

Perancangan Desain *User Interface* Pada Website Kedai Kopi Box Dengan Metode *Design Thinking*

Iren Nadira^{1*}, Melki Garonga², Samuel Yacobus Padang³

^{1*}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Kristen Indonesia Toraja, Tana Toraja, Sulawesi Selatan
Email: ^{1*}irennadira62@gmail.com, ²melkigaronga@ukitoraja.ac.id, ³semuelyp@ukitoraja.ac.id

(Naskah masuk: 05 November 2025, direvisi: 12 November 2025, diterima: 20 Desember 2025)

Abstrak

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan sistem pembayaran retribusi sampah yang lebih efisien dan Penerapan teknologi informasi dalam bisnis semakin berkembang, termasuk pada sektor penjualan minuman. Namun, banyak usaha kecil seperti Kopi mengalami beberapa kendala, seperti kesalahan pencatatan, antrean panjang, dan keterbatasan informasi seperti menu dan harga yang hanya mengandalkan *Instagram* sebagai media promosi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain antarmuka pengguna (*User Interface*) berbasis website yang mampu mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi dan melakukan pemesanan secara digital. Metode yang diterapkan adalah *Design Thinking*, yang berfokus pada penyelesaian masalah secara inovatif dan kreatif dengan menempatkan pengguna sebagai pusat dalam proses perancangan yang meliputi beberapa tahap yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* hingga menghasilkan desain *high-fidelity prototype* menggunakan *Figma*. Pengujian dilakukan melalui *Usability Testing* kepada 30 responden menggunakan *tools Maze*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa skor rata-rata untuk pelanggan adalah 94 dan untuk admin 100. Perolehan skor tersebut menunjukkan bahwa rancangan desain *User Interface* (UI) yang dikembangkan memiliki tingkat kemudahan penggunaan yang tinggi dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa metode *Design Thinking* mampu menghasilkan rancangan UI (*User Interface*) yang efektif dan efisien untuk sistem pemesanan berbasis website pada Kopi Box. Rancangan ini diharapkan dapat mempermudah proses pemesanan, mengurangi antrean, dan menyajikan informasi penjualan secara terstruktur dan dapat menjadi acuan pengembangan sistem pemesanan digital Kopi Box di masa mendatang.

Kata kunci: Desain *User Interface*, Website, Pemesanan Digital, *Design Thinking*, *Usability Testing*.

Designing the User Interface on the Box Coffee Shop Website Using the Design Thinking Method

Abstract

Kopi Box is a business engaged in the sale of beverages, where the ordering process is still carried out manually. This condition leads to several issues, such as potential recording errors, long queues, and limited information media that rely solely on Instagram with unstructured content. This study aims to design a website-based User Interface (UI) to make it easier for customers to access information and place orders digitally. The method used is Design Thinking, which consists of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. The design was created using Figma and tested through usability testing via the Maze platform involving 30 respondents. The test results showed an average score of 94 for the user scenario and 100 for the admin scenario, indicating a very high level of usability. The User Interface (UI) design was also refined based on user feedback, such as adding action features to order status and a cancellation option. This study demonstrates that the Design Thinking method can produce an effective, efficient User Interface (UI) design that meets user needs and is expected to serve as a reference for the future development of Kopi Box's digital ordering system.

Keywords: UI Design, Website, Digital Ordering, Design Thinking, Usability Testing.

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan penduduk, pengelolaan Di era digital seperti sekarang ini, perilaku masyarakat dalam mencari informasi dan melakukan aktivitas sehari-hari semakin bergeser ke *platform online*. Menurut Baskoro dalam dunia bisnis termasuk industri kedai kopi, tren ini mendorong pelaku usaha untuk menghadirkan inovasi digital guna memenuhi kebutuhan pelanggan termasuk dalam cara orang dalam memilih tempat nongkrong atau menikmati waktu luang [1]. Kedai kopi yang dulu hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati minuman, kini berkembang menjadi pusat aktivitas sosial, bekerja, hingga hiburan. Pelanggan kini cenderung mengandalkan media *online* untuk mendapatkan informasi terkait sebuah kedai kopi sebelum memutuskan untuk berkunjung.

Dalam konteks ini Kopi Box hadir sebagai salah satu kedai kopi yang mengikuti tren tersebut yang berlokasi di Jl. Ampera No.2 Makale, Kabupaten Tana Toraja, Sulawesi Selatan. Kopi Box telah menarik perhatian masyarakat sejak berdiri pada tahun 2021 hingga sekarang. Dengan suasana yang klasik, fasilitas seperti *Wi-Fi* gratis, dan menawarkan berbagai acara seperti nobar (nonton bareng) serta turnamen *esports*, menjadikan Kopi Box sebagai salah satu tempat yang digemari oleh berbagai kalangan.

Namun, meskipun memiliki banyak pelanggan setia, Kopi Box belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung operasional bisnis dan mempermudah akses pelanggan terhadap informasi. Saat ini, Kopi Box belum memiliki sistem informasi penjualan yang efektif sehingga pemasaran dan interaksi dengan pelanggan masih lebih banyak dilakukan secara langsung. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa saat ini kedai ini hanya memiliki akun *instagram* sebagai media pemasaran dan promosi namun belum terstruktur dengan baik, informasi penting yang tersedia di *platform* tersebut masih terbatas, seperti menu, harga, promo terkini, dan fasilitas yang disediakan sehingga menyulitkan pelanggan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Tak hanya itu proses bisnis pada kedai ini masih dilakukan secara manual yang dimana proses pemesanan masih dilakukan secara langsung dan masih mencatat pesanan di kertas yang berisiko menimbulkan kesalahan dalam membuat pesanan serta menimbulkan antrian saat memesan. Kondisi ini mengurangi efisiensi operasional dan berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan.

Untuk membuat sebuah website yang menarik dan nyaman bagi pengguna salah satu tahapan penting yang perlu diperhatikan adalah perancangan desain UI/UX dalam merancang sebuah sistem. Muhyidin *et al* [2] menyimpulkan bahwa “*desain user interface (antarmuka) pengguna sangat penting untuk pengembangan sistem karena User Interface berfungsi sebagai alat yang efektif untuk berkomunikasi antara manusia dan komputer*”. Jika tidak melalui tahapan perancangan desain terlebih dahulu sebuah sistem dapat

berisiko menimbulkan berbagai masalah. Salah satunya adalah desain yang tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, proses desain tanpa tahapan sering menghasilkan produk akhir yang memerlukan perbaikan berkelanjutan, sehingga memakan lebih banyak waktu dan biaya. Pengembangan desain *User Interface* pada website Kopi Box diusulkan sebagai solusi untuk mengatasi berbagai masalah tersebut. Desain website yang baik nantinya akan memberikan kesan yang lebih profesional dan reputasi bisnis Kopi Box dimata pelanggan. Ini mencakup tentang elemen estetika yang mencerminkan suasana dan nilai-nilai bisnisnya, serta fungsi-fungsi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan desain UI yang tepat, UI yang baik akan memiliki banyak kelebihan, terutama dalam memberikan pengalaman terbaik kepada pengguna. UI yang intuitif dan menarik akan memudahkan pengguna menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan efisien. Dengan tampilan rapi, dengan navigasi yang jelas, serta tata letak yang *responsive*, pengguna akan merasa nyaman saat mengakses website melalui perangkat *seluler*. Pengalaman ini dapat memberikan persepsi mereka terhadap profesionalisme dari Kopi Box.

UI yang dirancang dengan baik dapat memperkuat *branding* Kopi Box. Dengan elemen desain yang konsisten, seperti logo, warna, dan gaya visual yang mencerminkan identitas bisnis, desain website akan memberikan kesan yang kuat dan mudah diingat oleh pengguna. Dengan menggunakan metode *design thinking* memungkinkan proses perancangan berjalan lebih efektif untuk mencapai tujuan utama, yaitu menciptakan desain UI yang intuitif dan responsif. Dengan pendekatan *design thinking* dimulai dengan memahami masalah secara kreatif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Berdasarkan kajian diatas, penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah desain website Kedai Kopi Box yang mengedepankan aspek *User Interface* agar dapat memberikan pengalaman pengguna yang mudah dan optimal serta dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis Kedai Kopi Box.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah bagaimana desain UI pada website Kopi Box dengan metode *Design Thinking*?

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan sebuah desain *User Interface* pada website kedai Kopi Box dengan metode *Design Thinking*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1) Perancangan

Perancangan merupakan sebuah proses atau langkah dalam merencanakan, mengembangkan dan membuat sebuah konsep atau produk sebelum diwujudkan atau dicapai yang bertujuan untuk menganalisis kebutuhan, menghasilkan ide, menyusun rencana, model serta menguji dan menilai rancangan untuk tujuan tertentu [3].

2) Desain

Desain merupakan sebuah proses untuk merencanakan, mengorganisasi berbagai elemen dan menciptakan sebuah ide, pesan dan gagasan secara visual baik berupa gambar, pola, corak serta benda dengan tujuan untuk memiliki nilai keindahan. Desain tidak hanya menciptakan produk visual, tetapi juga memastikan efisiensi, kenyamanan, dan kemudahan operasional sistem [4]

3) Website

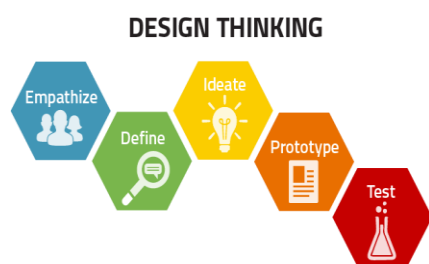
Website merupakan sebuah *platform* informasi yang berupa teks, gambar, *video* serta *file* yang dapat diakses melalui *internet* yang bertujuan untuk menyajikan sebuah informasi, komunikasi serta hiburan yang dibutuhkan oleh pengguna yang dapat diakses dari mana saja [5].

4) User Interface (UI)

User Interface adalah tampilan antarmuka dalam sebuah aplikasi atau website yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dengan aplikasi atau website seperti tampilan, tombol, *ikon*, dan *layout* yang dirancang untuk membuat pengalaman pengguna lebih *intuitif* dan menarik [6].

5) Design Thinking

Metode ini merupakan sebuah proses atau langkah kreatif yang digunakan untuk memecahkan sebuah masalah yang berfokus pada pemahaman serta kebutuhan pengguna dengan melalui langkah-langkah seperti memahami kebutuhan pengguna, mendefinisikan masalah, membuat ide, *prototype* serta melakukan pengujian [7]. Berikut adalah contoh gambar dari metode *design thinking*:



Gambar 1 Tahapan *Design Thinking*

Tahapan *Design Thinking* dibagi menjadi 5 proses yang harus dilalui, diantaranya :

1. *Empathize* (Memahami kebutuhan pengguna)
2. *Define* (Mendefenisikan masalah)
3. *Ideate* (Membuat Ide)
4. *Prototype* (Menciptakan model awal atau versi sederhana)
5. *Test* (Melakukan pengujian)

5) Wireframe

Wireframe merupakan sebuah sketsa atau kerangka dasar yang digunakan untuk merancang struktur dan tata letak (*layout*) sebuah aplikasi atau situs web. *Wireframe* biasanya berfokus pada elemen-elemen utama seperti penempatan menu, tombol, teks, gambar, dan navigasi tanpa melibatkan detail visual seperti warna atau desain estetik [8].

6) Figma

Figma merupakan sebuah *software* desain *tools* yang umumnya digunakan untuk mendesain, merancang, melakukan *wireframing*, *prototyping* serta mendesain antarmuka pengguna (*User interface*) dan pengalaman pengguna (*User Experience*) tampilan website maupun *mobile* [9].

7) Usability Testing

Usability Testing merupakan metode pengujian sistem atau produk dengan melibatkan pengguna yang mencoba menggunakan sistem secara langsung. Melalui proses ini, diperoleh pengamatan langsung mengenai interaksi pengguna dengan sistem, cara penggunaan, serta identifikasi bagian yang mungkin membingungkan atau memerlukan perbaikan untuk meningkatkan pengalaman penggunaan [10].

8) Maze

Maze merupakan sebuah *platform* untuk melakukan pengujian *usability test* secara *online* dan memiliki fitur *tester usability* untuk mengukur keakuratan desain UI/UX yang akan diuji [11].

B. Penelitian Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh F.Jatmiko, *et all* [12] tentang “Perancangan UI/UX Berbasis *Android* Untuk Proses Bisnis Sapuaging Kopi *Basecamp* Merapi Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking*”. UMKM kedai Sapuaging *Coffee and Farm* menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pengolahan data yang tidak maksimal. Hal ini menghambat pengambilan keputusan dan perkembangan bisnis mereka. Dengan menggunakan penerapan dari metode *Design Thinking*, Sapuaging *Coffee and Farm* dapat meningkatkan pengelolaan data, mempercepat pengambilan keputusan, dan memperbaiki proses bisnis secara keseluruhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sitorus *et all* [13] dengan judul “Perancangan Prototype UI/UX Website *Softcoffee* Dengan Penerapan Metode *Design Thinking*”. Pada bisnis ini proses pemesanan masih dilakukan secara manual, selain itu, pengunjung mengalami kesulitan saat mencari menu, daftar harga, dan informasi tentang *Softcoffee* Lintang karena penggunaan *Instagram* yang masih belum terstruktur dengan baik sebagai media pemasaran dan promosi. Dengan adanya desain UI/UX yang menarik dapat meningkatkan minat pengunjung dan kemudahan terhadap usaha tersebut serta meningkatkan citra *Softcoffee* Lintang. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Andriani, *et al* [14] dengan judul “Perancangan *User Interface Mobile App*

untuk Kumpulan *Start-Up Coffee Shop* di Wilayah Jakarta Timur sebagai *Define* (Mendefinisikan masalah) Wadah Pemasaran Produk Dengan Metode *Design Thinking*". Penelitian ini mengemukakan bahwa ketidakefisienan dalam menemukan dan memesan produk dari berbagai kedai kopi, karena banyak kedai belum memiliki *platform* terintegrasi serta pengujian *prototipe* aplikasi menunjukkan bahwa beberapa fitur masih kurang efektif dalam memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Maka dari itu, aplikasi ini dirancang untuk mengintegrasikan berbagai kedai kopi yang menarik dan memudahkan pelanggan dalam memesan. Dengan menggunakan *design thinking* dan *guerilla usability test* digunakan untuk memastikan aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mudah digunakan.

Lalu penelitian yang dilakukan oleh Hikmatiar dan Huddiansyah [15] tentang "Pengembangan Media Interaktif Website Sebagai Media Promosi Ngopi Kuy". Penelitian ini mengemukakan bahwa Kedai Kopi Ngopi Kuy masih tertinggal jauh dibandingkan kompetitor lainnya karena tidak memiliki desain visual yang menarik dan belum memiliki website untuk memudahkan pelanggan berbelanja serta meningkatkan citra dan penjualan. Sebagai solusinya, Kedai Kopi Ngopi Kuy perlu mengembangkan desain UI/UX yang baik dan membuat website yang fungsional dan menarik, dengan menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) yang berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna.

III. METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dimulai dari bulan Oktober 2024 hingga bulan Juli 2025. Penelitian ini dilaksanakan di Kedai Kopi Box yang berlokasi Jl. Ampera No. 2 Makale, Kabupaten Tana Toraja, Sulawesi Selatan.

B. Bahan dan Alat Penelitian

Adapun instrumentasi yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

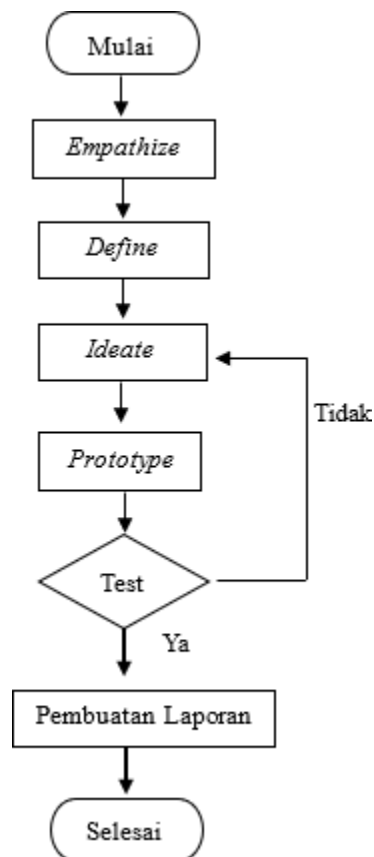
1) Alat

- a. Perangkat Keras (*Hardware*)
 1. Laptop Asus dengan intel®Core™i3-5005U CPU
 2. *Printer*
- b. Perangkat Lunak (*Software*)
 1. Sistem Operasi *Windows 10 pro*
 2. *Microsoft Office 2021*
 3. *Google Chrome* Aplikasi/website *Figma*

2). Bahan

Adapun bahan yang akan digunakan dalam proses penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Kopi Box, baik itu data *primer* maupun data *sekunder*.

C. Tahapan Penelitian



Gambar 2 Tahapan Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1) *Empathize*

Pada tahap ini pengumpulan data untuk penelitian di Kedai Kopi Box dilakukan melalui dua tahap untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan relevan yaitu observasi dan wawancara. Pada tahap observasi penulis melakukan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk mendapatkan data dan informasi tentang proses bisnis yang terjadi pada Kedai Kopi Box.

Selanjutnya tahap wawancara, penulis melakukan wawancara kepada pemilik Kedai Kopi Box dan beberapa karyawan secara langsung untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan mengenai permasalahan yang ada. Hasil dari wawancara nantinya berupa *user persona* yang memetakan tujuan yang ingin dicapai dari perancangan website Kopi Box dan apa saja kesulitan yang dihadapi oleh responden yang akan diangkat menjadi permasalahan.

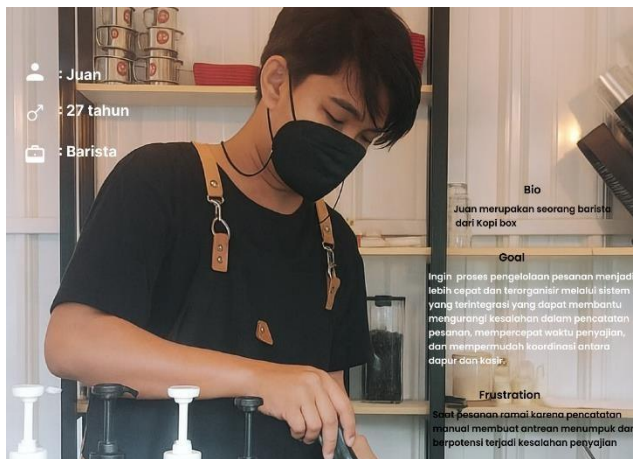
2) *Define*

Pada tahap ini peneliti mengidentifikasi masalah yang harus dipecahkan berdasarkan data yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya dengan mengidentifikasi kebutuhan pengguna mengenai informasi

dari Kopi Box untuk mengetahui seperti apa kebutuhan desain antarmuka yang diinginkan.

a. *User Persona*

User Persona merupakan deskripsi detail dari pengguna yang disusun berdasarkan data dan wawasan nyata tentang pengguna, yang diperoleh pada saat wawancara untuk memahami keinginan dan kebutuhan pengguna.



Gambar 3 *User Persona 1*



Gambar 4 User Persona 2

b. *Pain Point*

Pada tahap ini, berbagai permasalahan yang ditemukan selama proses observasi di lapangan dijabarkan dan dirumuskan menjadi beberapa *pain point* guna mengklasifikasikan secara rinci persoalan yang dialami oleh pengguna.

Tabel 1 Daftar *Pain Point*

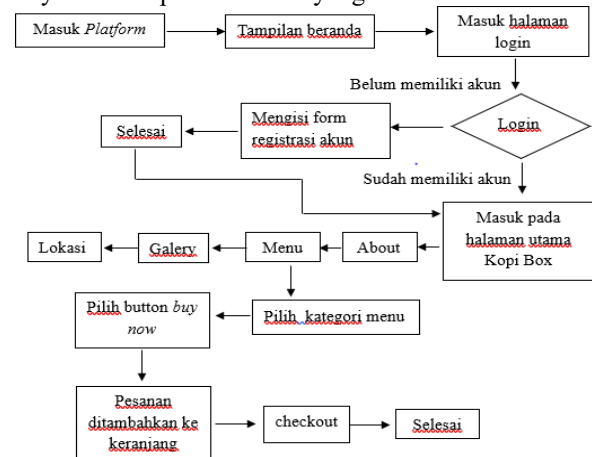
No	Masalah	Kebutuhan	Solusi
1	Pelanggan kesulitan dalam menemukan informasi karena hanya mengandalkan akun <i>Instagram</i> sebagai media promosi, namun kontennya belum terstruktur dengan baik dan informasi penting seperti daftar menu, harga dan tidak disajikan secara lengkap.	Membutuhkan <i>platform</i> yang menyediakan informasi menu, harga serta layanan yang lengkap dan mudah diakses.	Merancang desain antarmuka <i>platform</i> digital (website) yang menampilkan informasi lengkap dan terorganisir, termasuk menu interaktif, harga, deskripsi produk, dan informasi promosi terkini.
2	Proses pemesanan masih dilakukan secara langsung dan dicatat secara manual di kertas, yang sering menimbulkan kesalahan seperti kesalahan dalam membuat pesanan dan memakan waktu.	Membutuhkan adanya sebuah sistem pemesanan yang lebih praktis dan cepat sehingga memudahkan dalam melayani pelanggan yang datang.	Merancangan desain antarmuka pemesanan yang praktis, efisien, dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan secara mandiri melalui website.
3	Terjadi antrian panjang karena proses pemesanan dilakukan manual	Membutuhkan sistem layanan yang lebih efisien agar pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama.	Merancang desain antarmuka pemesanan melalui website untuk mempercepat layanan dan mengurangi antrian

3) Ideate

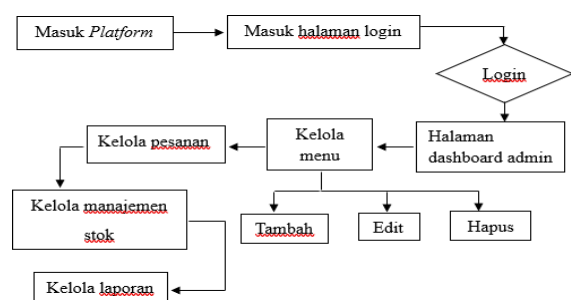
Setelah mengidentifikasi masalah yang dialami oleh pengguna, langkah selanjutnya adalah yaitu mengusulkan solusi ide yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Pada tahap ini penting untuk mempertimbangkan beberapa perspektif dan ide-ide kreatif/inovatif. Dengan tujuan untuk mempermudah pengguna dalam mengunjungi website Kopi Box. Ditahap ini terdiri dari beberapa langkah yang dibuat diantaranya:

a. *User Flow*

Pada tahap ini, penulis merancang sebuah *use case* yang menggambarkan alur pengguna sistem nantinya untuk menyelesaikan permasalahan yang telah diidentifikasi.



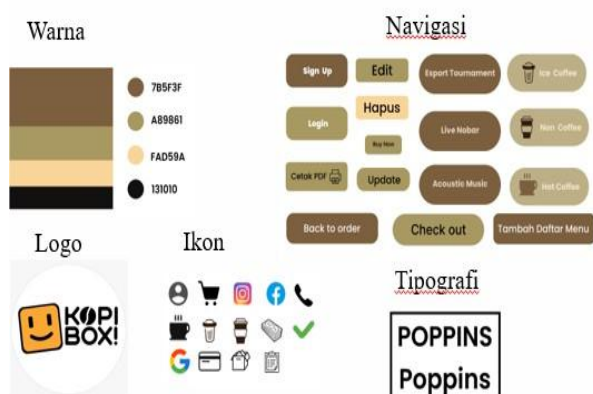
Gambar 5 *User Flow* Pelanggan



Gambar 6 *User Flow* Admin

b. *Moodboard*

Moodboard merupakan pondasi awal dalam perancangan aplikasi/website yang digunakan untuk menyusun elemen-elemen inspiratif seperti warna, *tipografi* serta logo serta elemen visual lainnya yang mencerminkan nuansa dan identitas desain yang ingin dicapai. Berikut Adalah contoh gambar *moodboard* yang digunakan dalam perancangan desain.

Gambar 7 *Moodboard*c. *Wireframe*

Pada tahap ini, peneliti membuat kerangka awal desain yang bertujuan untuk menyusun item-item serta mendukung proses penataan konten dan struktur tata letak secara sistematis yang telah dirancang untuk website kedai Kopi Box sebelum masuk pada proses desain yang lebih lanjut.

d. *Mockup*

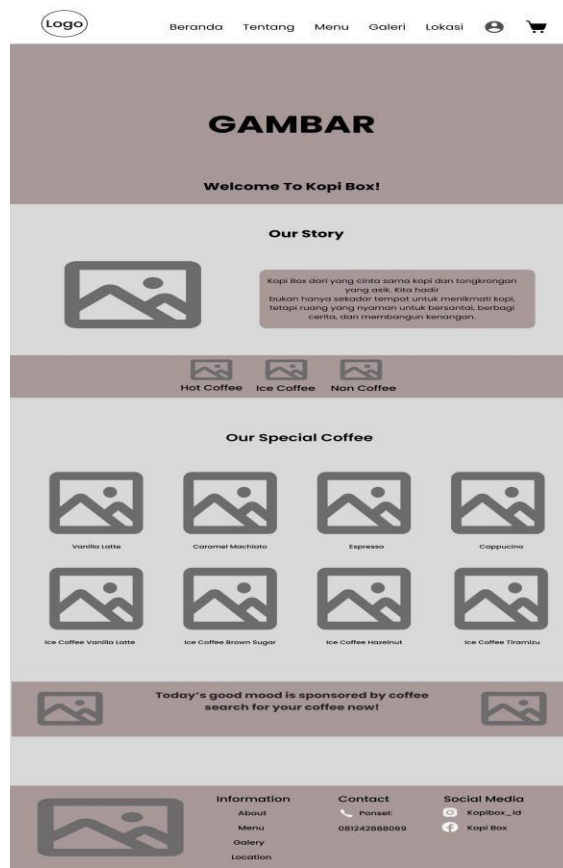
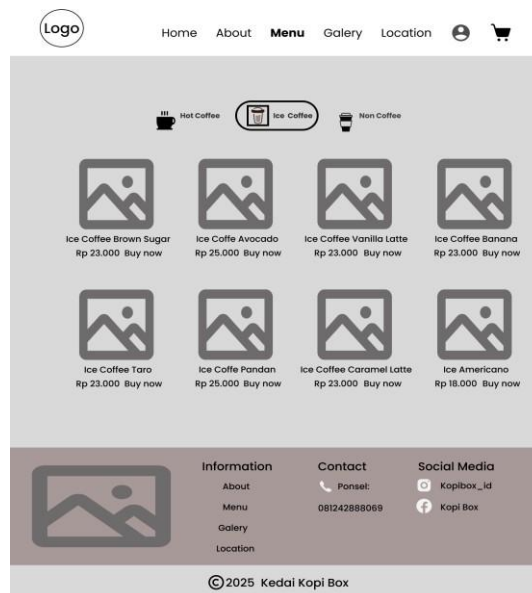
Mockup merupakan bentuk visual dari *wireframe* yang telah diberi warna dan dilengkapi dengan elemen desain yang lebih detail. Tujuan dari *mockup* adalah untuk memberikan gambaran nyata kepada pengguna mengenai tampilan akhir dari desain yang dirancang.

4) *Prototype*

Dalam tahap ini, peneliti mengubah ide kreatif yang telah di tentukan pada tahap sebelumnya dengan membuat racangan tampilan website dari Kopi Box mulai dari halaman beranda, menu, harga, pemesanan, pembayaran layanan, kontak dan halaman galeri dalam bentuk *prototype* sebuah *wireframe* menggunakan *software figma* untuk menghasilkan desain *User Interface* (antarmuka) dari website Kopi Box.

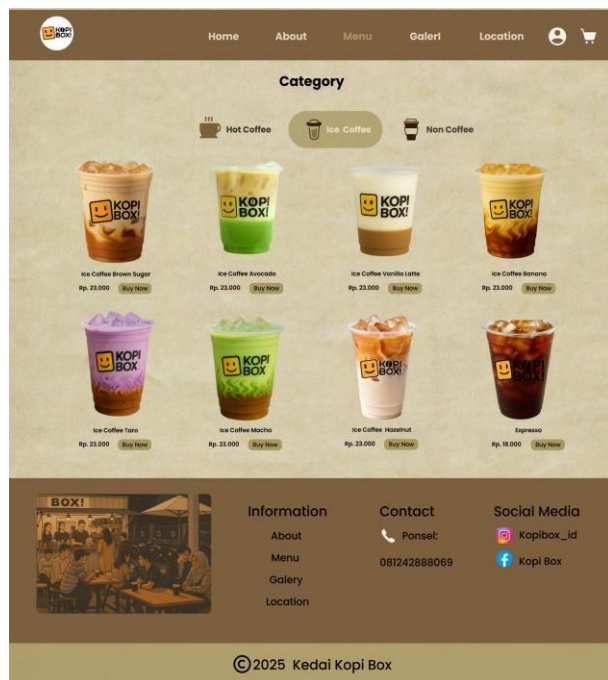
a. *Low Fidelity*

Low fidelity merupakan desain awal yang berfokus pada alur pengguna sebagai fungsi dasar sebagai tanpa menekankan detail visual. Meski sederhana, namun desain ini tetap menyertakan elemen inti yang akan di kembangkan lebih lanjut dalam tahap *high fidelity*.

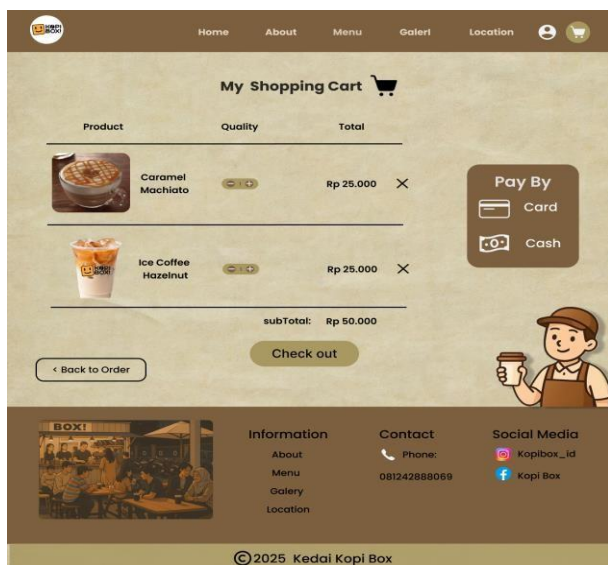
Gambar 8 Desain *Low Fidelity*Gambar 9 Desain *Low Fidelity*

b. High Fidelity

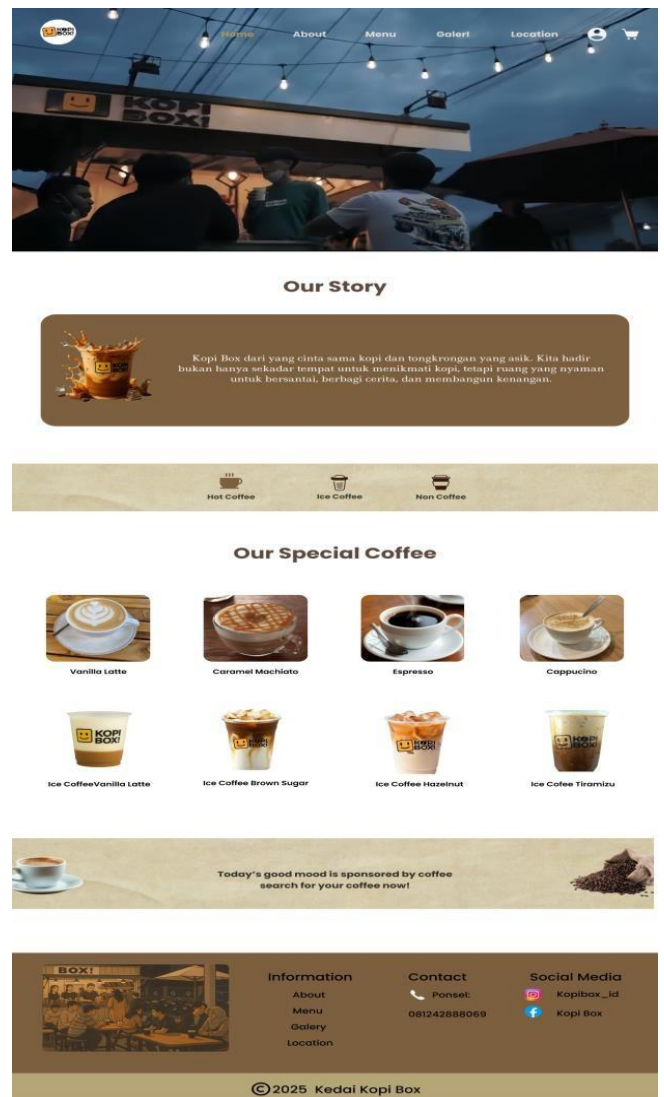
High fidelity merupakan desain lanjutan dari *low fidelity*, yang berfokus pada penyempurnaan detail agar tampilannya semakin mirip dengan versi akhir sistem. Pada tahap ini, elemen visual seperti warna, jenis huruf, ikon, dan grafis lainnya dibuat lebih lengkap dan rapi. Selain itu, interaksi dan respons pengguna juga dirancang agar terasa lebih alami dan nyaman digunakan. Desain ini dibuat semirip mungkin dengan tampilan akhir, dengan susunan elemen yang rapi dan efek visual yang mendukung pengalaman pengguna.



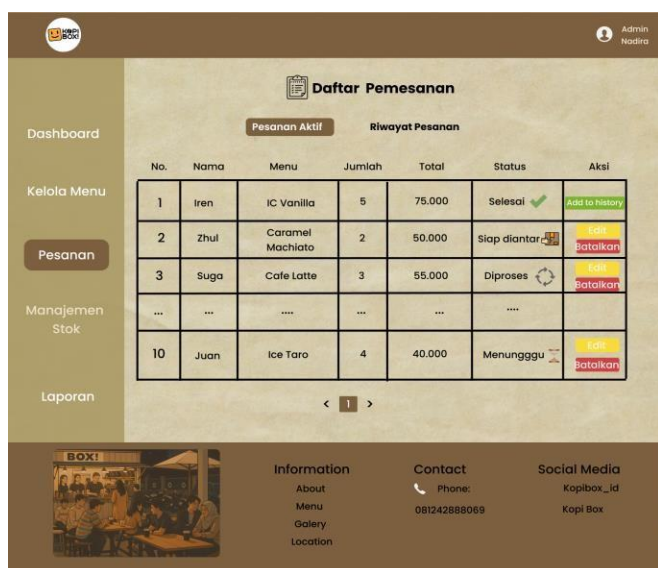
Gambar 10 Desain *High Fidelity* Pelanggan



Gambar 11 Desain *High Fidelity* Pelanggan



Gambar 12 Desain *High Fidelity* Admin

Gambar 13 Desain *High Fidelity* Admin

5) Test

Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi untuk mengukur kepuasan pengguna menggunakan metode *usability testing* dengan *tools maze design*. *Tools* ini digunakan untuk mengetahui kemudahan pengguna saat menggunakan desain yang telah dibuat.

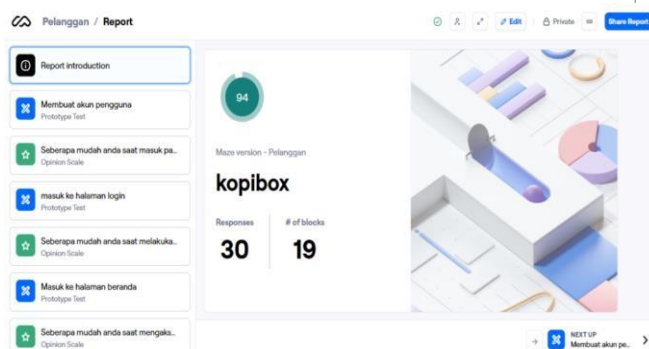
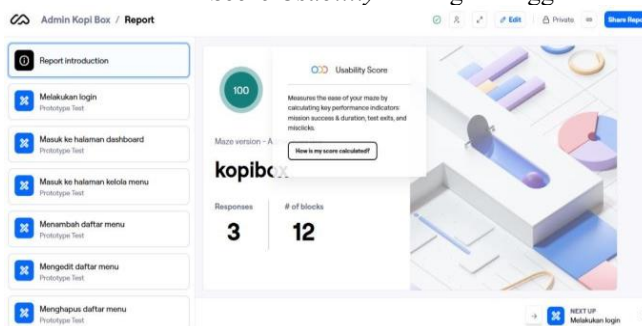
Pengujian *usability testing* ini melibatkan 30 responden yang diberikan skenario tugas untuk dijalankan oleh pada proses uji coba desain *prototype*. Berikut adalah tabel daftar skenario untuk penilaian *usability testing*.

Tabel 2 Hasil *Task Skenario* Pelanggan

No	Nama Blok	Direct Success Rate	Indirect Success Rate	Misclick Rate	Average Duration	Mission Usability Score
T1	Membuat akun	100.0%	0.0%	4.8%	6.7s	98
T2	Melakukan login	100.0%	0.0%	3.2%	2.4s	99
T3	Masuk ke halaman home	100.0%	0.0%	3.2%	3.2s	99
T4	Masuk ke halaman about	100.0%	0.0%	16.7%	3.3s	90
T5	Melihat menu	100.0%	0.0%	6.6%	7.3s	86
T6	Membeli menu	100.0%	0.0%	17.3%	12.8s	88
T7	Melihat galeri	100.0%	0.0%	2.2%	2.2s	98
T8	Melihat lokasi	100.0%	0.0%	13.9%	3s	90
Maze Usability Score (rata-rata nilai)						94

Tabel 3 Hasil *Task Skenario* Admin

No	Nama Blok	Direct Success Rate	Indirect Success Rate	Misclick Rate	Average Duration	Mission Usability Score
T1	Login	100.0%	0.0%	4.8%	6.7s	100
T2	Masuk ke halaman dashboard	100.0%	0.0%	0.0%	4.2s	100
T3	Kelola menu	100.0%	0.0%	0.0%	6.6s	100
T4	Menambah daftar menu	100.0%	0.0%	0.0%	7.9s	100
T5	Mengedit daftar menu	100.0%	0.0%	0.0%	10s	100
T6	Menghapus menu	100.0%	0.0%	0.0%	7.7s	90
T7	Kelola pemesanan	100.0%	0.0%	16.7%	4.2s	100
T8	Kelola manajemen stok	100.0%	0.0%	6.6%	9.4s	98
T9	Kelola laporan	100.0%	0.0%	17.3%	8.2s	99
Maze Usability Score (rata-rata nilai)						100

Gambar 14 *Score Usability Testing* PelangganGambar 15 *Score Usability Testing* Admin

Berdasarkan hasil perhitungan *Usability Testing* menggunakan *tools Maze Design*, pengujian yang dilakukan oleh pelanggan memperoleh skor rata-rata sebesar 94, demikian pula admin yang juga mencapai skor rata-rata 100. Skor tersebut menunjukkan bahwa tingkat kegunaan sistem termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian, perancangan desain *user interface* pengguna pada sistem

informasi penjualan kedai Kopi Box yang dikembangkan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, dinyatakan telah sesuai dengan kebutuhan pengguna.

B. Pembahasan

Dari hasil penelitian yang melibatkan sejumlah responden melalui 10 pertanyaan diantaranya, 8 ditujukan kepada pelanggan dan 2 kepada admin Kopi Box dengan menggunakan metode *usability testing* melalui *tools maze design*, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi penjualan pada kedai Kopi Box yang dirancang dengan pendekatan *Design Thinking* telah berhasil memenuhi kebutuhan pengguna. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa desain sistem sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna, di mana para responden mampu memahami instruksi serta fitur-fitur yang disediakan dengan baik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode *Design Thinking* dalam perancangan desain *User Interface* pada website kedai Kopi Box telah memenuhi kebutuhan pengguna. Hal ini dibuktikan melalui pengujian *usability testing* menggunakan *tools maze design*, dimana pelanggan memperoleh skor rata-rata 94 dan admin memperoleh skor 100. Berdasarkan skala tingkat kepuasan pelanggan skor ini dikatakan “Setuju/puas” yang menyatakan bahwa seluruh responden merasa puas dengan perancangan desain ini. Dengan adanya desain ini, proses penjualan di kedai Kopi Box menjadi lebih praktis, efisien dan mudah diakses baik pelanggan maupun admin. Tak hanya itu dengan adanya desain *user interface* ini, pengguna juga dapat melihat dan membeli menu, harga hingga *event* apa saja yang diseling disenggarakan di Kopi Box. Dan admin juga dapat mengelola menu, pemesanan, manajemen stok hingga laporan.

B. Saran

Untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal dan maksimal dari perancangan desain *User Interface* ini, penulis menyarankan untuk melakukan pengembangan lebih lanjut seperti desain yang telah rancang dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu pembuatan website kedai Kopi Box berdasarkan desain yang telah dibuat. Selain itu fitur interaktif dan animasi dapat ditingkatkan lagi serta pengoptimalan desain yang responsif disemua perangkat dan fitur pembayaran.

REFERENSI

- [1] A. Baskoro, “Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Bandar Kopi Medan),” *Skripsi UMA*, 2021.

- M. A. Muhyidin, M. A. Sulhan, and A. Sevtiana, “Perancangan Ui/Ux Aplikasi *My Cic* Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma,” *J. Digit.*, vol. 10, no. 2, p. 208, 2020, doi: 10.51920/jd.v10i2.171.
- [2] N. N. Arisa, M. Fahri, M. I. A. Putera, and M. G. L. Putra, “Perancangan Prototipe UI/UX Website CROWDE Menggunakan Metode *Design Thinking*,” *Teknika*, vol. 12, no. 1, pp. 18–26, 2023, doi: 10.34148/teknika.v12i1.549.
- [3] M. F. Fauzan, H. M. Az-Zahra, and N. H. Wardani, “Perancangan User Experience Aplikasi Berbasis *Mobile* Pada *Kiara Coffee* dengan Metode *Design Thinking*,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 8, no. 4, pp. 118–129, 2024, [Online]. Available: <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/13645>
- [4] H. J. Christanto, S. A. Sutresno, G. D. G. E. Sidabutar, J. A. Seah, S. B. Tjhang, and Y. Krisrian, “Pengembangan *Platform Coffee Shop* KURLEB dengan Fokus pada *User Interface* dan Prinsip UX Law,” *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 5, no. 1, pp. 293–301, 2023, doi: 10.47065/josh.v5i1.3793.
- [5] K. N. B. Putra, I. W. Swandi, and I. A. D. K. Ari, “Perancangan User Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Pencari Pekerja Di Pt Kalman Group Indonesia,” *Amarasi J. Desain Komun. Vis.*, vol. 4, no. 02, pp. 256–265, 2023, doi: 10.59997/amarasi.v4i02.2454.
- [6] A. Frayoga, N. Nilawati, and E. Sany, “Penerapan *Design Thinking* Pada Perancangan Ui/Ux Website *Bootchin Coffe*,” *J. Manajemen Inform. Jayakarta*, vol. 4, no. 1, p. 126, 2024, doi: 10.52362/jmijayakarta.v4i1.1314.
- [7] V. P. B. Simanjorang, A. Agussalim, and R. Hadiwiyan, “Evaluasi Desain Ui/Ux *Marketplace Refill My Water* Menggunakan Metode *System Usability Scale*,” *JATI (Jurnal Mhs. Tek. Inform.)*, vol. 8, no. 3, pp. 3317–3322, 2024, doi: 10.36040/jati.v8i3.9680.
- [8] U. Amelia, M. L. Hakiem, W. Saputra, and ..., “Perancangan Ui/Ux Pada *Web E-Commerce 'But First Coffee'* Menggunakan Aplikasi Figma,” ... *J. Ilm. Sains* ..., vol. 2, pp. 368–376, 2024, [Online]. Available: <http://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/1903%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/download/1903/1836>
- [9] R. A. Efendi, A. P. Kharisma, and M. T. Ananta, “Perancangan UX Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman dari Meja menggunakan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus: Kedai Kopi Sarijan Malang),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 7, no. 14, pp. 3063–3072, 2023, [Online]. Available: <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/12908>

- “Perancangan Ulang UI & UX Menggunakan Metode *Design Thinking* Pada Aplikasi Siakadu Mahasiswa Berbasis *Mobile*,” *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 3, no. 4, pp. 1–11, 2022, doi: 10.26740/jeisbi.v3i4.47740.
- [10] F. Jatmiko, “Perancangan Ui/Ux Berbasis Android Untuk Proses Bisnis Sapuagin Kopi Basecamp Merapi Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking*,” in *App Development Recipes for iOS and watchOS*, vol. 7, no. 3, 2022, pp. 155–174. doi: 10.1007/978-1-4842-1820-4_7.
- [11] H. R. Sitorus, A. Ibrahim, Y. Utama, and H. Novianti, “Perancangan Prototype UI/UX Website *Softcoffee* dengan Penerapan Metode *Design Thinking*,” *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan Komput. Peranc.*, vol. 4, no. 6, pp. 2744–2753, 2024, doi: 10.30865/klik.v4i6.1881.
- [12] T. A. Andriani, D. P. Sari, and R. Andrian, “Perancangan *User Interface Mobile App* untuk Kumpulan *Start-Up Coffee Shop* di Wilayah Jakarta Timur sebagai Wadah Pemasaran Produk dengan Metode *Design Thinking*,” *J. Sist. dan Teknol. Inf.*, vol. 11, no. 1, p. 61, 2023, doi: 10.26418/justin.v11i1.54947.
- [13] H. Muhammad Hikmatiar, “Pengembangan Media Interaktif Website Sebagai Media Promosi Ngopi Kuy,” *J. Sci. Res. Dev.*, vol. 6, no. 1, pp. 24–32, 2024, [Online]. Available: <https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR/article/view/14>