

DESAIN USER INTERFACE WEBSITE PEMESANAN ONLINE PRODUK MAKANAN KRIPDUNK DENGAN METODE USER CENTERED DESIGN

Nursehan Zaelani, Nana Suarna, Willy Prihartono

Teknik Informatika, STMIK IKMI Cirebon

Jalan Perjuangan No.10B, Karyamulya, Kec. Majasem, Kota Cirebon, Jawa Barat 45135

nursehanz101@gmail.com

ABSTRAK

KripDunk, sebuah bisnis makanan berbasis *home industry* yang mengandalkan media sosial WhatsApp untuk penjualan produknya. KripDunk mengalami kendala keterbatasan promosi dan interaksi dalam penjualannya. Masalah tersebut dapat diatasi dengan membuat *website* sebagai sarana menjangkau pasar yang lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah merancang desain *user interface* website KripDunk dengan menerapkan 4E (*Error – Free, Easy to Use, Easy to Understand, Effective For End Goal or Product*). *User Centered Design* digunakan sebagai metode untuk merancang *user interface* dengan tahapan Memahami Konteks Pengguna, Menspesifikasi Kebutuhan Pengguna, Solusi Desain dan Evaluasi terhadap Kebutuhan Pengguna. Populasi ditetapkan tanpa batasan dan jumlah sampel ditentukan menggunakan *Simple Random Sampling* (SRS) dengan jumlah 20 kemudian dijadikan sebagai *user persona* pengujian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan data yang akan dianalisis untuk mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Maze Usability Score* (MAUS) mencapai 77%, menandakan desain *user interface website* KripDunk telah dipahami dengan baik oleh responden dan sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna. Selain itu, pengujian *usability* dengan *System Usability Scale* (SUS) menunjukkan skor 78, yang berada dalam rentang *acceptability range* dengan penilaian "Good" dan peringkat "B". Penelitian ini membuktikan keberhasilan pendekatan yang diadopsi dalam menghasilkan *user interface* sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna.

Kata kunci : KripDunk, User Interface, User Centered Design, Maze Usability Score, System Usability Scale

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi di era digital saat ini mengakibatkan terjadinya peningkatan aktivitas manusia, hampir seluruh bidang aktivitas manusia kini terkait dengan teknologi. Salah satu sektor yang terdampak adalah sektor bisnis *e-commerce*. Dengan 82 juta orang atau sekitar 30% dari total penduduk Indonesia menggunakan internet, pasar *e-commerce* menjadi peluang besar bagi mereka yang bisa melihat potensinya ke depan [1]. Pertumbuhan ini juga didukung oleh data Menkominfo yang menunjukkan nilai transaksi *e-commerce* mencapai Rp130 triliun pada tahun 2013 [2].

KripDunk, sebuah bisnis makanan berbasis *home industry* menawarkan berbagai jenis produk keripik pisang aneka rasa. Saat ini, KripDunk hanya beroperasi melalui platform media sosial WhatsApp untuk penjualan produknya. Kendala utama yang dihadapi oleh bisnis ini adalah keterbatasan jangkauan produk kepada konsumen sehingga diperlukan implementasi sebuah sistem, yaitu pembuatan *website*. Saat ini, banyak individu yang mengakses platform *website e-commerce* untuk berbelanja dan mencari informasi produk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa memiliki situs *e-commerce* dapat membantu pengusaha memperluas jangkauan pasar mereka, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan [3]. Selain itu, *website* juga. Namun, dalam sebuah *website* diperlukan *user interface*. *User interface* dibutuhkan karena memiliki dampak langsung terhadap pengalaman pengguna.

Desain *user interface* sangat penting dalam *website* karena dampaknya yang signifikan. Menurut data Google, sekitar 67% pengguna internet lebih cenderung melakukan transaksi di situs web dengan antarmuka yang *user friendly*. Sebaliknya, 61% pengguna cenderung meninggalkan situs web dengan desain yang tidak *user friendly* [4].

Penelitian terdahulu yang dilakukan Dinata dan timnya dengan judul "Perancangan UI/UX web *e-commerce* 'Hallo Coffee' dengan metode *User-Centered Design* (UCD)". Dengan 20 pengguna dan 6 pemilik kafe sebagai sampel, hasilnya berupa prototipe antarmuka pengguna yang menarik dan mudah dipahami setelah diuji oleh ahli. Metode UCD digunakan untuk membantu pemilik kafe dalam penjualan produk dan memenuhi kebutuhan pelanggan, meskipun *coffee shop* terkenal memiliki aplikasi sendiri [5].

Penelitian ini bertujuan merancang *user interface website* pemesanan online KripDunk dengan prinsip 4E: *Error-Free, Easy to Use, Easy to Understand*, dan *Effective*. Fokus perancangan pada mengurangi kesalahan pengguna dan menyajikan pengalaman pengguna yang intuitif. Kemudahan pemahaman diwujudkan melalui elemen visual yang jelas dan petunjuk yang mudah dipahami. Efektivitas dalam mencapai tujuan produk menjadi fokus utama, dengan harapan desain *interface* meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses pemesanan makanan KripDunk secara online.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian Khasanah dkk. (2019) berjudul "Metode *User Centered Design* dalam Merancang Tampilan Antarmuka *Ecommerce* Penjualan Pupuk Berbasis *Website* Menggunakan Aplikasi Balsamiq Mockups" bertujuan meningkatkan promosi pupuk cair Metland Tambun Cluster Fontania di Bekasi. Menggunakan metode *User Centered Design*, penelitian melibatkan langkah-langkah *plan the human centered process, specify the context of use, specify user and organizational requirements*, serta *produce design solutions*. Hasilnya adalah tampilan antarmuka pengguna yang lebih terfokus pada kebutuhan pengguna, mencakup halaman beranda, profil, kontak, produk, dan galeri untuk platform *e-commerce* [6].

Penelitian yang dilakukan oleh Puji dan Engraini (2021) dengan judul "Perancangan *User Interface Website E-Commerce* Pada Usaha Kuliner Menggunakan *User Centered Design*" mengatasi tantangan penjualan konvensional di Rumah Makan Sarang Kepiting. Penelitian berfokus pada perluasan pasar kuliner dengan pengalaman belanja *online* yang mudah. Metodologi melibatkan UCD, dari analisis kebutuhan hingga implementasi UI, menghasilkan tampilan yang ramah pengguna. Penerapan UCD berhasil menciptakan UI efisien dan informatif, meningkatkan daya tarik pengunjung untuk berbelanja *online* [3].

2.2. KripDunk

KripDunk adalah bisnis makanan berbasis *home industry* yang didirikan pada tahun 2023 oleh Ahmad Jamaludin. KripDunk merupakan bisnis makanan yang menawarkan produk kripik yang dibuat menggunakan bahan baku pisang dan memiliki berbagai jenis rasa variatif seperti coklat, balado, dan keju manis. Usaha ini berlokasi di Desa Depok, Kecamatan Depok, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, Indonesia.

2.3. Website

Website adalah kumpulan halaman dengan data digital seperti teks, gambar, animasi, suara, dan video yang dapat diakses melalui internet. Halaman-halaman ini dibuat dengan bahasa standar HTML dan diterjemahkan oleh web browser untuk ditampilkan sebagai informasi bagi pengguna [7].

2.4. E-Commerce

E-Commerce adalah bentuk pertukaran barang secara digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transaksi *online* (E-commerce) terlibat antara penjual dan pembeli melalui internet, dilakukan secara langsung melalui berbagai platform seperti tokopedia, shopee, buka lapak, lazada, JD.id, dan lainnya [8].

2.5. UI/UX

User Interface (UI) adalah titik di mana sistem dan pengguna dapat saling berinteraksi melalui

perintah, seperti mengakses konten dan memasukkan data. Sementara itu, *User Experience* (UX) merujuk pada pengalaman yang terkait dengan reaksi, persepsi, perilaku, emosi, dan pemikiran pengguna saat menggunakan sistem [9].

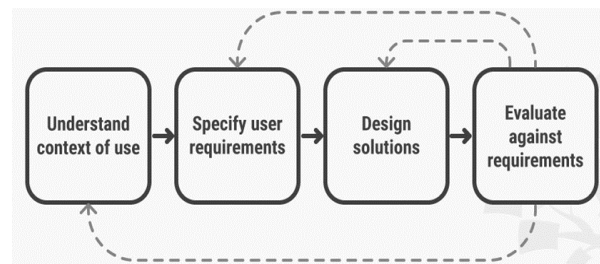
2.6. UCD

UCD (*User Centered Design*) adalah metode desain yang berfokus pada kebutuhan user [10]. Proses UCD merupakan pendekatan berulang, di mana desain dan evaluasi secara berkelanjutan dikembangkan dari tahap awal hingga implementasi.

Desain antarmuka dalam *User Centered Design* (UCD) menitikberatkan pada kegunaan, kebutuhan pengguna, lingkungan, tugas, dan alur kerja. Desain antarmuka dalam *User Centered Design* (UCD) menitikberatkan pada kegunaan, kebutuhan pengguna, lingkungan, tugas, dan alur kerja [11]. Aspek-aspek kunci UCD melibatkan pengembangan aplikasi yang berorientasi pada pengguna, perancangan terstruktur dan terintegrasi, pengujian yang melibatkan pengguna dari awal hingga akhir, serta pemberian fokus utama pada perancangan interaktif.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk perancangan *user interface website* KripDunk adalah *User Centered Design* (UCD). Desain *user interface* yang dibangun melalui UCD difokuskan pada kebutuhan pengguna akhir, sehingga program yang dikembangkan akan selaras dengan kebutuhan pengguna dan pengguna tidak perlu mengubah cara mereka berinteraksi dengan program [12]. Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan metode penelitian
(Sumber: Agarina dkk., 2019)

Berikut ini penjelasan dari tahapan metode UCD pada Gambar 1 untuk desain *user interface website* KripDunk:

3.1. Understand Context of Use

Tahap *Understand Context of Use* adalah tahap dimana peneliti melakukan proses analisa pada sistem yang akan dirancang. Peneliti membutuhkan informasi mengenai kebutuhan pengguna sehingga perlu dilakukan *User Research* [13]. Dalam penelitian ini *User Research* bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pengguna sehingga desain *user interface* dapat dikembangkan secara lebih efektif sesuai dengan perspektif dan kepentingan pengguna.

User Research dilakukan melalui penyebaran kuesioner G-Form untuk mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan pengguna, dengan penentuan Sampel atau User Persona menggunakan Simple Random Sampling dengan Excel.

3.2. Specify User Requirements

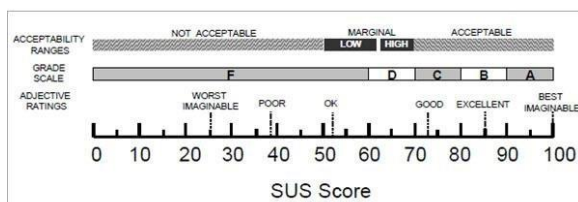
Pada tahap Specify User Requirements, peneliti menganalisis dan mengidentifikasi data yang diperoleh pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, dilakukan Analisis Data Responden. Selain itu, dilakukan Identifikasi Kebutuhan Pengguna serta merancang Architecture Information dalam bentuk Sitemap menggunakan website Cacao dan User Flow menggunakan website Miro.

3.3. Design Solutions

Tahap Design Solutions adalah tahapan untuk menentukan solusi dalam penelitian. [13]. Tahap Design Solutions melibatkan pembuatan Wireframe, Design/Mockup, dan Prototype, menggunakan Figma bertujuan menghasilkan solusi desain yang efektif.

3.4. Evaluate Against Requirements

Evaluate Against Requirements dilakukan melalui Usability Testing dengan pengukuran Mission Usability Score (MIUS) & Maze Usability Score (MAUS). MIUS mencerminkan seberapa mudahnya pengguna menyelesaikan tugas atau misi pada prototipe tersebut [14]. Setelah itu, System Usability Scale (SUS) dilakukan untuk mengumpulkan data kepuasan pengguna. Tingginya skor usability menunjukkan bahwa produk dapat digunakan dengan mudah, intuitif, dan efisien [15].



Gambar 2. System usability scale score
(Sumber: Sauro, 2018)

Gambar 2 menjelaskan Hasil Skor System Usability Scale (SUS) terdapat beberapa indikator, termasuk acceptable rating, adjective rating dan grade scale.

SKOR SUS	GRADE	ACCEPTABILITY RANGES	ADJECTIVE RATINGS
84.1-100	A+	Acceptable	Best Imaginable
80.8 – 84.0	A	Acceptable	Excellent
78.9 – 80.7	A-	Acceptable	Excellent
77.2 – 78.8	B+	Acceptable	Excellent
74.1 – 77.1	B	Acceptable	Excellent
72.6 – 74.0	B-	Acceptable	Excellent
71.1 – 72.5	C+	Acceptable	Good
65.0 – 71.0	C	Marginal	Good
62.7 – 64.9	C-	Marginal	Good
51.7 – 62.6	D	Marginal	OK

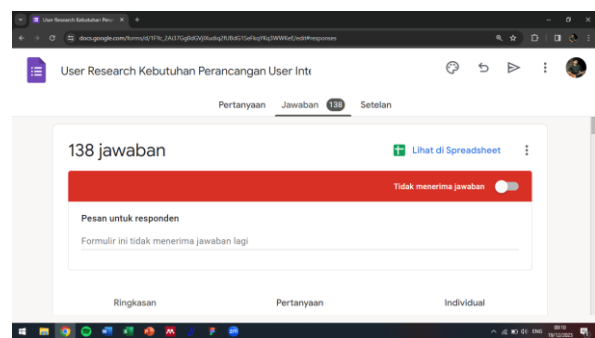
Gambar 3. Interpretasi skor system usability scale

(Sumber: Marbun 2022)

Pada Gambar 3, acceptable rating terkait dengan sejauh mana sistem yang diuji dapat diterima oleh pengguna. Grade scale menjelaskan penilaian secara umum, mirip dengan indeks penilaian akademik. Adjective rating menggambarkan pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu sistem. Iterasi dilakukan untuk perbaikan desain berdasarkan umpan balik dari uji coba pengguna. Keseluruhan tahapan ini diarahkan untuk menciptakan solusi desain yang optimal sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

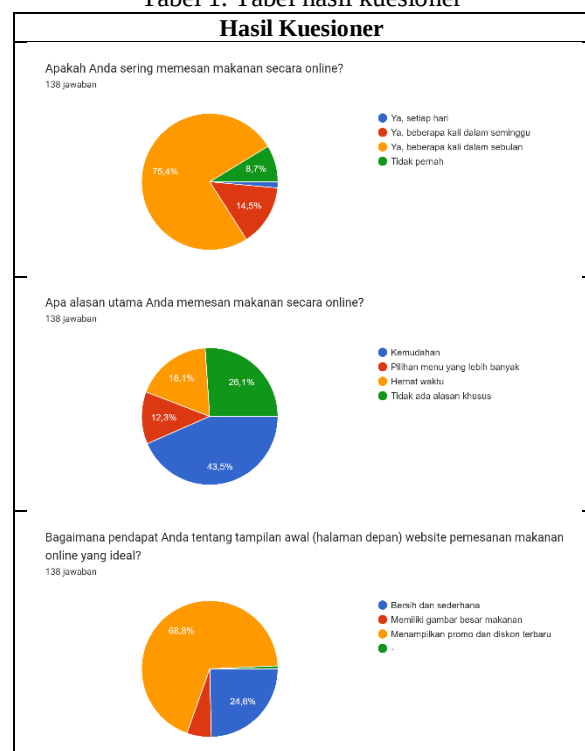
4.1. Understand Context of Use

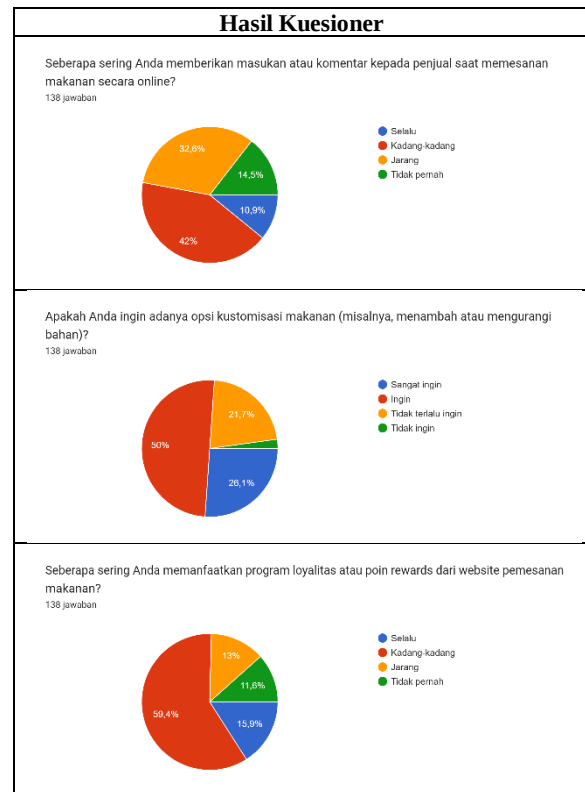
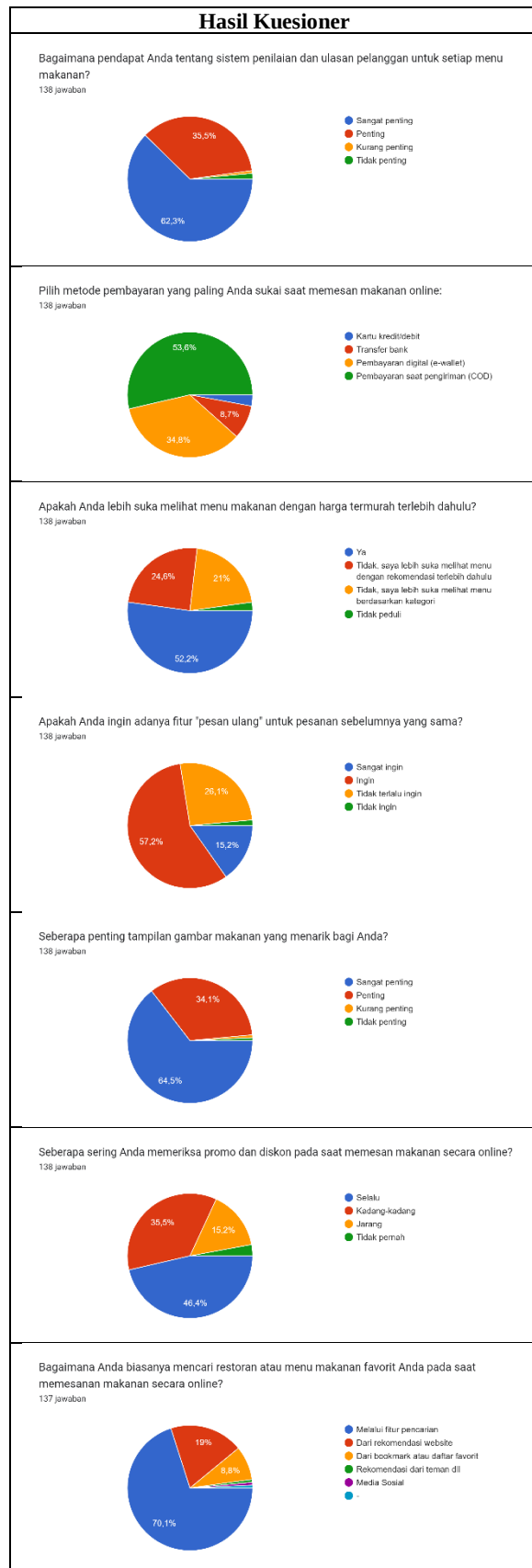


Gambar 4. Jumlah responden user research kuesioner

User Research pada Gambar 4 dengan kuesioner menghasilkan 138 responden dan dengan hasil ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel hasil kuesioner





Dari 138 responden, kemudian ditentukan 20 sampel menggunakan *Simple Random Sampling* dan menghasilkan seperti ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Tabel data user persona

Nama	Jenis Kelamin (L/P)
Nurni Hidayah	P
Nisa Kusmawanti	P
Fujiani Saqilah	P
Fauziah Gita Cahyani	P
Selvi Silviana	P
Lia Anggraini	P
Rendi Maulana	L
Dian Agustin	P
Habibah Nurhafizh	P
Siti Rahimah	P
Rita Andia	P
Fitri Sekar Ramadan	P
Fitri Rizki Ani	P
Nurul Ainisa	P
Nicky Nurliana	P
Puput Putriana	P
Nur Apriliani	P
Novi Laelatul Azizah	P
Muhammad Chrisna Basila	L
Anggi Sazwati	P

Dari Tabel 2 telah diperoleh sampel dengan jumlah 20 yang akan dijadikan user persona dalam usability testing pada desain UI yang telah dirancang menggunakan website Maze.

4.2. Specify User Requirements

Tabel 3. Tabel analisis data responden

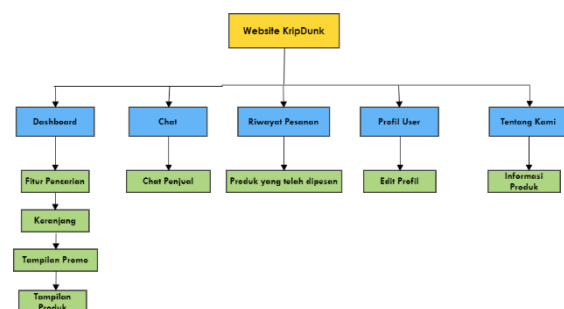
Fungsional
Bagaimana pendapat Anda tentang tampilan awal (halaman depan) website pemesanan makanan online yang ideal?
Bagaimana pendapat Anda tentang sistem penilaian dan ulasan pelanggan untuk setiap menu makanan? Pilih metode pembayaran yang paling Anda sukai saat memesan makanan online.
Apakah Anda ingin adanya fitur "pesan ulang" untuk pesanan sebelumnya yang sama?
Bagaimana Anda biasanya mencari restoran atau menu makanan favorit Anda di website pemesanan makanan online?
Apakah Anda ingin adanya opsi kustomisasi makanan?
Non-fungsional
Apakah Anda sering memesan makanan secara online?
Apa alasan utama Anda memesan makanan secara online?
Apakah Anda lebih suka melihat menu makanan dengan harga termurah terlebih dahulu?
Seberapa penting tampilan gambar makanan yang menarik bagi Anda?
Seberapa sering Anda memeriksa promo dan diskon pada website pemesanan makanan?
Seberapa sering Anda memberikan masukan atau komentar kepada website pemesanan makanan tentang pengalaman Anda?
Seberapa sering Anda memanfaatkan program loyalitas atau poin rewards dari website pemesanan makanan?

Pada Tabel 3, data responden dianalisis dengan membagi dua kategori yaitu Fungsional dan Non-fungsional. aspek fungsional (yang berkaitan langsung dengan fungsi atau fitur *website*) dan non fungsional (yang berkaitan dengan kualitas atau karakteristik tertentu dari *website*).

Selanjutnya, Identifikasi Kebutuhan *User* telah dilakukan dan mendapatkan wawasan mendalam terhadap preferensi pengguna terkait antarmuka dan pengalaman berbelanja *online*. Peneliti juga berhasil mengenali kebutuhan fitur yang diinginkan oleh pengguna. Rincian hasil Identifikasi Kebutuhan *User* adalah sebagai berikut:

- Tampilan awal yang menampilkan promo dan diskon terbaru (68,8%) menjadi signifikan dalam memengaruhi preferensi pengguna, sementara 24,6% lebih suka tampilan bersih dan sederhana.
- Fitur ulasan pelanggan dinilai sangat penting oleh 62,3% responden, menegaskan kepercayaan pada pandangan pelanggan dalam memilih menu.
- Mayoritas pengguna (53,6%) memilih pembayaran saat pengiriman (COD), sementara 35,1% lebih suka pembayaran digital melalui e-wallet.
- Fitur pesan ulang diinginkan oleh 57,2% responden, menunjukkan kebutuhan pengguna akan kemudahan mengulang pesanan.
- Fitur pencarian produk menjadi kunci, dengan 70,1% responden mencari restoran atau menu favorit melalui fitur ini.
- Fitur kustomisasi makanan mendapat respons positif dari 76,1% pengguna, menekankan pentingnya memberikan opsi personalisasi.
- Sebanyak 75,4% responden memiliki kebiasaan memesan makanan online beberapa kali dalam sebulan, menunjukkan kebiasaan reguler pengguna.
- Alasan utama memesan online melibatkan kenyamanan (43,5%), pilihan menu yang lebih banyak (12,3%), dan hemat waktu (18,1%).
- Dalam tampilan menu makanan, 52,2% responden lebih memilih melihat harga termurah terlebih dahulu sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan.
- Tampilan gambar produk yang menarik dianggap sangat penting oleh 64,5% responden.
- Aspek tampilan diskon dan promo memengaruhi keputusan dengan 46,4% selalu memeriksa, dan 35,5% kadang-kadang melakukannya.
- Kritik dan saran pelanggan mencerminkan partisipasi aktif, dengan 52,9% responden memberikan masukan saat memesan makanan online.
- Voucher atau kupon pelanggan dimanfaatkan oleh 59,4% responden, menunjukkan tingkat partisipasi dan nilai program loyalitas dalam pengalaman pengguna.

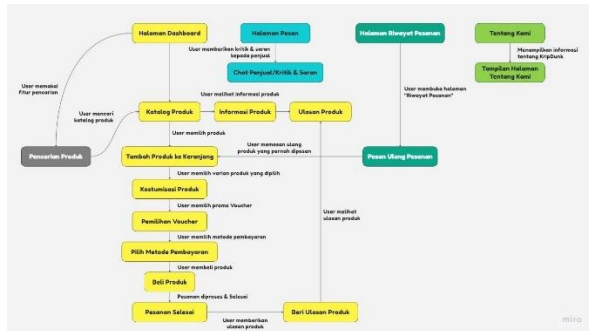
Data Responden yang telah dianalisis dan diidentifikasi kemudian di implementasikan dalam perancangan *Information Architecture* berbentuk *Sitemap* seperti ditampilkan pada Gambar 5 dan Perancangan *User Flow* seperti ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 5. Rancangan *information architecture* website kripdunk

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Gambar 5 *Information Architecture* yang disusun dimaksudkan untuk mempermudah proses perancangan antarmuka pengguna, karena telah tersusun secara terstruktur dalam *sitemap*.



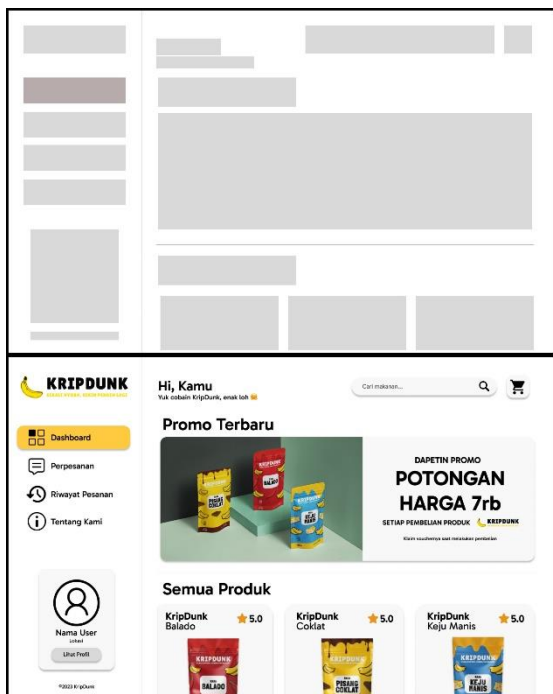
Gambar 6. *Rancangan user flow website kripdunk*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Gambar 6 *user flow* merupakan visualisasi dari langkah-langkah pergerakan yang dilakukan pengguna saat menggunakan suatu produk. Pentingnya *user flow* terbukti dalam membantu peneliti memahami pola kognitif pengguna, menciptakan pemetaan pergerakan pengguna sepanjang penggunaan produk, dan menggambarkan setiap tahap interaksi, mulai dari titik awal hingga akhir penggunaan [17].

4.3. Design Solutions

Tahapan Solusi Desain dirancang dengan berdasarkan Information Architecture yang telah disusun pada tahap sebelumnya dan menghasilkan desain, diantaranya:

1. Tampilan Halaman *Dashboard*

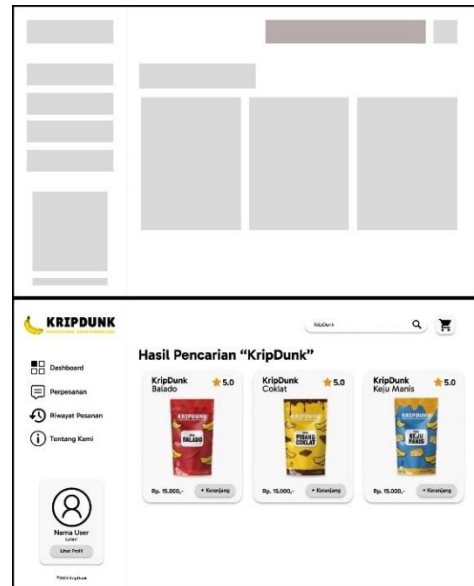


Gambar 7. *Wiredframe* & desain halaman *dashboard*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari Gambar 7, halaman *Dashboard* berfungsi sebagai tampilan produk dan promosi yang tersedia dengan berbagai fitur, termasuk tombol navigasi, kotak pencarian, keranjang belanja, dan tampilan

promo. Pengguna dapat melihat semua produk yang ada dan mendapatkan informasi lebih detail dengan menggeser layar ke bawah.

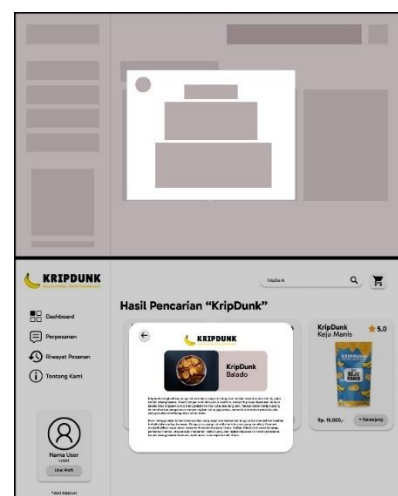
2. Tampilan Halaman Fitur Pencarian Produk



Gambar 8. *Wiredframe* & desain fitur pencarian produk
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari Gambar 8, halaman Fitur Pencarian dirancang dengan fungsi menampilkan hasil pencarian produk, memberikan informasi seperti nama, rating, foto, harga, dan opsi untuk menambahkan ke keranjang belanja. Terdapat tombol navigasi dan keranjang belanja untuk mempermudah pengguna.

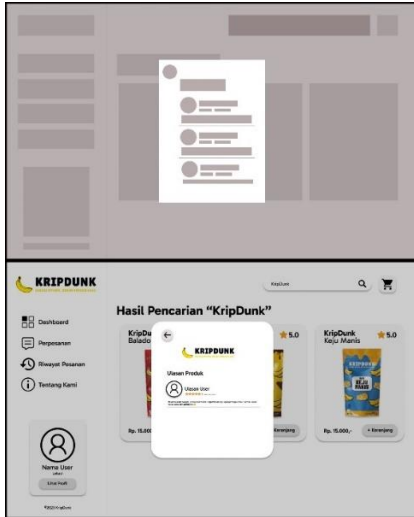
3. Tampilan Halaman Informasi Produk



Gambar 9. *Wiredframe* & desain halaman informasi produk
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari Gambar 9, tampilan halaman Informasi Produk berfungsi untuk menampilkan informasi dari produk yang tersedia. Di halaman informasi produk, *user* akan menemukan logo KripDunk, foto produk, nama produk, dan deskripsi produk. Terdapat juga tombol kembali untuk kembali ke halaman sebelumnya.

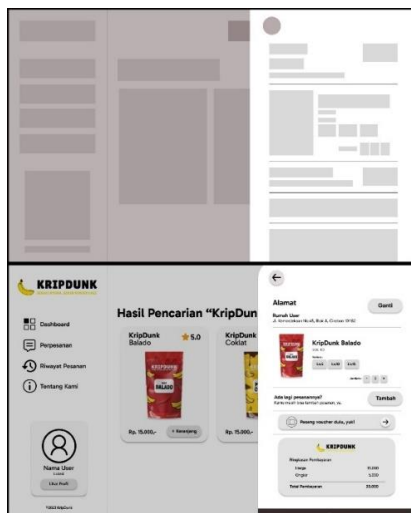
4. Tampilan Halaman Ulasan Produk



Gambar 10. Wireframe & desain halaman ulasan produk
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari Gambar 10, halaman Ulasan Produk memiliki fungsi untuk menampilkan ulasan produk yang telah dibeli oleh pembeli. Ulasan tersebut melibatkan foto dan nama pembeli, rating, serta ulasan produk. Selain itu, terdapat tombol kembali yang memungkinkan pengguna untuk kembali ke halaman sebelumnya setelah melihat ulasan.

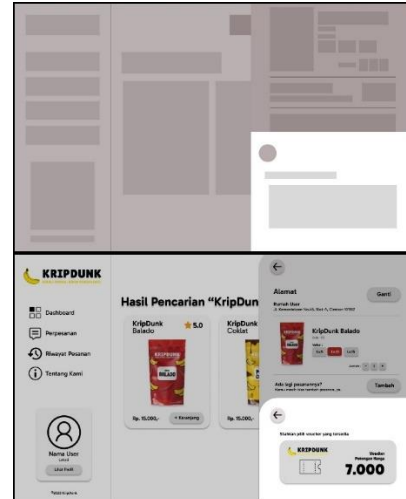
5. Tampilan Halaman Keranjang



Gambar 11. Wireframe & desain halaman keranjang
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari Gambar 11, halaman Keranjang berfungsi untuk menampilkan detail produk sebelum pembelian. Pengguna dapat melihat tombol kembali, detail alamat, variasi produk, jumlah yang diinginkan, opsi penambahan pesanan, promo atau voucher, rincian total pembayaran, metode pembayaran, total harga produk, dan tombol pembelian.

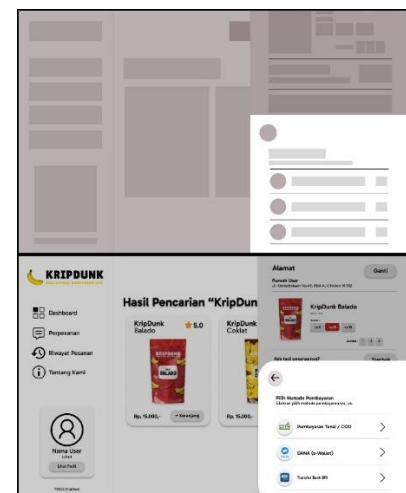
6. Tampilan Halaman Pemilihan Promo/Voucher



Gambar 12. Wireframe & desain halaman pemilihan promo/voucher
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 12, halaman Keranjang berfungsi untuk menampilkan promo/voucher yang dapat dipilih untuk pembelian produk. Promo/voucher yang tersedia ditampilkan dengan tombol kembali untuk kembali ke tampilan sebelumnya. *User* dapat mengaktifkan promo/voucher dengan mengkliknya, dan secara otomatis akan diaplikasikan pada pembelian.

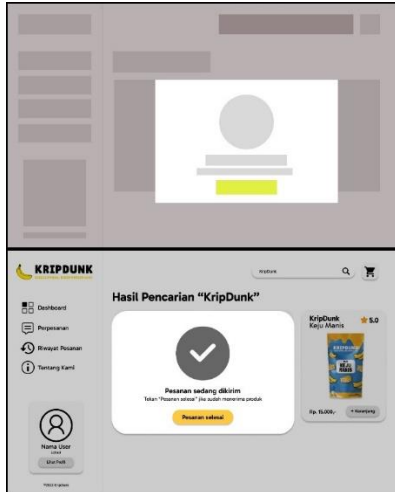
7. Tampilan Halaman Pilih Metode Pembayaran



Gambar 13. Wireframe & desain halaman pilih metode pembayaran
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari Gambar 13, halaman Pilih Metode Pembayaran berfungsi menampilkan berbagai opsi pembayaran seperti COD, *e-Wallet*, dan Transfer Bank untuk pembelian produk. Pengguna dapat memilih metode pembayaran saat melakukan transaksi di KripDunk, dan terdapat tombol kembali untuk navigasi ke tampilan sebelumnya.

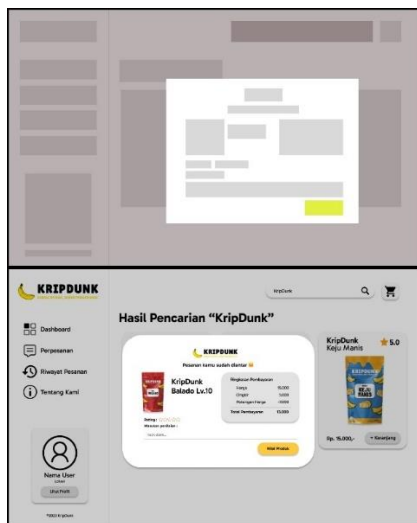
8. Tampilan Halaman Pembelian Produk



Gambar 14. Wireframe & desain halaman pembelian produk
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 14, tampilan Pembelian Produk menandakan kesuksesan pembelian dengan gambar ceklis, teks konfirmasi pengiriman, dan opsi untuk memberikan penilaian dan ulasan pada produk jika *user* menekan tombol pesanan selesai.

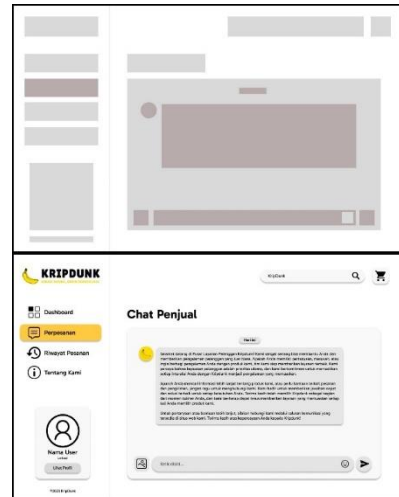
9. Tampilan Halaman Beri Ulasan Produk



Gambar 15. Wireframe & desain halaman beri ulasan produk
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari Gambar 15, halaman Beri Ulasan Produk berfungsi untuk memungkinkan pengguna memberikan ulasan terhadap produk yang sudah dibeli. Informasi yang ditampilkan melibatkan rincian pesanan, logo KripDunk, nama dan foto produk, total pembayaran, serta rating produk. Pengguna dapat memberikan rating dengan mengklik bintang di bawah foto produk dan menuliskan ulasan melalui tombol "Nilai Produk".

10. Tampilan Halaman Perpesanan



Gambar 16. Wireframe & desain halaman perpesanan
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 16, halaman Perpesanan berfungsi sebagai sarana komunikasi antara pembeli dan penjual, mencakup pertanyaan produk dan umpan balik. Dengan formulir obrolan dan navigasi, pengguna dapat dengan mudah berpindah ke halaman lain. Fitur tambahan seperti pengiriman gambar dan emotikon disediakan, memudahkan pengguna dalam berkomunikasi dan memberikan umpan balik. Interaksi antara pembeli dan penjual, termasuk pertanyaan tentang pembelian, dapat dilakukan melalui halaman ini.

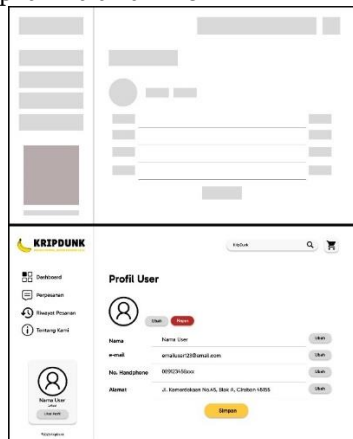
11. Tampilan Halaman Riwayat Pesanan

Pada Gambar 17, halaman Riwayat Pesanan berfungsi untuk menampilkan histori pesanan produk yang pernah dibeli oleh pengguna. Fitur ulang memungkinkan pengguna untuk memesan kembali produk yang telah dipesan sebelumnya, dan tampilan navigasi memudahkan akses ke halaman lain. Di halaman ini, pengguna dapat melihat daftar pesanan sebelumnya dan dengan mudah memesan ulang melalui tombol "Beli lagi". Terdapat juga fitur pencarian, keranjang belanja, dan navigasi.



Gambar 17. Wireframe & desain halaman riwayat pesanan
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

12. Tampilan Halaman Profil

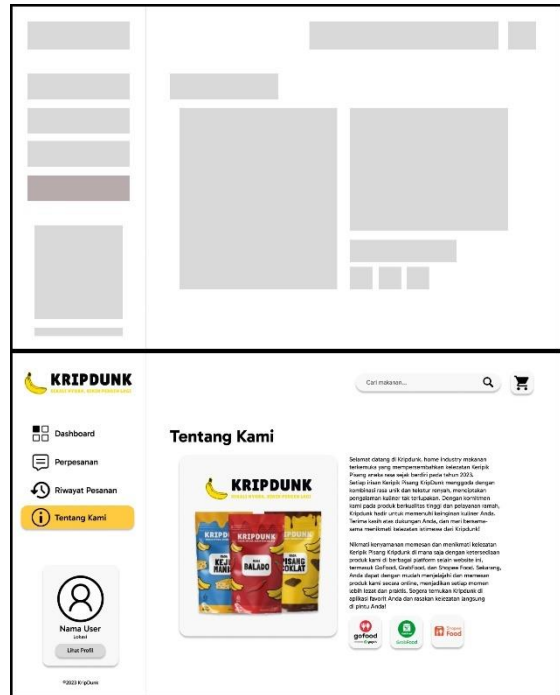


Gambar 18. Wireframe & desain halaman profil
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam Gambar 18, halaman Profil menyajikan informasi pengguna secara lengkap dan memungkinkan pengguna untuk mengedit data pribadi, seperti nama, email, nomor telepon, dan alamat, menggunakan tombol "Ubah". Fitur ini juga memungkinkan pengguna untuk mengganti atau menghapus foto profil dengan tombol "Ubah" dan "Hapus". Setelah melakukan perubahan, pengguna dapat menyimpannya dengan mudah melalui tombol "Simpan".

13. Tampilan Halaman Tentang Kami

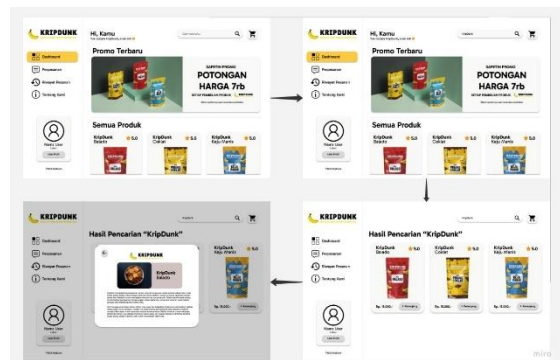
Pada Gambar 19, halaman Tentang Kami berfungsi sebagai sumber informasi terperinci mengenai KripDunk, menyediakan tampilan produk, dan menawarkan navigasi untuk akses ke halaman lain. Di sini, pengguna dapat melihat foto-foto produk KripDunk beserta informasi lengkapnya. Tombol-tombol di halaman ini memudahkan pengguna untuk beralih ke platform lain seperti GoFood, GrabFood, atau Shopee Food untuk menemukan dan memesan produk KripDunk favorit mereka.



Gambar 19. Wireframe & desain halaman tentang kami
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Prototype dirancang berdasarkan *User Flow* yang telah dirancang dan diimplementasikan untuk *Usability Testing* pada *website Maze*. Berikut ini merupakan daftar Skenario *Prototype* untuk *Usability Testing* diantaranya:

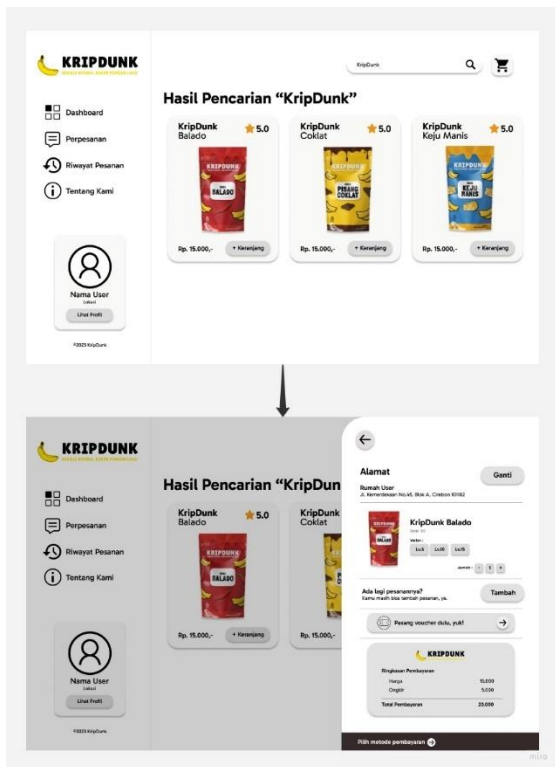
14. Blok 1: Menggunakan Fitur Pencarian Produk & Menampilkan Deskripsi Produk



Gambar 20. Blok 1 *prototyping*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 20, user diminta untuk menggunakan "Fitur Pencarian" dengan mengklik ikon kaca pembesar di pojok kanan atas. Setelah itu, jika nama "KripDunk" muncul, user diminta untuk klik ikon kaca pembesar sekali lagi untuk menampilkan produk hasil pencarian. Selanjutnya, user diminta untuk melihat deskripsi produk dengan cara mengklik "Gambar Produk". Dalam percobaan ini, user diminta untuk mengklik gambar produk "KripDunk Balado".

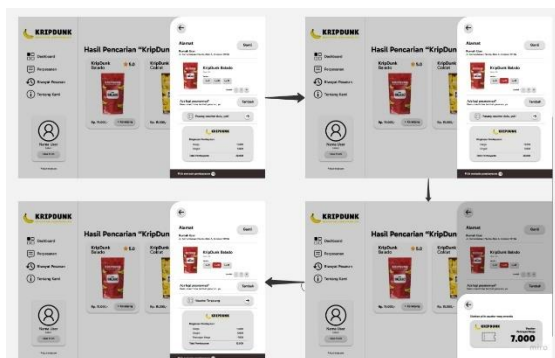
15. Blok 2: Menambahkan Produk ke Keranjang



Gambar 21. Blok 2 prototyping
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam Gambar 21, user diminta untuk menambahkan produk ke keranjang dengan cara mengklik "+ Keranjang". Pada percobaan kali ini, user diminta untuk klik pada produk "KripDunk Balado".

16. Blok 3: Mengkostumisasi Produk dan Memasang Promo/Voucher

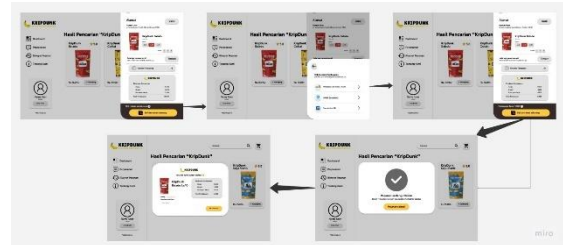


Gambar 22. Blok 3 prototyping
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 22 Blok 3, user diminta untuk mengkostumisasi produk dengan memilih Variasi level pada varian produk. Dalam Percobaan ini, user diminta untuk klik pada "LV.10". Setelah itu, user diminta untuk memastikan bahwa kostumisasi berhasil dilakukan dengan memeriksa apakah sudah berwarna merah.

Selanjutnya, user diminta untuk menggunakan Voucher Potongan Harga dengan cara mengklik tanda panah di button "Pasang voucher dulu, yuk". Setelah itu, user diminta untuk memilih voucher yang tersedia dan mengklik pada voucher tersebut, sehingga Voucher Potongan Harga berhasil terpasang.

17. Blok 4: Memilih Metode Pembayaran dan Melakukan Pembelian Produk



Gambar 23. Blok 4 prototyping
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 23 Blok 4, user diminta untuk memilih metode pembayaran dengan cara melakukan scroll kebawah dan mengklik pada tanda panah ">" disebelah kanan teks "Pilih metode pembayaran". Setelah berhasil diklik, user diminta untuk memilih metode pembayaran "Pembayaran Tunai/COD".

Setelah memilih metode pembayaran, user diminta untuk klik "Beli dan pesan sekarang" untuk melakukan pembelian. Setelah itu, user diminta untuk mengklik "Pesanan selesai" untuk melakukan penilaian produk.

18. Blok 5: Memberikan Penilaian Produk

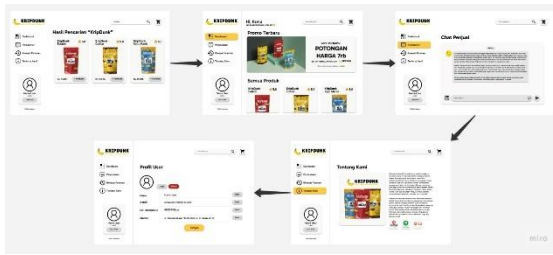


Gambar 24. Blok 5 prototyping
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 24, user diminta untuk memberikan rating pada produk dengan cara mengklik pada ikon bintang yang berada di bawah gambar produk. Setelah muncul bintang, user diminta untuk memastikan bahwa rating produk berhasil dilakukan.

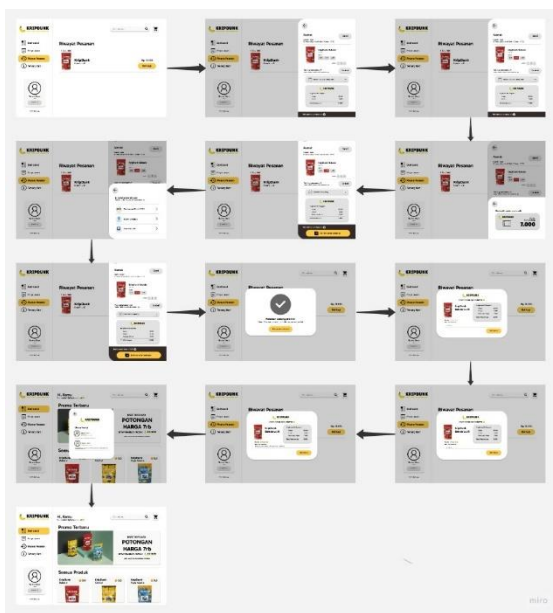
Setelah memberikan rating, user diminta untuk klik "Ketik disini.." untuk memberikan ulasan pada produk. Setelah ulasan muncul, user diminta untuk klik "Nilai Produk" untuk menyelesaikan pesanan dan melihat hasil ulasan. Selanjutnya, user diminta untuk klik kembali di pojok kiri atas untuk menutup ulasan.

1. Blok: Eksplorasi Menu dan Lakukan Pesan Ulang Produk



Gambar 25. Blok 6 prototyping bagian 1
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 25, *user* diminta untuk klik "Dashboard" untuk kembali ke tampilan awal. Selanjutnya, *user* diminta untuk mencoba mengklik "Perpesanan," "Tentang Kami," dan "Lihat Profil" pada samping kiri tampilan UI.



Gambar 26. Blok 6 prototyping bagian 2
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada Gambar 26 Blok 6, *user* diminta untuk mengklik "Riwayat Pesanan" dan kemudian mengklik "Beli lagi" untuk memesan ulang produk yang sudah dipesan sebelumnya. *User* diharapkan melakukan langkah-langkah tersebut seperti pada tahap-tahap sebelumnya, sampai akhirnya mencapai halaman *Dashboard*. Jika *user* berhasil melalui proses ini, maka dapat dianggap bahwa *usability testing* telah berhasil dilakukan.

4.4. Evaluate Against Requirements

Pada uji coba penggunaan *website* Maze, *prototype* diubah menjadi blok pada *Usability Testing*. Hasilnya termasuk *Mission Usability Score* (MIUS) dan *Maze Usability Score* (MAUS) pada Tabel 1.

Tabel 4. Tabel hasil *mission usability score* dan *maze usability score*

No. Blok	MIUS
B1	67%

B2	85%
B3	87%
B4	69%
B5	79%
B6	73%
MAUS	77%

Berdasarkan Tabel 1, hasil MAUS *usability testing* UI *website* KripDunk adalah 77%, menunjukkan desain *user interface* yang dimengerti dengan baik oleh responden sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna.

Tabel 5. Parameter pertanyaan *system usability scale*

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

Parameter digunakan untuk SUS melalui *website* Jotform untuk mengevaluasi *feedback User Persona* setelah *usability testing* dengan parameter 10 pertanyaan seperti ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 6. Tabel hasil skor *system usability scale*

Skor									
Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q10
4	1	5	1	5	2	5	1	5	2
4	2	4	2	5	2	3	1	4	4
4	2	5	2	4	2	4	2	4	3
5	2	4	2	5	2	4	2	2	4
4	1	5	1	1	1	4	1	5	2
5	1	5	2	5	1	5	2	5	4
5	2	5	2	4	2	5	1	5	3
4	2	4	2	5	2	4	2	5	2
4	2	5	1	4	2	4	1	4	2
5	1	5	3	5	1	5	1	5	1
4	2	4	4	4	3	4	2	4	4
4	3	4	4	4	3	4	1	4	4
4	2	4	2	4	1	4	2	5	2
5	2	4	1	4	2	4	2	4	2
4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
5	1	5	3	5	2	5	2	2	4
5	1	4	4	5	3	4	2	3	4
5	1	5	1	5	2	5	1	5	3
4	1	5	4	4	2	4	2	4	4
4	2	5	4	4	2	4	2	4	4

Pada Tabel 3, setiap parameter pertanyaan akan dinilai menggunakan skala 1-5: 1=Sangat Tidak Setuju, 2=Tidak Setuju, 3=Ragu-ragu, 4=Setuju, 5=Sangat Setuju.

Tabel 7. Tabel hasil pengolahan data system usability scale

Skor Hasil Hitung									
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3	2	4	3	1
3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
4	3	3	3	4	3	3	3	1	1
3	4	4	4	0	4	3	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	3	4	1
4	3	4	3	3	3	4	4	4	2
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
3	3	3	1	3	2	3	3	3	1
3	2	3	1	3	2	3	4	3	1
3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	2	4	3	4	3	1	1
4	4	3	1	4	2	3	3	2	1
4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
3	4	4	1	3	3	3	3	3	1
3	3	4	1	3	3	3	3	3	1

Pada Tabel 4, hasil *System Usability Scale* (SUS) diolah dengan menerapkan rumus khusus: pertanyaan dengan nomor ganjil dianggap positif (skor-1), sementara pertanyaan dengan nomor genap dianggap negatif (5-skor). Setelah mengonversi skor SUS untuk setiap pertanyaan, skor individu responden dijumlahkan dan hasilnya dikalikan dengan 2.5.

Dengan menghitung dan mengevaluasi hasil *System Usability Scale* (SUS) dari tabel di atas, diperoleh skor rata-rata (Hasil Akhir) sebesar 78. Skor rata-rata tersebut mencerminkan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan terhadap sistem yang dinilai. Dengan demikian, skor rata-rata 78 menggambarkan bahwa sistem tersebut mendapat penilaian positif dari pengguna dengan tingkat kepuasan yang baik. Skor ini masuk dalam rentang penerimaan (*acceptability range*) yang dapat dianggap baik dengan penilaian kata sifat "Good" dan peringkat skala "B". Selain melakukan pengukuran kualitatif, hasil *usability testing* juga memberikan umpan balik yang digunakan sebagai bahan evaluasi desain. *Feedback* dari responden akan masuk pada tahapan Iterasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian perancangan *user interface website* pemesanan *online* produk makanan KripDunk menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) menunjukkan bahwa penerapan prinsip 4E (*Error-Free, Easy to Use, Easy to Understand, Effective for End Goal or Product*) memberikan landasan kuat

untuk menciptakan pengalaman pengguna positif. Partisipasi aktif pengguna dalam perancangan dan UCD efektif dalam memastikan keterlibatan pengguna dari desain hingga evaluasi. *Evaluasi melalui Mission Usability Score* (MIUS), *Maze Usability Score* (MAUS), dan *System Usability Scale* (SUS) menunjukkan keberhasilan desain, dengan MAUS mencapai 77% dan SUS mencetak skor 78, dianggap baik. Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup analisis lebih mendalam pada aspek-aspek spesifik, melibatkan kelompok pengguna lebih luas, dan mempertimbangkan metode pengukuran tambahan. Kontak langsung dengan peneliti melalui nursehantz101@gmail.com diusulkan untuk wawasan tambahan dan potensi kolaborasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. S. Y. Saputri, M. Fadhli, and I. Surya, "Penerapan metode ucd (user centered design) pada e-commerce putri intan shop berbasis web," *J. Nas. Teknol. ...*, 2017, [Online]. Available: <https://teknosi.fti.unand.ac.id/index.php/teknosi/article/view/328>
- [2] P. Kominfo, "Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia," ... *Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*. 2018.
- [3] A. A. Puji and V. Engraini, "Perancangan User Interface Website E-Commerce Pada Usaha Kuliner Menggunakan User Centered Design," *J. CoSciTech (Computer Sci. ...)*, 2021, [Online]. Available: <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/coscitech/article/view/2196>
- [4] A. Indonesia, "Hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2018." 2018.
- [5] P. Z. Dinata, M. A. Urwah, M. R. Rahmawan, and ..., "Perancangan UI/UX Web e-Commerce 'Hallo Coffee' Menggunakan Metode User Centered Design," *Jambura J. ...*, 2023, [Online]. Available: <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jji/article/view/17511>
- [6] F. N. Khasanah, S. Rofiah, and D. Setiyadi, "Metode User Centered Design dalam Merancang Tampilan Antarmuka Ecommerce Penjualan Pupuk Berbasis Website Menggunakan Aplikasi Balsamiq ...," *Jurnal Aplikasi Sains Dan ...*. core.ac.uk, 2019. [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/229030353.pdf>
- [7] R. Abdullah, "Pemrograman web untuk pemula, jakarta: PT," *Ele x Media Komputindo*. 2018.
- [8] D. Riswandi, "Transaksi on-line (e-commerce): peluang dan tantangan dalam perspektif ekonomi Islam," ... *Econetika J. Ilmu Sos. Ekon. Dan ...*, 2019, [Online]. Available: <https://unu-ntb.e-journal.id/econetika/article/view/80>
- [9] H. Joo, "A study on understanding of UI and UX, and understanding of design according to user

- interface change,” *International Journal of Applied Engineering Research*. 2017.
- [10] N. A. Ningsih and M. R. Abidin, “Perancangan Design User Interface Website Pada Pet Shop Azria Di Kabupaten Lamongan,” *BARIK*, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/42324>
- [11] Y. A. Rahman, E. D. Wahyuni, and ..., “Rancang Bangun Prototype Sistem Informasi Manajemen Program Studi Informatika Menggunakan Pendekatan User Centered Design,” *Jurnal Repositor*. pdfs.semanticscholar.org, 2020. [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/b82e/21ac3d0bd99406b3f74d8399b1696c0496b.pdf>
- [12] M. Agarina, A. S. Karim, and S. Sutedi, “User-Centered Design Method in the Analysis of User Interface Design of the Department of Informatics System’s Website,” ... *Int. Conf.* ..., 2019, [Online]. Available: <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/icitb/article/view/2098>
- [13] A. G. Pramesti, Q. J. Adrian, and ..., “Perancangan Ui/Ux Pada Aplikasi Pemesanan Buket Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus: Bouquet Lampung),” *J. Inform. dan ...*, 2022, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/2025>
- [14] R. R. Marbun, F. Al Mufied, and ..., “Perancangan User Interface/User Experience (UI/UX) Website Helpmeong Untuk Shelter Menggunakan Metode Goal-Directed Design,” *JUPI (Jurnal ...)*, 2022, [Online]. Available: <https://www.jurnal.stkippgritulungagung.ac.id/index.php/jupi/article/view/3190>
- [15] S. Kinney, “How your Usability Score is calculated.” 2021.
- [16] J. Sauro, “MeasuringU: 5 Ways to Interpret a SUS Score. MeasuringU.” 2018.
- [17] R. P. Sutanto, *Analisis User Flow pada Website Pendidikan: Studi Kasus Website DKV UK Petra*. repository.petra.ac.id, 2022. [Online]. Available: <https://repository.petra.ac.id/19660/>