

PERANCANGAN USER INTERFACE PADA PEMESANAN ONLINE PARASAYU PHOTOBOOTH BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE DESIGN THINKING

Ni Nyoman Ayu Tri Setiawati, I Putu Agus Swastika, Ni Putu Noviyanti Kusuma

Sistem Informasi, Universitas Primakara

Jalan Tukad Badung No. 135, Renon, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali

asetiawati493@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan industri jasa kreatif, khususnya layanan photobooth, mendorong kebutuhan sistem pemesanan yang cepat, efisien, dan mudah digunakan. Parasayu Photobooth masih menggunakan metode pemesanan manual melalui pencatatan di Excel dan komunikasi via WhatsApp, sehingga sering menimbulkan kesalahan pencatatan, benturan jadwal, serta keterlambatan dalam konfirmasi kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan merancang User Interface (UI) sistem pemesanan online berbasis website menggunakan metode Design Thinking yang meliputi tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, serta pengujian menggunakan Maze dan System Usability Scale (SUS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan UI yang dihasilkan mampu mengatasi permasalahan dalam proses pemesanan. Hasil pengujian Maze dan SUS menunjukkan bahwa desain UI mudah dipahami dan mendukung peningkatan efisiensi operasional. Dengan demikian, proses perancangan dan hasil rancangan UI dalam penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan acuan pengembangan sistem pemesanan digital yang terintegrasi, khususnya untuk layanan jasa sejenis yang masih menerapkan proses pemesanan secara manual.

Kata kunci : *User Interface, Design thinking, Parasayu Photobooth, Pemesanan Online, Prototyping, Sistem Informasi.*

1. PENDAHULUAN

Industri jasa fotografi di Indonesia, khususnya layanan *photobooth*, mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk mengabadikan momen dengan cara yang kreatif dan personal mendorong perkembangan ini. Menurut Statista[1], sektor event fotografi di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, mencatatkan pertumbuhan tahunan sebesar 7,5%, seiring meningkatnya jumlah acara sosial, korporat, dan pernikahan yang memerlukan dokumentasi visual profesional. Sejalan dengan pertumbuhan industri tersebut, pola perilaku konsumen juga mengalami pergeseran. Konsumen kini menuntut akses layanan yang cepat, fleksibel, dan berbasis digital. Survei [1] mengungkapkan bahwa lebih dari 70% konsumen Indonesia lebih memilih layanan yang menawarkan sistem pemesanan *online* dibandingkan sistem manual[2]. Kecenderungan ini memperlihatkan pentingnya digitalisasi dalam sektor jasa kreatif, termasuk *photobooth*.

Parasayu *Photobooth*, yang didirikan pada tahun 2023, adalah salah satu pelaku baru di industri ini. Meskipun menawarkan layanan modern dalam bentuk *photobooth* untuk berbagai acara, sistem pemesanan yang mereka gunakan belum sepenuhnya terkomputerisasi. Sistem pencatatan pemesanan yang sedang berjalan masih menggunakan excel, yang mengakibatkan admin harus memeriksa setiap pemesanan satu per satu transaksi yang dimana dalam satu bulan data transaksi yang masuk kurang lebih 50-60 dan admin harus mencatatnya di excel selain pemesanan admin juga kesulitan dalam menjadwalkan alat yang akan digunakan dan harus mencatat jadwal

tersebut secara manual. Kondisi ini mengakibatkan tingginya potensi kesalahan dalam pencatatan jadwal serta keterlambatan dalam merespons pelanggan. Masalah keterlambatan dan human error dalam sistem manual tersebut berdampak langsung pada kepuasan pelanggan, dengan adanya 30 transaksi setiap bulannya, banyak pelanggan yang mengalami ketidakpastian dalam konfirmasi jadwal, bahkan beralih ke penyedia jasa lain yang menawarkan sistem pemesanan lebih cepat dan efisien. Ketidakmampuan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan menjadi tantangan serius bagi keberlangsungan usaha di era digital yang serba cepat ini. Selain itu, kurangnya kejelasan informasi mengenai layanan yang tersedia, seperti pilihan *Template* desain dan paket foto, yang menambah kebingungan pelanggan. Ketika informasi tidak tersampaikan dengan jelas, pelanggan kesulitan dalam membuat keputusan, yang berujung pada hilangnya peluang transaksi. Di sinilah pentingnya sistem digital yang tidak hanya efektif, tetapi juga ramah pengguna.

Dalam konteks digitalisasi layanan, peran *User interface* (UI) menjadi sangat vital. Menurut Kasih dan Ismail (2024), UI yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan tingkat retensi pengguna hingga 35% dibandingkan dengan UI yang dirancang seadanya. UI yang intuitif mempermudah pengguna dalam memahami pilihan layanan, mempercepat navigasi, dan meningkatkan pengalaman bertransaksi.

Guna mengatasi permasalahan tersebut, metode *Design thinking* dipilih sebagai pendekatan pengembangan sistem. *Design thinking* menekankan pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, yang kemudian diterjemahkan dalam solusi

yang kreatif dan aplikatif Metode ini dinilai relevan untuk mengatasi kompleksitas masalah di sektor jasa, termasuk jasa *photobooth*, yang menuntut personalisasi layanan tinggi. *Design thinking* melibatkan lima tahapan utama, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *prototype*, dan *Test*. Melalui wawancara dengan pengguna, kebutuhan riil dapat digali, masalah utama dapat diidentifikasi, ide-ide inovatif dikembangkan, prototipe solusi dibuat, dan akhirnya dilakukan pengujian untuk mendapatkan umpan balik untuk memperbaiki desain. Dengan pendekatan ini, diharapkan sistem pemesanan Parasayu *Photobooth* dapat dikembangkan sesuai harapan pengguna.

Salah satu inovasi yang dihasilkan dari proses ini adalah fitur pemesanan fleksibel berbasis *website*, yang memungkinkan pelanggan memilih dan mencoba *Template photobooth* secara *online* sebelum acara berlangsung. Fitur ini tidak hanya meningkatkan pengalaman personalisasi pelanggan, tetapi juga memberikan kemudahan akses, mempercepat proses pemesanan, dan mengurangi kesalahan administrasi. Hasil awal evaluasi menunjukkan bahwa prototipe UI yang dikembangkan dengan pendekatan *Design thinking* memberikan peningkatan signifikan pada aspek *usability*, aksesibilitas, dan kepuasan pelanggan dibandingkan sistem manual sebelumnya. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan yang berpusat pada pengguna dalam mengembangkan sistem layanan berbasis digital. Dengan demikian, penelitian ini memfokuskan diri pada perancangan UI berbasis kebutuhan pengguna dengan metode *Design thinking*, sebagai upaya strategis untuk meningkatkan daya saing Parasayu *Photobooth* di tengah era digitalisasi layanan jasa yang semakin kompetitif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemesanan Online

Sistem pemesanan online merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna melakukan reservasi layanan secara mandiri melalui internet. Sistem ini membantu penyedia jasa dalam mengelola jadwal, data pelanggan, serta konfirmasi transaksi secara otomatis. Penerapan sistem pemesanan online terbukti meningkatkan efisiensi layanan dan mengurangi kesalahan administratif dibandingkan sistem manual.

2.2. Design Thinking

Design thinking adalah suatu siklus berulang di mana kita berusaha pendekatan yang berpusat pada manusia untuk memahami pengguna dengan lebih mendalam, meragukan asumsi yang ada, dan menerjemahkan ulang masalah yang ada, sehingga kita dapat mengembangkan strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak terlihat pada awal proses[3]. Adapun menurut Cornel Hillman *design thinking* dapat membantu kita dalam membangun produk yang lebih baik, termasuk dalam produk XR digital yang lebih baik[4]. Dimana tujuannya adalah untuk

menumbuhkan kreativitas dan kolaborasi, yang memungkinkan tim untuk menghasilkan solusi inovatif dengan berempati dengan pengguna dan menguji ide secara berulang. Proses *Design thinking* terdiri dari lima tahap: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Test* yang masing-masing memainkan peran penting dalam mengembangkan desain yang berpusat pada pengguna[5].



Gambar 1. Design thinking

Penjelasan mengenai Design Thinking yakni :

2.3. Empathize (Empati)

Pada tahap *Empathize* yang merupakan tahap pertama dan proses yang sangat penting. Pada tahapan ini, dilakukan pengamatan, observasi dan wawancara[5]. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk dapat membantu peneliti dalam mencari tahu pandangan dan juga kebutuhan dari target *user*-nya. Pada tahapan ini adapun hal yang bisa dilakukan adalah:

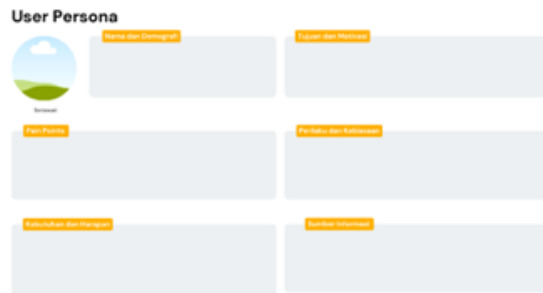
- Melakukan Wawancara
Wawancara digunakan untuk menggali kebutuhan dan pengalaman pengguna secara mendalam, memfasilitasi empati berbasiskan data nyata. Yang dimana wawancara dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh pengguna.
- Melakukan Observasi
Observasi merupakan kegiatan mencatat suatu gejala dengan instrumen dan mencatatnya untuk kepentingan ilmiah. Selain itu, observasi juga penting untuk mengidentifikasi ketimpangan antara persepsi pengguna dan kenyataan penggunaan. Observasi memiliki tujuan yang sama dengan wawancara dan juga survey yaitu untuk mengumpulkan data.

2.4. Define (Mendefinisikan)

Define merupakan langkah selanjutnya dimana pada tahap ini masalah yang dialami pengguna didefinisikan dan juga dianalisis dengan menggunakan *Point of View* sebagai masalah yang akan dikerjakan pada tahapan ini. Beberapa hal yang dapat dilakukan adalah

- Menentukan *User Persona*
Menurut [5], persona berfungsi sebagai jembatan antara data riset kualitatif dengan proses desain, sehingga membantu tim desain membuat keputusan berdasarkan kebutuhan pengguna,

bukan asumsi pribadi. Pembuatan persona melibatkan penyusunan elemen seperti nama, usia, latar belakang, tujuan, perilaku teknologi, serta frustrasi dan motivasi pengguna. Setiap elemen ini memberi gambaran lebih jelas tentang siapa pengguna, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan produk atau layanan. Berikut elemen-elemen yang ada dalam *User Persona*.



Gambar 2. Template user pesona

b. Membuat *Empathy Map*

Empathy Map bertujuan untuk membuka, memvisualisasikan, dan memahami dengan lebih baik pengalaman dari emosional dari target persona. *Empathy Map* juga berfungsi untuk membantu dalam merancang model bisnis. Adapun bagian-bagian dari *Empathy Map* adalah:



Gambar 3. Template empathy map

c. Membuat *Affinity Diagram*

Affinity Diagram dapat digunakan untuk mengelompokkan kebutuhan pengguna yang sudah didapatkan dari analisis sebelumnya. Proses ini dapat memberikan bantuan terhadap desainer dalam menemukan masalah dengan memberikan gambaran yang terstruktur atas kebutuhan pengguna yang sudah dianalisis sebelumnya.

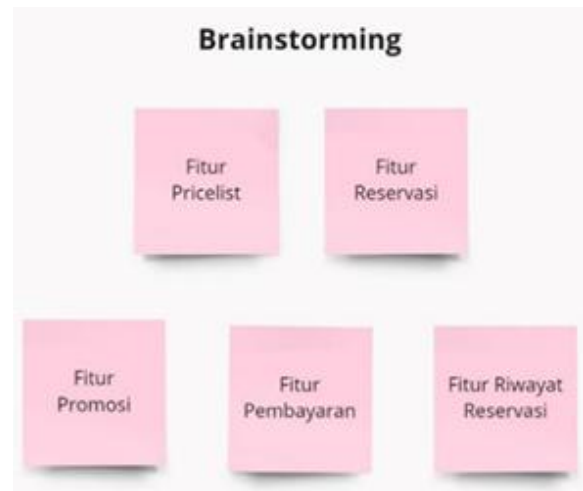
2.5. Ideate (ide)

Pada tahapan *Ideate* merupakan proses mengumpulkan ide-ide dari permasalahan yang sudah ditetapkan dari proses sebelumnya. Berikut merupakan hal yang dapat dilakukan pada tahapan ini:

a. *Brainstorming*

Brainstorming adalah proses pencarian ide atau solusi dari permasalahan dan kebutuhan pengguna. Pada penelitian ini peneliti melakukan *brainstorming* dengan owner untuk menghasilkan

solusi dari permasalahan yang ditentukan. Dalam penjelasan diatas, bisa digambarkan mengenai *brainstorming* dibagi menjadi beberapa fitur contohnya seperti berikut.



Gambar 4. Brainstorming

b. Membuat *User Flow*

User Flow adalah representasi visual dari langkah-langkah yang akan diikuti oleh pengguna untuk mencapai tujuan atau menyelesaikan tugas dalam menggunakan produk atau sistem[4]. Melakukan analisis *User Flow* dapat membantu desainer untuk melakukan evaluasi dan membuat sistem yang didesain menjadi lebih baik. Ada beberapa tipe *User Flow*[4]

2.6. Prototype (Prototipe)

Menurut [7] *Prototyping* adalah bentuk eksplorasi ide untuk memahami apakah solusi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *High-fidelity Prototyping* adalah representasi digital yang sangat mendekati produk akhir. Prototipe ini biasanya dibuat menggunakan perangkat lunak desain interaktif seperti Figma atau Adobe XD. Sedangkan *Low-Fidelity Prototyping* adalah jenis prototipe awal yang memiliki tingkat kedetailan rendah. Biasanya berupa sketsa tangan, wireframe sederhana, atau mockup non-interaktif. Fokus utama dari *Low-Fidelity Prototyping* adalah mengeksplorasi ide dan alur kerja (*flow*) tanpa menghabiskan banyak waktu atau sumber daya. *High-fidelity Prototyping* merupakan pengembangan dari *Low-Fidelity* dimana memiliki sifat dapat mempresentasikan ide-ide berupa produk yang tangible. Pada fase ini biasanya terdapat siklus *design thinking* seperti membangun, menguji, melihat dan juga memperbaiki.

2.7. Testing (Pengujian)

Tahapan kelima pada *design thinking* adalah *Testing* atau pengujian. Pengujian yang dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah pengguna sudah dapat menggunakan produk atau biasanya sering

disebut dengan unsur *usability*. Tahapan ini bukan merupakan tahapan akhir dalam proses *design thinking*, ketika sudah didapatkan hasil dari pengujian yang dilakukan kepada pengguna, setelah itu akan dilakukan analisis kemudian akan memulai kembali beberapa fase sebelumnya hingga akhirnya solusi yang ditawarkan dapat diterima oleh pengguna. Dalam melakukan *Testing* menggunakan dua tools yaitu *maze* dan kuesioner SUS

2.8. Maze

Maze merupakan sebuah *Platform* yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap prototipe sistem secara interaktif. *Platform* ini mendukung integrasi langsung dengan perangkat lunak desain seperti Figma atau Adobe XD, sehingga proses pengujian menjadi lebih efisien. *Maze* memungkinkan pemantauan interaksi pengguna secara *Real-Time* selama proses *usability Testing* berlangsung, yang berguna untuk memperoleh data interaksi pengguna secara mendalam dan akurat. Beberapa metrik utama yang tersedia dalam *Maze* antara lain:

Tabel 1. Rata-rata maze

No	Score Level	Score Range
1.	Low (Not Acceptable)	0-49
2.	Marginal	50-79
3.	High (Acceptable)	80-100

2.9. SUS

Metode *System Usability Scale* (SUS) merupakan sebuah instrumen berupa kuesioner yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengguna merasa suatu perangkat lunak mudah digunakan. Kuesioner ini terdiri atas 10 pernyataan yang dijawab menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5, di mana angka 1 berarti “sangat tidak setuju” dan angka 5 berarti “sangat setuju”[8].

Proses perhitungan skor SUS dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut. Untuk pernyataan bernomor ganjil (1, 3, 5, 7, 9) yang bersifat positif, skor dihitung dengan cara mengurangi nilai jawaban dengan angka 1. Untuk pernyataan bernomor genap (2, 4, 6, 8, 10) yang bersifat negatif, skor diperoleh dari hasil pengurangan angka 5 dengan nilai jawaban.

Total skor SUS dihitung dengan menjumlahkan semua skor dari poin di atas, kemudian dikalikan dengan 2,5. Skor akhir akan berada dalam rentang 0 hingga 100. Untuk memperoleh nilai rata-rata dari skor SUS yang telah dikumpulkan[9], digunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

$\bar{x}$: Skor rata-rata *usability*

x: Jumlah seluruh skor SUS

n: Jumlah responden

Selanjutnya, hasil evaluasi akan diklasifikasikan ke dalam beberapa tingkatan berdasarkan peringkat persentil dari skor akhir SUS. Penilaian ini mengacu pada metode seperti skala akseptabilitas, nilai huruf, dan peringkat sifat kata. Umumnya, skor SUS dibagi ke dalam lima kategori huruf yaitu A, B, C, D, dan F, yang mencerminkan tingkat kegunaan dari sistem yang diuji

3. METODE PENELITIAN

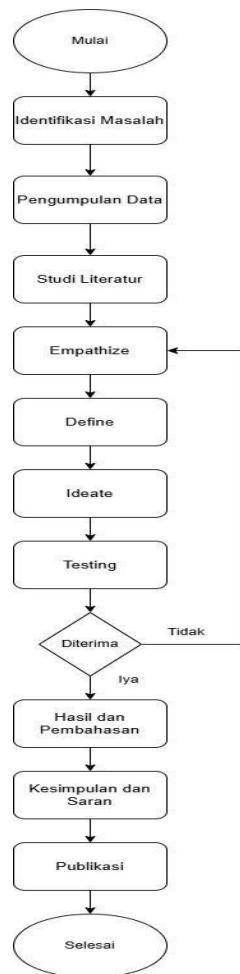
Penelitian ini menggunakan mix metode, Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode campuran (*Mixed Methods*). Pendekatan ini dilakukan dengan menggabungkan dua jenis pendekatan penelitian yang telah ada sebelumnya, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif, penelitian campuran merupakan pendekatan yang memadukan metode kualitatif dan kuantitatif dalam satu kerangka penelitian.

Peneliti menggunakan desain thinking karena berfokus pada *user interface* saja tidak untuk rancang bangun. Metode penelitian berbasis *Design thinking* merupakan pendekatan inovatif yang berorientasi pada solusi dan sangat berfokus pada pemahaman mendalam terhadap permasalahan serta kebutuhan nyata dari pengguna akhir. Pendekatan ini menempatkan manusia sebagai pusat dari proses perancangan solusi, sehingga memungkinkan terciptanya inovasi yang benar-benar relevan, efektif, dan berdampak. Dalam dunia yang terus berkembang, kebutuhan akan pendekatan yang fleksibel, kreatif, dan iteratif menjadi sangat penting, terutama dalam konteks pengembangan produk dan layanan berbasis teknologi.

Design thinking menjawab kebutuhan ini dengan serangkaian tahapan sistematis yang bertujuan untuk menghasilkan solusi kreatif berbasis empati terhadap pengguna. Studi ini akan menggunakan pendekatan *Design thinking* untuk merancang sistem pemesanan online jasa *photobooth* berbasis *website* pada Parasayu *Photobooth*. Layanan Parasayu *Photobooth* yang sebelumnya masih menggunakan metode konvensional dalam pemesanan dan interaksi dengan pelanggan, kini diupayakan bertransformasi ke arah digital guna meningkatkan kepuasan pengguna serta efisiensi operasional. Dengan mengadopsi metodologi *Design thinking*, penelitian ini berharap dapat menghasilkan sistem yang tidak hanya responsif terhadap kebutuhan pasar tetapi juga mampu memberikan pengalaman pengguna yang unggul[6].

Alur penelitian menggambarkan proses sistematis yang dimulai dari identifikasi masalah pada sistem pemesanan manual, dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, analisis kebutuhan pengguna, perancangan UI, pembuatan prototipe hingga tahap pengujian dan evaluasi. Alur ini menunjukkan bahwa penelitian tidak hanya berfokus pada perancangan tampilan tetapi memastikan solusi yang dirancang sesuai dengan

kebutuhan operasional dan peningkatan efisiensi layanan.



Gambar 5. Alur penelitian

Penjelasan mengenai alur diatas:

a. Identifikasi Masalah

Langkah awal adalah mengidentifikasi permasalahan utama yang terjadi, dalam hal ini adalah sistem pemesanan manual Parasayu Photobooth yang menimbulkan ketidakefisienan dan ketidakpuasan pelanggan.

b. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui berbagai metode, seperti observasi, wawancara, atau kuesioner, untuk memperoleh informasi langsung dari pengguna atau pihak terkait yang terdampak oleh masalah.

c. Studi Literatur

Peneliti melakukan telaah pustaka terhadap teori, konsep, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik, seperti UI/UX Design, Design thinking, dan sistem pemesanan online. Tujuannya adalah memperkuat dasar teoretis penelitian.

d. Empathize

Empathize Tahapan dalam design thinking yang melibatkan upaya untuk memahami pengguna

secara mendalam, termasuk kebutuhan, keinginan, tujuan, serta pengalaman dan emosi mereka.

e. Define

Define adalah tahap di mana masalah yang akan diselesaikan secara jelas dan terperinci ditentukan.

f. Ideate

Ideate Ideate adalah suatu proses kreatif yang melibatkan penghasilan ide-ide baru atau solusi-solusi.

g. Prototype

Prototype adalah sebuah model awal atau representasi konkret dari produk atau ide yang sedang dikembangkan

h. Testing

Testing adalah proses evaluasi sistem, aplikasi, atau produk untuk memastikan bahwa mereka berfungsi sesuai dengan yang diharapkan dan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.

i. Hasil dan Pembahasan

Jika prototipe diterima, peneliti menyusun hasil penelitian secara detail, termasuk temuan-temuan utama, interpretasi data, dan relevansinya terhadap teori dan masalah.

j. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan disusun berdasarkan hasil penelitian, serta saran diberikan untuk implementasi di masa depan atau pengembangan lebih lanjut dari sistem yang dirancang.

k. Publikasi

Publikasi bertujuan untuk berbagi penemuan dan diskusi lebih lanjut mengenai penelitian yang telah dilakukan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam pembahasan ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan kuesioner yang dilakukan kepada pihak admin Parasayu Photobooth dan beberapa pelanggan yang pernah menggunakan layanan photobooth. Melalui tahapan tersebut, peneliti dapat memahami kebutuhan dan kendala yang dialami pengguna dalam proses pemesanan. Selain itu, pembahasan juga dilengkapi dengan hasil kajian pustaka dan penelitian sebelumnya sebagai acuan untuk memastikan rancangan sistem yang dibuat sudah sesuai dengan teori dan kebutuhan pengguna.

Dengan pendekatan *Design thinking*, hasil perancangan yang dibahas tidak hanya menunjukkan aspek teknis dari sistem, tetapi juga memperlihatkan bagaimana rancangan antarmuka website dapat memberikan pengalaman yang mudah, menarik, dan nyaman bagi pengguna saat melakukan pemesanan layanan photobooth secara online.

Beberapa penjelasan mengenai hasil dari desain thinking yang pertama pada tahap empathize dilakukan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan permasalahan pengguna melalui wawancara dan observasi. Hasilnya menunjukkan:

- Penjadwalan masih dilakukan manual dan memakan waktu lama

- Verifikasi pembayaran dilakukan melalui WhatsApp sehingga tidak efisien
- Perubahan jadwal customer sering menyebabkan benturan jadwal
- Beban kerja admin meningkat karena sistem belum terintegrasi

Selanjutnya tahap Define berfokus pada analisis data hasil Empathize untuk mengidentifikasi inti permasalahan dari sudut pandang pengguna. Tujuannya adalah merumuskan masalah yang jelas dan spesifik agar solusi yang dirancang tepat sasaran dan berorientasi pada kebutuhan user. Aktivitas utama pada tahap ini meliputi:

- Penyusunan User Persona untuk admin, karyawan, dan customer
- Pembuatan Empathy Map untuk memahami emosi, kebutuhan, dan perilaku pengguna
- Penyusunan Affinity Diagram untuk mengelompokkan masalah, kebutuhan, dan harapan pengguna berdasarkan hasil wawancara dan observasi

Hasil Define menunjukkan kebutuhan utama pengguna yaitu kemudahan pemesanan, informasi paket yang jelas, pembayaran praktis, dan sistem pelacakan status pesanan.

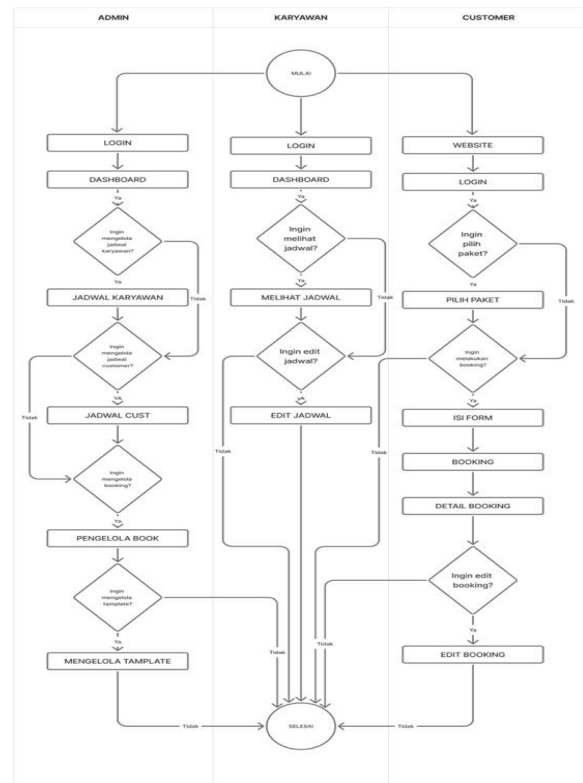
Lalu pada tahap Ideate merupakan proses pengembangan solusi kreatif berdasarkan masalah yang telah dianalisis. Metode yang digunakan adalah brainstorming untuk menghasilkan berbagai ide solusi tanpa penilaian awal. Hasil brainstorming menghasilkan konsep sistem pemesanan online yang memiliki:

- Informasi paket yang jelas
- Sistem pembayaran praktis
- Pelacakan status pesanan real-time
- Alur pemesanan yang terstruktur

Selain itu, dirancang User Flow untuk menggambarkan alur interaksi pengguna pada sistem sesuai peran masing-masing.

Pada tahap Prototype dibuat rancangan antarmuka (UI) sistem pemesanan berbasis website sebagai model awal sistem. Prototype dirancang agar mudah dipahami, navigasi jelas, mendukung pengelolaan data pelanggan, jadwal, dan pembayaran, mempermudah customer melakukan pemesanan secara mandiri, prototype juga mencakup dashboard admin untuk pengelolaan paket, jadwal pemasangan, pesanan, dan verifikasi pembayaran secara terpusat.

Setelah tahap analisis selesai, dibuatlah prototype awal atau Low-Fidelity, yaitu sketsa tampilan sederhana yang menunjukkan susunan halaman, menu, dan alur pemesanan mulai dari login, memilih paket, menentukan jadwal, mengunggah bukti pembayaran, sampai melihat status pesanan. Tahap ini membantu memastikan alur penggunaan sudah sesuai dengan yang dibutuhkan.



Gambar 6. User flow



Gambar 7. Halaman login low-fidelity

Setelah itu, prototype dikembangkan ke versi yang lebih lengkap atau high-fidelity. Pada tahap ini desain ditampilkan dengan warna, ikon, tulisan, dan layout yang menyerupai tampilan asli website. Pembuatan prototype dilakukan menggunakan Figma sehingga pengguna dapat mencoba langsung desainnya seperti menggunakan sistem sungguhan.



Gambar 8. Halaman login high-fidelity

Yang terakhir tahap pengujian dilakukan menggunakan System Usability Scale (SUS) kepada 5 responden. Hasil pengujian memperoleh nilai rata-rata SUS sebesar 82 yang termasuk kategori Excellent, menunjukkan bahwa Sistem mudah digunakan, navigasi jelas, beban kognitif pengguna rendah, pengguna merasa puas dan bersedia menggunakan kembali system. Hal ini membuktikan bahwa rancangan UI memiliki tingkat usability yang tinggi dan layak untuk dikembangkan menjadi sistem operasional.

Tabel 2. Hasil SUS

Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2,5)
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	33	83
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
4	2	4	2	2	4	4	2	2	0	26	65
4	3	4	1	3	4	3	3	4	2	31	78
4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	33	83

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui proses perancangan *User interface* (UI) sistem pemesanan Parasayu Photobooth berbasis website menggunakan metode *Design thinking*, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil menghasilkan rancangan UI yang berpusat pada kebutuhan pengguna. Melalui tahapan *Empathize* hingga *Test*, kebutuhan dan permasalahan pengguna baik admin, karyawan, maupun *customer* berhasil dipetakan secara jelas. Hasil wawancara, observasi, dan pengelompokan data melalui *Affinity Diagram* menunjukkan bahwa proses pemesanan manual masih menimbulkan berbagai kendala, seperti kesalahan pencatatan, benturan jadwal, serta proses komunikasi yang lambat. Rancangan UI yang disusun dalam penelitian ini mampu menjawab permasalahan tersebut dengan menyediakan alur pemesanan yang lebih terstruktur, intuitif, dan mudah diakses oleh seluruh pihak yang terlibat.

Selain itu, sistem rancangan ini juga terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional Parasayu Photobooth. *Dashboard* admin yang dirancang memungkinkan pengelolaan jadwal, verifikasi pembayaran, serta penyimpanan data yang lebih rapi dan terpusat, sehingga mengurangi ketergantungan pada pencatatan manual dan meminimalkan terjadinya konflik jadwal. Bagi karyawan, penyajian jadwal secara lebih terorganisir memudahkan koordinasi. Sementara bagi *customer*, rancangan sistem memungkinkan proses pemesanan mandiri tanpa harus melalui komunikasi panjang, sehingga pengalaman pemesanan menjadi lebih cepat dan nyaman.

Penelitian ini memberikan kontribusi akademik dan praktis. Secara akademik, penelitian ini memperkuat konsep penerapan *Design thinking* dalam perancangan UI sistem layanan berbasis web serta mendukung teori UI/UX sebagai elemen penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Secara praktis, Parasayu Photobooth dapat mengimplementasikan *prototype* ini sebagai pondasi sistem pemesanan berbasis website yang lebih efisien dan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. M. Riskiah, D. Puspasari Wijaya, D. H. Gutama, A. Pramuntadi, I. Universitas, and A. Ata, "Rancang Bangun Sistem Pemesanan Jasa Fotografi Dan Videografi Berbasis Website," *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains*, vol. 7, no. 2, pp. 507–515, 2025.
- [2] Susan Lund, Anu Madgavkar, James Manyika, and Sven Smit, "The future of work after COVID-19," 2021. [Online]. Available: www.mckinsey.com/mgi.
- [3] R. Fahrudin and R. Ilyasa, "Perancangan Aplikasi 'Nugas' Menggunakan Metode Design Thinking Dan Agile Development," 2021.
- [4] L. M. W. Satyaninggrat, K. Rahmah, and P. D. N. Hamijaya, "User Flow Design Research for a

- Culinary Application Prototype to Improve Customer Satisfaction in Balikpapan,” *Journal of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing*, vol. 5, no. 2, pp. 724–734, Sep. 2023, doi: 10.47709/cnahpc.v5i2.2836.
- [5] S. Salsabila, M. F. Ramadhan, and A. Voutama, “Penerapan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Website Edukasi Pengelolaan Sampah,” *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 13, no. 3, Jul. 2025, doi: 10.23960/jitet.v13i3.6528.
- [6] F. A. F. Farhan and Muhammad Arifin, “Design Thinking dalam Meningkatkan User Experience pada Website Edukasi Gizi Anak,” *bit-Tech*, vol. 7, no. 2, pp. 387–395, Dec. 2024, doi: 10.32877/bt.v7i2.1824.
- [7] M. Yaasiin and I. F. Hanif, “Desain UI/UX Aplikasi Edukasi FIDEXA-SD Menggunakan Design Thinking dan Figma,” vol. 9, p. 2025, 2025, doi: 10.47002/metik.v9i2.1080.
- [8] A. Ravalini and M. Abdul Ghani, “Evaluasi Usability Website E-Pusklaster Menggunakan System Usability Scale (SUS) Pada Uptd Puskesmas Cimuning,” 2025. [Online]. Available: <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/ijec/>
- [9] RG Guntur Alam and Puji Rahayu Kurniasih, “Penggunaan Metode System Usability Scale (SUS) Pada Aplikasi Simamurat,” 2024.
- [10] Ma. Kusumadya, F. Hidayat, and D. Chandra, “JIP (Jurnal Informatika Polinema) Analisis Website Petani Kode Menggunakan SUS (System Usability Scale),” 2022, [Online]. Available: www.binadarma.ac.id