



**PERANCANGAN *UI/UX* PADA *WEBSITE* TOKO LISTRIK ANAM JAYA
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR



**Program Studi
S1 SISTEM INFORMASI**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Kevin Tanaka

21410100003

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2026

**PERANCANGAN *UI/UX* PADA *WEBSITE* TOKO LISTRIK ANAM JAYA
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

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



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : Kevin Tanaka
NIM : 214101000003
Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2026

Tugas Akhir

PERANCANGAN *UI/UX* PADA *WEBSITE* TOKO LISTRIK ANAM JAYA MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*

Dipersiapkan dan disusun oleh

Kevin Tanaka

NIM: 21410100003

Telah diperiksa, dibahas, dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: Senin, 09 Februari 2026

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

I. Ayuningtyas, S.Kom., M.MT

NIDN. 0722047801

II. Ayouvi Poerna Wardhanie, S.M.B., M.M.

NIDN. 0721068904

Pembahas:

Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.

NIDN. 0731017601



Digitally signed
by Ayuningtyas
Date: 2026.02.10
14:57:45 +07'00'



Digitally signed by
Ayouvi Poerna
Wardhanie
Date: 2026.02.10
15:18:05 +07'00'



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



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

NIDN. 0728017602

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA



“Pertolongan Tuhan Menjadi Nyata, Ketika Doa Disertai Dengan Usaha.”

-Kevin Tanaka-

UNIVERSITAS
Dinamika



*Laporan Tugas Akhir ini
Saya persembahkan kepada
Orang Tua, Saudara, Keluarga Besar,
Bapak/Ibu Dosen dan Teman-teman Terkasih*

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Kevin Tanaka**
NIM : **21410100003**
Program Studi : **S1 Sistem Informasi**
Fakultas : **Teknologi dan Informatika**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**
Judul Karya : **PERANCANGAN UI/UX PADA WEBSITE TOKO LISTRIK ANAM JAYA 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, 18 Februari 2026



Kevin Tanaka
NIM : 21410100003

ABSTRAK

Toko Listrik Anam Jaya merupakan usaha ritel kebutuhan kelistrikan rumah tangga yang masih mengandalkan sistem konvensional, sehingga menimbulkan keterbatasan akses informasi produk, kesulitan memahami spesifikasi, dan ketidakpastian stok. Penelitian ini bertujuan merancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *website* sebagai solusi digital menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan analisis kompetitor. Hasil penelitian menghasilkan prototipe *website* dengan katalog produk digital, navigasi sederhana, serta penyajian informasi yang jelas dan konsisten. Pengujian *usability* menggunakan *Maze* menunjukkan bahwa mayoritas responden berhasil menyelesaikan tugas pencarian produk, akses *detail*, pemahaman status stok, dan transaksi tanpa kesalahan navigasi dengan seluruh task berstatus *Direct*. Waktu penyelesaian task berada pada rentang 18,7–70,2 detik, dengan waktu interaksi rata-rata 2–3 detik per tahapan. Selain itu, pengujian *System Usability Scale* (SUS) memperoleh skor rata-rata 94,33 dengan kategori *Excellent*. Berdasarkan hasil tersebut, rancangan *website* dinilai mudah digunakan, efektif, serta mampu mendukung transformasi digital dan meningkatkan pengalaman belanja pelanggan Toko Listrik Anam Jaya.

Kata kunci: *UI/UX* , *Design Thinking*, *Website E-Commerce*, Toko Listrik, *System Usability Scale*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *UI/UX* pada *Website* Toko Listrik Anam Jaya Menggunakan Metode *Design Thinking*” dengan baik dan tepat waktu. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Dinamika. Dalam proses penyusunan laporan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian laporan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta bantuan baik secara moral maupun material selama penulis menempuh masa studi hingga penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Ayuningtyas, S.Kom., M.MT, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Ayouvi Poerna Wardhanie, S.M.B., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama penulis menempuh pendidikan.
5. Teman-teman Universitas Dinamika yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama proses penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
6. Pihak Toko Listrik Anam Jaya yang telah memberikan izin dan data yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian.

7. Saudari Yohana Theresia yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta bantuan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya dalam membantu penulis memperoleh informasi dan data penelitian.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan laporan ini. Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 09 Februari 2026



Penulis



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan.....	4
1.5 Manfaat.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 E-Commerce.....	7
2.3 User Interface	7
2.4 User Experience	8
2.5 Komponen UI/UX pada website e-commerce.....	8
2.5.1 Komponen UI.....	8
2.5.2 Komponen UX	10
2.6 Design Thinking	11
2.7 User Persona.....	12
2.8 User Journey Map	12
2.9 Analisis Kompetitor.....	13
2.10 Maze	13
2.11 System Usability Scale	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Empathize	19

3.1.1 Melakukan Observasi.....	20
3.1.2 Melakukan Wawancara	21
3.2 Define	24
3.2.1 Menganalisis User Persona	25
3.2.2 Analisis Kompetitor	27
3.2.3 Menganalisis Hasil Permasalahan.....	30
3.3 Ideate	34
3.3.1 Brainstorming	34
3.3.2 Perancangan Konsep Visual.....	37
3.4 Prototype	38
3.4.1 Pembuatan Lo-Fi.....	38
3.4.2 Pembuatan Hi-Fi	38
3.5 Test	39
3.5.1 Melakukan Pengujian Desain	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Empathize	41
4.1.1 Melakukan Observasi.....	41
4.1.2 Melakukan Wawancara	41
4.2 Define	41
4.2.1 Menganalisis User Persona	41
4.2.2 Analisis Kompetitor	42
4.2.3 Menganalisis Hasil Permasalahan.....	42
4.3 Ideate	43
4.3.1 Brainstorming	43
4.3.2 Perancangan Konsep Visual.....	43
4.4 Hasil Prototype	44
4.4.1 Hasil Pembuatan Lo-Fi	44
4.4.2 Hasil Pembuatan Hi-Fi.....	46
4.5 Test	51
4.5.1 Melakukan Pengujian Desain	51
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan.....	55

5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	64



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Design Thinking	11
Gambar 2.2 Platform Maze	14
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	19
Gambar 3.2 User Persona Admin Toko Listrik Anam Jaya	25
Gambar 3.3 User Persona Pegawai BUMN	26
Gambar 3.4 User Persona Pegawai Negeri Sipil.....	26
Gambar 3.5 User Journey Map Pelanggan.....	27
Gambar 3.6 User Flow Pengguna	35
Gambar 3.7 User Flow Admin	36
Gambar 3.8 Simulasi Testing Aplikasi Maze	40
Gambar 4.1 Halaman Beranda	45
Gambar 4.2 Dashboard Admin.....	46
Gambar 4.3 Halaman Beranda	47
Gambar 4.4 Halaman Produk Kategori Lampu	48
Gambar 4.5 Halaman Checkout Produk Langkah 1.....	49
Gambar 4.6 Dashboard Admin.....	49
Gambar 4.7 Halaman Data Produk Admin	50
Gambar 4.8 Halaman Data Pesanan Admin.....	50
Gambar 4.9 Hasil Dokumentasi Pengujian	51
Gambar 4.10 Hasil Pengujian Maze User	52
Gambar L1.1 Collour Pallette	64
Gambar L1.2 Tipografi	65
Gambar L1.3 Button	66
Gambar L2.1 Katalog Produk	67
Gambar L2.2 Halaman Detail Produk.....	68
Gambar L2.3 Halaman Checkout 1	69
Gambar L2.4 Halaman Checkout 2.....	70
Gambar L2.5 Halaman Checkout 3.....	71
Gambar L2.6 Halaman Checkout 4.....	72

Gambar L2.7 Halaman Data Produk Admin	73
Gambar L2.8 Tambah Data Produk Admin.....	73
Gambar L2.9 Data Pesanan Admin	74
Gambar L2.10 Halaman Cek Detail Pesanan.....	74
Gambar L2.11 Halaman Terima Pesanan Admin	75
Gambar L3.1 Halaman Detail Produk.....	76
Gambar L3.2 Halaman Checkout Produk Langkah 2	77
Gambar L3.3 Halaman Pembayaran	78
Gambar L3.4 Halaman Tambah Data Produk Admin	79
Gambar L3.5 Halaman Edit Data Produk Admin	80
Gambar L3.6 Halaman Hapus Data Produk Admin.....	80
Gambar L3.7 Halaman Detail Pesanan Admin	81
Gambar L3.8 Halaman Terima Pesanan Admin.....	82
Gambar L4.1 Penambahan Fitur Password.....	83
Gambar L4.2 Penambahan Fitur Filter Harga.....	84
Gambar L5.1 User Persona Pegawai Swasta	85
Gambar L5.2 User Persona TNI AD	85
Gambar L5.3 User Journey Map Admin.....	86
Gambar L6.1 Hasil Pengujian Maze Admin	87

DAFTAR TABEL

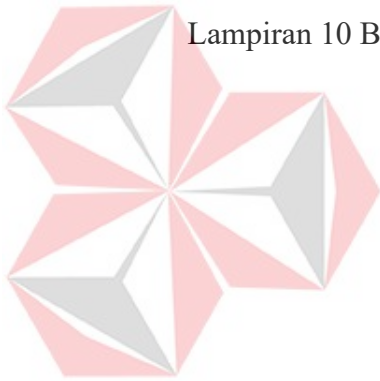
	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2. 2 Pertanyaan untuk System Usability Scale.....	15
Tabel 2. 3 Skala Kategori Hasil System Usability Scale	17
Tabel 3. 1 Analisis Permasalahan.....	20
Tabel 3. 2 Hasil Wawancara	22
Tabel 3. 3 Tabel Perbandingan Kompetitor.....	28
Tabel 3. 4 Tabel Identifikasi Masalah	30
Tabel 4. 1 Perhitungan Nilai SUS	53



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Desain Sistem	64
Lampiran 2 Detail Tampilan Lo-Fi	67
Lampiran 3 Detail Tampilan Hi-Fi.....	76
Lampiran 4 Hasil Evaluasi Prototipe	83
Lampiran 5 Hasil Penyusunan User Persona dan User Journey Map.....	85
Lampiran 6 Hasil Pengujian Maze Admin	87
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Tugas Akhir.....	88
Lampiran 8 Cek Plagiasi	89
Lampiran 9 Surat Adopsi	90
Lampiran 10 Biodata Penulis	91



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Listrik Anam Jaya merupakan usaha yang bergerak di bidang penyediaan berbagai kebutuhan kelistrikan dan elektronik rumah tangga, seperti lampu, kabel, MCB, stop kontak, kipas angin, setrika, blender, hingga *rice cooker*. Toko ini berdiri sejak tahun 2019, dan telah melayani masyarakat di wilayah Perumahan Taman Anggun Sejahtera 3, Kecamatan Wonoayu. Sistem penjualan yang diterapkan selama ini masih bersifat konvensional atau offline, di mana seluruh transaksi dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli di toko fisik.

Toko Listrik Anam Jaya menghadapi beberapa kendala, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, dari 4 pelanggan yang telah diwawancarai secara langsung terdapat 2 pelanggan mengalami kesulitan ketika mencari produk yang diinginkan karena keterbatasan informasi mengenai spesifikasi barang. Terdapat seorang pelanggan mengalami ketidakpuasan akibat kesalahan dalam pemilihan produk yang dibutuhkan, meskipun karyawan telah memberikan rekomendasi dan penjelasan terkait spesifikasi lampu yang sesuai kebutuhan, pelanggan tetap memilih produk lain tanpa mempertimbangkan saran tersebut. Akibatnya, setelah pembelian dilakukan, pelanggan merasa tidak puas karena daya lampu terlalu besar dan berusaha menukarkan produk, namun ditolak karena produk lampu tidak bergaransi, sehingga menimbulkan perdebatan antara pelanggan dan karyawan toko, terdapat seorang pelanggan yang telah datang dari Perumahan Mutiara Prima Raya, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo dengan jarak tempuh sekitar 11 km untuk menuju Toko Listrik Anam Jaya, mendapati bahwa produk yang dicari kosong atau tidak tersedia. Kondisi tersebut menyebabkan ketidaknyamanan dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, toko belum memiliki media digital seperti *website* atau *platform e-commerce* yang dapat berfungsi sebagai sarana promosi maupun katalog produk. Hal ini menyebabkan calon pembeli hanya dapat memperoleh informasi dengan datang langsung ke toko atau menanyakan kepada karyawan. Berbeda dengan

beberapa toko pesaing yang sudah menyediakan katalog *online* serta layanan transaksi daring seperti gudang listrik (gudang listrik.com).

Sebagai langkah strategis untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi, Toko Listrik Anam Jaya memerlukan sebuah solusi berupa perancangan *UI/UX website e-commerce* yang mampu mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi produk secara mudah (Pratama & Suwarni, 2022). Prototipe *website* ini dirancang tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana interaktif yang meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menelusuri katalog produk dan melakukan transaksi (Hendryli & Sopany, 2022).

Dalam proses perancangannya, berdasarkan hasil survei bulan September 2025 pada 20 *customer* Toko Listrik Anam Jaya menyatakan bahwa setuju untuk dibuatkan *website e-commerce*. Dari total responden tersebut terdapat 65% responden berjenis kelamin laki-laki dan 35% responden perempuan, dengan 3 kategori pekerjaan terbanyak yaitu Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 30%, tenaga honorer atau kontrak sebanyak 20%, dan pegawai swasta sebanyak 15%. Berdasarkan data survei, desain *user interface* dibuat dengan kombinasi warna yang sederhana dan tidak terlalu mencolok didukung oleh 100% responden setuju. Seluruh responden dan karyawan Toko Listrik Anam Jaya setuju jika *layout* katalog produk ditampilkan dalam bentuk *grid* (kotak-kotak), selain aspek warna dan tata letak, kualitas UI dan UX turut dipengaruhi oleh kejelasan dalam penyampaian informasi, konsistensi elemen visual, kemudahan pengguna dalam bernavigasi, serta responsivitas sistem (Li dkk., 2022). Penerapan unsur-unsur tersebut bertujuan agar rancangan *website* tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga mampu menghadirkan pengalaman penggunaan yang mudah, nyaman, dan intuitif (Alzahrani dkk., 2025). untuk mencapai hasil rancangan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, proses pengembangan *website* ini akan menggunakan metode *Design Thinking*.

Design Thinking merupakan suatu pendekatan sistematis dalam pemecahan masalah yang berfokus pada pengguna, di mana proses berpikir kreatif dan analitis digabungkan untuk menemukan solusi inovatif yang relevan dengan kebutuhan nyata pengguna (Aziz dkk., 2023). Metode ini dipilih karena mampu memberikan pendekatan yang berpusat pada pengguna (*user-centered*), dengan menekankan

pemahaman mendalam terhadap perilaku, permasalahan, dan ekspektasi pelanggan (Pratama & Supriyadi, 2022). *Design Thinking* terdiri dari 5 tahapan, yaitu empati, perumusan masalah, pencarian ide, pembuatan prototipe, dan pengujian (Silvianti & Wardani, 2023). Melalui tahapan tersebut, perancangan *UI/UX website e-commerce* Toko Listrik Anam Jaya diharapkan dapat menghasilkan solusi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional, mudah digunakan, serta benar-benar menjawab kebutuhan pengguna dan mendukung pengembangan bisnis toko di ranah digital.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang antarmuka dan pengalaman pengguna pada *website* Toko Listrik Anam Jaya yang informatif, mudah digunakan, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Rancangan prototipe *website* ini akan dilengkapi dengan katalog produk digital yang terstruktur, navigasi yang sederhana, serta tampilan antarmuka yang konsisten dan responsif. Dengan adanya *website* tersebut, pelanggan diharapkan dapat memperoleh informasi mengenai produk secara cepat tanpa perlu datang langsung ke toko (Nurrohmah & Andrian, 2023). Sementara itu, dari sisi pemilik usaha, *website* ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam proses transformasi digital yang membantu pengelolaan toko menjadi lebih teratur dan modern. Melalui *website* tersebut, pemilik dapat menampilkan informasi produk secara lebih lengkap, menjangkau calon pelanggan yang lebih luas, serta meningkatkan citra profesional toko agar mampu bersaing dengan usaha sejenis di era digital (Soedewi, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana merancang *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* *website* Toko Listrik Anam Jaya menggunakan metode *Design Thinking*?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *website* Toko Listrik Anam Jaya, bukan pada proses pengembangan *website* secara penuh.
2. Katalog produk yang dirancang dalam penelitian ini hanya berupa *prototype* digital interaktif yang menampilkan informasi dasar seperti nama produk, gambar, harga, spesifikasi singkat, dan ketersediaan stok barang. Namun, fitur informasi stok tersebut hanya bersifat simulasi dan belum terhubung dengan sistem basis data secara *real-time*, karena penelitian ini berfokus pada perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna, bukan pada implementasi sistem *e-commerce* secara fungsional.
3. Evaluasi rancangan *UI/UX* dilakukan melalui pengujian *prototype* interaktif menggunakan aplikasi perancangan seperti *Maze* serta wawancara kepada calon pengguna, untuk menilai tingkat kemudahan penggunaan (*usability*). Pengujian tidak dilakukan pada *website* yang telah aktif secara komersial.
4. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh fitur evaluasi yang tersedia pada aplikasi *Maze*. Pengujian dibatasi hanya pada fitur yang relevan dengan tujuan penelitian, khususnya *Task-Based Pengujian*, sedangkan fitur lain seperti *heatmap*, *click tracking*, *usability score*, dan laporan analitik otomatis tidak menjadi bagian dari proses evaluasi yang dilakukan.

1.4 Tujuan

Berdasarkan uraian rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

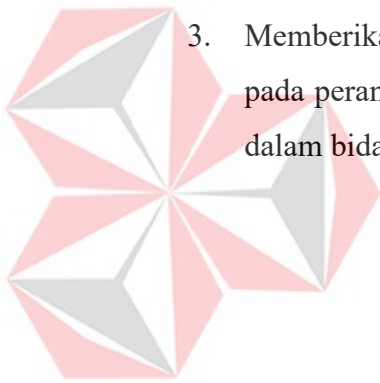
1. Merancang tampilan antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) *website* Toko Listrik Anam Jaya agar lebih mudah digunakan dan mampu memberikan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan.
2. Membuat *prototype* katalog produk digital yang terstruktur, lengkap dengan informasi dasar seperti nama produk, gambar, harga, spesifikasi singkat, dan ketersediaan stok barang, sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang dibutuhkan.
3. Menerapkan metode *Design Thinking* dalam proses perancangan, mulai dari tahap empati terhadap kebutuhan pengguna hingga tahap pengujian, untuk

menghasilkan rancangan *website* yang sesuai dengan harapan pengguna sekaligus mendukung strategi bisnis toko.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut, yang mencakup berbagai aspek baik secara praktis maupun akademis:

1. Memberikan gambaran rancangan antarmuka *website* yang lebih *user-friendly* sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan layanan digital Toko Listrik Anam Jaya.
2. Menyediakan *prototipe* katalog produk yang terstruktur dan informatif, sehingga konsumen lebih mudah menemukan informasi terkait produk yang dibutuhkan.
3. Memberikan kontribusi praktis berupa penerapan metode *Design Thinking* pada perancangan *website*, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian serupa dalam bidang *UI/UX* dan transformasi digital UMKM.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu ini membahas temuan dahulu yang relevan dengan topik Tugas Akhir sebagai dasar dalam memperkuat landasan teori dan metodologi penelitian. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta kontribusi penelitian sebelumnya, sehingga dapat menjadi acuan dalam menentukan posisi dan kebaruan penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan& Persamaan
Rinny Rantung & Joe Yuan Mambu (2023)	Perancangan <i>UI/UX</i> Untuk Aplikasi Kedai <i>Online</i> Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Penelitian ini menghasilkan sebuah aplikasi dengan desain antarmuka pengguna (<i>UI/UX</i>) yang memberikan program-program loyalitas untuk membantu penjual D'Cemilano meningkatkan retensi pelanggan dan mempermudah pembeli dalam melakukan pemesanan.	Perbedaan: Fokus penelitian sebelumnya pada produk kuliner, sedangkan penelitian ini pada produk kelistrikan. Penelitian sebelumnya pada fitur pelanggan tidak terdapat fitur kategori produk. Persamaan: Menggunakan metode <i>Design Thinking</i> dengan pendekatan berpusat pada pengguna dan menghasilkan <i>prototipe website e-commerce</i> .
Cahya Sonny Surachman, Muhammad Riyan Andriyanto, Catur Rahmawati & Pristi Sukmasetya (2022)	Implementasi Metode <i>Design Thinking</i> Pada Perancangan <i>UI/UX</i> Design Aplikasi Dagang.in	Menghasilkan <i>prototype</i> aplikasi mobile dengan tingkat keberhasilan uji kegunaan sebesar 85% berdasarkan <i>usability Pengujian</i>	Perbedaan: Peneliti sebelumnya fokus pada aplikasi mobile untuk membantu pedagang, dengan konteks pandemi dan fitur chatting, pelacakan lokasi, pembukuan omzet, dan dompet digital sedangkan peneliti ini fokus pada <i>website prototype</i> toko listrik, dengan konteks promosi dan

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan& Persamaan
			kemudahan akses informasi produk. Persamaan: Penggunaan metode <i>Design Thinking</i> dan tujuan utama untuk menciptakan rancangan antarmuka yang berpusat pada pengguna
Muhammad Fiqri Widiyantoro, Nono Heryana, Apriade Voutama & Nina Sulistiyowati	Perancangan UI / UX Aplikasi Toko Kue Dengan Metode <i>Design Thinking</i>	Menghasilkan desain <i>prototipe UI/UX</i> aplikasi toko kue yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memperoleh hasil 85, yang didukung oleh hasil pengujian dengan metode SUS (skala kegunaan sistem).	Perbedaan: Penelitian terdahulu fokus pada transaksi dan pemesanan produk, sedangkan penelitian ini fokus pada informasi, struktur navigasi, dan pengalaman eksplorasi produk. Persamaan: Sama-sama bertujuan meningkatkan efisiensi interaksi pelanggan dengan toko melalui <i>platform digital interaktif</i> .

2.2 E-Commerce

Secara umum, *e-commerce* dapat dipahami sebagai aktivitas jual beli dan pertukaran informasi yang dilakukan secara digital melalui jaringan *internet* (Rizki, 2022). Konsep ini mencakup tidak hanya transaksi penjualan, tetapi juga proses pendukung seperti promosi, pengelolaan data, dan pelayanan konsumen. Pemahaman terhadap konsep *e-commerce* menjadi dasar penting dalam perancangan *UI/UX* pada *website* Toko Listrik Anam Jaya, agar desain yang dihasilkan selaras dengan karakteristik perdagangan digital. *Website* sebagai media penjualan produk listrik secara daring perlu dirancang dengan tampilan antarmuka yang informatif, mudah diakses, serta mampu memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pengguna (Wulandari dkk., 2023).

2.3 User Interface

Antarmuka pengguna atau *User Interface* (UI) merupakan komponen visual dan fungsional yang menjadi penghubung antara pengguna dengan sistem digital

(Saputra dkk., 2023). Dalam pengembangannya, UI meliputi aspek tata letak, ikon, warna, tipografi, tombol, gambar produk yang dirancang secara sistematis untuk menciptakan kemudahan penggunaan (Augusta, 2022). Lebih dari sekadar tampilan menarik, rancangan UI menekankan kejelasan informasi dan keteraturan struktur agar pengguna dapat berinteraksi secara intuitif (Romadhon, 2021).

2.4 User Experience

User Experience (UX) atau pengalaman pengguna mengacu pada keseluruhan proses interaksi antara pengguna dengan sistem digital, mencakup aspek emosional, persepsi, serta kenyamanan selama penggunaan (Kurniawan dkk., 2023). UX tidak hanya menitikberatkan pada tampilan visual, tetapi juga pada kemudahan, kejelasan, dan kepuasan pengguna sesuai dengan kebutuhan mereka. Rancangan UX yang baik memperhatikan navigasi yang intuitif, keterpahaman informasi, dan konsistensi antarmuka untuk menciptakan interaksi yang bermakna (Herlambang dkk., 2023).

2.5 Komponen UI/UX pada website e-commerce

Komponen *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada *website e-commerce* merupakan elemen penting yang memengaruhi kualitas interaksi antara pengguna dengan sistem digital (Juliansyah & Paputungan, 2022). UI berfokus pada tampilan visual dan elemen fungsional seperti tata letak, ikon, warna, tipografi, serta elemen navigasi yang dirancang secara terstruktur untuk memudahkan pengguna menemukan informasi penting (Huda dkk., 2023).

2.5.1 Komponen UI

A. Tata Letak

Tata letak (*layout*) merupakan aspek penting dalam perancangan antarmuka pengguna yang berfungsi mengatur posisi dan hubungan antar elemen visual agar informasi tersaji secara jelas dan mudah diakses (Fithri dkk., 2024). Dalam desain UI/UX, tata letak juga berperan dalam menjaga keteraturan, konsistensi, dan kemudahan interaksi sehingga mendukung kenyamanan pengguna (Risky dkk., 2023).

B. Ikon

Ikon merupakan elemen visual yang merepresentasikan perintah, tindakan, atau informasi tertentu untuk mempermudah komunikasi antara sistem dan pengguna melalui simbol yang mudah dikenali (Nurfalah dkk., 2023). Desain ikon yang efektif dapat meningkatkan pemahaman fungsi, mempercepat navigasi, serta menjaga konsistensi visual antarmuka (Risky dkk., 2023).

C. Warna

Warna berperan penting dalam membentuk persepsi pengguna serta meningkatkan daya tarik dan keterbacaan antarmuka (Hartadi dkk., 2020). Pemilihan kombinasi warna yang tepat dapat menonjolkan hierarki informasi, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan keterbacaan dan kenyamanan saat berinteraksi dengan sistem (Monica & Darmayanti, 2022).

Berdasarkan prinsip penggunaan warna yang seimbang dan konsisten (Nurlaili & Muhsin, 2021), *website* Toko Listrik Anam Jaya dirancang agar pengguna dapat memahami informasi dengan lebih cepat serta merasakan pengalaman berbelanja digital yang jelas, menarik, dan informatif.

D. Tipografi

Tipografi adalah elemen visual yang berkaitan dengan pemilihan dan penataan jenis huruf dalam antarmuka pengguna untuk menyampaikan informasi dengan jelas, membentuk karakter visual, dan membantu pemahaman konten (Wibawa & Suci, 2021). Penggunaan tipografi yang proporsional meliputi jenis huruf, ukuran, jarak, dan tata letak teks berperan penting dalam menciptakan tampilan yang mudah dibaca dan selaras secara visual (Budiarta dkk., 2023). Tipografi konsisten juga membangun hierarki informasi, memudahkan pembedaan judul, subjudul, dan isi konten, sementara kontras yang tepat antara teks dan latar belakang meningkatkan keterbacaan pada antarmuka digital.

E. Tombol

Tombol merupakan elemen interaktif pada antarmuka pengguna yang berfungsi sebagai penghubung antara pengguna dan sistem dalam menjalankan

suatu perintah atau tindakan tertentu (Rachman dkk., 2024). Komponen ini memiliki peran penting dalam memandu alur navigasi, seperti menambahkan produk ke keranjang, melihat *detail* barang, atau melakukan proses transaksi (Ngangi dkk., 2023). Desain tombol yang baik harus memperhatikan ukuran, warna, bentuk, dan teks agar mudah dikenali serta memberikan umpan balik visual saat diklik, sehingga pengguna merasa yakin terhadap tindakan yang dilakukan.

2.5.2 Komponen UX

A. *Usability*

Usability merupakan komponen utama dalam *User Experience* (UX) yang menekankan kemudahan pengguna dalam berinteraksi dengan *website* secara efektif. Pada *website e-commerce*, *usability* diwujudkan melalui desain navigasi yang konsisten dengan menu utama ditempatkan pada area *header* yang selalu terlihat, menggunakan label menu yang spesifik dan mudah dipahami (Khalisatifa & Ibrahim, 2025).

Kategori produk disusun secara hierarkis berdasarkan jenis atau fungsi, ditampilkan dalam *layout grid* yang seragam dengan jarak antar elemen yang seimbang sehingga memudahkan pengguna melakukan pemindaian visual (Qoonitah & Syahrian, 2025). Fitur pencarian dirancang berada pada posisi strategis di bagian atas halaman, dilengkapi ikon pencarian yang jelas serta umpan balik langsung terhadap kata kunci yang dimasukkan (Suadamara, 2024). Selain itu, penyederhanaan alur interaksi dari pemilihan produk hingga proses transaksi bertujuan untuk mengurangi beban kognitif pengguna dan meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja daring.

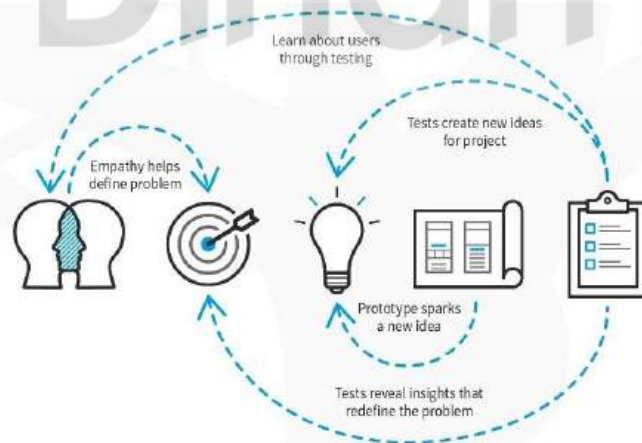
B. Kejelasan Informasi

Kejelasan informasi merupakan komponen UX yang menekankan pada bagaimana informasi disajikan agar mudah dipahami, tidak ambigu, dan relevan dengan kebutuhan pengguna (Wang dkk., 2024). Pada *website e-commerce*, kejelasan informasi berperan penting dalam membantu pengguna memahami *detail* produk, harga, ketersediaan barang, serta proses pembelian secara menyeluruh (Rashid & Ahsan, 2024). Penyajian informasi yang jelas dan terstruktur dapat

meningkatkan kepercayaan pengguna serta mengurangi potensi kesalahan dalam pengambilan keputusan. Contoh penerapan kejelasan informasi pada desain *website e-commerce* ditunjukkan melalui penyusunan deskripsi produk dalam paragraf singkat atau poin-poin yang memuat fungsi utama, spesifikasi inti, dan jenis produk, sehingga informasi dapat dipahami tanpa membaca teks yang panjang (Hasan dkk., 2024).

Judul produk ditampilkan dengan ukuran huruf lebih besar dan ketebalan yang lebih menonjol dibandingkan teks lainnya, sementara harga ditempatkan di area dekat judul dengan warna kontras agar mudah dikenali sebagai informasi utama (Putra & Saputri, 2024). Status ketersediaan barang ditampilkan secara eksplisit melalui angka stok yang tersisa disertai label keterangan, sehingga pengguna dapat mengetahui kondisi produk secara pasti. Informasi pendukung seperti spesifikasi teknis disajikan dalam bentuk daftar atau tabel sederhana yang terpisah dari deskripsi utama, sehingga pengguna dapat mempelajari *detail* produk secara terstruktur sebelum melakukan pembelian.

2.6 Design Thinking



Gambar 2.1 Design Thinking
Sumber: (Dam, 2025)

Pada Gambar 2.1, *Design Thinking* merupakan pendekatan kreatif dalam penyelesaian masalah yang berfokus pada kebutuhan serta pengalaman pengguna melalui proses yang iteratif dan berorientasi pada pengguna (Tiawan dkk., 2024). Pendekatan ini meliputi beberapa tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*,

prototype, dan *test* yang bertujuan menghasilkan solusi yang relevan, fungsional, dan mudah digunakan (Suminto & Arifianto, 2024) Penerapan *Design Thinking* memungkinkan proses perancangan menjadi lebih adaptif dan responsif terhadap masukan pengguna, sehingga solusi yang dihasilkan dapat lebih sesuai dengan kebutuhan nyata pengguna serta mendukung pengalaman penggunaan yang efektif (Muaziz & Isnaini, 2024).

2.7 User Persona

User Persona merupakan gambaran fiktif dari pengguna nyata yang mewakili karakteristik, perilaku, kebutuhan, serta tujuan mereka dalam menggunakan produk digital (Kurniasari dkk., 2022). *User Persona* membantu perancang memahami secara mendalam siapa pengguna yang akan berinteraksi dengan sistem, apa yang mereka butuhkan, serta bagaimana cara mereka mengambil keputusan ketika menggunakan *website* (Andhika dkk., 2021). Dengan adanya pemahaman tersebut, proses perancangan antarmuka dapat dilakukan secara lebih terarah dan berorientasi pada pengalaman pengguna. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap elemen desain mulai dari tata letak, tampilan visual, hingga penyajian informasi didasarkan pada perilaku dan kebutuhan pengguna yang sesungguhnya, melainkan berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna yang diperoleh melalui data observasi langsung (Groos dkk., 2024).

2.8 User Journey Map

User Journey Map merupakan representasi visual yang digunakan untuk menggambarkan langkah-langkah yang dilalui pengguna ketika berinteraksi dengan sebuah sistem untuk mencapai tujuan tertentu (Paramartha dkk., 2024). Melalui pemetaan ini, peneliti dapat memahami pengalaman pengguna secara menyeluruh, mulai dari tahap awal mengenal layanan hingga proses evaluasi setelah penggunaan. Setiap tahap dalam *User Journey Map* memberikan gambaran mengenai perilaku, kebutuhan, dan potensi hambatan yang dialami pengguna sehingga dapat menjadi dasar peningkatan kualitas desain serta pengalaman penggunaan. Menurut (Mele dkk., 2025), tahap-tahap utama dalam *User Journey Map* dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Awareness*, pengguna mulai mengenali adanya layanan yang berpotensi memenuhi kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi.
2. *Consideration*, pengguna meninjau dan membandingkan informasi yang tersedia untuk menilai relevansi layanan terhadap kebutuhan pengguna.
3. *Selection*, pengguna menentukan alternatif yang paling tepat berdasarkan penilaian terhadap fitur dan kemanfaatan yang ditawarkan.
4. *Decision*, pengguna mencapai tahap keyakinan untuk melanjutkan tindakan, seperti melakukan konfirmasi atau proses lanjutan dalam sistem.
5. *Purchase*, pengguna menyelesaikan aktivitas inti yang menjadi tujuan interaksi, misalnya penyelesaian proses pemesanan.
6. *Post-Purchase*, pengguna melakukan penilaian terhadap hasil dan pengalaman penggunaan untuk menentukan tingkat kepuasan mereka.

2.9 Analisis Kompetitor

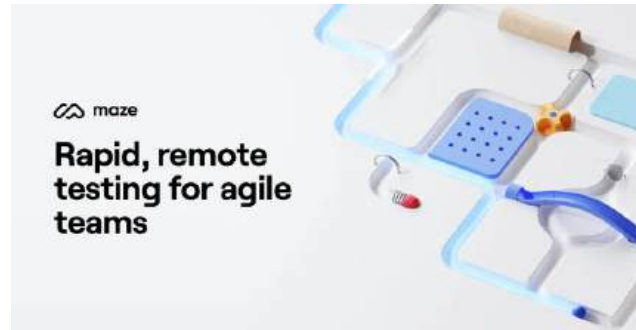
Analisis kompetitor merupakan tahapan penting dalam perancangan *website* dan desain *UI/UX* yang bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik, fitur, serta pendekatan desain yang diterapkan pada *website* sejenis (Frayoga dkk., 2024). Analisis ini mencakup struktur navigasi, tata letak antarmuka, penggunaan warna dan tipografi, serta penyajian informasi yang memengaruhi kemudahan interaksi pengguna.

Hasil analisis kompetitor dimanfaatkan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan desain agar *website* yang dikembangkan memiliki keunggulan dan nilai tambah (Fajar dkk., 2024). Informasi yang diperoleh membantu perancang dalam menghindari kekurangan yang ditemukan pada *website* kompetitor serta mengadopsi praktik desain yang terbukti efektif (Eboseremen dkk., 2025).

2.10 Maze

Maze merupakan *platform* pengujian pengalaman pengguna (*UX Pengujian*) berbasis web yang memungkinkan perancang antarmuka untuk melakukan evaluasi terhadap prototipe secara cepat, terukur, dan berbasis data (Pratama dkk., 2024). Platform ini mendukung berbagai metode pengujian, seperti *task-based testing*,

prototype testing, serta pengujian alur navigasi pengguna tanpa memerlukan sesi tatap muka langsung.



Gambar 2.2 Platform Maze
Sumber: (Adi, 2024)

Pada Gambar 2.2 merupakan *platform Maze* yang mendukung integrasi langsung dengan perangkat desain seperti *Figma*, sehingga prototipe yang telah dibuat dapat diuji tanpa memerlukan pengembangan sistem secara penuh. *Maze* membantu peneliti memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana pengguna berinteraksi dengan desain antarmuka yang telah dirancang (Torsvik dkk., 2025). Melalui fitur-fitur seperti: *task-based Pengujian*, *heatmap*, *click tracking*, *usability score*, hingga laporan analitik otomatis.

1. *Task-Based Pengujian*: pengujian yang meminta pengguna untuk menyelesaikan tugas tertentu pada prototipe. Fitur ini berguna untuk menilai sejauh mana desain mendukung keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan alur yang dirancang.
2. *Heatmap*: menampilkan visualisasi area yang paling sering diakses atau diklik oleh pengguna. Fitur ini membantu mengidentifikasi bagian antarmuka yang menarik perhatian serta mendeteksi potensi kebingungan pengguna.
3. *Click Tracking*: merekam setiap interaksi klik yang dilakukan pengguna. Fitur ini digunakan untuk menganalisis pola navigasi dan memastikan apakah alur penggunaan telah dirancang secara logis dan mudah diikuti.
4. *Usability Score*: skor yang menggambarkan tingkat keterpakaian prototipe berdasarkan hasil interaksi pengguna. Skor ini memberikan indikator awal mengenai seberapa baik desain memenuhi kebutuhan pengguna.

5. Laporan Analitik Otomatis: Sistem menghasilkan ringkasan analisis secara otomatis yang memuat metrik penting dan perilaku pengguna. Laporan ini membantu peneliti mengevaluasi temuan pengujian dan menentukan bagian desain yang perlu diperbaiki.

2.11 System Usability Scale

System Usability Scale (SUS) merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem secara kuantitatif melalui sepuluh pernyataan berbasis skala *Likert* (Li & Situ, 2025). Metode ini banyak diterapkan dalam penelitian *UI/UX* karena sederhana, reliabel, dan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai persepsi pengguna terhadap keterpahaman, kenyamanan, serta kelancaran interaksi dengan antarmuka.

Tabel 2. 2 Pertanyaan untuk *System Usability Scale*

No	Pertanyaan
1	Saya berpikir akan sering menggunakan <i>website</i> ini.
2	Saya merasa <i>website</i> ini terlalu rumit untuk digunakan.
3	Saya merasa <i>website</i> ini mudah digunakan.
4	Saya membutuhkan bantuan orang lain untuk dapat menggunakan <i>website</i> ini.
5	Saya merasa fitur-fitur pada <i>website</i> ini terintegrasi dengan baik.
6	Saya merasa terdapat banyak inkonsistensi pada <i>website</i> ini.
7	Saya membayangkan kebanyakan orang akan mudah mempelajari <i>website</i> ini dengan cepat.
8	Saya merasa <i>website</i> ini membingungkan untuk digunakan.
9	Saya merasa sangat percaya diri ketika menggunakan <i>website</i> ini.
10	Saya perlu mempelajari banyak hal sebelum dapat menggunakan <i>website</i> ini.

Pada Tabel 2.2 Pernyataan ganjil bersifat positif, sedangkan pernyataan genap bersifat negatif, sehingga menurut (Sudestra dkk., 2024), diperlukan penyesuaian skor pada proses perhitungan. SUS terdiri dari 10 pernyataan yang dijawab oleh responden menggunakan skala Likert 1–5, dengan keterangan:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Ragu (RG)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Perhitungan skor *System Usability Scale* (SUS) dilakukan dengan cara menyesuaikan nilai jawaban responden pada setiap pernyataan, kemudian menjumlahkan seluruh skor yang telah disesuaikan dan mengalikannya dengan konstanta 2,5 (Soler dkk., 2023). Penyesuaian skor dilakukan dengan mengurangi nilai jawaban dengan angka 1 untuk pernyataan bernomor ganjil, serta mengurangi nilai jawaban dari angka 5 untuk pernyataan bernomor genap (Assidiq dkk., 2022). Setelah seluruh skor dijumlahkan, hasilnya dikalikan 2,5 sehingga diperoleh skor akhir SUS dalam rentang nilai 0 hingga 100, yang merepresentasikan tingkat *usability* sistem yang diuji. Menurut (Zhu dkk., 2023), Langkah-langkah perhitungan skor SUS adalah sebagai berikut:

1. Menentukan skor jawaban responden

Responden memberikan penilaian pada setiap pernyataan dengan skala 1 sampai 5.

2. Melakukan penyesuaian skor

- Untuk pernyataan ganjil (1, 3, 5, 7, 9):
Skor = Nilai jawaban – 1
- Untuk pernyataan genap (2, 4, 6, 8, 10):
Skor = 5 – Nilai jawaban

3. Menjumlahkan seluruh skor yang telah disesuaikan

Total skor merupakan hasil penjumlahan skor dari 10 pernyataan.

4. Menghitung skor akhir SUS

Total skor kemudian dikalikan dengan 2,5 untuk memperoleh skor SUS akhir. Perhitungan selanjutnya, skor SUS dari masing-masing responden dicari skor rata-ratanya dengan menjumlahkan semua skor dan dibagi dengan jumlah responden. Berikut rumus menghitung skor SUS:

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

Keterangan:

$\bar{x}$ = Skor rata-rata

$\sum x$ = Jumlah Skor SUS

n = Jumlah Responden

5. Perhitungan Rata- rata SUS

Misalnya terdapat 5 responden dengan skor SUS sebagai berikut:

85, 88, 90, 82, dan 80

$$\bar{x} = \frac{85+88+90+82+80}{5}$$

$$\bar{x} = \frac{425}{5} = 85$$

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata *System Usability Scale* (SUS), diperoleh nilai sebesar 85 yang termasuk dalam kategori *Excellent* dengan *Grade Scale A* dan *Adjective Rating Acceptable*. Dapat dilihat pada Tabel 2.3 hasil ini menunjukkan bahwa *website* memiliki tingkat *usability* yang sangat baik serta dinilai layak dan dapat diterima oleh pengguna.

Tabel 2.3 Skala Kategori Hasil *System Usability Scale*

SUS Score	Acceptable Rating	Grade Scale	Adjective Rating
81 – 100	Excellent	A	Acceptable
71 – 80	Good	B	Acceptable
51 – 70	Good	C	Acceptable
21 – 50	Poor	D	Marginal
0 – 20	Worst Imaginable	F	Not Acceptable

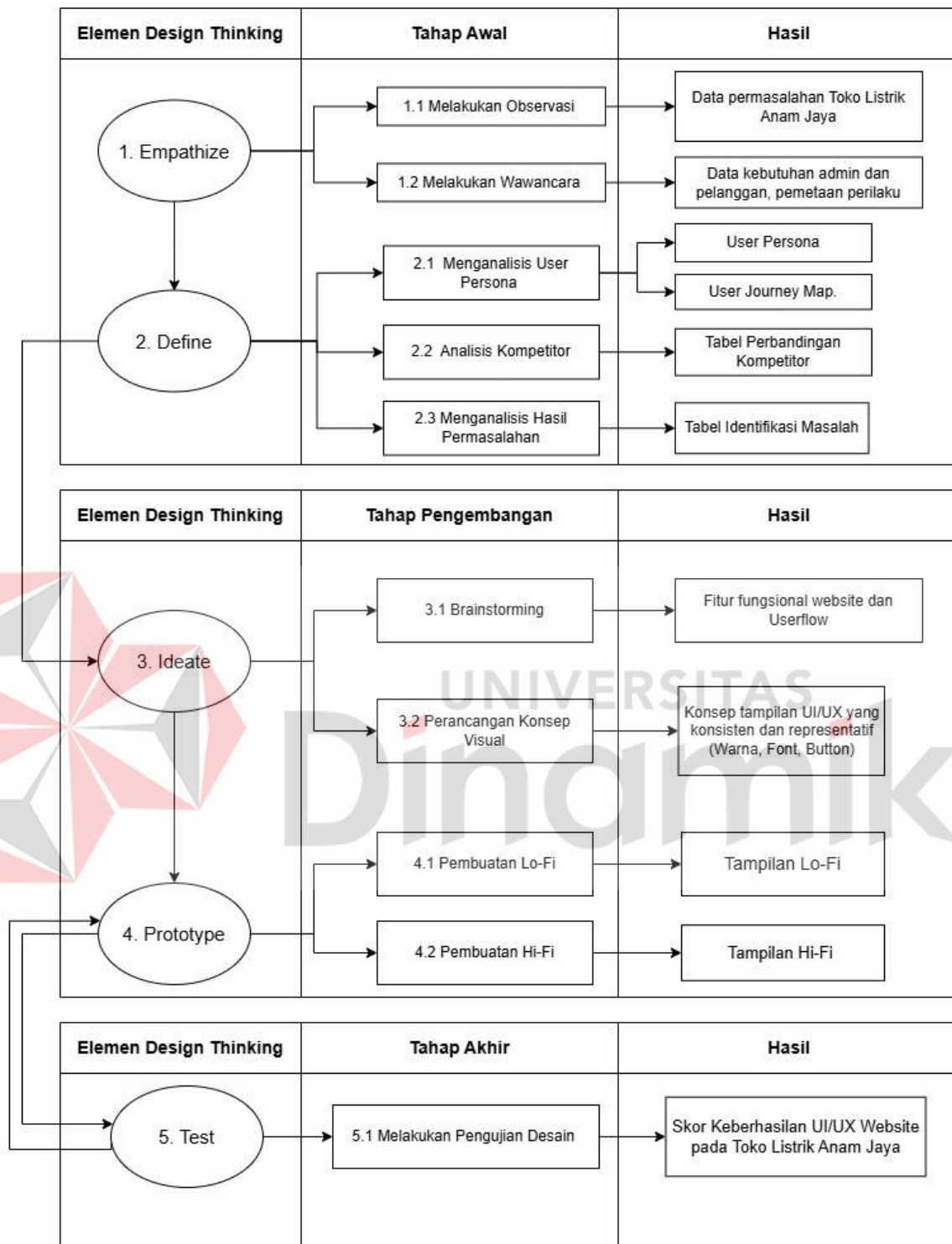
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan *Design Thinking* digunakan dalam penelitian ini dengan fokus pada pemahaman kebutuhan pengguna. Tujuan penelitian ini adalah merancang *UI/UX* pada *website* Toko Listrik Anam Jaya agar lebih informatif, mudah digunakan, serta mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan. Metode *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.1.

Tahap *empathize* bertujuan untuk memahami karakteristik, kebutuhan, serta permasalahan pengguna melalui proses pengumpulan data, seperti observasi dan wawancara. Selanjutnya, pada tahap *define*, data yang telah diperoleh dianalisis untuk merumuskan permasalahan utama yang menjadi fokus perancangan. Tahap *ideate* dilakukan untuk menghasilkan berbagai gagasan solusi desain berdasarkan permasalahan yang telah didefinisikan sebelumnya. Ide-ide tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk *prototype* pada tahap *prototype*, sehingga dapat divisualisasikan dan diuji secara nyata. Tahap terakhir adalah *test*, yaitu melakukan pengujian terhadap prototipe yang telah dibuat guna mengevaluasi tingkat kegunaan dan kenyamanan pengguna, serta mengidentifikasi aspek desain yang perlu diperbaiki.

Penerapan metode *Design Thinking* dalam penelitian ini memungkinkan proses perancangan dilakukan secara iteratif dan berorientasi pada pengguna, sehingga solusi yang dihasilkan tidak hanya memenuhi aspek fungsional, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman pengguna secara menyeluruh. Setiap tahapan saling terhubung dan dapat diulang apabila ditemukan temuan baru pada tahap pengujian, sehingga desain yang dihasilkan dapat terus disempurnakan sesuai dengan kebutuhan dan umpan balik pengguna. Dengan pendekatan ini, perancangan *UI/UX website* Toko Listrik Anam Jaya diharapkan mampu memberikan solusi yang relevan, adaptif, dan berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas layanan serta pengalaman belanja pelanggan.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

3.1 Empathize

Tahap *Empathize* merupakan langkah awal dalam metode *Design Thinking* yang bertujuan untuk memahami secara mendalam kebutuhan, permasalahan, serta

perilaku pengguna yang akan berinteraksi dengan sistem. Tujuan utamanya adalah memperoleh wawasan autentik mengenai pengalaman pengguna, baik dari sisi pelanggan maupun pengelola toko, sehingga rancangan antarmuka yang dihasilkan mampu menjawab kebutuhan nyata dan memberikan pengalaman penggunaan yang optimal pada *website* Toko Listrik Anam Jaya.

Pada tahap ini, dua kegiatan utama dilaksanakan, yaitu observasi langsung di Toko Listrik Anam Jaya dan wawancara mendalam yang melibatkan admin serta pelanggan. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kendala dalam proses pencarian dan pembelian produk, serta meninjau sistem penjualan konvensional yang diterapkan. Sementara itu, wawancara bertujuan memperkuat data observasi dengan menggali informasi terkait permasalahan, kebutuhan, dan harapan pengguna terhadap sistem digital yang akan dikembangkan. Selain itu, dilakukan pemetaan perilaku pengguna untuk memahami pola interaksi dan ekspektasi pengguna. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam merumuskan masalah dan mengembangkan solusi desain pada tahap berikutnya.

3.1.1 Melakukan Observasi

Observasi dilakukan sebagai bagian dari proses pengumpulan data pada tahap *Empathize* dalam metode *Design Thinking*. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman langsung mengenai kondisi aktual yang terjadi di Toko Listrik Anam Jaya, khususnya terkait pola interaksi pelanggan dengan lingkungan toko serta kendala yang mereka hadapi dalam proses pencarian dan pembelian produk. Melalui observasi ini, peneliti dapat mengidentifikasi secara konkret permasalahan yang muncul, baik dari sisi pelanggan maupun pihak pengelola toko, dapat dilihat pada Tabel 3.1 Analisis Permasalahan menjadi dasar dalam merancang solusi desain yang tepat.

Tabel 3.1 Analisis Permasalahan

Aspek yang Diamati	Pelanggan	Karyawan Toko
Pencarian Informasi Produk	Pelanggan kesulitan menemukan spesifikasi produk secara lengkap karena informasi hanya disampaikan secara verbal.	Karyawan harus menjelaskan spesifikasi produk berulang kali kepada setiap pelanggan sehingga kurang efisien.
Ketersediaan Produk	Pelanggan tidak mengetahui stok sebelum datang ke toko,	Pengecekan stok masih dilakukan secara manual,

Aspek yang Diamati	Pelanggan	Karyawan Toko
	sehingga berpotensi kecewa ketika barang yang dicari ternyata kosong.	menyebabkan informasi ketersediaan produk tidak selalu akurat dan memicu kesalahpahaman.
Pemilihan Produk	Pelanggan salah memilih produk karena kurang memahami fungsi spesifikasi (contoh: daya lampu tidak sesuai), dan akhirnya terjadi ketidakpuasan.	Karyawan sudah menjelaskan rekomendasi produk, tetapi pelanggan tetap memilih tanpa memahami penjelasan sehingga menimbulkan komplain setelah pembelian.
Akses Informasi	Pelanggan tidak memiliki akses katalog <i>online</i> untuk melihat jenis, harga, dan spesifikasi produk sebelum datang ke toko.	Belum memiliki media digital untuk menampilkan daftar produk secara terstruktur, sehingga promosi dan penyampaian informasi terbatas.
Proses Pelayanan	Proses mencari dan mengecek produk memakan waktu cukup lama karena dilakukan secara tatap muka.	Karyawan harus melayani secara manual satu per satu, sehingga pelayanan menjadi lebih lambat terutama saat toko sedang ramai.

Hasil analisis permasalahan tersebut memperkuat pemahaman mengenai kebutuhan pelanggan dan karyawan toko, sehingga menjadi acuan penting pada tahap berikutnya dalam perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna (*UI/UX*) *website* Toko Listrik Anam Jaya.

Selain observasi langsung di lingkungan operasional toko, dilakukan kajian terhadap beberapa *platform* daring sejenis yang menyediakan layanan penjualan produk kelistrikan. Kajian ini dilakukan untuk melihat bagaimana kompetitor menyajikan informasi produk, mengatur navigasi, serta menerapkan elemen visual pada antarmuka mereka. Melalui proses tersebut, gambaran mengenai keunggulan dan kekurangan desain pesaing diperoleh sebagai referensi dalam perancangan *UI/UX website* Toko Listrik Anam Jaya sehingga lebih relevan dan selaras dengan kebutuhan pengguna.

3.1.2 Melakukan Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai langkah lanjutan dari proses *Empathize* dalam metode *Design Thinking*, dengan tujuan memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai permasalahan, kebutuhan, serta ekspektasi pengguna terhadap perancangan *website* Toko Listrik Anam Jaya. Dapat dilihat pada Tabel 3.2,

Kegiatan ini berfokus pada dua pihak utama, yaitu pelanggan sebagai pengguna akhir dan karyawan toko sebagai pengelola sistem penjualan.

Tabel 3.2 Hasil Wawancara

Responden	Permasalahan	Kebutuhan	Ekspetasi	UI/UX
Yessy Harfi A. (Pelanggan 1)	1. Kesulitan menemukan produk karena tidak tahu nama produk, hanya bentuknya. 2. Antrian panjang saat toko ramai.	1. Informasi Nama Produk 2. Harga Produk 3. Stok Produk	1. <i>Website</i> interaktif dengan fitur pencarian, kategori, <i>detail</i> produk, chat admin, ulasan, keranjang. 2. Informasi stok dan harga yang selalu update. 3. Akses katalog untuk memudahkan pencarian produk.	Tata letak daftar produk yang disajikan secara konsisten dalam bentuk <i>grid</i> dengan gambar dan ikon yang jelas misalnya ikon keranjang untuk menambah produk, Ikon ceklis hijau + teks (Stok: 12), dan ikon silang merah + teks (Stok: 0). Serta tipografi seperti informasi harga ditampilkan menggunakan ukuran font 18–20 <i>pt</i> dan ketebalan huruf (<i>bold</i>). Informasi stok ditampilkan dengan ukuran font 12–14 <i>pt</i> .
Srifany W. (Pelanggan 2)	1. Kedatangan ke toko tetapi stok kosong. 2. Kurang memahami spesifikasi produk yang dicari.	1. Informasi Nama Produk 2. Harga Produk 3. Spesifikasi Produk	1. <i>Website</i> sederhana dan informatif. 2. Fitur pencarian, kategori, info stok harga, chat admin. 3. Akses spesifikasi produk secara lengkap.	Desain halaman utama disusun dengan hierarki visual yang jelas, dimulai dari menu kategori produk di bagian atas dan diikuti daftar produk dalam bentuk <i>grid</i> . Setiap kartu produk menerapkan pola tata letak, urutan informasi, dan gaya visual yang konsisten di seluruh halaman katalog. Gambar produk ditempatkan di bagian atas kartu dengan ukuran dan rasio 1:1 (persegi), diikuti nama produk menggunakan tipografi <i>Inter</i>

Responden	Permasalahan	Kebutuhan	Ekspetasi	UI/UX
				berukuran 16–18 <i>pt</i> , kemudian harga produk dengan penekanan <i>Semibold/Bold</i> , serta informasi status stok yang ditampilkan di bagian bawah kartu.
Sugeng P. (Pelanggan 3)	1. Harus menunggu lama karena antrian. 2. Produk tertentu kadang tidak tersedia 3. Harus sering bertanya untuk menemukan produk yang tepat.	1. Informasi Stok Produk 2. Harga Produk 3. Ketersediaan Merek.	1. <i>Website</i> sederhana dan informatif. 2. Fitur pencarian produk, kategori, chat admin. 3. Informasi stok yang selalu update untuk menghemat waktu.	Informasi stok ditampilkan dengan warna fungsional, seperti hijau untuk produk tersedia dan merah untuk produk habis, sehingga pengguna dapat langsung memahami kondisi stok tanpa membaca teks panjang.
Eko Wahyudi (Pelanggan 4)	1. Stok produk habis saat datang ke toko. 2. Salah beli produk karena bentuk mirip atau kurang paham spesifikasi (<i>watt</i>)	1. Informasi Stok Produk 2. Harga Produk 3. Spesifikasi Produk	1. <i>Website</i> sederhana dan informatif. 2. Fitur katalog lengkap, info stok harga update, pencarian dan kategori. 3. Membantu menghindari kesalahan pembelian	Tipografi spesifikasi perlu diperjelas dengan ukuran 13-14 <i>pt</i> , Produk dengan stok tersedia diberi indikator warna hijau disertai ikon ceklis dan teks seperti “Tersedia”, sedangkan produk dengan stok habis menggunakan warna merah dengan ikon silang dan teks “Stok Habis”.
Yohana T. (Karyawan Toko)	1. Pelanggan sering tidak tahu nama barang. 2. Stok dan harga dicatat manual. 3. Pelanggan tidak mau antri saat ramai.	1. Sistem yang memudahkan pengecekan stok dan harga produk. 2. Informasi spesifikasi yang lebih jelas agar tidak perlu mencari gambar manual.	1. <i>Website</i> dengan fitur pencarian dan kategori produk. 2. Informasi stok harga spesifikasi yang jelas. 3. <i>Website</i> sederhana dan cepat diakses.	Tata letak menggunakan <i>grid</i> , tipografi menggunakan jenis <i>Inter</i> dan memiliki 16-18 <i>pt</i> , dan ikon ceklis untuk menandai stok tersedia dan ikon silang untuk menandai stok habis.

Hasil wawancara memberikan pemahaman mendalam mengenai pengalaman dan sudut pandang pelanggan serta karyawan toko dalam proses pembelian dan pengelolaan produk. Pelanggan diwawancarai untuk mengidentifikasi kendala saat mencari informasi produk, seperti spesifikasi, ketersediaan stok, dan harga, sementara karyawan toko untuk mengetahui alur pelayanan, metode pengelolaan data, dan tantangan akibat sistem penjualan konvensional. Temuan ini digunakan untuk memetakan perilaku pengguna, termasuk pola interaksi, preferensi, dan kebutuhan, yang menjadi dasar analisis permasalahan dan pengembangan rancangan solusi pada tahap *Define*, sehingga desain *UI/UX* dapat lebih sesuai dengan karakteristik pengguna.

3.2 Define

Tahap *Define* merupakan kelanjutan dari proses *Empathize* yang berfokus pada analisis serta perumusan masalah berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, peneliti mengolah data yang diperoleh untuk menemukan pola perilaku, kebutuhan utama pengguna, serta hambatan yang muncul dalam konteks penggunaan layanan di Toko Listrik Anam Jaya. Berdasarkan hasil pengolahan data, perilaku pelanggan cenderung bergantung pada karyawan untuk mendapatkan informasi mengenai nama dan spesifikasi produk, sehingga menimbulkan hambatan seperti antrian saat toko ramai, kesalahan pemilihan produk, serta ketidakpastian stok.

Dari sisi kebutuhan, pelanggan menginginkan informasi stok, harga, dan spesifikasi produk yang lengkap dan mudah diakses, sementara karyawan membutuhkan media digital yang dapat mempercepat pengecekan stok dan mengurangi penjelasan berulang. Tujuan utama dari tahap ini adalah merumuskan inti permasalahan yang menjadi dasar dalam perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna (*UI/UX*) *website* agar dapat memberikan solusi yang tepat dan relevan.

3.2.1 Menganalisis *User Persona*

Menganalisis *User Persona* berfungsi untuk mengelompokkan dan memvisualisasikan karakteristik pengguna berdasarkan hasil observasi serta wawancara yang telah dianalisis sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk memahami secara lebih spesifik siapa pengguna utama dari sistem yang akan dirancang, mencakup latar belakang, tujuan, perilaku, serta tantangan yang mereka hadapi dalam aktivitas belanja kebutuhan kelistrikan di Toko Listrik Anam Jaya. Dengan melakukan analisis ini, peneliti dapat menggambarkan profil pengguna secara representatif yang mencerminkan kondisi dan kebutuhan nyata di lapangan.

Hasil dari proses ini diwujudkan dalam bentuk *User Persona*, yaitu representasi fiktif namun berbasis data yang menggambarkan tipe pengguna ideal. *User Persona* membantu peneliti dan perancang dalam mempertimbangkan kebutuhan, motivasi, dan ekspektasi pengguna saat merancang antarmuka dan pengalaman *website*. Dengan demikian, analisis *User Persona* menjadi dasar penting untuk memastikan bahwa rancangan *UI/UX* yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna Toko Listrik Anam Jaya, untuk rincian dapat dilihat pada Lampiran 9.



YOHANA

PROFIL	LATAR BELAKANG	KEPRIBADIAN
Jenis Kelamin : Perempuan Umur : 22 Pekerjaan : Admin Toko Listrik Anam Jaya  “ Pekerjaan yang dilakukan dengan hati akan selalu memberi terang, meski di tengah lelah yang tak terlihat	Yohana merupakan karyawan Toko Listrik Anam Jaya yang melayani banyak pelanggan dengan sistem pencatatan stok dan harga yang masih manual. Kondisi ini sering menyulitkannya saat pelanggan tidak mengetahui nama produk. KEBUTUHAN UTAMA 1. Website dengan fitur pencarian dan kategori produk yang terstruktur 2. Informasi stok, harga, dan spesifikasi produk yang selalu bisa diakses 3. Antarmuka website yang sederhana dan mudah diakses oleh admin maupun pelanggan TUJUAN 1. Memberikan pelayanan cepat dan tepat kepada pelanggan 2. Memudahkan pelanggan menemukan produk yang sesuai kebutuhan 3. Mengurangi kesalahan informasi terkait stok dan spesifikasi produk PAIN POINT 1. Sistem pencatatan stok dan harga masih dilakukan secara manual 2. Pelanggan sering tidak mengetahui nama barang yang dicari 3. Kesulitan melayani pelanggan dalam kondisi toko ramai	Introvert ☐ Ekstrovert ☐ Pemikir ☐ Perasa ☐ Menilai ☐ Memahami ☐ Mengamati ☐ Intuitif ☐ TEKNOLOGI Comcast ☐ Social Media ☐ Mobile App ☐ PREFRENSI WEBSITE Menyukai kategori produk yang jelas, tampilan yang mudah dipahami

Gambar 3.2 *User Persona* Admin Toko Listrik Anam Jaya

Pada Gambar 3.2 menggambarkan Admin Toko berusia 22 tahun yang bertanggung jawab atas pengelolaan produk, stok, transaksi, dan pelayanan pelanggan. Admin menyukai *website* yang menyediakan informasi produk terstruktur, mudah diperbarui, serta fitur pencarian yang mendukung efisiensi kerja dan meminimalkan kesalahan, terutama pada kondisi toko yang ramai.



Gambar 3.3 User Persona Pegawai BUMN

Gambar 3.3 merupakan Pegawai BUMN, 28 tahun, sering membeli perlengkapan listrik rumah tangga. Mengalami kesulitan menemukan produk tanpa tahu nama spesifiknya. Membutuhkan *website* dengan informasi produk jelas, pencarian intuitif, pengelompokan kategori, serta stok dan harga *real-time*.



Gambar 3.4 User Persona Pegawai Negeri Sipil

Gambar 3.4 merupakan Pegawai Negeri Sipil, 38 tahun, berbelanja dengan pendekatan analitis. Mengalami kesulitan memilih produk terbaik di antara banyak opsi. Membutuhkan *website* dengan informasi lengkap, *detail*, dan kemampuan membandingkan produk untuk pengambilan keputusan yang optimal.

User Journey Map	Awareness	Consideration	Selection	Decision	Purchase	Post Purchase
User Actions	- Pelanggan datang langsung ke toko untuk mencari produk listrik. - Menanyakan produk kepada karyawan.	- Pelanggan melihat beberapa produk dan menanyakan detail teknis. - Menimbang apakah produk cocok untuk kebutuhan mereka.	- Pelanggan sudah mengerucutkan pilihan ke beberapa produk. - Menanyakan ketersediaan ukuran, tipe, atau varian.	- Pelanggan memutuskan untuk membeli produk. - Menunggu karyawan menyiapkan barang.	- Melakukan pembayaran. - Menerima produk.	- Menggunakan produk di rumah. - Kembali ke toko jika ada masalah.
Pain Points	- Pelanggan hanya mengandalkan penjelasan lisan dari karyawan. - Tidak ada katalog produk tertulis yang dapat dilihat secara mandiri.	- Spesifikasi pada produk yang disampaikan karyawan kurang jelas. - Pelanggan tidak paham perbedaan antara satu produk dan lainnya.	Pelanggan tidak tahu apakah stok tersedia.	- Jika barang ternyata habis, pelanggan harus memilih ulang. - Waktu pembelian tidak efisien.	Proses pembayaran manual memakan waktu jika toko ramai.	Tidak mengetahui info garansi setelah pembelian.
Emotions	- Bingung - Tidak yakin dengan pilihan produk	- Ragu - Kurang percaya diri untuk memutuskan pilihan	Khawatir	- Frustrasi - Tidak puas	Netral → sedikit capek jika antrian panjang	Khawatir
Touchpoint	- Interaksi langsung dengan karyawan toko - Display produk fisik	Penjelasan karyawan	- Komunikasi langsung dengan karyawan - Pengecekan stok barang secara manual	- Konfirmasi ketersediaan stok dari karyawan - Interaksi di meja kasir	- Kasir - Nota Kertas	Datang kembali ke toko
Selusi UI/UX	Spesifikasi ditampilkan dalam Gambar Produk, Deskripsi Produk (Nama Produk, Jenis Produk, Ringkasan Spesifikasi Utama), Harga Produk	- Produk dilengkapi penjelasan spesifikasi sederhana, misalnya: - Daya → angka besar dan ikon - Kegunaan → list - Kompatibilitas → ikon aplikasi	Menampilkan jumlah stok produk dalam bentuk angka yang jelas (misalnya: 1, 2, 3, 4, 5) pada halaman produk dan daftar produk	menampilkan peringatan stok habis (teks/ikon) sebelum dimasukkan ke keranjang.	Mempermudah pembayaran dengan menampilkan Kode VA / Qris.	Menampilkan informasi Garansi Produk yang telah dibeli dengan jelas.

Gambar 3.5 User Journey Map Pelanggan

Gambar 3.5 ini menggambarkan alur pengalaman pengguna ketika mencari, mempertimbangkan, memilih, hingga membeli produk listrik secara langsung di toko, serta interaksi setelah pembelian. Pada setiap tahap mulai dari *Awareness* hingga *Post-Purchase*, pelanggan menghadapi kendala seperti ketergantungan pada penjelasan lisan, ketidakjelasan spesifikasi, ketidakpastian ketersediaan stok, dan proses pembayaran manual yang kurang efisien, sehingga menimbulkan kebingungan, keraguan, kekhawatiran, hingga frustrasi. Interaksi utama terjadi melalui komunikasi langsung dengan karyawan dan observasi produk fisik. Pemetaan ini menekankan kebutuhan solusi *UI/UX* yang menyajikan informasi produk terstruktur, menampilkan jumlah stok secara jelas, memberikan peringatan ketersediaan barang, menghadirkan metode pembayaran digital, serta menyertakan informasi garansi yang mudah diakses, sehingga keseluruhan proses pembelian lebih efektif, informatif, dan minim kesalahan. *User Journey Map* untuk admin dapat dilihat pada Lampiran 9.

3.2.2 Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor dilakukan untuk memahami karakteristik desain, kelebihan, dan keterbatasan *website* sejenis dalam menyajikan informasi produk dan mendukung transaksi. Pelaksanaan difokuskan pada evaluasi elemen

antarmuka yang dirangkum dalam Tabel 3.3, meliputi fitur utama, keunggulan, kekurangan, peluang pengembangan, serta kesimpulan dari masing-masing kompetitor, dengan tujuan mengidentifikasi praktik desain efektif yang relevan untuk Toko Listrik Anam Jaya.

Selain aspek fungsional, analisis mempertimbangkan pengalaman pengguna, termasuk kemudahan navigasi, efisiensi akses informasi, dan kenyamanan berinteraksi dengan antarmuka. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merumuskan kebutuhan perancangan, mengidentifikasi permasalahan desain, dan menyusun solusi *UI/UX* yang sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan pengguna.

Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Kompetitor

Elemen	Website Gudang Listrik	Website ListrikKita	Website RajaListrik
Dashboard Website			
Link	https://www.gudanglistrik.com/	https://listrikkita.com/	https://www.rajalistrik.com/
Fitur Utama	Website menampilkan katalog produk alat listrik dan elektrikal dengan informasi dasar: nama produk, harga, dan ketersediaan stok (atau indikasi “tersedia”)	Website ini menyediakan katalog luas produk kelistrikan elektronik, komponen panel, MCB, dan peralatan elektrikal dari berbagai merek.	Website ini menyediakan produk listrik dan layanan teknis lengkap, sehingga berfungsi sebagai solusi kelistrikan end-to-end, bukan sekadar toko <i>online</i> .
Kelebihan Website	Struktur <i>website</i> relatif sederhana dan langsung, pengguna dapat mengakses daftar produk dan melihat <i>detail</i> produk dengan cepat.	Struktur navigasi dan kategori produk cukup jelas pengguna dapat menelusuri berdasarkan kategori produk atau merek, mempermudah penelusuran barang spesifik.	Website mengkomunikasikan positioning “ <i>One Stop Electrical Solution</i> ” dengan jelas menyatukan retail produk, layanan <i>engineering</i> , dan konsultasi sehingga pengguna mendapat gambaran lengkap bahwa Raja Listrik bukan sekadar toko biasa.
Kekurangan Website	Informasi produk tampaknya terbatas pada elemen dasar (nama, harga, ketersediaan). Tidak ditemukan indikasi adanya spesifikasi <i>detail</i> , foto produk <i>multiple angle</i> , deskripsi teknis lengkap, atau panduan penggunaan	untuk beberapa produk, informasi teknis atau spesifikasi <i>mendetail</i> (tegangan, ukuran, kompatibilitas, deskripsi fungsi) tampaknya masih terbatas ini dapat menyulitkan pengguna profesional atau teknisi dalam memastikan kesesuaian produk.	Struktur katalog dan navigasi produk belum rapi dan <i>user-friendly</i> , serta pencarian atau <i>filter</i> produk masih kurang optimal meskipun katalog cukup besar.

Elemen	Website Gudang Listrik	Website ListrikKita	Website RajaListrik
Peluang Perbaikan	Tambahkan keranjang belanja, metode pembayaran <i>online</i> , dan konfirmasi stok <i>real-time</i> .	Menambahkan spesifikasi teknis lengkap dan foto produk <i>multiple angle</i> pada setiap <i>listing</i> produk agar pengguna (termasuk teknisi dan pelanggan profesional) bisa melakukan penilaian lebih baik sebelum membeli.	Menambahkan pencarian dan <i>filter</i> produk berbasis kategori, merek, fungsi, dan spesifikasi, serta meningkatkan navigasi dan <i>UI</i> melalui katalog yang lebih rapi, <i>layout</i> modern, dan visualisasi produk yang lebih jelas untuk mendukung penggunaan yang lebih efisien.
Kesimpulan	<i>Website</i> Gudang Listrik memiliki fondasi dasar toko <i>online</i> , namun dari sisi <i>UI/UX</i> masih minim: <i>detail</i> produk terbatas, navigasi kurang optimal, dan belum tersedia sistem transaksi maupun pencarian yang efektif. Hal ini menunjukkan peluang besar untuk peningkatan desain dan pengalaman pengguna.	<i>Website</i> ini cukup lengkap dan mendukung transaksi <i>online</i> , namun dari sisi <i>UI/UX</i> masih perlu perbaikan pada <i>detail</i> produk, fitur pencarian/ <i>filter</i> , dan kejelasan layanan. Hal ini membuka peluang peningkatan pengalaman pengguna dan konversi.	Raja Listrik unggul sebagai penyedia “ <i>one-stop solution</i> ” yang menggabungkan penjualan produk listrik dan layanan teknis, memberikan nilai tambah bagi pengguna rumah tangga maupun industri. Namun, <i>Websitenya</i> masih lemah dalam aspek UX, terutama pada pencarian, <i>detail</i> produk, navigasi, dan kenyamanan <i>browsing</i> . Perbaikan pada struktur katalog, informasi produk, dan sistem transaksi akan meningkatkan aksesibilitas, efisiensi layanan, serta kepercayaan pengguna secara keseluruhan.

Analisis kompetitor dilakukan dengan mengidentifikasi fitur utama seperti katalog, pencarian, kategori, harga, dan spesifikasi produk untuk memahami standar layanan yang ada. Kelebihan yang ditemukan meliputi struktur informasi yang cukup baik, desain yang konsisten, dan navigasi yang mudah. Namun, terdapat kekurangan seperti kualitas gambar yang kurang optimal, pembaruan stok yang tidak *real-time*, serta tampilan informasi yang belum seragam. Analisis ini membuka peluang perbaikan berupa optimalisasi visual, penyederhanaan tata letak, peningkatan keterbacaan, serta penyajian stok dan harga yang lebih akurat. Secara keseluruhan, analisis kompetitor menjadi dasar penting bagi perancangan solusi *UI/UX* yang lebih informatif, responsif, dan sesuai kebutuhan pengguna.

3.2.3 Menganalisis Hasil Permasalahan

Menganalisis hasil permasalahan merupakan tahapan penting dalam proses *Define* yang bertujuan untuk meninjau dan menginterpretasikan data yang diperoleh dari kegiatan observasi serta wawancara pada fase *Empathize*. Analisis ini dilakukan untuk memahami secara mendalam pola perilaku, kendala, dan kebutuhan pengguna dalam konteks sistem penjualan konvensional di Toko Listrik Anam Jaya. Melalui analisis tersebut yang dapat dilihat pada Tabel 3.4, peneliti berupaya menemukan permasalahan utama yang dialami baik oleh pelanggan maupun pihak pengelola toko dalam proses pencarian, pembelian, dan penyampaian informasi produk.

Tabel 3.4 Tabel Identifikasi Masalah

No	Masalah	Dampak	Solusi UI	Solusi UX
1	Produk Tidak Memiliki Penjelasan atau Spesifikasi yang Jelas	• Pelanggan kesulitan memahami fungsi, ukuran, atau kecocokan produk. • Potensi kesalahan pembelian meningkat. • Meningkatkan beban layanan pelanggan karena banyak pertanyaan berulang.	1. Tata Letak (<i>Layout</i>) • Menggunakan layout vertikal satu kolom agar alur baca pengguna mengikuti pola dari atas ke bawah. • Spesifikasi utama ditampilkan dalam bentuk daftar poin (<i>bullet list</i>) atau tabel. • Spasi antar elemen dibuat menjadi 8 px 2. Tipografi • Menggunakan jenis font <i>Inter</i> • Nama produk: 18–20 <i>pt</i> (<i>bold</i>) sebagai fokus utama, • Harga produk: 16–18 <i>pt</i> (<i>semi-bold</i>), • Judul spesifikasi: 14–16 <i>pt</i> (<i>medium</i>),	1. Usability • Task pencarian dan akses <i>detail</i> produk berhasil diselesaikan oleh mayoritas responden (<i>Maze</i>). • Tidak ditemukan kesalahan navigasi saat pengujian. • Waktu perpindahan antar langkah 2–3 detik. 2. Kejelasan Informasi • Informasi utama produk dapat dikenali tanpa kebingungan. • Spesifikasi dan deskripsi produk dapat dipahami secara terpisah.

No	Masalah	Dampak	Solusi UI	Solusi UX
			• Isi deskripsi dan spesifikasi: 12–14 pt (<i>regular</i>).	• Tidak diperlukan pencarian informasi tambahan oleh pengguna.
			3. Ikon • Ikon <i>tag</i> untuk harga, • Ikon <i>box</i> atau <i>gear</i> untuk spesifikasi produk, • Ikon <i>shield</i> atau <i>check</i> untuk informasi garansi.	
			4. Warna • Warna putih (<i>#FFFFFF</i>) digunakan sebagai warna latar utama karena mampu mempertegas kontras dengan elemen warna lainnya agar teks mudah dibaca. • Warna hitam (<i>#000000</i>) digunakan untuk teks utama agar meningkatkan keterbacaan. • Warna abu-abu (<i>#BDBDBD</i>) diterapkan pada latar belakang sekunder dan teks deskriptif untuk menjaga keseimbangan visual serta memberikan kesan modern dan minimalis • Warna biru tua (<i>#0D47A1</i>) digunakan pada elemen seperti <i>header</i>, menu navigasi,	



No	Masalah	Dampak	Solusi UI	Solusi UX
			dan tombol utama.	
			Warna kuning emas (#FBC12B) berperan sebagai aksent visual pada tombol interaktif, ikon belanja, dan notifikasi untuk menarik perhatian serta menghadirkan kesan optimis dan energik.	
			5. Tombol - Menggunakan tombol dengan bentuk persegi panjang bersudut tumpul agar terlihat modern dan mudah dikenali. - Tombol utama seperti “Tambah ke Keranjang” atau “Beli Sekarang” diberi warna aksent yang kontras dengan latar belakang. - Ukuran tombol cukup besar (minimal tinggi 44 px) agar mudah diklik.	
2	Stok Produk Tidak Akurat	Pelanggan membeli produk yang sebenarnya sudah habis sehingga dapat menurunkan kepercayaan pelanggan.	1. Tata Letak (Layout) - Informasi stok ditempatkan dekat dengan harga produk pada halaman <i>detail</i> produk. - Pada halaman daftar produk, status stok ditampilkan di bawah nama	1. Usability - Seluruh responden menyelesaikan task transaksi dengan status Direct pada pengujian Maze tanpa adanya kesalahan alur navigasi. - Waktu penyelesaian task berada pada



UNIVERSITAS
Dincinika

No	Masalah	Dampak	Solusi UI	Solusi UX
			atau harga produk agar dapat langsung terlihat tanpa membuka halaman <i>detail</i> .	rentang 18,7–70,2 detik, sesuai dengan kompleksitas tahapan transaksi yang dijalani pengguna.
			2. Tipografi	2. Kejelasan Informasi
			• Label “Stok”: 12–14 <i>pt</i> (<i>regular</i>), • Angka stok: 14–16 <i>pt</i> (<i>semi-bold</i>) untuk menonjolkan jumlah ketersediaan.	• Status ketersediaan stok dapat diketahui pengguna sebelum melakukan tindakan pembelian. • Penyajian informasi stok yang konsisten mencegah pengguna melanjutkan transaksi pada produk yang tidak tersedia.
			3. Ikon	
			• Ikon <i>box</i> untuk menandai informasi stok, • Ikon <i>check</i> untuk stok tersedia, • Ikon <i>cross</i> untuk stok habis.	
			4. Warna	
			• Warna hitam (#000000) digunakan untuk teks utama agar meningkatkan keterbacaan. • Warna Hijau (#2E7D32) digunakan pada ikon <i>check</i> stok tersedia bertujuan untuk menyampaikan kondisi aman dan siap dibeli. • Warna Merah (#C62828) digunakan pada ikon <i>cross</i> stok habis berfungsi sebagai penanda peringatan bahwa produk	



No	Masalah	Dampak	Solusi UI	Solusi UX
			tidak dapat dibeli.	
			5. Tombol	
			Saat stok habis, tombol berubah menjadi nonaktif (<i>disabled</i>) dengan warna abu-abu (<i>#BDBDBD</i>) dan tidak dapat diklik.	

3.3 Ideate

Tahap *Ideate* dalam *Design Thinking* adalah proses pengembangan ide yang berfokus pada pencarian solusi kreatif berdasarkan analisis tahap *Define*. Tujuannya adalah menghasilkan berbagai alternatif rancangan yang tepat untuk kebutuhan pengguna. Pada tahap ini, peneliti melakukan *brainstorming* untuk menemukan fitur fungsional yang dibutuhkan pada *website* Toko Listrik Anam Jaya dan menyusun *user flow* yang menggambarkan alur interaksi pengguna dengan sistem secara terstruktur dan mudah dipahami.

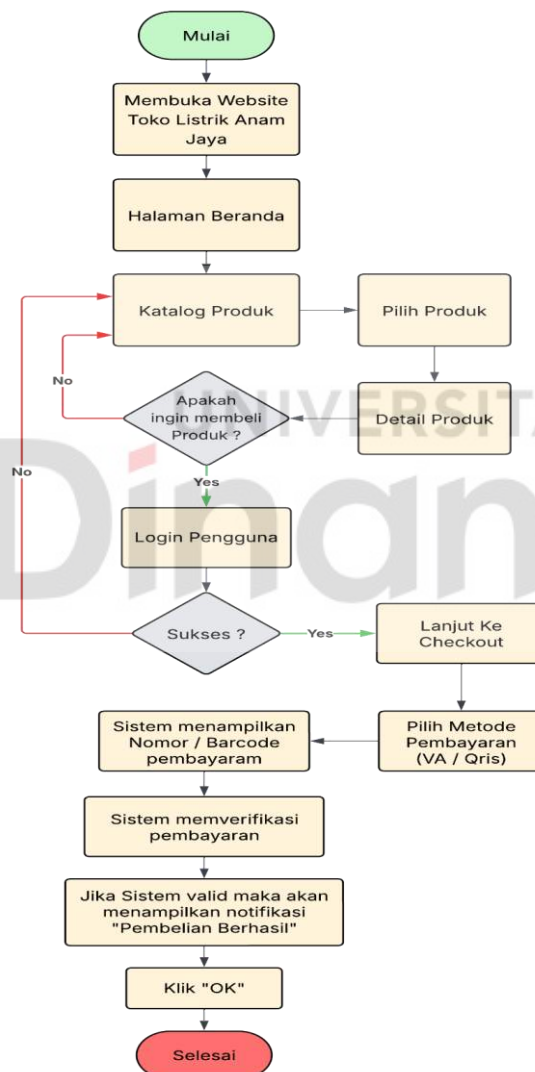
Ide yang dikembangkan kemudian divisualisasikan dalam tampilan *Lo-Fi* sebagai rancangan awal tampilan dan tata letak halaman *website*, berdasarkan kebutuhan dan preferensi pengguna dari survei. Selanjutnya, peneliti merancang konsep visual *UI/UX* dengan menyesuaikan elemen desain seperti warna, ikon, tipografi, dan tombol agar selaras dengan temuan pengguna. Setiap fitur dan komponen visual dirancang untuk mendukung kemudahan pengguna dalam mencari dan memperoleh informasi produk, sehingga *website* tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dan fungsional.

3.3.1 Brainstorming

Tahap *Brainstorming* merupakan langkah awal dalam *Ideate* yang berfokus pada pengembangan ide kreatif sebagai dasar perancangan solusi desain. Pada tahap ini, peneliti mengolah temuan dari *Empathize* dan *Define* untuk merumuskan berbagai alternatif fitur dan fungsi sesuai kebutuhan pengguna, dengan

menganalisis permasalahan pelanggan dan pengelola toko agar setiap gagasan relevan dengan pengalaman pengguna.

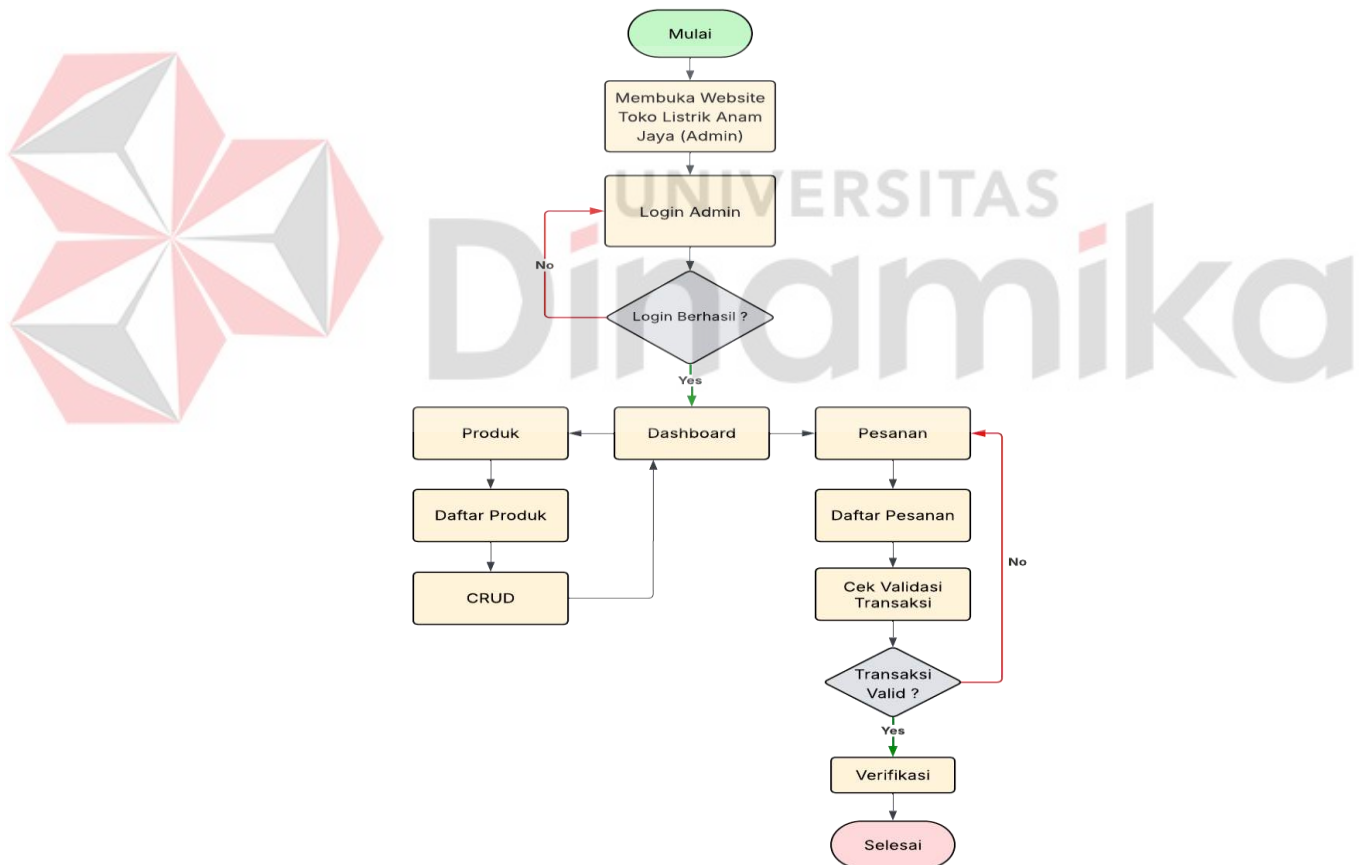
Hasil *Brainstorming* berupa daftar fitur fungsional untuk *website*, seperti katalog produk, fitur pencarian, *detail* produk, dan keranjang belanja. Menyusun *User Flow* sebagai visualisasi alur interaksi pengguna, memastikan setiap langkah penggunaan logis dan sesuai kebutuhan pengguna dari hasil survei, sehingga menjadi acuan penting untuk perancangan tampilan berikutnya.



Gambar 3.6 *User Flow* Pengguna

Pada Gambar 3.6 merupakan *User Flow* Pengguna pada *website* Toko Listrik Anam Jaya yang menggambarkan urutan langkah pengguna dalam

melakukan pembelian produk secara *online*. Alur dimulai ketika pengguna membuka *website* dan mengakses halaman beranda, kemudian menelusuri katalog produk untuk memilih produk yang diinginkan. Setelah melihat *detail* produk, pengguna diarahkan untuk melakukan *login* pengguna, setelah berhasil untuk *login* pengguna dapat melanjutkan ke tahap *checkout*. Pada tahap ini, pengguna memilih metode pembayaran seperti *Virtual Account (VA)* atau *QRIS*, lalu sistem menampilkan nomor atau kode pembayaran. Setelah pembayaran diverifikasi dan dinyatakan valid, sistem menampilkan notifikasi “Pembelian Berhasil”, dan proses berakhir saat pengguna menekan tombol “OK”. Alur ini menunjukkan bahwa setiap tahapan telah dirancang secara terstruktur untuk memastikan pengalaman berbelanja yang mudah, cepat, dan efisien sesuai prinsip *Design Thinking*.



Gambar 3.7 User Flow Admin

Pada Gambar 3.7 merupakan *User Flow Admin* pada *website* Toko Listrik Anam Jaya yang menggambarkan proses alur kerja pengelola dalam mengatur data

produk dan transaksi. Alur dimulai saat admin membuka *website* dan melakukan *login* ke sistem. Jika proses *login* berhasil, admin diarahkan ke halaman *dashboard* yang berfungsi sebagai pusat kendali. Dari *dashboard*, admin dapat memilih untuk mengelola produk atau memantau pesanan. Pada bagian produk, admin dapat melakukan proses *CRUD (Create, Read, Update, Delete)* terhadap data katalog seperti menambah, memperbarui, atau menghapus produk. Sementara pada bagian pesanan, admin dapat melihat daftar transaksi dan melakukan validasi pembayaran. Jika transaksi dinyatakan valid, sistem akan menampilkan status terverifikasi. Alur ini dirancang untuk memastikan pengelolaan data dan transaksi berjalan efisien, terstruktur, dan mudah dipantau.

3.3.2 Perancangan Konsep Visual

Tahap Perancangan Konsep Visual merupakan lanjutan dari proses *Brainstorming* yang berfokus pada pengembangan tampilan antarmuka (*User Interface*) dengan memperhatikan hasil survei dan preferensi pengguna Toko Listrik Anam Jaya. Pada tahap ini, peneliti mulai menerapkan elemen visual seperti warna, tipografi, ikon, dan tombol (*button*) yang disesuaikan dengan temuan survei, di mana mayoritas responden menginginkan tampilan yang sederhana, modern, dan mudah digunakan. Setiap elemen visual dirancang secara terarah agar mampu menciptakan kesan profesional dan tetap memberikan kenyamanan dalam penggunaan.

Hasil dari tahap ini berupa konsep desain *UI/UX* yang konsisten dan representatif terhadap identitas Toko Listrik Anam Jaya serta sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pemilihan warna, jenis huruf, dan bentuk tombol ditentukan berdasarkan preferensi pelanggan yang diperoleh dari survei, sehingga rancangan yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga benar-benar mencerminkan ekspektasi pengguna. Dengan demikian, tampilan *website* diharapkan mampu memberikan pengalaman penggunaan yang intuitif, informatif, dan relevan dengan karakteristik pelanggan toko.

3.4 *Prototype*

Tahap *Prototype* merupakan proses pengembangan rancangan visual interaktif yang berfungsi untuk merepresentasikan hasil desain sebelumnya secara lebih nyata. Pada tahap ini, peneliti mengubah hasil *wireframe* dan konsep visual menjadi *prototype* menggunakan *Figma* agar dapat menggambarkan alur interaksi serta tampilan antarmuka *website* Toko Listrik Anam Jaya secara menyeluruh. Seluruh elemen desain dan fitur yang dimasukkan disesuaikan dengan hasil survei pelanggan, sehingga rancangan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kebutuhan pengguna. *Prototype* ini kemudian menjadi dasar untuk melakukan pengujian *usability* dan memastikan bahwa rancangan *UI/UX* yang dibuat mudah dipahami serta nyaman digunakan.

3.4.1 Pembuatan Lo-Fi

Tahap Pembuatan *Low-Fidelity* (Lo-Fi) bertujuan memvisualisasikan struktur dasar tampilan *website* sebelum masuk ke tahap Pembuatan *High-Fidelity* (Hi-Fi). Peneliti menyusun kerangka awal antarmuka *website* Toko Listrik Anam Jaya berdasarkan analisis kebutuhan pengguna dari survei dan wawancara. Pembuatan Lo-Fi menentukan posisi elemen utama seperti menu navigasi, katalog produk, tombol interaksi, dan informasi penting lainnya agar tersusun logis dan mudah dipahami. Hasilnya berupa *Low-Fidelity* (Lo-Fi), rancangan visual awal UI yang menjadi dasar pengembangan konsep desain selanjutnya, sehingga proses perancangan lebih terarah dan fungsional.

3.4.2 Pembuatan Hi-Fi

Tahap Pembuatan *High-Fidelity* (Hi-Fi) merupakan pengembangan representasi interaktif dari rancangan konsep visual. Peneliti membuat prototipe *High-Fidelity* (Hi-Fi) dengan *detail* tampilan mendekati produk akhir, mencakup skema warna, tipografi, ikonografi, tata letak, dan komponen interaktif berdasarkan preferensi dan kebutuhan pengguna. Pembuatan Hi-Fi dilakukan menggunakan *Figma* untuk menciptakan pengalaman interaksi realistis, memungkinkan pengujian navigasi dan alur penggunaan sebelum tahap *Testing*. Dengan demikian, prototipe ini menjadi acuan utama dalam evaluasi desain dan pengujian kegunaan.

3.5 Test

Tahap *Test* merupakan langkah akhir dalam proses *Design Thinking* yang bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana rancangan antarmuka *website* Toko Listrik Anam Jaya mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Pengujian dilakukan dengan melibatkan pengguna yang telah berpartisipasi dalam survei sebelumnya agar hasil yang diperoleh lebih relevan.

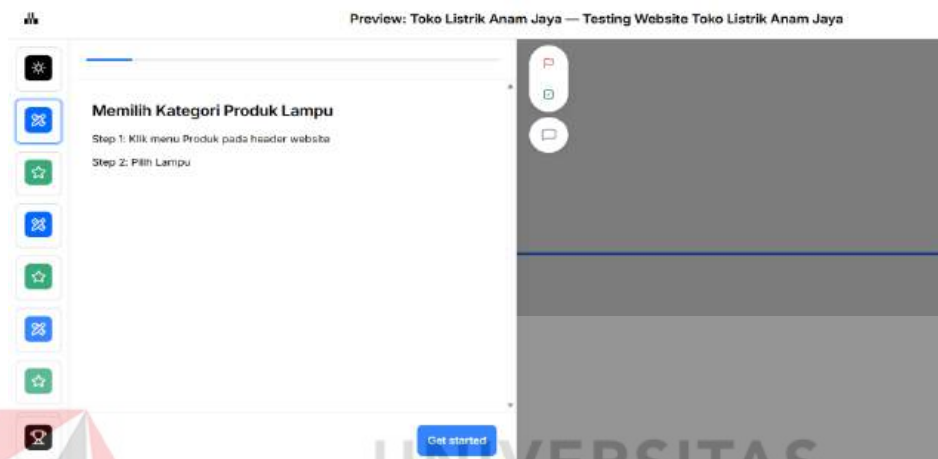
Evaluasi dilakukan menggunakan aplikasi *Maze* untuk mengamati alur interaksi pengguna dalam menyelesaikan tugas tertentu, serta metode *System Usability Scale* (SUS) untuk menilai tingkat kemudahan dan kepuasan pengguna terhadap rancangan *website*. Melalui tahap ini, peneliti memperoleh umpan balik langsung untuk menilai efektivitas rancangan *UI/UX* dan mengidentifikasi bagian yang memerlukan perbaikan, sehingga kualitas desain *website* dapat dinilai secara menyeluruh.

3.5.1 Melakukan Pengujian Desain

Tahap pengujian desain dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Maze* dan metode *System Usability Scale* (SUS) untuk menilai tingkat keberhasilan rancangan *UI/UX website* Toko Listrik Anam Jaya. Aplikasi *Maze* digunakan untuk mengamati perilaku pengguna dalam berinteraksi dengan *prototipe website*, dirancang untuk mengukur sejauh mana pengguna dan admin mampu menyelesaikan tugas yang telah ditentukan sesuai dengan alur penggunaan sistem. Task untuk pengguna meliputi memilih kategori produk lampu, melakukan login dan pembelian produk lampu, mengisi data alamat pengiriman serta memilih metode pengiriman, hingga memilih metode pembayaran dan menyelesaikan proses pembayaran. Sementara itu, task untuk admin meliputi menambah produk, mengedit data produk, menghapus data produk, melihat *detail* pesanan, serta menerima pesanan pelanggan. Melalui proses ini, peneliti dapat mengidentifikasi bagian antarmuka yang masih membingungkan atau kurang efisien berdasarkan waktu penyelesaian tugas dan tingkat keberhasilan pengguna.

Metode *System Usability Scale* (SUS) digunakan untuk memperoleh penilaian kuantitatif terkait persepsi kemudahan dan kenyamanan pengguna terhadap desain *website*. Setiap responden diminta untuk memberikan penilaian

melalui kuesioner SUS setelah menyelesaikan pengujian di *Maze*. Hasil dari kedua metode tersebut kemudian diolah menjadi skor keberhasilan yang mencerminkan tingkat kelayakan desain *UI/UX website*. Skor ini menjadi dasar evaluasi akhir untuk memastikan bahwa rancangan yang dibuat benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna serta mendukung pengalaman penggunaan yang intuitif dan efisien.



Gambar 3.8 Simulasi *Testing* Aplikasi *Maze*

Rencana *testing* pada Gambar 3.8, dilakukan menggunakan aplikasi *Maze* dengan melibatkan responden untuk menjalankan serangkaian skenario tugas pada prototipe *website*, mulai dari proses pemilihan produk hingga simulasi pembelian berhasil. Evaluasi pengujian dilakukan berdasarkan indikator *task completion* untuk mengukur tingkat keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas, waktu penyelesaian tugas sebagai indikator efisiensi, jumlah *misclick* untuk mengidentifikasi kesalahan interaksi, serta *path analysis* untuk menganalisis pola navigasi yang ditempuh pengguna.

Data yang diperoleh dari indikator tersebut digunakan untuk menilai kejelasan alur interaksi, efektivitas struktur navigasi, dan kemudahan penggunaan antarmuka. Hasil pengujian *Maze* ini kemudian dilengkapi dengan penilaian subjektif melalui kuesioner *System Usability Scale* (SUS) guna memperoleh gambaran menyeluruh mengenai tingkat *usability* dan penerimaan pengguna terhadap rancangan *UI/UX website*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 *Empathize*

Pada tahap ini dilakukan melalui proses obeservasi dan wawancara, untuk mengetahui permasalahan, kebutuhan, dan ekspetasi terhadap pihak pelanggan dan karyawan pada Toko Listrik Anam Jaya.

4.1.1 Melakukan Observasi

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses pelayanan di Toko Listrik Anam Jaya belum berjalan optimal. Permasalahan utama meliputi pencarian dan akses informasi produk, ketersediaan produk, serta pemilihan produk.

4.1.2 Melakukan Wawancara

Hasil wawancara dan survei menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dialami pengguna meliputi kesulitan dalam pencarian informasi produk, ketidakjelasan spesifikasi, dan ketersediaan stok.

4.2 *Define*

Pada tahap ini dilakukan dengan merumuskan inti permasalahan berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh pada tahap *Empathize*. Tahap ini dilakukan dengan mengidentifikasi pola perilaku pengguna, kebutuhan utama, serta hambatan yang sering muncul selama proses pencarian dan pembelian produk. Hasil analisis menunjukkan bahwa keterbatasan akses informasi produk dan ketergantungan pelanggan terhadap karyawan merupakan permasalahan utama yang perlu diselesaikan melalui perancangan *website* yang informatif dan mudah digunakan.

4.2.1 Menganalisis *User Persona*

Tahap ini menyusun *User Persona* berdasarkan observasi dan wawancara sebelumnya, menghasilkan 5 persona yang merepresentasikan pengguna utama *website* Toko Listrik Anam Jaya, yaitu 4 dari pelanggan dan 1 dari karyawan toko.

Analisis menunjukkan mayoritas pelanggan berusia 20–40 tahun dan membutuhkan kejelasan spesifikasi produk serta informasi ketersediaan stok.

Pemetaan *User Journey Map* pada Gambar 3.5 mengungkap kendala utama pada tahap pencarian dan pemilihan produk akibat informasi yang terbatas, sehingga proses pengambilan keputusan kurang efisien. Temuan ini menegaskan kebutuhan perancangan *website* yang menyajikan informasi produk secara jelas, terstruktur, dan mudah diakses, sebagai dasar untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara signifikan.

4.2.2 Analisis Kompetitor

Tahap analisis kompetitor dilakukan terhadap beberapa *website* toko listrik daring, yaitu *Website Gudang Listrik*, *Website ListrikKita*, dan *Website RajaListrik*, yang dipilih berdasarkan kesamaan jenis usaha dan layanan digital yang ditawarkan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *website* kompetitor umumnya telah menyediakan katalog produk dan fitur navigasi dasar, namun masih memiliki kelemahan seperti spesifikasi produk kurang *detail*, informasi stok tidak jelas, dan navigasi yang kurang terorganisasi. Selain itu, pengguna memerlukan 5–8 klik untuk berpindah antar halaman hingga pembayaran berhasil, berbeda dengan *website* Toko Listrik Anam Jaya yang hanya memerlukan 4 klik. Temuan ini menjadi acuan dalam perancangan *UI/UX* untuk mengadopsi praktik yang relevan dan menghindari kelemahan kompetitor.

4.2.3 Menganalisis Hasil Permasalahan

Analisis permasalahan dilakukan untuk merangkum kendala utama yang dialami pelanggan dan karyawan selama proses pelayanan. Permasalahan yang ditemukan meliputi kesulitan dalam menemukan produk, ketidakjelasan informasi stok, kesalahan pemilihan barang, serta lamanya proses pelayanan. Analisis ini menjadi landasan dalam menentukan fitur dan struktur informasi *website* agar solusi yang dirancang dapat menjawab permasalahan secara tepat.

4.3 Ideate

Tahap *Ideate* merupakan proses pengembangan gagasan solusi berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Pada tahap ini, dilakukan dengan merancang ide-ide desain antarmuka dan pengalaman pengguna yang menitikberatkan pada kemudahan navigasi, kejelasan informasi, serta konsistensi tampilan. Ide-ide tersebut difokuskan untuk membantu pengguna menemukan produk secara lebih efisien dan mendukung kemudahan pengguna dalam mencari serta memperoleh informasi produk.

4.3.1 Brainstorming

Pada tahap *Brainstorming* ini menghasilkan temuan berupa penyusunan *User Flow* yang menggambarkan alur interaksi antara pengguna dan admin dalam *website* Toko Listrik Anam Jaya. *User Flow* pada sisi pengguna memperlihatkan tahapan pencarian hingga pembelian produk yang disusun secara berurutan, mulai dari mengakses halaman utama, menelusuri katalog, memilih produk, melihat informasi *detail*, hingga melakukan login dan proses *checkout* melalui metode pembayaran digital. Di sisi lain, *User Flow* admin menunjukkan alur pengelolaan sistem yang meliputi proses masuk ke sistem, pengelolaan data produk, pemantauan pesanan, serta verifikasi transaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa alur penggunaan *website* telah dirancang secara terstruktur dan mudah dipahami, sehingga menjadi landasan dalam penentuan navigasi dan pengembangan antarmuka pada tahap perancangan berikutnya.

4.3.2 Perancangan Konsep Visual

Tahap ini menghasilkan rancangan konsep *UI/UX website* Toko Listrik Anam Jaya yang berfokus pada kesederhanaan tampilan dan kemudahan penggunaan. Konsep tersebut diwujudkan melalui penerapan elemen visual berupa warna, tipografi, ikon, dan tombol yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, sebagaimana ditampilkan pada Lampiran 5.

Dari sisi *User Experience (UX)*, perancangan menekankan aspek *usability* dan kejelasan informasi agar pengguna dapat memahami alur penggunaan serta memperoleh informasi produk dengan mudah.

4.4 Hasil *Prototype*

Hasil prototype berupa prototype interaktif *website* Toko Listrik Anam Jaya yang merepresentasikan rancangan *UI/UX* secara menyeluruh. Prototype dikembangkan melalui dua tahapan, yaitu pembuatan *Low-Fidelity* (LoFi) dan *High-Fidelity* (HiFi), yang mengimplementasikan konsep visual ke dalam antarmuka interaktif. Setiap tahapan pengembangan dilakukan secara bertahap untuk memastikan konsistensi desain dan kesesuaian fungsi sebelum masuk ke tahap pengujian. Hasil pengembangan menunjukkan bahwa desain dan fitur telah sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga prototype dapat menggambarkan alur navigasi dan pengalaman penggunaan *website* secara jelas serta menjadi dasar pengujian *usability*.

4.4.1 Hasil Pembuatan Lo-Fi

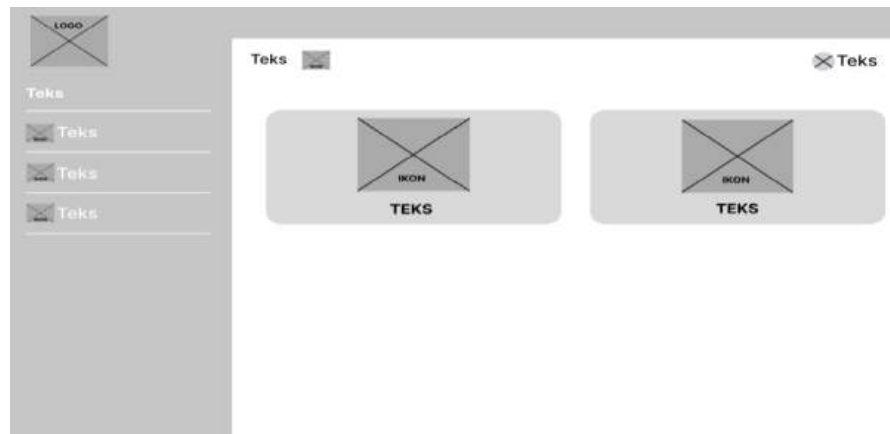
Pada tahap ini diperoleh temuan berupa rancangan struktur awal antarmuka *website* Toko Listrik Anam Jaya yang menggambarkan susunan elemen utama secara sistematis. Pembuatan *Low Fidelity* (Lo-Fi) bertujuan untuk memetakan struktur halaman, alur navigasi, serta hubungan antar elemen antarmuka sebelum masuk ke tahap perancangan visual yang lebih *detail*. Lo-Fi difokuskan pada fungsi dan tata letak, bukan pada aspek warna atau estetika. Lo-Fi yang dihasilkan memvisualisasikan tata letak menu navigasi, katalog produk, tombol interaksi, serta informasi penting lainnya berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi pada tahap *Empathize* dan *Define*.

Setiap elemen dirancang untuk mendukung kemudahan pengguna dalam mencari produk, memahami informasi, serta melanjutkan proses pembelian secara bertahap. Gambaran visual yang ditampilkan pada tahap ini merupakan tampilan utama Lo-Fi *website* yang menjadi acuan dalam pengembangan desain selanjutnya. Melalui perancangan Lo-Fi ini, dapat mengevaluasi kesesuaian struktur antarmuka dengan alur penggunaan yang direncanakan serta meminimalkan perubahan besar pada tahap *High Fidelity*. *Detail* Lo-Fi untuk setiap halaman disajikan pada bagian Lampiran 6 sebagai pendukung hasil perancangan.



Gambar 4.1 Halaman Beranda

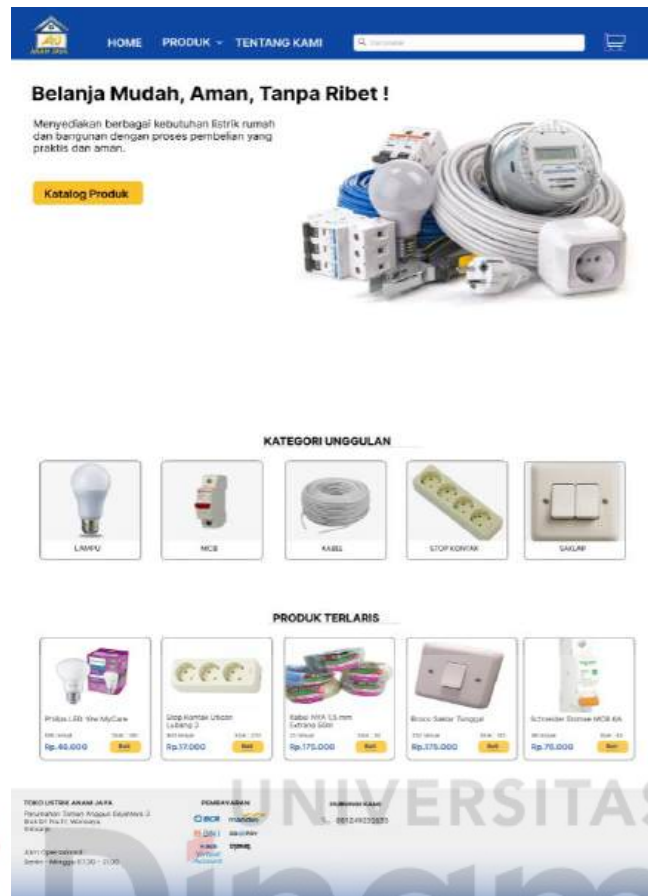
Gambar 4.1 menampilkan Halaman Beranda *Low-Fidelity* (Lo-Fi) sebagai gambaran awal struktur dan tata letak *website* Toko Listrik Anam Jaya. Halaman ini terdiri atas *header* yang memuat logo, menu navigasi, kolom pencarian, dan ikon keranjang. Area utama menampilkan informasi dan gambar produk sebagai fokus pengguna. Kategori unggulan disusun dalam bentuk *grid* untuk memudahkan penelusuran produk. Bagian bawah halaman berisi informasi tambahan. Rancangan Lo-Fi ini memastikan alur navigasi dan penempatan elemen tersusun terstruktur sebelum dikembangkan menjadi desain visual dan prototipe interaktif.

Gambar 4.2 *Dashboard Admin*

Pada Gambar 4.2 *Dashboard Admin* dalam bentuk *Low-Fidelity* (Lo-Fi) ini dirancang sebagai halaman utama yang berfungsi untuk memudahkan administrator dalam mengelola sistem secara terpusat. Pada sisi kiri halaman terdapat panel navigasi yang menampilkan fitur utama, yaitu Produk dan Pesanan, yang digunakan untuk mengelola data produk serta memantau dan memproses pesanan pengguna. Pada area konten utama di bagian tengah menampilkan ringkasan atau akses cepat ke modul pengelolaan tersebut dalam bentuk elemen visual sederhana.

4.4.2 Hasil Pembuatan Hi-Fi

Pada tahap ini diperoleh temuan berupa pengembangan rancangan antarmuka *website* Toko Listrik Anam Jaya ke dalam bentuk prototipe interaktif yang memiliki tingkat ketelitian visual tinggi. Prototipe yang dihasilkan merepresentasikan tampilan *website* secara mendekati kondisi produk akhir, mencakup penerapan skema warna, tipografi, ikon, tata letak, serta elemen interaktif yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Proses perancangan prototipe dilakukan menggunakan aplikasi *Figma* sehingga alur navigasi, interaksi pengguna, dan fungsi antarhalaman dapat divisualisasikan secara jelas.



Gambar 4.3 Halaman Beranda

Gambar 4.3 menampilkan Halaman Beranda *High-Fidelity* (Hi-Fi) *website* Toko Listrik Anam Jaya dengan tampilan visual mendekati produk akhir. Halaman ini dirancang informatif dan menarik melalui banner utama, navigasi jelas, dan kolom pencarian untuk memudahkan pengguna menemukan produk. Kategori unggulan dan daftar produk terlaris ditampilkan untuk menekankan produk yang paling dicari pelanggan. Tata letak, warna, tipografi, dan elemen visual lainnya disusun konsisten guna meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam menjelajahi *website*.

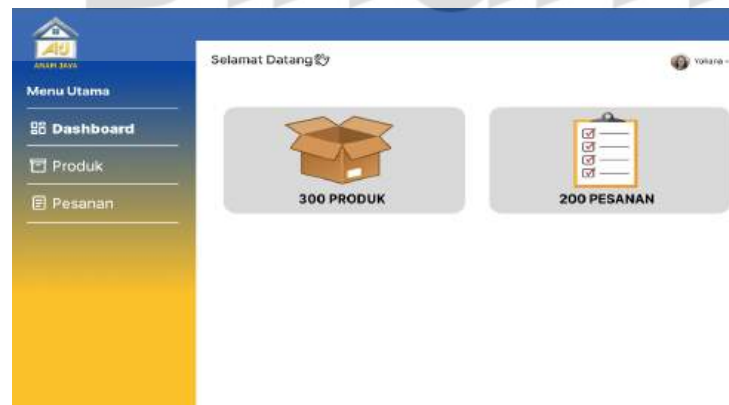


Gambar 4.4 Halaman Produk Kategori Lampu

Pada Gambar 4.4 Halaman Produk Kategori Lampu *High-Fidelity* (Hi-Fi) dikembangkan sebagai bentuk penyempurnaan dari rancangan sebelumnya dengan menampilkan visual antarmuka yang mendekati kondisi *website* akhir. Halaman katalog dirancang untuk menampilkan daftar produk secara sistematis melalui susunan *grid* yang memuat gambar produk, nama, harga, informasi stok, serta tombol pembelian. Penyajian elemen-elemen tersebut bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam mengenali dan membandingkan produk yang tersedia. Selain itu, integrasi menu navigasi, kategori produk, dan kolom pencarian dirancang untuk membantu pengguna menemukan produk yang diinginkan secara lebih cepat dan terarah.

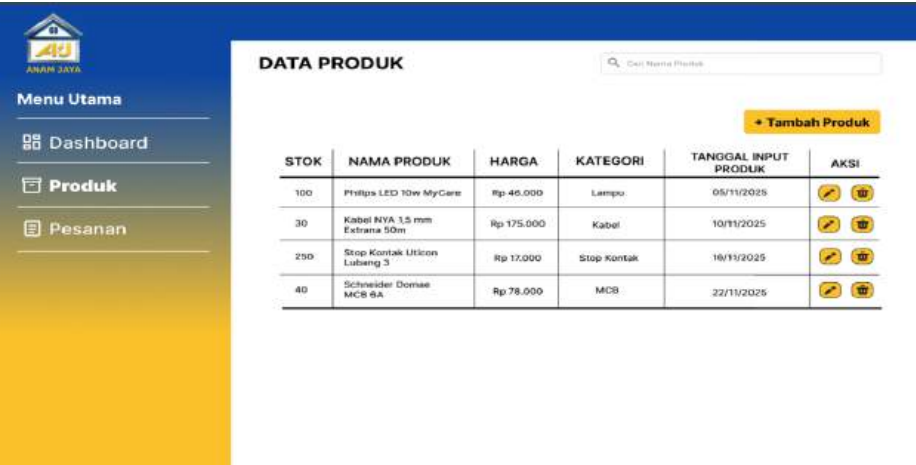
Gambar 4.5 Halaman *Checkout* Produk Langkah 1

Gambar 4.5 menampilkan Halaman *Checkout* Produk Langkah 1 *High-Fidelity* (Hi-Fi) yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi secara terstruktur. Halaman ini memuat formulir alamat pengiriman, pilihan metode pengiriman, ringkasan pesanan, fitur penggunaan voucher, dan tombol untuk melanjutkan ke metode pembayaran.



Gambar 4.6 *Dashboard* Admin

Gambar 4.6 menampilkan *Dashboard* Admin *High-Fidelity* (Hi-Fi) sebagai halaman utama untuk mengelola *website* Toko Listrik Anam Jaya. *Dashboard* menyajikan ringkasan informasi penting, seperti total produk dan jumlah pesanan, serta menu navigasi di sisi kiri dengan fitur *Dashboard*, *Produk*, dan *Pesanan* untuk memudahkan pengelolaan data secara terstruktur.



STOK	NAMA PRODUK	HARGA	KATEGORI	TANGGAL INPUT PRODUK	AKSI
100	Philips LED 10w MyCare	Rp 46.000	Lampu	09/11/2025	
30	Kabel NYA 1,5 mm Extra 50m	Rp 175.000	Kabel	10/11/2025	
250	Stop Kontak Uticon Lubang 3	Rp 17.000	Stop Kontak	16/11/2025	
40	Schneider Domae MCB 6A	Rp 78.000	MCB	22/11/2025	

Gambar 4.7 Halaman Data Produk Admin

Gambar 4.7 menampilkan Halaman Data Produk Admin *High-Fidelity* (Hi-Fi) yang dirancang terstruktur dan informatif. Halaman ini menampilkan daftar produk dalam tabel lengkap dengan stok, nama, harga, kategori, dan tanggal input. Tersedia fitur pencarian, tombol tambah produk, serta tombol aksi untuk mengubah atau menghapus data produk.



No	Nama Produk	ID Transaksi	Tanggal	Pengiriman	Harga	Status	AKSI
1	Schneider Domae MCB 6A	842908095192 0522829	23/11/2025	SiCepat	Rp 78.000	Sukses	
2	Kabel NYA 1,5 mm Extra 50m	535080951920 522829	28/11/2025	SiCepat	Rp 175.000	Sukses	
3	Stop Kontak Uticon Lubang 3	787608095192 0522829	13/12/2025	SiCepat	Rp 17.000	Sukses	
4	Philips LED 10w MyCare	123080951920 522829	16/12/2025	SiCepat	Rp 46.000	Pending	

Gambar 4.8 Halaman Data Pesanan Admin

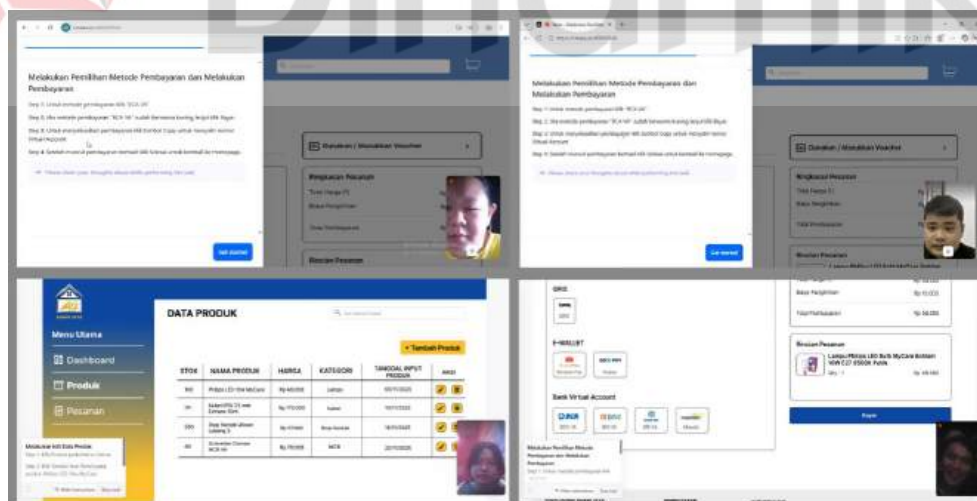
Gambar 4.8 menampilkan Halaman Data Pesanan Admin *High-Fidelity* (Hi-Fi) untuk menampilkan dan mengelola seluruh transaksi *website* Toko Listrik Anam Jaya. Halaman ini berupa tabel yang memuat nama produk, ID transaksi, tanggal, metode pengiriman, harga, dan status pesanan, serta fitur aksi untuk melihat *detail* dan menerima pesanan *pending*.

4.5 Test

Tahap ini menghasilkan temuan dari pengujian *usability website* Toko Listrik Anam Jaya dengan melibatkan pengguna survei sebelumnya. Pengujian menggunakan *Maze* untuk menilai keberhasilan penyelesaian tugas dan SUS untuk mengukur kemudahan penggunaan serta kepuasan. Hasil menunjukkan rancangan *UI/UX* mendukung alur penggunaan secara efektif dan memberikan masukan untuk penyempurnaan pengalaman pengguna. Hasil pengujian *Maze* untuk Admin dapat dilihat pada Lampiran 10.

4.5.1 Melakukan Pengujian Desain

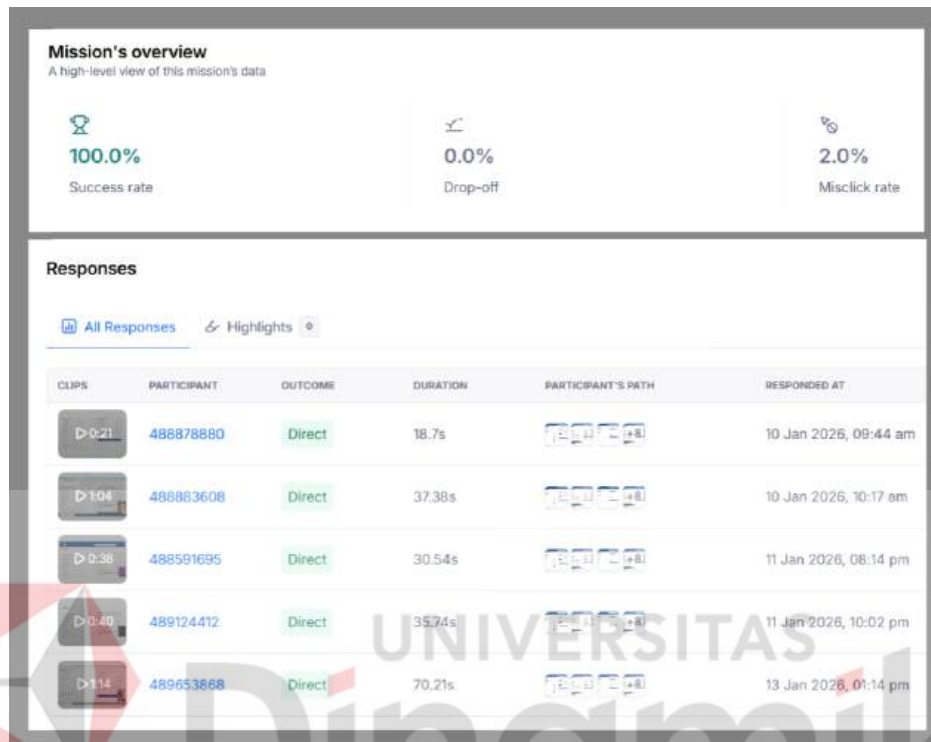
Tahap ini menghasilkan temuan pengujian *usability website* Toko Listrik Anam Jaya menggunakan *Maze* dan metode SUS. *Maze* digunakan untuk mengamati penyelesaian skenario tugas, seperti menelusuri produk, membuka *detail* produk, dan checkout, sehingga menilai efektivitas navigasi dan kejelasan antarmuka. Evaluasi kuantitatif melalui kuesioner SUS mengukur kemudahan dan kenyamanan penggunaan. Hasil *Maze* dan skor SUS menjadi dasar penilaian kualitas *UI/UX*.



Gambar 4.9 Hasil Dokumentasi Pengujian

Berdasarkan Gambar 4.9, pengujian dilakukan langsung oleh pengguna dan admin menggunakan prototipe *website* Toko Listrik Anam Jaya. Skenario meliputi pemilihan metode pembayaran hingga penyelesaian transaksi bagi pengguna, serta pengelolaan produk dan pesanan oleh admin. Selama pengujian,

tugas diselesaikan secara runtut tanpa kendala berarti, menunjukkan rancangan *UI/UX* mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan admin serta memperkuat hasil evaluasi *usability*.



Gambar 4.10 Hasil Pengujian *Maze User*

Berdasarkan Gambar 4.10 Hasil Pengujian *Maze* yang melibatkan 4 responden, terdiri atas 2 responden laki-laki dan 2 responden perempuan, diperoleh nilai *success rate* sebesar 100%, yang menunjukkan bahwa seluruh responden berhasil menyelesaikan tugas yang diberikan tanpa kegagalan. Nilai *drop-off* tercatat sebesar 0%, menandakan tidak adanya responden yang keluar dari proses pengujian sebelum tugas selesai. Selain itu, *misclick rate* yang dihasilkan sebesar 2%, yang mengindikasikan tingkat kesalahan interaksi pengguna tergolong sangat rendah. Waktu penyelesaian tugas berada pada rentang 18,7 detik hingga 70,21 detik, dengan seluruh responden menyelesaikan alur secara langsung (*direct path*). Temuan ini menunjukkan bahwa rancangan antarmuka *website* Toko Listrik Anam Jaya telah memiliki alur navigasi yang jelas, mudah dipahami, serta mampu mendukung pengguna dalam menyelesaikan tugas secara efektif dan efisien pada tahap pengujian *usability*.

Tabel 4.1 Perhitungan Nilai SUS

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Score	Jumlah * 2,5
1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
2	5	1	5	1	4	1	5	1	5	1	39	97,5
3	4	1	5	1	5	1	4	1	5	1	38	95
4	5	1	5	1	5	1	4	2	4	1	37	92,5
5	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	39	97,5
6	4	1	5	1	5	1	4	2	4	1	36	90
7	5	1	5	1	4	1	5	1	5	1	39	97,5
8	5	1	5	2	5	1	4	1	5	1	38	95
9	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
10	4	1	5	1	5	1	4	1	5	1	38	95
11	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
12	5	1	4	1	5	1	5	1	5	1	39	97,5
13	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
14	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	39	97
15	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
16	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
17	4	1	5	1	4	1	5	1	5	1	38	95
18	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
19	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
20	5	1	5	1	5	1	4	1	4	1	38	95
21	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
22	4	3	5	1	4	1	5	3	4	2	32	80
23	5	1	5	2	4	1	4	1	5	2	36	90
24	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
25	4	1	5	1	4	1	4	1	5	1	37	92,5
26	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
27	4	2	4	3	5	2	4	2	4	2	30	75
28	5	1	4	2	5	3	5	1	5	1	36	90
29	4	3	4	3	4	2	5	3	4	3	27	67,5
30	5	1	5	1	4	1	4	2	4	1	36	90
Rata-Rata Nilai SUS											94,33	

Kolom *Score* pada pengujian *System Usability Scale* (SUS) menunjukkan total skor mentah yang diperoleh dari setiap responden sebelum dikonversi ke skala 0–100. Skor mentah tersebut kemudian dikalikan dengan faktor 2,5 untuk menghasilkan nilai SUS akhir. Berdasarkan hasil perhitungan dari 30 responden, diperoleh nilai rata-rata SUS sebesar 94,33 yang mengindikasikan tingkat *usability website* Toko Listrik Anam Jaya berada pada kategori sangat baik (*excellent*).

Berdasarkan pengujian menggunakan aplikasi *Maze*, diketahui bahwa mayoritas responden dapat menyelesaikan tugas pencarian produk, mengakses informasi *detail*, serta memahami status stok dengan baik. Seluruh responden berhasil menyelesaikan *task* transaksi dengan status *Direct*, tanpa adanya kesalahan navigasi. Waktu penyelesaian keseluruhan *task* berada pada rentang 18,7 detik hingga 70,2 detik, tergantung pada kompleksitas tahapan yang dilalui.

Setiap tahapan interaksi yang dijalankan pengguna hanya memerlukan waktu rata-rata sekitar 2–3 detik untuk berpindah ke langkah berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna dapat memahami fungsi setiap elemen antarmuka dengan cepat dan tidak mengalami kebingungan dalam menyelesaikan alur transaksi. Dengan demikian, struktur navigasi, penyajian informasi, dan alur interaksi yang dirancang telah sesuai dengan kebutuhan pengguna yang diidentifikasi pada tahap *Empathize* dan *Define*.

Selain pengujian *Maze*, pengukuran *usability* menggunakan *System Usability Scale* (SUS) memperoleh nilai rata-rata sebesar 94,33 yang termasuk dalam kategori *Excellent*. Nilai ini menunjukkan tingkat *usability* dan penerimaan pengguna yang sangat tinggi, serta memperkuat hasil pengujian *Maze* bahwa rancangan antarmuka mampu memberikan pengalaman penggunaan yang mudah, efisien, dan intuitif. Tidak ditemukan kendala signifikan dalam proses interaksi pengguna terhadap prototipe yang dirancang.

Dari sisi *User Experience*, khususnya pada aspek kejelasan informasi, tampilan halaman *Detail* Produk menunjukkan penyajian informasi yang lengkap, terstruktur, dan mudah dipahami oleh pengguna. Informasi utama seperti nama produk, merek, dan harga ditampilkan secara menonjol, sementara spesifikasi teknis disajikan secara terpisah dalam format tabel sederhana dan deskripsi produk disusun dalam poin-poin ringkas. Informasi pendukung seperti jumlah produk terjual, pengaturan jumlah pembelian, serta tombol aksi “Keranjang” dan “Beli Sekarang” ditampilkan dalam satu area visual yang terfokus, sehingga pengguna dapat memahami kondisi produk secara menyeluruh dan mengambil keputusan pembelian dengan lebih cepat serta yakin.

Meskipun hasil pengujian menunjukkan tingkat *usability* yang sangat baik, iterasi tetap dilakukan pada tahap *Test* sebagai bagian dari metode *Design Thinking*. Iterasi difokuskan pada penyempurnaan minor, seperti penambahan fitur filter harga serta fitur keamanan *password* pada *login* pengguna, guna memastikan kualitas desain akhir semakin optimal dan selaras dengan kenyamanan serta keamanan pengguna. Rincian perubahan dan tampilan fitur hasil iterasi tersebut disajikan secara lengkap pada Lampiran 8 sebagai pendukung hasil perancangan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan dan pengujian yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat disimpulkan:

1. Penelitian ini berhasil merancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *website* Toko Listrik Anam Jaya dengan pendekatan *Design Thinking* yang berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna.
2. Penerapan tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* memungkinkan permasalahan utama pengguna, seperti kesulitan mencari produk, ketidakjelasan spesifikasi, serta ketidakpastian stok, dapat diidentifikasi secara sistematis dan dijadikan dasar perancangan solusi desain.
3. Hasil pengujian terhadap 30 responden menunjukkan skor SUS sebesar 94,33 (*excellent*) dan hasil pengujian *Maze* memperlihatkan seluruh task berhasil (*Direct*) dengan waktu perpindahan antar langkah rata-rata 2–3 detik. Sehingga, prototipe dinilai layak untuk tahap implementasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, berikut disampaikan beberapa saran sebagai bahan evaluasi dan pengembangan ke depan.

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melanjutkan prototipe *UI/UX* ini ke tahap pengembangan *website* secara fungsional, termasuk integrasi basis data agar informasi stok dan harga dapat diperbarui secara *real-time*.
2. Disarankan untuk menambahkan fitur lanjutan seperti riwayat transaksi, sistem pemesanan online, notifikasi stok, serta metode pembayaran digital guna meningkatkan pengalaman pengguna dan mendukung proses bisnis toko.
3. Bagi pihak Toko Listrik Anam Jaya, hasil rancangan ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi awal transformasi digital, sehingga pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih efisien, informatif, dan kompetitif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaqilah Hanna Qoonitah, & Firma Syahrian. (2025). Implementasi Lean UX Pada Perancangan Desain *UI/UX* Aplikasi E-Commerce Superindo Berbasis Web. *Justindo (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Indonesia)*, 10(1), 50–61. <https://doi.org/10.32528/Justindo.V10i1.2599>
- Adi, S. (2024). Membuat usability testing menggunakan Maze. Medium. <https://medium.com/tlabcircle/membuat-usability-testing-menggunakan-maze-ce1322ebeece>
- Alawi Nurfalah, D., Defriani, M., & Ma'ruf Nugroho, I. (2023). Redesign Aplikasi Samsat Mobile Jawa Barat (Sambara) Menggunakan User Centered Design (UCD). *Infokom (Informatika & Komputer)*, 11(2). <https://doi.org/10.56689/Infokom.V11i2.1056>
- Alzahrani, S., Shakir, K., Yazeed, A., Salauddin, N., & Ahmed, S. (2025). Navigating The Technological Frontier: Tracing The Journey From Library 2.0 To Library 5.0 And Its Impact On Knowledge Repositories. *Information Development*. <https://doi.org/10.1177/026666669251348907>
- Andhika, W., Iqbal, M., Nur, M., & Nugroho, R. D. (2021). Teknik Representasi Kebutuhan Pengguna Menggunakan User Persona (Studi Kasus: Relasi Antara Presensi Dengan Kemampuan Kompetensi). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 245. <https://doi.org/10.25126/Jtiik.0813444>
- Apias Risky, H., Irmayanti, D., & Hafid Totohendarto, M. (2023). Redesign *UI/UX* Aplikasi Mobile My Pertamina Menggunakan Metode User Centered Design (Ucd). *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(3). <https://doi.org/10.36040/Jati.V7i3.6965>
- Augusta, I. J. (2022). Perancangan Desain *UI/UX* Aplikasi Seluler Toko Merchandise Musik. *Seminar Nasional Institut Kesenian Jakarta (Ikj)*.
- Aulia Putri Fajar, Reisa Permatasari, & Abdul Rezha Efrat Najaf. (2024). Analisis Dan Perancangan Desain *UI/UX* Website Startup Jasa Security Menggunakan Metode User Centered Desain. *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro Dan Informatika*, 2(2), 148–156. <https://doi.org/10.61132/Jupiter.V2i2.143>

- Averushyd Juliansyah, I., & Paputungan, I. V. (2022). Perancangan User Experience Pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking. *Automata*, 3(1).
- Aziz, F., Saputri, D. U. E., Khasanah, N., & Hidayat, T. (2023). Penerapan UI/UX Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Warung Makan). *Jurnal Infortech*, 5(1). <https://doi.org/10.31294/Infortech.V5i1.15156>
- Budiarta, I. G. M., Witari, N. N. S., & Sutrisno, L. B. (2023). Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa Dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 13(1). <https://doi.org/10.23887/Jjpsp.V13i1.60973>
- Dam, R. F. (2025, July 18). The 5 Stages In The Design Thinking Process. Ixdf - Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Darma Paramartha, I. G. N., Sofyan, Y. S., & Permana, G. P. L. (2024). Analysis Of User Journey Mapping Factors To Enhance User Experience In The Tokopedia Mobile E-Commerce Application. *Journal Of Computer Networks, Architecture And High Performance Computing*, 6(3), 1046–1054. <https://doi.org/10.47709/Cnahpc.V6i3.4162>
- Eboseremen, B. O., Moyo, T. M., Oladimeji, O., Ajayi, J. O., Tafirenyika, S., Erigha, E. D., Akindemowo, A. O., Afuwape, A. A., & Oladega, F. (2025). Comparative Analysis Of Ai-Enhanced UI/UX Design Practices In E-Commerce Websites: A Case Study Of The Usa And The Uk. *International Journal Of Future Engineering Innovations*, 1(2), 48–57. <https://doi.org/10.54660/Ijfei.2024.1.2.48-57>
- Fithri, P., Muluk, A., & Rayhanda, R. H. (2024). Perancangan User Interface (Ui) Dan User Experience (UX) Pada Sistem Informasi Pt. Xyz. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(3). <https://doi.org/10.25077/Teknosi.V9i3.2023.280-289>
- Frayoga, A., Nilawati, N., & Sany, E. (2024). Penerapan Design Thinking Pada Perancangan UI/UX Website Bootchin Coffe. *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta*, 4(1), 126. <https://doi.org/10.52362/Jmijayakarta.V4i1.1314>

- Groos, S. S., Linn, A. J., Kuiper, J. I., Van Schoor, N. M., Van Der Velde, N., & Van Weert, J. C. M. (2024). Combining User-Centered Design And Behavioral Theory To Enhance Health Technologies: A Personas-Based Approach For A Primary-Care Based Multifactorial Falls Risk Assessment Tool. *International Journal Of Medical Informatics*, 186, 105420. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2024.105420>
- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). Warna Dan Prinsip Desain User Interface (UI) Dalam Aplikasi Seluler “Bukaloka.” *Jurnal Dimensi Dkv Seni Rupa Dan Desain*, 5(1). <https://doi.org/10.25105/Jdd.V5i1.6865>
- Hasan, T. I., Silalahi, C. I., Rumagit, R. Y., & Pratama, G. D. (2024). UI/UX Design Impact On E-Commerce Attracting Users. *Procedia Computer Science*, 245, 1075–1082. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.10.336>
- Hendryli, M.Kom., J., & Sopany, M. R. (2022). Pengembangan Website E-Commerce Toko Bunga Craft Arter Dengan Pemanfaatan Digital Marketing. *Computatio : Journal Of Computer Science And Information Systems*, 6(2). <https://doi.org/10.24912/Computatio.V6i2.20989>
- Herlambang, A., Ansori, A. S. R., & Syahbani, M. H. (2023). Tempat Kuliner Berbasis Android Menggunakan Metode User-Centered Design UI/UX Design Of Tourism Destination And Culinary Places Application Based On Android Using User-Centered Design. *E-Proceeding Of Engineering*, 8(5).
- Huda, N., Suwardi, H., Syakti, F., & Mirza, A. H. (2023). Perancangan User Interface Dan User Experience Pada Website Komoditiku Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Betrik (Besemah Teknologi Informasi Dan Komputer)*, 14(3), 479–489.
- Hurtado Soler, A., Botella Nicolás, A. M., Fernández Maximiano, R., & Martínez Gallego, S. (2023). Development Of Social And Environmental Competences Of Teachers In Training Using Sound And Visual Landscape. *Education Sciences*, 13(6), 593. <https://doi.org/10.3390/Educsci13060593>
- Kawamata, H. (2021). Trends Of Color Research In Consumer Behavior. *Japan Marketing Journal*, 41(2), 2021.047. <https://doi.org/10.7222/Marketing.2021.047>

- Khalisatifa, A., & Ibrahim, A. (2025). Usability Evaluation Of An E-Commerce Integrated With A Fan Community Platform Using Cognitive Walkthrough. *Journal Of Applied Informatics And Computing*, 9(1), 79–88. <https://doi.org/10.30871/Jaic.V9i1.8865>
- Kurniasari, E., Safitri, S. R., & Mardiana, M. (2022). Perancangan User Persona Dan Customer Journey Map Sebagai Representasi Pengguna Sistem Repository Perpustakaan Universitas Lampung. *Journal Of Documentation And Information Science*, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.33505/Jodis.V5i1.176>
- Kurniawan, G., Adnan, F., & Putra, J. A. (2023). Perancangan User Interface Dan User Experience Aplikasi E-Commerce Kain Batik Pada Umkm Rezti's Batik Menggunakan Pendekatan Design Thinking. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 10(3). <https://doi.org/10.25126/Jtiik.20231036733>
- Li, W., Zhou, Y., Luo, S., & Dong, Y. (2022). Design Factors To Improve The Consistency And Sustainable User Experience Of Responsive Interface Design. *Sustainability*, 14(15), 9131. <https://doi.org/10.3390/Su14159131>
- Li, Y., & Situ, Y. (2025). A Research On The Acceptance Path Of Elderly Users Towards Multimodal Interaction With Ai Digital Humans Based On The Perception-Emotion-Behavior Model. *Proceedings Of The 2025 International Conference On Generative Ai And Digital Media Arts*, 148–153. <https://doi.org/10.1145/3770445.3770472>
- Mele, C., Hollebeek, L. D., Di Bernardo, I., & Russo Spena, T. (2025). Unravelling The Customer Journey: A Conceptual Framework And Research Agenda. *Technological Forecasting And Social Change*, 211, 123916. <https://doi.org/10.1016/J.Techfore.2024.123916>
- Monica, A., & Darmayanti, T. E. (2022). Peran Warna Desain Interior Terhadap Perasaan Tenang Pengunjung Spa “Martha Tilaar.” *Waca Cipta Ruang*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/Wcr.V8i2.6114>
- Muaziz, I., & Nur Isnaini, K. (2024). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Aplikasi Marketplace Petshop. *Justindo (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Indonesia)*, 9(1). <https://doi.org/10.32528/Justindo.V9i1.782>

- Ngangi, S. W. C., Jeffta Soewoeh, C. A., Alfonsius, E., Lapihu, D., & Aditya Putra, I. G. N. (2023). Sistem Informasi Penjualan Sparepart Motor Berbasis Website (Studi Kasus Pada Bengkel Motorindo). *Journal Of Information Technology, Software Engineering And Computer Science (Itsecs)*, 1(2). <https://doi.org/10.58602/Itsecs.V1i2.33>
- Nur Wulandari, D. A., Sunarti, S., & Kuspriyono, T. (2023). Design UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Pada Website Umkm Hendz Florist Aglonema. *Jurnal Infortech*, 5(1). <https://doi.org/10.31294/Infortech.V5i1.15376>
- Nurlaili, A. L., & Muhsin, M. (2021). Analisis Desain Eksperimen Perbandingan Aplikasi Pencarian Lokasi. *Scan - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 16(2). <https://doi.org/10.33005/Scan.V16i2.2658>
- Nurrohmah, S., & Andrian, R. (2023). Mendesain Ulang Tampilan UI Website Desa Sukamukti Menggunakan Metode Design Thinking Redesigned Ui Appearance Of Sukamukti Village Website Using Design Thinking Method. *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 13(1).
- Okty Dea Pratama, M., & Suwarni, S. (2022). Pengembangan Prototipe Desain User Interface & User Experience (UI/UX) Pada Aplikasi Oss Urindo Menggunakan Figma. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(2). <https://doi.org/10.52643/Jti.V8i2.2772>
- Pratama, Y. A. S., & Supriyadi, S. (2022). Pengembangan UI/UX Berbasis Metode Design Thinking Fitur Send Your Waste Perusahaan Waste4change. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (Jukanti)*, 5(2). <https://doi.org/10.37792/Jukanti.V5i2.554>
- Pratama, Z. A., Sari, A. P., & Satrio, S. M. (2024). Maze Design Usability Testing Pada Prototipe Aplikasi Iot Urban Farming Hips. *Power Elektronik : Jurnal Orang Elektro*, 12(3), 174–179. <https://doi.org/10.30591/Polektro.V12i3.6039>
- Putra, W. R., & Saputri, N. A. O. (2024). Desain UI/UX Aplikasi E-Commerce Berbasis Mobile Pada Dk Tou Variasi Memanfaatkan Figma. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 221–228. <https://doi.org/10.35870/Jimik.V5i1.455>

- Rachman, A., Saputra, Y. A. D., Hafidz, M., Sugiman, Z. A. I., & Sahria, Y. (2024). Perancangan UI/UX Aplikasi Integrasi Teknologi Finansial “Fihub” Menggunakan Metode User-Centered Design. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(1). <https://doi.org/10.23960/Jitet.V12i1.3884>
- Rashid, K. H., & Bin Ahsan, W. (2024). User Trust In E-Commerce Through Product List Pages, Detail Pages, Reviews, And Security Features. *Userhub Journal*. <https://doi.org/10.58947/Journal.Dmvq89>
- Rian Romadhon. (2021). *Mengulas Pentingnya Peran UI/UX Designer Dalam Pengembangan Aplikasi*. Softwareseni.
- Rivdyho Assidiq, M., Arianti, & Bahri, S. (2022). Analisis Usability Fitur Rating Pada Aplikasi Ladder Menggunakan Metode System Usability Scale. *Jtriste*, 9(2), 12–21. <https://doi.org/10.55645/Jtriste.V9i2.374>
- Rizki, D. N. (2022). E-Commerce Adalah: Pengertian Dan Contoh E-Commerce. Dalam *Pengertian Dan Contoh E-Commerce*.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/Jkis.V1i1.115>
- Silvianti, & Rizky Nova Wardani, K. (2023). Desain UI UX Paket Tari Khas Batak Pada Sanggar Dalihan Natolu Sigapiton Berbasis Website Dengan Metode Design Thinking. *Zonasi: Jurnal Sistem Informasi*, 5(1). <https://doi.org/10.31849/Zn.V5i1.13039>
- Soedewi, S. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website Umkm Kirihuci. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02). <https://doi.org/10.34010/Visualita.V10i02.5378>
- Suadamara, R. (2024). Opportunity And Challenges In UX Design For E-Commerce Website. *Engineering, Mathematics And Computer Science Journal (Emacs)*, 6(2), 157–162. <https://doi.org/10.21512/Emacsjournal.V6i2.11555>
- Sudestra, I. M. A., Agustini, N. W. E., Gunawan, I. M. A. O., Indrawan, G., & Hakimi, M. (2024). Improving Digital Learning: Evaluating The U Learn Lms With The System Usability Scale. *Jipi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan*

Pembelajaran Informatika), 9(4), 2325–2332.
<https://doi.org/10.29100/jipi.v9i4.6910>

Suminto, M. A., & Arifianto, P. F. (2024). Perancangan E-Catalog Ardent Signature Sebagai Media Pemasaran Digital Produk Kursi Kantor Premium. *Nirmana*, 24(1). <https://doi.org/10.9744/Nirmana.24.1.60-71>

Suroya, S. H., Torrens, G. E., & Downs, S. T. (2024). Font Matters: Investigating The Typographical Components Of Legibility. *International Journal Of Research And Innovation In Social Science*, Viii(Ix), 3368–3379.
<https://doi.org/10.47772/Ijriiss.2024.8090283>

Tiawan, T., M. Rakha Fadhilah, M. Fajar Ramadhan, & Syaeful Bachtiar. (2024). Perancangan Agregator Digital Vrvs (Virtual Reality Village Smes) Menggunakan Design Thinking. *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains (Jinteks)*, 6(1). <https://doi.org/10.51401/Jinteks.V6i1.3805>

Torsvik, T., Brun, A., Benjaminsen, B. S., & Steinsbekk, A. (2025). Labvis: Usability Testing Of A Prototype Tool For Integrating Timeline Graphs And Clinical Notes. *Bmc Medical Informatics And Decision Making*, 25(1), 337.
<https://doi.org/10.1186/S12911-025-03173-7>

Vecino, S., Mehtali, J., De Andrés, J., Gonzalez-Rodriguez, M., & Fernandez-Lanvin, D. (2022). How Does Serif Vs Sans Serif Typeface Impact The Usability Of E-Commerce Websites? *Peerj Computer Science*, 8, E1139.
<https://doi.org/10.7717/Peerj-Cs.1139>

Wang, L., Zhang, G., & Jiang, D. (2024). Encountering Product Information: How Flashes Of Insight Improve Your Decisions On E-Commerce Platforms. *Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research*, 19(3), 2180–2197. <https://doi.org/10.3390/Jtaer19030106>

Wibawa, M., & Suci, A. W. (2021). Perancangan Buku “Komunikasi Dalam Isyarat” Sebagai Media Pengenalan Huruf Hijaiyah Untuk Anak Tunarungu Berbasis Ilustrasi. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 10(1).
<https://doi.org/10.24114/Gr.V10i1.25523>

Wibowo, M. C., & Zainudin, A. (2024). The Influence Of Minimalist Design Elements On Visual Preferences Of Generation Z: A Quantitative Study.

International Journal Of Graphic Design, 2(2), 236–247.
<https://doi.org/10.51903/Ijgd.V2i2.2133>

Zhu, T., Hu, B.-Y., Zhang, Y.-Q., Zhang, Z.-Y., Cai, K.-W., Lei, L., Hu, B., Wang, X.-H., Tang, C., Lu, Y.-P., & Zheng, Z.-H. (2023). The Role Of Microbial Metabolites In Diabetic Kidney Disease. *Heliyon*, 9(7), E17844.
<https://doi.org/10.1016/J.Heliyon.2023.E17844>



UNIVERSITAS
Dinamika