



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 6192-6203

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Perancangan Desain User Interface (UI) dan User Experience (UX) Website Multi-Platform Bachman Decoration dengan Menggunakan Metode Design Thinking

Sastro Sutrisno, Asep Nuryadin, M. Dzikri Ar Ridlo

Bisnis Digital, Kampus Daerah Tasikmalaya, Universitas Pendidikan Indonesia

[sastrosutrisno@upi.edu](mailto:sastrosutrisno@upi.edu), [asep.nuryadin@upi.edu](mailto:asep.nuryadin@upi.edu), [dzikri.ar@upi.edu](mailto:dzikri.ar@upi.edu)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan merancang desain User Interface (UI) dan User Experience (UX) website multi-platform Bachman Decoration menggunakan metode Design Thinking sebagai solusi atas permasalahan tingginya pertanyaan berulang dari pelanggan terkait harga, isi paket, serta portofolio dekorasi yang selama ini hanya disampaikan melalui media sosial. Keterbatasan informasi pada Instagram dan WhatsApp membuat calon pelanggan kesulitan memperoleh detail layanan secara mandiri, sehingga berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi dan kualitas pelayanan. Melalui pendekatan Design Thinking yang terdiri dari tahapan Understand, Observe, Define, Ideate, Prototype, dan Test, penelitian ini menggali kebutuhan pengguna secara mendalam melalui wawancara, observasi lapangan, serta analisis pola komunikasi pelanggan. Proses perancangan menghasilkan prototype website yang menyajikan informasi layanan secara lebih lengkap, terstruktur, dan mudah dinavigasi, dengan fokus pada tampilan responsif untuk perangkat mobile sebagai platform yang paling sering digunakan pelanggan. Evaluasi usability dilakukan menggunakan System Usability Scale (SUS) untuk mengukur aspek efektivitas, efisiensi, dan tingkat kepuasan pengguna terhadap desain yang dihasilkan. Hasil pengujian SUS menunjukkan bahwa prototype website memiliki tingkat kegunaan yang baik dan mampu meningkatkan kemudahan akses informasi, mengoptimalkan alur navigasi, serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih nyaman dan intuitif. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan solusi digital yang tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan Bachman Decoration, tetapi juga memperkuat citra profesional serta mendorong efektivitas komunikasi dalam proses promosi dan penyampaian informasi kepada calon pelanggan.

Kata kunci: Design Thinking, SUS, UI/UX, Usability, Website.

### 1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis digital dalam lima tahun terakhir menunjukkan adanya peningkatan kebutuhan terhadap platform daring yang informatif, terstruktur, dan mudah diakses oleh pengguna. Terkenal juga pada industri dekorasi pernikahan, di mana calon pelanggan semakin bergantung pada platform digital untuk mencari informasi layanan sebelum melakukan pemesanan<sup>19</sup>. Namun, banyak UMKM penyedia jasa dekorasi masih mengandalkan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp sebagai sumber utama informasi, sehingga menimbulkan keterbatasan dalam penyampaian detail layanan, harga, serta portofolio visual<sup>1</sup>. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian<sup>18</sup> yang menunjukkan bahwa website berperan signifikan dalam meningkatkan visibilitas, profesionalitas, dan efektivitas online branding UMKM, sehingga menjadi solusi yang lebih strategis dibandingkan penggunaan media sosial saja.

Keterbatasan ini berdampak pada efektivitas komunikasi karena calon pelanggan harus menunggu respons manual dari admin untuk mengetahui informasi harga, isi paket, maupun ketersediaan layanan<sup>7</sup>. Kondisi tersebut menimbulkan masalah seperti tingginya pertanyaan berulang, proses pemesanan yang lambat, serta ketidakjelasan informasi visual yang penting dalam bisnis dekorasi<sup>17</sup>. Selain itu, riset terbaru menunjukkan bahwa ketidaklengkapan informasi pada platform digital dapat mengurangi tingkat kepercayaan pelanggan dan berdampak pada keputusan pembelian<sup>13</sup>.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pendekatan perancangan berbasis pengguna seperti *Design Thinking* semakin banyak digunakan dalam pengembangan produk digital karena mampu mengidentifikasi kebutuhan dan

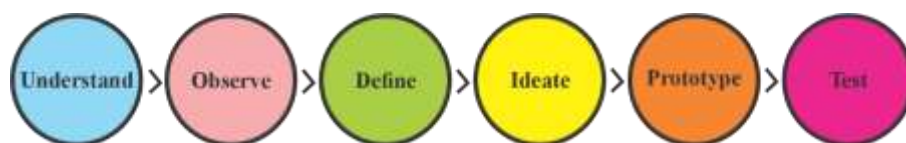
perilaku pengguna secara mendalam. Metode ini menekankan empati, eksplorasi masalah, dan pembuatan solusi yang diuji secara iteratif, sehingga relevan untuk menghasilkan rancangan antarmuka yang intuitif<sup>2</sup>. Metode ini menekankan empati, eksplorasi masalah, dan pembuatan solusi yang diuji secara iteratif, sehingga relevan untuk menghasilkan rancangan antarmuka yang intuitif<sup>10</sup>. Dalam konteks UI/UX, penelitian terkini menunjukkan bahwa desain website yang responsif, terstruktur, dan mudah dinavigasi dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara signifikan<sup>2 12</sup>.

Selain itu, evaluasi *usability* melalui instrument *System Usability Scale* (SUS) juga terbukti efektif dalam mengukur persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan sebuah sistem digital<sup>9</sup>. Studi dalam lima tahun terakhir menunjukkan bahwa SUS merupakan alat evaluasi primer yang banyak digunakan dalam pengembangan UI/UX dan valid untuk berbagai jenis platform digital<sup>15</sup>.

Dengan demikian, kebutuhan akan platform informasi yang lebih profesional, terstruktur, dan mudah digunakan menjadi alasan utama dilakukannya penelitian ini. Melalui penerapan metode *Design Thinking* dan evaluasi *usability* menggunakan SUS, penelitian ini bertujuan merancang Solusi digital berupa website *multi - platform* Bachman Decoration yang mampu mengatasi masalah informasi, meningkatkan efisiensi komunikasi, dan memperkuat pengalaman pengguna dalam mencari layanan dekorasi.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* mengacu pada<sup>10</sup> sebagai kerangka utama perancangan UI/UX. Lima tahap *design thinking*, yaitu *Understand*, *Observe*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, diterapkan secara iteratif untuk menghasilkan desain antarmuka berbasis kebutuhan pengguna. Pendekatan ini dikombinasikan dengan *mixed methods*<sup>5</sup>, dengan proporsi 80% kualitatif pada tahapan *design thinking* dan 20% kuantitatif pada tahap evaluasi *usability*.



Gambar 1. Tahap *Design Thinking*

Tahapan *Design Thinking* dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut.

### 1. *Understand*

Pada tahap *understand* seorang peneliti harus memahami konteks permasalahan dari berbagai sudut pandang dan kebutuhan pengguna. Hal ini untuk membantu menumbuhkan rasa empati terhadap pengguna untuk mendapatkan informasi ini biasanya dilakukan dengan wawancara.

### 2. *Observe*

Pada tahap *Observe*, peneliti mengamati perilaku pengguna dalam berinteraksi dengan media sosial Bachman Decoration menggunakan *Empathy Map* dan metode AEIOU. Observasi mencakup pola pertanyaan pelanggan, kesulitan memahami paket dekorasi, serta hambatan seperti keterlambatan respons pemilik usaha. Temuan ini digunakan untuk mengungkap kebutuhan nyata dan memperkuat pemahaman masalah sebelum tahap *Define*.

### 3. *Define*

Tahap *Define* difokuskan pada perumusan masalah berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Peneliti menyusun pertanyaan *How Might We* untuk merumuskan tantangan desain secara terarah serta membuat *Persona* dan *User Profile Canvas* guna menggambarkan kebutuhan, hambatan, dan tujuan pengguna. Output tahap ini menjadi kerangka masalah yang jelas dan berpusat pada pengguna.

### 4. *Ideate*

Pada tahap *Ideate*, peneliti melakukan *brainstorming* bersama pengguna untuk menghasilkan berbagai alternatif solusi berdasarkan rumusan *How Might We*. Ide-ide disaring melalui diskusi dengan pemilik usaha serta didukung *benchmark visual* dari kompetitor untuk memastikan relevansi dan daya saing. Ide yang terpilih kemudian diprioritaskan dalam empat kategori untuk memudahkan proses perancangan prototipe.

5. *Prototype*

Tahap Prototype dilakukan dengan mengubah ide terpilih menjadi desain antarmuka menggunakan Figma. Peneliti menyusun wireframe hingga high-fidelity mockup untuk halaman utama, katalog dekorasi, galeri, dan fitur pemesanan. Prototipe ini berfungsi sebagai representasi awal solusi yang dapat diuji secara langsung oleh pengguna sebelum masuk ke tahap pengembangan teknis.

6. *Test*

Pada tahap Test, prototipe diuji kepada calon pelanggan menggunakan instrumen System Usability Scale (SUS). Responden mencoba prototipe lalu mengisi kuesioner untuk menilai kemudahan penggunaan, kejelasan navigasi, dan kepuasan desain. Hasil pengujian digunakan untuk mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan, sesuai prinsip iteratif Design Thinking.

Penerapan tahapan *Design Thinking* dalam penelitian ini juga sejalan dengan temuan<sup>14</sup> yang menunjukkan bahwa proses *Understand, Observe, Define, Ideate, Prototype, dan Test* mampu meningkatkan efektivitas perancangan UI/UX melalui evaluasi iteratif yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Selain itu, penelitian<sup>11</sup> membuktikan bahwa *Design Thinking* merupakan pendekatan yang sesuai untuk pengembangan sistem berbasis website karena mampu menghasilkan solusi yang lebih terstruktur, visual, dan mudah digunakan. Sebagai pembandingan, penelitian oleh<sup>6</sup> mengembangkan sistem informasi berbasis web menggunakan metode *Rapid Application Development (RAD)*, namun penelitian ini memilih *Design Thinking* karena memberikan ruang eksplorasi kebutuhan pengguna secara lebih mendalam sebelum masuk ke tahapan desain dan evaluasi.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### 3.1 Understand

##### 3.1.1 Hasil Wawancara

Pada tahap Understand dalam metode Design Thinking, dilakukan penggalan kebutuhan dan permasalahan pengguna melalui wawancara mendalam terhadap lima narasumber yang pernah menggunakan jasa dekorasi Bachman Decoration.

Tabel 1. Hasil Wawancara

| No | Kode Responden | Temuan Utama                                        | Masalah yang Dihadapi                            |
|----|----------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1  | R1             | Kesulitan mendapatkan informasi harga dan isi paket | Harus menunggu admin membalas WhatsApp           |
| 2  | R2             | Membutuhkan katalog dekorasi yang jelas             | Katalog di Instagram tidak lengkap               |
| 3  | R3             | Ingin proses pemesanan lebih cepat                  | Respon admin lambat, informasi tidak terstruktur |
| 4  | R4             | Ingin mengetahui detail paket tanpa tanya-tanya     | Tidak ada website resmi sebagai sumber informasi |
| 5  | R5             | Membutuhkan bukti/testimoni yang mudah ditemukan    | Testimoni tersebar dan tidak terorganisir        |

Wawancara dengan lima responden menunjukkan bahwa pengguna kesulitan memperoleh informasi harga, isi paket, dan katalog dekorasi secara mandiri. Seluruh responden mengeluhkan keterlambatan respons admin serta kurangnya struktur informasi pada media sosial. Pengguna membutuhkan website yang menyediakan informasi lengkap, terorganisir, dan mudah diakses untuk mempercepat proses pencarian layanan dan pemesanan.

##### 3.1.2 User Persona

Untuk memahami karakteristik pengguna, peneliti menyusun user persona berdasarkan wawancara lima responden. User persona digunakan untuk memetakan kebutuhan, tujuan, dan hambatan pengguna secara ringkas sebagai dasar perancangan solusi yang lebih tepat.



Gambar 2. User Persona

User persona membantu tim merancang dalam mengidentifikasi kebutuhan utama pengguna dan menentukan prioritas fitur website yang relevan. Representasi ini juga menjadi acuan penting pada tahap *Ideate* dan *Prototype* dalam proses *Design Thinking*.

### 3.2 Observe

#### 3.2.1 Empathy Map

Setelah melakukan wawancara terhadap lima responden pelanggan Bachman Derotion, data diolah dan disusun ke dalam sebuah *Empathy Map*, yaitu *what the Does, Feels, Thinks, and Says*. Hasil wawancara dapat dilihat dalam Tabel

Tabel 2. Hasil Emphaty Map

| No. | Thinks                                                                        | Feels                                                                     | Says                                                              | Does                                                                                     |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Informasi layanan seharusnya bisa diakses tanpa harus menunggu admin.         | Frustrasi karena lambatnya respon dari admin.                             | Kalau ada websitenya pasti lebih gampang dan cepat.               | Mengakses Instagram, TikTok, dan Google untuk mencari informasi awal.                    |
| 2   | Website akan sangat membantu dalam efisiensi komunikasi.                      | Bingung saat informasi tidak lengkap dan harus mencari sendiri.           | Saya harus tanya dulu ke admin untuk tahu harga dan detail paket. | Menghubungi admin via WhatsApp untuk bertanya harga, ketersediaan, dan paket.            |
| 3   | Ingin layanan dekorasi yang profesional dan sesuai tren kekinian.             | Tidak yakin terhadap layanan karena informasi sering terlambat diberikan. | Responnya lama, kadang harus menunggu lama untuk dibalas.         | Menunggu respon dari admin untuk bisa melanjutkan pemesanan.                             |
| 4   | Ingin mengetahui isi detail paket secara langsung tanpa perlu bertanya-tanya. | Antusias saat melihat hasil dekorasi yang menarik secara visual.          | Saya ingin tahu dengan jelas isi dari setiap paket.               | Membandingkan Bachman dengan vendor lain yang sudah punya website.                       |
| 5   | Merasa katalog yang ada di media sosial tidak cukup informatif.               | Kecewa karena tidak ada sistem digital terintegrasi.                      | Harusnya bisa konsultasi secara online juga.                      | Menyimpan atau mengirim screenshot hasil dekorasi dari Instagram untuk ditanyakan ulang. |
| 6   | -                                                                             | Kurang puas dengan alur pemesanan yang manual.                            | Informasi visual bagus, tapi kurang lengkap.                      | -                                                                                        |

### 3.3 Define

#### 3.3.1 Pain Points

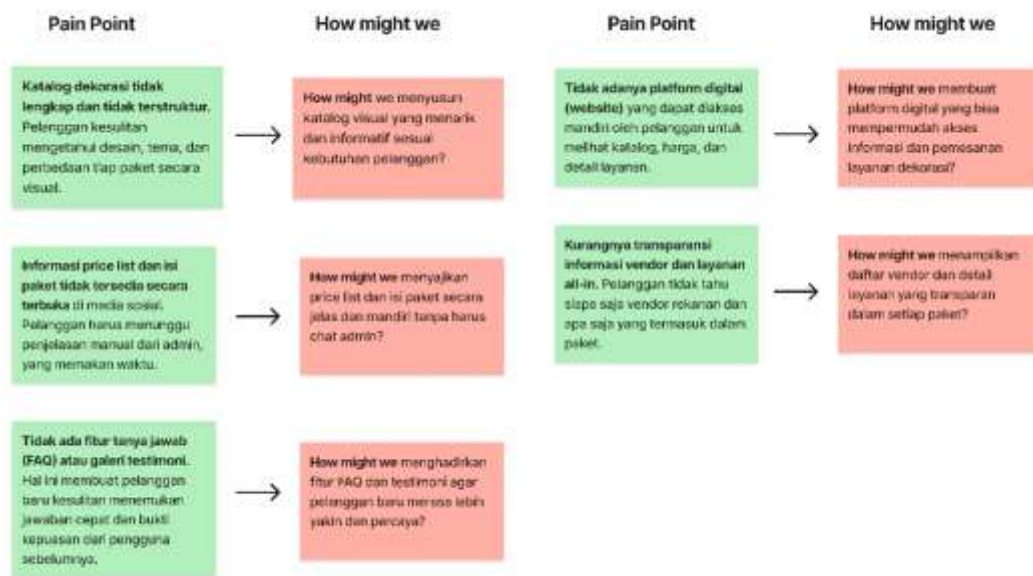
Setelah membangun *Empathy Map*, selanjutnya mengidentifikasi *Pain Point*. *Pain Point* ini adalah titik-titik ketidaknyamanan atau kekhawatiran yang dirasakan oleh pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan yang digunakan sebelumnya. Hasil *Pain Points* terlihat dalam Tabel

Tabel 3. Hasil *Pain Points*

| No | <i>Pain Point</i>                                                                                                                                                      |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Informasi price list dan isi paket tidak tersedia secara terbuka di media sosial. Pelanggan harus menunggu penjelasan manual dari admin, yang memakan waktu.           |
| 2  | Katalog dekorasi tidak lengkap dan tidak terstruktur. Pelanggan kesulitan mengetahui desain, tema, dan perbedaan tiap paket secara visual.                             |
| 3  | Tidak ada fitur tanya jawab (FAQ) atau galeri testimoni. Hal ini membuat pelanggan baru kesulitan menemukan jawaban cepat dan bukti kepuasan dari pengguna sebelumnya. |
| 4  | Tidak adanya platform digital (website) yang dapat diakses mandiri oleh pelanggan untuk melihat katalog, harga, dan detail layanan.                                    |
| 5  | Kurangnya transparansi informasi vendor dan layanan <i>all-in</i> . Pelanggan tidak tahu siapa saja vendor rekanan dan apa saja yang termasuk dalam paket.             |

#### 3.3.2 How Might We

Sebagian panduan dalam tahap ideasi, HMW diformulasikan untuk mengarahkan pemikiran secara lebih luas dan kreatif dalam mencari Solusi sehingga dapat mengatasi *Pain Point* yang telah diidentifikasi.



Gambar 3. *How Might We*

Berikut adalah rumusan *How Might We* yang disusun berdasarkan pain point pengguna untuk mengarahkan proses ideasi secara lebih terfokus.

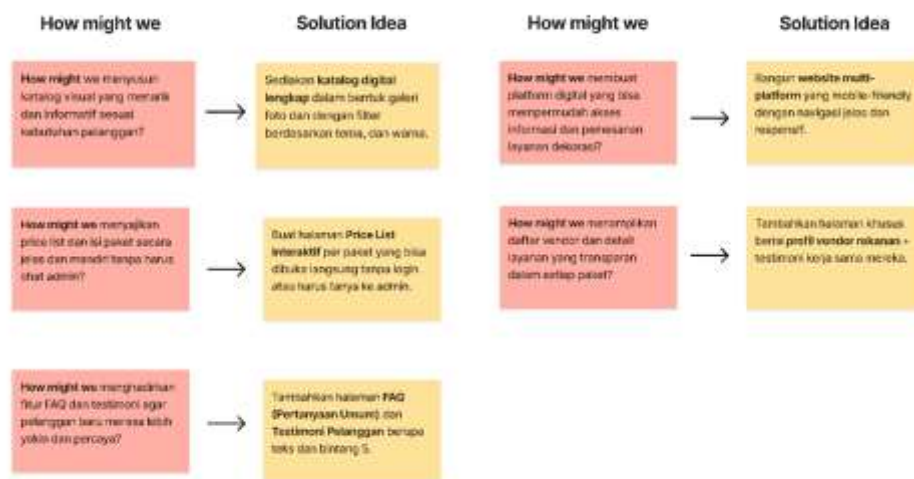
Tabel 4. Hasil *How Might We*

| No | <i>Pain Point</i>                                                                                                  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | <i>How might we</i> menyusun katalog visual yang menarik dan informatif sesuai kebutuhan pelanggan?                |
| 2  | <i>How might we</i> menyajikan price list dan isi paket secara jelas dan mandiri tanpa harus chat admin?           |
| 3  | <i>How might we</i> menghadirkan fitur FAQ dan testimoni agar pelanggan baru merasa lebih yakin dan percaya?       |
| 4  | <i>How might we</i> membuat platform digital yang bisa mempermudah akses informasi dan pemesanan layanan dekorasi? |
| 5  | <i>How might we</i> menampilkan daftar vendor dan detail layanan yang transparan dalam setiap paket?               |

### 3.4 Ideate

#### 3.4.1 Solution Idea

Pada tahap *Define* sebelumnya, peneliti mengidentifikasi berbagai *pain point* dan peluang melalui pertanyaan HMW. Berdasarkan HMW tersebut, peneliti mengembangkan 10 *Solution Idea* untuk menjawab kebutuhan pengguna dan meningkatkan pengalaman mereka memesan dekorasi pernikahan di Bachman Decoration.



Gambar 4. *Solution idea*

Dalam memudahkan keterbacaan dari *Solution Idea*, penelitian merepresentasikannya ke dalam bentuk Tabel 4.4

Tabel 4. Hasil *Solution idea*

| No | <i>Solution Idea</i>                                                                                          |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Sediakan katalog digital lengkap dalam bentuk galeri foto dan dengan filter berdasarkan tema, dan warna.      |
| 2  | Buat halaman Price List Interaktif per paket yang bisa dibuka langsung tanpa login atau harus tanya ke admin. |
| 3  | Tambahkan halaman FAQ (Pertanyaan Umum) dan Testimoni Pelanggan berupa teks dan bintang 5.                    |
| 4  | Buat fitur Booking Jadwal Konsultasi Online yang terintegrasi dengan Google Calendar / Notifikasi WhatsApp.   |
| 5  | Tambahkan halaman khusus berisi profil vendor rekanan + testimoni kerja sama mereka.                          |



### 3.4.2 Affinity Diagram

Peneliti kemudian mengelompokkan ide-ide ke dalam Affinity Diagram untuk menemukan pola, keterkaitan, dan tema utama yang mewakili kebutuhan pengguna. Pengelompokan ini membantu menyusun insight secara lebih terstruktur dan menjadi dasar dalam perumusan solusi desain. Hasilnya ditampilkan pada Tabel.

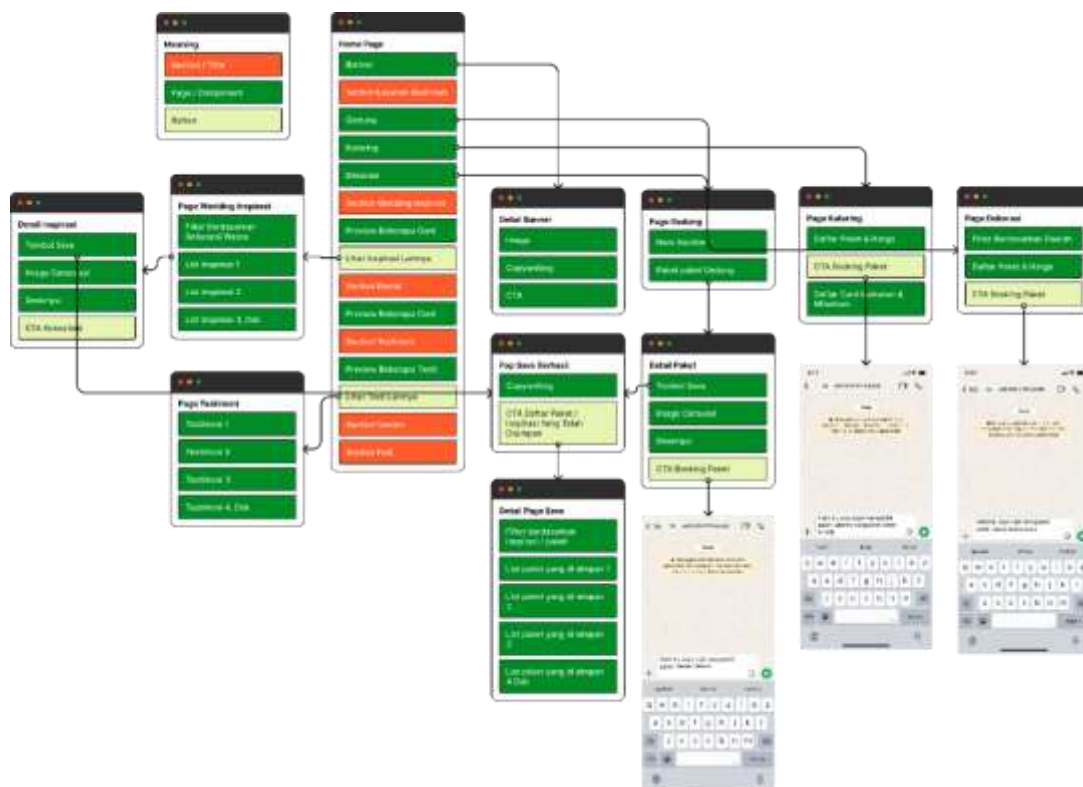
Tabel 5. Hasil Affinity Diagram

| No | Kategori                             | Affinity Diagram                                                                |
|----|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Akses Informasi yang Cepat & Mandiri | Mengurangi ketergantungan terhadap admin dan mempercepat proses pencarian info. |
| 2  | Kemudahan Interaksi & Komunikasi     | Memberikan jalur komunikasi yang praktis, efisien, dan tidak bergantung manual. |
| 3  | Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan   | Membentuk citra profesional dan membuat calon pelanggan merasa aman & yakin.    |
| 4  | Promosi & Daya Tarik Visual          | Meningkatkan minat & awareness terhadap brand Bachman secara kreatif & rutin.   |

Berdasarkan hasil pengelompokan, setiap kategori pada Affinity Diagram menunjukkan hubungan logis antara ide dan kebutuhan pengguna. Kategorisasi ini membantu menentukan prioritas masalah serta arah solusi yang relevan, sehingga menjadi dasar penting dalam penyusunan user persona dan perancangan konsep desain.

### 3.4.3 Information Architecture

Setelah pengelompokan ide melalui Affinity Diagram, peneliti menyusun Information Architecture sebagai panduan dalam mengatur struktur dan alur informasi pada sistem. Information Architecture ini menggambarkan bagaimana konten dan fitur diorganisasikan serta diakses oleh pengguna agar navigasi lebih logis dan mudah dipahami. Penyusunannya didasarkan pada kebutuhan pengguna dan prioritas fitur yang telah diidentifikasi, sehingga menjadi dasar penting dalam merancang Low Fidelity dan memastikan pengalaman pengguna yang efisien dan intuitif. Gambar 4. menampilkan hasil rancangan tersebut.



Gambar 5. Information Architecture

Berdasarkan Gambar 5, struktur informasi disusun secara hierarkis dari halaman utama hingga subfitur untuk memastikan navigasi yang jelas dan mudah dipahami. Susunan menu dirancang mengikuti prinsip user-centered design sehingga pengguna dapat berpindah antarhalaman tanpa kehilangan konteks. Information Architecture ini memastikan hubungan antarfitur selaras dengan tujuan aplikasi dan menjadi dasar bagi pengembangan desain low-fidelity serta prototype guna menciptakan pengalaman pengguna yang lebih efisien dan intuitif.

#### 3.4.4 Low Fidelity

Setelah struktur informasi disusun, peneliti membuat *low-fidelity wireframe* sebagai rancangan awal *layout* dan alur navigasi tanpa elemen visual detail. Pada tahap ini, desain ditampilkan untuk memvisualisasikan susunan konten dan navigasi utama secara jelas. *Wireframe* dibuat menggunakan Figma sebagai bagian dari tahap *Prototype* dalam metode Design Thinking. Berikut ditampilkan *low-fidelity design* untuk *home page*, *pricing* dekorasi, dan *wedding* inspirasi.



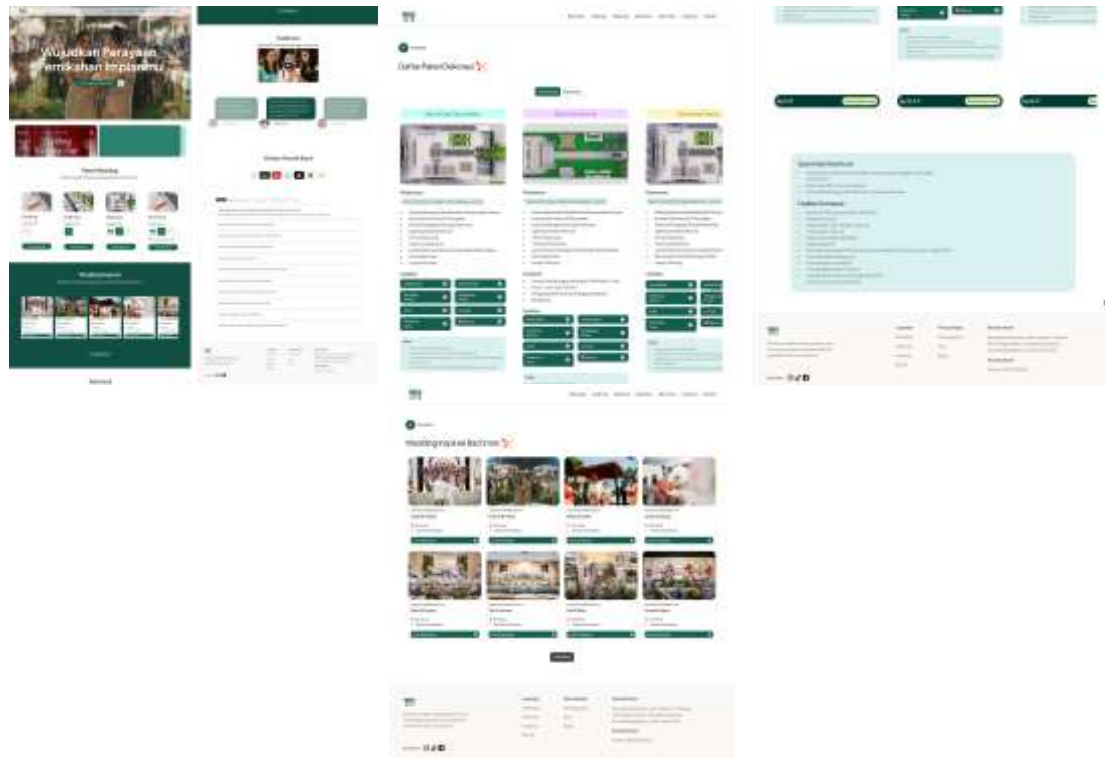
Gambar 6. *low-fidelity*

### 3.5 Prototype

#### 3.5.1 High Fidelity

Setelah *low-fidelity* selesai dibuat, peneliti melanjutkan ke tahap *high-fidelity design* untuk menampilkan tampilan yang lebih rinci dan realistis. Pada tahap ini, elemen visual seperti warna, gambar, dan komponen *user interface* disempurnakan agar menyerupai produk akhir. Desain dibuat menggunakan Figma sebagai bagian dari tahap *Prototype*. Berikut ditampilkan *high-fidelity design* yang telah dirancang.





Gambar 7. High Fidelity

### 3.6 Test

#### 3.6.1 Pengujian System Usability Scale (SUS)

Uji SUS berhasil dilakukan oleh 30 responden dengan mengisi kuesioner secara online. Data hasil pengisian yang diisi oleh masing-masing responden dapat dilihat pada Tabel 4.6 Hasil SUS yang telah dihitung menggunakan

Tabel 6. Hasil System Usability Scale

| Responden | Pernyataan |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Jumlah | Nilai<br>(Jumlah × 2,5) |
|-----------|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|--------|-------------------------|
|           | Q1         | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Q6 | Q7 | Q8 | Q9 | Q10 |        |                         |
| R1        | 3          | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 38     | 95                      |
| R2        | 0          | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 4  | 3   | 27     | 68                      |
| R3        | 4          | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 39     | 98                      |
| R4        | 4          | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 39     | 98                      |
| R5        | 4          | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 2   | 32     | 80                      |
| R6        | 2          | 2  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3   | 28     | 70                      |
| R7        | 4          | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2   | 24     | 60                      |
| R8        | 4          | 2  | 4  | 0  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1   | 19     | 48                      |
| R9        | 2          | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2   | 20     | 50                      |

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4611>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

| Responden      | Pernyataan |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Jumlah | Nilai<br>(Jumlah × 2,5) |
|----------------|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|--------|-------------------------|
|                | Q1         | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Q6 | Q7 | Q8 | Q9 | Q10 |        |                         |
| R10            | 2          | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 32     | 80                      |
| R11            | 2          | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 1   | 26     | 65                      |
| R12            | 2          | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 1   | 25     | 63                      |
| R13            | 4          | 0  | 4  | 0  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 0   | 25     | 63                      |
| R14            | 4          | 0  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 36     | 90                      |
| R15            | 2          | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 2   | 30     | 75                      |
| R16            | 2          | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 1   | 21     | 53                      |
| R17            | 4          | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 39     | 98                      |
| R18            | 3          | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 34     | 85                      |
| R19            | 4          | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 0   | 28     | 70                      |
| R20            | 4          | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4   | 37     | 93                      |
| R21            | 3          | 2  | 3  | 4  | 2  | 3  | 2  | 4  | 2  | 4   | 29     | 73                      |
| R22            | 4          | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 37     | 93                      |
| R23            | 4          | 1  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4   | 35     | 88                      |
| R24            | 3          | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 35     | 88                      |
| R25            | 3          | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3   | 30     | 75                      |
| R26            | 3          | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3   | 29     | 73                      |
| R27            | 1          | 4  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2  | 2   | 25     | 63                      |
| R28            | 2          | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 36     | 90                      |
| R26            | 4          | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 35     | 88                      |
| R30            | 4          | 1  | 4  | 0  | 3  | 4  | 1  | 4  | 1  | 3   | 25     | 63                      |
| Total Skor SUS |            |    |    |    |    |    |    |    |    |     |        | 76                      |

Berdasarkan Tabel 4.6, mayoritas responden memberikan skor tinggi pada pernyataan positif SUS yang menunjukkan bahwa website mudah digunakan, tampilan jelas, dan navigasi bekerja dengan baik. Beberapa responden seperti R1, R3, R4, R17, R19, dan R22 memperoleh skor di atas 90, menandakan bahwa rancangan UI/UX telah memenuhi kebutuhan dasar pengguna. Meski demikian, terdapat responden dengan skor rendah (R8, R9, R16) yang menunjukkan adanya inkonsistensi desain dan alur navigasi yang perlu diperbaiki.

Hasil perhitungan SUS menunjukkan skor 76, termasuk kategori “Good” dan tingkat penerimaan “Acceptable” dengan grade B, berdasarkan interpretasi skala SUS<sup>4</sup>, yang berarti website dinilai mudah digunakan dan memberikan pengalaman positif bagi pengguna. Skor ini juga menempatkan website pada posisi promotor, sehingga berpotensi direkomendasikan oleh pengguna lain. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya<sup>12</sup> yang menyatakan bahwa skor SUS di atas 70 telah memenuhi standar *usability* dan berada pada kategori “Good”. Dengan demikian, skor 76 menunjukkan bahwa website Bachman Decoration memiliki tingkat *usability* yang baik, mendukung interaksi pengguna secara efektif, dan layak untuk diimplementasikan.

Secara keseluruhan, hasil temuan pada tahap Understand hingga Test memperlihatkan bahwa penyajian informasi dan desain antarmuka memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna. Hal ini sejalan dengan<sup>8</sup> yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna dapat meningkat jika informasi ditampilkan secara jelas dan terstruktur. Selain itu, penelitian<sup>16</sup> juga menunjukkan bahwa desain UI/UX yang baik akan menghasilkan pengalaman interaksi yang lebih nyaman dan efisien. Pada tahap prototyping, penggunaan Figma dalam pengembangan mockup mendukung validasi desain sebagaimana ditegaskan<sup>3</sup>, yang mengungkapkan bahwa mockup membantu memastikan rancangan antarmuka sesuai kebutuhan pengguna sebelum diuji secara menyeluruh.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode Design Thinking berhasil menghasilkan rancangan desain UI/UX website multi-platform Bachman Decoration yang efektif dan sesuai kebutuhan pengguna. Melalui tahapan Understand hingga Test, penelitian mampu mengidentifikasi permasalahan utama seperti keterlambatan respons, kurangnya informasi harga, serta minimnya portofolio, dan menerjemahkannya menjadi solusi digital berupa alur navigasi yang sederhana, terstruktur, dan mudah diakses. Temuan ini sejalan dengan penelitian<sup>8</sup> yang menegaskan bahwa penyajian informasi yang jelas dan terstruktur meningkatkan kemudahan pengguna, serta didukung oleh<sup>16</sup> yang menyatakan bahwa desain UI/UX yang baik mampu meningkatkan kualitas pengalaman interaksi pengguna. Pada tahap perancangan, penggunaan mockup melalui Figma juga konsisten dengan<sup>3</sup> yang menekankan pentingnya mockup sebagai alat validasi desain sebelum implementasi. Prototipe yang dikembangkan dalam penelitian ini memperoleh skor SUS sebesar 76 (kategori “Good”), yang menunjukkan bahwa rancangan website mudah digunakan, jelas, dan memberikan pengalaman pengguna yang positif. Secara keseluruhan, desain UI/UX yang dihasilkan tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan dan memperkuat citra profesional, tetapi juga selaras dengan temuan penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya desain yang berorientasi pengguna dalam meningkatkan efektivitas platform digital dan mendukung perluasan jangkauan pemasaran.

#### Referensi

1. Aini, N., Arum, A. P., Siti, N., Ambarwati, S., Teknik, F., Dan, K., & Kecantikan, P. (2024). Pengembangan Katalog Online Berbasis Website Pada Gallery Zayn Wedding Sebagai Sarana Peningkatan Brand Awareness (Kesadaran Merek). 02(03).
2. Ansori, S., Hendradi, P., & Nugroho, S. (2023). Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile SIPROPMAWA. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1072–1081. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
3. Biantara, Dana, G. (2024). DESAIN DIGITAL UNTUK GENERASI MUDA : PENGEMBANGAN KEMAMPUAN UI / UX MENGGUNAKAN FIGMA PADA SMA TARUNA. *Bina Cipta*, 3(2), 63–73.
4. Brooke, J. (1996). SUS: A “Quick and Dirty” Usability Scale. Dalam *Usability Evaluation In Industry* (Nomor January 1996, hlm. 207–212). <https://doi.org/10.1201/9781498710411-35>
5. Creswell. (2018). Fifth Edition Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Dalam *Acht grafvondsten van de Veluwe klokbekeergroep als uitgangspunt voor chronologische beschouwingen over de relaties saalisch-böhmische Schnurkeramik, Enkelgrafcultuur, Klokbeke-Oostgroep en Nederlands-Westduitse klokbekeergroepen*. <https://doi.org/10.2307/j.ctt2204s7w.11>
6. Dwi Syahrul Romadhon, P., & Kamisutara, M. (2024). Pengembangan Sistem Informasi Penggajian Karyawan Berbasis Website dengan Metode Rapid Application Development. *Syntax Idea*, 6(1), 354–367. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i1.2909>
7. Gani, R. P., Puspita, I. A., & Tripiawan, W. (2021). Perancangan UI/UX Design Pada Dashboard Monitoring Proyek Menggunakan Metode Design Thinking Untuk Penerapan Sistem Earned Value Management Pada Pt. Xyz. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, 8(5), 8465–8480.
8. Keliwulan, pricillia T., Nugroho, I. M., & R, Y. R. (2023). Perancangan Desain User Interface Dan User Experience Aplikasi Penjualan Berbasis Mobile Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus: Cv Mega Steel). *INFOKOM (Informatika & Komputer)*, 11(1), 81–95. <https://doi.org/10.56689/infokom.v11i1.1054>
9. Kurniawan, G., Adnan, F., & Putra, J. A. (2023). Perancangan User Interface dan User Experience Aplikasi E-Commerce Kain Batik pada UMKM Rezi’s Batik Menggunakan Pendekatan Design Thinking. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 10(3), 551–560. <https://doi.org/10.25126/jtiik.20231036733>
10. Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2018). The Design Thinking Play Book. Dalam *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4611>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

11. Maharani, K. I. D., & Alit, R. (2024). Perancangan Desain User Interface Dan User Experience Website Monitoring Siswa dengan Metode Design Thinking. 06, 557–565.
12. Mayasari, R., & Heryana, N. (2023). Konsep dan Teori Desain User Experience. Dalam Konsep dan Teori Desain User Experience (hlm. 1–158). <https://www.researchgate.net/publication/377968095>
13. Putri, S. T. A., Umam, K., Panduardi, F., Prasetyo, J. A., & Hidayat, A. (2024). Perancangan Ulang UI / UX Website Pinus Banyuwangi menggunakan Metode Human Centered Design Redesign UI / UX Of Pinus Banyuwangi Website Using Human Centered Design Method. JIKOM: Jurnal Informatika dan Komputer, 14(2), 21–29.
14. Renaldo, F., Irsyad, H., & Hartati, E. (2025). Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI / UX Aplikasi Deteksi Mata Pengemudi. MDP STUDENT CONFERENCE, 628–635.
15. Santoso, D. L., Caesaron, D., Nugroho, Y., & Yekti, D. (2025). Kaikana Coffee & Kitchen Website UI : A Design Thinking Approach. 09(01), 41–50.
16. Sholaihah, L. A., & Andrian, R. (2024). UI UX DESIGN : SENI KERAJINAN YANG MELIBATKAN PENGALAMAN. Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi, 10(1), 49–54.
17. Sulistyono, M. R., Setiawan, A., & Nuryanto, N. (2023). Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan UI/UX Sistem E-Marketplace Berbasis Website. Journal of Information System Research (JOSH), 4(4), 1364–1376. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3534>
18. Utami Dewi, M., Siswanto, S., & Sukarata, P. G. (2023). Pengembangan Website Profil Untuk Online Branding Pada Omah Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang. Jurnal Ilmiah Vastuwidya, 6(1), 64–69. <https://doi.org/10.47532/jiv.v6i1.795>
19. Widyastuti, Y. M., Oktiarso, T., & Putrianto, N. K. (2024). Perancangan Sistem Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Dan Kepuasan Pelanggan. Kurawal - Jurnal Teknologi, Informasi dan Industri, 7(1), 12–32. <https://doi.org/10.33479/kurawal.v7i1.1066>