

# Evaluasi *Website* PT Inti Diva Mandiri Menggunakan Metode *Design Thinking*

Richard Indra Setiabudi<sup>1)</sup> Mira Ziveria<sup>2)</sup>

Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Desain, Universitas Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

<sup>1)</sup>Email: richardindrasb@gmail.com

<sup>2)</sup>Email: mira.ziveria@kalbis.ac.id

**Abstract:** *A website requires an attractive design so that users can be comfortable and interested in processing the information contained on the website. User interface and user experience are two important things that cannot be separated in the design process of a digital product. This study discusses the problems faced by website users of PT. Inti Diva Mandiri. This study aims to solve the problem with a solution in the form of an interface design. This research uses qualitative research methods. Researchers used the design thinking method as a data processing method. In the data processing stage, the researcher used figma and user experience questionnaire (UEQ) as testing instruments. The results of the study are prototypes and UEQ predicate values.*

**Keywords:** *design thinking, figma, user experience, user experience questionnaire, user interface*

**Abstrak:** *Sebuah website memerlukan desain yang menarik agar user dapat dengan nyaman dan tertarik dalam mengolah informasi yang terdapat di dalam website. User interface dan user experience merupakan dua hal penting yang tidak dapat dipisahkan dalam proses desain suatu produk digital. Penelitian ini membahas permasalahan yang dihadapi pengguna website PT. Inti Diva Mandiri. Penelitian ini bertujuan memecahkan permasalahan dengan sebuah solusi berupa desain interface. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan metode design thinking sebagai metode pengolahan data. Dalam tahap mengolah data peneliti menggunakan figma dan user experience questionnaire (UEQ) sebagai instrumen pengujian. Hasil dari penelitian berupa prototype dan nilai predikat UEQ.*

**Kata kunci:** *design thinking, figma, user experience, user experience questionnaire, user interface*

## I. PENDAHULUAN

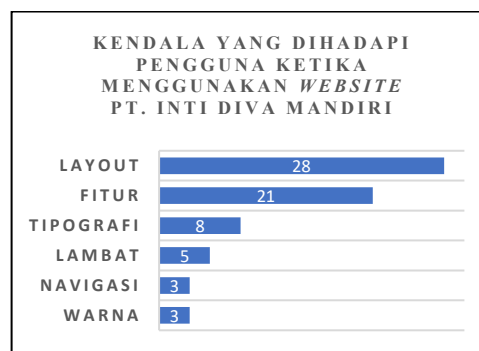
Salah satu media yang dapat digunakan masyarakat luas untuk berbagi data dan informasi adalah internet. Hampir semua aspek dalam kehidupan sehari-hari bergantung pada internet. Melalui internet seluruh informasi dapat dengan mudah diakses salah satunya melalui *website*. *Website* adalah kumpulan halaman yang berisi informasi tertulis, gambar diam atau bergerak, animasi, suara, atau kombinasi dari semua ini, baik statis maupun dinamis. *Website* terdiri dari rangkaian yang terhubung satu sama lain melalui jaringan.

Sebuah *website* memerlukan desain yang menarik agar *user* nyaman dan tertarik untuk mengolah konten di dalam

*website*. Selama proses desain produk digital, *user experience* dan *user interface* merupakan dua komponen penting yang tidak dapat dipisahkan. *User interface* merupakan pendekatan untuk merancang tampilan estetika produk digital. Semua item yang berinteraksi dengan *user*, seperti *layout*, animasi, transisi, dan interaksi kecil, dimasukkan ke dalam cakupan *user interface*. Cakupan *user interface* juga mencakup teks, gambar, kolom entri teks, dan tombol yang diklik oleh *user*. Sedangkan *user experience* merupakan pendekatan untuk perencanaan pengalaman *user* saat menggunakan produk digital. Salah satu keterampilan utama yang harus dimiliki seorang desainer *user experience* adalah membuat *wireframe* atau *mockup*.

Seberapa mudah atau sulit bagi *user* untuk berinteraksi dengan *interface* produk digital menentukan pengalaman *user*. Karena itu, *website* digunakan sebagai media berbagi informasi yang dikembangkan individu maupun organisasi. Seperti yang telah diimplementasikan oleh PT. Inti Diva Mandiri yang memiliki *website* yang dapat diakses melalui URL <https://intihealth.id> yang berisi informasi mengenai profil perusahaan dan produk. *Website* PT. Inti Diva Mandiri dirancang secara responsif agar dapat diakses melalui *smartphone* dan *computer*, sehingga *user* dapat mengakses dimana saja. PT. Inti Diva Mandiri adalah perusahaan yang bergerak dalam industri farmasi yang berdiri sejak tahun 2012 dan telah memiliki izin CPOTB dan CPOB. Saat ini PT. Inti Diva Mandiri telah memiliki 18 produk yang telah diperjualbelikan di seluruh Indonesia. Produk PT. Inti Diva Mandiri memiliki izin BPOM dan halal. *Website* PT. Inti Diva Mandiri juga memiliki fitur seperti tautan langsung ke peta untuk menampilkan rute menuju PT. Inti Diva Mandiri dan konsultasi *online* melalui *WhatsApp*.

Informasi merupakan data yang diolah agar menjadi lebih berguna dan bermakna bagi orang lain, serta digunakan untuk pengambilan keputusan dalam keadaan tertentu. Informasi yang terdapat dalam *website* PT. Inti Diva Mandiri berguna bagi *user* untuk mengetahui profil perusahaan dan detail produk. PT. Inti Diva Mandiri berusaha untuk memberikan kenyamanan dan pengalaman yang terbaik bagi *user website*. Melalui hasil survei yang dilakukan terhadap responden yang pernah menggunakan *website* PT. Inti Diva Mandiri, menunjukkan bahwa *website* tersebut masih memiliki masalah umum yang dihadapi *user*, seperti fitur tidak berfungsi, font terlalu kecil dan sulit dibaca, *layout* kurang rapi dan pilihan warna yang tidak tepat.



Gambar 1 Grafik Permasalahan

Melalui hasil survei yang dilakukan terhadap responden yang pernah menggunakan *website* PT. Inti Diva Mandiri, menunjukkan bahwa *website* tersebut masih memiliki masalah umum yang dihadapi *user*. Pada gambar 1 dijelaskan hasil survei dari total 68 responden, terdapat 28 responden memiliki masalah pada *layout website*, 21 responden memiliki masalah pada fitur *website*, 8 responden memiliki masalah pada tipografi atau tata huruf pada *website*, 5 responden memiliki masalah pada kecepatan saat mengakses *website*, 3 responden memiliki masalah pada navigasi *website*, dan 3 responden memiliki masalah pada warna yang digunakan pada *website*. Dapat disimpulkan bahwa *website* PT. Inti Diva Mandiri memiliki permasalahan pada *user interface* dan *user experience*.

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian mendesain ulang *website* milik PT. Inti Diva Mandiri. Dalam proses desain ulang metode yang digunakan yaitu metode *design thinking*. Metode *design thinking* adalah proses pemecahan masalah yang berpusat pada *user* yang menghasilkan inovasi baru. Proses pembuatan *user interface* dan *user experience* suatu produk digital akan dipengaruhi oleh penerapan pendekatan *design thinking*. Untuk menemukan dan memahami permasalahan dibutuhkan prosedur penelitian dan pengujian. Setelah menemukan masalah dan dipahami permasalahannya, kemudian dilakukan desain ulang untuk membuat

*website* yang menarik, mudah digunakan, dan nyaman bagi penggunanya. Hasilnya mencakup *user interface* dan *user experience* yang dapat menyelesaikan masalah. Fokus penelitian ini adalah bagaimana mengevaluasi dan merancang ulang *user interface* dan *user experience* menggunakan metode *design thinking* pada *website* PT. Inti Diva Mandiri. Tujuan yang ingin dicapai penelitian ini yaitu mengevaluasi serta merancang ulang *user interface website* PT. Inti Diva Mandiri menggunakan metode *design thinking* dan mengoptimalkan *user experience website* PT. Inti Diva Mandiri menggunakan metode *design thinking* agar *user* nyaman dan puas.

## II. METODE PENELITIAN

### A. *User interface*

*User interface* adalah cara sistem dan *user* berinteraksi satu sama lain. Ini terdiri dari tampilan produk digital yang menghubungkan sistem dengan *user*. Secara sederhana, *user interface* adalah bagaimana tampilan sebuah produk dilihat oleh *user*. *User interface* dapat menggabungkan tiga komponen sekaligus dalam pengembangan produk digital diantaranya yaitu desain visual, desain interaksi, dan infrastruktur informasi. *User interface* tidak hanya berkaitan dengan bagaimana produk digital terlihat di *website* atau produk digital lainnya, tetapi juga tentang seberapa mudah bagi *user* untuk menggunakannya. Cakupan *user interface* dapat mencakup tombol yang diklik oleh *user*, teks, gambar, kolom entri teks, dan item yang berinteraksi dengan pengguna, seperti *layout*, animasi, transisi, dan interaksi kecil lainnya. Fungsi dari *user interface* adalah untuk membuat visual yang menarik dan indah, sehingga *user* tertarik dalam menggunakan sistem [1].

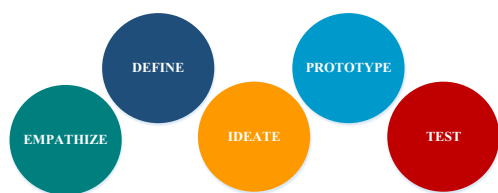
### B. *User experience*

*User experience* adalah proses desain yang berfokus pada preferensi pengguna, pemahaman, dan respons psikologis fisik dan emosi yang terjadi sebelum, saat, dan setelah produk digunakan. Langkah pertama yang perlu dilakukan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang baik adalah memastikan kebutuhan *user*. Selanjutnya, sebuah produk akan menjadi lebih sederhana dan elegan, sehingga membuat produk tersebut menjadi senang untuk dimiliki (*joy to own*) dan juga senang untuk digunakan (*joy to use*) [2]. *User experience* terdiri dari beberapa komponen seperti fitur, struktur desain, navigasi, elemen visual, dan elemen interaksi. Selain itu *user experience* juga harus mempertimbangkan segi pemasaran seperti menentukan *branding*, konten penjualan, dan *copywriting*. Proses yang dilewati oleh pengguna saat berinteraksi dengan sistem disebut *user experience*, bukan hanya tampilan antar muka grafis. Selama *user experience* berfungsi sebagai penghubung antara tujuan bisnis dan tujuan yang diinginkan oleh *user*, perancangan pengalaman pengguna yang melibatkan pengguna akan memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi dalam menyampaikan tujuan bisnis dan tujuan *user* [3].

### C. *Design thinking*

*Design thinking* adalah metode pendekatan desain yang berpusat pada objek responden selama proses pemecahan masalah. Metode ini terdiri dari beberapa tahapan mulai dari pengumpulan informasi berdasarkan yang dirasakan *user*, berdasarkan informasi tersebut, ide kreatif dibuat, representasi dibuat dari ide-ide tersebut, dan evaluasi hasil representasi untuk mendapatkan komentar. Manfaat dari metode ini adalah dapat digunakan untuk menyelesaikan banyak permasalahan yang terakit dengan pengembangan teknologi, desain dari

sebuah produk dan bisnis [4]. *Design thinking* membantu untuk berpikir di luar kotak dan menggali lebih dalam saat memecahkan masalah. Hal ini dapat membantu dalam melakukan penelitian yang tepat, membuat *prototype*, dan menguji produk dan layanan untuk menemukan cara baru untuk memenuhi kebutuhan *user* [2]. Berikut merupakan tahapan dari metode *design thinking* [1] :



Gambar 2 Tahapan *Design thinking*

### 1. *Empathize*

Tahap ini membantu untuk memahami emosi seperti yang dirasakan orang lain. Tahap ini dapat menekankan masalah, situasi, dan keadaan. Observasi kehidupan pengguna atau wawancara biasanya dapat digunakan untuk mencapai tujuan ini.

### 2. *Define*

Tahap ini merupakan pendefinisian masalah secara spesifik. Tahap *define* mirip dengan pembuatan *user interface*, yang merupakan dasar perancangan produk. Tahap ini dimaksudkan untuk menemukan masalah yang harus diselesaikan.

### 3. *Ideate*

Tahap ini merupakan suatu proses penggambaran suatu solusi dari berbagai ide. Tujuan dari tahapan ini adalah menciptakan ide-ide baru untuk menghasilkan solusi yang inovatif.

### 4. *Prototype*

*Prototype* adalah proses memulai rancangan tampilan web yang ingin

dibangun dan menerapkan konsep untuk membuat *prototype* atau produk yang siap diuji.

### 5. *Test*

Tahap ini merupakan proses melakukan kegiatan evaluasi yang melibatkan sejumlah pertanyaan atau tugas yang harus dijawab atau diselesaikan oleh responden.

### D. *How Might We* (HMW)

*How Might We* (HMW) adalah metode pendefinisian masalah yang menggunakan informasi yang diperoleh dari wawancara atau kuesioner untuk menemukan solusi dan langkah-langkah penyelesaian masalah. Cara kerja metode *How Might We* (HMW) yaitu dengan mengubah pernyataan menjadi sebuah pertanyaan [3].

### E. *Brainstorming*

*Brainstorming* adalah proses pengumpulan ide dengan tujuan untuk menemukan solusi untuk masalah saat ini. Ide-ide yang telah dikumpulkan kemudian dipilih dan diprioritaskan berdasarkan pengaruh pada *user* dan pengembangan *website*. Ini dilakukan untuk menentukan ide mana yang akan digunakan untuk membuat desain [3].

### F. *User experience Questionnaire* (UEQ)

Alat yang mudah digunakan, terpercaya, dan valid, *User experience Questionnaire* (UEQ) digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengalaman *user*. UEQ menilai *user experience* secara cepat dan interaktif dan memiliki skala kuesioner yang dapat mengidentifikasi perasaan, kesan, dan sikap yang muncul saat berinteraksi dengan produk. UEQ dapat digunakan untuk melengkapi data

dari metode evaluasi lain dengan penilaian kualitas subjektif [5].

### G. Rumus Slovin

Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang biasa digunakan untuk melakukan penelitian pada sampel populasi objek tertentu. Rumus ini digunakan untuk melakukan penelitian pada sampel populasi objek tersebut. Rumus ini digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimal dalam kasus di mana perilaku populasi tidak diketahui secara pasti [6]. Berikut adalah rumus slovin :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi data

e = nilai *margin error*

### H. Sitemap

*Sitemap* adalah diagram hierarki yang menunjukkan hubungan dan arsitektur halaman web atau aplikasi. *Sitemap* dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti membantu menemukan konten mana yang akan ditempatkan, menentukan taksonomi (pengelompokan informasi dari suatu *website* atau aplikasi) dan menunjukkan hubungan antara halaman yang berbeda dari *website* atau aplikasi [7].

### I. User Flow

*User flow* juga dikenal sebagai aliran pengguna, adalah prosedur untuk mengidentifikasi kemampuan pengguna di dalam sistem. Aliran pengguna digambarkan dalam bentuk diagram yang menunjukkan aliran pengguna dari halaman awal hingga halaman terakhir [8].

### J. Figma

Aplikasi Figma memungkinkan desain tampilan untuk berbagai aplikasi, termasuk *desktop*, *mobile*, dan web.

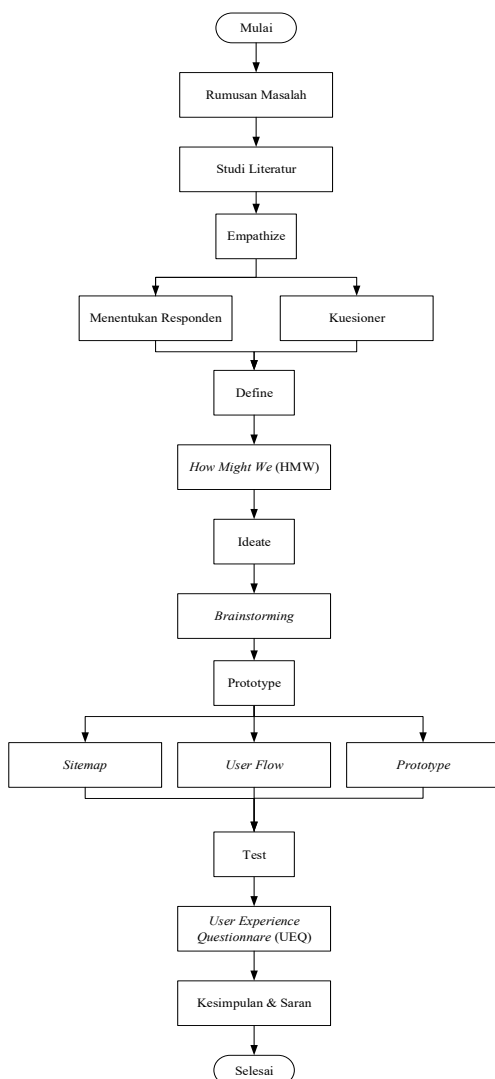
Figma dapat digunakan pada *Windows*, *Linux*, dan *Mac* jika terhubung ke internet. Orang yang bekerja di UI/UX, desain web, dan bidang lain biasanya menggunakannya. Selain memiliki semua fitur yang sama seperti Adobe XD, Figma memiliki keunggulan yang memungkinkan pengguna bekerja sama dengan orang lain di mana pun mereka berada. Ini adalah kerja kelompok, dan banyak desainer UI/UX menggunakan aplikasi ini untuk membuat *prototype website* atau aplikasi. Didesain dengan lebih baik, Figma sesuai dengan desain dengan sistem *cloud online* [9].

### K. Prototype

*Prototype* adalah produk awal yang digunakan untuk menguji konsep rancangan saat ini dan juga berfungsi sebagai contoh untuk produk tahap akhir yang akan dirilis lebih lanjut [2]. *Prototype* juga dapat digunakan sebagai media untuk menghimpun informasi dari *user* yang mengoperasikan *prototype* yang sedang dikembangkan karena menyajikan sistem dalam bentuk sederhana daripada yang sebenarnya [4].

### L. Kerangka Berpikir

Kerangka penelitian merupakan gambaran tahapan – tahapan yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian yang menjelaskan proses awal penelitian hingga selesai.



Gambar 3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir penelitian sesuai gambar 3, dapat diuraikan setiap tahapan dalam penelitian sebagai berikut :

### 1. Rumusan Masalah

Pada tahap ini peneliti menentukan topik permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian. Peneliti mencari objek penelitian serta memahami masalah apa yang sedang dihadapi oleh objek penelitian.

### 2. Studi Literatur

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan teori-teori yang berkaitan dengan topik permasalahan melalui buku, jurnal dan sumber kajian lainnya sebagai materi pendukung.

### 3. Empathize

Pada tahap ini peneliti memahami permasalahan yang sering dihadapi *user*. Pada tahap ini dilakukan wawancara, penentuan responden, dan pengumpulan data melalui kuesioner untuk mengetahui permasalahan apa saja yang sering dihadapi oleh *user* dalam menggunakan *website* PT. Inti Diva Mandiri.

### 4. Define

Pada tahap ini peneliti mendefinisikan permasalahan yang dihadapi *user*. Dalam melakukan pendefinisian permasalahan peneliti menggunakan metode *How Might We (HMW)*. Dengan menggunakan *How Might We (HMW)* peneliti akan mendefinisikan permasalahan serta mendefinisikan langkah menyelesaikan solusi yang dibangun.

### 5. Ideate

Pada tahap ini peneliti melakukan penggambaran solusi dari berbagai ide. Peneliti melakukan metode *brainstorming*, membuat *sitemap*, dan *user flow* untuk memperoleh ide-ide untuk menyelesaikan masalah saat ini.

### 6. Prototype

Pada tahap ini mengimplementasikan ide-ide yang telah didapatkan. Dalam pembuatan rancangan peneliti akan membuat rancangan tampilan yaitu *prototype*.

## 7. Test

Pada tahap ini peneliti melakukan pengujian dan mengevaluasi *prototype*. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan teknik pengujian *User experience Questionnaire* (UEQ).

## 8. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini peneliti memberikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Peneliti juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil dan pembahasan dijelaskan hasil-hasil dari setiap tahapan metode *design thinking*.

### A. Empathize

Pada tahap ini peneliti masalah dan memahami kesulitan yang dihadapi *user* pada saat menggunakan *website*. Pada tahap ini juga peneliti melakukan wawancara, menentukan responden dan membuat pertanyaan yang akan diajukan melalui kuesioner.

#### 1. Wawancara

Pada proses ini, peneliti memilih *admin website* PT. Inti Diva Mandiri sebagai narasumber wawancara. Melakukan wawancara ini bertujuan untuk mengetahui jumlah orang yang mengunjungi situs web PT. Inti Diva Mandiri, sehingga peneliti dapat menghitung jumlah sampel yang harus diambil untuk kuesioner. Adapun hasil dari wawancara berupa jumlah pengguna *website* PT. Inti Diva Mandiri yaitu berjumlah 208 pengguna.

#### 2. Menentukan Responden Kuesioner

Peneliti menetapkan 68 pengguna *website* PT. Inti Diva Mandiri untuk menjadi responden berdasarkan perhitungan rumus slovin dengan *margin error* 10% dan jumlah populasi pengguna *website* PT. Inti Diva Mandiri sebanyak 208 pengguna. Adapun penghitungan dengan rumus slovin yang peneliti lakukan dalam menentukan jumlah responden kuesioner sebagai berikut :

- Rumus Slovin  

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$
 Keterangan :  
 n = ukuran sampel  
 N = ukuran populasi data  
 e = nilai *margin error*

- Perhitungan Rumus Slovin  
 N = 208  
 e = 10%  
 maka :  

$$n = 208 / (1 + (208 \times (0,1)^2))$$

$$n = 208 / (1 + (208 \times 0,01))$$

$$n = 208 / (1 + 2,08)$$

$$n = 208 / 3,08$$

$$n = 67,53$$

### 3. Kuesioner

Pada proses ini, peneliti telah membuat beberapa pertanyaan terkait *website* PT. Inti Diva Mandiri. Kuesioner dibagikan kepada responden yang jumlahnya telah ditentukan.

### B. Define

Pada tahap ini, hasil yang diperoleh dari pelaksanaan survei kemudian dijelaskan secara lebih rinci untuk memprioritaskan masalah utama. Peneliti mendefinisikan masalah dengan metode *How Might We* (HMW). Metode ini bekerja dengan mengubah pernyataan menjadi pertanyaan, dan hal yang dicapai dengan metode ini adalah informasi apa yang dibutuhkan untuk menyelesaikan setiap masalah dan bagaimana langkah-langkah yang harus diambil untuk menyelesaikan solusi yang dibangun.

Tabel 1 Pendefinisian Masalah

<i>Problem/Need</i>	<i>Insight</i>
Responden ingin desain diubah agar terlihat lebih <i>fresh</i> .	Desain terlalu sederhana, masih banyak ruang kosong, dan terlalu simpel sehingga <i>website</i> terlihat hampa.
Responden ingin melihat tampilan <i>home</i> lebih rapi.	Pada halaman <i>home</i> terlalu banyak informasi produk.
Responden ingin fitur <i>marketplace</i> dapat digunakan dengan maksimal.	Pada fitur <i>marketplace</i> tidak ada informasi yang ditampilkan sehingga tidak berfungsi.
Responden ingin lebih mudah dalam membaca informasi pada <i>website</i> .	Pengguna merasa <i>font</i> yang digunakan kurang nyaman dalam membaca informasi yang ada pada <i>website</i> .
Responden ingin melihat produk yang telah disukai.	Pengguna kesulitan saat ingin menemukan produk yang telah disukai.
Responden ingin mendapatkan informasi promo.	Fitur promo dapat membantu pengguna dalam melihat promo yang sedang berlangsung. Pengguna masih belum dapat menemukan promo.
Responden ingin melihat testimoni pembeli.	Pengguna merasa testimoni pembeli terdahulu berguna untuk meyakinkan calon pembeli.

Tabel 2 *How Might We*

<i>Problem/Need</i>	<i>Insight</i>
Responden ingin desain diubah agar terlihat lebih <i>fresh</i> .	Desain terlalu sederhana, masih banyak ruang kosong, dan terlalu simpel sehingga <i>website</i> terlihat hampa.
Responden ingin melihat tampilan <i>home</i> lebih rapi.	Pada halaman <i>home</i> terlalu banyak informasi produk.
Responden ingin fitur <i>marketplace</i> dapat digunakan dengan maksimal.	Pada fitur <i>marketplace</i> tidak ada informasi yang ditampilkan sehingga tidak berfungsi.
Responden ingin lebih mudah dalam membaca informasi pada <i>website</i> .	Pengguna merasa <i>font</i> yang digunakan kurang nyaman dalam membaca informasi yang ada pada <i>website</i> .
Responden ingin melihat produk yang telah disukai.	Pengguna kesulitan saat ingin menemukan produk yang telah disukai.
Responden ingin mendapatkan informasi promo.	Fitur promo dapat membantu pengguna dalam melihat promo yang sedang berlangsung. Pengguna masih belum dapat menemukan promo.
Responden ingin melihat testimoni pembeli.	Pengguna merasa testimoni pembeli terdahulu berguna untuk meyakinkan calon pembeli.



**C. Ideate**

Pada tahap ini, peneliti menjelaskan solusi dari masalah yang dihadapi pada tahap sebelumnya. Tahap ini mencakup metode *brainstorming*, pembuatan *sitemap*, dan *user flow*.

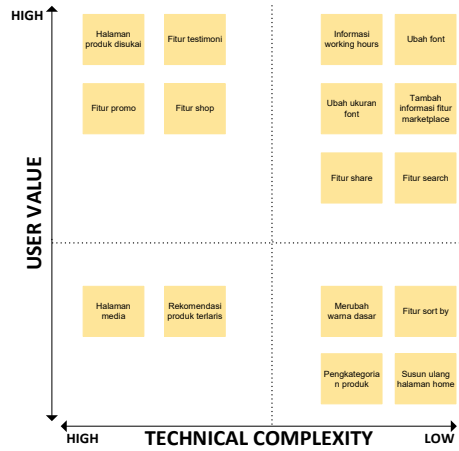
**1. Brainstorming**

Pada tahap ini, masalah yang telah didefinisikan sebelumnya akan diselesaikan dengan mengumpulkan gagasan solusi. Peneliti mengumpulkan solusi dengan menggunakan metode *brainstorming*. Setelah ide-ide telah dikumpulkan, peneliti memilih dan memprioritaskan ide-ide berdasarkan bagaimana mereka berdampak pada pengguna dan bagaimana *website* dibuat. Dan menerapkan ide-ide yang akan digunakan untuk desain dengan membuat prioritas ide.



Gambar 4 Hasil *Brainstorming*

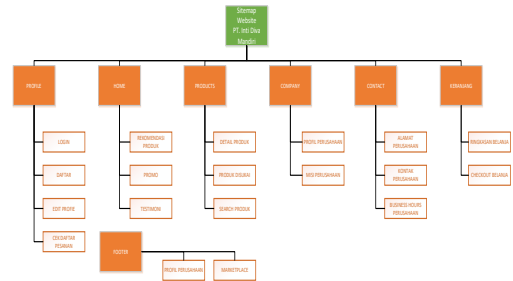
Pada tahap *brainstorming* peneliti mendapatkan hasil ide sebanyak 16 ide. Peneliti mendapatkan ide-ide tersebut melalui masalah yang dihadapi pengguna saat menggunakan *website* PT. Inti Diva Mandiri. Selanjutnya ide-ide yang sudah terkumpul akan dilakukan pemprioritasan ide berdasarkan dampak bagi pengguna dan kompleksitas ide pada *website*.



Gambar 5 Prioritas Ide

**2. Sitemap**

Peneliti menyusun *sitemap* untuk *website* PT. Inti Diva Mandiri. *Sitemap* berfungsi sebagai struktur utama *website* dan mengatur aliran setiap fitur. *Sitemap* akan mengubah informasi dan konten isi dari tiap fitur.



Gambar 6 *Sitemap Website* PT. Inti Diva Mandiri

Pada *website* PT. Inti Diva Mandiri, ada 6 menu, yaitu *profile*, *home*, *products*, *company*, *contact*, dan keranjang. Pada menu *profile*, terdapat fitur *login*, daftar, edit profil, dan cek daftar pesanan. Pada menu *products*, dapat ditemukan detail produk, produk yang sukai, dan cari produk. Pada menu *company*, terdapat informasi profil perusahaan dan misi perusahaan. Pada menu *contact*, terdapat informasi alamat dan kontak.

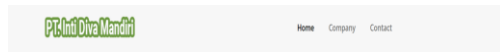
**D. Prototype**

Tahap ini akan berisi proses desain ulang *website* PT. Inti Diva Mandiri yang

mencakup pembuatan *prototype*. Responden akan menilai *prototype* untuk memastikan apakah desain yang dibuat memenuhi kebutuhan *user* atau tidak.

### 1. Navigation bar

*Navigation bar* desain lama berisi logo perusahaan dan menu *website*. Pada *navigation bar* desain lama tampilan masih letak menu masih tidak rapi dan warna yang dipilih kurang memuaskan bagi *user*. Berikut merupakan tampilan dari *navigation bar* desain lama *website* PT. Inti Diva Mandiri sebelum dilakukan desain ulang.



Gambar 7 *Navigation bar* Desain Lama

Pada *navigation bar prototype* peneliti menambahkan menu baru dan mengubah warna sehingga terlihat lebih *fresh*. Berikut merupakan tampilan dari *navigation bar prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 8 *Navigation bar Prototype*

### 2. Footer

Pada footer desain lama terdapat permasalahan informasi *marketplace* masih kosong. Berikut merupakan tampilan dari footer desain lama *website* PT. Inti Diva Mandiri sebelum dilakukan desain ulang.



Gambar 9 *Footer* Desain Lama

Pada *footer prototype* peneliti menambahkan informasi *marketplace* dan menambahkan logo halal dan BPOM

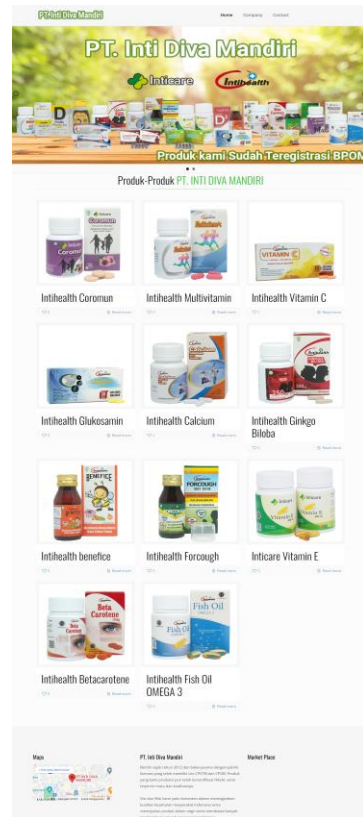
untuk menandakan bahwa produk yang diproduksi oleh PT. Inti Diva Mandiri telah tersertifikasi halal dan BPOM. Berikut merupakan tampilan dari *footer prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 10 *Footer Prototype*

### 3. Halaman Home

Halaman *home* desain lama memiliki permasalahan tampilan terlalu sederhana dan kurang memberikan informasi bagi pengguna. Berikut merupakan tampilan dari halaman *home* desain lama *website* PT. Inti Diva Mandiri sebelum dilakukan desain ulang.



Gambar 11 Halaman *Home* Desain Lama

Pada halaman *home prototype* peneliti menambahkan konten rekomendasi

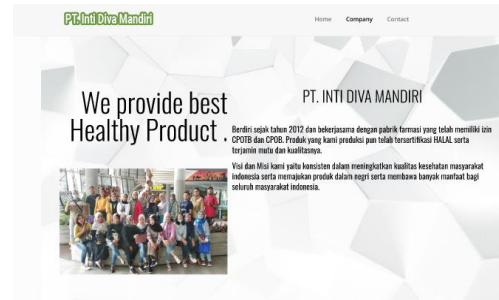
produk, promo, dan testimoni yang bermanfaat bagi pengguna. Berikut merupakan tampilan dari halaman *home prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 12 Halaman *Home Prototype*

#### 4. Halaman *Contact*

Halaman *company* desain lama memiliki kendala yaitu tampilan masih sederhana dan kurang menarik. Berikut merupakan tampilan dari halaman *company* desain lama *website* PT. Inti Diva Mandiri sebelum dilakukan desain ulang.



Gambar 12 Halaman *Company Desain Lama*

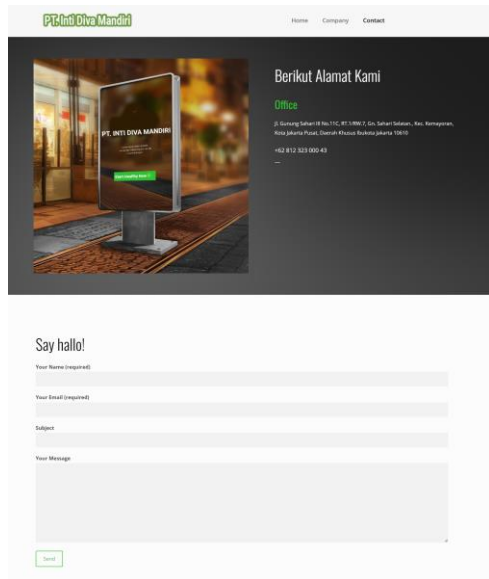
Pada halaman *company prototype* peneliti merubah tata letak konten dan *font* yang digunakan agar menarik bagi pengguna. Berikut merupakan tampilan dari halaman *company prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 13 Halaman *Company Prototype*

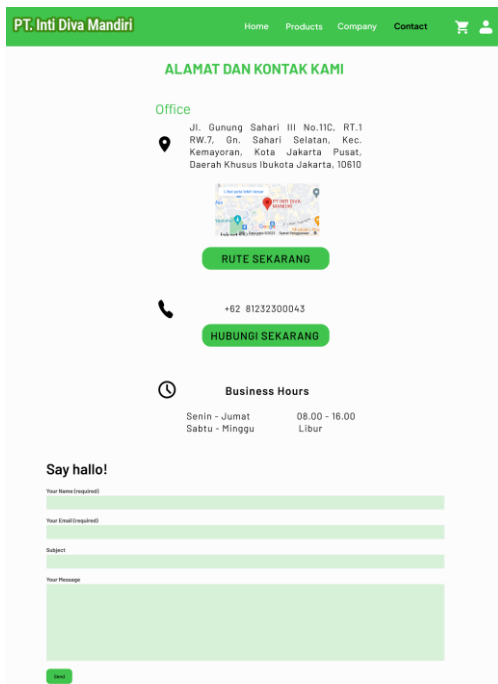
#### 5. Halaman *Contact*

Pada halaman *contact* desain lama memiliki masalah yaitu tampilan kurang menarik dan teks sulit dibaca. Berikut merupakan tampilan dari halaman *contact* desain lama *website* PT. Inti Diva Mandiri sebelum dilakukan desain ulang.



Gambar 13 Halaman *Contact* Desain Lama

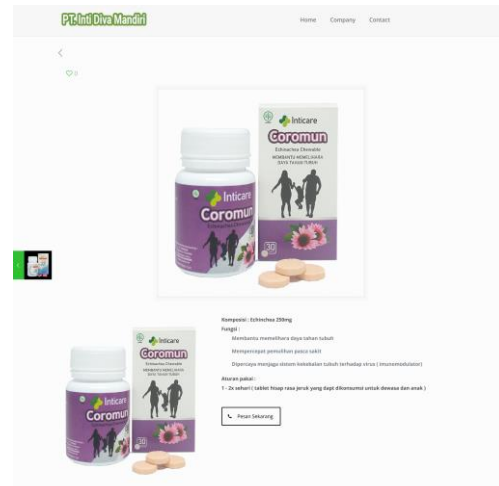
Pada halaman *contact prototype* peneliti merubah tata letak konten dan font agar informasi konten dapat terbaca dengan jelas. Berikut merupakan tampilan dari halaman *contact prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



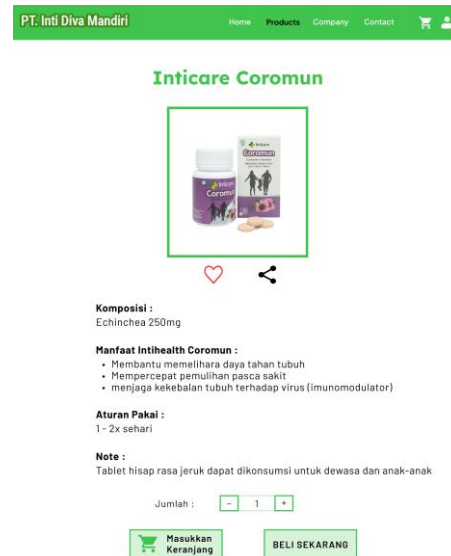
Gambar 14 Halaman *Contact Prototype*

## 6. Halaman Detail Produk

Pada halaman detail produk terdapat permasalahan yaitu teks sulit dibaca dan tidak ada fitur share. Berikut merupakan tampilan dari halaman detail produk desain lama *website* PT. Inti Diva Mandiri sebelum dilakukan desain ulang.



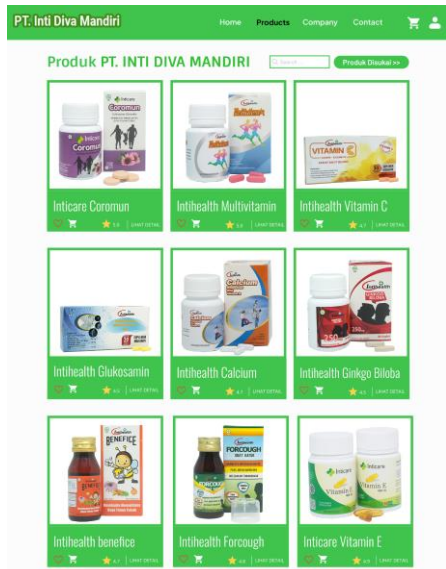
Gambar 15 Halaman Detail Produk Desain Lama Pada halaman detail produk *prototype* peneliti menambahkan fitur share, merubah font, dan menambahkan button agar pengguna dapat melakukan pembelian. Berikut merupakan tampilan dari halaman detail produk *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 16 Halaman Detail Produk *Prototype*

### 7. Halaman Products

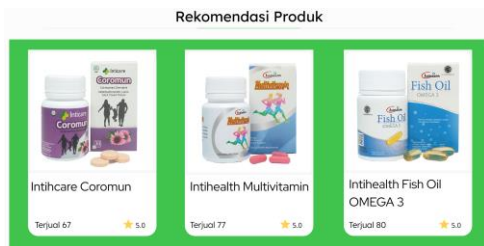
Peneliti menambahkan menu *products*. Pada halaman *products* peneliti menambahkan fitur search dan button melihat halaman disukai Berikut merupakan tampilan dari halaman *products prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 17 Halaman Products Prototype

### 8. Fitur Rekomendasi Produk

Fitur rekomendasi produk berada di halaman *home*. Fitur ini berfungsi untuk menampilkan rekomendasi produk berdasarkan produk terlaris dan rating tertinggi. Berikut merupakan tampilan dari fitur rekomendasi produk *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 18 Fitur Rekomendasi Produk Prototype

### 9. Fitur Promo

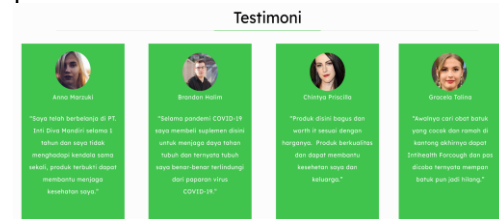
Fitur promo berada di halaman *home*. Fungsi dari fitur ini yaitu untuk menampilkan promo yang sedang berlangsung. Berikut merupakan tampilan dari fitur promo *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.

Promo		
NAMA PROMO	START DATE	END DATE
Promo 5.5 (disc. 5% for all item)	5 Mei 2023	10 Mei 2023
Promo Lebaran (disc. 35% all item, min purchase 5 items)	23 April 2023	25 April 2023
Promo Imlek (buy 2 get 3 for selected products)	22 Januari 2023	23 Januari 2023
New Year Sale (disc. 10% for selected items)	1 Januari 2023	1 Januari 2023

Gambar 19 Fitur Promo Prototype

### 10. Fitur Testimoni

Fitur testimoni berada di halaman *home*. Fungsi dari fitur ini yaitu untuk menampilkan ulasan pembeli yang telah melakukan pembelian produk melalui *website*. Berikut merupakan tampilan dari fitur testimoni *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 20 Fitur Testimoni Prototype

### 11. Halaman Keranjang Belanja

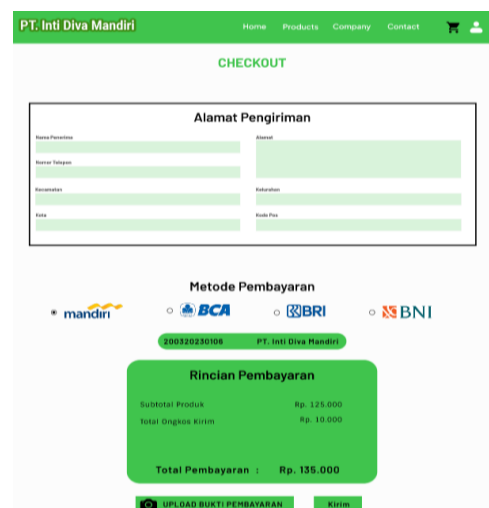
Peneliti menambahkan halaman keranjang yang bertujuan agar pengguna dapat melihat produk apa saja yang sudah dimasukkan ke keranjang. Berikut merupakan tampilan dari halaman keranjang belanja *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 21 Halaman Keranjang Belanja *Prototype*

## 12. Halaman Checkout

Peneliti menambahkan halaman *checkout*. Halaman *checkout* bertujuan agar pengguna yang ingin melakukan transaksi dapat mengisi alamat pengiriman dan metode pembayaran. Berikut merupakan tampilan dari halaman *checkout prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 22 Halaman *Checkout Prototype*

## 13. Halaman Login

Peneliti menambahkan halaman login. Hal ini bertujuan agar pengguna yang ingin melakukan transaksi datanya dapat

tersimpan. Berikut merupakan tampilan dari halaman login *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 23 Halaman *Login Prototype*

## 14. Halaman Profile

Halaman *profile* berfungsi untuk pengguna melihat *profile* pengguna. Berikut merupakan tampilan dari halaman *profile prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 24 Halaman *Profile Prototype*

## 15. Halaman Pesanan Saya

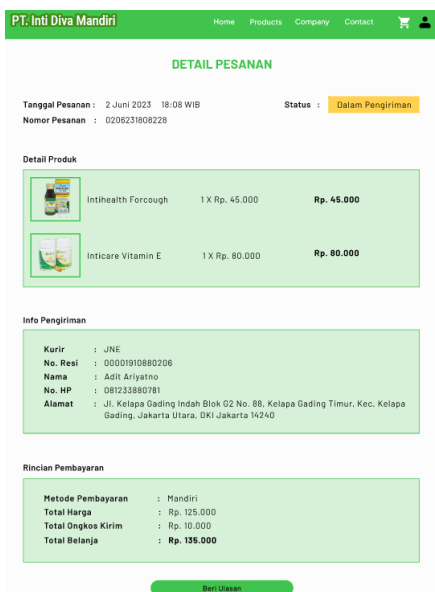
Halaman pesanan saya berfungsi untuk melihat riwayat pesanan. Berikut merupakan tampilan dari halaman pesanan saya *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 25 Halaman Pesanan Saya *Prototype*

### 16. Halaman Detail Pesanan

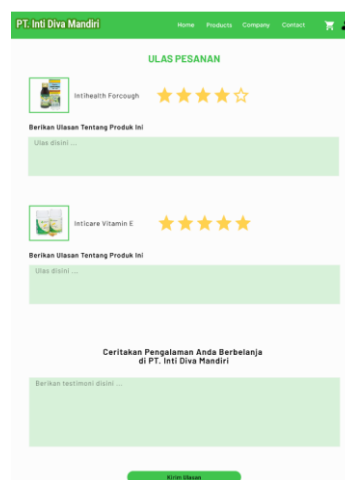
Halaman detail pesanan saya berfungsi untuk melihat detail pesanan. Berikut merupakan tampilan dari halaman detail pesanan *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 26 Halaman Detail Pesanan *Prototype*

### 17. Halaman Ulas Pesanan

Halaman ulas pesanan berfungsi untuk memberikan ulasan terhadap produk yang dibeli. Berikut merupakan tampilan dari halaman ulas pesanan *prototype website* PT. Inti Diva Mandiri yang telah dirancang peneliti.



Gambar 27 Halaman Ulas Pesanan *Prototype*

### E. Test

Pada tahap ini peneliti, setelah menyelesaikan perancangan desain, peneliti melakukan pengujian menggunakan instrumen pengujian *User experience Questionnaire* (UEQ). Peneliti membagikan kuesioner kepada 68 responden, yang mana responden adalah *user website* PT. Inti Diva Mandiri. Pengujian yang dilakukan peneliti memiliki 26 pertanyaan. Responden dapat menjawab dari skala 1-7 sesuai dengan metode UEQ.

Setelah mendapatkan jawaban pengujian dari responden, peneliti akan mengubah data untuk mendapatkan nilai rata-rata dari setiap skala. Setelah itu, akan dilakukan perhitungan untuk mengetahui nilai rata-rata dari setiap skala.

Setelah mendapatkan nilai rata-rata dari setiap skala yang sudah ditetapkan, peneliti akan melanjutkan untuk menghitung nilai *user experience questionnaire scale*. Nilai rata-rata ini akan diperoleh dengan membagi rumus total dari setiap skala dengan jumlah skala. Berikut adalah hasil dari perhitungan yang dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 3 Nilai Rata-Rata UEQ Scale

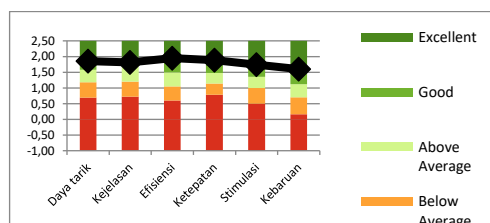
UEQ Scales (Mean and Variance)		
Daya tarik	1,850	0,28
Kejelasan	1,818	0,40
Efisiensi	1,950	0,40
Ketepatan	1,886	0,36
Stimulasi	1,743	0,54
Kebaruan	1,600	0,44

Setelah memperoleh varian dan nilai rata-rata dari data pengujian, peneliti akan melanjutkan untuk menghitung nilai predikat untuk setiap skala. Nilai predikat ini akan disesuaikan dengan aturan yang diberikan oleh alat pengukuran UEQ. Hasil dari penentuan nilai predikat dapat dilihat di tabel 4.

Tabel 4 Hasil Nilai Predikat

Scale	Mean	Comparisson to benchmark
Daya tarik	1,85	Excellent
Kejelasan	1,82	Good
Efisiensi	1,95	Excellent
Ketepatan	1,89	Excellent
Stimulasi	1,74	Excellent
Kebaruan	1,60	Good

Dalam rancangan desain *prototype* yang telah diuji oleh peneliti melalui 68 responden, peneliti mendapatkan bahwa pada skala daya tarik mendapatkan predikat *excellent* dengan nilai rata-rata 1,85, pada skala kejelasan mendapatkan predikat *good* dengan nilai rata-rata 1,82, pada skala efisiensi mendapatkan predikat *excellent* dengan nilai rata-rata 1,95, pada skala ketepatan mendapatkan predikat *excellent* dengan nilai rata-rata 1,89, pada skala stimulasi mendapatkan predikat *excellent* dengan nilai rata 1,74, dan pada skala kebaruan mendapatkan predikat *good* dengan nilai rata-rata 1,60.



Gambar 28 Grafik Hasil Pengujian

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian evaluasi pada *website* PT. Inti Diva Mandiri menggunakan metode *design thinking* menunjukkan bahwa rumusan masalah yang dibahas *website* PT. Inti Diva Mandiri memiliki masalah pada *user interface* dan *user experience*. Permasalahan tersebut dapat terselesaikan dengan proses desain ulang yang dilakukan peneliti menggunakan metode *design thinking*. Peneliti mengawali penelitian dengan mengevaluasi *website* PT. Inti Diva Mandiri. Peneliti melakukan survei dengan kuesioner untuk mengetahui kebutuhan *user* saat ini. Setelah proses desain ulang dan pengujian terhadap responden, ditemukan bahwa desain situs web membuatnya lebih mudah bagi pengguna untuk melakukan apa yang mereka butuhkan. Peningkatkan *user interface* dan *user experience* dapat dibuktikan dari hasil pengujian yang telah dilakukan.

Setelah menganalisis kebutuhan *user*, peneliti menghasilkan ide melalui tahapan *design thinking* yang kemudian diterapkan pada *user interface* yang akan dirancang oleh peneliti. Setelah *user interface* yang dirancang sudah jadi, peneliti melakukan pengujian kepada responden menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Hasil pengujian menunjukkan bahwa pada skala daya tarik mendapatkan predikat *excellent* dengan nilai rata-rata 1,85, pada skala kejelasan mendapatkan predikat *good* dengan nilai rata-rata 1,82, pada skala efisiensi mendapatkan predikat *excellent* dengan nilai rata-rata 1,95, pada skala ketepatan mendapatkan predikat *excellent* dengan



nilai rata-rata 1,89, pada skala stimulasi mendapatkan predikat *excellent* dengan nilai rata 1,74, dan pada skala kebaruan mendapatkan predikat *good* dengan nilai rata-rata 1,60.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] D. Haryuda Putra, M. Asfi, and R. Fahrudin, "PERANCANGAN UI/UX MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING* BERBASIS WEB PADA LAPORTEA COMPANY," *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, vol. 8, no. 1, 2021.
- [2] M. Azmi, A. Putra Kharisma, and M. A. Akbar, "Evaluasi *User experience* Aplikasi Mobile Pemesanan Makanan Online dengan Metode *Design thinking* (Studi Kasus GrabFood)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 8, 2019, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [3] E. C. Shirvanadi and M. Idris, "Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Amikom Center Dengan Metode *Design thinking* (Studi Kasus: Amikom Center)," *Jurnal Prosiding Automata*, vol. 2, no. 2, 2021.
- [4] K. Angelina, E. Sutomo, and V. Nurcahyawati, "Desain UI UX Aplikasi Penjualan dengan Menyelaraskan Kebutuhan Bisnis menggunakan Pendekatan *Design thinking*," *Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi*, vol. 9, no. 1, 2022, doi: 10.38204/tematik.v9i1.915.
- [5] K. Ramadhan Putra, S. Umaroh, and A. Zainal Ibrahim, "Perancangan Interaksi Antarmuka *Website* Sebaran COVID19 Menggunakan Metode *Design thinking* dengan Usability Testing", doi: 10.25077/TEKNOSI.v8i2.2022.052-063.
- [6] A. R. A. Nalendra *et al.*, *STATISTIKA SERI DASAR DENGAN SPPS*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2021.
- [7] T. Nur Aisyah Amini, H. Fabroyir, and R. Januar Akbar, "Desain dan Evaluasi Antarmuka Mobile App MyITS Alumni pada Platform Android danLos Melalui Pendekatan *User-Centered Design*," *Jurnal Teknik ITS*, vol. 10, no. 2, 2021.
- [8] N. Anisa Sri Winarsih and P. Harry Murti Dwi Kurniawan, "Penerapan *User-Centered Design* pada Sistem Informasi Dewan Masjid Indonesia (DMI) Kota Semarang Berbasis Web untuk Mengelola Potensi Masjid Kota Semarang," *Jurnal Ilmu Komputer*, vol. 13, no. 1, 2020, [Online]. Available: <http://simas.kemenag.go.id/index.php/search/?keyword=kota+semarang&filter=CA RI>.
- [9] M. Agus Muhyidin, M. A. Sulhan, and A. Sevtiana, "PERANCANGAN UI/UX APLIKASI MY CIC LAYANAN INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI FIGMA," *Jurnal Digit*, vol. 10, no. 2, pp. 208–219, 2020, [Online]. Available: <https://my.cic.ac.id/>.