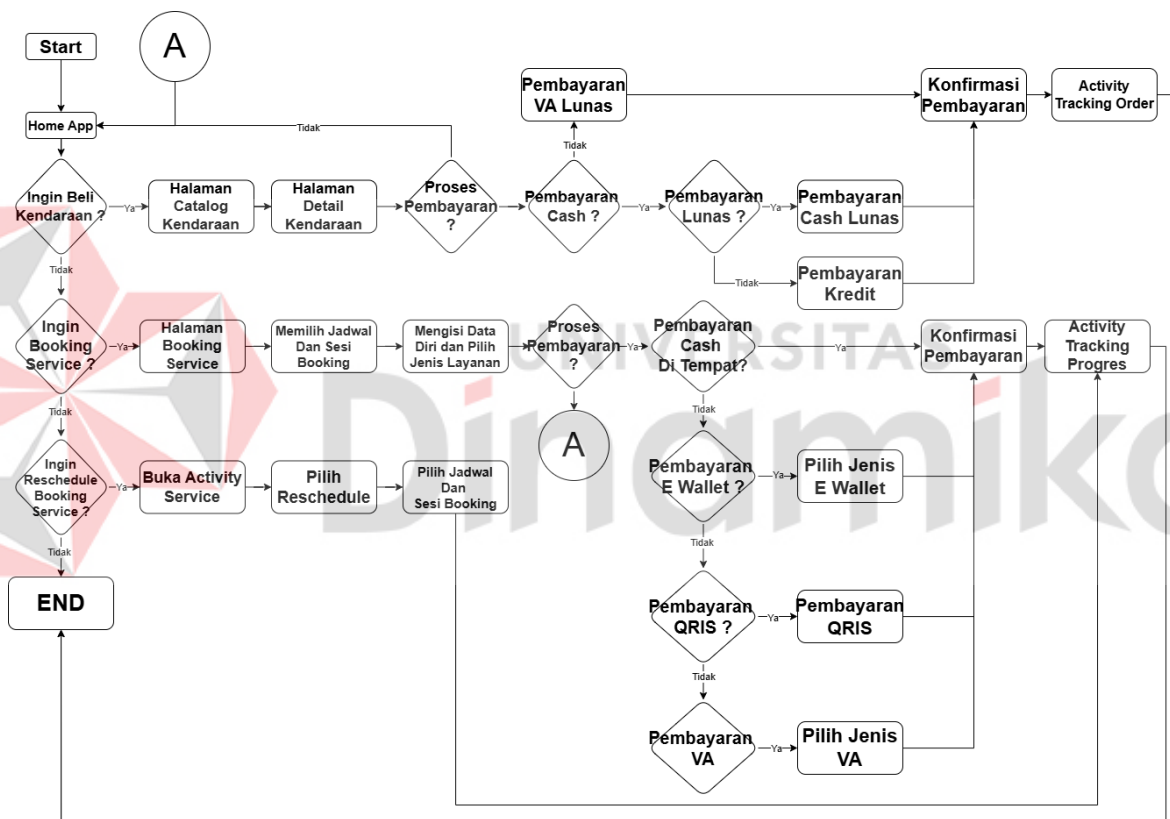
B. *Do Next* (Prioritas menengah atau *value* menengah)

Fitur yang meningkatkan transparansi dan manajemen sumber daya, sebagai berikut :

1. Kapasitas bengkel.
2. Chat dengan pelanggan.
3. Penilaian mekanik dan layanan.

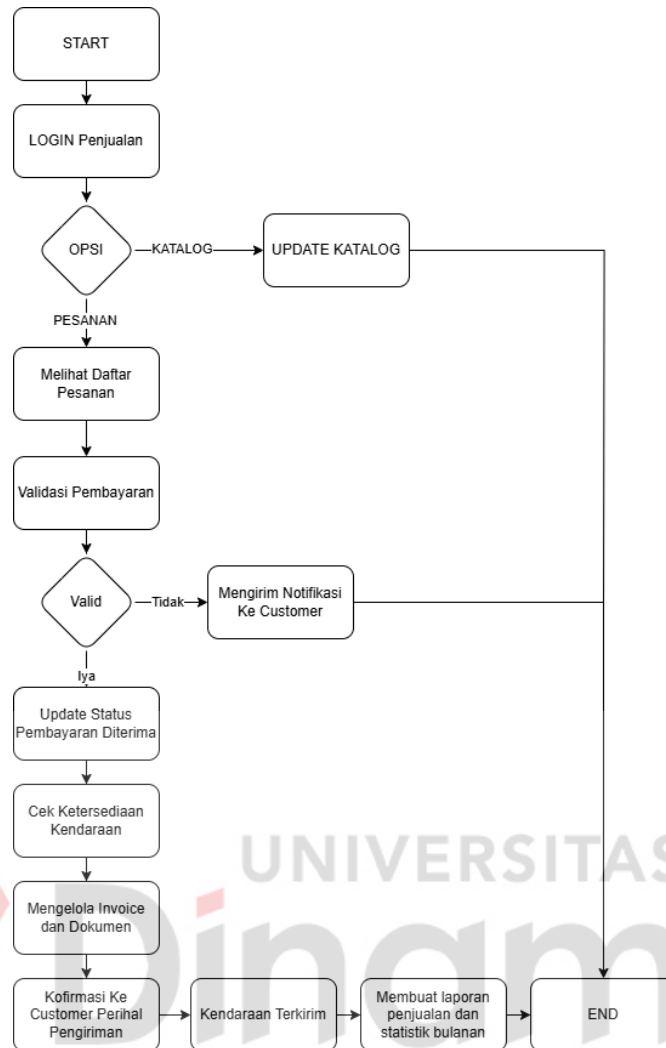
3. Userflow

Userflow pada penelitian ini digunakan untuk menggambarkan alur penggunaan aplikasi. proses perancangan *userflow* dilakukan berdasarkan hasil dari fitur yang telah ditemukan pada tahap *prioritization idea* dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil riset yang telah peneliti lakukan sebelumnya, sehingga akan menghasilkan *userflow* aplikasi sesuai untuk pengalaman pengguna. Berikut *user flow* dari *customer* bisa dilihat pada gambar 3.11 dibawah.



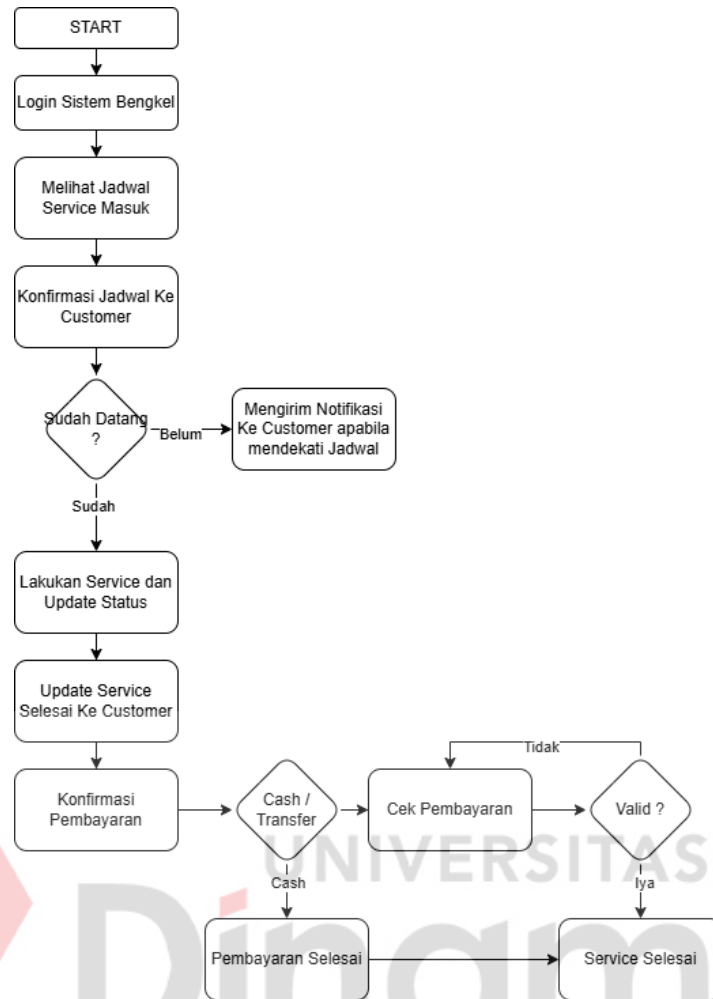
Gambar 3. 11 User Flow Customer

User Flow diatas menggambarkan dua proses utama yang dapat dilakukan oleh customer dalam aplikasi yaitu membeli kendaraan dan melakukan booking layanan service. Berikut *user flow* kedua yaitu dari segi admin penjualan bisa dilihat pada gambar 3.12 dibawah ini.



Gambar 3. 12 User Flow Admin Penjualan

User Flow diatas menggambarkan proses utama yang dapat dilakukan oleh admin penjualan dalam aplikasi yaitu melakukan konfirmasi dan memproses pembelian kendaraan. Selanjutnya untuk *user flow admin bengkel* dapat dilihat pada gambar 3.13 dibawah ini.



Gambar 3. 13 User Flow Admin Bengkel

User Flow diatas menggambarkan proses utama yang dapat dilakukan oleh admin bengkel dalam aplikasi yaitu melakukan konfirmasi dan memproses antrian *service* kendaraan dari *customer*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Prototype

Dalam tahap prototype ini peneliti melakukan proses perancangan desain yang berawal dari ide-ide yang telah dihasilkan pada tahap ideate. Pada tahap prototype ini peneliti melakukan beberapa tahapan yaitu proses pembuatan *wireframe* dan *high fidelity*. Seluruh desain yang dikembangkan pada tahap *prototype* ini berfungsi tidak hanya sebagai merepresentasikan *visual* dari solusi yang telah ditemukan pada tahap *ideate*, tetapi juga menjadi pemecahan masalah yang telah ditemukan dalam tabel identifikasi masalah pada tahap sebelumnya. Oleh karena itu setiap desain yang disusun dibuat secara terarah dengan menyesuaikan dengan permasalahan yang telah teridentifikasi sebelumnya.

4.1.1. Wireframe

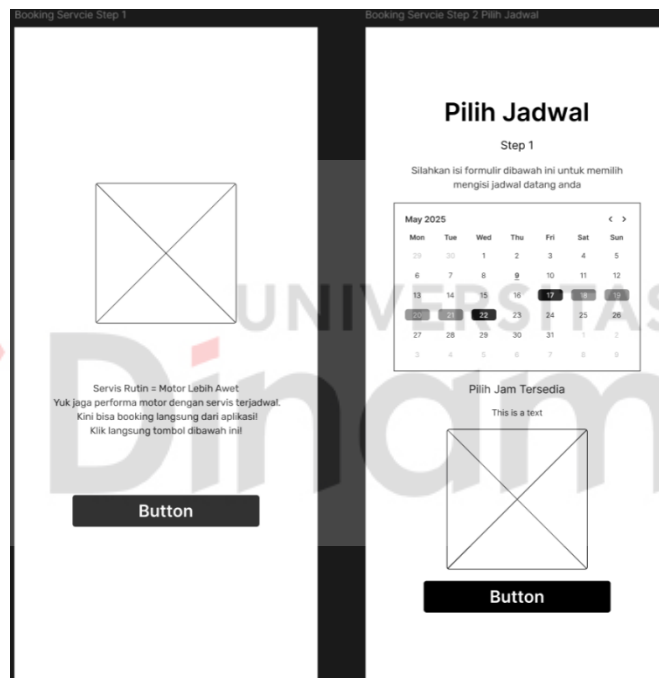
Pada tahap *wireframe* peneliti melakukan proses merancang gambaran awal dari elemen-elemen *user interface* yang akan ditempatkan berfokus pada tata letak serta memiliki fungsi sesuai kebutuhan pengguna. *Wireframe* memberikan gambaran awal tentang elemen-elemen di aplikasi yang akan ditempatkan dan memiliki fungsi dengan baik sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mempertimbangkan masalah yang telah didapat seperti mengurangi langkah atau *flow*, memperelas hierarki informasi katalog, serta menggunakan navigasi yang familiar agar mudah untuk ditemukan.

Pada tahap ini, peneliti akan menyusun *wireframe* untuk halaman halaman yang telah ditentukan solusinya pada tabel identifikasi yang sudah peneliti lakukan diawal. Halaman yang dirancang meliputi halaman booking *service online* dan halaman catalog penjualan yang menjadi fokus utama peneliti. Berikut *wireframe* pertama yaitu untuk halaman booking online service sebagai berikut.

1. Wireframe Booking Service Online

Pada tahap *wireframe* ini peneliti telah merancang gambaran awal untuk halaman booking *service online* yang sudah dirancang dengan mempertimbangkan

permasalahan yang didapatkan pada identifikasi masalah seperti menggunakan *button* dan *icon* yang familiar atau mudah dikenali pengguna agar mudah dipahami secara cepat. Selain itu, mensesederhanakan *flow* atau langkah-langkah untuk melakukan *booking service online* kendaraan, jika sebelumnya pengguna pada langkah awal harus mendaftarkan data kendaraan diawal sehingga menambah langkah, kini untuk sekarang pengguna dimulai langsung untuk bisa memilih jadwal yang tersedia agar lebih cepat. Berikut pada gambar 4.1 dibawah ini merupakan *wireframe* untuk tampilan langkah pertama pada *booking service online*. Dimana tampilan tersebut yang nantinya pengguna pertama kali akan dapat melihat tanggal dan jam ketersediaan untuk melakukan *booking service* kendaraan.



Gambar 4. 1 Wireframe Flow 1 Booking Service

Selanjutnya pada gambar 4.2 dibawah ini merupakan *wireframe* untuk langkah selanjutnya pada *booking service online*. Dimana tampilan tersebut pengguna bisa untuk memasukan data diri dan memilih layanan service yang sudah tersedia di dalam aplikasi beserta deskripsi dari layanan supaya pengguna tidak kebingungan tentang layanan yang akan dipilih terutama untuk pengguna yang awam tentang service.

Booking Service Step 3 Pilih Layanan

Pilih Layanan

Step 2

Silahkan isi formulir dibawah ini untuk memboking service untuk kendaraan anda

This is a label

This is a label

This is a label

This is a label

This is a label

This is a label

Button

Gambar 4. 2 Wireframe flow 2 pilih Layanan booking service

Selanjutnya pada gambar 4.3 dibawah ini merupakan *wireframe* untuk langkah selanjutnya pada *booking service online*. Pengguna setelah memilih layanan *service* lanjut kehalaman memilih metode pembayaran dan segera melakukan konfirmasi pembayaran untuk melakukan booking slot service.

Booking Service Step 4 Metode Pembayaran

Metode Pembayaran

Step 3

Silahkan isi formulir dibawah ini untuk memilih metode pembayaran

This is a label

This is a label

This is a label

This is a label

Button

Booking Service Step 5 Pembayaran

Konfirmasi Pembayaran

Step 4

Silahkan lakukan konfirmasi pembayaran terkait service anda

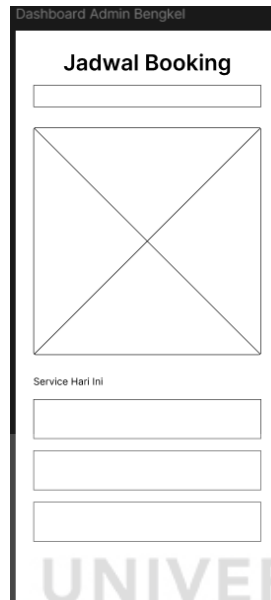
This is a label

Estimasi Harga diatas ini merupakan DP untuk melakukan **booking service lainnya**. untuk total keseluruhan akan diberikan saat anda selesai untuk service

Button

Gambar 4. 3 Wireframe flow 3 konfirmasi pembayaran booking service

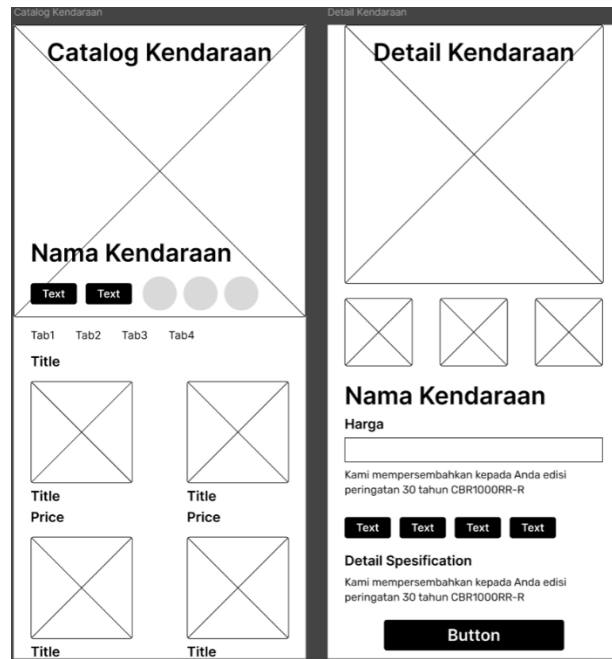
Selanjutnya pada gambar 4.4 dibawah ini merupakan *wireframe* untuk dari segi admin bengkel untuk mendukung fitur utama dari *customer* yaitu *wireframe dashboard* admin bengkel dimana didalam *dashboard* tersebut nantinya admin bengkel dapat melihat semua jadwal kendaraan yang telah melakukan booking service secara *online*



Gambar 4. 4 Wireframe Admin Bengkel

2. Wireframe Catalog Kendaraan

Pada tahap *wireframe* ini peneliti telah merancang gambaran awal untuk halaman *catalog* kendaraan sampai proses pembelian yang sudah dirancang dengan mempertimbangkan permasalahan yang didapatkan pada identifikasi masalah seperti *layout* disusun agar lebih mudah dipahami oleh pengguna dengan menampilkan informasi yang jelas serta menggunakan *icon* yang sederhana agar mudah dikenali pengguna. *Catalog* juga diberikan penanda visual yang lebih mencolok sehingga menjadi *priority placement* agar mudah ditemukan oleh pengguna secara cepat. Selain itu, untuk setiap proses pembelian kendaraan dibuat lebih jelas melalui *visual* yang ringkas, *button* yang mudah dikenali, serta penjelasan singkat pada setiap halaman agar membantu pengguna menyelesaikan *flow* dan tidak membingungkan. Berikut pada gambar 4.5 dibawah ini merupakan halaman *wireframe* awal untuk tampilan *catalog* beserta detail dari *catalog* dari kendaraan.



Gambar 4. 5 Wireframe Catalog Kendaraan

Selanjutnya pada gambar 4.6 dibawah ini merupakan *wireframe* untuk langkah selanjutnya yaitu dimana pengguna melakukan proses pembelian catalog kendaraan setelah melihat detail *catalog* dari kendaraan, dimulai dari *flow* pertama yaitu pengguna atau *customer* melakukan pengisian form data diri.

Gambar 4. 6 Wireframe flow 1 penjualan

Selanjutnya pada gambar 4.7 dibawah ini merupakan *wireframe* untuk langkah selanjutnya pada proses penjualan *catalog* kendaraan. Pengguna setelah memilih form data diri lanjut kehalaman memilih metode pembayaran dan segera melakukan konfirmasi pembayaran untuk melakukan segera diproses oleh pihak dealer dimana tampilan dibawah ini jika pengguna memilih metode pembayaran transfer.



The wireframe illustrates the payment transfer process flow 2, divided into two main sections: 'Proses Pembelian Flow 2' and 'Proses Pembelian Flow 3'.

Proses Pembelian Flow 2: Metode Pembayaran

- Header: **Metode Pembayaran**
- Text: 'This is a text'
- Text: 'Silahkan pilih metode pembayaran anda'
- Form: A large rectangular input field.
- Text: 'This is a label'
- Form: A rectangular input field.
- Text: 'This is a label'
- Form: A rectangular input field.
- Button: A black button labeled 'Button'.

Proses Pembelian Flow 3: Konfirmasi Pembayaran

- Header: **Konfirmasi Pembayaran**
- Text: 'This is a text'
- Text: 'Silahkan lakukan konfirmasi pembayaran terkait pesanan anda'
- Form: A large rectangular input field.
- Form: A rectangular input field.
- Text: 'This is a label'
- Form: A rectangular input field.
- List of steps:
 1. Login ke aplikasi BRIMO.
 2. Pilih Menu Pembayaran.
 3. Pilih BRIVA (BRI Virtual Account).
 4. Masukkan Nomor Virtual Account yang diberikan merchant / instansi.
 5. Akan muncul detail pembayaran (nama penerima & jumlah tagihan).
 6. Pastikan benar -- klik Bayar.
 7. Masukkan PIN BRIMO.
 8. Transaksi selesai, simpan bukti pembayaran.
- Button: A black button labeled 'Button'.

Gambar 4. 7 Wireframe flow 2 pembayaran transfer

Selanjutnya pada gambar 4.8 setelah pengguna mengisi form data diri, mereka akan diarahkan ke halaman memilih metode pembayaran dan segera melakukan konfirmasi pembayaran agar bisa diproses oleh pihak dealer. Pada metode pembayaran *COD*, tampilan halaman sedikit berbeda karena terdapat tambahan kolom memilih tanggal pelaksanaan *COD*.

Proses Pembelian Flow COD

Metode Pembayaran

This is a text

Silahkan lakukan konfirmasi terkait pesanan anda

This is a label

This is a label

May 2025

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9

This is a label

Button

Gambar 4. 8 Wireframe flow 2 pembayaran COD

Selanjutnya pada gambar 4.9 ini merupakan *wireframe* untuk dari segi admin penjualan untuk mendukung fitur utama dari *customer* yaitu *wireframe dashboard* admin penjualan dimana didalam *dashboard* tersebut nantinya admin penjualan dapat melihat semua kendaraan yang telah terjual ke customer dan total dari keseluruhan penjualan seperti laporan bulanan dan tahunan.

Sales Dashboard

Sales

Total Transaksi

Sales Dashboard Detail

Detail Penjualan

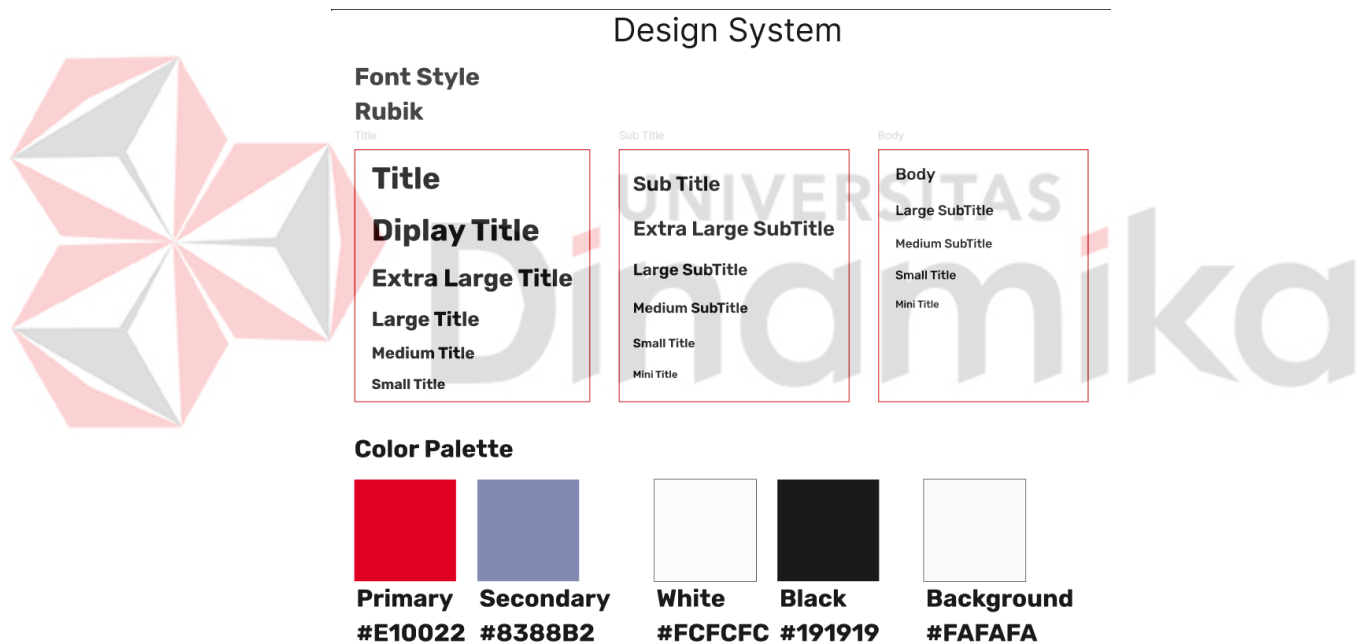
Total Unit Units

Total Unit Units

Gambar 4. 9 Wireframe Dashboard Admin Penjualan

4.1.2. High Fidelity

Tahap *high-fidelity* ini dilakukan peneliti untuk mengembangkan gambaran awal yang sudah dirancang pada tahap *wireframe* menjadi *prototype* atau *high-fidelity*. Pada tahap ini peneliti mengembangkan desain dengan tingkat tinggi, mencakup pewarnaan, tipografi, ikon, ilustrasi yang berfungsi sebagai bentuk *visual* final sebelum dilakukan pengujian *testing*, sekaligus sebagai *implementasi* dari solusi yang telah ditemukan pada tabel identifikasi masalah pada tahap sebelumnya. Tetapi sebelum melakukan proses ke tahap *high fidelity* peneliti telah menentukan *design system* yang digunakan untuk menjaga konsistensi dalam mendesain semua halaman dan juga *user* akan lebih mudah memahami antarmuka karena pola desain tidak berubah-ubah. Berikut gambar 4.10 dibawah ini merupakan *design system* yang digunakan peneliti.



Gambar 4. 10 Design System

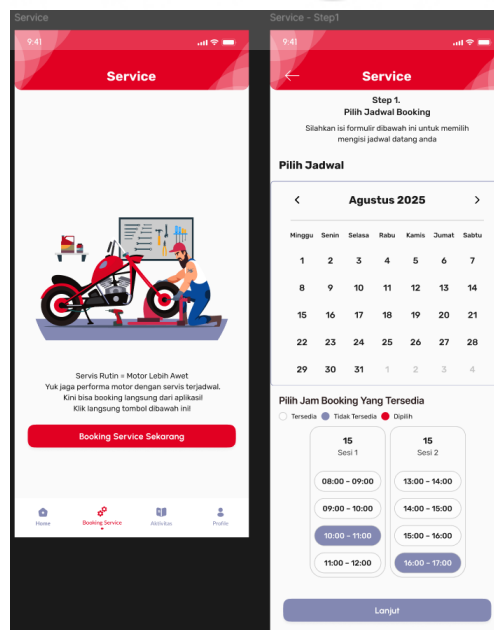
Pada gambar 4.10 diatas merupakan *design system* yang digunakan peneliti dalam membantu mendesain seperti pemilihan jenis *font* yang digunakan menggunakan *Rubik* , karena jenis *font* ini memiliki tampilan yang terlihat ramah, modern, dan tidak kaku. Karakter *font* ini membuat terasa nyaman , mudah diakses, dan teks tetap terbaca jelas meskipun pengguna membuka aplikasi di layar kecil oleh banyak tipe pengguna. Dimana untuk aplikasi yang dirancang peneliti keterbacaan tinggi adalah faktor penting didalam aplikasi, dimana banyak informasi

seperti harga, produk, dan tombol yang harus dipahami. Kemudian dalam pemilihan warna merah sebagai *primary* karena merupakan warna utama brand sehingga memperkuat identitas aplikasi dan konsistensi pada seluruh tampilan aplikasi, warna abu kebiruan sebagai *secondary* untuk menetralkan dan lebih stabil sebagai penyeimbang warna merah.

Selanjutnya setelah menetapkan *design system* peneliti akan membuat *high fidelity* untuk fitur utama yaitu booking service *online* dan catalog kendaraan. Berikut dibawah ini *high fidelity* pertama untuk booking service *online*.

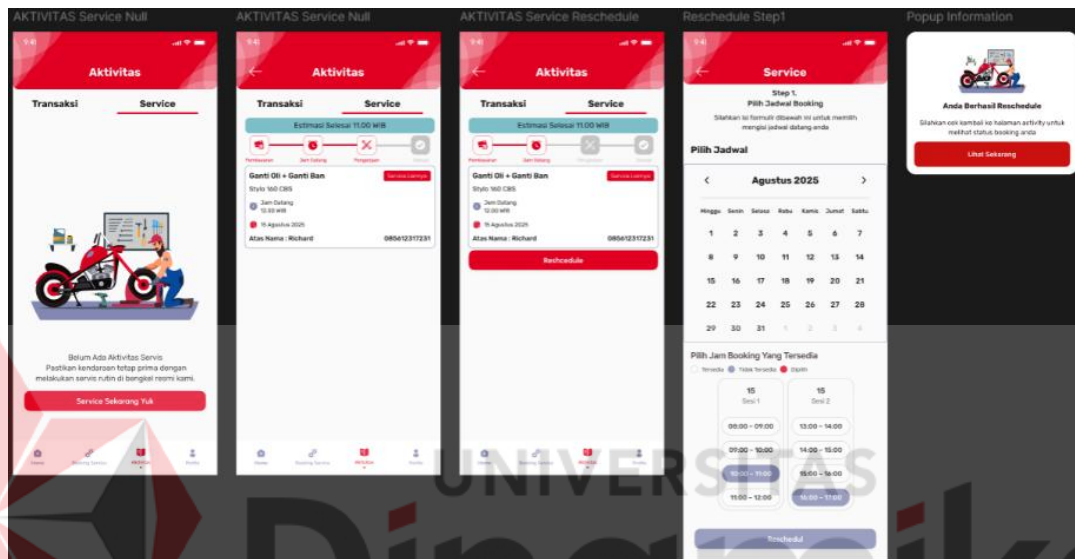
1. *High fidelity* Booking Service Online

Berikut pada gambar 4.11 dibawah ini merupakan *high fidelity* untuk tampilan booking service *online*. Pada tahap ini peneliti mengembangkan desain akhir yang awalnya dari *wireframe* dengan tetap mengacu pada permasalahan yang telah ditemukan, desain akhir ini dibuat menggunakan *illustration*, *button* dan *icon* yang mudah dikenali dan dipahami secara cepat oleh pengguna. Selain itu, alur booking juga sudah dilakukan penyederhanaan untuk terkait langkah langkah yang tidak diperlukan, pada desain ini pengguna akan dapat langsung memilih jadwal untuk melakukan booking service pada langkah pertama agar proses menjadi lebih cepat dan efisien.



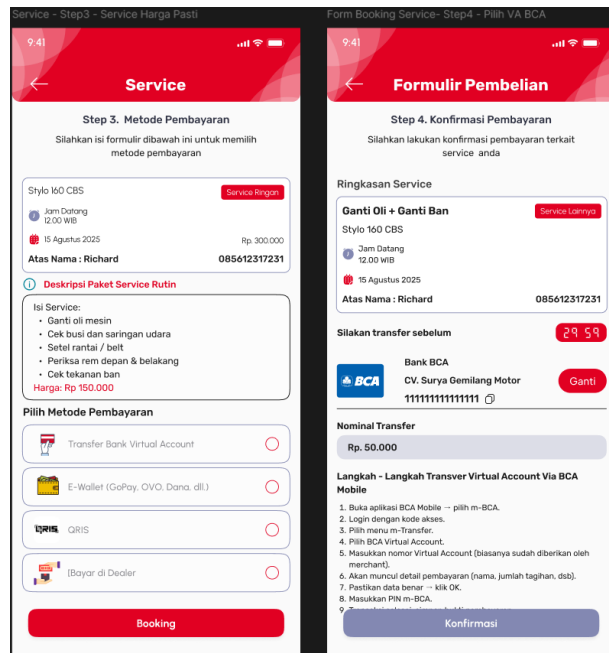
Gambar 4. 11. Highfidelity Flow 1 Booking Service Online

Selanjutnya pada gambar 4.12 dibawah ini merupakan *highfidelity* untuk langkah selanjutnya pada booking *service online*. Dimana tampilan akhir yang sudah diberikan *ilustration*, pemberian warna dan penggunaan *icon*. Dimana pengguna bisa untuk memasukan data diri dan memilih layanan service yang sudah tersedia di dalam aplikasi beserta deskripsi dari layanan supaya pengguna tidak kebingungan tentang layanan yang akan dipilih terutama untuk pengguna yang awam tentang service.



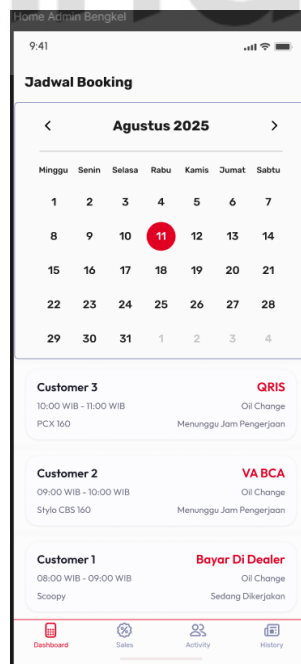
Gambar 4. 12 Highfidelity Flow 2 Booking & Reschedule Service Online

Selanjutnya pada gambar 4.13 dibawah ini ditampilkan desain *highfidelity flow* setelah memilih layanan yaitu pengguna memilih jenis layanan *service*, mereka diarahkan ke halaman pilihan metode pembayaran. Pada tahap ini, desain telah disempurnakan dengan penggunaan warna, *icon* dan ilustrasi yang lebih jelas sehingga informasi lebih mudah dipahami oleh pengguna. Pengguna kemudian dapat mengunci slot service dengan melakukan konfirmasi pembayaran. Tampilan *highfidelity* ini dirancang supaya alur pembayaran terlihat lebih terstruktur, informatif dan nyaman saat digunakan.



Gambar 4. 13 Highfidelity flow 3 Booking Service Online

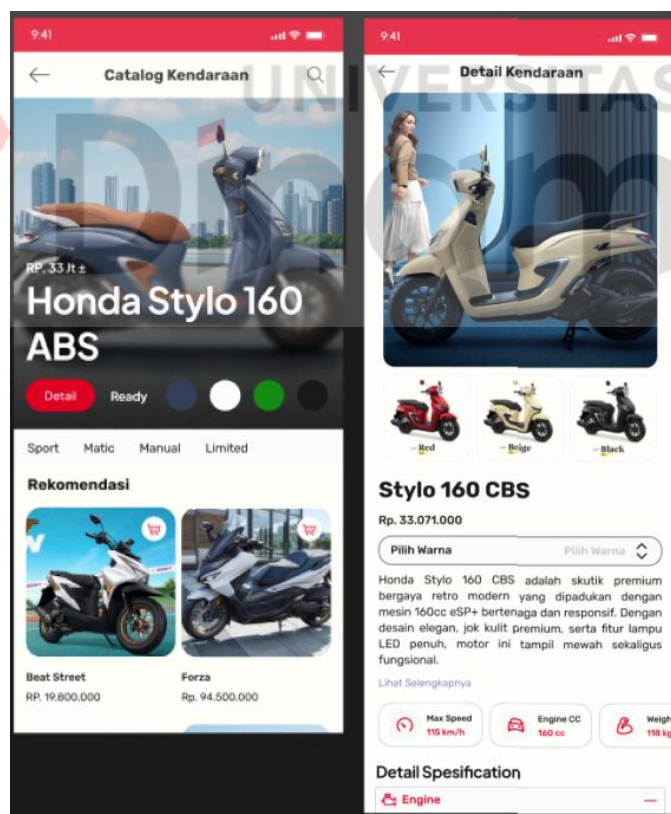
Selanjutnya pada gambar 4.14 dibawah ini merupakan *highfidelity* untuk dari segi admin bengkel untuk mendukung fitur utama dari *customer* yaitu *highfidelity dashboard* admin bengkel dimana didalam *dashboard* tersebut nantinya admin bengkel dapat melihat semua jadwal kendaraan yang telah melakukan booking service secara *online*



Gambar 4. 14 Highfidelity Dashboard Admin Bengkel

2. *High fidelity Catalog Kendaraan*

Pada tahap *highfidelity* ini, peneliti mengembangkan desain akhir atau *highfidelity* untuk halaman catalog sampai proses pembelian yang sudah dibuat *wireframenya* pada bab sebelumnya, dengan tetap mengacu pada permasalahan yang ditemukan. *Layout* disusun agar terlihat rapi dan mudah dipahami melalui penyajian informasi yang jelas, dilengkapi *icon*, *button*, dan *illustration* yang sederhana dan mudah dikenali oleh pengguna secara cepat. Selain itu, setiap tahap pada proses pembelian dibuat lebih terstruktur dengan tampilan visual yang ringkas, *button* yang mudah dikenali, serta penjelasan singkat disetiap proses yang dilewati pengguna agar dapat menyelesaikan alur pembelian tanpa merasa kebingungan. Pada gambar 4.14 dibawah ini menampilkan *highfidelity* untuk halaman catalog kendaraan beserta tampilan detail dari catalog kendaraan yang sudah disempurnakan dengan pemberian warna, *icon*, dan elemen visual pendukung lainnya yang lebih jelas.



Gambar 4. 15 Highfidelity Catalog Kendaraan

Selanjutnya pada gambar 4.16 dibawah ini merupakan *highfidelity* untuk langkah selanjutnya yaitu dimana pengguna melakukan proses pembelian catalog

kendaraan setelah melihat detail *catalog* dari kendaraan, dimulai dari *flow* pertama yaitu pengguna atau *customer* melakukan pengisian form data diri.

Gambar 4. 16 Flow 1 Proses Pembelian

Selanjutnya pada gambar 4.17 dibawah ini merupakan *highfidelity* untuk langkah selanjutnya pada proses penjualan *catalog* kendaraan. Pengguna setelah memilih form data diri lanjut kehalaman memilih metode pembayaran dan segera melakukan konfirmasi pembayaran untuk melakukan segera diproses oleh pihak dealer dimana tampilan dibawah ini jika pengguna memilih metode pembayaran transfer.

Formulir Pembelian - Step2. Metode Pembayaran
Silahkan pilih metode pembayaran anda

Data Kendaraan

Stylo 160 CBS
Honda Stylo 160 CBS adalah skutik premium bergaya retro modern yang dipadukan dengan mesin 160cc eSP+ bertenaga dan responsif
Harga
Rp. 31.550.000

Pilih Metode Pembayaran

☐ Transfer Bank Virtual Account (Lunas)

☐ Bayar di Dealer (COD/Offline/Kredit)

Formulir Pembelian - Step3. Konfirmasi Pembayaran
Silahkan lakukan konfirmasi pembayaran terkait pesanan anda

Data Kendaraan

Stylo 160 CBS
Honda Stylo 160 CBS adalah skutik premium bergaya retro modern yang dipadukan dengan mesin 160cc eSP+ bertenaga dan responsif
Harga
Rp. 31.550.000

Silakan transfer sebelum 29 59

Bank BCA
CV. Surya Gemilang Motor
1111111111111111

Nominal Transfer
31.550.000

Langkah - Langkah Transver Virtual Account Via BCA Mobile

1. Buka aplikasi BCA Mobile -- pilih m-BCA.
2. Login dengan kode akses.
3. Pilih menu m-Transfer.
4. Pilih BCA Virtual Account.
5. Masukkan nomor Virtual Account (biasanya sudah diberikan oleh merchant).
6. Akan muncul detail pembayaran (nama, jumlah tagihan, dsb).
7. Pastikan data benar -- klik OK.
8. Masukkan PIN m-BCA.
9. Transaksi selesai, simpan bukti pembayaran.

Gambar 4. 17 Highfidelity Flow Proses Pembayaran Transfer

Selanjutnya pada gambar 4.18 setelah pengguna mengisi form data diri, mereka akan diarahkan ke halaman memilih metode pembayaran dan segera melakukan konfirmasi pembayaran agar bisa diproses oleh pihak dealer. Pada metode pembayaran *COD*, tampilan halaman sedikit berbeda karena terdapat tambahan kolom memilih tanggal pelaksanaan *COD*.

Formulir Pembelian - Step3 - COD 2

Step 3. Konfirmasi Pembayaran
Silahkan lakukan konfirmasi terkait pesanan anda

Data Kendaraan

Stylo 160 CBS
Honda Stylo 160 CBS adalah skutik premium bergaya retro modern yang dipadukan dengan mesin 160cc eSP+ bertenaga dan responsif
Harga
Rp. 31.550.000

Lokasi Dealer
Jl. Raya Babat Jerawat No.8, Babat Jerawat, Kec. Pakal, Surabaya, Jawa Timur 60197

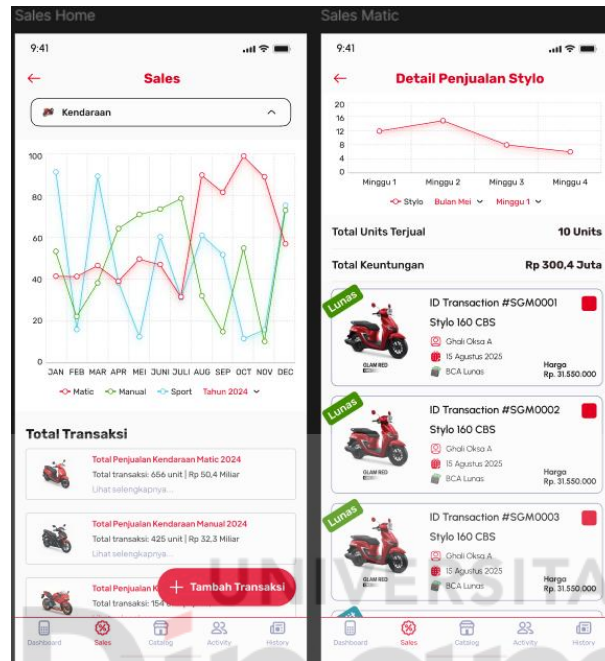
Pilih Jadwal Pengambilan
15 Agustus 2025

Nominal Pembayaran
31.550.000

Konfirmasi Pesanan

Gambar 4. 18 Highfidelity Flow Proses Pembayaran COD

Selanjutnya pada gambar 4.19 ini merupakan *highfidelity* untuk dari segi admin penjualan untuk mendukung fitur utama dari *customer* yaitu *highfidelity dashboard* admin penjualan dimana didalam *dashboard* tersebut nantinya admin penjualan dapat melihat semua kendaraan yang telah terjual ke customer dan total dari keseluruhan penjualan seperti laporan bulanan dan tahunan.



Gambar 4. 19 Highfidelity Dashboard Admin Penjualan

4.2 Tahap Akhir

Tahap test adalah tahap akhir dari penelitian pendekatan *design thinking* dengan dilakukan pengujian *prototype* terhadap hasil desain yang telah dibuat oleh peneliti untuk target dari pengguna aplikasi. Tahap test adalah tahap akhir dari penelitian ini peneliti melakukan proses pengujian *prototype* terhadap hasil desain yang telah dibuat oleh peneliti kepada pengguna aplikasi. Tujuan dari tahap *testing* ini peneliti mengharapkan *feedback* dari pengguna untuk dilakukan evaluasi terhadap *prototype* yang telah dirancang apakah sudah memenuhi kebutuhan dari pengguna dengan baik. Pada tahap *testing* ini peneliti melakukan wawancara kepada 2 customer, 1 pegawai bengkel dan 1 pegawai penjualan untuk mendapatkan *feedback*, kemudian didapatkan kesimpulan bahwa *redesign* aplikasi brompit dinilai berhasil meningkatkan kemudahan pengguna dari efisiensi proses alur aplikasi terasa lebih sederhana dan mudah dipahami, baik untuk pembelian dan

booking service kendaraan. Fitur-fitur utama dinilai relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sementara visual dan layout yang lebih berasa informatif dan konsisten meningkatkan kenyamanan pengguna. Peneliti juga melakukan tahap *testing* menggunakan skala likert 1 sampai 5 dengan responden yang didapatkan 35 responden, dengan menggunakan 5 indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*. Hasil dari pengisian kuesioner tersebut diolah dan ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Akhir

Indikator	Rata-Rata Pre-Survey	Rata-Rata Post-Survey	Hasil Kriteria Post Survey
<i>Learnability</i>	3,27	3,92	Baik
<i>Efficiency</i>	2	3,94	Baik
<i>Memorability</i>	2,5	4,14	Baik
<i>Errors</i>	4,1	4,12	Baik
<i>Satisfaction</i>	2,85	4,02	Baik
Rata-rata keseluruhan	2,94	4,02	Baik

Setelah dilakukan perancangan desain *UI/UX*, peneliti kembali melakukan penyebaran kuesioner akhir atau *post-survey* dengan indikator yang sama untuk mengukur perubahan tingkat dari setiap indikator *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*. Hasil dari *post-survey* menunjukkan adanya peningkatan pada setiap nilai indikator, dengan rincian sebagai berikut:

1. *Learnability* meningkat menjadi 3,92 yang menunjukkan bahwa pengguna dapat mempelajari aplikasi dengan cepat karena didukung oleh pemilihan warna yang konsisten, penggunaan ikon dan button yang mudah dimengerti.
2. *Efficiency* juga mengalami peningkatan yang signifikan menjadi 3,94 yang artinya alur atau proses penggunaan, khususnya pada fitur booking service dan proses katalog menjadi lebih ringkas dan efisien berkat alur yang disederhanakan, navigasi yang jelas, serta penggunaan ikon dan warna sebagai penanda aksi.
3. *Memorability* memperoleh nilai 4,14 yang menunjukkan bahwa alur atau proses penggunaan fitur lebih mudah diingat oleh pengguna karena struktur halaman,

warna, dan ikon yang konsisten setiap fitur.

4. *Errors* memperoleh nilai 4,12 yang menunjukkan bahwa tingkat kesalahan yang dialami pengguna tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh penggunaan alur fitur yang sudah jelas dengan penempatan visual, icon dan button pendukung.
5. *Satisfaction* mendapatkan nilai 4,02 yang menunjukkan bahwa pengguna merasa puas terhadap tampilan yang sudah diperbarui, terutama dari sisi visual yang lebih rapi, pemilihan warna, ikon yang membantu memperjelas informasi dan proses di setiap fitur.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Tugas Akhir yang telah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menghasilkan perancangan ulang desain *UI/UX* pada aplikasi Brompti dengan menerapkan metode *Design Thinking* dengan menggunakan indikator yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfacation*. Perubahan desain pada fitur katalog menunjukkan peningkatan dari sisi alur dan kemudahan mengakses fitur informasi katalog bisa terlihat langsung, mudah dikenali pengguna dengan cepat, serta didukung oleh pemilihan layout dan visual. Selain itu booking service menjadi lebih efisien dengan penyederhanaan alur saat melakukan booking service, serta didukung penggunaan ikon dan tombol visual yang jelas. Perbaikan desain membuat proses penggunaan aplikasi menjadi lebih mudah, ringkas dan nyaman.
2. Hasil perancangan ulang desain menunjukkan peningkatan yang signifikan pada semua indikator *usability testing* yang sebelumnya dilakukan *pre-survey* untuk desain aplikasi brompti mendapatkan rata rata keseluruhan sebesar 2,94 yang berada di kategori cukup. Setelah dilakukan desain ulang dengan menerapkan elemen pendukung seperti penyederhanaan *flow* setiap proses fitur katalog dan booking service, penataan layout, pemilihan warna serta penggunaan warna dan *button* yang lebih jelas dan familiar. Hasil *post-survey* meningkat menjadi 4,02 dengan kategori baik.

5.2 Saran

Berdasarkan *UI/UX* yang telah dirancang maka saran yang dapat diberikan adalah prototipe yang telah dirancang dapat dilakukan implementasi pada aplikasi Brompti yang berguna untuk meningkatkan kemudahan dan memberikan kepuasan bagi pengguna aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ersa, V., Raf, M., & Kartika, S. (2021). Pengaruh Direct Selling terhadap minat beli pada produk PT Surya Sentosa Primatama-Daihatsu Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(1), 19-30.
- Fahrudin, R., & Ilyasa, R. (2021). Perancangan Aplikasi "NUGAS" Menggunakan Metode *Design Thinking* dan *Agile Development*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan (JITTER)*, 35-44.
- Fariyanto, F., Suaidah, & Ulum, F. (2021). Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode *UX Design Thinking* (Studi Kasus: KAMPUNG KURIPAN). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, 52-60.
- Fauzi, A. H., & Sukoco, I. (2019). Konsep *Design Thinking* pada Lembaga Bimbingan Belajar Smartnesia. *Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pdajajaran*. , II(01), 27-45.
- Ibadi, R. M. (2024). Diskursus Metodologi Penelitian. *JURNAL TRAVE*, 14-21.
- Kulakat, A. A., Utami, E., & Wibowo, F. W. (2021). Literatur Review : Metode Evaluasi Kualitas *Usability Website*. *Jurnal Ilmiah Sinus (JIS)*, 1-12.
- Kurnia, R. S. (2019). Implementasi *User Journey Map* pada Evaluasi *User Experience* Aplikasi *Mobile Tunanetra*. *INFORMATION TECHNOLOGY (INTECHNO Journal)*, 9-14.
- Maryuliana, Subroto, I. M., & Haviana, S. F. (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan *Skala Likert*. *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika (TRANSISTOR EI)*, 1-12.

- Maulsyid, R. P., Adlim, F. F., & Abduh, F. F. (2023). Implementasi Teori *Golden Rules of User Interface Design Theo Mand* Sebagai Evaluasi Pada Aplikasi Nalayan. *JITET (Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan)*, 530-539.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Prayoga, R., Defriani, M., & Irmayanti, D. (2022). Perancangan *UI/UX* Pada Aplikasi *Mobile* Penjualan Di 3R Stationary Menggunakan Metode *Design Sprint*. *SmartAi Jurnal*, 207-218.
- Randy, R. C., & Hamdani, D. (2017). Penerapa *Design Thinking* Dalam Pengembangan Antarmuka Pengguna Website Keuangan di CV. XYZ. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 10-20.
- Risky, H. A., Irmayanti, D., & Totohendarto, M. H. (2023). *Redesign UI/UX Aplikasi Mobile MY PERTAMINA Menggunakan Metode User Centered Design (UCD)*. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 1823-1829.
- Saraswati, N. G., Sudana, A. O., & Wirdiani, N. A. (2020). Perancangan *User Interface* dan *User Experience* Berbasis Web Pada SIMRS Modul Sarana dan Prasarana. *JITTER - Jurnal Ilmiah Teknologi dan Komputer*, 1-11.
- Sarjana, G. A., Swastika, I. A., & Putra, I. J. (2023). Perancangan *User Interface* Dan Evaluasi *User Experience* Aplikasi *Mobile* Pada Startup Timbangan Menggunakan Metode *Human Centered Design (HCD)*. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 124-138.
- Sugiyarti, N., Hasani, R. A., & Nuryanto. (2023). *Re-Design UI/UX IBS Core* dengan Metode *Design Thinking* Untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 93-102.
- Sukmasetya, P., Setiawan, A., & Arumi, E. R. (2020). Penggunaan Usability

Testing Sebagai Alat Evaluasi *Website* KRS Online Pada Perguruan Tinggi.
Jurnal Sains dan teknologi, 58-67.

Wahyuningtyas, H., & Wibisono, I. S. (2022). Evaluasi *Usability* pada SIMPEL
SMAN12 Semarang dengan Metode *Usability Testing*. *Jurnal Prodi Teknik
Informatika UNW "Multimatrix"*, 10-28.



UNIVERSITAS
Dinamika