



## Penerapan Metode *Design Thinking* dalam Perancangan UI/UX Website Pintu Rumah

Roy Wenang Robbani <sup>1\*</sup>, Ika Nur Fajri <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Sistem Informasi, Universitas AMIKOM Yogyakarta, Indonesia.

\* Korespondensi: [roywr@students.amikom.ac.id](mailto:roywr@students.amikom.ac.id)

**Sitasi:** Robbani, R. W.; Fajri, I.N.; (2025). Penerapan Metode *Design Thinking* dalam Perancangan UI/UX Website Pintu Rumah. JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia, 7(2), 287-304. <https://doi.org/10.35746/jtim.v7i2.714>

Diterima: 10-02-2025

Direvisi: 10-03-2025

Disetujui: 17-03-2025



**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:** Property rental is the activity of utilizing property by tenants for a certain period of time at an agreed-upon cost. The types of property rented include residential, commercial, and industrial, which are the choices of many people because of their flexibility. As technology evolves, property searches and transactions are now more accessible through digital platforms such as websites and mobile applications. This platform allows tenants or buyers to get faster and more precise information according to their needs. However, many property rental platforms still face challenges in providing an optimal user experience, such as a complicated interface and a lack of direct interaction between tenants and property owners. This study aims to improve the user experience on property rental platforms by adding an appointment feature that allows direct communication between tenants and property owners. The method used in this study is Design Thinking, which consists of five stages: Empathy, Define, Ideate, Prototype, and Test. The developed prototype was tested using Maze, a real-time user testing platform. The test results show that this platform has a Maze Usability Score (MAUS) of 69.63%, which is classified as "Good". Although in general the platform can be used well, there are areas that need improvement, such as the high level of click errors in the process of adding properties by the owner. The conclusion of this study is that although the platform functions effectively, there is still room for improvement in terms of clarity and ease of navigation.

**Keywords:** Property Rental Platform; User Experience; Design Thinking; Usability Testing; Interface Design.

**Abstrak:** Sewa properti adalah kegiatan pemanfaatan properti oleh penyewa untuk jangka waktu tertentu dengan biaya yang disepakati. Jenis properti yang disewa meliputi hunian, komersial, dan industri, yang menjadi pilihan banyak orang karena fleksibilitasnya. Seiring berkembangnya teknologi, pencarian dan transaksi properti kini lebih mudah diakses melalui *platform digital* seperti situs web dan aplikasi mobile. *Platform* ini memungkinkan penyewa atau pembeli mendapatkan informasi yang lebih cepat dan tepat sesuai kebutuhan mereka. Namun, banyak platform sewa properti yang masih menghadapi tantangan dalam memberikan pengalaman pengguna yang optimal, seperti antarmuka yang rumit dan kurangnya interaksi langsung antara penyewa dan pemilik properti. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada *platform* sewa properti dengan menambahkan fitur janji temu yang memungkinkan komunikasi langsung antara penyewa dan pemilik properti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking*, yang terdiri dari lima tahap: *Empathy*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. *Prototype* yang dikembangkan diuji menggunakan Maze, sebuah platform pengujian pengguna secara real-time. Hasil pengujian menunjukkan bahwa platform ini memiliki *Maze Usability Score (MAUS)* sebesar 69,63%, yang tergolong dalam kategori "Good". Meskipun secara umum *platform* sudah dapat digunakan dengan baik, terdapat area yang perlu diperbaiki, seperti tingkat kesalahan

klik yang tinggi pada proses penambahan properti oleh pemilik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa meskipun platform berfungsi efektif, masih ada ruang untuk perbaikan dalam hal kejelasan dan kemudahan navigasi.

**Kata kunci:** Platform Sewa Properti; Pengalaman Pengguna; Design Thinking; Pengujian Usability; Desain Antarmuka.

## 1. Pendahuluan

Sewa properti adalah kegiatan pemanfaatan properti, seperti hunian, komersial, atau industri, oleh penyewa untuk jangka waktu tertentu dengan biaya yang disepakati. Fleksibilitas ini menjadikan sewa properti sebagai pilihan utama bagi banyak orang. Seiring perkembangan teknologi, pencarian dan transaksi properti kini semakin mudah diakses melalui platform digital, seperti situs web dan aplikasi mobile. Platform ini memberikan kemudahan bagi penyewa atau pembeli dalam mencari properti sesuai dengan kebutuhan mereka [1].

Meskipun kemajuan teknologi telah mempermudah akses informasi, banyak platform sewa properti yang masih menghadapi tantangan dalam hal desain pengalaman pengguna (UX), khususnya terkait dengan komunikasi antara penyewa dan pemilik properti [2]. Fitur janji temu atau komunikasi langsung antara keduanya masih jarang ditemukan pada banyak platform. Sebagian besar platform lebih fokus pada penyediaan informasi dasar tentang properti, seperti harga, lokasi, dan ukuran, tanpa menyediakan fitur interaktif yang memungkinkan kedua pihak untuk berbicara langsung atau membuat janji temu untuk melihat properti secara langsung. Hal ini sering kali memperlambat proses negosiasi atau diskusi terkait properti, karena penyewa dan pemilik harus mencari cara lain untuk berkomunikasi.

Berdasarkan riset pada beberapa platform seperti Lamudi, OLX, dan Jogjaproperti.net, meskipun mereka menyediakan informasi lengkap mengenai properti, tidak ada fitur yang memungkinkan komunikasi langsung atau pengaturan janji temu untuk berdiskusi lebih lanjut tentang properti. Ini menghambat kelancaran transaksi, karena kedua belah pihak tidak memiliki sarana untuk berkomunikasi secara real-time. Sebagai contoh, di Jogjaproperti.net, meskipun terdapat informasi lengkap tentang properti dan kontak WhatsApp untuk komunikasi, fitur seperti janji temu online atau pengaturan waktu untuk melihat properti masih belum tersedia langsung di platform mereka. Sistem ini lebih berfokus pada listing properti dan menawarkan komunikasi lewat WhatsApp atau telepon, yang bisa dianggap kurang interaktif dibandingkan dengan platform yang memungkinkan interaksi lebih real-time dan terjadwal, sehingga dapat memperlancar proses komunikasi antara penyewa dan pemilik properti.

Penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan metode Design Thinking dalam pengembangan UI/UX di sektor properti memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan desain platform sewa properti. Salah satunya adalah penelitian oleh Wibowo dan Kristianto (2021) mengembangkan Aplikasi Reservasi Onengan Resort dengan pendekatan Design Thinking, menghasilkan aplikasi yang menarik dan mudah digunakan, dengan skor usability testing mencapai 84,1% [3]. Penelitian Pratama et al. (2021) pada website Jro Sandat Property menunjukkan bahwa pendekatan ini juga dapat meningkatkan desain website dan memperoleh skor 81,25 pada System Usability Scale (SUS), yang menunjukkan antarmuka yang user-friendly [4]. Selain itu, Pohan et al. (2021) merancang aplikasi mobile untuk pemasaran properti yang meningkatkan efisiensi dan pengalaman pengguna melalui metode Design Thinking [5]. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Design Thinking dapat menghasilkan solusi desain yang relevan dan efektif.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya yang mengembangkan UI/UX untuk sektor properti, belum ada yang secara langsung menambahkan fitur janji temu untuk

komunikasi antara penyewa dan pemilik properti. Penelitian ini memperkenalkan inovasi dengan menambahkan fitur janji temu dalam platform sewa properti, yang diharapkan dapat mempermudah proses diskusi dan negosiasi. Dengan menggunakan metode Design Thinking, penelitian ini bertujuan merancang platform Pintu Rumah yang tidak hanya menyediakan informasi yang jelas, tetapi juga meningkatkan interaksi dan mempercepat proses transaksi antara penyewa dan pemilik properti.

**Tabel 1** di bawah ini menunjukkan perbedaan antara penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya yang juga menggunakan metode Design Thinking di sektor properti.

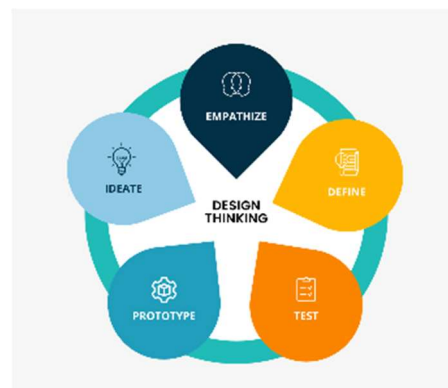
**Tabel 1.** Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Dimas Adi Wibowo, Budhi Kristianto	Design UI/UX Reservation Application Onengan Resort with Design Thinking Method Using Figma	Aplikasi reservasi Onengan Resort berhasil dengan desain UI/UX yang menarik dan ramah pengguna, menggunakan metode Design Thinking. Skor usability testing mencapai 84,1%.	Menggunakan metode Design Thinking dalam pengembangan UI/UX	Fokus pada aplikasi reservasi hotel online, sedangkan penelitian ini fokus pada platform sewa properti.
I Putu Ananda Andra Pratama, A.A. Istri Ita Paramitha, I Putu Satwika	Penerapan Metode Design Thinking Dalam Implementasi User Interface Berbasis Website Studi Kasus Jro Sandat Property	Website Jro Sandat Property berhasil dengan desain UI/UX yang user-friendly dan memperoleh skor 81,25 pada System Usability Scale (SUS).	Penggunaan metode Design Thinking pada desain UI/UX	Fokus pada website properti villa, sedangkan penelitian ini fokus pada platform sewa properti secara lebih luas.
Sri Uszdevita Syardillah Pohan, Ali Muntaha, Fina Nuraini, Yoga Sahria	Perancangan Aplikasi Mobile Pemasaran Properti Dengan Metode Design Thinking	Aplikasi mobile untuk pemasaran properti yang dapat memberikan gambaran akurat dan praktis tanpa perlu melihat properti langsung. Menggunakan Design Thinking untuk efisiensi pemasaran		Fokus pada aplikasi mobile pemasaran properti, sedangkan penelitian ini pada platform sewa properti

## 2. Bahan dan Metode

*Design Thinking* adalah pendekatan berpusat pada manusia yang digunakan untuk memecahkan masalah secara kreatif dengan memahami secara mendalam kebutuhan pengguna [6]. Metodologi ini dipilih karena fokusnya yang mendalam terhadap pengalaman pengguna dalam menciptakan solusi yang efektif dan relevan. Design Thinking terdiri dari lima tahap: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* [7].

Gambar 1 menjelaskan tahapan-tahapan *Design Thinking* yang diterapkan dalam penelitian ini.



**Gambar 1** Metode Design Thingking

Gambar 1. Tahapan-tahapan Design Thinking yang diterapkan dalam penelitian ini. Penjelasan dari setiap tahap yang ditampilkan pada gambar adalah sebagai berikut.

**a) Empathy**

Tahap pertama dalam *Design Thinking* adalah *Empathy*, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam kebutuhan, masalah, dan pengalaman pengguna [8]. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait hambatan yang dialami pengguna, preferensi mereka terhadap fitur yang ada, serta alasan mereka memilih menggunakan layanan online atau offline dalam transaksi properti.

**Tabel 2.** Pertanyaan Kuesioner

No.	Pertanyaan	Tujuan
1	Dalam pengalaman Anda, berperan sebagai apa Anda dalam hal Jual Beli dan Penyewaan properti?	Mengetahui peran pengguna dalam transaksi properti.
2	Apakah Anda sudah pernah melakukan Pembelian / Penyewaan / Penjualan Properti dalam bentuk <i>offline</i> ?	Mengetahui keterlibatan responden dalam transaksi <i>offline</i> .
3	Pernahkah Anda melakukan Pembelian / Penyewaan / Penjualan Properti dalam bentuk <i>online</i> ?	Mengetahui keterlibatan responden dalam transaksi online.
4	Pernahkah Anda melakukan Pembelian / Penyewaan / Penjualan Properti dalam bentuk <i>online</i> ?	Untuk mengetahui alasan responden belum bertransaksi properti secara <i>online</i> .
5	Apa yang membuat Anda memilih Pembelian / Penyewaan / Penjualan properti secara langsung ( <i>offline</i> )?	Menggali faktor yang membuat responden lebih memilih transaksi properti secara <i>offline</i> .
6	Apa hambatan atau kesulitan yang Anda alami saat melakukan Pembelian / Penyewaan / Penjualan secara <i>online</i> ?	Mengetahui masalah yang dihadapi oleh responden dalam transaksi properti secara <i>online</i> .
7	Apakah Anda merasa puas ketika melakukan Pembelian / Penyewaan / Penjualan Properti secara <i>offline</i> ?	Mengukur tingkat kepuasan responden terhadap transaksi properti secara <i>offline</i> .
8	Apakah Anda merasa puas ketika melakukan Pembelian / Penyewaan / Penjualan Properti secara <i>online</i> ?	Mengukur tingkat kepuasan responden terhadap transaksi properti secara <i>online</i> .
9	Apakah Anda pernah mengalami kesulitan saat menggunakan layanan <i>online</i> untuk melakukan Pembelian / Penyewaan / Penjualan Properti? Jika ya, tolong sebutkan kendalanya.	Menggali masalah spesifik yang dialami responden saat menggunakan <i>platform online</i> untuk transaksi properti.

**Tabel 2.** Menunjukkan pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner ini, dengan tujuan untuk menggali lebih dalam tentang pengalaman, hambatan, dan preferensi pengguna dalam transaksi properti, baik secara *offline* maupun *online*.

### b) *Define*

Pada tahap *Define*, peneliti menganalisis dan merumuskan masalah utama yang perlu diselesaikan berdasarkan informasi yang didapatkan pada tahap *Empathize* [9]. Fokus utama pada penelitian ini adalah mengidentifikasi masalah komunikasi yang sering dihadapi oleh penyewa dan pemilik properti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang lebih interaktif, seperti fitur janji temu, diperlukan untuk memperlancar diskusi antara penyewa dan pemilik properti.

### c) *Ideate*

Pada tahap *Ideate*, peneliti mengembangkan berbagai ide kreatif untuk menyelesaikan masalah komunikasi antara penyewa dan pemilik properti yang telah didefinisikan sebelumnya [10]. Berbagai solusi, terutama yang mengedepankan kemudahan dalam komunikasi dan pengaturan janji temu, dikembangkan dan disaring untuk memilih ide yang paling relevan dan efektif [11]. Proses ini bertujuan untuk menciptakan fitur janji temu yang praktis dan mudah diakses oleh pengguna [12].

### d) *Prototype*

Tahap *Prototype* merupakan pembuatan model awal (mockup) dari solusi yang dipilih pada tahap *Ideate* [13]. *Prototype* ini berupa desain antarmuka pengguna yang memungkinkan fitur janji temu diuji secara langsung oleh pengguna, untuk mengevaluasi fungsionalitasnya dalam konteks transaksi properti.

### e) *Test*

Test adalah tahap akhir dalam *Design Thinking* yang melibatkan pengujian solusi desain melalui *prototype* dengan pengguna untuk mengumpulkan umpan balik [14]. Pada fase ini, *prototype* yang telah dikembangkan diuji dengan tujuan untuk memastikan bahwa solusi yang diusulkan dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh pengguna secara efektif dan mudah digunakan. Pengujian dilakukan menggunakan *Maze*, sebuah platform pengujian yang memungkinkan pengujian secara *real-time* dengan pengguna nyata. *Maze* mengumpulkan data mengenai seberapa mudah antarmuka pengguna digunakan dengan mengukur *Direct Success Rate*, *Missclick Rate*, *Mission Unfinished Rate*, dan *Average Duration*.

Rumus yang di gunakan:

#### 1) *Mission Usability Score (MIUS)*

$$MIUS = \frac{Direct\ Success\ Rate}{Direct\ Success\ Rate + Mission\ Unfinished\ Rate}$$

Keterangan:

- *Direct Success Rate* adalah persentase pengguna yang berhasil menyelesaikan tugas.
- *Mission Unfinished Rate* adalah persentase pengguna yang tidak dapat menyelesaikan tugas (1 - *Direct Success Rate*).

## 3. Hasil

Pada bagian ini, peneliti memaparkan temuan yang diperoleh dari kuesioner, analisis kompetitor, serta tahapan *Design Thinking*. Temuan-temuan ini menggambarkan masalah utama yang dialami oleh pengguna dan memberikan dasar untuk merumuskan solusi yang relevan dalam upaya meningkatkan pengalaman pengguna pada platform properti.

### 3.1. Empathize

Pada tahap Empathize, peneliti mengumpulkan data melalui kuesioner untuk memahami pengalaman dan masalah pengguna dalam transaksi properti, baik secara online maupun offline. Hasil dari kuesioner ini mengungkapkan preferensi pengguna serta kendala yang mereka alami dalam kedua metode transaksi tersebut. Ringkasan hasil dari kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Kuesioner

Proses Kuesioner	Ringkasan Hasil
User Flow Calon Pembeli atau Penyewa	Berdasarkan kuesioner, mayoritas responden adalah mahasiswa (55.6%) diikuti oleh wiraswasta (22.2%). Responden lainnya termasuk ibu rumah tangga (7.4%), PNS/TNI (3.7%), dan pekerja lainnya.
Rentang Usia Responden	Sebagian besar responden berusia 17-25 tahun (55.6%). Rentang usia lainnya termasuk 26-30 tahun (11.1%) dan 41-45 tahun (11.1%). Responden berusia 45-60 tahun mencakup 3.6%.
Peran Pengguna dalam Jual Beli dan Penyewaan Properti	Sebagian besar responden (66.7%) berperan sebagai pembeli atau penyewa properti, sedangkan 32.3% adalah pemilik properti. Sisanya adalah staff (3.7%).
Pengalaman Pembelian/Penyewaan/Penjualan Properti Secara <i>Offline</i>	85.2% responden pernah melakukan transaksi secara offline, menunjukkan bahwa banyak pengguna masih lebih memilih metode transaksi tradisional dibandingkan <i>online</i> .
Pengalaman Pembelian/Penyewaan/Penjualan Properti Secara <i>Online</i>	66.7% responden sudah pernah bertransaksi secara <i>online</i> , namun masih ada 33.3% yang belum merasakan pengalaman bertransaksi properti menggunakan <i>platform online</i> .
Kepuasan Pembelian/Penyewaan/Penjualan Properti Secara <i>Offline</i>	Sebagian besar responden (33.3%) merasa puas dengan transaksi offline, memberikan nilai 5, diikuti oleh 33.3% lainnya yang memberi nilai 4. Namun, ada juga yang memberikan nilai 3 atau 2.
Kepuasan Pembelian/Penyewaan/Penjualan Properti Secara <i>Online</i>	Kepuasan terhadap transaksi <i>online</i> sedikit lebih rendah, dengan 31.6% memberi nilai 3 dan 31.6% memberi nilai 4. Sebagian kecil (15.8%) merasa sangat puas dengan transaksi <i>online</i> .

**Tabel 3.** Memberikan gambaran mengenai pekerjaan, usia, pengalaman transaksi, serta tingkat kepuasan responden terhadap transaksi properti secara offline dan online.

### 3.2. Define

Pada tahap Define, peneliti merumuskan masalah berdasarkan data yang terkumpul pada tahap Empathize. Dari analisis data kuesioner dan kompetitor, ditemukan bahwa banyak pengguna menghadapi kendala dalam berkomunikasi langsung dengan pemilik atau agen saat bertransaksi online. Salah satu masalah utama adalah ketidakadaan fitur janji temu (*appointment*) yang menghalangi interaksi tatap muka antara penyewa dan pemilik. Tabel 4 menunjukkan analisis perbandingan fitur yang ada pada platform kompetitor.

**Tabel 4.** Perbandingan Fitur Utama antara Kompetitor

Fitur Utama	Kompetitor			
	Rumah123	99.co	Brighton	Onlist
Jual	Ya	Ya	Ya	Ya
Sewa	Ya	Ya	Ya	Ya
Berita	Ya	Ya	Ya	Ya
Pencarian	Ya	Ya	Ya	Ya
Panduan	Ya	Ya	Tidak	Tidak
Janji Temu ( <i>Appointment</i> )	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak

**Tabel 4.** Menunjukkan bahwa meskipun platform kompetitor menawarkan berbagai fitur penting seperti jual, sewa, berita, dan pencarian, tidak ada satu pun yang menyediakan fitur janji temu (appointment). Hal ini menjadi kesempatan untuk mengembangkan fitur tersebut pada platform “Pintu Rumah”.

### User Persona

*User persona* terdiri dari dua kategori utama: Pemilik Properti dan Pembeli/Penyewa Properti, masing-masing dengan karakteristik dan kebutuhan yang berbeda. Profil ini membantu merumuskan kebutuhan fitur yang relevan untuk tiap kelompok pengguna.



**Gambar 2** User Persona Pemilik Properti



**Gambar 3** User Persona Pembeli/Penyewa Properti

**Gambar 2.** *User Persona* Pemilik Properti Mencari platform yang memudahkan pengelolaan properti dan komunikasi dengan penyewa/pembeli, serta kebutuhan fitur keamanan transaksi online dan negosiasi jarak jauh. **Gambar 3.** *User Persona* Pembeli/Penyewa Properti Membutuhkan informasi properti yang jelas, akurat, serta kemudahan dalam berkomunikasi dengan pemilik atau agen.

### User Journey Map

STAGES	PENCARIAN PROPERTI	MELIHAT DETAIL PROPERTI	MENGHUBUNGI AGEN PROPERTI	KUNJUNGAN PROPERTI	NEGOSIASI HARGA	PEMBAYARAN DAN KONTRAK	PEMROSESAN DOKUMEN	VERIFIKASI DAN KONFIRMASI
ACTIONS	1. Pengguna membuka situs web 2. Memasukkan kriteria pencarian 3. Melihat hasil pencarian	1. Mengklik properti yang diinginkan 2. Melihat deskripsi, foto, dan detail properti lainnya	1. Menggunakan tombol "Hubungi Agen" 2. Meminta informasi tambahan atau jadwal kunjungan	1. Menjadwalkan kunjungan properti 2. Melakukan kunjungan langsung ke lokasi	1. Memulai negosiasi harga dan persyaratan dengan agen properti	1. Melakukan pembayaran atau membayar dengan muka 2. Mengisi dan menandatangani kontrak	1. Mengunggah dokumen yang diperlukan	1. Mengirim konfirmasi transaksi
PAIN POINTS	1. Kesulitan menemukan properti yang sesuai dengan preferensi	1. Informasi kurang lengkap atau tidak jelas	1. Tanggapan yang lambat dari agen properti	1. Kesulitan menemukan waktu yang cocok untuk kunjungan	1. Kesulitan mencapai kesepakatan yang menguntungkan	1. Proses yang rumit dan lambat	1. Kesulitan memahami dokumen yang diperlukan	1. Proses verifikasi yang memakan waktu
OPPORTUNITIES	1. Meningkatkan fitur pencarian untuk hasil yang lebih relevan	1. Menambahkan informasi yang lebih detail dan foto yang jelas dan berkualitas tinggi	1. Meningkatkan responsivitas agen properti melalui sistem notifikasi atau live chat	1. Menawarkan pilihan jadwal kunjungan	1. Memfasilitasi negosiasi online di dalam platform	1. Memberikan pilihan beberapa metode pembayaran yang bisa digunakan	1. Memberikan panduan atau checklist dokumen yang diperlukan	1. Mempercepat proses verifikasi

**Gambar 4** User journey map membeli atau menyewa

**Gambar 4.** Proses dimulai dengan mencari dan memeriksa detail properti. Setelah itu, pembeli atau penyewa menghubungi agen untuk kunjungan dan negosiasi harga. Jika disetujui, pembayaran dan kontrak dilakukan, diikuti dengan verifikasi dokumen.





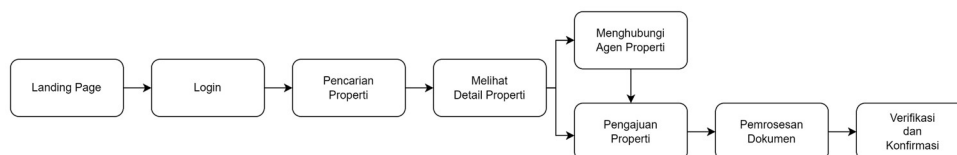
**Gambar 5** User Journey Map Mengiklankan atau Menjual Properti

**Gambar 5.** Pemilik properti mengiklankan properti, merespon pertanyaan, dan bernegosiasi harga. Setelah kesepakatan, mereka melanjutkan ke pembayaran, kontrak, dan verifikasi dokumen.

### 3.3. Ideate

Pada tahap Ideate, berbagai solusi kreatif dikembangkan untuk mengatasi masalah yang telah terdefinisi. Salah satu solusi utama yang dihasilkan adalah pembuatan user flow yang jelas dan terstruktur, seperti yang terlihat pada **Gambar 6**. User flow ini menggambarkan perjalanan calon pembeli dan penyewa properti dalam menggunakan platform "Pintu Rumah" mulai dari pencarian properti hingga konfirmasi transaksi.

### User Flow



**Gambar 6** User Flow Calon Pembeli dan Penyewa

**Gambar 6.** Menggambarkan alur calon pembeli dan penyewa properti yang dimulai dengan mengunjungi landing page lalu login untuk akses fitur lengkap. Selanjutnya, pengguna melakukan pencarian properti sesuai kriteria, melihat detail, dan menghubungi agen jika tertarik. Setelah itu, pengguna mengajukan pembelian atau penyewaan sebelum dokumen diproses. Alur ini diakhiri dengan verifikasi dan konfirmasi transaksi, memastikan proses berjalan aman dan lancar.

**Tabel 5.** Tabel Fitur User Flow

No.	User Flow	Deskripsi
1	User Flow Calon Pembeli atau Penyewa	Alur yang dilalui oleh calon pembeli atau penyewa dari landing page hingga konfirmasi transaksi.data
2	User Flow Melihat Properti Sebagai Tamu	Alur untuk melihat properti tanpa harus login, berfungsi sebagai pengenalan platform.data <sup>1</sup>
3	User Flow Pencarian Properti	Alur bagi pengguna untuk mencari properti berdasarkan filter yang tersedia.
4	User Flow Melihat Detail Properti	Alur untuk melihat detail lengkap dari properti yang dipilih, termasuk harga, fasilitas, dan deskripsi.
5	User Flow Menghubungi Agen Properti	Alur untuk mengajukan permintaan untuk membeli atau menyewa properti, termasuk proses verifikasi dokumen.
6	User Flow Pengajuan Properti	Alur untuk mengajukan permintaan untuk membeli atau menyewa properti, termasuk proses verifikasi dokumen.
7	User Flow Agen atau Pemilik Properti	Alur yang dilalui agen atau pemilik properti dalam mengelola properti dan transaksi dengan calon penyewa atau pembeli.
8	User Flow Tambah Properti	Alur bagi agen atau pemilik properti untuk menambahkan properti yang ingin dijual atau disewakan.



No.	User Flow	Deskripsi
9	User Flow Pesan	Alur bagi agen atau pemilik properti untuk berkomunikasi dengan pembeli atau penyewa melalui pesan.
10	User Flow Kelola Pengajuan	Alur bagi agen atau pemilik properti dalam mengelola pengajuan penyewaan atau pembelian dari calon pembeli atau penyewa.

**Tabel 5.** Merangkum fitur user flow yang menggambarkan alur yang dilalui oleh pengguna, baik pembeli, penyewa, maupun agen properti, dalam berinteraksi dengan *platform* properti. Setiap alur dijelaskan untuk memberikan gambaran bagaimana pengguna bergerak melalui platform, dari tahap pertama seperti mengunjungi landing page hingga tahap akhir seperti konfirmasi transaksi.

### 3.4. Prototype

Pada tahap Prototype, desain antarmuka pengguna (UI) diubah menjadi mockup visual yang mempresentasikan ide-ide yang dikembangkan pada tahap Ideate. Mockup ini menggambarkan bagaimana tampilan platform yang akan digunakan oleh pengguna. Berikut adalah beberapa contoh mockup yang dibuat untuk “Pintu Rumah”.

Kembali ke Dashboard

PintuRumah

### Tambah Properti

Pastikan Anda telah mengisi semua kolom yang diperlukan dan telah mengunggah semua file yang diperlukan.

Pengajuan
Daftar Informasi

**Alamat Properti**

Alamat Lengkap\* Nomer Rumah

Masukkan Alamat Nomor Rumah

Kota\* Provinsi\* Kode Pos\*

Nama Kota Pilih Provinsi Kode Pos

Lanjut

**Gambar 7** Mockup Halaman Tambah Properti 1

Kembali ke Dashboard

PintuRumah

### Tambah Properti

Pastikan Anda telah mengisi semua kolom yang diperlukan dan telah mengunggah semua file yang diperlukan.

Pengajuan
Daftar Informasi

**Alamat Properti**

Woodland St, 105, Phoenix, AZ 85001

**Informasi Properti**

Tipe Properti\* Pilih Tipe

Kamar Tidur\* Kamar Mandi\* Luas Tanah

Berapa Kamar Berapa Kamar Mandi sq ft

Sewa Perbulan\* DP

IDR IDR

Pilih Fasilitas

A/C Gudang Pet Friendly Parkir Kolam Renang Taman

Wi-Fi Fitness Jacuzzi

Tambah Fasilitas

Deskripsi\* Tuliskan deskripsi tentang properti anda!

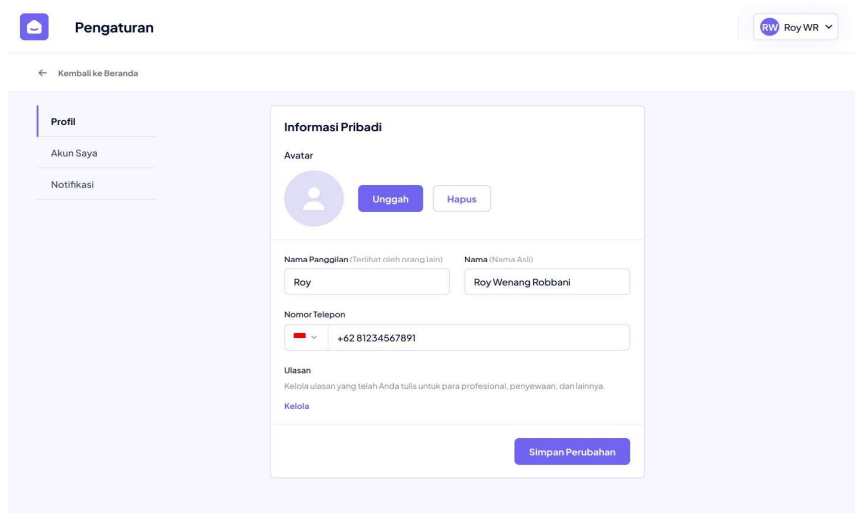
Tanggal Tersedia Durasi Sewa

01/01/2022 Pilih Durasi

Kembali Lanjut

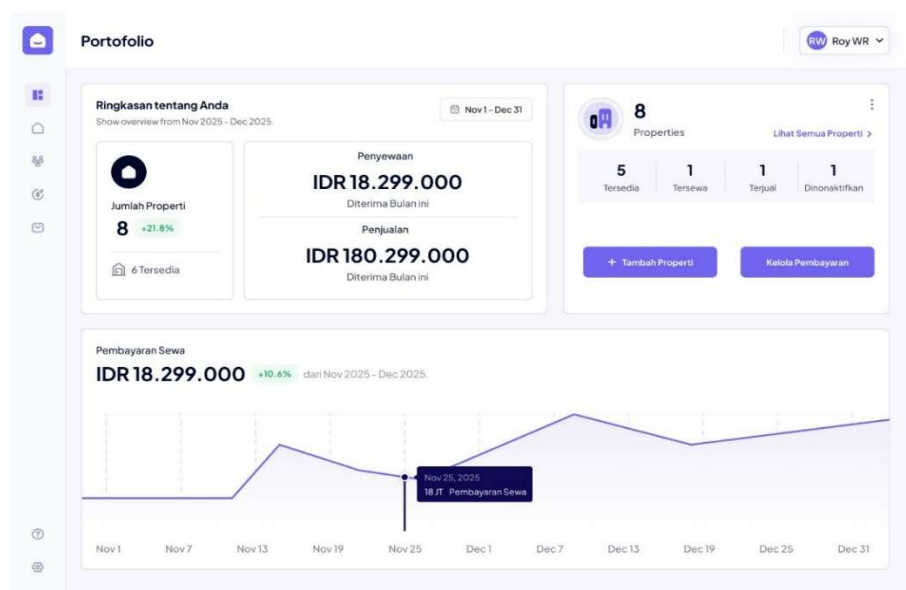
**Gambar 8** Mockup Halaman Tambah Properti 2

**Gambar 7.** Mockup Halaman Tambah Properti 1 ini menampilkan formulir untuk mengisi informasi alamat lengkap properti, seperti kota, provinsi, dan kode pos. Tujuannya agar properti dapat mudah ditemukan oleh calon pembeli atau penyewa. **Gambar 8.** Mockup Halaman Tambah Properti 2 Pengguna diminta mengisi detail properti secara lebih menyeluruh, termasuk tipe properti, jumlah kamar, luas lahan, fasilitas, deskripsi, serta periode ketersediaan. Informasi ini membantu calon pembeli atau penyewa memahami karakteristik properti secara lengkap.



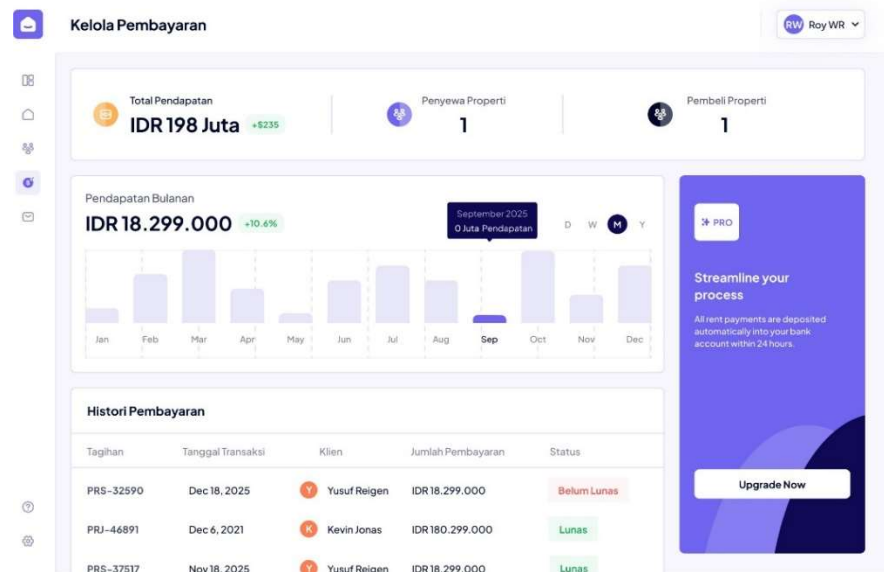
**Gambar 9** Mockup Halaman Pengaturan

**Gambar 9.** Mockup ini menampilkan halaman pengaturan pengguna yang memuat tiga bagian utama: Profil, Akun Saya, dan Notifikasi. Pada bagian Profil, pengguna dapat mengunggah atau menghapus foto avatar, mengedit nama panggilan, nama asli, nomor telepon, serta menambahkan ulasan. Tombol “Simpan Perubahan” digunakan untuk menerapkan setiap pembaruan informasi.



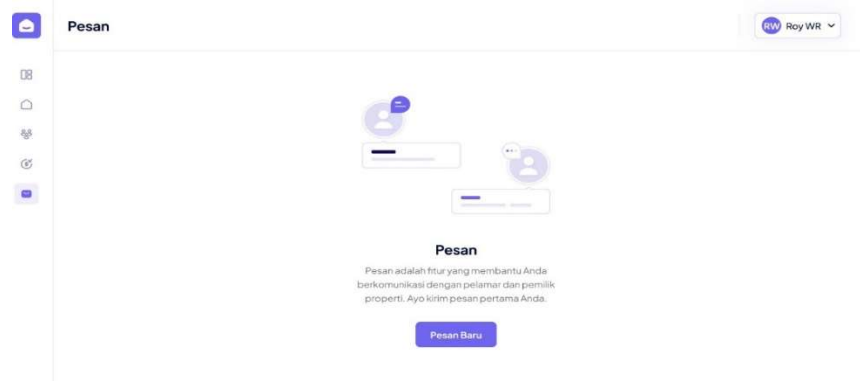
**Gambar 10** Mockup Halaman Dashboard Penjual

**Gambar 10.** Mockup ini menampilkan rangkuman aktivitas penjual, termasuk jumlah properti yang dimiliki, pendapatan dari penjualan dan penyewaan, serta status tiap properti (tersedia, tersewa, terjual, dinonaktifkan). Grafik di bagian bawah menunjukkan tren pembayaran sewa dalam rentang waktu tertentu. Terdapat juga tombol untuk menambah properti baru dan mengelola pembayaran, sehingga memudahkan penjual memantau kinerja portofolio secara menyeluruh.



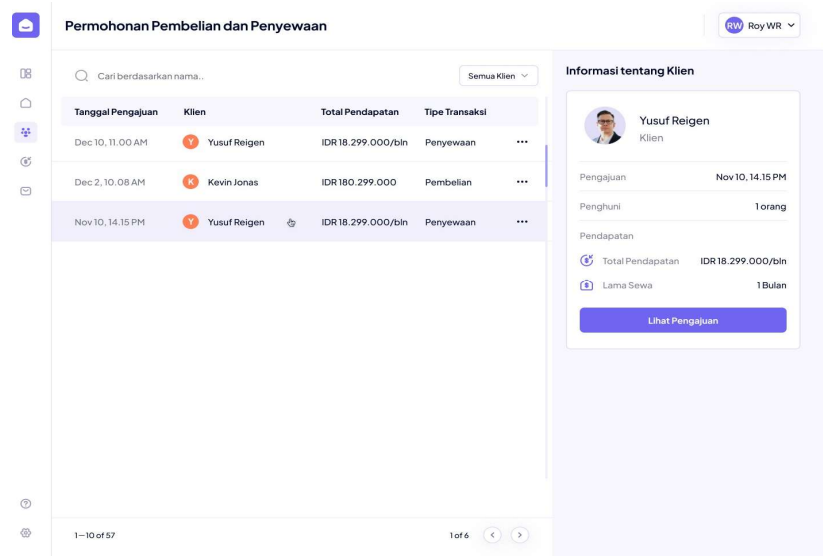
Gambar 11 Mockup Halaman Kelola Pembayaran

**Gambar 11.** Halaman Kelola Pembayaran ini menampilkan informasi terkait pendapatan yang diperoleh dari penyewaan properti. Di bagian atas, pengguna dapat melihat total pendapatan yang telah diterima, serta jumlah penyewa dan pembeli properti. Grafik pendapatan bulanan memberikan gambaran visual mengenai tren pendapatan dari bulan ke bulan, memungkinkan penjual untuk memantau fluktuasi pendapatan. Di bawah grafik, terdapat histori pembayaran yang mencatat transaksi yang telah dilakukan, termasuk tanggal transaksi, jumlah pembayaran, dan status pembayaran (lunas atau belum lunas).



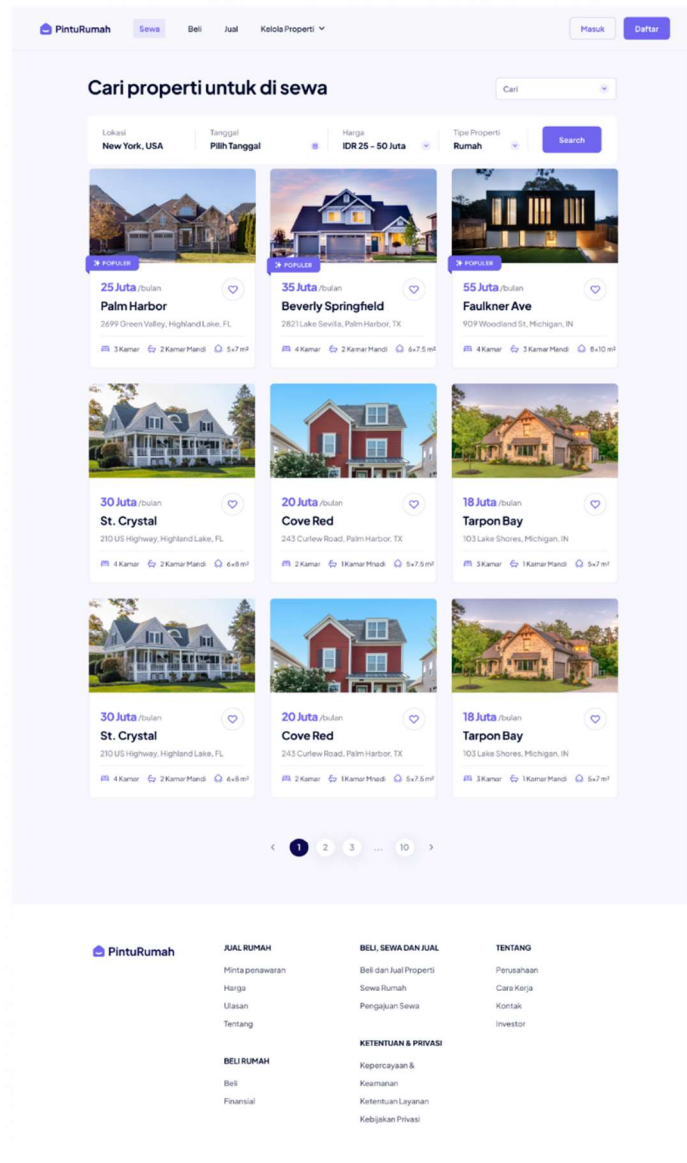
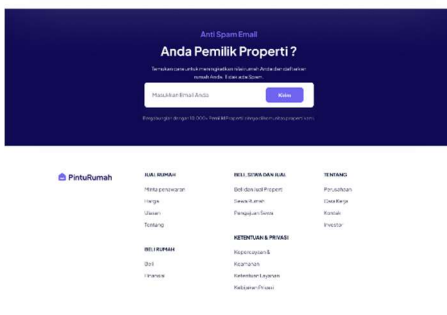
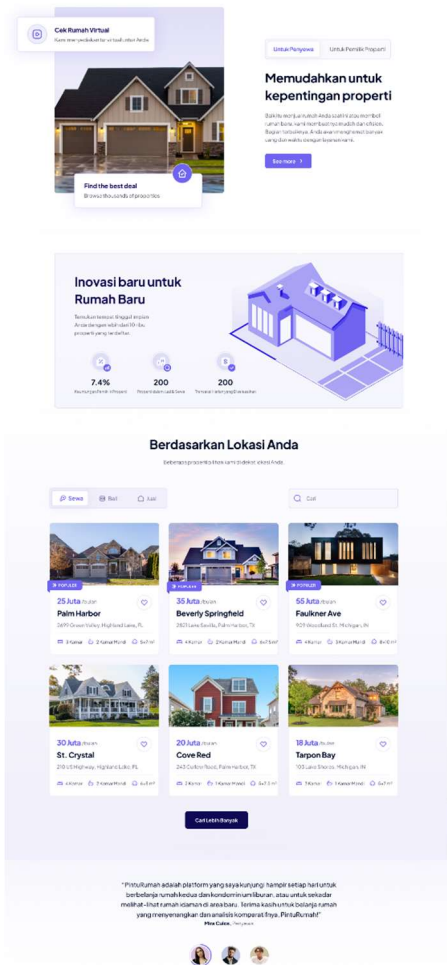
Gambar 12 Mockup Halaman Pesan

**Gambar 12.** Mockup ini menampilkan fitur pesan yang memudahkan pengguna berkomunikasi dengan pemilik atau calon penyewa/pembeli properti. Saat pertama kali dibuka, halaman menampilkan pesan pengantar dan tombol “Pesan Baru” untuk memulai percakapan. Fitur ini dirancang agar interaksi seputar properti dapat dilakukan langsung di dalam platform.



**Gambar 13** Mockup Halaman Permohonan Pembelian dan Penyewaan

**Gambar 13.** Halaman ini menampilkan daftar pengajuan pembelian atau penyewaan dari klien, beserta informasi tanggal pengajuan, nama klien, total pendapatan yang berpotensi didapat, dan jenis transaksi (pembelian atau penyewaan). Di panel sisi kanan, terdapat rincian klien seperti waktu pengajuan, jumlah penghuni, estimasi pendapatan, dan lama sewa. Tombol “Lihat Pengajuan” memudahkan penjual untuk meninjau dan menindaklanjuti permohonan secara menyeluruh.



Gambar 14 Mockup Halaman Landing Page

Gambar 15 Mockup Halaman Awal Website

**Gambar 14.** Mockup Halaman Landing Page halaman ini menampilkan tampilan awal untuk mengenalkan platform, dengan informasi utama tentang jual-beli dan sewa properti, pencarian berdasarkan lokasi, serta beberapa contoh properti unggulan. Terdapat pula section untuk email subscription dan footer yang berisi tautan ke halaman-halaman penting. **Gambar 15.** Mockup Halaman Awal Website halaman ini fokus pada pencarian dan listing properti yang lebih terperinci. Pengguna dapat memfilter berdasarkan lokasi, tanggal, harga, dan tipe properti. Setiap kartu properti dilengkapi harga, alamat, dan spesifikasi singkat, sementara pagination di bagian bawah memudahkan navigasi antarhalaman. Footer berisi tautan layanan dan informasi perusahaan.

### 3.5. Test

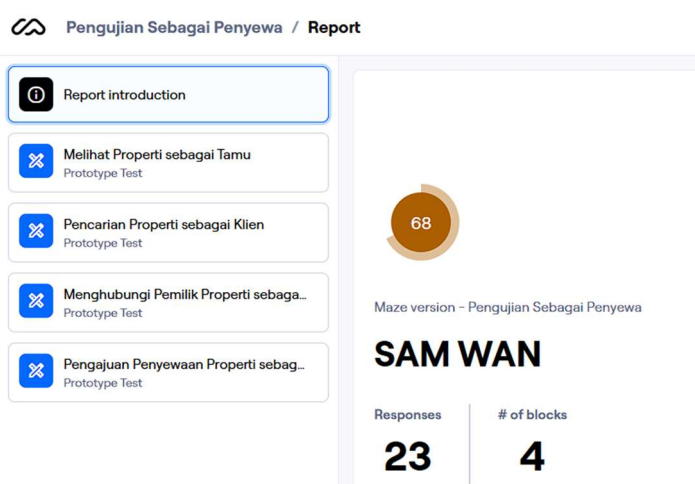
Pengujian prototype dilakukan menggunakan *Maze* untuk mengukur efektivitas antarmuka platform pada dua kelompok pengguna: penyewa (23 responden) dan pemilik properti (10 responden). Setiap kelompok diuji dalam beberapa skenario untuk mengevaluasi interaksi dan kinerja platform. Hasil pengujian untuk masing-masing kelompok ditampilkan pada Gambar 16 dan Gambar 17.

#### Skenario Pengujian *Maze* Sebagai Penyewa

1. Melihat Properti sebagai Tamu
2. Pencarian Properti sebagai Klien
3. Menghubungi Pemilik Properti sebagai Klien
4. Pengajuan Penyewaan Properti sebagai Klien

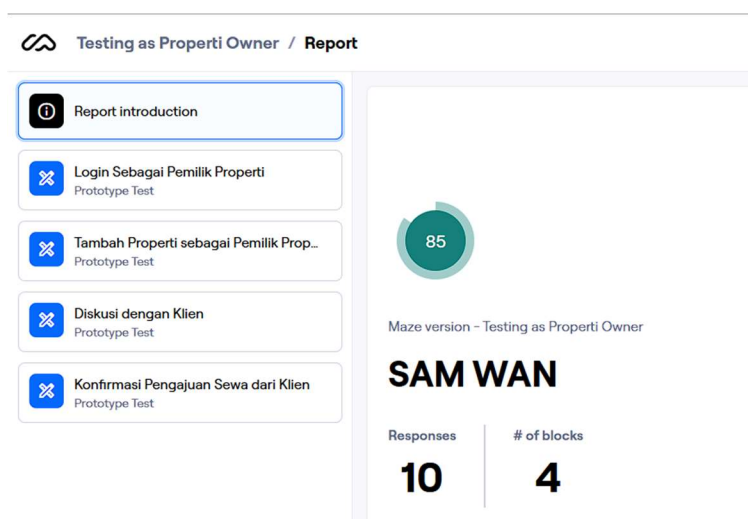
#### Skenario Pengujian *Maze* Sebagai Pemilik Properti

1. Login Sebagai Pemilik Properti
2. Tambah Properti sebagai Pemilik Properti
3. Diskusi dengan Klien
4. Konfirmasi Pengajuan Sewa dari Klien



**Gambar 16** Pengujian Maze Sebagai Penyewa

**Gambar 16.** Menampilkan hasil pengujian prototipe bagi pengguna yang berperan sebagai penyewa. Sebanyak 23 responden mengikuti 4 skenario, mulai dari melihat properti sebagai tamu, pencarian, menghubungi pemilik, hingga pengajuan penyewaan. Skor keseluruhan pengujian tercatat di angka 68, mencerminkan efektivitas antarmuka sambil menyoroti area yang perlu ditingkatkan.



**Gambar 17** Pengujian Maze Sebagai Pemilik Properti

**Gambar 17.** Memperlihatkan hasil pengujian prototipe bagi pengguna yang berperan sebagai pemilik properti. Terdapat 10 responden yang mengikuti 4 skenario pengujian, menghasilkan skor keseluruhan 85 pada indikator kinerja aplikasi, seperti proses login, penambahan properti, diskusi dengan klien, serta konfirmasi pengajuan sewa.

#### 4. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *Maze*, skor SUS (*System Usability Scale*) untuk *platform* Pintu Rumah menunjukkan hasil yang cukup baik, yakni 69.63% pada MAUS (*Maze Usability Score*). Skor ini masuk dalam kategori “Good”, yang artinya pengalaman pengguna secara umum sudah cukup memadai, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan. Hasil ini sejalan dengan temuan dari penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Wahyudi et al. 2025, yang juga menyoroti pentingnya antarmuka yang mudah digunakan agar dapat meningkatkan pengalaman pengguna, terutama dalam mengurangi tingkat *Missclick Rate* yang masih tinggi pada beberapa scenario [15].

Dari hasil pengujian tabel 6, tabel 7 dan tabel 8, kita bisa melihat bahwa meskipun sebagian besar pengguna bisa menggunakan *platform* dengan baik, ada beberapa area yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal kejelasan antarmuka. Misalnya, dalam pengujian untuk pemilik properti, *Missclick Rate* yang cukup tinggi saat menambah properti ke sistem menunjukkan perlunya penyempurnaan antarmuka untuk mengurangi kebingungannya. Untuk itu, perlu ada perbaikan di bagian-bagian dengan tingkat kegagalan atau kesalahan klik yang tinggi, seperti pada blok 2 untuk pemilik properti, agar interaksi lebih efisien dan mudah.

**Tabel 1.** Hasil Pengujian Maze Penyewa

Blok	Skenario	Direct Success Rate	Indirect Success Rate	Mission unfinished	Missclick Rate	Average Duration
1	Melihat Properti sebagai Tamu	100%	0%	0%	14.8%	4s
2	Pencarian Properti sebagai Klien	100%	0%	0%	2.5%	8.6s
3	Menghubungi Pemilik Properti sebagai Klien	100%	0%	0%	26%	7.6s
4	Pengajuan Penyewaan Properti sebagai Klien	100%	0%	0%	38.5%	63.5s



**Tabel 6.** Tabel ini merangkum empat skenario untuk pengguna sebagai penyewa. Semua skenario menunjukkan *direct success rate* 100%, namun tingkat kesalahan klik (*missclick rate*) bervariasi: skenario pertama 14,8%, kedua 2,5%, ketiga 26%, dan keempat 38,5%. Durasi terlama terjadi pada skenario terakhir (63,5 detik), mengindikasikan area yang memerlukan perbaikan antarmuka.

**Tabel 7.** Hasil Pengujian Maze Pemilik Properti

Blok	Skenario	Succes Rate	Indirect Success Rate	Mission unfinished	Missclick Rate	Average Duration
1	Login Sebagai Pemilik Properti	100.0%	0.0%	0.0%	57.7%	6.6s
2	Tambah Properti sebagai Pemilik Properti	100.0%	0.0%	0.0%	90.2%	20.6s
3	Diskusi dengan Klien	100.0%	0.0%	0.0%	9.1%	1.8s
4	Konfirmasi Pengajuan Sewa dari Klien	100.0%	0.0%	0.0%	3,2%	5.3s

**Tabel 7.** Tabel ini menunjukkan empat skenario pengujian untuk pemilik properti dengan *success rate* 100%. Namun, tingkat kesalahan klik (*missclick*) cukup tinggi pada proses login (57,7%) dan khususnya saat menambah properti (90,2%). Skenario diskusi dengan klien dan konfirmasi pengajuan sewa memiliki tingkat kesalahan klik yang jauh lebih rendah (9,1% dan 3,2%). Durasi terlama terjadi saat menambah properti, yaitu 20,6 detik.

**Tabel 8.** Hasil Perhitungan Maze Usability Score (MAUS)

Blok	Skenario	Direct Success Rate	Missclick Rate	MAUS (%)
1	Melihat Properti sebagai Tamu	100%	14.8%	85.2%
2	Pencarian Properti sebagai Klien	100%	2.5%	97.5%
3	Menghubungi Pemilik Properti sebagai Klien	100%	26%	74%
4	Pengajuan Penyewaan Properti sebagai Klien	100%	38.5%	61.5%
5	Login Sebagai Pemilik Properti	100%	57.5%	42.3%
6	Tambah Properti sebagai Pemilik Properti	100%	90.2%	9.8%
7	Diskusi dengan Klien	100%	9.1%	90.9%
8	Konfirmasi Pengajuan Sewa dari Klien	100%	3.2%	96.8%
<b>Maze Usability Score (MAUS)</b>				<b>69.63%</b>

Tabel 8. MAUS sebesar 69.63% menunjukkan bahwa secara keseluruhan, usability dari sistem ini berada di tingkat yang cukup baik, namun ada beberapa area (seperti blok 6) yang menunjukkan masalah *usability* yang signifikan (misalnya 90.2% *missclick rate*).

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil merancang dan menguji ulang antarmuka pengguna (UI/UX) untuk platform sewa properti Pintu Rumah dengan menerapkan metode Design Thinking. Hasil pengujian menggunakan *Maze Usability Test* menunjukkan bahwa platform ini berada pada kategori *Good*, dengan skor 69.63% pada *Maze Usability Score* (MAUS), yang menandakan bahwa secara umum, aplikasi ini cukup mudah digunakan oleh mayoritas pengguna.

Meskipun antarmuka sudah cukup fungsional, masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki, terutama pada fitur penambahan properti oleh pemilik, yang menunjukkan tingkat *missclick* yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perlu ada perbaikan lebih lanjut dalam hal navigasi dan interaksi pengguna pada bagian tersebut.

Sementara itu, fitur janji temu yang dirancang untuk memfasilitasi komunikasi antara penyewa dan pemilik properti belum diimplementasikan sepenuhnya dalam pengujian ini, sehingga belum dapat dinilai efektivitasnya. Implementasi fitur ini perlu diperhatikan dan diuji lebih lanjut agar dapat meningkatkan interaksi dan mempermudah proses transaksi.

Secara keseluruhan, meskipun platform ini sudah dapat berfungsi dengan baik untuk kebutuhan dasar, masih ada ruang untuk perbaikan lebih lanjut dalam hal kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna. Penelitian ini membuka peluang untuk iterasi desain lebih lanjut, dengan pengujian lebih mendalam pada berbagai kelompok pengguna, serta implementasi dan evaluasi fitur-fitur yang lebih lengkap, seperti fitur janji temu.

## Referensi

- [1] 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, <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/JOISIE/article/view/2938>
- [2] R. Andriani, M. I. Shodikin, R. Tri, and P. Wanggono, 'Perancangan User Interface Aplikasi Penjualan Properti menggunakan Metode Design Thinking User Interface Design of Property Sale Application using the Design Thinking Method', *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, vol.12, no.2, 2023, <https://doi.org/10.32520/stmsi.v12i2.2454>
- [3] WIBOWO, Dimas Adi; KRISTIANO, Budhi. Design UI/UX Reservation Application Onengan Resort with Design Thinking Method Using Figma. **Jutisi : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi**, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 1251-1271. <https://ojs.stmik-banjarbaru.ac.id/index.php/jutisi/article/view/2115>
- [4] I. P. A. A. Pratama, A. A. I. I. Paramitha, dan I. P. Satwika, "Penerapan Metode Design Thinking Dalam Implementasi User Interface Berbasis Website Studi Kasus JRO Sandat Property," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 7, no. 1, 2024. [Online]. Available at: <https://jurnal.ftikomibn.ac.id/index.php/jtksi/article/view/1635>.
- [5] S. Uszdevita, S. Pohan, A. Muntaha, F. Nuraini, and Y. Sahria, 'Perancangan Aplikasi Mobile Pemasaran Properti Dengan Metode Design Thinking', *Jurnal Informatika MULTI*, vol. 1, no. 6, 2023, <https://jurnal.publikasitecno.id/index.php/multi/article/view/132>.
- [6] 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, <https://doi.org/10.62951/router.v2i3.168>
- [7] H. Kurniawan Gulo, I. Jaelani, and G. Resmi, 'Perancangan UI/UX Fitur Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi ABC Reload Menggunakan Metode Design Thinking', *Media Online*, vol. 4, no. 1, pp. 225–235, 2023, <https://djournals.com/klik/article/view/1096>
- [8] M. F. Ardiansyah dan P. Rosyani, "Perancangan UI/UX Aplikasi Pengolahan Limbah Anorganik Menggunakan Metode Design Thinking," *LOGIC: Jurnal Ilmu Komputer dan Pendidikan*, vol. 1, no. 4, pp. 839–853, 2023. [Online]. Available at: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic/article/view/2193>.
- [9] P. A. Casapisa, M. R. Zaki, H. S. T. Taufiqi, dan E. S. S. Maulana, "Perancangan aplikasi real estate menggunakan metode design thinking," *Integrated: Journal of Information Technology and Vocational Education*, vol. 2, no. 2, pp. 45–50, 2020. [Online]. Available at: <https://ejournal.upi.edu/index.php/integrated/article/view/48378>.
- [10] A. Ismi Aziz, N. A. Prasetyo, and M. F. Sidiq, 'Design and Evaluation of Cafe Kahuripan Booking and Reservation Website User Interface with Design Thinking', *Antivirus : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, vol. 17, no. 2, pp. 309–323, Jun. 2024, doi: <https://doi.org/10.35457/antivirus.v17i2.2922>
- [11] D. A. N. Wulandari, S. Sunarti, dan T. Kuspriyono, "Design UI/UX menggunakan metode Design Thinking pada website UMKM Hendz Florist Aglonema," *Infortech: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 5, no. 1, pp. 22–29, 2023. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/infortech/article/view/15376>.
- [12] P. A. Casapisa, M. R. Zaki, H. S. T. Taufiqi, dan E. S. S. Maulana, "Perancangan aplikasi real estate menggunakan metode design thinking," *Integrated: Journal of Information Technology and Vocational Education*, vol. 2, no. 2, pp. 45–50, 2020. <https://ejournal.upi.edu/index.php/integrated/article/view/48378>.

- 
- [13] P. S. Rosiana, A. Voutama, and A. A. Ridha, 'PERANCANGAN UI/UX SISTEM INFORMASI PEMBELIAN HASIL TANI BERBASIS MOBILE DENGAN METODE DESIGN THINKING', *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 11, no. 3, Jul. 2023, <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3.3048>
  - [14] J. M. Dumalang, C. E. J. C. Montolalu, and D. Lapihu, 'Perancangan UI/UX Aplikasi Penjualan Makanan berbasis Mobile pada UMKM di Kota Manado menggunakan metode Design Thinking', *Jurnal Ilmiah Informatika dan Ilmu Komputer (JIMA-ILKOM)*, vol. 2, no. 2, pp. 41–52, Sep. 2023, <https://doi.org/10.58602/jima-ilkom.v2i2.19>
  - [15] M. R. Wahyudi and N. Widjiyati, 'Perancangan UI/UX pada Website Toko Kue Jager Bakery dengan Metode Design Thinking', *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, vol. 7, no. 1, pp. 149–163, Jan. 2025, <https://doi.org/10.35746/jtim.v7i1.663>