

## PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI RE-FOOD SISTEM REKAP ORDER OTOMATIS PEMESANAN MAKANAN GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN PENYAJIAN PRODUK

Nur Filza Mufida, Lukie Perdanasari

Teknik Informatika, Politeknik Negeri Jember

Jl. Mastrip PO BOX 164, Jember - Jawa Timur- Indonesia

nurfilzamufida1@gmail.com

### ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah mengubah pola pemesanan makanan di Indonesia, dengan meningkatnya penggunaan aplikasi online untuk memesan makanan. Namun, pemesanan melalui WhatsApp sering kali menyebabkan pesanan yang tidak terorganisir, kesalahan, dan keterlambatan, sehingga mengganggu pelayanan restoran. Penelitian ini bertujuan merancang aplikasi RE-Food sebagai solusi rekap order otomatis guna meningkatkan kualitas pelayanan dan pengelolaan pesanan. Menggunakan metode Design Thinking yang terdiri dari tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Testing, aplikasi ini dirancang dengan fokus pada kebutuhan pengguna. Hasil pengujian System Usability Scale (SUS) menunjukkan bahwa aplikasi RE-Food dapat meningkatkan akurasi, efisiensi, dan pengalaman pengguna dalam pemesanan makanan, memberikan kemudahan baik bagi pelanggan maupun pemilik restoran.

**Kata kunci :** Rekap order, Pemesanan makanan, Design Thinking, User Experience

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia mengalami perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan akibat munculnya virus Covid-19, yang pertama kali terdeteksi di Wuhan pada Desember 2019. Interaksi sosial yang awalnya terbuka berubah menjadi kebijakan untuk tetap di rumah, yang berdampak signifikan pada sektor ekonomi, operasional kerja, pendidikan, dan berbagai bidang lainnya. Jumlah pasien yang terinfeksi Covid-19 terus meningkat, mencapai 6.051.850 orang [1].

Dampak yang kerap dirasakan ketika masa jaga jarak memberikan sebuah transformasi yang signifikan pada aktifitas sehari-hari, salah satunya terhadap rumah makan dan resto menjadi sasaran untuk memulai kebijakan baru dengan adanya *take away* makin marak sehingga dapat mempermudah transaksi antara penjual dan pembeli di berbagai tempat dan waktu, tanpa ada proses tawar-menawar sebab tarif telah ditetapkan [2].

Masyarakat kini dapat memesan makanan secara digital melalui aplikasi *online*. Berdasarkan riset yang dilakukan pada Oktober 2021, menyatakan sebanyak 36% responden baru memulai menggunakan layanan pesan antar dalam 12 bulan terakhir, sementara 54% responden mengatakan bahwa frekuensi penggunaan layanan pesan antar makanan meningkat selama pandemi [3].

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan DailySocial.id, aplikasi *mobile* yang paling sering digunakan untuk layanan pengantaran makanan adalah GrabFood, yang berada pada urutan keempat dengan 25,21% dari total 1.027 responden. Aplikasi ini sangat diminati konsumen karena dapat melakukan pemesanan dan pengantaran kapan saja dan dimana saja dengan cara yang lebih praktis, aman, dan nyaman. Dalam survei yang dilakukan di enam kota besar

Indonesia dengan 258 responden, aplikasi ojek yang paling populer adalah GoFood, yang memimpin dengan persentase 74,8%, diikuti oleh GrabFood dengan 20,9% dan 3,1% responden lainnya menggunakan layanan pesan antar dari outlet. Aplikasi ini disukai karena memberikan kenyamanan tanpa proses tawar-menawar, dengan tarif yang sudah ditetapkan.[4].

Peningkatan pesanan makanan secara daring memicu persaingan bisnis dalam penempatan harga sebab semakin beragam fitur, layanan, dan tampilan yang ditawarkan yang nantinya menjadikan sebuah pembayaran baru berupa pajak dan kenaikan harga pada layanan[5], sehingga banyak pelanggan yang melakukan pemesanan melalui aplikasi *WhatsApp* untuk menghindari biaya tambahan, namun pemesanan melalui *WhatsApp* sering pesanan yang dilakukan oleh pelanggan tidak terorganisir dengan baik. Pesanan yang diterima sering kali tidak terinput, menu yang dikirim bisa salah, jadwal pesanan tidak tepat, serta miskomunikasi dalam pembayaran. Hal ini tidak hanya merugikan pelanggan, tetapi juga menyulitkan penyedia layanan resto dalam mengatur pesanan yang masuk sesuai dengan jadwal dan detail yang benar, serta memastikan pembayaran dari pelanggan. Penyedia layanan katering masih harus melakukan rekap pesanan satu per satu melalui telepon dan *WhatsApp*, yang tentunya meningkatkan kemungkinan terjadinya kesalahan manusia [6].

Perancangan desain antarmuka RE-Food menjadi esensi untuk membentuk Solusi kebutuhan secara praktis dan terorganisir dalam pemesanan makanan dengan intuitif sehingga pengguna dapat dengan mudah melakukan pemesanan makanan dan membantu pemilik resto untuk menata informasi yang

mereka butuhkan melalui data pemesanan makanan pelanggan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat beberapa kompetitor serupa menjadi acuan utama dalam penerapan implementasi dengan metode *design thinking* sebagai pemecahan permasalahan pengguna untuk membangun desain antarmuka.

- Analisis dan Perancangan UI/UX Aplikasi Sistem Kasir Berbasis Website Menggunakan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus : Kafe Omah Angkringan) : merancang aplikasi berbasis website untuk perekapan kasir yang manual dari kertas hingga terbentuk sistem kasir dibangun melalui pendekatan metode *design thinking* dengan evaluasi pengujian menggunakan metode SUS (*system usability scale*) Hasil pengujian pengalaman pengguna dengan metode SUS pada 30 responden menghasilkan skor rata-rata 83,41, yang menunjukkan bahwa grade yang diperoleh adalah A (Sangat Baik)[7].
- Perancangan UI/UX Berbasis Android Untuk Proses Bisnis Sapuain Kopi Basecamp Merapi: Sapuain Coffee and Farm adalah UMKM kedai kopi yang fokus pada produksi dan penjualan kopi lokal. Saat ini, mereka menghadapi masalah pencatatan data yang kurang optimal, yang menghambat pengambilan keputusan. Melalui pendekatan Design Thinking, hasil perhitungan skor SUS (System Usability Scale) menunjukkan nilai 71,35, menandakan bahwa desain aplikasi memiliki peringkat "Baik"[8].
- Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Belanja Online dengan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus Lazada) : Penelitian ini mengevaluasi pengalaman pengguna pada halaman beranda aplikasi belanja online Lazada melalui perspektif pelanggan, dengan metode *usability testing* dan *System Usability Scale* (SUS). Pendekatan *design thinking* diterapkan untuk menemukan solusi atas permasalahan dan meningkatkan kualitas pengalaman pengguna. Berdasarkan hasil evaluasi, aplikasi Lazada memperoleh skor SUS sebesar 77,5, yang berada dalam kategori *grade scale* B dan memiliki *adjective rating* "Good"[9].

### 2.2. User Interface (UI)

Bagian dari hubungan manusia dan computer dalam perancangan dan desain untuk memenuhi kebutuhan dalam pengoperasian komputer secara praktis dengan tatanan elemen visual dari teks, gambar, *layout*, transisi, dan interaksi lain yang berlangsung [10].

### 2.3. User Experience (UX)

Pengalaman yang dapat dirasakan pengguna dalam penggunaan produk komputer dengan interaksi dan melakukan evaluasi melalui *feedback* dimana

pengguna dapat mengetahui dan memahami penggunaan produk [10].

### 2.4. Design Thinking

Metode yang digunakan untuk melakukan pembentukan solusi dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan pusat fokus utama adalah pengguna. Tahapan *Design Thinking* terbagi menjadi 5 tahapan di antaranya:

- Empathize*: membahas mengenai pengamatan data dengan pengumpulan data untuk keperluan penelitian. Fase ini pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan melakukan wawancara kepada pihak resto untuk mengetahui bagaimana interaksi dan kebutuhan pengguna.
- Define*: mendefinisikan masalah melalui gagasan yang terdahulu dan memetakan *pain & gain* pemilik resto dalam melakukan penggunaan aplikasi yang dikumpulkan pada fase pertama.
- Ideate*: mengumpulkan solusi yang relevan dengan permasalahan yang telah didefinisikan sebelumnya dengan melakukan tahapan *Brainstorming* untuk membentuk sebuah sitemap guna memperbaiki dan menyelesaikan suatu permasalahan.
- Prototype*: proses perancangan suatu konsep yang diperoleh dari ide sebelumnya yang dikonversi menjadi purwarupa berupa desain rancangan utama melalui mockup dan Hi-Fi.
- Testing*: Pengujian yang telah dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan karakteristik yang beragam akan melalui tahapan *usability testing*, diikuti oleh evaluasi pasca-pengujian untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut [11].

### 2.5. System Usability Scale (SUS)

Pengujian yang dilakukan untuk mengukur usabilitas, berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat memberikan sebuah wawasan terhadap aspek kegunaan mana yang dapat menunjang untuk keberlanjutan dan penguatan dalam solusi yang dirancang [12].

Untuk memperoleh pengukuran skala SUS dari keseluruhan pengujian, sistem (SUS), semua nilai yang telah dihitung (jumlah \* 2,5) maka dapat dilakukan perhitungan nilai rata-rata dari keseluruhan tes melalui rumus:

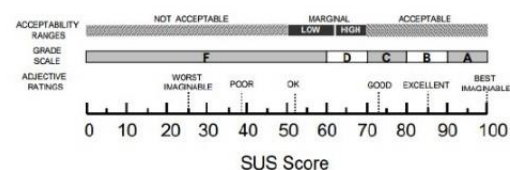
$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

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

$\sum x$  = Jumlah skor SUS

$n$  = Jumlah Responden

(1)



Gambar 1. Parameter Skor SUS

Adapun parameter dari hasil skor SUS yang didapat dari perhitungan yang nantinya nilai itu dapat di timbang kembali melihat parameter untuk menentukan produk layak pakai oleh pengguna [13].

## 2.6. Flowchart

Notasi digunakan untuk menyederhanakan pernyataan algoritma dengan memanfaatkan gambar dan simbol [14].

## 2.7. Empathy Map

Visualisasi kolaboratif yang berguna untuk menginterpretasikan informasi yang sudah diketahui tentang tipe pengguna tertentu. Peta ini membantu mengeksternalisasi pengetahuan mengenai pengguna untuk membangun pemahaman bersama terkait kebutuhan pengguna, dan mendukung pengambilan keputusan. Peta Empati memiliki empat Kuadran yakni *Do, say, Think, and feel* [15].

## 2.8. User Persona

Representasi fiktif yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik dan kebutuhan calon pengguna secara lebih jelas. Persona ini membantu dalam memahami siapa target pengguna, apa yang mereka butuhkan, serta bagaimana mereka berperilaku dalam konteks penggunaan produk atau layanan yang sedang dikembangkan [16].

## 2.9. Eisenhower Matrix

Media manajemen dan prioritas yang dapat membantu dalam memutuskan skala urgensi dan kepentingannya, pada tahapan penentuan prioritas ini terdapat 4 kuadran yakni *urgent and important, not urgent but important, Urgent but not important, dan not urgent and not important*[17].

## 2.10. Design System

Kumpulan komponen yang dipakai secara berulang dalam suatu produk untuk memastikan standar kualitas dan konsistensi desain tetap terjaga[18].

## 3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam merancang UI/UX pada aplikasi Re-Food adalah *Design Thinking*, yang mampu memberikan solusi terfokus melalui tahapan yang runtut, sehingga permasalahan pengguna dapat diselesaikan sesuai dengan kebutuhan. Langkah-langkah dalam pelaksanaan tahapan *Design Thinking* yakni:

### 3.1. Empathize

Fase awal ini melakukan inisiasi permasalahan dengan melakukan pengumpulan data melalui melakukan riset studi literatur dengan gagasan terdahulu, melakukan wawancara dengan pihak-pihak terlibat yakni beberapa pihak pemilik resto, dan distribusi melalui kuisioner untuk pelanggan resto. Pengumpulan data ini bertujuan untuk menghimpun

informasi terhadap permasalahan yang terjadi dan memberikan pendekatan agar dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pengguna. Berikut rincian pertanyaan wawancara terhadap pihak resto terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Wawancara Pemilik Resto

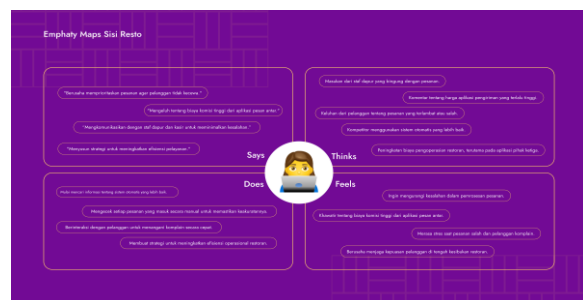
| No | Pertanyaan Pemilik Resto                                                                                                                                       |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Berapa lama Anda melakukan operasi penjualan pada resto dan selain metode berdagang <i>offline</i> apakah Anda juga melakukan penjualan secara <i>online</i> ? |
| 2  | Sejauh ini bagaimana Anda melakukan perekapan pemesanan pelanggan pada resto?                                                                                  |
| 3  | Apa saja hambatan dalam keberlangsungan melayani pemesanan dalam via aplikasi <i>WhatsApp</i> ?                                                                |
| 4  | Bagaimana solusi yang Anda lakukan dalam mengatasi hambatan tersebut?                                                                                          |

Berikut pertanyaan melalui distribusi kuisioner kepada pelanggan pada Tabel 2.

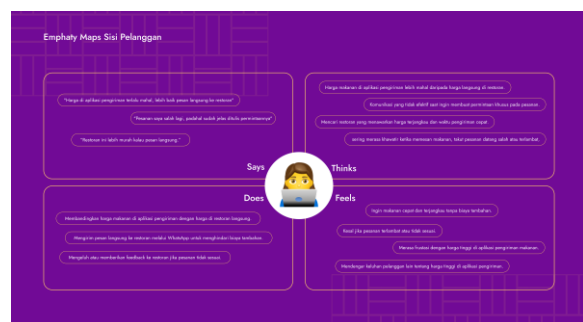
Tabel 2. Daftar Pertanyaan Kuisioner Pelanggan

| No | Pertanyaan Pemilik Resto                                                                             |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Apakah anda sering memesan makanan atau minuman dengan aplikasi <i>online</i> ?                      |
| 2  | Aplikasi Apa saja yang anda gunakan untuk melakukan pemesanan?                                       |
| 3  | Bagaimana tanggapan anda dengan adanya penambahan harga terhadap pemesanan makanan melalui aplikasi? |
| 4  | Metode pemesanan apakah yang anda sukai dalam memesan makanan dan minuman?                           |

Berikut adalah *empathy map* yang didapatkan dari setelah melakukan wawancara kepada pemilik resto dan kuisioner pelanggan:



Gambar 2. Empathy Map sisi pemilik resto



Gambar 3. Empathy Map sisi pelanggan

### 3.2. Define

Hasil yang didapatkan pada tahap *empathize* Didefinisikan secara rinci dan mendasar tentang pain point yang dirasakan pada sistem tersebut yang terbentuk sebuah *User persona* Berikut adalah tabel untuk *pain and gain* dari sisi penjual yang terdapat pada tabel 3.

Tabel 3. Pain And Gain Sisi Penjual

| Pain                                                                                                                                                                                                                                                            | Gain                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kesulitan dalam memgelolah pesanan secara tepat dan cepat baik aplikasi Offline maupun Online                                                                                                                                                                   | Implementasi aplikasi manajemen pesanan untuk operasional penjualan.                           |
| Baru memulai berjualan secara online mungkin menghadapi tantangan dalam adaptasi ke platform digital, seperti memahami alur pemesanan, pengelolaan stok, dan interaksi dengan pelanggan online.                                                                 | Sistem yang dapat melakukan handling stok dan update menu baru                                 |
| manual untuk merekap pesanan (misalnya di buku catatan atau Excel), ini dapat mengakibatkan potensi kesalahan, keterlambatan, atau ketidakteraturan dalam manajemen pesanan.                                                                                    | sistem otomatis merekap pesanan pelanggan dapat mengurangi kesalahan dan meningkatkan akurasi. |
| Penggunaan WhatsApp sebagai platform pemesanan bisa memiliki hambatan seperti kesulitan melacak pesanan dalam jumlah besar, memakan waktu lebih lama dalam mengelola percakapan, serta potensi kehilangan informasi pesanan jika chat terhapus atau terabaikan. | Pemesanan melalui WhatsApp yang dapat terekap pada aplikasi.                                   |

Berikut adalah tabel untuk *pain and gain* dari sisi pembeli yang terdapat pada tabel 4.

Tabel 4. Pain And Gain Sisi Pembeli

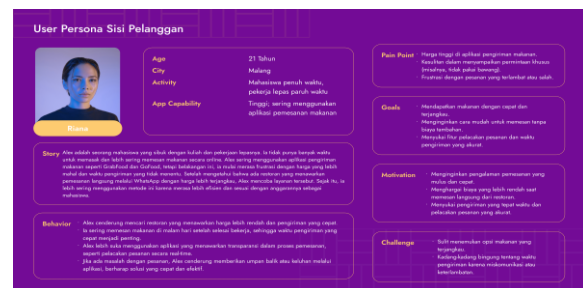
| Pain                                                                                                                                          | Gain                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kenaikan harga menu makanan ketika pesan online karena biaya pajak.                                                                           | Implementasi aplikasi yang dapat terintegrasi dengan whatsapp pemilik resto                         |
| Pemesanan jika melalui whatsapp sering terabikan dan slow respon dominan human error                                                          | Sistem otomatis bisa memberikan konfirmasi pesanan secara instan kepada pelanggan, Melalui WhatsApp |
| Tidak dapat menjangkau permintaan yang spesifik Permintaan khusus (seperti tidak pakai bawang) sering tidak dipenuhi, menyebabkan kekecewaan. | Sistem yang lebih terorganisir akan memastikan permintaan khusus dipenuhi, meningkatkan kepuasan    |

Setelah ditemukan *pain and gain*, maka dipetakan lebih detail melalui *user persona* dari setiap sisi berikut isi dari user persona



Gambar 4. User Persona sisi pemilik resto

Persona melalui pihak resto memiliki intisari bahwa Sarah, pemilik restoran berpengalaman, kesulitan mengelola banyaknya pesanan dari berbagai saluran (di tempat, WhatsApp, dan aplikasi). Masalah yang sering muncul adalah pesanan salah atau terlambat, dan biaya komisi tinggi dari aplikasi pihak ketiga. Ia ingin mengotomatisasi pemesanan agar lebih efisien dan fokus pada peningkatan kualitas layanan.

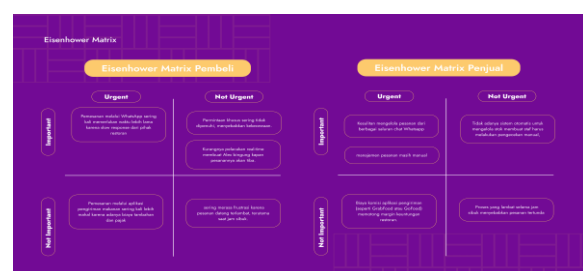


Gambar 5. User Persona sisi pelanggan

Persona sisi pelanggan dapat dijabarkan Riana, seorang mahasiswa yang sibuk, mencari cara pemesanan makanan yang cepat dan terjangkau. Ia merasa frustrasi dengan harga dan layanan pengiriman dari aplikasi pihak ketiga yang mahal serta sering mengalami kesalahan atau keterlambatan. Solusinya adalah beralih ke pemesanan langsung dari restoran melalui WhatsApp untuk menghemat biaya.

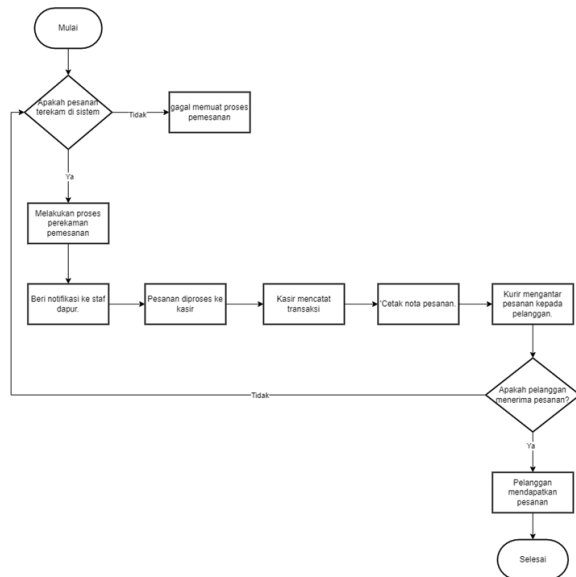
### 3.3. Ideate

Pemetaan solusi yang dibutuhkan pengguna dengan menentukan *How Might We*, penerapan *User Flow*, dan *Eisenhower Matrix* untuk mengetahui rangkaian penggunaan aplikasi, melalui permasalahan sebelumnya yang telah dibuat lebih rinci maka penyusunan solusi dapat membentuk sebuah skala prioritas yakni *Eisenhower Matrix* yang diperoleh dari pain point dari setiap sisi



Gambar 6. Eisenhower Matrix Berbagai sisi

Flowchart sebagai Gambaran inti Langkah sistem bekerja nantinya berikut rancangan diagram alir solusi:



Gambar 7. Flowchart perancangan sistem

Sistem ini akan mencatat pesanan yang dilakukan oleh pelanggan melalui WhatsApp Business. Selanjutnya, sistem akan otomatis mengumpulkan data pesanan tersebut dan memberikan notifikasi kepada bagian dapur bahwa ada pesanan yang harus diproses. Setelah pesanan selesai dimasak, sistem akan melanjutkan prosesnya ke bagian kasir, di mana transaksi akan direkap dan nota akan dicetak. Kemudian, sistem akan memberi tahu kurir bahwa pesanan siap untuk diantar ke pelanggan, dan akhirnya pelanggan akan menerima pesannya.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. *Prototype*

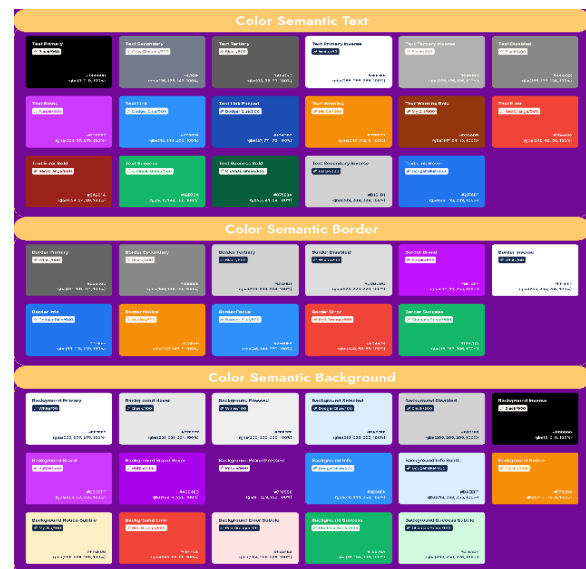
Bentuk purwarupa yang memungkinkan untuk dilihat lebih jelas dan tepat serta dapat dilakukan pengujian konsep produk dengan membentuk *design System* dan *Hi-fi*. Susunan *design system* yang telah dibuat yakni *font, button, padding, input, color, dan navigation bar*.



Gambar 8. Font dan tipe ukurannya

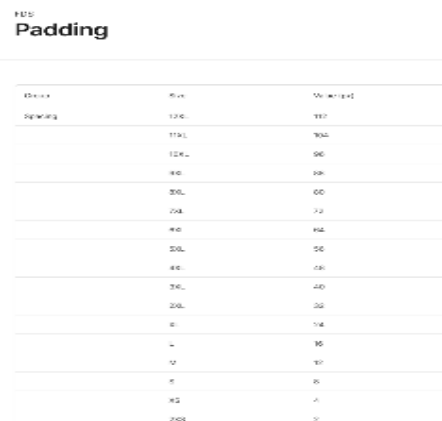
Bagian *Typography* pada *design system* ini menggunakan *font Inter* dan dirancang untuk

memberikan konsistensi visual pada teks di berbagai perangkat, baik *web* maupun *mobile*. Tipografi ini mencakup beberapa ukuran *heading*, mulai dari XL hingga 2XS, untuk menandai hierarki informasi dari judul utama hingga sub-bagian kecil. Selain itu, terdapat berbagai ukuran teks, dari XL hingga XS, dengan pilihan gaya Regular dan *Semibold* yang memungkinkan fleksibilitas dalam menonjolkan elemen tertentu. Dengan struktur ini, tipografi memastikan bahwa setiap teks disajikan dengan jelas dan proporsional, menjaga pengalaman pengguna yang rapi dan teratur.



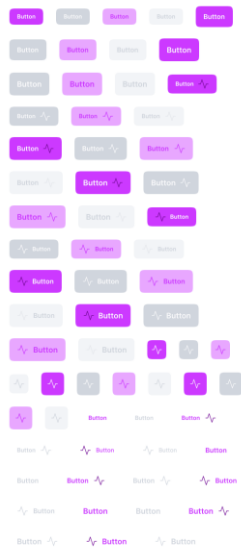
### Gambar 9. Color Semantic

Gambar ini menunjukkan sistem desain warna yang dibangun dari *color primitive* dan diolah menjadi *color semantic* untuk memberi makna fungsional pada tiap elemen antarmuka. Warna-warna ini dikelompokkan dalam tiga kategori utama: teks, latar belakang, dan garis batas (*border*), masing-masing dengan variasi untuk menunjukkan prioritas dan konteks, seperti teks utama, teks peringatan, latar belakang ditekan, atau *border* informasi. Setiap warna diberi nama serta kode warna (*hex* dan *rgba*) untuk memastikan konsistensi penggunaannya dalam desain.



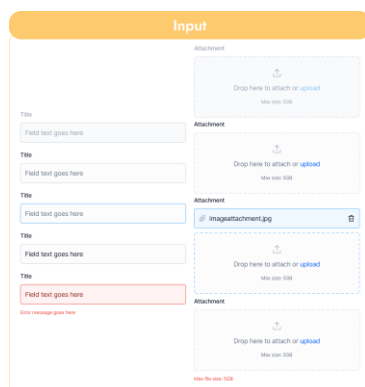
Gambar 10. Padding

Terdapat sistem *padding* dalam *design system*, yang mencakup berbagai ukuran untuk menentukan jarak atau ruang dalam antarmuka. Setiap ukuran padding diberi label, dari 2XS hingga 12XL, dengan nilai spesifik dalam piksel (px) untuk setiap tingkat. Nilai ini dimulai dari 2 piksel (2XS) hingga 112 piksel (12XL), memungkinkan fleksibilitas dalam mengatur jarak antar elemen. Penggunaan padding dengan sistem ukuran ini membantu menjaga konsistensi dalam tata letak dan memberikan hirarki visual yang jelas dalam desain.



Gambar 11. Button

Ilustrasi ini menunjukkan berbagai variasi tombol (*button*) dalam sistem desain, yang mencakup tombol *primary* dan *secondary* dengan berbagai warna. Tombol *primary* digunakan untuk tindakan utama yang ingin diutamakan, biasanya tampil dengan warna yang lebih mencolok untuk menarik perhatian pengguna. Sementara itu, tombol *secondary* memiliki desain yang lebih netral dan digunakan untuk tindakan tambahan yang tidak membutuhkan penekanan sekuat tombol *primary*. Setiap tombol memiliki beberapa status, seperti normal, ditekan, dinonaktifkan, serta variasi dengan ikon, memberikan fleksibilitas dan konsistensi dalam pengalaman pengguna antarmuka.

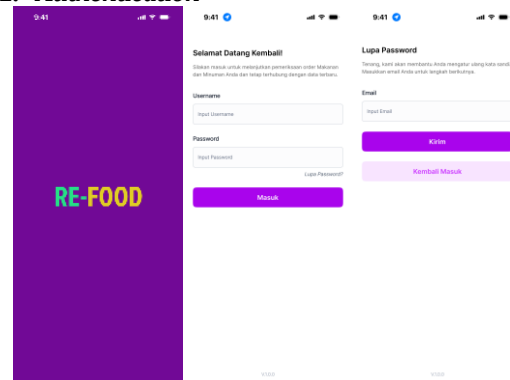


Gambar 12. Input dan Icon

*Design system* pada bagian input menampilkan berbagai variasi field input seperti untuk teks, nomor telepon, URL, pesan, unggahan lampiran, dan detail kartu. Setiap field memiliki status yang berbeda, termasuk default, aktif, valid, dan error, dengan warna serta pesan yang membantu pengguna dalam mengisi data dengan benar. Bagian *icon* menunjukkan berbagai ikon serbaguna dalam ukuran kecil yang bisa digunakan untuk berbagai fungsi dan konteks, mencakup simbol navigasi, media, pengaturan, dan tindakan umum yang mendukung konsistensi visual dalam aplikasi.

*High Fidelity* adalah visualisasi yang mendekati tampilan akhir sebuah produk. Pada tahap ini, desainer telah menyusun desain secara lengkap dengan warna, teks, tombol, serta prototipe. Berikut ini disajikan halaman desain *high-fidelity*:

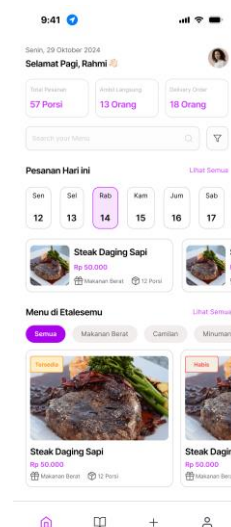
#### 4.2. Authentication



Gambar 13. Fitur authentication

Untuk dapat mengakses fitur-fitur pada aplikasi, pengguna diharuskan *login* pada aplikasi, dengan memasukkan *username* dan *password*, apabila dikemudian hari pengguna ingin melakukan *update password* dapat diklik lupa *password* yang nanti akan dikirim sebuah tautan.

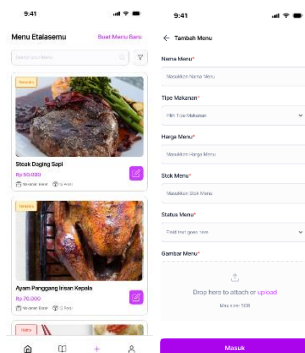
#### 4.3. Home



Gambar 14. Fitur Home

Pada halaman beranda ini, terdapat tampilan informasi pesanan dan menu yang dijual. Di bagian atas, pengguna disapa secara personal dengan nama dan informasi tanggal saat ini. Bagian total pesanan, ambil langsung, dan *delivery order* menunjukkan jumlah pesanan dalam bentuk porsi dan jumlah orang yang sedang dalam antrian pemesanan. Pada pesanan hari ini, pengguna bisa melihat daftar pesanan berdasarkan tanggal, yang membantu memantau antrian pesanan secara harian. Di bawahnya, bagian menu di etalesemu menampilkan pilihan makanan yang dijual, dengan kategori seperti Makanan Berat, Camilan, dan Minuman. Status ketersediaan menu ditunjukkan dengan label seperti Tersedia atau Habis, memudahkan pengguna untuk mengetahui stok makanan yang dijual.

#### 4.4. Buat Menu dan Edit Menu

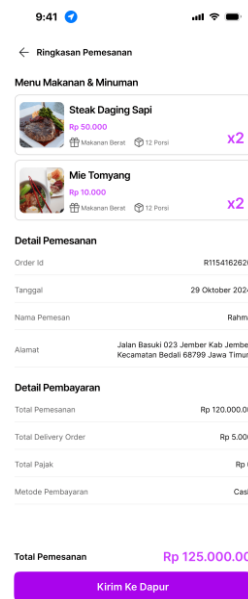


Gambar 15 buat menu dan edit menu

Di halaman menu etalesemu, pengguna dapat melihat dan mengelola daftar menu yang dijual dengan opsi untuk buat menu baru atau mengedit menu yang sudah ada. Dalam pembuatan atau pengeditan, pengguna bisa mengisi informasi seperti nama, kategori, stok, harga, gambar menu, serta status ketersediaan menu (misalnya, Tersedia atau Habis), yang ditampilkan dengan label warna untuk memudahkan identifikasi ketersediaan menu bagi pelanggan.

#### 4.5. Rekap Menu dan Perhitungan

Fitur Ringkasan Order ini dirancang untuk secara otomatis merekap pesanan pelanggan yang diterima melalui *WhatsApp*, dengan total biaya yang dihitung otomatis. Saat pelanggan melakukan pemesanan lewat *WhatsApp*, sistem akan secara langsung memproses dan merespons dengan ringkasan pesanan lengkap, termasuk nama item, jumlah yang dipesan, dan total biaya, yang mencakup pajak dan ongkos kirim jika ada. Semua informasi ini tampil dengan jelas, memberikan pelanggan gambaran akurat tentang pesanan mereka. Fitur ini mempermudah pelanggan untuk memeriksa kembali pesanan mereka, sementara pihak restoran dapat memproses pesanan dengan cepat dan efisien tanpa perlu rekap manual.



Gambar 16 Fitur Ringkasan Rekap

#### 4.6. Testing

Fase terakhir ini bertujuan untuk memperoleh respons dan umpan balik terhadap hasil prototipe yang telah dibuat guna mengetahui apakah solusi tersebut dapat menyelesaikan permasalahan. Pengujian juga bertujuan untuk menilai prototipe yang sebelumnya telah dikembangkan. Proses ini dilaksanakan melalui pengujian kegunaan (*Usability testing*) dan dievaluasi menggunakan *System Usability Scale (SUS)* hasil perolehan skor dengan mengundang responden sebanyak 22 partisipan. Survei ini terdiri dari 10 pertanyaan dengan skala 1 sampai 5. Nilai 1 berarti Anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, dan nilai 5 berarti Anda sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Setiap pertanyaan *SUS* dibagi menjadi dua jenis: pertanyaan positif tentang bilangan ganjil dan pertanyaan negatif tentang bilangan genap.

Tabel 5. Daftar Pertanyaan Pengujian SUS

| No | Pertanyaan Pemilik Resto                                                           |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|
| 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                   |
| 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         |

Setelah mengirimkan kuisioner diperoleh perhitungan pengujian SUS dengan hasil yang terdapat pada tabel 6s

Tabel 6. Tabel Perhitungan SUS

| No            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Total |
|---------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
| 1             | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4  | 92.5  |
| 2             | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 80    |
| 3             | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 80    |
| 4             | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 95    |
| 5             | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3  | 80    |
| 6             | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3  | 92.5  |
| 7             | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 87.5  |
| 8             | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4  | 87.5  |
| 9             | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4  | 90    |
| 10            | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 80    |
| 11            | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 87.5  |
| 12            | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3  | 87.5  |
| 13            | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 72.5  |
| 14            | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 80    |
| 15            | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 87.5  |
| 16            | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 91    |
| 17            | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4  | 89    |
| 18            | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3  | 80    |
| 19            | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 85    |
| 20            | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 87.5  |
| 21            | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 80    |
| 22            | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4  | 95    |
| AVERAGE SCORE |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 85 |       |

Hasil pengujian yang tercantum pada Tabel 4 melalui *System Usability Scale (SUS)* terhadap 22 responden menghasilkan skor akhir sebesar 85. Berdasarkan nilai ini, desain yang telah dikembangkan termasuk dalam kategori sangat baik pada *skala likert*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengguna menerima desain sistem dengan baik, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap implementasi.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengujian yang tercantum pada Tabel 4 melalui *System Usability Scale (SUS)* terhadap 22 responden menghasilkan skor akhir sebesar 85. Berdasarkan nilai ini, desain yang telah dikembangkan termasuk dalam kategori Sangat Baik pada *skala likert*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengguna menerima desain sistem dengan baik, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap implementasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fitriyah Rif'atul and I. Luqyana, "Covid-19: The Global Pandemic and its Impact on the Indonesia Economy," *Agregat*, vol. 2, no. 1, pp. 79–99, 2022, doi: 10.22236/agregat.
- [2] E. Nugroho *et al.*, "Urban Community's Perceptions and Experiences about Social Distancing During the Covid-19 Pandemic," 2021.
- [3] R. Ruth, T. Prilica, and F. Dwijayati Patrikha, "Analisis Perilaku Pembeli Pada Aplikasi Pembelian Makanan Secara Online di Surabaya," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 10, no. 6, pp. 754–769, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10652740>.
- [4] E. Widanengsih, W. Kurniadi, and H. Destiana, "Adopsi Penggunaan Aplikasi Mobile Food Ordering Dengan Pendekatan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2," *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 63–79, 2022, [Online]. Available: <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/download/260/191>
- [5] N. Kannia and F. Fricyadi, "Analisa Pemilihan Aplikasi Pemesanan Makanan Online Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)," *J. Sos. Teknol.*, vol. 2, no. 11, pp. 972–983, 2022, doi: 10.36418/jurnalsostech.v2i11.479.
- [6] K. T. Zenjaya and M. M. Engel, "Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Makanan dalam Kampus Secara Online Berbasis Sistem Operasi iOS," *J. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 8, no. 2, pp. 8–17, 2023, doi: 10.37715/juisi.v8i2.4324.
- [7] T. Wahyuningrum and A. A. Maulida, "Analisis dan Perancangan UI/UX Aplikasi Sistem Kasir Berbasis Website Menggunakan Metode Design Thinking," *J. Inf. Eng. Educ. Technol.*, vol. 8, no. 1, pp. 36–44, 2024, doi: 10.26740/jieet.v8n1.p36-44.
- [8] I. Civilization, TEMA 19, and E. Domenico, "PERANCANGAN UI/UX BERBASIS ANDROID UNTUK PROSES BISNIS SAPUANGIN KOPI BASECAMP MERAPI DENGAN MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING," p. 6, 2021.
- [9] A. P. Sakti, R. S. Sianturi, and A. P. Kharisma, "Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Belanja Online dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus Lazada)," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 6, no. 7, pp. 3499–3508, 2022, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [10] 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.
- [11] R. D. Fanani, I. K. A. G. Wiguna, A. P. S. Iskandar, and W. G. S. Parwita, "Innovative UI/UX Analysis of Cooperative Apps through Design Thinking," *J. Galaksi*, vol. 1, no. 1, pp. 33–42, 2024, doi: 10.70103/galaksi.v1i1.4.
- [12] S. Adam and Y. Pernando, "KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Analisis Usability dan Aksesibilitas Desain UI/UX Aplikasi HIMAKOM Universitas Universal Menggunakan System Usability Scale," *Media Online*, vol. 4, no. 5, pp. 2389–2397, 2024, doi: 10.30865/klik.v4i5.1479.
- [13] G. D. Saputra, "Perancangan UI/UX Aplikasi Edukasi Seksual Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking," *J. Compr. Sci.*, vol. 3,

- no. 6, pp. 2006–2021, 2024.
- [14] Vina Alliana and Yahfizham Yahfizham, “Analisis Penerapan Dan Fungsi Algoritma Pemrograman Pada Komputer,” *J. Ris. Rumpun Mat. Dan Ilmu Pengetah. Alam*, vol. 3, no. 1, pp. 207–218, 2024, doi: 10.55606/jurrimipa.v3i1.2401.
- [15] 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>
- [16] A. Nurudin *et al.*, “Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan User Interface Aplikasi Rifqitenda Untuk Meningkatkan Kemudahan Dalam Fitur Persewaan Wedding Decoration,” *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 5, no. 4, pp. 901–910, 2024, doi: 10.47065/josh.v5i4.5354.
- [17] M. Nabil, N. Ramadhan, N. Cahyo Wibowo, and E. D. Wahyuni, “Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pembuatan UI/UX Aplikasi Marketplace Ikan Hias,” *J. Tek. Inform. dan Terap.*, no. 2, 2024.
- [18] 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.