

## Perancangan User Interface (UI) Aplikasi Shoes Machine Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking

Moch. Hidayatullah<sup>\*1</sup>, Wildan Suharso<sup>2</sup>, Ilyas Nuryasin<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Malang

mochhidayatullah@webmail.umm.ac.id<sup>1</sup>, wsuharso@umm.ac.id<sup>2</sup>, ilyas@umm.ac.id<sup>3</sup>

### Abstrak

*Shoes Machine adalah usaha jasa penyucian sepatu di Jl. Raya Tlogomas No.3, Kota Malang, Jawa Timur, yang dikenal dengan layanan pembersihan sepatu berkualitas tinggi dan menjadi pilihan banyak pelanggan di kawasan Malang. Seiring dengan perkembangan usaha dan meningkatnya persaingan di industri jasa penyucian sepatu, Shoes Machine menghadapi tantangan yang krusial dalam memperluas cakupan promosi dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, saat ini, upaya promosi terbatas pada spanduk di depan toko, dan sebagai respons terhadap kendala ini, Shoes Machine berencana mengembangkan sebuah website sebagai strategi pemasaran yang lebih luas, sebelum membangun website Shoes Machine ingin membangun website yang sesuai dengan kebutuhan dari penggunanya. Penerapan Design Thinking adalah sebuah pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna. Metode ini menekankan pada penggabungan kreativitas dan analisis untuk menghasilkan inovasi yang tepat untuk memecahkan masalah dari pengguna. Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan System Usability Scale (SUS) diperoleh skor SUS sebesar 76 dengan penilaian adjektif "good," mendapatkan nilai C, dan berada dalam rentang keterimaan "acceptable." Hal ini menunjukkan bahwa prototype high fidelity dari sistem website shoes machine yang diuji oleh pengguna dapat diterima dengan baik dan dapat dilanjutkan ke tahap pengembangan website.*

**Kata Kunci:** Shoes Machine, Design Thinking, System Usability Scale, User Interface

### Abstract

*Shoes Machine is a shoe cleaning service business on Jl. Raya Tlogomas No.3, Malang City, East Java, which is known for its high quality shoe cleaning services and is the choice of many customers in the Malang area. Along with business development and increasing competition in the shoe cleaning service industry, Shoes Machine faces crucial challenges in expanding the scope of promotions and reaching more potential customers. Currently, promotional efforts are limited to banners in front of the store, and in response to these obstacles, Shoes Machine plans to develop a website as a broader marketing strategy, before building a website Shoes Machine wants to build a website that suits the needs of its users. Applying Design Thinking is a solution-based approach to solving problems that focuses on a deep understanding of user needs. This method emphasizes combining creativity and analysis to produce the right innovation to solve user problems. Based on tests carried out using the System Usability Scale (SUS), a SUS score of 76 was obtained with an adjective rating of "good," a C grade, and within the acceptance range of "acceptable." This shows that the high-fidelity prototype of the shoe machine website system tested by users can be well received and can be continued to the website development stage.*

**Keywords:** Shoes Machine, Design Thinking, System Usability Scale, User Interface

### 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat, terutama dalam ranah internet, telah menjadi katalisator utama dalam mengubah paradigma masyarakat, memicu perubahan signifikan dalam perilaku dan gaya hidup. Transformasi ini tidak hanya mencakup interaksi, penggunaan media sosial, tetapi juga telah meresap ke dalam dunia berbelanja, menciptakan landasan bagi perubahan radikal. Dalam konteks ini, perkembangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) pada Shoes Machine muncul sebagai titik fokus yang tak terhindarkan, memanfaatkan

platform digital dan internet untuk merancang produk dengan orientasi utama pada kenyamanan dan kemudahan pengguna[1]

Shoes Machine adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa penyucian sepatu, berlokasi di Jl. Raya Tlogomas No.3, Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Berdiri dengan komitmen untuk memberikan layanan pembersihan sepatu yang berkualitas tinggi, Shoes Machine telah menjadi pilihan bagi banyak pelanggan di kawasan Malang dan sekitarnya. Shoes Machine hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan menawarkan berbagai layanan penyucian sepatu yang efisien dan profesional. Layanan yang ditawarkan meliputi pembersihan sepatu berbahan dasar kanvas, kulit, suede, hingga sneakers yang memerlukan perawatan khusus.

Seiring dengan perkembangan usaha dan meningkatnya persaingan di industri jasa penyucian sepatu, Shoes Machine menghadapi tantangan yang krusial dalam memperluas cakupan promosi dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Lokasi yang strategis di Jl. Raya Tlogomas, yang merupakan salah satu jalan utama di Kota Malang, memberikan keuntungan dalam hal visibilitas, namun usaha ini masih perlu melakukan upaya lebih dalam hal pemasaran. Saat ini, upaya promosi terbatas pada spanduk di depan toko, dan sebagai respons terhadap kendala ini, Shoes Machine berencana mengembangkan sebuah website sebagai strategi pemasaran yang lebih luas.

perancangan website, Langkah awal yang sangat penting adalah merancang user interface yang sesuai dengan kebutuhan dari pengguna, tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga ramah pengguna[2]. Dalam menghadapi kompleksitas ini, pendekatan Design Thinking muncul sebagai kerangka kerja yang memadai. Design Thinking, sebagai pendekatan yang berfokus pada pengguna dan inovasi, mengintegrasikan kebutuhan pengguna, peluang teknologi, dan dampak positif terhadap bisnis[3].

Design Thinking adalah sebuah pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna. Metode ini menekankan pada penggabungan kreativitas dan analisis untuk menghasilkan inovasi yang tepat[4]. Metode design thinking terdiri lima (5) tahapan yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Test. Empathize (Empati) Tahap ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kebutuhan, keinginan, dan hambatan yang dihadapi oleh pengguna. Melalui observasi, wawancara, dan pengumpulan data, desainer berusaha mendapatkan wawasan yang kaya tentang pengalaman pengguna[5]. Define (Definisi) Berdasarkan temuan dari tahap empati, masalah utama yang perlu dipecahkan didefinisikan dengan jelas. Tahap ini penting untuk menetapkan fokus yang spesifik dan memastikan bahwa solusi yang dikembangkan relevan dengan kebutuhan pengguna[6]. Ideate (Ideasi) Pada tahap ini, tim kreatif mengembangkan berbagai ide dan solusi potensial melalui sesi brainstorming dan teknik kreatif lainnya. Tujuannya adalah menghasilkan sebanyak mungkin ide tanpa membatasi kreativitas, untuk kemudian dipilih dan disaring lebih lanjut[7]. Prototype (Pembuatan Prototipe) Ide-ide yang terpilih diwujudkan dalam bentuk prototipe sederhana. Prototipe ini berfungsi sebagai model awal yang dapat diuji dan dieksplorasi untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna. Pembuatan prototipe memungkinkan tim untuk melihat bagaimana ide tersebut bekerja dalam praktik[8]. Test (Pengujian) Prototipe yang telah dibuat diuji dengan melibatkan pengguna sebenarnya. Pengujian ini memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi kekurangan dan area yang perlu diperbaiki. Umpan balik dari pengguna digunakan untuk melakukan iterasi dan refinemen pada solusi yang dikembangkan[9].

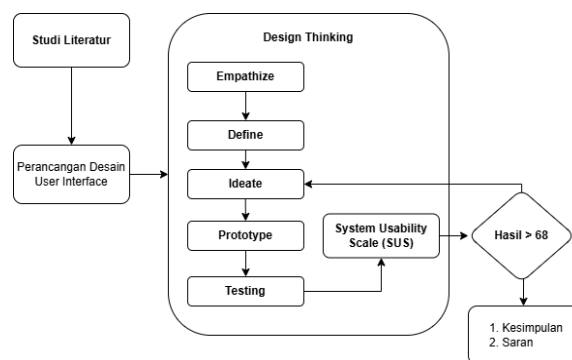
Berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Bukhori, Carudin, Dadang Yusup pada tahun 2023 dan penelitian yang dilakukan oleh Sri Soedewi, Arry Mustikawan, Wirania Swasty, menerapkan pendekatan design thinking menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif dalam mengenali kebutuhan pengguna dengan cara mengumpulkan informasi tentang permasalahan dan kebutuhan mereka[10] Penggunaan metode Design Thinking dalam perancangan website memiliki potensi untuk menghasilkan desain User Interface (UI) yang memenuhi kebutuhan pengguna (User Experience)[11]

Tujuan penelitian ini adalah perancangan User Interface (UI) yang sesuai dengan kebutuhan dari pengguna untuk aplikasi jasa cuci sepatu Shoes Machine berbasis website dengan memanfaatkan pendekatan Design Thinking. Fokus penelitian akan diberikan pada perancangan UI yang ramah pengguna dan estetis dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain yang terkandung dalam metode tersebut. Selain itu, penelitian ini juga memiliki tujuan

untuk mengidentifikasi potensi masalah dalam perancangan UI dan menawarkan solusi yang sejalan dengan pendekatan Design Thinking.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini akan fokus pada permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, dengan pendekatan kualitatif untuk mendesain situs web Shoes Machine menggunakan metode Design Thinking. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi pengguna, serta menghasilkan solusi desain yang efektif dan user-friendly. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan UI/UX yang lebih baik untuk situs web Shoes Machine. Berikut alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



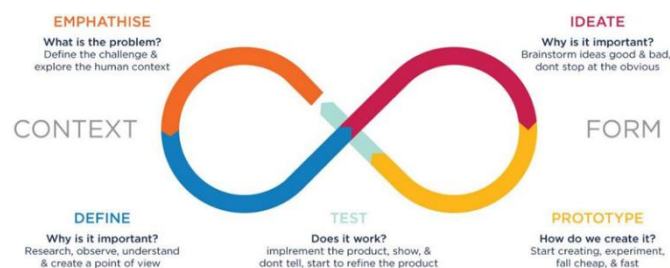
Gambar 1. Alur Penelitian

### A. Studi Literatur

Studi literatur adalah proses sistematis untuk menelusuri, mengumpulkan, dan menganalisis sumber tertulis yang relevan guna memahami konteks penelitian, mengidentifikasi kekurangan pengetahuan, dan membangun dasar teoritis untuk penelitian yang sedang dilakukan, sehingga penelitian tersebut dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap bidang yang dipelajari.

### B. Perancangan Desain User Interface

Perancangan desain UI adalah proses kreatif menggunakan metode Design Thinking untuk merancang antarmuka pengguna situs web Shoes Machine, yang melibatkan tahapan empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian untuk memahami kebutuhan pengguna dan menghasilkan desain yang intuitif, mudah digunakan, dan sesuai dengan harapan pengguna guna menciptakan pengalaman pengguna yang optimal.



Gambar 2. Alur Metode Design Thinking

#### 1) Empathize

Tahap Empathize dalam Design Thinking melibatkan riset pengguna melalui wawancara dengan pelanggan Shoes Machine untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam pembuatan user persona dan empathy map, dengan tujuan memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna dalam merancang situs web yang lebih baik.

#### 2) Define

Pada tahap Define dalam Design Thinking, masalah utama dari tahap Empathize didefinisikan dengan jelas menggunakan metode HMW (How Might We) untuk mengelompokkan pain points dan menetapkan fokus spesifik agar solusi yang dikembangkan relevan dengan kebutuhan pengguna serta menyediakan informasi untuk cara penyelesaiannya[12].

### 3) Ideate

Pada tahap Ideate dalam Design Thinking, tim kreatif mengembangkan berbagai ide dan solusi potensial melalui brainstorming dan teknik kreatif lainnya untuk menghasilkan ide sebanyak mungkin, yang kemudian disaring untuk membantu pembuatan sitemap diagram penting dalam desain UI/UX yang menggambarkan struktur halaman situs web, membantu navigasi, dan mendukung desain yang efisien serta komunikasi tim.

### 4) Prototype

Pada tahap Prototype, ide-ide yang terpilih diwujudkan dalam bentuk prototipe sederhana menggunakan perangkat lunak Figma, yang kemudian diuji oleh pengguna untuk mendapatkan umpan balik dan memvalidasi sejauh mana desain memenuhi kebutuhan mereka dengan menerapkan metode System Usability Scale (SUS) pada tahap pengujian.

### 5) Test


Prototype yang telah dibuat diuji dengan melibatkan pengguna sebenarnya untuk mengidentifikasi kekurangan dan area yang perlu diperbaiki. Umpan balik dari pengguna digunakan untuk iterasi dan refinemen solusi yang dikembangkan, dengan menggunakan metode System Usability Scale (SUS), sebuah kuesioner yang menilai kegunaan sistem komputer dari perspektif subyektif pengguna yang diciptakan oleh John Brooke pada tahun 1986[13].

## 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 3.1 Empathize

#### 1) User Persona

Langkah ini melibatkan wawancara dengan narasumber untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi pengguna, yang menjadi dasar dalam merumuskan solusi sesuai kebutuhan mereka. Wawancara bertujuan untuk membuat empathy map, user persona, dan mengidentifikasi kendala yang dihadapi pengguna saat ini. Data yang diperoleh digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi masalah utama dan mengembangkan solusi yang relevan dari sudut pandang pengguna. Hasil wawancara yang sudah diolah dalam bentuk user persona dapat dilihat pada Gambar 1.

Profile	Goals
 <p><b>Indra Prasetyo Nugraha</b></p> <p>Umur 23</p> <p>Pekerjaan Mahasiswa</p> <p>Gender Laki-Laki</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menemukan tempat cuci sepatu yang terpercaya dengan kualitas layanan yang baik.</li> <li>Mendapatkan informasi lengkap tentang layanan dan harga untuk membuat keputusan yang tepat.</li> </ul>
	Frustrasi
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kurangnya ulasan yang jelas dan terpercaya, sehingga sulit memverifikasi kualitas layanan.</li> <li>Informasi yang tidak lengkap mengenai jam operasional, harga layanan, dan deskripsi detail layanan yang ditawarkan.</li> </ul>

Gambar 3. User Persona Indra

Profile	Goals
 <p><b>Aditya Kurniawan</b></p> <p>Umur 22</p> <p>Pekerjaan Mahasiswa</p> <p>Gender Laki-Laki</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menemukan tempat cuci sepatu yang terpercaya dan sesuai kebutuhan.</li> <li>Mendapatkan informasi detail tentang layanan, termasuk jenis bahan yang dapat dicuci dan jam operasional yang akurat.</li> </ul>
	Frustrasi
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketidajelasan petunjuk arah dan papan nama yang tidak mencolok, sehingga sulit menemukan lokasi.</li> <li>Informasi yang tidak diperbarui dan ulasan yang tampak palsu atau berlebihan, membuat ragu untuk menggunakan layanan.</li> </ul>

Gambar 4. User Persona Aditya

2) Empathy Map

Empathy map adalah alat visual yang digunakan untuk memahami lebih dalam pengalaman dan perspektif pengguna atau responden. Alat ini, sering digunakan dalam proses desain produk atau layanan, membantu tim merangkum data dari wawancara menjadi gambaran yang lebih mudah dipahami tentang apa yang pengguna pikirkan, rasakan, katakan, dan lakukan. Dengan memetakan informasi ini ke dalam empathy map, peneliti dapat mengidentifikasi tantangan, kebutuhan, dan harapan pengguna secara lebih holistik, memungkinkan mereka untuk merancang solusi yang lebih relevan dan memahami kebutuhan pengguna dengan lebih baik. Adapun empathy map bisa dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.



Gambar 4. Empathy Map Indra



Gambar 6. Empathy Map Aditya

3.2 Define

Pada tahap Define (Definisi) Berdasarkan temuan dari tahap empati, masalah utama yang perlu dipecahkan didefinisikan dengan jelas menggunakan metode HMW (How Might We). "How might we" dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna mengenai sistem dan masalah yang mereka hadapi, sehingga setiap masalah dapat diberikan solusi serta cara penyelesaiannya. Adapun HMW dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. How Might We

No.	How	Might We
1	Bagaimana menyediakan ulasan yang jelas dan terpercaya untuk memverifikasi kualitas layanan?	Memastikan ulasan dari pelanggan yang sebenarnya dan menampilkan foto dan username pada ulasan
2	Bagaimana memberikan informasi lengkap tentang jam operasional, harga, dan deskripsi detail layanan yang ditawarkan?	Menyediakan informasi detail tentang layanan.
3	Bagaimana membuat petunjuk arah dan papan nama lebih jelas untuk memudahkan menemukan lokasi?	Menyediakan navigasi yang jelas dan memanfaatkan google maps
4	Bagaimana kita bisa memastikan informasi selalu diperbarui dan ulasan yang ada tidak tampak palsu atau berlebihan?	Membuat label new atau waktu saat di posting pada ulasan

5	Bagaimana cara menyediakan promo untuk layanan shoes machine?	Menyediakan promo khusus untuk periode tertentu atau hari-hari spesial.
6	Bagaimana memberikan informasi lengkap tentang jenis layanan?	Menyediakan informasi tentang biaya tambahan dan jam operasional selalu transparan dan mudah diakses oleh pengguna.
7	Bagaimana kita bisa menyediakan tentang jenis layanan dan prosedur pemesanan?	menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang berbagai jenis layanan yang tersedia serta prosedur pemesanan yang mudah dipahami oleh pengguna
8	Bagaimana kita bisa meningkatkan kejelasan petunjuk arah serta reputasi dan kualitas layanan tempat cuci sepatu?	meningkatkan navigasi yang lebih jelas ke tempat cuci sepatu, serta untuk memperbaiki dan memperkuat citra serta kualitas layanan
9	Bagaimana kita bisa menyediakan ulasan yang dapat dipercaya dan informasi lengkap tentang jam operasional dan kebijakan layanan?	Membuat fitur ulasan untuk meningkatkan transparansi informasi kepada pengguna terkait ulasan yang dapat dipercaya mengenai layanan
10	Bagaimana kita bisa menyediakan opsi pemesanan langsung dan memudahkan proses pembayaran?	Menyediakan berbagai macam pada fitur payment

Tabel 1 berisi pertanyaan "How Might We" yang mengarah pada solusi untuk meningkatkan pengalaman pengguna layanan cuci sepatu. Fokusnya adalah meningkatkan transparansi informasi, seperti ulasan dengan foto dan username pengguna, detail operasional, harga, deskripsi layanan, dan petunjuk arah melalui Google Maps. Pertanyaan juga menekankan pentingnya informasi yang diperbarui, promo khusus, serta kejelasan jenis layanan dan reputasi kualitas. Solusi ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara efektif dan efisien.

### 3.3 Ideate

#### 1) Pengumpulan Ide

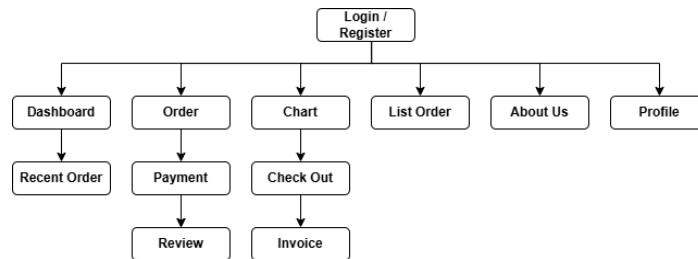
Pada tahap Ideate yaitu proses kreatif dalam pengembangan dan mengumpulkan ide atau konsep baru untuk menyelesaikan masalah atau menciptakan peluang. Dari ide-ide ini dapat mempermudah dalam pembuatan sitemap yang lebih baik. Adapun ide dapat dilihat pada Tabel 2:

*Tabel 2. Pengumpulan Ide*

No.	Pengumpulan Ide
1	Memastikan ulasan dari pelanggan yang sebenarnya dan menampilkan foto dan username pada ulasan
2	Menyediakan informasi detail tentang layanan.
3	Menyediakan navigasi yang jelas dan memanfaatkan google maps
4	Membuat label new atau waktu saat di posting pada ulasan
5	Menyediakan promo khusus untuk periode tertentu atau hari-hari spesial.
6	Menyediakan informasi tentang biaya tambahan dan jam operasional selalu transparan dan mudah diakses oleh pengguna.
7	menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang berbagai jenis layanan yang tersedia serta prosedur pemesanan yang mudah dipahami oleh pengguna
8	meningkatkan navigasi yang lebih jelas ke tempat cuci sepatu, serta untuk memperbaiki dan memperkuat citra serta kualitas layanan
9	Membuat fitur ulasan untuk meningkatkan transparansi informasi kepada pengguna terkait ulasan yang dapat dipercaya mengenai layanan
10	Menyediakan berbagai macam pada fitur payment

Tabel 2 menggambarkan ide-ide untuk meningkatkan layanan tempat cuci sepatu berdasarkan masalah yang diidentifikasi oleh pengguna. Ide-ide tersebut mencakup memastikan ulasan berasal dari pelanggan asli dengan foto dan username, menyediakan informasi detail tentang layanan, menggunakan navigasi melalui Google Maps, dan menawarkan promo khusus. Usulan lainnya termasuk memberi label "baru" pada ulasan, membuat informasi tentang biaya tambahan dan jam operasional lebih transparan, serta meningkatkan navigasi untuk memperkuat citra dan kualitas layanan. Selain itu, informasi yang jelas tentang jenis layanan dan prosedur pemesanan, serta berbagai opsi pembayaran, juga diusulkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan lebih baik dan efisien.

2) SiteMap



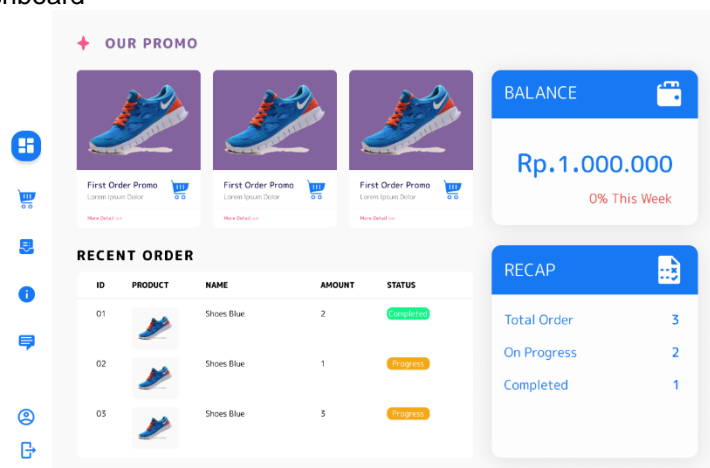
Gambar 5. Sitemap

Gambar 7 menampilkan Sitemap yang menggambarkan struktur navigasi sebuah aplikasi atau situs web. Pengguna memulai dengan login atau registrasi, kemudian dapat mengakses fitur utama seperti Dashboard, Order, Chart, List Order, About Us, dan Profile. Di dalam Dashboard, terdapat sub-fitur Recent Order. Dalam Order, pengguna dapat melanjutkan ke Payment dan Review. Di bagian Chart, pengguna dapat melanjutkan ke Check Out dan kemudian Invoice. List Order, About Us, dan Profile adalah halaman mandiri tanpa sub-fitur lebih lanjut. Struktur ini membantu pengguna memahami jalur navigasi dan fungsi-fungsi yang tersedia dengan jelas dan terorganisir.

3.4 Prototype

Prototype (Pembuatan Prototipe) Ide-ide yang terpilih diwujudkan dalam bentuk prototipe sederhana. Prototipe ini berfungsi sebagai model awal yang dapat diuji dan dieksplorasi untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna. Pembuatan prototipe memungkinkan untuk melihat bagaimana ide tersebut bekerja dalam praktik. Adapun hasil prototype dapat dilihat pada Gambar dibawah:

1) Halaman Dashboard

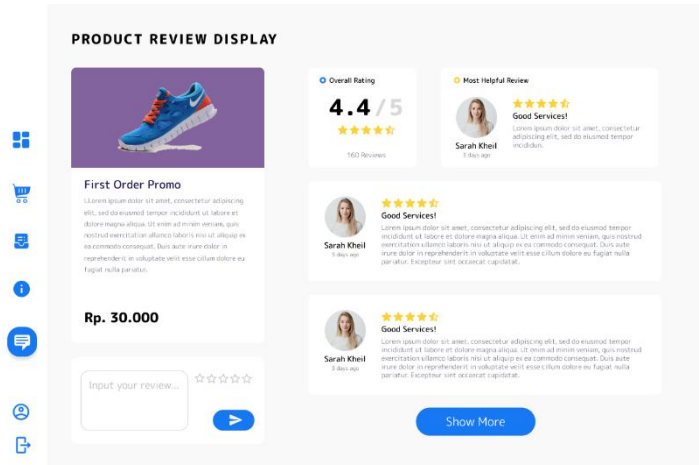


Gambar 6. Halaman Dashboard

Pada Gambar 8 Halaman Dashboard ini menampilkan berbagai promo dan ringkasan pesanan terbaru bagi pengguna. Di bagian atas, terdapat bagian "Our PROMO" yang mencakup penawaran spesial seperti "First Order Promo" yang tertera tiga kali, dengan keterangan

“Rp.1.000.000” dan teks promosi “Lorem Ipsum Dolor.” Masing-masing promo disertai dengan tautan “More Detail >>” untuk informasi lebih lanjut. Di bawahnya, terdapat bagian “Recent order RECAP” yang memberikan ikhtisar pesanan terbaru pengguna. Tabel ini mencantumkan ID pesanan, nama produk, jumlah, dan status pesanan. Misalnya, pesanan dengan ID 01 berisi “Shoes Blue” sebanyak 2 unit dengan status “Completed.” Bagian ini juga merangkum total pesanan dengan detail 3 pesanan, di mana 2 pesanan sedang dalam proses (“On Progress”) dan 1 pesanan telah selesai (“Completed”). Halaman ini dirancang untuk memberikan informasi cepat dan jelas tentang promo terbaru serta status pesanan pengguna.

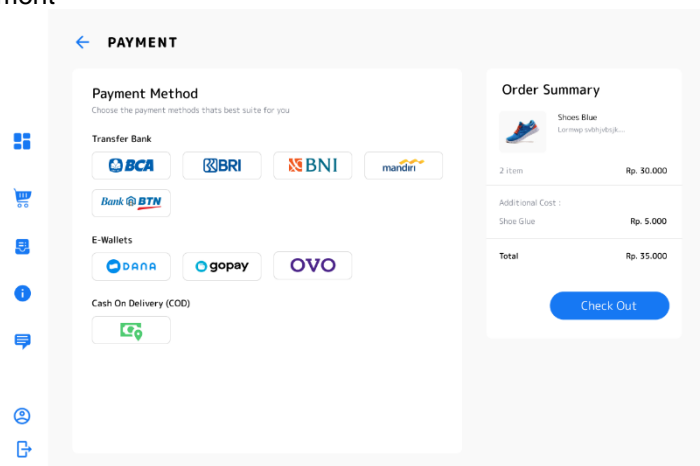
## 2) Halaman Ulasan



Gambar 7. Halaman Ulasan

Gambar 9 menunjukkan Halaman Ulasan dengan rating produk 4.4 dari 5, mencerminkan umpan balik positif. Halaman ini menonjolkan ulasan dari Sarah Kheil yang memuji layanan dan menyebutkan adanya 160 ulasan lainnya. Informasi promosi untuk pemesanan pertama juga tersedia. Pengguna dapat menambahkan ulasan mereka sendiri dan menggunakan fitur "Show More" untuk melihat ulasan tambahan, membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik sebelum pembelian. Halaman ini mendukung keterlibatan pengguna dan transparansi ulasan produk.

## 3) Halaman Payment

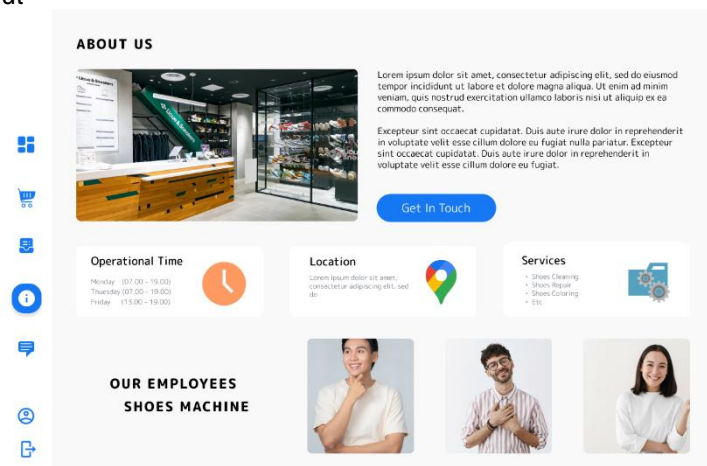


Gambar 8. Halaman Payment

Gambar 10 menampilkan Halaman “PAYMENT,” yang memungkinkan pengguna memilih metode pembayaran dan melihat ringkasan pesanan. Pilihan metode pembayaran termasuk “Transfer Bank,” “E-Wallets,” dan “Cash On Delivery (COD).” Di bagian “Order Summary,” ditampilkan detail pesanan seperti nama produk (“Shoes Blue”), jumlah item (“2 item”), harga total (“Rp. 30.000”), serta biaya tambahan (“Shoe Glue” seharga “Rp. 5.000”), sehingga total biaya adalah “Rp. 35.000.” Pengguna dapat melanjutkan proses pembayaran dengan mengklik tombol

“Check Out.” Halaman ini dirancang untuk memberikan pengalaman pembayaran yang mudah dan nyaman dengan detail pesanan yang jelas.

4) Halaman About



Gambar 9. Halaman About

Gambar 11 menunjukkan Halaman "ABOUT US," yang memberikan gambaran singkat tentang perusahaan atau layanan, meskipun informasinya terpotong. Halaman ini mencakup teks placeholder ("Lorem ipsum dolor sit amet...") dan tampaknya dimaksudkan untuk menjelaskan visi atau misi perusahaan. Bagian "Get In Touch" menyediakan informasi kontak, sementara "Operational Time" mencantumkan jadwal jam operasional untuk hari kerja. Layanan yang ditawarkan, seperti "Shoes Cleaning," "Shoes Repair," dan "Shoes Coloring," menunjukkan fokus perusahaan pada layanan terkait sepatu. Subbagian "our employees" dan "shoes machine" mungkin merujuk pada informasi lebih spesifik tentang anggota tim atau peralatan.

3.5 Test

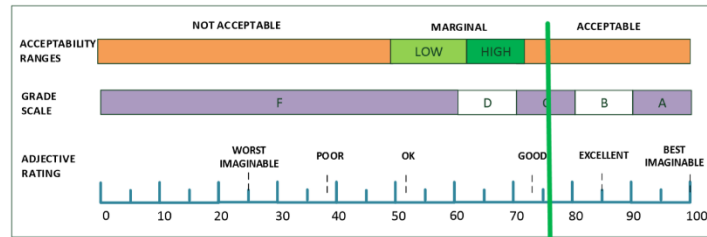
Pada tahap terakhir, dilakukan pengujian terhadap prototype yang telah di dibuat berdasarkan ide-ide yang telah ditemukan pada tahap sebelumnya. Dalam hal ini, sebanyak 10 responden telah menguji prototype website Shoes Machine dan mengisi kuesioner berdasarkan System Usability Scale (SUS). Tujuan dari pengisian kuesioner ini adalah untuk mengukur sejauh mana kepuasan pengguna terhadap penggunaan. Berikut hasil pengujian System Usability Scale (SUS) yang sudah diolah pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pengisian Kuesioner SUS

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	jml	Jml x 2,5
PN1	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	32	80
PN2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	29	72.5
PN3	3	1	4	4	3	3	4	4	4	3	33	82.5
PN4	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	28	70
PN5	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	31	77.5
PN6	2	2	3	4	4	3	2	4	3	3	30	75
PN7	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	26	65
PN8	2	4	3	3	3	3	3	4	2	4	31	77.5
PN9	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	32	80
PN10	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	32	80
Jumlah											760	
Rata-Rata											76	

Pada Tabel 3 yaitu berisi hasil perhitungan dari penilaian yang diberikan oleh sepuluh responden (PN1 hingga PN10) terhadap sepuluh pertanyaan (P1 hingga P10). Setiap sel dalam tabel menunjukkan skor penilaian dari 1 hingga 5. Kolom "Jml" merupakan total dari skor yang diberikan oleh setiap responden, sedangkan kolom "Jml x 2,5" menunjukkan hasil dari pengalihan total skor menjadi skor berbobot menggunakan faktor 2,5, yang merupakan salah satu metode

untuk mengukur System Usability Scale (SUS). Hasil dari pengalihan ini memberikan gambaran tentang persepsi keseluruhan responden terhadap sistem yang diuji. Dengan jumlah total 760, rata-rata skor per responden adalah 76, menunjukkan tingkat keseluruhan yang positif terhadap sistem tersebut.



Gambar 10. Skala SUS

Pada Gambar 12 ini menunjukkan cara menentukan skala System Usability Scale (SUS) berdasarkan skor rata-rata yang telah dihitung dengan rumus SUS, dengan garis hijau vertikal menandakan skor rata-rata 76. Skor ini berada dalam rentang "Acceptable" pada skala keterimaan, menunjukkan bahwa sistem yang dinilai memiliki kegunaan yang dapat diterima. Pada skala nilai akademis, skor 76 dikategorikan sebagai nilai B, menunjukkan bahwa kegunaan sistem ini baik. Dalam skala penilaian adjektif, skor 76 dianggap sebagai "Good", menunjukkan bahwa sistem tersebut dinilai positif oleh pengguna.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan solusi desain antarmuka pengguna untuk situs website Shoes Machine yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Metode design thinking diterapkan dalam penelitian ini, yang meliputi tahap-tahap empathize, define, ideate, prototype, dan test. Dengan menggunakan pendekatan ini, desain yang dihasilkan tidak hanya fungsional tetapi juga intuitif dan mudah digunakan, memastikan bahwa pengalaman pengguna menjadi lebih baik dan memuaskan. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk secara iteratif mengembangkan dan menyempurnakan desain berdasarkan umpan balik pengguna, sehingga menghasilkan produk akhir yang lebih baik. Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan System Usability Scale (SUS) yang tercantum pada tabel 3, diperoleh skor SUS sebesar 76 dengan penilaian adjektif "good," mendapatkan nilai C, dan berada dalam rentang keterimaan "acceptable." Hal ini menunjukkan bahwa prototype high fidelity dari sistem website shoes machine yang diuji oleh pengguna dapat diterima dengan baik dan dapat dilanjutkan ke tahap pengembangan website.

#### Referensi

- [1] I. B. Karo Sekali, C. E. J. . Montolalu, and S. A. Widiana, "Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Produk Fashion Pria pada Toko Celcius di Kota Manado Menggunakan Design Thinking," *J. Ilm. Inform. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 2, pp. 53–64, 2023, doi: 10.58602/jima-ilkom.v2i2.17.
- [2] J. M. Dumalang, C. E. J. . Montolalu, and D. Lapihu, "Perancangan UI/UX Aplikasi Penjualan Makanan berbasis Mobile pada UMKM di Kota Manado menggunakan metode Design Thinking," *J. Ilm. Inform. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 2, pp. 41–52, 2023, doi: 10.58602/jima-ilkom.v2i2.19.
- [3] K. H. Lim and N. Setiyawati, "Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Majuli Menggunakan Metode Design Thinking," *J. Inf. Technol. Ampera*, vol. 3, no. 2, pp. 108–123, 2022, doi: 10.51519/journalita.volume3.issue2.year2022.page108-123.
- [4] W. Suprayogi Adhyaksa Pratama and A. Dwi Indriyanti, "Perancangan Design UI/UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking," *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 04, no. 01, pp. 50–61, 2023.
- [5] Ratna Nur Fadilah and Dhian Sweetania, "Perancangan Design Prototype Ui/Ux Aplikasi Reservasi Restoran Dengan Menggunakan Metode Design Thinking," *J. Ilm. Tek.*, vol. 2, no. 2, pp. 132–146, 2023, doi: 10.56127/juit.v2i2.826.
- [6] Tri Agustina Nugrahani, Dewi Dianasari, and Karina Nine Amalia, "Implementasi Design Thinking Pada Perancangan UI/UX Aplikasi Pemesanan Jamu Berbasis Mobile," *J. Cakrawala Ilm.*, vol. 3, no. Vol. 3 No. 3: Nopember 2023, pp. 889–900, 2023, [Online]. Available: <https://bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/6927>

- [7] M. H. Schreiber, "Rancang Ulang User Interface dan User Experience Aplikasi M-Tix dengan Metode Design Thinking," *Invest. Radiol.*, vol. 26, no. 4, p. 385, 2023, doi: 10.1097/00004424-199104000-00021.
- [8] B. C. L. Tobing, N. Sulistiyowati, and S. Siska, "Perancangan Ulang Desain E-Campus Unsika Berdasarkan User Experience dengan Menggunakan Design Thinking," *J. Pendidik. Tambusi Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Pahlawan*, vol. 8, no. 1, pp. 2046–2075, 2024, [Online]. Available: <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/12703>
- [9] H. R. Sitorus, A. Ibrahim, Y. Utama, and H. Novianti, "Perancangan Prototype UI / UX Website Softcoffee Dengan Penerapan Metode Design Thinking," vol. 4, no. 6, pp. 2744–2753, 2024, doi: 10.30865/klik.v4i6.1881.
- [10] M. Bukhori Pratama and D. Yusup, "Analisis dan Perancangan Ulang User Interface Aplikasi MPP Kota Bogor Menggunakan Metode Design Thinking."
- [11] S. Soedewi, "Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website UMKM Kiriuhuci," *Vis. J. Online Desain Komun. Vis.*, vol. 10, no. 02, p. 17, Apr. 2022, doi: 10.34010/visualita.v10i02.5378.
- [12] D. S. Bila and D. R. Indah, "Perancangan Ulang UI-UX Desain Website BKKBN Provinsi Sumatera Selatan dengan Metode Design Thinking," *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan Komput.*, vol. 3, no. 6, pp. 746–753, 2023, doi: 10.30865/klik.v3i6.870.
- [13] D. Purwanto and F. S. Utomo, "Implementasi Metode Design Thinking dalam Proses Perancangan Desain UI / UX Aplikasi ' Rumah Tani ,'" vol. 01, no. 01, pp. 41–50, 2024.

