Penerapan *Design Thinking* dalam Perancangan Antarmuka Website UKM Market sebagai Media Promosi Produk Kewirausahaan Mahasiswa

Frisca Isahbella Mayau[1], Viry Puspaning Ramadhan[2]
S1 Sistem Informasi, Universitas Merdeka Malang,
e-mail: friscaisahbel@gmail.com[1], viri.puspaning@unmer.ac.id[2]

Kata Kunci:

Design Thinking
UI/UX
E-Commerce
System Usability Scale (SUS)
UKM Kewirausahaan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merancang User Interface (UI) dan User Experience (UX) website e-commerce khusus produk UKM Kewirausahaan menggunakan metode Design Thinking, serta mengukur tingkat kegunaannya melalui System Usability Scale (SUS). Metode diterapkan melalui lima tahapan: Empathize (wawancara semi terstruktur dengan pengurus UKM), Define (perumusan user persona dan problem statement), Ideate (menghasilkan lima fitur prioritas), Prototype (pembuatan high-fidelity prototype berbasis Figma), dan Test (evaluasi usability oleh 40 responden serta evaluasi heuristik ahli desain). Hasil pengujian SUS menunjukkan skor rata-rata 60,50 yang termasuk kategori "OK", mengindikasikan prototype dapat diterima pengguna namun masih memerlukan penyempurnaan pada aspek navigasi dan konsistensi antarmuka sebelum dikembangkan menjadi sistem yang utuh.

Keyword:

Design Thinking
UI/UX
E-Commerce
System Usability Scale (SUS)
Student Entrepreneurship Unit

ABSTRACT

This study aims to design the User Interface (UI) and User Experience (UX) of an e-commerce website specifically for UKM Entrepreneurship products using the Design Thinking method, while measuring its usability through the System Usability Scale (SUS). The method was applied through five stages: Empathize (semi-structured interviews with UKM administrators), Define (formulating user personas and problem statements), Ideate (generating five priority features), Prototype (developing a high- fidelity Figma-based prototype), and Test (usability evaluation involving 40 respondents and heuristic evaluation by design experts). The SUS testing results showed an average score of 60.50, categorized as "OK," indicating that the prototype is acceptable to users but still requires refinement in navigation and interface consistency before further development into a complete system.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini mendorong pola transaksi jual-beli dengan cara konvensional menuju platform digital yang lebih efisien. Data asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat pengguna internet nasional mencapai 221,56 juta jiwa atau sekitar 79,5% dari total populasi yang ada, kondisi ini kemudian mendorong berbagai institusi pendidikan dalam pemanfaatan platform e-commerce sebagai sarana promosi produk.

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Kewirausahaan Universitas Merdeka Malang merupakan salah satu wadah untuk mengembangkan minat dan bakat kewirausahaan mahasiswa yang mampu menghasilkan berbagai produk untuk medukung kegiatan kampus. Hasil wawancara di awal terhadap beberapa pengurus UKM menunjukkan bahwa masih ada beberapa kendala utama yang dihadapi meliputi kesulitan menemukan kontak penjual, informasi produk yang tidak jelas atau lengkap, serta komunikasi antara pembeli dan penjual yang belum optimal, sehingga potensi penjualan produk UKM belum dimanfaatkan secara maksimal.

Keberhasilan sebuah platform e-commerce tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fitur transaksinya, melainkan masih bergantung pada kualitas antarmuka pengguna (User Interface/UI) dan pengalaman pengguna (User Experience/UX). Prasetyo dkk. Menunjukkan bahwa desain UI/UX jika baik mampu meningkatkan kepuasan pengguna serta berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce. Oleh karena itu, perancangan antarmuka yang berorientasi pada kebutuhan pengguna menjadi aspen terpenting dalam mengembangkan platform e-commerce UKM.

Design Thinking dipilih sebagai pendekatan utama dalam penelitian ini karena bersifat terpusat pada pengguna (*human-centered*) yang terdiri dari lima tahapan terstruktur yaitu, Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test. Melalui kelima tahapan tersebut, kebutuhan pengguna dapat digali secara mendalam sebelum merumuskan ide, sehingga rancangan yang dihasilkan tesebut akan sesuai dengan ekspektasi pengguna nyata. Studi terdahulu menunjukkan efektivitas dari pendekatan ini, misalnya penerapan Design Thinking pada perancangan aplikasi UMKM menghasilkan skor System Usability Scale (SUS) sebesar 82,5 dengan kategori excellent, serta penerapannya pada platform jual-beli daring mampu meningkatkan konversi penjualan hingga 45%.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan merancang antarmuka website e-commerce UKM Kewirausahaan Universitas Merdeka Malang menggunakan metode Design Thinking, juga melakukan evaluasi tingkat usability dari prototype yang dihasilkan menggunakan instrumen System Usability Scale (SUS) serta evaluasi heuristik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengurus UKM dalam pemanfaatan teknologi digital secara terstruktur dalam mendukung kegiatan promosi produk kewirausahaan mahasiswa.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

II. METODE

Desain penelitian merupakan sebuah rencana terstruktur dalam suatu penyelidikan yang disusun agar memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian secara sistematis dan mampu dipertanggungjawabkan. Penelitian ini mneggunakan model Design Thinking sebagai kerangka utama dari awal hingga akhir proses perancangan, lalu setiap keputusan desain ditelusuri kembali melalui kebutuhan nyata pengguna dengan lima tahapan, yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test.

Subjek penelitian terdiri dari mahasiswa aktif dan pengurus UKM Universitas Merdeka Malang, serta calon pembeli umum masyarakat dan mahasiswa kampus lain. Teknik pengambilan sample menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu disesuaikan dengan tujuan awal penelitian. Karena ukuran dari populasi calon pengguna tidak diketahui secara pasti, dikarenakan pengisian form yang mengalami kendala-kendala tersendiri dari masing-masing responden, jumlah minimum responden kemudian ditentukan menggunakan rumus Cochran sebagai berikut.

$$n_0 = (Z^2 \times p \times q) / e^2 \quad (1)$$

dengan tingkat kepercayaan 95% (Z = 1,96), proporsi maksimum p = q = 0,50, dan batas kesalahan e = 0,155, sehingga diperoleh $n_0 \approx 40{,}04$ jika dibulatkan menjadi 40 responden. Jumlah tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dari pengujian System Usability Scale (SUS) pada tahap Test.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur terhadap pengurus UKM untuk menggali kebutuhan dan kendala pengguna, observasi terhadap sistem jual-beli produk UKM yang berjalan, kuesioner SUS berskala Likert 1-5, studi literatur, serta dokumentasi data UKM. Tahap Prototype selanjutnya dikembangkan secara bertahap dari low-fidelity menuju high-fidelity menggunakan aplikasi Figma, sedangkan tahap Test dilakukan melalui evaluasi heuristik dan pengujian SUS.

Evaluasi heuristik dilakukan oleh ahli desain UI/UX terdahulu dengan membandingkan antarmuka prototype terhadap 10 prinsip usability Nielsen, mencatat deskripsi temuan, tingkat keparahan, serta rekomendasi perbaikan. Sementara itu, skor SUS dihitung dengan mengurangi 1 dari nilai jawaban pernyataan ganjil dan mengurangi nilai jawaban pernyataan genap dari 5, lalu menjumlahkan seluruh skor kontribusi, kemudian mengalikannya dengan 2,5 sebagaimana persamaan berikut.

$$SUS = [\Sigma (Q\ ganjil - 1) + \Sigma(5 - Q\ genap)] \times 2{,}5 \quad (2)$$

Skor SUS berada pada rentang 0-100 selanjutnya diinterpretasikan menggunakan pedoman grade acceptability, di mana skor 51-62 termasuk grade D dengan kategori “OK” serta tingkat penerimaan marginal.

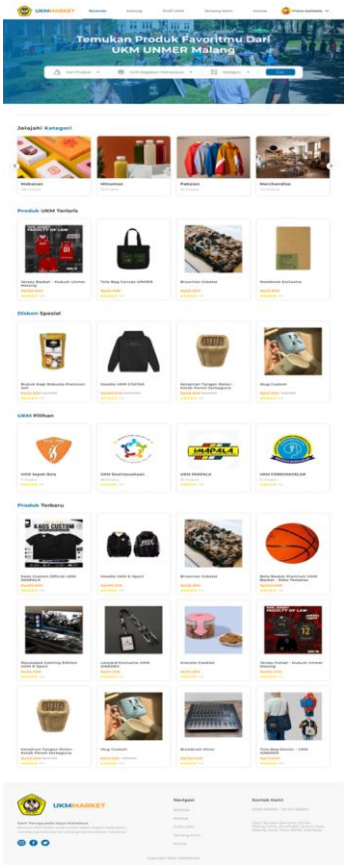
Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap Empathize mengidentifikasi tiga permasalahan utama pengguna, yaitu kesulitan menemukan produk UKM yang tersebar tanpa titik akses terpusat, minimnya informasi produk, dan proses komunikasi pemesanan yang tidak terstruktur. Ketiga temuan tersebut kemudian dirumuskan menjadi user persona dan problem statement pada tahap Define, selanjutnya dikembangkan menjadi lima fitur terpilih atau prioritas dalam tahap Ideate, fitur tersebut yaitu katalog produk terpusat, halaman detail produk, tombol chat/WhatsApp langsung, ulasan dan rating produk, serta filter kategori.

Kelima fitur tersebut lalu diwujudkan pada tahap Prototype menjadi prototype high-fidelity berbasis Figma mencakup lima halaman utama yaitu, Beranda, Katalog Produk, Detail Produk, Profil UKM, dan Kontak dengan skema warna dan tipografi mengacu terhadap identitas visual Universitas Merdeka Malang. Tampilan Halaman Beranda sebagai entry point utama ditunjukkan pada Gambar 1 dibawah.



Gambar 1. Tampilan Halaman Beranda Prototype UKMMarket

Evaluasi heuristik yang dilakukan oleh ahli desain UI/UX menemukan empat catatan perbaikan terkait visiability of system status, match between system and real world, user control and freedom, dan consistency and standards, sebagaimana telah dirangkum dalam Tabel 1. Seluruh rekomendasi untuk perbaikan juga suda diimplementasikan pada prototype sebelum melakukan pengujian kepada pengguna akhir.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

Tabel 1. Ringkasan Hasil Evaluasi Heuristik

No	Prinsip Heuristik	Tingkat	Status
1.	Visibility of System Status	Sedang	Diperbaiki
2.	Match Between System and Real World	Sedang	Diperbaiki
3.	User Control and Freedom	Sedang	Diperbaiki
4.	Consistency and Standards	Sedang	Diperbaiki

Pengujian System Usability Scale (SUS) dilakukan terhadap 40 responden terdiri dari mahasiswa aktif Universitas Merdeka Malang, mahasiswa kampus lain, dan masyarakat sekitar. Hasil dari perhitungan menunjukkan skor rata-rata 60.50 sebagaimana telah dirangkum pada Tabel 2, yang berada pada grade D dengan kategori "OK" dan tingkat acceptability marginal.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Skor SUS

Statistik	Nilai
Jumlah Responden	40
Rata-rata (Mean) Skor SUS	60,50
Median	57,50
Standar Deviasi	15,29
Skor Minimum	27,50
Skor Maksimum	87,50
Kategori (Grade)	D – "OK" (Marginal)

Pembahasan Hasil Perancangan dan Evaluasi

Kelima halaman prototype UKMMarket dirancang berdasarkan kebutuhan nyata dari pengguna yang diperoleh melalui tahapan Empathize dan Define, sehingga setiap keputusan desain mampu atau dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Pada Halaman Beranda, kesulitan menemukan produk dari berbagai UKM dijawab melalui search bar dengan tiga filter sekaligus, sedangkan pada Halaman Detail Produk, minimnya informasi produk diatasi dengan tata letak dua kolom yang memuat spesifikasi, ukuran, deskripsi, dan ulasan pembeli secara terstruktur. Pendekatan ini sejalan dengan temuan pada perancangan UI/UX platform CROWDE dan aplikasi UMKM berbasis mobile, menunjukkan bahwa penataan informasi berbasis kebutuhan pengguna secara konsisten mampu meningkatkan kejelasan navigasi.

Skor SUS sebesar 60.50 yang didapatkan pada penelitian ini berada sedikit di bawah skor pada penelitian perancangan UI/UX Bootchin Coffee mencapai kategori good, akan tetapi masih berada diatas ambang batas dapat diterima. Variasi ini yang sejalan dengan temuan Wardani dkk. Yang memaparkan bahwa skor SUS melalui pengujian prototype cenderung lebih rendah apabila dibandingkan dengan sistem yang telah dikembangkan penuh, karena keterbatasan interaktivitas dan

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

keberagaman latar belakang digital responden. Walaupun demikian, penerapan Design Thinking dalam penelitian ini terbukti mampu menghasilkan rancangan antarmuka lengkap secara fitur dan konsisten secara visual, sehingga layak apabila ingin dikembangkan lebih lanjut menjadi website dengan sistem yang utuh.

IV. SIMPULAN

Penerapan metode Design Thinking pada perancangan antarmuka website UKMMarket berhasil menghasilkan prototype high-fidelity mencakup lima halaman utama, yaitu Beranda, Katalog Produk, Detail Produk, Profil UKM, dan Kontak yang dirancang berdasarkan kebutuhan nyata oleh pengguna melalui tahapan sistematis yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Evaluasi heuristik menemukan empat catatan perbaikan menyeluruh yang telah ditindaklanjuti sebelum pengujian kepada pengguna akhir. Hasil pengujian usability menggunakan System Usability Scale terhadap 40 responden selanjutnya menunjukkan skor rata-rata 60.50 yang tergolong dalam kategori OK dengan tingkat penerimaan marginal, menandakan bahwa prototype dapat diterima pengguna walaupun masih perlu penyempurnaan terhadap aspek navigasi, validasi formulir, dan konsistensi antarmuka sebelum akan dikembangkan jadi suatu sistem yang dapat diakses sebagai media promosi digital produk kewirausahaan mahasiswa.

DAFTAR RUJUKAN

[1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), “Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2024,” APJII, Jakarta, 2024.

[2] R. Prasetyo, A. N. Hidayanto, and I. Solihin, “Pengaruh Desain UI/UX terhadap Kepuasan Pengguna dan Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce,” Jurnal E-Bisnis dan Pemasaran Digital, vol. 7, no. 2, pp. 88–103, 2023.

[3] R. Dam and T. Siang, “Empathize: The First Stage of Design Thinking Process,” Interaction Design Foundation, 2023.

[4] A. Nugroho, B. Susanto, and C. Wibowo, “Perancangan UI/UX Aplikasi UMKM Menggunakan Design Thinking: Studi Kasus Peningkatan Usability,” Jurnal Rekayasa Perangkat Lunak, vol. 8, no. 2, pp. 67–79, 2022.

[5] S. Rahmawati, D. Kurniawan, and L. Pratiwi, “Penerapan Design Thinking dalam Pengembangan Platform Jual Beli Daring untuk Meningkatkan Konversi Penjualan,” Jurnal Sistem Informasi Bisnis, vol. 13, no. 1, pp. 55–69, 2023.

[6] A. Aditya, Y. A. K. Kanthi, and S. Aminah, Metodologi Penelitian Ilmiah dalam Disiplin Ilmu Sistem Informasi, Malang: Penerbit Andi, 2022.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

[7] J. W. Creswell and J. D. Creswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 6th ed., Thousand Oaks: SAGE Publications, 2022.

[8] V. W. Sujarweni, Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2022.

[9] R. Budiu and K. Whitenton, "Prototyping for Usability: From Low-Fidelity to High-Fidelity Design," Nielsen Norman Group, 2022.

[10] J. Nielsen and R. Budiu, Mobile Usability, 2nd ed., Nielsen Norman Group, 2023.

[11] J. Brooke, "SUS: A Retrospective," Journal of Usability Studies, vol. 8, no. 2, pp. 29–40, 2022.

[12] E. Rustamaji and D. A. K. Firdausi, "Evaluasi Usability Sistem Informasi Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)," Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika, vol. 6, no. 1, pp. 78–89, 2024.

[13] N. N. Arisa, M. Fahri, M. I. A. Putera, and M. G. L. Putra, "Perancangan Prototype UI/UX Website CROWDE Menggunakan Metode Design Thinking," Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, vol. 9, no. 1, pp. 33–44, 2023.

[14] E. Z. Dewi, M. Fransisca, R. I. Handayani, and F. L. D. Cahyanti, "Analysis and Design of UI/UX Mobile Applications for Marketing of UMKM Products Using Design Thinking Method," Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak, vol. 4, no. 3, pp. 112–124, 2022.

[15] A. Frayoga, N. Nilawati, and E. Sany, "Penerapan Design Thinking pada Perancangan UI/UX Website Bootchin Coffee," Jurnal Desain dan Rekayasa Antarmuka, vol. 3, no. 2, pp. 55–67, 2024.

[16] R. Wardani, H. Iskandar, and B. Prasetya, "Pengujian UI/UX Aplikasi Berbasis Android Menggunakan System Usability Scale melalui Proses Iterasi Design Thinking," Jurnal Mobile Computing dan Aplikasi, vol. 8, no. 1, pp. 41–54, 2023.

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076