

Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan UI/UX Sistem E-Marketplace Berbasis Website

Muhammad Ridwan Sulistyono*, Agus Setiawan, Nuryanto

Fakultas Teknik, Program Studi Informatika, Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang

Jl. Mayjen Bambang Soengeng, Glagak, Sumberrejo, Kec. Mertoyudan, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, Indonesia

Email: ¹*muhammadridwansulistio@gmail.com, ²setiawan@unimma.ac.id, ³nuryanto@ummgl.ac.id

Email Penulis Korespondensi: muhammadridwansulistio@gmail.com

Submitted: 29/05/2023; Accepted: 28/07/2023; Published: 31/07/2023

Abstrak—E-Marketplace adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna menikmati pengalaman berbelanja dengan desain minimalis. Proses manufaktur yang sistematis menggunakan metodologi design thinking empathize, define, ideate, prototype dan test. Penulis berharap dapat dibuat website yang ideal untuk berbagai platform pemasaran. Metode design thinking juga dapat bekerja dengan lancar jika UI dan UX (User Interface and User Experience) dapat dibuat. Menggunakan metode usability test sebagai acuan prototype dan menggunakan Google Form untuk menentukan desain terbaik TOP 5 marketplace dan menggunakan Preview Figma untuk menjangkau pendapat yang berbeda pada tahap Emphasize dengan mengumpulkan data dari 105 pengguna Shopee, Lazada, Bili, Bukalapak dan Tokopedia untuk menggunakan pasar solusi Google. Tujuan dari penelitian ini adalah agar prototype ini dapat diterima oleh masyarakat khususnya pengguna pasar aktif. Setelah melalui tahapan yang berbeda, hasil akhir dari penelitian ini adalah pembuatan homepage sesuai dengan komponen perancangan sistem. Menerima data pengujian pengguna Sekitar 99% dari 105 data yang dikumpulkan, di mana 54,3% wanita dan 45,7% pria menggunakan platform pemasaran dan mempresentasikan asumsi mereka tentang desain header yang diperoleh dari desain layar yang menerima 58,1% dari 105 pengguna yang memilih SHOPEE. Pada tahap akhir dilakukan FGD (Forum Group Discussion) dan expert judgment untuk menentukan apakah prototype yang dibuat sudah ideal dan mampu bersaing di pasar dunia maya. dapat diartikan sebagai kesimpulan bahwa prototype ini dapat diterima di masyarakat, mengingat masih perlu perbaikan dan pengembangan secara signifikan sesuai feedback pengguna.

Kata Kunci: Marketplace; UI (User Interface); Warna; Design Thinking; Usability Testing; Landing Page

Abstract—E-Marketplace is an application that allows users to enjoy a shopping experience with a minimalist design. A systematic manufacturing process using design thinking empathize, define, ideate, prototype and test methodologies. The author hopes to create an ideal website for various marketing platforms. The design thinking method can also work smoothly if UI and UX (User Interface and User Experience) can be created. Using the usability test method as a prototype reference and using the Google Form to determine the best design for the TOP 5 marketplaces and using Preview Figma to solicit different opinions at the Emphasize stage by collecting data from 105 Shopee, Lazada, Bili, Bukalapak and Tokopedia users to use Google's market solutions. The purpose of this research is that this prototype can be accepted by the community, especially active market users. After going through different stages, the final result of this research is the creation of a homepage according to the components of the system design. Received user test data About 99% of the 105 data collected, of which 54.3% women and 45.7% men used the marketing platform and presented their assumptions about the header design obtained from the screen design which received 58.1% of the 105 users who chose SHOPEE. In the final stage, FGD (Forum Group Discussion) and expert judgment were carried out to determine whether the prototype created was ideal and able to compete in the virtual world market. can be interpreted as a conclusion that this prototype can be accepted in the community, considering that it still needs significant improvement and development according to user feedback.

Keywords: Marketplace; UI (User Interface); Design Thinking; FGD Testing; Expert Judgement Testing

1. PENDAHULUAN

Toko Online (Marketplace) di Indonesia sebenarnya sudah ada sejak tahun 1994 yaitu adanya platform Kaskus, namun platform itu masih sangat sedikit yang menggunakan karena memang saat itu belum banyak yang mempunyai teknologi canggih[1]. Perkembangan teknologi di zaman yang serba maju dan semakin cepat ini, manusia dituntut untuk terus dapat berinovasi dalam membuat sebuah produk teknologi, baik teknologi berbasis aplikasi mobile ataupun website[2]. Peran website menjadi sangat penting bagi netizen yang sering berselancar di dunia digital pada saat ini, Hal ini dikarenakan user di era ini sering kali menggunakan mesin peramban untuk mengetahui suatu informasi[3]. Dalam pembuatan website perlu memperhatikan User Interface terutama dari segi design dan presentasi[4].

Antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna keduanya saling mempengaruhi, sehingga sering kita temukan istilah UI/UX. UI dan UX adalah dua isu penting yang terkait dengan kegunaan suatu produk, khususnya pada sebuah website[5], Desain user interface sendiri menjadi sangat penting mengingat semakin efektif dan efisien suatu desain, terlihat dari seberapa lama user menggunakan website tersebut. Semakin lama user menggunakan website dapat diartikan bahwa mereka nyaman dalam interaksi [6]. faktor penting user experience yang mempengaruhi apakah pengguna dapat dengan mudah ketika akan menggunakan aplikasi adalah untuk meningkatkan pengalaman berbelanja bagi pelanggan dan memberikan servis pengalaman berjualan yang lebih baik bagi penjual marketplace[7]. Pemilihan warna yang sesuai dapat membuat user lebih nyaman dalam melakukan aktifitas secara terus menerus pada sebuah website.



Kombinasi warna website adalah salah satu hal yang paling penting untuk membuat sebuah website terlihat menarik karena warna merupakan spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang cahaya tersebut Saat menentukan skema warna situs website, kehati-hatian harus dilakukan untuk memastikan keselarasan dan kontras yang tepat, karena warna dapat memengaruhi karakter platform belanja online.

Apabila dihubungkan dengan dunia desain dan periklanan, warna dapat menjadi salah satu sarana utama untuk menyampaikan pesan sehingga dapat membantu meningkatkan nilai penjualan ataupun memperkuat citra suatu produk atau perusahaan. E-Marketplace melakukan proses desain dengan menggunakan Metode Design Thinking untuk memberikan pengalaman yang terbaik dalam penggunaan aplikasi ini [8]. Tampilan interface dari website yang tertata dengan rapi dan menarik akan membuat pengunjung masuk ke fitur-fitur di dashboard pada landing page website tersebut[9]. Design Thinking adalah metode desain produk berbasis inovasi yang didasarkan pada pencarian solusi untuk masalah aplikasi/desain Landing Page.

Landing Page merupakan tampilan awal suatu website saat pengunjung melakukan pencarian. Landing Page digunakan sebagai sarana promosi sehingga dapat meningkatkan minat dan meningkatkan pengalaman pengunjung di website[10]. Dengan menggunakan metode Design Thinking diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan menyelesaikan masalah pengguna dalam membuat UI/UX.

Menurut Rahmat Fauzi. Perkembangan teknologi layanan e-commerce berbasis marketplace sudah sangat marak di Indonesia. Namun, belum ada layanan jasa percetakan berbasis marketplace. Padahal kebutuhan jasa percetakan di masyarakat tetap tinggi. Layanan jasa percetakan yang ada saat ini adalah layanan berbasis business to consumer (B2C) sehingga masyarakat harus membandingkan informasi harga dan layanan secara langsung ke pemilik percetakan baik online maupun offline.

Salah satu solusi dari permasalahan tersebut adalah membuat sistem informasi berbasis marketplace untuk jasa percetakan yang diberinama CETAKIN. Dengan aplikasi ini, Informasi layanan percetakan di suatu wilayah dapat diintegrasikan pada sistem ini[11].

Prasetyo dan kawan-kawan membenarkan pada jurnal mereka yang berjudul “Perancangan User Interface (UI) & User Experience (UX) Aplikasi Pencari Kost Abc di Kota Xyz Menggunakan Metode Design Thinking” Bahwa pada zaman sekarang dimana teknologi semakin berkembang pesat, khususnya pada teknologi informasi yang memicu banyaknya aplikasi yang di ciptakan dengan kegunaan yang berbeda-beda. Aplikasi ABC merupakan aplikasi yang dapat membantu mencari kost. Aplikasi ini mempermudah bagi masyarakat yang ingin mencari kost di kota XYZ dan sekitarnya. Aplikasi ini juga di lengkapi informasi tentang kost yang akan di cari oleh pencari kost, misalnya : alamat, harga, dan fasilitas lainya secara detail. Secara solusi desain dipilihnya Perancangan User Interface (UI) & User Experience (UX) dengan menggunakan metode Design Thinking sebagai pemecahan permasalahan[12].

Buku Skripsi dari Lutfi Bungan Anggraini membenarkan bahwa landing page adalah bagian halaman dari website yang menampilkan informasi khusus dan penawaran terbatas. Desain yang dibuat berbeda dengan website, terlihat lebih menarik dan tidak memiliki banyak isi. Sebagai bagian dari digital marketing, landing page menggunakan call to action untuk menarik audience khusus agar terpicat dengan event yang ditawarkan[13].

Erma Susanti menyatakan bahwa Proses dalam mendesain sebuah aplikasi memerlukan pemikiran yang tidak mudah. Proses penciptaan ide-ide inovasi baru untuk memecahkan permasalahan pada pengembangan produk aplikasi baru pada penelitian ini diusulkan menggunakan pendekatan user- centric yang dinamakan Design Thinking. Metode pemecahan masalah yang belum terdefinisi secara jelas dilakukan dengan cara memahami kebutuhan pengguna yang akan terlibat menggunakan aplikasi, dengan cara mengumpulkan banyak ide dalam sesi brainstorming, dan melakukan pendekatan langsung melalui pembuatan prototipe dan pengujian langsung[14].

Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah fokus dalam pembuatan landingpage dan memperbaiki tampilan yang sesuai dengan kriteria user experience karena tujuan Dari Penelitian ini adalah untuk membuat perancangan UI/UX dengan melakukan inovasi yang dirancang untuk mengatasi permasalahan jual beli secara online bagi customer yang merasa bosan dengan design tampilan yang ada pada marketplace sesuai dengan standar warna menurut psikologi menggunakan tool figma dan bagaimana cara penerapan menggunakan metode design thinking yang nantinya akan di test dengan metode usability testing agar e-commerce berbasis marketplace yang akan disuguhkan oleh penulis dapat diterima dan digunakan sebagaimana mestinya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Design Thinking merupakan metode yang digunakan untuk mencari solusi dari permasalahan yang terjadi, yang mana pengguna menjadi fokus utama nya, sehingga produk yang dihasilkan benar benar menyelesaikan masalah yang terjadi dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan pengguna[15]. Menggunakan metode design thinking untuk memberikan jawaban tentang permasalahan pengguna, yang dimulai melalui tahapan empati supaya mengetahui kendala dan perilaku pengguna terhadap kondisi yang dirasakan[16]. Keunggulan dari metode Design Thinking ini adalah lebih mendapatkan ide yang inovatif dan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari pengguna[17]. Dari metode design thinking tersebut diantaranya adalah :



Gambar 1. Tahapan Design Thinking[18]

1. **Empathize**
Pada tahapan ini, kita mencari yang menjadi permasalahan dalam penelitian kita dengan cara memahami atau mengempathi kesulitan yang dialami calon pengguna aplikasi. Pengumpulan masalah memiliki tujuan untuk menggali dan memahami masalah apa yang ingin diselesaikan[19][20] melalui wawancara dan questioner SUS Score untuk kebutuhan pengguna. Informasi yang didapatkan nantinya akan dijadikan dasar untuk mendapatkan solusi. Wawancara yang dilakukan kepada 5 orang pengguna aktif marketplace.
2. **Define**
Untuk mendapatkan inti permasalahan dari 5 responden untuk mendapatkan jawaban dari tahap 1 terkait masalah pewarnaan pada marketplace.
3. **Ideate**
Pada tahap ini dilakukan pengumpulan ide solusi dengan melakukan brainstorming berdasarkan pernyataan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Setelah itu ide solusi yang ingin diimplementasikan dipilih melalui metode pemilihan warna.
4. **Prototype**
Menurut Isadora, terdapat dua jenis prototyping yaitu low fidelity dan high fidelity. Low fidelity prototype merupakan rancangan dari sebuah sistem yang belum lengkap serta masih rendah ketelitiannya karena warna yang digunakan sebatas hitam, putih ataupun abu-abu. High fidelity prototype merupakan rancangan sebuah sistem yang telah mendekati sistem akhir dan telah ditambahkan detail seperti gambar, icon, warna, dll[21].
5. **Test**
Proses Test merupakan uji coba aplikasi yang sudah jadi dengan melakukan percobaan ke pengguna. Percobaan awal dilakukan pada pengguna dan terdapat beberapa saran perbaikan. sehingga menghasilkan produk akhir prototype yang sesuai dengan warna psikologi pengguna. Dalam pengujiannya melakukan 2 tahapan yaitu FGD dan Expert Judgement.
Forum group discussion (FGD) adalah suatu metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan sekelompok orang untuk membahas topik tertentu dengan cara diskusi. FGD biasanya digunakan dalam penelitian sosial untuk mengumpulkan data dari berbagai perspektif dan pengalaman yang berbeda.
Expert judgement adalah pendekatan evaluasi kualitatif di mana ahli di bidangnya memberikan penilaian tentang kualitas sebuah desain berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka. Dalam konteks UI UX, expert judgement dapat digunakan untuk mengevaluasi desain dan memberikan masukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

2.2 Penentuan Instrumen Pengumpulan Data

Pada tahap ini adalah mengumpulkan informasi dan persepsi dari pengguna atau calon pengguna terkait pengalaman mereka dalam menggunakan antarmuka pengguna. Instrumen ini dapat membantu dalam memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang kebutuhan, preferensi, dan pengalaman pengguna yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan desain yang lebih baik. Lalu penentuan instrument pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan google formulir karena merupakan alat yang intuitif dan mudah digunakan. Dalam pembuatan kuesioner dengan menambahkan pertanyaan, memilih tipe pertanyaan, dan mengatur tampilan.

Tabel 1. Jenis jenis Pertanyaan pada Questioner

Pertanyaan Demografis	Penggunaan Produk	Pengalaman Pengguna	Pernyataan User Interface	Kesan dan Harapan
Nama	Pernahkan menggunakan layanan jual beli online?	Suka Marketplace Seperti apa?	Mana yang lebih anda sukai diantara desain tampilan header top 5 Marketplace?	Kenapa anda memilih tampilan itu?
Umur		Urutkanlah marketplace mana saja yang paling sering dipakai sampai yang belum pernah dipakai!	Diantara top 5 marketplace ini lebih nyaman melihat iklan yang mana?	
Jenis Kelamin			Tampilan Layanan mana yang paling anda minati diantara top 5 marketplace ini?	

Pertanyaan Demografis	Penggunaan Produk	Pengalaman Pengguna	Pernyataan User Interface	Kesan dan Harapan
			Tampilan Produk mana yang paling anda minati diantara top 5 marketplace ini?	
			Diantara top 5 marketplace ini lebih nyaman melihat Kategori yang mana?	
			Mana yang lebih anda sukai diantara fitur tampilan top 5 Marketplace?	
			Mana yang lebih anda sukai diantara footer tampilan top 5 Marketplace?	

Metodologi Design Thinking merupakan pendekatan yang berpusat pada pengguna, dengan fokus pada memahami pengalaman dan kebutuhan pengguna untuk menghasilkan desain yang lebih baik. Design Thinking adalah pendekatan yang fleksibel dan terbuka, dan eksperimen serta penyesuaian akan terjadi selama proses desain UI/UX.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini penulis akan menjelaskan alur proses pemilihan warna sistem E-marketplace Sesuai dengan standar psikologi pengguna. Cakupan bahasan setiap pengembangan sistemnya yaitu Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Testing sebagai standar dari metode Design Thinking.

3.1 Emphatize

Pada tahap ini penulis akan menyediakan kuesioner untuk para pengguna aktif E-marketplace untuk mendapatkan permasalahan yang terjadi mengenai pewarnaan marketplace sesuai dengan psikologi pengguna.

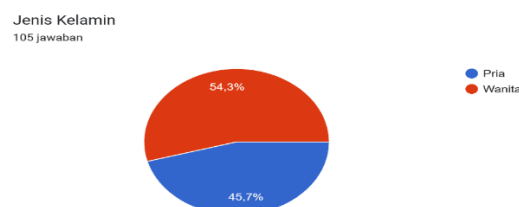
Tabel 2. Daftar Pertanyaan

No.	Daftar Pertanyaan Wawancara
1.	Pernakah menggunakan layanan jual beli online?
2.	Platform Marketplace apa yang anda sukai untuk belanja?
3.	Urutkan Marketplace mana saja yang paling sering dipakai sampai yang belum pernah dipakai!
4.	Mana yang lebih anda sukai diantara desain tampilan header, iklan, layanan, tampilan produk, kategori, fitur, dan footer top 5 Marketplace (Shopee, Lazada, Blibli, Bukalapak, dan Tokopedia) ?
5.	Kenapa anda memilih tampilan itu?

Dari pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana responden memilih setuju atau tidak dengan prototype yang penulis buat agar lebih menikmati sajian jika disediakan oleh E-Commerce favorit mereka.

3.2 Define

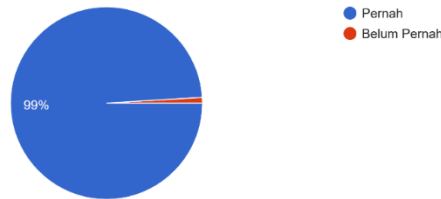
Tahap define merupakan implementasi penerapan ataupun hasil dari pengujian metode untuk mendapatkan inti masalah dari rumusan data sebelumnya. Berdasarkan data yang didapat dari 105 responden dengan rentan usia 22-27 tahun dan sering menggunakan marketplace sejenis dengan penelitian ini. Pada tahap ini, sampel responden dibawah ini merupakan pengguna aktif Marketplace lazada, tokopedia, bukalapak, shopee, dan bli, bli. Yang telah dikategorikan berdasarkan umur, jenis kelamin, beserta pilihan tampilannya.



Gambar 2. Pengelompokan data berdasarkan Jenis Kelamin

1. Pernahkah menggunakan layanan jual beli online?

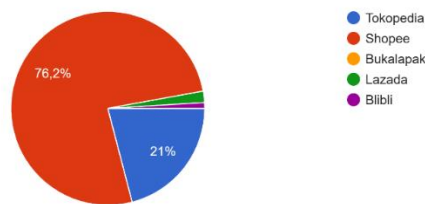
105 jawaban



Gambar 3. Pengelompokan data berdasarkan pernah menggunakan layanan marketplace

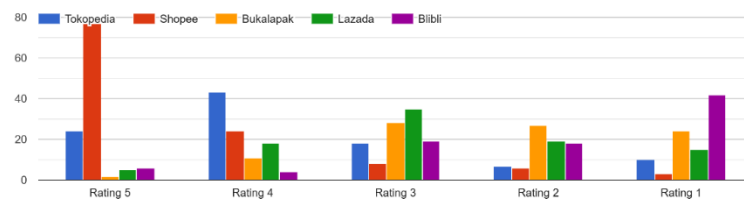
2. Suka Marketplace seperti apa?

105 jawaban



Gambar 4. Pengelompokan data berdasarkan marketplace yang diminati

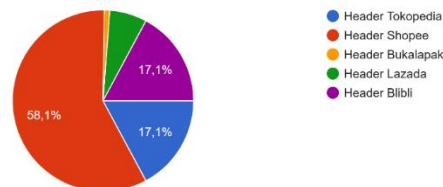
3. Urutkanlah marketplace mana saja yang paling sering dipakai sampai yang belum pernah dipakai!



Gambar 5. Pengelompokan data berdasarkan marketplace yang sering digunakan

3. Mana yang lebih anda sukai diantara desain tampilan header top 5 Marketplace?

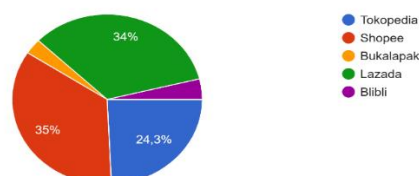
105 jawaban



Gambar 6. Pengelompokan data berdasarkan tampilan header

4. Diantara top 5 marketplace ini lebih nyaman melihat iklan yang mana?

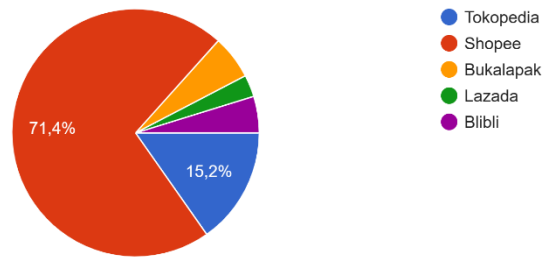
103 jawaban



Gambar 7. Pengelompokan data berdasarkan tampilan iklan

5. Tampilan Layanan mana yang paling anda minati diantara top 5 marketplace ini?

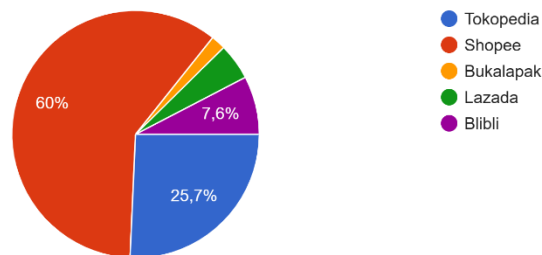
105 jawaban



Gambar 8. Pengelompokan data berdasarkan tampilan layanan

6. Tampilan Produk mana yang paling anda minati diantara top 5 marketplace ini?

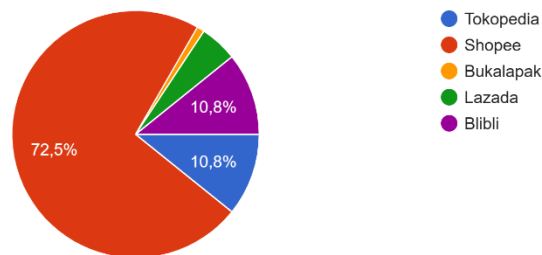
105 jawaban



Gambar 9. Pengelompokan data berdasarkan tampilan produk

7. Diantara top 5 marketplace ini lebih nyaman melihat Kategori yang mana?

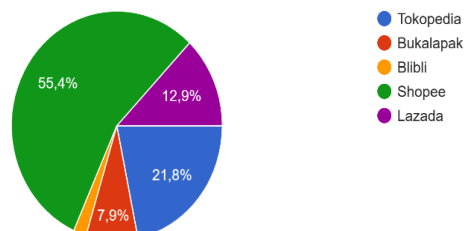
102 jawaban



Gambar 10. Pengelompokan data berdasarkan tampilan kategori

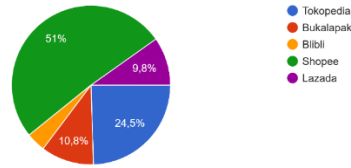
8. Mana yang lebih anda sukai diantara fitur tampilan top 5 Marketplace?

101 jawaban



Gambar 11. Pengelompokan data berdasarkan tampilan fitur

9. Mana yang lebih anda sukai diantara footer tampilan top 5 Marketplace?
102 jawaban



Gambar 12. Pengelompokan data berdasarkan tampilan footer

3.2 Ideate

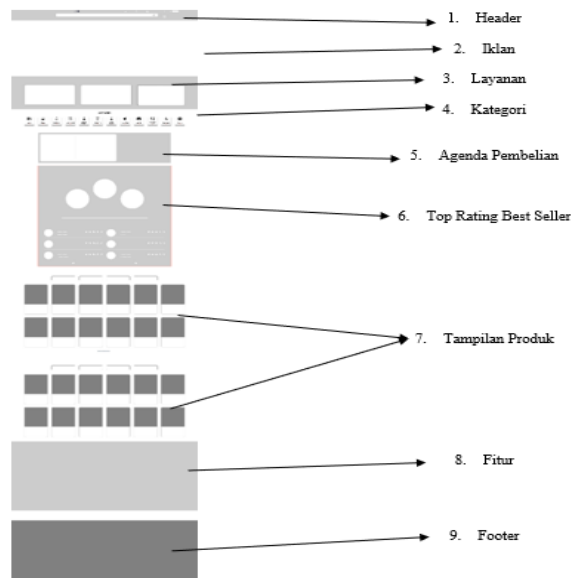
Proses Ideate adalah proses yang menggambarkan solusi yang diperlukan untuk mengevaluasi dan mendapatkan output desain. pendiskripsian solusi pada penelitian ini menggunakan contoh gambar untuk memudahkan pembuatan layout E-Marketplace berbasis website. Tinjauan desain model ini terlebih dahulu dikonsultasikan dengan para pengguna aktif marketplace agar tidak terjadi perubahan besar dalam pembuatan desain aslinya. Selama fase Ideate ini hasil UI/UX dapat dilihat pada. .



Gambar 13. Solution

3.3 Prototype

Proses pembuatan prototype ini dijadikan sebagai media komunikasi kepada pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi[22]. Prototype juga didasari pada hasil validasi rumusan masalah dalam design tampilan pada define untuk mempermudah tim agar lebih cepat dalam memahami permasalahan, ide, dan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan berbagai macam warna pada aplikasi. tampilan awal (Low Fi) pada wireframe yang ada pada Gambar 2 dibawah ini akan menjadi acuan untuk pembuatan prototype.



Gambar 14. Low Fidelity (Low Fi)

3.3.1 Mockup

Mockup adalah representasi visual atau model yang dibuat untuk menggambarkan secara kasar tampilan akhir dalam sebuah desain. Berikut adalah penjelasan yang ada pada wireframe halaman dashboard dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

1. Desain Header diperoleh dari desain tampilan yang telah mendapatkan 58.1% diantara 105 user experience yang memilih SHOPEE



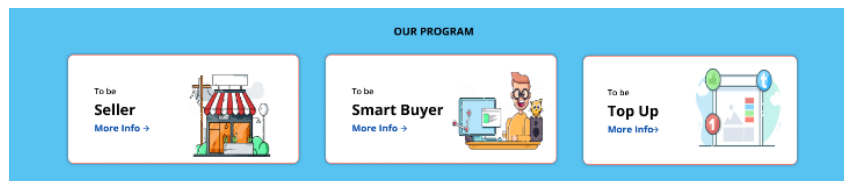
Gambar 15. Header

2. Desain Iklan diperoleh dari desain tampilan LAZADA yang besar dan memudahkan user untuk menikmati iklan dengan leluasa.



Gambar 16. Iklan

3. Kategori Layanan diperoleh dari desain tampilan website baleomol.com yang berfungsi mempermudah customer dalam melakukan pembayaran dan informasi penjual



Gambar 17. Layanan

4. Kategori diperoleh dari desain SHOPEE yang menggunakan style warna hitam



Gambar 18. Kategori

5. Agenda pembelian didesain untuk memudahkan user untuk mengetahui tanggal event diskon



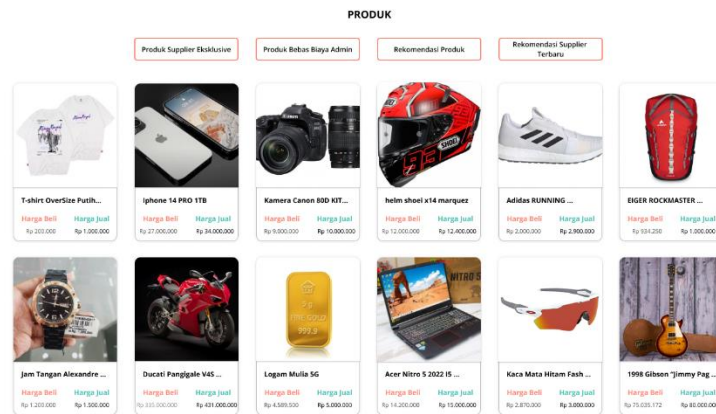
Gambar 19. Agenda Pembelian

6. Top Rating Best Seller didesain agar para seller lebih semangat dalam menjalankan bisnis, bahkan user juga dapat menilai seller dengan grade bintang tinggi pasti terpercaya.



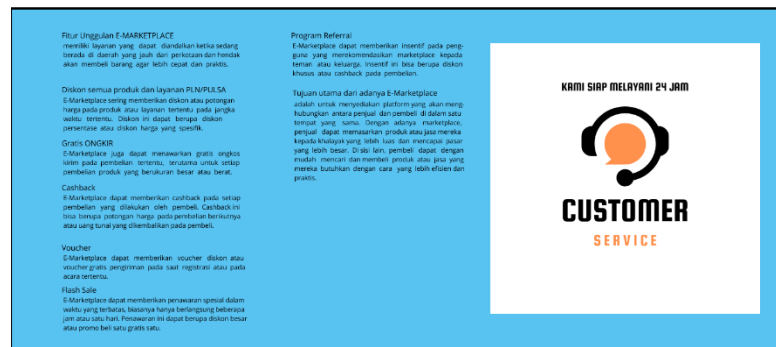
Gambar 20. Top Rating Best Seller

7. Tampilan produk diperoleh dari desain tampilan SHOPEE



Gambar 21. Tampilan Produk

8. Fitur diadaptasi dari desain tampilan TOKOPEDIA yang menjadi penilaian nomor 2 dan LAZADA yang menjadi penilaian nomor 3 pada googleform di tahap empathize sebelumnya



Gambar 22. Layanan

9. Footer diperoleh dari desain tampilan shopee yang diberikan ikon seperti tokopedia



Gambar 23. Footer

3.4 Testing

Usability testing dapat diartikan sebagai tahap penelitian dengan menyediakan serangkaian tugas yang berkaitan dengan interface ke pengguna asli aplikasi atau sistem. Usability adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengukur evaluasi efisiensi, efektivitas, dan kepuasan pengguna perangkat lunak. Dua peristiwa dapat digunakan dalam mengevaluasi kegunaan, yang pertama menggunakan pendapat FGD (Forum Grup Discussion) dan Pendapat Expert Judgement[5][23].

3.4.1 Tahap 1 FGD (Forum Grup Discussion)

Hasil dari FGD adalah tester menikmati penyajian materi dari pemateri dan kata mereka adalah :
Kelebihan:

1. Tampilan yang bersih (tidak banyak iklan yang mengganggu) dan simpel (mudah digunakan) pada Halaman utama E-Marketplace . Pengguna dapat dengan mudah menemukan apa yang mereka cari.

2. Navigasi pada landing page E-Marketplace sangat mudah digunakan. Pengguna dapat dengan mudah menemukan kategori produk yang mereka inginkan dan menggunakan filter untuk mempersempit hasil pencarian.
3. Tampilan produk pada landing page terlihat menarik dan memikat. Gambar produk terlihat jelas dan rinci, sehingga pengguna dapat memutuskan dengan mudah apakah produk tersebut yang mereka cari.
4. E-Marketplace memberikan informasi produk yang cukup lengkap dan detail, seperti harga, deskripsi produk, alamat, jasa kirim, dll. Hal ini membantu pengguna dalam membuat keputusan yang tepat sebelum melakukan pembelian.

Kekurangan

1. Review logo warnanya diganti putih hitam agar lebih sederhana dan nyaman dilihat.



Menjadi



Lalu dibuat transparan agar terlihat menyatu dengan header

2. Tombol sign in dan login dibuat menarik dan warnanya dibuat beda atau tombol dibuat agak besar di sebelah keranjang.



Menjadi

3. Shadow terlalu tebal pada category dan dibuat kotak biasa seperti kategori lain



Menjadi



4. Kotakan pada produk yang berwarna orange dibuat beda dengan cara diberi bold.



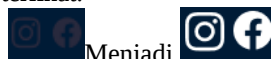
5. Font Header terlalu kecil.



Menjadi



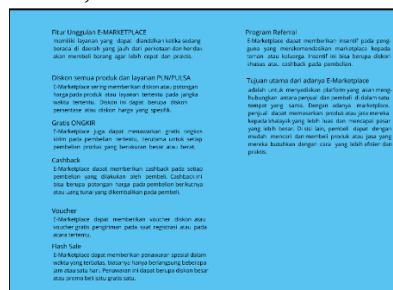
6. Pada halaman header ada font yang tak terlihat.



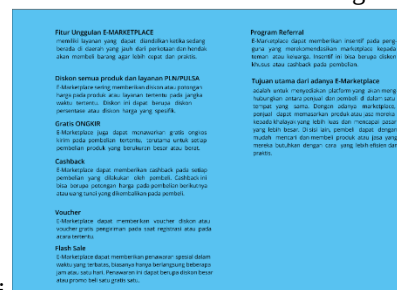
Menjadi

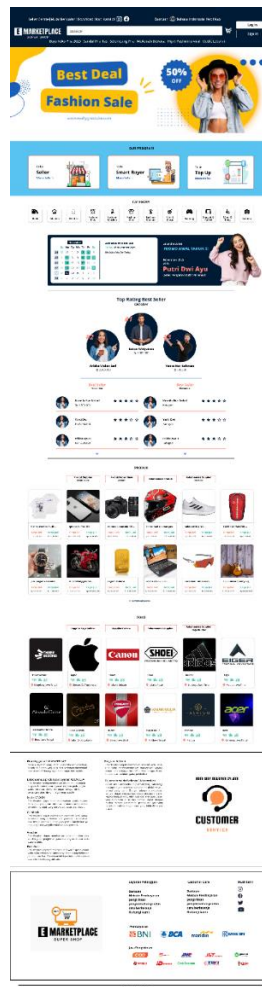
7. Konsistensi ukuran font dan hanya dibedakan pada tebalnya saja.

8. Pada halaman fitur, font utama diberikan bold untuk membedakan header dan sub heading.



Menjadi





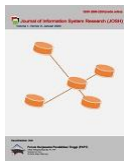
Gambar 24. Hasil Akhir Hi Fidelity

4. KESIMPULAN

Pada penelitian E-Marketplace Berbasis Website menggunakan Metode Design Thinking ini dapat disimpulkan bahwa yang dialami oleh rata-rata pengguna Marketplace memiliki perspektif kenyamanan terhadap situs Marketplace yang beragam. Didapatkan data user tester Sekitar 99% dari 105 data terkumpul yang diantaranya 54,3% wanita dan 45,7% pria sudah pernah menggunakan platform marketplace memberikan asumsi mereka terhadap desain Header diperoleh dari desain tampilan yang telah mendapatkan 58.1% diantara 105 user experience yang memilih SHOPEE, Pada tampilan Iklan diperoleh dari desain tampilan LAZADA yang besar dan memudahkan user untuk menikmati iklan dengan leluasa, Kategori Layanan diperoleh dari desain tampilan website baleomol.com yang berfungsi mempermudah customer dalam melakukan pembayaran dan informasi penjual, Kategori diperoleh dari desain SHOPEE yang menggunakan style warna hitam, Agenda pembelian didesain untuk memudahkan user untuk mengetahui tanggal event diskon, Top Rating Best Seller didesain agar para seller lebih semangat dalam menjalankan bisnis, bahkan user juga dapat menilai seller dengan grade bintang tinggi pasti terpercaya, Tampilan produk diperoleh dari desain tampilan SHOPEE, Fitur diadaptasi dari desain tampilan TOKOPEDIA yang menjadi penilaian nomor 2 dan LAZADA yang menjadi penilaian nomor 3 pada googleform di tahap empathize sebelumnya, 9. Footer diperoleh dari desain tampilan shopee yang diberikan ikon seperti Tokopedia. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan pengguna E-Marketplace dapat memberikan pengalaman yang ramah pengguna (user friendly) dalam hal berbelanja.

REFERENCES

- [1] F. Aliakbari, N. Parvin, M. Heidari, and F. Haghani, "Efektivitas Marketplace Shopee sebagai Marketplace Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa," J. Educ. Technol., vol. 1, no. 1, pp. 24–29, 2021.
- [2] R. Alamsyah, I. M. Nugroho, and S. Alam, "Redesign User Interface Dan User Experience Aplikasi Wastu Mobile Menggunakan Metode Design Thinking," J. Ilm. Betrik, vol. 13, no. 2, pp. 152–159, 2022.
- [3] Herfandi, Yuliadi, M. Taufan Asri Zaen, F. Hamdani, and A. Maulya Safira, "Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan UI dan UX," Technol. Sci., vol. 4, no. 1, p. 337–344-337–344, 2022.



- [4] M. P. K. Muhammad Nurcahyo Sasongko, M. Suyanto, “ANALISIS KOMBINASI WARNA PADA ANTARMUKA WEBSITE PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN,” *J. Teknol. Technoscientia*, vol. 12, no. 2, pp. 153–158, 2020.
- [5] Z. A. S. A. Setiawan and ; Nuryanto, “User interface design and user experience academic applications with user centered design method □,” vol. 020220, no. May, 2023.
- [6] R. F. A. Aziza, “Analisa Usability Desain User Interface Pada Website Tokopedia Menggunakan Metode Heuristics Evaluation,” *J. Tekno Kompak*, vol. 13, no. 1, p. 7, 2019.
- [7] S. Hartanto, “Pembaruan Ui/Ux Zalora Untuk Peningkatan Pengalaman Marketplace Seller & Customer,” vol. 4, no. 1, pp. 21–28, 2022.
- [8] E. C. Shirvanadi and M. Idris, “Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Aminkom center Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center),” *Automata*, vol. 2, pp. 1–8, 2021.
- [9] G. E. Wijaya and C. Kuswoyo, “Pengaruh kemenarikan desain website dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee,” *J. Inspirasi Bisnis dan Manaj.*, vol. 6, no. 1, p. 115, 2022.
- [10] Y. Febriyanto and P. Sukmasetya, “Implementasi Design Thinking dalam Perancangan UI / UX Rumah Sampah Digital Banjarejo,” vol. 4, no. 3, pp. 936–947, 2023.
- [11] R. Fauzi, S. Wibowo, and D. Y. Putri, “Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website,” *Fountain Informatics J.*, vol. 3, no. 1, p. 5, 2018.
- [12] M. A. Prasetyo, M. C. Rozikin, and R. S. Dewi, “Perancangan User Interface (UI) & User Experience (UX) Aplikasi Pencari Kost Abc di Kota Xyz Menggunakan Metode Design Thinking,” *Aisyah J. Informatics Electr. Eng.*, vol. 3, no. 1, pp. 36–44, 2021.
- [13] L. B. Anggarini, “Karakteristik Landing Page Pada Website Lomari. id,” ... Land. Page pada Website Lomari. id, 2021.
- [14] E. Susanti, E. Fatkhiyah, and E. Efendi, “Pengembangan Ui/Ux Pada Aplikasi M-Voting Menggunakan Metode Design Thinking,” *Simp. Nas. RAPI XVIII FT UMS*, pp. 364–370, 2019.
- [15] U. M. H. T. Moch Taufik1, Mochzen Gito Resmi2, “UI/UX APLIKASI BUMDES SUKATANI MOBILE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING DENGAN PENGUJIAN SYSTEM USABILITY SCALE,” vol. 4, no. 3, pp. 231–236, 2022.
- [16] U. I. Ux, D. Aplikasi, C. S. Surachman, M. R. Andriyanto, C. Rahmawati, and P. Sukmasetya, “Implementation of Design Thinking Methods in UI / UX Design for Dagang . in Applications,” pp. 157–169, 2019.
- [17] H. Shally Nurmaharani, “Analisa Dan Perancangan Ui / Ux Aplikasi Penjualan,” vol. 9, no. 1, pp. 46–53, 2023.
- [18] W. A. Pramono, H. M. Az-Zahra, and R. I. Rokhmawati, “Evaluasi Usability Pada Aplikasi MyTelkomsel Dengan Menggunakan Metode Usability Testing,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 3, pp. 2235–2242, 2019.
- [19] A. C. Willyan, M. Fajar, and B. Zaman, “Analisis Dan Desain Kembali Ui Game Smartest Brain Menggunakan Metode Design Thinking,” *KHARISMA Tech*, vol. 17, no. 2, pp. 30–44, 2022.
- [20] B. Oktaviani, R. M. Candra, and M. Irsyad, “Desain Sistem Pemasaran Produk UMKM dengan Konsep UI / UX Menggunakan Metode Design Thinking,” vol. 4, no. 3, pp. 980–987, 2023.
- [21] R. Artikel, D. Karlina, and D. R. Indah, “Perancangan User Interface dan User Experience Sistem Informasi E-learning Menggunakan Design Thinking User Interface and User Experience Design of E- learning Information System Using Design Thinking,” vol. 8, pp. 580–596, 2022.
- [22] Muhammad Shulhan Khairy, “Penerapan Design Thinking Pada Perancangan Ui/Ux Marketplace Sistem Rantai Pasok ‘Panen- Panen,’” *J. Inform. Polinema*, vol. 8, no. 3, pp. 39–44, 2022.
- [23] H. Firdaus and A. Zakiah, “Implementation of usability testing methods to measure the usability aspect of management information system mobile application (Case study sukamiskin correctional institution),” *Int. J. Mod. Educ. Comput. Sci.*, vol. 13, no. 5, pp. 58–67, 2021.