Rancangan Prototipe Interaktif Website Toko Gitar Urika Musik Malang Menggunakan Figma dan System Usability Scale

Abdie Jaka Pratama[1], Listanto Tri Utomo[2]
Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang.
e-mail: abdiejaka@gmail.com[1], listanto.tri@unmer.ac.id[2]

Kata Kunci:

Rancangan UI/UX
Design Thingking
Figma
Prototipe interaktif
System Usability Scale

ABSTRAK

Perancangan UI/UX website toko alat musik di Indonesia masih jarang menyentuh kebutuhan spesifik pembeli gitar, terutama soal kelengkapan spesifikasi produk dan alur pemesanan yang sederhana. Penelitian ini bertujuan merancang prototipe interaktif user interface dan user experience website Toko Gitar Urika Musik Malang serta mengukur tingkat kegunaannya. Metode yang digunakan adalah Design Thinking dengan lima tahap, yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test. Kebutuhan pengguna digali melalui kuesioner kepada delapan pelanggan dan wawancara dengan dua karyawan toko, kemudian diwujudkan menjadi prototipe high-fidelity tujuh halaman menggunakan Figma. Pengujian kegunaan dilakukan kepada 32 responden melalui lima skenario tugas dan kuesioner System Usability Scale. Hasil penelitian menunjukkan prototipe mampu menjawab empat permasalahan utama pengguna, yaitu informasi produk yang kurang lengkap, tidak adanya perbandingan spesifikasi, informasi yang tersebar di banyak platform, serta minimnya konten edukasi. Rata-rata skor System Usability Scale sebesar 74,2 berada pada grade B dengan predikat good, sehingga rancangan dinilai baik dan dapat diterima oleh pengguna. Penelitian selanjutnya disarankan meneruskan prototipe ini ke tahap implementasi penuh.

Keyword:

UI/UX Design
Design Thingking
Figma
Interactive Prototype
System Usability Scale

ABSTRACT

UI/UX design for music store websites in Indonesia rarely addresses the specific needs of guitar buyers, particularly complete product specifications and a simple ordering flow. This study aims to design an interactive prototype of the user interface and user experience for the Urika Musik guitar store website in Malang and to measure its usability level. The method used was Design Thinking with five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. User needs were gathered through questionnaires with eight customers and interviews with two store employees, then realized as a seven-page high-fidelity prototype using Figma. Usability testing was conducted with 32 respondents through five task scenarios and the System Usability Scale questionnaire. The results show that the prototype answers four main user problems: incomplete product information, no specification comparison, scattered information across platforms, and a lack of educational content. The average System Usability Scale score of 74.2 falls into grade B with a good rating, so the design is considered usable and acceptable to users. Future research is suggested to continue this prototype into the full implementation stage.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

I. PENDAHULUAN

Toko alat musik di kota-kota besar sebenarnya tidak kekurangan pembeli, tetapi masih banyak yang berjualan lewat Instagram, WhatsApp, dan marketplace. Katalog tersebar di beberapa platform, harga dan stok tidak jelas, dan ciri khas toko susah terlihat. Website sendiri adalah jalan keluarnya, asalkan antarmukanya bersih dan alurnya tidak membingungkan. Dua hal inilah yang dikenal sebagai user interface dan user experience: yang pertama soal tampilan, yang kedua soal perasaan pengguna ketika memakainya [1]. Keduanya ikut menentukan apakah pengunjung betah mencari informasi dan akhirnya membeli [2].

Persoalan itu dialami Urika Musik, toko gitar di Jalan Slamet Supriadi No. 37A, Sukun, Kota Malang, dengan satu cabang di Dinoyo. Penjualannya berjalan lewat Instagram, WhatsApp, Shopee, dan Tokopedia. Spesifikasi, harga, dan stok gitar jarang diperbarui, sehingga pembeli sering datang dengan dugaan keliru atau terpaksa bertanya satu per satu lewat chat. Tanpa website sendiri, toko juga kehilangan kesempatan menjangkau pembeli di luar Malang dan membangun kepercayaan lewat platform yang dikelola mandiri.

Perancangan seperti ini lazimnya dikerjakan dengan Design Thinking, metode yang bekerja dari kebutuhan pengguna [3]. Metode ini sudah banyak dipakai, antara lain untuk website perusahaan [2], prototipe website komunitas [4], e-learning [5], aplikasi pemandu wisata [6], aplikasi mobile [7], dan website toko [8], tetapi belum ada yang khusus menangani website toko gitar. Untuk pengerjaannya, Figma dipakai karena desain bisa dibuat menjadi prototipe yang bisa diklik dan dicoba orang lain sebelum satu baris kode pun ditulis [9]. Penelitian ini merancang prototipe interaktif UI/UX website Toko Gitar Urika Musik Malang dengan Design Thinking dan Figma, lalu mengujinya lewat usability testing dan kuesioner System Usability Scale (SUS), alat ukur kegunaan yang ringkas dan banyak dipakai [10]. Cakupan penelitian dibatasi pada rancangan dan prototipe visual; urusan backend dan pembangunan website sungguhan ditinggalkan untuk tahap berikutnya.

II. METODE

Penelitian ini sepenuhnya penelitian perancangan, dikerjakan di Toko Urika Musik Malang. Yang dirancang bukan sistemnya, melainkan wajahnya: seluruh halaman website, dari beranda sampai formulir pemesanan. Alurnya mengikuti lima tahap Design Thinking, yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test [3], [11], sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Metode Design Thinking

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-00762

Tahap empathize bertujuan masuk ke kepala pengguna: apa yang mereka butuhkan dan di mana mereka tersendat. Pengambilan data lapangan dilakukan pada Juli 2026 lewat tiga jalan: observasi di toko untuk melihat langsung cara staf melayani dan pembeli memilih gitar, kuesioner Google Form kepada delapan responden yang campuran antara pelanggan lama dan calon pelanggan, serta wawancara dengan dua karyawan toko [12]. Responden dipilih secara purposif dengan tiga syarat: pernah menyambangi toko atau media sosial Urika Musik, pernah membeli gitar atau aksesori musik, dan tinggal di Kota Malang. Pertanyaan kuesioner menyasar hal-hal sederhana: sudah berapa kali belanja, apakah informasi produk cukup lengkap, kendala apa yang paling sering muncul, dan fitur apa yang diharapkan.

Dari data tahap pertama, tahap define merumuskan inti permasalahan dan menurunkannya menjadi daftar kebutuhan pengguna. Tahap ideate kemudian mencari alternatif solusinya lewat brainstorming bersama tim desain [13]; setiap ide ditimbang dari sisi kegunaan, tampilan, dan kelayakan teknis sampai terkumpul daftar fitur prioritas yang akan diwujudkan pada tahap prototype. Tahap prototype mewujudkan fitur-fitur itu ke dalam rancangan visual di Figma. Halaman-halamannya digambar dulu sebagai wireframe kasar, baru disempurnakan menjadi prototipe high-fidelity [9]. Pemilihan warna, jenis huruf, dan tata letak mengikuti prinsip antarmuka yang mengutamakan kejelasan informasi dan kemudahan navigasi [1]. Prototipe interaktifnya dapat dicoba langsung melalui tautan https://bit.ly/4vL8rRL.

Tahap terakhir, test, mempertemukan rancangan dengan pengguna asli. Sebanyak 32 responden yang terdiri atas pelanggan aktif Urika Musik, calon pembeli yang pernah belanja alat musik daring, dan pengguna umum yang terbiasa belanja online, diminta menyelesaikan lima tugas pada prototipe: mencari gitar akustik lewat menu produk, membaca deskripsi lengkap produk, memasukkan barang ke keranjang, mengisi formulir pemesanan sampai tuntas, dan menemukan kontak toko. Selama sesi berjalan, peneliti mencatat di bagian mana responden tersendat, berapa lama tiap tugas diselesaikan, dan keluhan yang terlontar. Setelah itu responden mengisi kuesioner SUS yang berisi sepuluh pernyataan berskala Likert 1 sampai 5 [10]; pernyataan ganjil bersifat positif dan genap negatif. Skor tiap responden dihitung dengan rumus (1): jawaban pernyataan ganjil dikurangi satu, jawaban pernyataan genap dikurangkan dari lima, hasilnya dijumlahkan, lalu dikalikan 2,5 supaya jatuh pada rentang 0 sampai 100.

$$\text{Skor SUS} = ((\Sigma(Q \text{ ganjil} - 1)) + (\Sigma(5 - Q \text{ genap}))) \times 2{,}5 \qquad (1)$$

Rata-rata skor seluruh responden kemudian dibandingkan dengan tabel interpretasi SUS dari Bangor [14] untuk menilai tingkat kegunaan rancangan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebutuhan dan Masalah Pengguna

Pembacaan pada data empathize memunculkan empat persoalan yang berulang dari banyak responden, dirangkum pada Tabel 1. Tiga dari delapan responden pelanggan aktif tercatat sudah

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

berbelanja satu sampai lima kali di Urika Musik, sementara empat lainnya baru mengenal toko ini lewat Instagram. Keluhan tidak datang dari harga atau kualitas barang, melainkan dari cara informasi disajikan: spesifikasi gitar di Instagram dinilai kurang lengkap, ada yang takut tertipu saat belanja daring, ada pula yang kesulitan menemukan tipe gitar yang pas. Wawancara dengan dua karyawan menambah temuan, yaitu keterbatasan product knowledge saat menjelaskan barang dan selisih harga daring-luring yang kerap memancing pertanyaan. Karyawan berharap website nanti punya katalog produk, pengecekan stok, harga terbaru, chat WhatsApp, dan pemesanan daring. Pada tahap define, inti masalahnya dirumuskan begini: pengguna membutuhkan website toko alat musik yang informatif, terutama spesifikasi produk yang jelas, perbandingan antarproduk, konten belajar gitar, dan alur pemesanan yang sederhana. Rumusan itu diturunkan menjadi enam kebutuhan pengguna: katalog dengan spesifikasi lengkap, fitur perbandingan spesifikasi, satu platform informasi resmi, konten belajar gitar, harga yang transparan, dan alur pemesanan yang tidak berbelit.

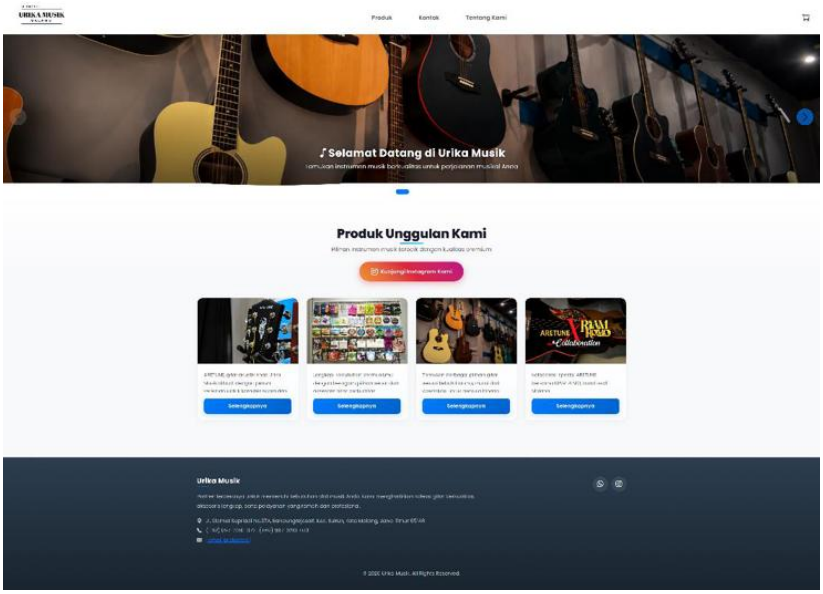
Tabel 1. Temuan Utama Tahap Empathize

Kode	Temuan	Deskripsi
PP1	Informasi produk kurang lengkap di media sosial	Spesifikasi gitar tidak ditampilkan secara rinci di Instagram (R6, R7, R8)
PP2	Tidak ada perbandingan spesifikasi produk	Responden kesulitan membandingkan spesifikasi antar produk gitar (R6, R7)
PP3	Informasi tersebar di banyak platform	Tidak ada katalog terstruktur yang menjadi sumber informasi terpusat
PP4	Belum ada konten edukasi	Responden menginginkan konten pembelajaran bermain gitar (R2, R6, R7)

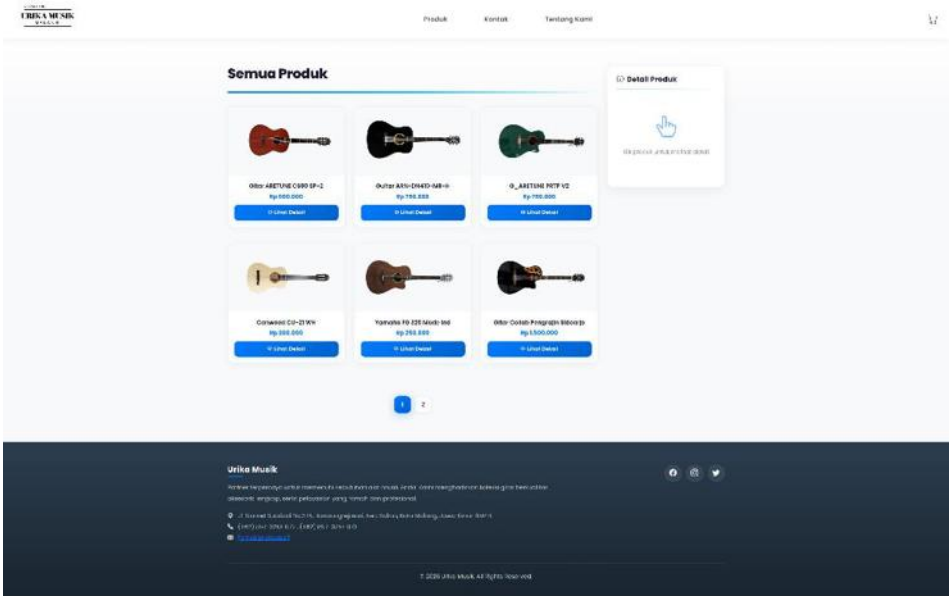
Rancangan Prototipe

Prototipe high-fidelity dikerjakan dengan identitas visual yang sengaja dijaga minimalis: dasar putih, aksen biru, tipografi Poppins untuk judul dan Inter untuk isi teks. Ketujuh halaman saling terhubung tanpa perlu login dan dilengkapi pencarian produk serta penyaring kategori, mengikuti alur beranda, produk, detail produk, keranjang belanja, dan form pemesanan. Halaman detail produk memuat foto besar, kategori, spesifikasi teknis seperti material body, neck, dan fretboard, harga, serta tombol masukkan ke keranjang. Halaman keranjang menampilkan barang yang dipilih lengkap dengan jumlah, subtotal, dan tombol hapus. Form pemesanan meminta nama lengkap, alamat pengiriman, nomor WhatsApp, alamat email, dan catatan tambahan; begitu pesanan terkirim, admin toko menyusul lewat WhatsApp untuk konfirmasi. Dua halaman sisanya melengkapi kebutuhan tersebut: halaman tentang kami menyajikan profil, sejarah, serta visi dan misi toko untuk membangun kepercayaan pengunjung, sedangkan halaman kontak memuat alamat, telepon, email, media sosial, dan peta lokasi. Dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-00764



Gambar 2. Halaman Beranda Prototipe High-Fidelity



Gambar 3. Halaman Produk Prototipe High-Fidelity

Warna tidak dipilih asal. Biru dipakai sebagai aksen karena memberi kesan tenang dan profesional; putih sebagai dasar supaya mata pengunjung jatuh ke foto produk; hijau untuk tombol beli sebagai isyarat tindakan utama; merah untuk tombol hapus sebagai penanda peringatan. Konsistensi warna ini sekalian memudahkan toko saat rancangan dikembangkan menjadi website sungguhan. Satu hal yang perlu dijelaskan jujur: stok pada prototipe masih berupa label tersedia atau habis karena data produknya statis; pengelolaan stok secara real-time menuntut backend dan basis data, dan itu berada di luar lingkup penelitian ini.

Hasil Pengujian dan Pembahasan

Pengujian melibatkan 32 responden berusia 17 sampai 32 tahun dengan pekerjaan yang sangat bervariasi. Perhitungan dengan rumus (1) mencatat skor rata-rata 74,2 dari rentang 0 sampai

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

100; skor tertinggi 100 diraih satu responden dan terendah 37,5. Mengacu pada Tabel 2, angka tersebut masuk rentang 68 sampai 80,3, alias grade B dengan predikat good atau baik [14]. Kalau dirinci, 21 dari 32 responden berada di atas rata-rata. Butir soal kemudahan penggunaan dan keterpaduan fitur dominan dijawab 4 dan 5, sementara butir soal kerumitan sistem dan kebutuhan bantuan teknisi mayoritas dijawab 1 dan 2, pertanda rancangan tidak membuat orang bingung. Responden dengan skor rendah umumnya beralasan beberapa alur masih perlu dipelajari dulu, dan catatan semacam ini menjadi daftar perbaikan pada iterasi berikutnya.

Tabel 2. Interpretasi Skor System Usability Scale

Skor SUS	Grade	Keterangan
> 80,3	A	Excellent (sangat baik)
68–80,3	B	Good (baik)
68	C	Okay (cukup)
51–68	D	Poor (buruk)
< 51	F	Awful (sangat buruk)

Hasil ini sejalan dengan temuan Haryuda, Asfi, dan Fahrudin bahwa perancangan dengan Design Thinking menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna [2], dan dengan laporan Renwarin dan Jatmiko bahwa kebutuhan yang digali sejak awal membuat rancangan akhir lebih mudah diterima penggunanya [6]. Figma juga terbukti berperan; responden bisa memahami alur website sebelum sistemnya benar-benar ada, persis yang dicatat Asyary Muryanto dan Voutama [15]. Skor tersebut berada di atas titik tengah skala dan hanya terpaut sekitar enam poin dari batas bawah grade A, cukup untuk disebut baik sekaligus pertanda masih ada ruang untuk dipoles. Temuan ini memperkuat pula hasil penelitian Indana dkk. bahwa sistem digital meringankan pekerjaan yang sebelumnya serba manual [15]: pelanggan Urika Musik tidak perlu lagi bertanya satu per satu ke admin untuk tahu spesifikasi dan harga gitar. Bagi Urika Musik, angka ini boleh dibilang lampu hijau untuk melanjutkan prototipe ke website fungsional, karena fitur yang diuji memang lahir dari keluhan nyata pelanggan.

Tentu ada keterbatasan yang perlu diakui. Prototipe yang diuji masih sebatas rancangan visual dengan data produk statis, sehingga kecepatan akses, keamanan transaksi, dan pengelolaan stok belum terukur. Responden pun baru dari Kota Malang; bisa jadi pengguna dari kota lain menilai berbeda. Dari keterbatasan inilah lahir saran untuk penelitian lanjutan: implementasi full-stack dengan Laravel atau Next.js, penambahan metode pembayaran digital, dan pengujian dengan responden yang lebih banyak.

IV. SIMPULAN

Perancangan prototipe interaktif website Toko Gitar Urika Musik Malang sudah selesai dikerjakan lewat lima tahap Design Thinking dan diwujudkan dengan Figma menjadi tujuh halaman. Rancangan ini menjawab empat persoalan utama pengguna, terutama soal kelengkapan spesifikasi produk dan alur pemesanan yang tidak berbelit. Dari pengujian terhadap 32 responden, skor System Usability Scale rata-ratanya 74,2, masuk grade B dengan predikat good, artinya rancangan dinilai

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-00766

baik dan bisa diterima pengguna, walau masih ada catatan kecil untuk iterasi selanjutnya. Prototipe ini sudah layak dibawa ke tahap implementasi website yang sebenarnya.

DAFTAR RUJUKAN

[1] D. Gumulya, “Desain User Interface Ramah Bagi Austism Spectrum Disorder Melalui Pengembangan Website Aplikasi "Teman Inklusi”,” 2023.

[2] D. Haryuda, M. Asfi, And R. Fahrudin, “Perancangan Ui/Ux Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company,” *J. Ilm. Teknol. Infomasi Terap.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 111–117, Dec. 2021, Doi: 10.33197/Jitter.Vol8.Iss1.2021.730.

[3] F. Nathanael, J. A. Razaq, And D. B. Santoso, “Penerapan Metode Design Thinking Dalam Perancangan Website Kuis Online Menggunakan Figma Di Smp Negeri 39 Semarang,” *J. Jtik J. Teknol. Inf. Dan Komun.*, Vol. 8, No. 4, Pp. 1103–1112, Oct. 2024, Doi: 10.35870/Jtik.V8i4.2591.

[4] R. Bender-Salazar, “Design Thinking As An Effective Method For Problem-Setting And Needfinding For Entrepreneurial Teams Addressing Wicked Problems,” 2023.

[5] M. H. Asyary Muryanto And A. Voutama, “Perancangan Prototipe Milestone Website Ok Oce Menggunakan Design Thinking Pada Figma,” *Jati J. Mhs. Tek. Inform.*, Vol. 8, No. 3, Pp. 4005–4010, Jun. 2024, Doi: 10.36040/Jati.V8i3.9640.

[6] T. A. A. Athoillah, S. Siswanti, And E. Zaenuddin, “Perancangan Ui/Ux E-Learning Pada Website Perpuskita Pt. Tiga Serangkai Surakarta Dengan Metode Design Thinking,” *J. Ilm. Inform. Komput.*, Vol. 29, No. 3, Pp. 327–341, 2024, Doi: 10.35760/Ik.2024.V29i3.13174.

[7] P. M. Renwarin And A. R. Jatmiko, “Perancangan Ui/Ux Aplikasi Mobile ‘Tour Kei’ Sebagai Pemandu Wisata Maluku Tenggara Menggunakan Metode Design Thinking,” *J. Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, Vol. 24, No. 3, P. 2436, Oct. 2024, Doi: 10.33087/Jiubj.V24i3.5374.

[8] D. T. Widiatmoko And B. S. Utami, “Perancangan Ui/Ux Purwarupa Aplikasi Penentu Kualitas Benih Bunga Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus Pt Selektani),” *Aiti*, Vol. 19, No. 1, Pp. 120–136, Jul. 2022, Doi: 10.24246/Aiti.V19i1.120-136.

[9] Rani Puspita And Rina Astriani, “Perancangan Design Ui/Ux Pada Website Toko Mister Shop Id Menggunakan Metode Design Thinking,” *J. Tek. Dan Sci.*, Vol. 2, No. 3, Pp. 35–46, Oct. 2023, Doi: 10.56127/Jts.V2i3.1047.

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

[10] J. Brooke, “Sus - A Quick And Dirty Usability Scale”.

[11] I. M. Aryata, I. G. Marendra, And I. Afgani, “The Training Of Design Thinking Process In New Product Development,” *J. Pengabdi. Masy. Bestari*, Vol. 2, No. 6, Pp. 443–454, Jun. 2023, Doi: 10.55927/Jpmb.V2i6.4379.

[12] R. A. Sianturi, “Penerapan User Experience Design Pada Pengembangan Aplikasi Mobile Markopi,” *J. Teknol. Inf. Dan Ilmu Komput.*, Vol. 8, No. 4, P. 703, Jul. 2021, Doi: 10.25126/Jtiik.2021842840.

[13] S. Irfiana, R. Soelistijadi, And S. N. Anwar, “Implementasi Metode Design Thinking Dalam Perancangan Ui/Ux Berbasis Mobile Pada Website Spegalan Apik,” *Jipi J. Ilm. Penelit. Dan Pembelajaran Inform.*, Vol. 10, No. 1, Pp. 81–95, Jan. 2025, Doi: 10.29100/Jipi.V10i1.5799.

[14] “Jus_Brooke_February_2013.”

[15] R. Bender-Salazar, “Design Thinking As An Effective Method For Problem-Setting And Needfinding For Entrepreneurial Teams Addressing Wicked Problems,” *J. Innov. Entrep.*, Vol. 12, No. 1, P. 24, Apr. 2023, Doi: 10.1186/S13731-023-00291-2.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-00768