



Perancangan UI/UX pada Website Toko Kue Jager Bakery dengan Metode *Design Thinking*

Muhammad Rizky Wahyudi ^{1*}, Nur Widjiyati ²

¹ Sistem Informasi, Universitas AMIKOM Yogyakarta, Indonesia

* Korespondensi: m.rizkywahyudi@students.amikom.ac.id

Sitasi: Wahyudi, M. R.; Widjiyati, N. (2025). Perancangan UI/UX pada Website Toko Kue Jager Bakery dengan Metode *Design Thinking*. JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia, 7(1), 149-163. <https://doi.org/10.35746/jtim.v7i1.663>

Diterima: 10-12-2024

Direvisi: 07-01-2025

Disetujui: 17-01-2025



Copyright: © 2025 oleh para penulis. Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Abstract: A patisserie website is a key channel for interacting with consumers and has great potential to increase market reach. Jäger Bakery comes as a new innovation in the world of online cake shops designed to provide a better user experience compared to other cake shop websites. The main problems found on cake shop websites are suboptimal design, such as unattractive appearance, confusing navigation, and mismatch between user needs and features provided. This has the potential to reduce user comfort and affect the level of customer satisfaction. Therefore, the purpose of this research is to identify and design a design solution that better suits user preferences and improves the quality of the online shopping experience at the cake shop. The Design Thinking method was chosen for its approach that focuses on deeply understanding user needs and wants, and generating innovative and effective design solutions. The research process begins with the Empathize stage to gather information from users, followed by Define to formulate the main problem, then continues to the Ideate, Prototype, and finally Test stages to test the design that has been made. Usability testing results showed an increase in Direct Success Rate (DSR) from 65% to 93.8% and a decrease in Missclick Rate from 54.2% to 8%. In addition, System Usability Scale (SUS) testing resulted in a Maze Usability Score (MAUS) of 79.23, which is categorized as "good". These results prove that the application of the Design Thinking method has successfully improved the UI/UX of the Jäger Bakery website by producing a more user-friendly design, increasing user engagement, and simplifying the purchasing process.

Keywords: UI/UX design ; design thinking ; cake shop website ; usability ; website development.

Abstrak: Website toko kue menjadi saluran utama dalam berinteraksi dengan konsumen dan memiliki potensi besar dalam meningkatkan jangkauan pasar. Jäger Bakery hadir sebagai inovasi baru dalam dunia toko kue *online* yang dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan dengan website toko kue lainnya. Permasalahan utama yang ditemukan pada website toko kue adalah desain yang tidak optimal, seperti tampilan yang kurang menarik, navigasi yang membingungkan, serta ketidaksesuaian antara kebutuhan pengguna dan fitur yang disediakan. Hal ini berpotensi menurunkan kenyamanan pengguna dan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan merancang solusi desain yang lebih sesuai dengan preferensi pengguna serta meningkatkan kualitas pengalaman berbelanja *online* di toko kue. Metode *Design Thinking* dipilih karena pendekatannya yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan pengguna, serta menghasilkan solusi desain yang inovatif dan efektif. Proses penelitian dimulai dengan tahap *Empathize* untuk mengumpulkan informasi dari pengguna, dilanjutkan dengan *Define* untuk merumuskan masalah utama, kemudian berlanjut ke tahap *Ideate*, *Prototype*, dan terakhir *Test* untuk menguji desain yang telah dibuat. Hasil pengujian *usability* menunjukkan peningkatan *Direct Success Rate (DSR)* dari 65% menjadi 93,8% serta penurunan *Missclick Rate* dari 54,2% menjadi 8%.

Selain itu, pengujian *System Usability Scale (SUS)* menghasilkan *Maze Usability Score (MAUS)* sebesar 79,23, yang termasuk kategori "good". Hasil ini membuktikan bahwa penerapan metode *Design Thinking* berhasil meningkatkan UI/UX *website Jäger Bakery* dengan menghasilkan desain yang lebih ramah pengguna, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan menyederhanakan proses pembelian.

Kata kunci: desain UI/UX ; pemikiran desain ; situs web toko kue ; kegunaan ; pengembangan web.

1. Pendahuluan

Industri *bakery* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat, dengan estimasi nilai pasar yang mencapai Rp 14 triliun. Permintaan yang semakin tinggi, baik dari konsumen individu maupun bisnis, mendorong bisnis *bakery* untuk mengoptimalkan saluran digital mereka, terutama melalui *website*. *Website* toko kue menjadi saluran utama dalam berinteraksi dengan konsumen dan memiliki potensi besar dalam meningkatkan jangkauan pasar. Meskipun peluang digitalisasi ini sangat luas, banyak toko kue yang belum mengutamakan desain yang *user-friendly*, sehingga menghambat pengalaman pengguna dan dapat berdampak *negatif* terhadap penjualan. Masalah utama yang sering ditemukan pada *website* toko kue meliputi tampilan yang kurang menarik, navigasi yang membingungkan, dan ketidaksesuaian antara kebutuhan pengguna dengan fitur yang tersedia. Kondisi ini dapat mengurangi kenyamanan pengguna, menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian[1].

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan UI/UX pada *website Jäger Bakery* menggunakan metode *Design Thinking*. Metode ini dipilih karena pendekatannya yang *human-centered*, memungkinkan pengembangan solusi desain yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna[2]. Sebagai langkah pertama, penelitian ini melakukan analisis terhadap *website* kompetitor untuk mengevaluasi fitur-fitur yang ada. Hasil analisis menunjukkan bahwa banyak *website* toko kue yang belum memiliki fitur-fitur penting seperti keranjang belanja dan live chat, sementara fitur lain seperti katalog produk dan pencarian ditemukan kurang optimal dan perlu ditingkatkan fungsionalitasnya[3].

Penelitian terdahulu menunjukkan keberhasilan penerapan metode *Design Thinking* dalam berbagai konteks. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Sulthon Abdillah, Farel Atalla Muhammad Dafa, dan Ina Sholihah Widiati (2023) dalam penelitian ini, para peneliti berupaya untuk meningkatkan pengalaman pengguna (UI/UX) dengan menggunakan metode yang *human-centered* untuk menciptakan desain yang intuitif, fungsional, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan[4]. Sementara itu, Maulana dan Voutama (2023) menggunakan pendekatan serupa untuk aplikasi penyewaan sepeda, bertujuan menyederhanakan interaksi pengguna[5]. Kendati demikian, penerapan metode ini pada industri *bakery* masih terbatas, sehingga memberikan peluang untuk penelitian lebih lanjut.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam konteks penerapan metode *Design Thinking* untuk industri *bakery*. Tidak hanya mengidentifikasi permasalahan yang ada, tetapi penelitian ini juga memberikan solusi desain yang terukur melalui pengujian usability yang komprehensif menggunakan metrik seperti *Direct Success Rate (DSR)* dan *Missclick Rate*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan kontribusi nyata terhadap pengembangan desain UI/UX di sektor *bakery*, khususnya untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Untuk memperjelas posisi penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya, Tabel 1 menunjukkan perbedaan utama antara penelitian terdahulu dan penelitian ini.

Tabel 1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang

Nama dan Tahun Terbitan	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dengan Penelitian Ini
Devi Maulana & Apriade Voutama (2023)	Penggunaan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Sistem Penyewaan Seped	Design Thinking	Usability testing menunjukkan persentase keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan misi sebesar 100%, dengan Missclick Rate cukup tinggi pada beberapa misi.	Penelitian ini berfokus pada penyewaan sepeda dengan solusi berbasis mobile dan QR code, sedangkan penelitian Jäger Bakery difokuskan pada optimalisasi belanja online di sektor bakery dengan fitur katalog dan live chat.
Kristin Angelina1, Erwin Sutomo2, Vivine Nurcahyawati3 (2022)	Desain UI UX Aplikasi Penjualan dengan Menyelaraskan Kebutuhan Bisnis menggunakan Pendekatan Design Thinking	Design Thinking	Penggunaan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Sistem Penyewaan Sepeda	Penelitian ini fokus pada mendukung kebutuhan bisnis melalui aplikasi e-commerce kecil, sedangkan penelitian Jäger Bakery berfokus pada sektor bakery dengan integrasi katalog interaktif, live chat, dan checkout.

2. Bahan dan Metode

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* dalam perancangan UI/UX website Jäger Bakery. Metode *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan utama yang diterapkan secara iteratif: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* [6]. Metode ini dipilih karena berfokus pada pendekatan human-centered, yang memungkinkan pengembangan solusi desain yang inovatif dan berbasis pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna. Setiap tahap dirancang untuk memahami masalah pengguna secara mendalam dan menghasilkan solusi desain yang inovatif serta efektif.



Gambar 1 Tahapan Design Thinkking

Gambar 1 menunjukkan diagram alur tahapan *Design Thinking* yang diikuti dalam penelitian ini.

2.1. Empathize

Tahap pertama adalah *Empathize*, yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan masalah pengguna secara mendalam[7]. Proses ini melibatkan kuesioner terhadap pengguna yang pernah membeli kue secara online dan offline serta calon pengguna website Jäger Bakery. Informasi yang diperoleh digunakan untuk membangun pemahaman yang kuat tentang pengalaman dan harapan pengguna[8].

Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan Pengguna Online	Pertanyaan Pengguna Offline
1. Apa hambatan atau kesulitan yang Anda alami saat membeli kue secara online di toko yang Anda pilih? (Jika belum tidak usah diisi!)	1. Mengapa Anda belum mencoba untuk membeli kue secara online? Berikan alasannya! (Jika sudah mencoba tidak usah diisi!)
2. Apa yang membuat Anda merasa puas ketika membeli kue secara online? (Jika belum tidak usah diisi!)	2. Apa yang membuat anda memilih untuk belanja kue secara langsung di toko kue offline?
3. Apakah Anda pernah mengalami kesulitan saat menggunakan layanan online untuk membeli kue? Jika ya, tolong sebutkan kendalanya.	3. Apa yang membuat Anda merasa puas ketika membeli kue secara of-fline?
4. Apa hambatan atau kesulitan yang Anda alami saat membeli kue secara online di toko yang Anda pilih? (Jika belum tidak usah diisi!)	
5. Apa yang membuat Anda merasa puas ketika membeli kue secara online? (Jika belum tidak usah diisi!)	
6. Apakah Anda pernah mengalami kesulitan saat menggunakan layanan online untuk membeli kue? Jika ya, tolong sebutkan kendalanya.	

2.2. Define

Setelah mengumpulkan data pada tahap Empathize, langkah selanjutnya adalah Define. Pada tahap ini, masalah yang ditemukan dari tahap sebelumnya dirumuskan dengan jelas[9]. Definisi masalah ini penting untuk memastikan bahwa solusi yang dikembangkan nantinya benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dalam konteks penelitian ini, masalah yang didefinisikan mencakup kesulitan pengguna dalam menemukan produk, proses pembelian yang tidak intuitif, dan kurangnya fitur interaktif[3].

2.3. Ideate

Dalam fase Ideate, ide-ide dirumuskan berdasarkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna serta analisis terhadap kebutuhan tersebut[1]. Proses ini dilaksanakan melalui sesi brainstorming[10]. Ide-ide tersebut kemudian disusun ke dalam bentuk User Flow untuk menggambarkan langkah-langkah yang akan dilalui pengguna saat berinteraksi dengan sistem. User Flow ini melibatkan proses mulai dari login, pencarian produk, hingga penyelesaian pembelian.

2.4. Prototype

Pembuatan prototype melibatkan pengembangan desain visual dari situs web atau aplikasi yang diinginkan serta menerapkan ide-ide tersebut untuk menciptakan prototype atau produk yang dapat diuji [11]. Pada tahap ini, penulis melakukan tahap prototype high-fidelity, dengan tujuan untuk menghasilkan gambaran desain yang lebih detail dan realistis. Pembuatan high-fidelity prototype ini memungkinkan untuk melihat tampilan dan interaksi yang lebih mendekati produk akhir, sehingga memudahkan dalam mengidentifikasi potensi masalah usability dan visualisasi konsep secara lebih jelas[12].

2.5. Test

Tes adalah metode penilaian untuk mengevaluasi, di mana para responden diberikan serangkaian pertanyaan atau tugas untuk diselesaikan guna mengetahui apakah prototype yang telah dibuat sudah baik atau masih perlu perbaikan, serta untuk mendapatkan umpan balik yang diberikan oleh pengguna untuk pengembangan produk ke depannya[13]. Pengujian dilakukan menggunakan metode Moderate Remote Usability Testing dengan perangkat lunak Maze.com. Pengujian melibatkan 38 responden dengan purposive sampling, yaitu mereka yang pernah belanja secara online dan offline.

Responden diminta untuk menyelesaikan serangkaian tugas, seperti:

1. Melakukan login.
2. Mencari produk dalam kategori tertentu.
3. Menambahkan produk ke keranjang belanja dan menyelesaikan pembelian.

Indikator Pengujian:

1. *Direct Success Rate (DSR)*: Persentase keberhasilan langsung dalam menyelesaikan tugas.
2. *Missclick Rate*: Kesalahan klik yang dilakukan pengguna.
3. Rata-rata Durasi Waktu: Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.

Selain itu, pengujian menggunakan System Usability Scale (SUS) untuk mengukur kepuasan pengguna, dengan metrik tambahan seperti System Usability Score (SCUS) dan Mean Item Usability Score (MIUS).

3. Hasil

3.1. Empathize

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa pengguna membutuhkan kemudahan dalam mencari produk yang diinginkan, proses pembelian yang intuitif, fitur interaktif untuk berkomunikasi dengan penjual, serta informasi produk yang lengkap dan jelas. Data responden mencatat mayoritas berada pada rentang usia 17–25 tahun. Sebanyak 67,6% responden telah mencoba membeli kue secara online, sementara 32,4% responden masih bergantung pada pembelian offline. Hambatan utama dalam pembelian online meliputi navigasi yang membingungkan dan fitur katalog yang tidak memadai. Di sisi lain, responden offline lebih menghargai kepastian kualitas produk dan interaksi langsung dengan penjual. Temuan ini menunjukkan perlunya desain antarmuka yang intuitif, fitur katalog yang optimal, dan layanan interaktif seperti live chat untuk menjawab kebutuhan pengguna.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Kuesioner

Proses Kuesioner	Hasil
Pengalaman Pembelian Kue Offline	Semua responden (100%) pernah membeli kue langsung di toko kue offline
Rentang Usia Responden	Mayoritas antara 17 hingga 25 tahun
Pembelian Kue Secara Online	23 responden (67.6%) pernah membeli kue secara online
Pembelian Kue Offline	11 responden (32.4%) belum pernah

3.2. Define

Pada tahap ini, kasus-kasus dikelompokkan ke dalam kategori yang sesuai, dan analisis data menjadi penting untuk membuat keputusan desain yang terarah, seperti mengenali kebutuhan dan meminimalkan hambatan yang dihadapi pengguna[13]. Hasil dari kuesioner dan analisis kompetitor digunakan untuk merumuskan permasalahan utama. Analisis fitur dari lima website toko kue menunjukkan bahwa sebagian besar

belum menyediakan keranjang belanja dan live chat, yang merupakan fitur penting untuk mendukung pengalaman belanja online yang nyaman. Berdasarkan temuan ini, desain Jäger Bakery difokuskan pada peningkatan fitur seperti katalog produk yang lebih interaktif, navigasi yang mudah, serta penambahan fitur live chat dan keranjang belanja.

Tabel 4. Validasi Ide dan Analisis Kompetitor

Fitur Utama	Parsley	Holland Bakery	Swiss Bakery	Jasmine Cakery	ChezMoi
Keranjang	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Katalog Produk	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
Pencarian	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Live Chat	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
Kategori	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
Testimoni	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Keranjang	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya

Tabel 4. Validasi ide dilakukan untuk memastikan bahwa fitur-fitur baru yang diusulkan sesuai dengan kebutuhan pengguna, seperti kemudahan akses produk dan kejelasan informasi produk.

Pengguna 1

PEMBELIAN KUE SECARA ONLINE



RENTANG USIA 17-22
JENIS KELAMIN Laki-laki
LOKASI Yogyakarta

Deskripsi Pengguna

Pengguna pernah membeli kue secara online dan langsung ke toko kue. Pengguna lebih memilih untuk berbelanja kue secara langsung di toko kue offline karena seringkali kue yang dia cari tidak tersedia di toko online.

Kendala (Frustration)

Pengguna sering mengalami kesulitan saat membeli kue secara online karena website kurang menampilkan informasi terkait kue yang dia cari. Hal ini membuatnya kesulitan dalam menemukan produk yang diinginkan.

Tujuan (Goals)

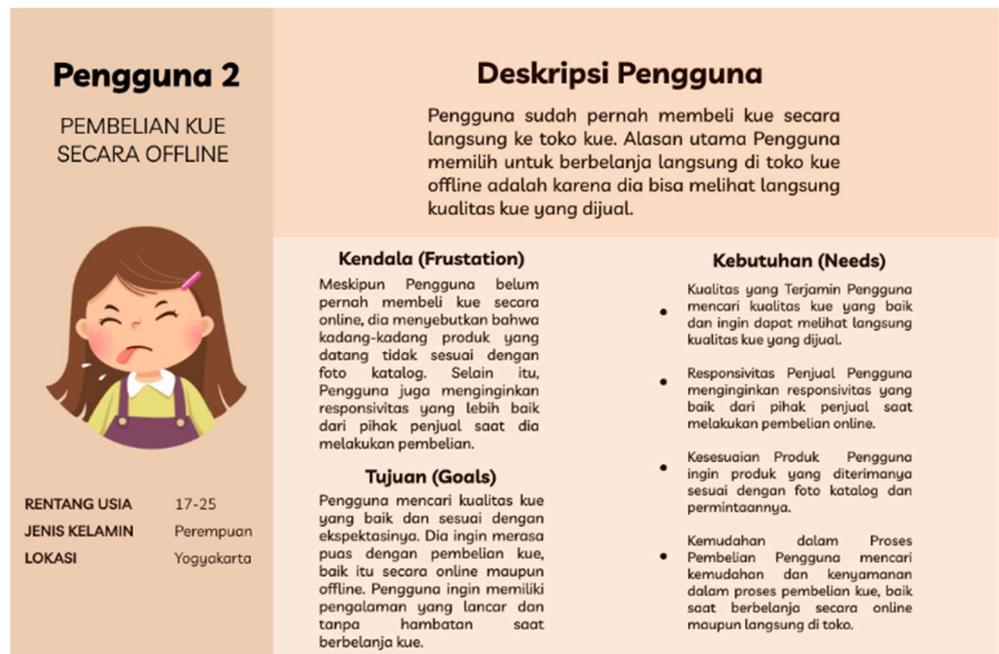
Mencari informasi lengkap tentang kue yang ingin dia beli dan bisa melihat langsung kualitas kue yang dijual. Dia ingin merasa puas dengan pembelian kue, baik itu secara online maupun offline.

Kebutuhan (Needs)

- Informasi website kue yang Lengkap: Galang mencari informasi yang lengkap tentang kue yang ingin dia beli, baik itu fitur, harga, maupun deskripsi produk.
- Ketersediaan Produk Galang ingin produk yang dia cari tersedia di toko online.
- Kemudahan dalam Proses Pembelian Galang mencari kemudahan dalam proses pembelian kue, baik itu secara online maupun langsung di toko.

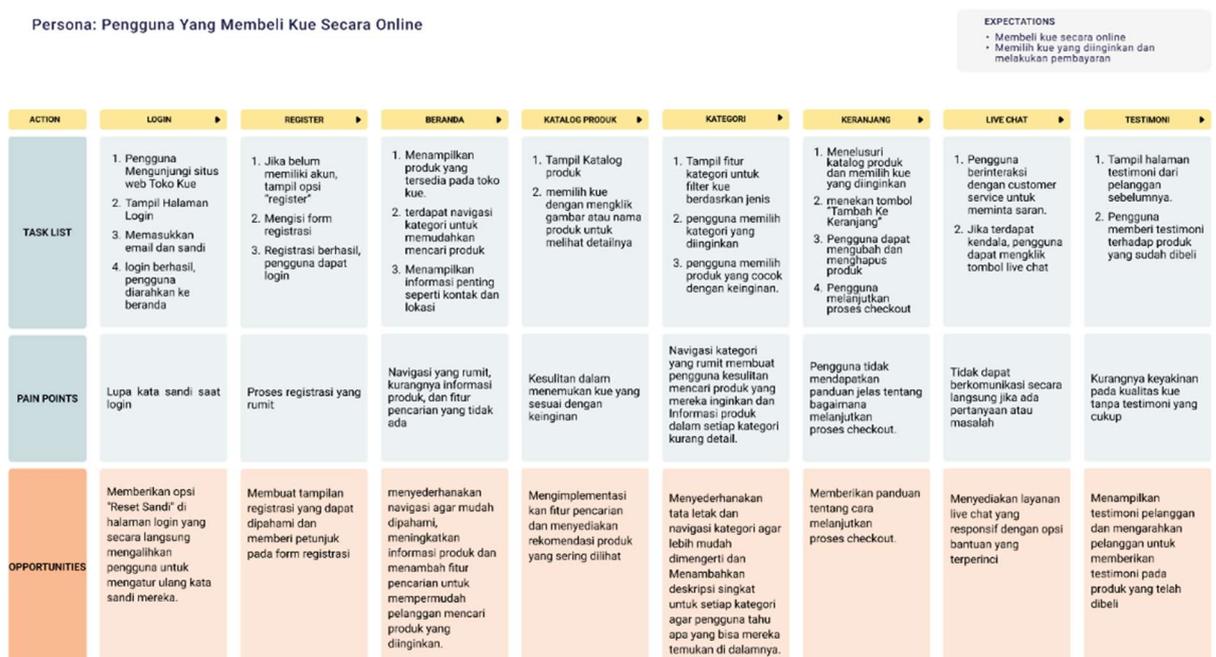
Gambar 2. User Persona Pengguna Online

Gambar 2. User persona pengguna online ini mewakili konsumen yang lebih memilih berbelanja kue secara online karena alasan kenyamanan dan kemudahan. Mereka cenderung menggunakan internet untuk mencari dan membeli kue tanpa perlu keluar rumah, terutama jika mereka membutuhkan kue dalam waktu yang terbatas atau ingin menghindari kerumitan berbelanja di toko fisik. Konsumen ini lebih menghargai pengalaman berbelanja yang praktis, seperti kemampuan untuk melihat berbagai pilihan produk, melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja, serta pengiriman yang cepat dan mudah.



Gambar 3. User Persona Pengguna Offline

Gambar 3. User persona pengguna offline seseorang yang sudah pernah membeli kue secara langsung di toko kue. Alasan utama dia memilih berbelanja langsung di toko kue offline adalah karena dia bisa melihat langsung kualitas kue yang dijual. Meskipun belum pernah membeli kue secara online, pengguna menyebutkan bahwa kadang-kadang produk yang datang tidak sesuai dengan foto katalog. Pengguna juga menginginkan responsivitas yang lebih baik dari pihak penjual saat melakukan pembelian. Tujuannya adalah mencari kualitas kue yang baik dan sesuai dengan ekspektasinya, baik secara online maupun offline. Kebutuhan pengguna ini meliputi kualitas kue yang terjamin, responsivitas penjual, kesesuaian produk dengan foto katalog, dan kemudahan dalam proses pembelian.

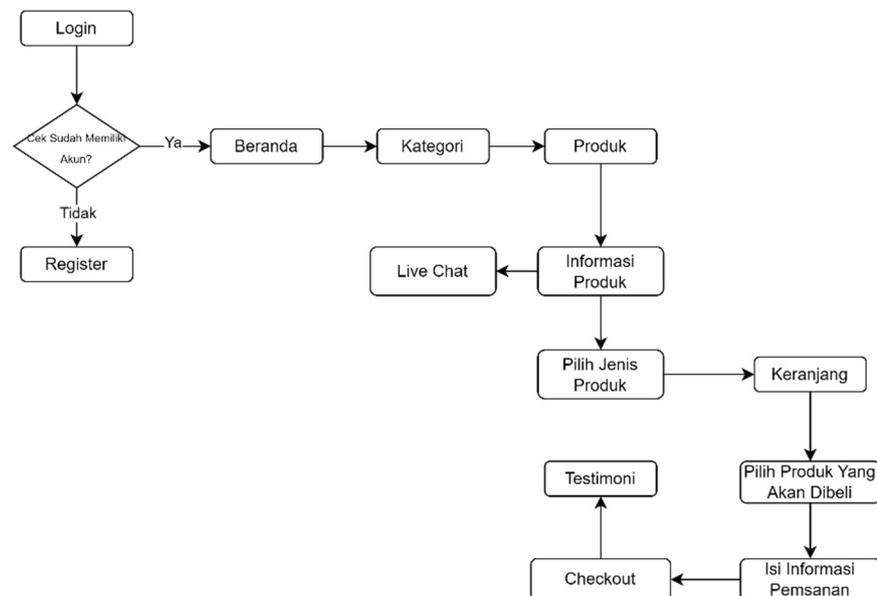


Gambar 4. User Journey Map

Gambar 4. *User Journey Map* ini membantu memvisualisasikan pengalaman pengguna dari awal hingga akhir saat berinteraksi dengan website Jäger Bakery. Pada tahap login, pengguna mengunjungi situs web Toko Kue, menampilkan halaman login, memasukkan email dan sandi, dan berhasil login ke beranda. Hambatan yang sering terjadi adalah lupa kata sandi saat login, sehingga diperlukan opsi “Reset Sandi” agar pengguna dapat mengatur ulang kata sandi mereka dengan mudah. Selanjutnya, pada tahap register, jika pengguna belum memiliki akun, mereka diminta untuk mendaftar dengan mengisi formulir registrasi, dan kemudian berhasil login. Proses registrasi yang rumit menjadi hambatan, sehingga diperlukan tampilan registrasi yang lebih mudah dipahami dan petunjuk yang jelas pada form registrasi.

3.3. Ideate

Fase ini menghasilkan user flow yang mendeskripsikan langkah-langkah pengguna saat berinteraksi dengan website. Proses ini dirancang untuk mengurangi hambatan pengguna dalam melakukan tugas-tugas utama, seperti login, mencari produk, menambah produk ke keranjang, hingga menyelesaikan pembelian. Pada gambar 5 Pendekatan berbasis alur pengguna ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman belanja online yang lebih lancar.



Gambar 5. *User Flow*

Gambar 5. Ide yang telah dikumpulkan disalurkan menjadi solusi melalui user flow[14]. User flow menggambarkan halaman-halaman yang akan dikunjungi pengguna pada website Jäger Bakery dan bagaimana mereka berinteraksi dengan setiap halaman. User flow ini mencakup langkah-langkah mulai dari login, pendaftaran (jika belum memiliki akun), hingga proses pembelian dan interaksi dengan fitur-fitur lain di website[14].

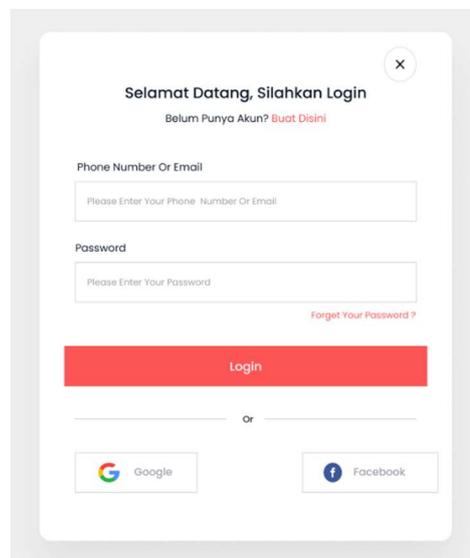
3.4. Prototype

Pada tahap prototype, dibuat desain antarmuka pengguna (UI) dengan tingkat kedetailan tinggi (high-fidelity design)[2]. prototype high-fidelity dirancang untuk memberikan visualisasi yang mendetail mengenai tata letak dan elemen antarmuka. Skema warna dipilih untuk memberikan estetika yang konsisten dan ramah pengguna. Prototipe ini mencakup halaman login, katalog produk, keranjang belanja, dan fitur live chat yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.

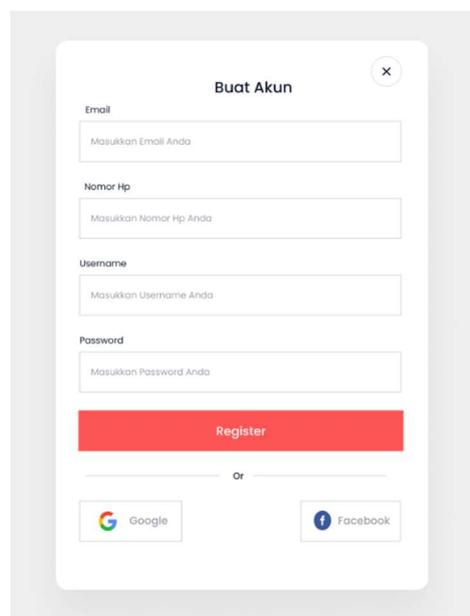
Tabel 5. Rincian Penggunaan Warna pada High-Fidelity UI Design

Warna	Keterangan
#FFF2E1	Digunakan untuk seluruh tampilan background
#D1BB9E	Background header dan menu dropdown
#EAD8C0	Digunakan untuk footer, product card, dan beberapa button
#FC5555	Digunakan untuk tombol register dan login
#000000	Digunakan untuk teks

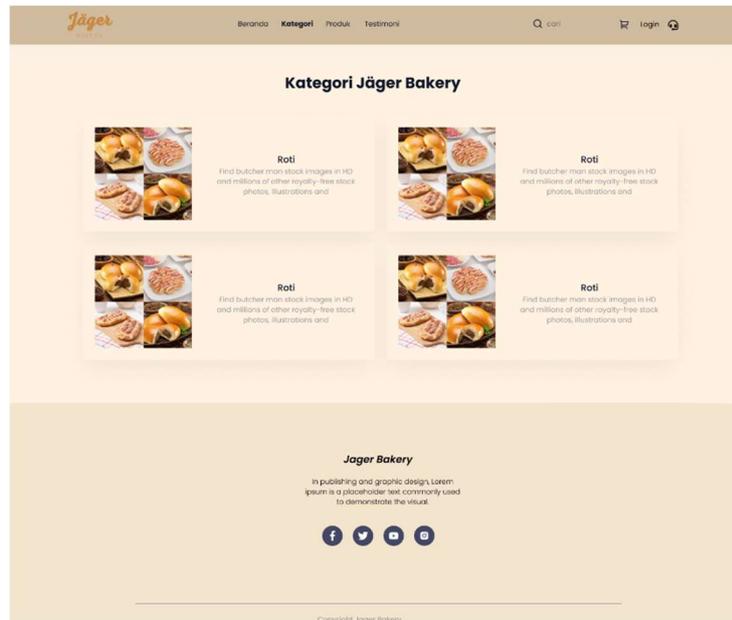
Tabel 5. menunjukkan pilihan warna yang digunakan dalam desain.

**Gambar 6.** High-Fidelity Design Login

Gambar 6. Menunjukkan desain halaman login website Jäger Bakery dengan elemen visual rinci, termasuk tombol "Login" berwarna #FC5555 dan kolom input untuk email serta password. Desain ini bertujuan untuk memberikan pengalaman pengguna yang intuitif dan estetis, dengan skema warna yang konsisten.

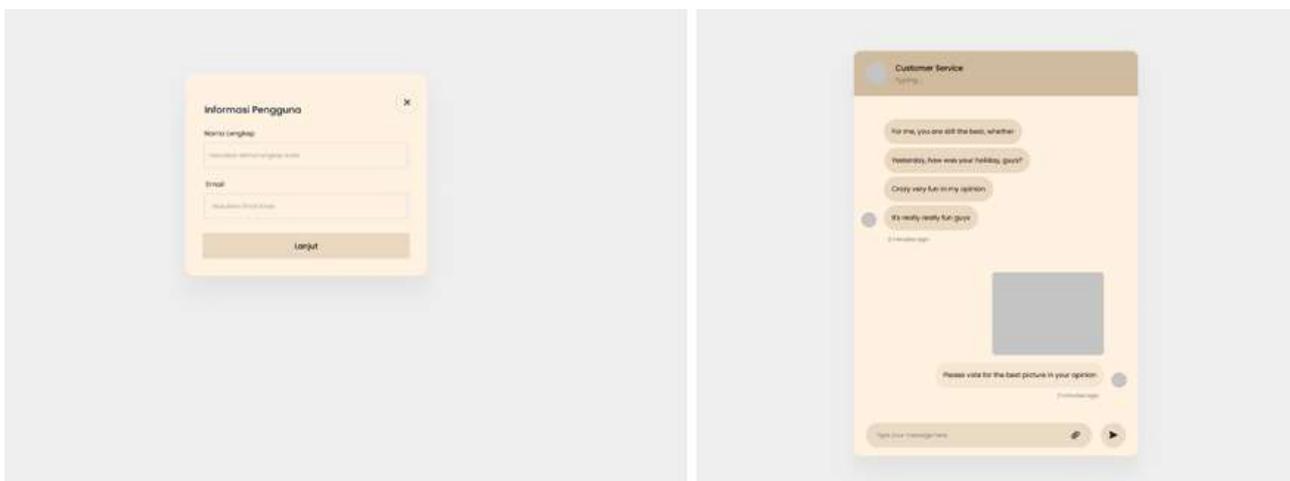
**Gambar 7.** High-Fidelity Design Register

Gambar 7. Gambar ini menampilkan desain halaman pendaftaran (register) website Jäger Bakery. Halaman ini memiliki elemen formulir untuk mengisi data pengguna, seperti nama, email, dan password.



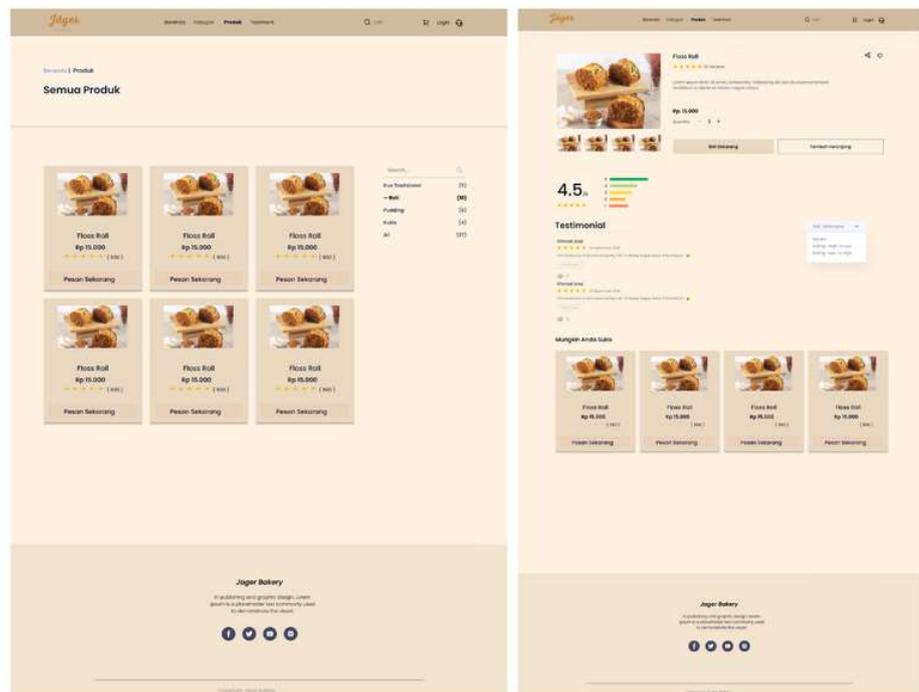
Gambar 8. High-Fidelity Design Beranda dan Kategori

Gambar 8. Gambar ini menampilkan desain halaman beranda website Jäger Bakery dengan elemen navigasi, kategori produk, dan gambar unggulan..



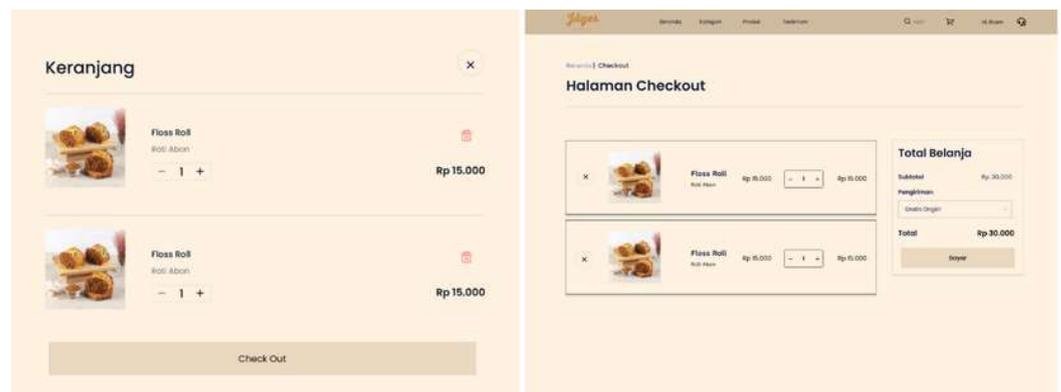
Gambar 9. High-Fidelity Design Live Chat

Gambar 9. Gambar ini menunjukkan desain fitur Live Chat pada website Jäger Bakery, yang terintegrasi di bagian bawah halaman. Fitur ini memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan *customer service* untuk mempermudah proses pembelian dan memberikan informasi produk secara real-time.



Gambar 9. High-Fidelity Design Produk dan Detail Produk

Gambar 9. Gambar ini menampilkan desain halaman produk pada website Jäger Bakery. Desain ini menunjukkan tata letak produk yang jelas, dengan gambar produk yang menarik, deskripsi, harga, dan tombol untuk menambah produk ke keranjang belanja. Halaman ini detail produk juga memberikan informasi lengkap tentang produk, termasuk gambar yang lebih besar, deskripsi rinci, harga, dan pilihan jumlah produk. Fitur tambahan seperti tombol "Tambah ke Keranjang" dan "Beli Sekarang" memudahkan pengguna untuk melanjutkan ke proses pembelian.



Gambar 10. High-Fidelity Design Keranjang dan Checkout

Gambar 10. Halaman keranjang menampilkan daftar produk yang telah dipilih oleh pengguna, lengkap dengan jumlah, harga, dan total belanja. Pengguna dapat mengubah jumlah produk, menghapus item, atau melanjutkan ke pembayaran. Halaman checkout ini memungkinkan pengguna untuk mengonfirmasi pesanan mereka, memasukkan informasi pengiriman, dan memilih metode pembayaran.

3.5. Test

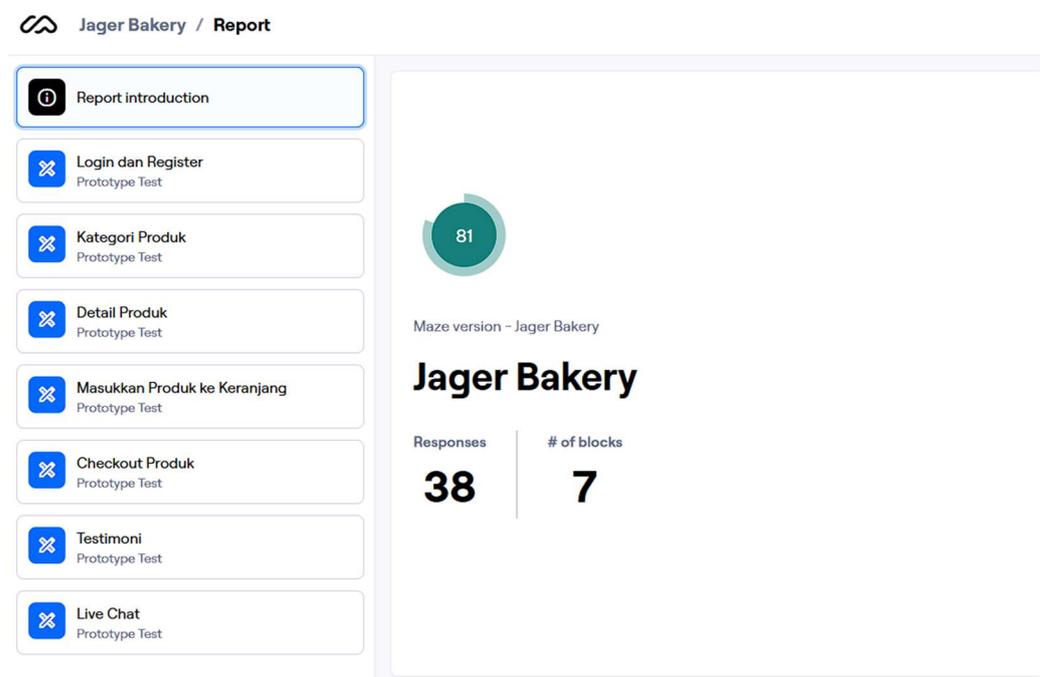
Pengujian dilakukan dengan pendekatan *Moderate Remote Usability Testing* menggunakan platform Maze.com untuk mengevaluasi *prototype website* Jäger Bakery. Pendekatan ini melibatkan responden yang diminta menyelesaikan serangkaian tugas

secara mandiri melalui perangkat masing-masing. Responden dipilih melalui teknik *purposive sampling* untuk memastikan mereka memiliki pengalaman berbelanja online maupun offline, sehingga relevan dengan konteks penelitian ini.

Tahapan Pengujian:

1. Pendaftaran dan Login
Responden diminta untuk mendaftar akun baru (jika belum memiliki akun) atau masuk ke akun yang sudah terdaftar.
2. Pencarian Produk
Responden mencari produk tertentu melalui fitur navigasi kategori dan pencarian.
3. Melihat Detail Produk
Responden memeriksa detail produk seperti deskripsi, harga, dan jumlah.
4. Menambahkan Produk ke Keranjang
Responden diminta menambahkan produk ke dalam keranjang belanja.
5. Proses Checkout
Responden menyelesaikan transaksi dengan memilih metode pembayaran dan memasukkan informasi pengiriman.
6. Menggunakan Fitur Live Chat
Responden mencoba fitur live chat untuk berinteraksi dengan customer service.
7. Memberikan Testimoni
Responden diminta menulis ulasan atau testimoni terhadap produk yang telah dibeli.

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur efisiensi, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi pengguna, dan menemukan area perbaikan pada prototipe untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Gambar 13 menunjukkan laporan Maze.com, termasuk jumlah blok tugas yang berhasil diselesaikan oleh responden.



Gambar 13. Laporan Pengujian Menggunakan Maze

Gambar 11. Menampilkan laporan hasil pengujian yang dihasilkan dari Maze.com, yang mencakup skor evaluasi keseluruhan sebesar 81. Hasil ini mengindikasikan bahwa *prototype* Jäger Bakery memiliki performa yang baik namun tetap memerlukan penyempurnaan di beberapa elemen untuk lebih meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengguna.

4. Pembahasan

Pada bagian ini, penulis akan membahas hasil pengujian *usability* yang diperoleh melalui *skenario maze testing* pada website Jäger Bakery. Hasil dari setiap langkah pengujian didokumentasikan secara rinci dalam Tabel 6 dan Tabel 7, yang mencantumkan data keberhasilan setiap tugas, skor *usability*, serta metrik tambahan seperti *Direct Success Rate (DSR)*, *Missclick Rate*, dan rata-rata durasi waktu yang diperlukan.

4.1. Hasil Perhitungan Pengujian

Tabel 6. Skor Perhitungan Hasil Pengujian Maze

Blok	Skenario	Direct Success Rate	Indirect Success Rate	Mission Unfinished	Missclick Rate	Average Duration
1	Login dan Register	94.7%	5.3%	5.3%	45.5%	32.2s
2	Kategori Produk	97.2%	2.8%	2.8%	32.1%	10.4s
3	Detail Produk	97.1%	2.9%	2.9%	42%	11s
4	Keranjang	100%	0%	0%	10.7%	11.2s
5	Checkout Produk	100%	0%	0%	34.9%	13.4s
6	Testimoni	100%	0%	0%	51.1%	9.1s
7	Live Chat	91.2%	8.8%	8.8%	43.2%	5.4s

Tabel 6. Mencatat performa prototipe website Jäger Bakery berdasarkan tujuh blok tugas yang diuji. Secara keseluruhan, hasil menunjukkan *Direct Success Rate (DSR)* yang tinggi, dengan sebagian besar blok mencatat angka di atas 90%, termasuk tiga blok dengan DSR sempurna (100%), yaitu Keranjang, Checkout Produk dan Testimoni. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar tugas yang terkait dengan fungsi utama website dapat diselesaikan dengan baik oleh pengguna tanpa hambatan berarti. Namun, temuan yang menarik adalah *Missclick Rate* yang tinggi pada blok Login dan Register (45.5%) dan Testimoni (51.1%). Tingginya *Missclick Rate* ini menunjukkan adanya elemen desain yang membingungkan atau kurang intuitif, meskipun pengguna tetap dapat menyelesaikan tugas tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan tugas (*DSR*) tidak selalu mencerminkan pengalaman pengguna yang optimal. Oleh karena itu, elemen desain pada blok-blok tersebut perlu dioptimalkan untuk mengurangi tingkat kesalahan klik. Dari sisi durasi penyelesaian tugas, sebagian besar tugas dapat diselesaikan dengan cepat (rata-rata di bawah 15 detik). Namun, tugas Login dan Register membutuhkan waktu rata-rata 32.2 detik, yang menunjukkan adanya hambatan dalam alur tugas ini. Penyempurnaan pada fitur seperti pengisian otomatis (*autocomplete*) atau tata letak form login yang lebih jelas dapat membantu mempercepat proses ini. Secara keseluruhan, Tabel 5 menunjukkan bahwa prototipe memiliki performa yang baik, tetapi elemen-elemen tertentu masih memerlukan penyempurnaan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pengguna. Peningkatan ini juga menunjukkan bahwa alur desain yang lebih matang dan intuitif pada tahap akhir dapat meningkatkan efisiensi pengguna dalam menyelesaikan tugas[15].

Tabel 7. Analisis Hasil Perhitungan SCUS, MIUS, MAUS

Blok	Skenario	Screen Usability Score (SCUS)	Mission Usability Score (MIUS)	Mission Usability Score (MIUS)
1	Login dan Register	94.7%	51.6	73.15
2	Kategori Produk	97.2%	66.0	81.6
3	Detail Produk	97.1%	56.3	76.7
4	Keranjang	100%	89.3	94.65
5	Checkout Produk	100%	65.1	82.55

Blok	Skenario	Screen Usability Score (SCUS)	Mission Usability Score (MIUS)	Mission Usability Score (MIUS)
6	Testimoni	100%	48.9	74.45
7	Live Chat	91.2%	51.8	71.5
<i>Maze Usability Score (MAUS)</i>				79.23

Tabel 7. Menganalisis hasil pengujian *usability* menggunakan tiga metrik utama: *Screen Usability Score (SCUS)*, *Mission Usability Score (MIUS)*, dan *Maze Usability Score (MAUS)*. Skor-skor ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman pengguna selama pengujian. Blok “Keranjang” mencatat skor *usability* tertinggi, dengan SCUS sebesar 89.3, MIUS sebesar 94.65, dan kontribusi yang signifikan terhadap skor keseluruhan MAUS (79.23). Hasil ini menunjukkan bahwa elemen desain pada blok ini telah dioptimalkan dengan baik, menghasilkan pengalaman pengguna yang sangat baik. Sebaliknya, blok “Testimoni” mencatat SCUS terendah (48.9) meskipun memiliki DSR sempurna (100%). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna berhasil menyelesaikan tugas, mereka menghadapi kesulitan dalam memahami atau mengoperasikan elemen desain pada blok ini, sehingga menurunkan tingkat kepuasan mereka. Blok “Login dan Register” juga mencatat MIUS yang rendah (51.6), menunjukkan bahwa tugas ini memerlukan penyempurnaan lebih lanjut untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pengguna. Sebaliknya, blok “Checkout Produk” memiliki skor *usability* yang tinggi (MIUS: 82.55), mencerminkan alur desain yang intuitif dan mendukung penyelesaian tugas secara efisien.

Berdasarkan Tabel 6 dan 7, *prototype* Jäger Bakery memiliki performa yang baik secara keseluruhan dengan MAUS sebesar 79.23, yang masuk dalam kategori “Good” berdasarkan tabel interpretasi SUS. Namun, beberapa blok tugas, seperti “Login dan Register” dan “Testimoni”, masih memerlukan penyempurnaan desain untuk mengurangi Missclick Rate, mempercepat durasi penyelesaian tugas, dan meningkatkan kepuasan pengguna.

5. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian *usability* yang dilakukan pada website Jäger Bakery, dapat disimpulkan bahwa tingkat keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan berbagai tugas meningkat secara signifikan pada blok-blok yang lebih lanjut, dengan skor tertinggi pada blok 4 dan 5. Namun, kesalahan klik (*missclick*) yang tinggi pada blok awal menunjukkan adanya kesulitan dalam memahami antarmuka dan alur navigasi. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya peningkatan desain antarmuka, terutama pada tahap awal proses penggunaan, agar pengguna tidak merasa bingung atau frustrasi.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan pengujian dengan jumlah sampel yang lebih besar dan beragam, serta mempertimbangkan aspek-aspek lain dalam *usability* seperti responsivitas dan kecepatan akses yang mungkin mempengaruhi pengalaman pengguna. Dengan demikian, perbaikan yang berkelanjutan pada desain web dapat membantu meningkatkan pengalaman pengguna dan mempercepat proses adaptasi mereka terhadap antarmuka yang digunakan.

Referensi

- [1] K. Angelina, E. Sutomo, and V. Nurcahyawati, “Desain UI UX Aplikasi Penjualan dengan Menyelaraskan Kebutuhan Bisnis menggunakan Pendekatan Design Thinking,” *TEMATIK*, vol. 9, no. 1, pp. 70–78, Jun. 2022, doi: 10.38204/tematik.v9i1.915.
- [2] N. N. Arisa, M. Fahri, M. I. A. Putera, and M. G. L. Putra, “Perancangan Prototipe UI/UX Website CROWDE Menggunakan Metode Design Thinking,” *Teknika*, vol. 12, no. 1, pp. 18–26, Feb. 2023, doi: 10.34148/teknika.v12i1.549.
- [3] H. N. Agustin, D. P. Sari, and R. Andrian, “Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan User Interface Aplikasi Bakery’lils Sebagai Platform Digital Penjualan Kue,” *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (JustIN)*, vol. 11, no. 2, p. 206, Jul. 2023, doi: 10.26418/justin.v11i2.55400.

- [4] Muhammad Sulthon Abdillah, Farel Atalla Muhammad Dafa, and Ina Sholihah Widiati, "Penerapan Metode Design Thinking pada UI/UX Website SaveBite untuk Penjualan Sisa Makanan dalam Mengurangi Food waste," *Router : Jurnal Teknik Informatika dan Terapan*, vol. 2, no. 3, pp. 185–196, Aug. 2024, doi: 10.62951/router.v2i3.168.
- [5] Maulana, D. F., & Voutama, A. "Penggunaan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Sistem Informasi Penyewaan Sepeda". *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Sistem Komputer TGD*, 6(2), 452-462, 2023, doi: <https://doi.org/10.53513/jsk.v6i2.8249>
- [6] M. A. Edward, "IMPLEMENTATION OF UI UX ON THE TOKO KUE BUNDA AL SITE USING THINKING DESIGN METHOD," *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 12, no. 1, Jan. 2024, doi: 10.23960/jitet.v12i1.3600.
- [7] I. K. Wardani, P. Utomo, A. Budiman, and D. N. Amadi, "Pemanfaatan Metode Design Thinking dan Pengujian SUS untuk UI/UX Aplikasi Home Care Madiun Berbasis Android," *Journal of Computer and Information Systems Ampera*, vol. 4, no. 2, 2023, doi: 10.51519/journalcisa.v4i2.399.
- [8] I. Adhiya Adha *et al.*, "PERANCANGAN UI/UX APLIKASI OGAN LOPIAN DISKOMINFO PURWAKARTA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING," *JOISIE Journal Of Information System And Informatics Engineering*, vol. 7, no. 1, 2023, doi: <https://doi.org/10.35145/joisie.v7i1.2938>
- [9] S. Indriyana, A. Voutama,) Azhari, and A. Ridha, "Siti Indriyana, et, all Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes," *Juni*, vol. 4, no. 2, pp. 1487–1496, 2023, doi: 10.55338/jpkmn.v4i2.1086.
- [10] H. R. Sitorus, A. Ibrahim, Y. Utama, and H. Novianti, "KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Perancangan Prototype UI/UX Website Softcoffee Dengan Penerapan Metode Design Thinking," *Media Online*, vol. 4, no. 6, pp. 2744–2753, 2024, doi: 10.30865/klik.v4i6.1881.
- [11] M. Raschintasofi and H. Yani, "Perancangan UI UX Aplikasi Learning Management System Berbasis Mobile dan Website Menggunakan Metode Design Thinking," *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*, vol. 3, no. 1, 2023, doi: <https://doi.org/10.33998/jms.2023.3.1.753>
- [12] A. H. Agusti and A. N. Alfian, "MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE DAN USER ACCEPTANCE TEST PADA MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF RUMUS MATEMATIKA," *BINA INSANI ICT JOURNAL*, vol. 9, no. 2, pp. 147–161, 2022, doi: <https://doi.org/10.51211/biict.v9i2.2223>
- [13] A. Yasmin, A. Voutama, S. Karawang, J. H. Ronggo Waluyo, and T. T. Karawang, "PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI STAYZY MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING," 2024. [Online]. Available: <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/jati/article/view/9549>.
- [14] M. Hasibuan and A. Voutama, "Perancangan Tampilan Antarmuka Berbasis Aplikasi Mobile Agro Tech Dengan Metode Design Thinking," *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Sistem Komputer TGD*, vol. 6, no. 2, pp. 527–538, Jul. 2023. [Online]. Available: <https://ojs.trigunadharma.ac.id/index.php/jsk/article/view/8252>
- [15] S. Indriyana, A. Voutama,) Azhari, and A. Ridha, "Siti Indriyana, et, all Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes," *Juni*, vol. 4, no. 2, pp. 1487–1496, 2023, doi: 10.55338/jpkmn.v4i2.1086.