

Perancangan UI/UX Website Kerajinan Tangan Crafinta Dengan Menggunakan Metode *Human Centered Design*

Novia Saraswati¹, Hanifah Muslimah Az-Zahra², Prima Zulvarina³

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya
Email: ¹saras7796@ub.ac.id, ²hanifah.azzahra@ub.ac.id, ³primazulvarina@ub.ac.id

Abstrak

Crafinta saat ini menggunakan media sosial Instagram, WhatsApp, dan email. Penggunaan tiga media sosial kurang efektif, karena Crafinta selalu menjelaskan kembali produk ke pembeli, selain itu Crafinta hanya ingin menggunakan satu media dalam menjalankan usaha. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yaitu melakukan perancangan UI/UX website Crafinta menggunakan metode *Human Centered Design*. Tujuan dari penelitian yaitu untuk menjelaskan hasil perancangan UI/UX website Crafinta yang menarik, efisien, dan mudah dipahami oleh pengguna, serta untuk menjelaskan hasil evaluasi dari desain website. Hasil dari penelitian berupa *high-fidelity prototype* untuk customer dan penjual. Evaluasi *prototype* menggunakan kuesioner UEQ untuk mengukur enam aspek dan melakukan dua kali evaluasi untuk masing-masing pihak, evaluasi pertama yaitu evaluasi terhadap *prototype* dan evaluasi kedua yaitu evaluasi terhadap perbaikan *prototype*. Hasil evaluasi terhadap perbaikan *prototype customer* yaitu lima aspek menghasilkan nilai *excellent* dan aspek *novelty* menghasilkan nilai *good*, menjelaskan bahwa semua aspek menghasilkan nilai evaluasi positif (>0.8). Hasil evaluasi terhadap perbaikan *prototype* penjual yaitu enam aspek menghasilkan nilai *excellent* dan nilai evaluasi positif (>0.8).

Kata kunci: *human centered design (HCD), kerajinan tangan, perancangan antarmuka pengguna, user experience, website*

Abstract

Crafinta currently uses social media Instagram, WhatsApp, and email. The use of three social media is less effective, because Crafinta always explains the product to buyers, besides that Crafinta only wants to use one media in running its business. The solution to overcome the problem is to design the UI/UX of the Crafinta website using the Human-Centered Design method. The research aims to explain the results of the UI/UX design of the Crafinta website which is attractive, efficient, and easy for users to understand, as well as to explain the evaluation results of the website design. The results of the research are high-fidelity prototypes for customers and sellers. Prototype evaluation uses the UEQ questionnaire to measure six aspects and carries out two evaluations for each party, the first evaluation is an evaluation of the prototype and the second evaluation is an evaluation of improvements to the prototype. The results of the evaluation of customer prototype improvements, five aspects resulted in excellent scores, and the novelty aspect resulted in good scores, explaining that all aspects produced positive evaluation scores (>0.8). The results of the evaluation of improvements to the seller's prototype, six aspects resulted in excellent and positive evaluation scores (>0.8).

Keywords: *crafts, human-centered design (HCD), user experience, user interface design, website*

1. PENDAHULUAN

Saat ini banyak masyarakat membuka UMKM dengan berbagai macam alasan. Terdapat beberapa bidang usaha yang dapat dijalankan oleh masyarakat, yaitu bidang kuliner, *drop shipper*, kecantikan, kerajinan tangan, dan lain-lain. Usaha yang akan dibahas

yaitu usaha di bidang kerajinan tangan dan salah satu usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan adalah Crafinta. Crafinta menawarkan pembuatan produk *frame pop up* 3D dan mahar pernikahan.

Crafinta saat ini masih menggunakan media sosial Instagram, WhatsApp, dan email sebagai media transaksi jual beli antara pihak penjual

dan pihak pembeli. Instagram digunakan sebagai media pemasaran untuk menampilkan berbagai macam bentuk produk yang dapat dikerjakan oleh Crafinta, WhatsApp digunakan sebagai media untuk pembeli bertanya tentang produk hingga melakukan pemesanan produk, dan email digunakan sebagai media untuk pembeli mengirim foto dengan resolusi yang bagus agar foto tidak pecah saat digunakan di produk. Penggunaan tiga media sosial dirasa kurang efisien, karena dalam menjalankan Crafinta, penjual selalu menjelaskan kembali produk yang ditanyakan oleh pembeli melalui WhatsApp, meskipun produk telah dijelaskan di Instagram. Selain alasan tersebut, Crafinta ingin mengembangkan usaha lebih luas lagi dan hanya ingin menggunakan satu media sebagai pusat dalam menjalankan usaha, seperti mempromosikan bisnis lebih luas ke khalayak umum, menjadi tempat untuk melakukan transaksi pemesanan hingga pembayaran.

Website merupakan media pemasaran yang dapat digunakan untuk menjalankan bisnis, sebab *website* dapat menjangkau pelanggan lebih luas dan mampu memberikan informasi terkait bisnis menjadi lebih mudah ke pelanggan. *Website* dapat menampilkan informasi lebih lengkap, sehingga pelanggan dapat mengetahui jasa atau produk yang dipromosikan oleh bisnis tersebut. *Website* juga membuat bisnis menjadi lebih terpercaya, bisnis dapat menjangkau pasar lebih luas, serta mengelola bisnis menjadi lebih mudah dan efisien dengan menggunakan *website*. Perancangan untuk *website* Crafinta nantinya akan berfokus kepada mempromosikan produk yang dapat dibuat oleh Crafinta, terdapat tempat untuk melakukan komunikasi antara pembeli dengan Crafinta, tempat untuk menjelaskan prosedur atau tata cara di Crafinta dan terdapat tempat untuk melakukan transaksi jual beli produk.

Penelitian ini menggunakan metode *Human Centered Design* (HCD). Pemilihan metode HCD digunakan karena proses pembuatan sebuah desain berpusat pada manusia, sehingga perlu untuk mengetahui perspektif, tantangan, dan kebutuhan dari pengguna. Peneliti terlibat langsung dengan pengguna untuk mengetahui informasi lebih lengkap dari pengguna.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, solusi yang ditawarkan yaitu melakukan perancangan UI/UX atau membuat desain berbasis *website* untuk Crafinta dengan menggunakan metode HCD. Rancangan UI/UX yang dibuat harus efisien, menarik, dan mudah

dipahami. Tujuan dari penelitian yaitu untuk menjelaskan hasil perancangan UI/UX *website* kerajinan tangan Crafinta yang menarik, efisien, dan mudah dipahami oleh pengguna dengan menggunakan metode HCD, serta menjelaskan hasil evaluasi dari desain *website* Crafinta apabila rancangan sudah jadi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar desain untuk *website* Crafinta.

2. LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1. Profil Crafinta

Crafinta bergerak di bidang kerajinan tangan. Crafinta didirikan pada bulan April 2015 oleh Intan Permatasari. Nama Crafinta berasal dari kata *craft* atau kerajinan dan nama Intan, sehingga arti keseluruhan dari Crafinta yaitu kerajinan yang dibuat oleh Intan. Crafinta menyediakan jasa pembuatan kerajinan tangan untuk produk *frame pop up* 3D dan mahar pernikahan.

2.2. Perancangan Antarmuka Pengguna

Proses untuk membuat tampilan yang menghubungkan antara sistem dengan pengguna. Desain *interface* yang dibuat harus sesuai dengan kebutuhan pengguna dan sering kali pengguna akan menilai desain dan fungsinya. Menurut Ruiz dan Serral (2020) perancangan antarmuka dapat digunakan untuk meningkatkan *usability* dan pengalaman pengguna. Terdapat *three golden rules* atau tiga aturan emas (Theo Mandel, 97) yaitu.

1. *Place users in control* atau tempatkan pengguna sebagai kendali.
2. *Reduce users memory load* atau kurangi beban memori pengguna.
3. *Make the interface consistent* atau membuat antarmuka bersifat konsisten.

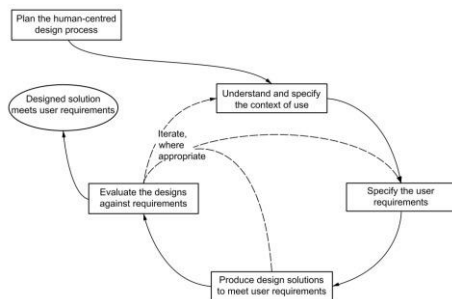
2.3. User Experience (UX)

User experience berfokus pada pengalaman pengguna saat menggunakan sistem dan tingkat kepuasan saat melihat dan berinteraksi dengan sistem. Menurut ISO 9241-210 (2009), UX adalah suatu pandangan serta respons atau tanggapan dari para pengguna setelah menggunakan produk dan sistem. Menurut Sharp et al. (2019), UX dibagi menjadi dua model, yaitu *pragmatic* dan *hedonic*. *Pragmatic* dilihat dari kesederhanaan sistem, praktis, dan jelas bagi pengguna, sedangkan *hedonic* yaitu dilihat dari seberapa memotivasi pengguna

dalam berinteraksi dengan sistem.

2.4. Human-Centered Design (HCD)

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan perancangan. HCD berfokus kepada proses atau kegiatan yang dilakukan oleh pengguna kepada sistem. Menurut ISO 9241-210, 2010 terdapat lima tahapan dalam HCD. HCD dapat digambarkan melalui gambar 1.



Gambar 1. HCD

1. *Plan the human centered design process* atau merencanakan proses desain yang berpusat pada manusia.
2. *Understand and specify the context of use* atau memahami dan menentukan konteks pengguna. Melakukan identifikasi pengguna dan menentukan konteks penggunaan dari pengguna.
3. *Specify the user requirements* atau menentukan persyaratan pengguna.
4. *Produce design solutions to meet user requirements* atau membuat solusi desain. Solusi desain yang dibuat harus memenuhi kebutuhan pengguna dan harus konkrit dengan menggunakan *prototype* atau *mock up*.
5. *Evaluate the designs against requirements* atau evaluasi desain. Evaluasi desain perlu dilakukan agar dapat mengetahui desain telah memenuhi tujuan dari penelitian atau tidak, serta telah sesuai dengan kebutuhan pengguna atau belum. Peneliti kemudian akan mendapatkan umpan balik.

2.5. User Experience Questionnaire (UEQ)

UEQ digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna saat menjalankan hasil desain atau rancangan. Terdapat enam skala dalam UEQ, 26 pertanyaan dengan penilaian terdiri dari angka satu hingga tujuh. Enam skala yaitu daya tarik (*attractiveness*), efisiensi

(*efficiency*), kejelasan (*perspicuity*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), dan kebaruan (*novelty*).

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	○	○	○	○	○	○	○	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	○	○	○	○	○	○	○	dapat dipahami	2
kreatif	○	○	○	○	○	○	○	monoton	3
mudah dipelajari	○	○	○	○	○	○	○	sulit dipelajari	4
bermanfaat	○	○	○	○	○	○	○	kurang bermanfaat	5
membosankan	○	○	○	○	○	○	○	mengasyikkan	6
tidak menarik	○	○	○	○	○	○	○	menarik	7
tak dapat diprediksi	○	○	○	○	○	○	○	dapat diprediksi	8
cepat	○	○	○	○	○	○	○	lambat	9
berdaya cipta	○	○	○	○	○	○	○	konvensional	10
menghalangi	○	○	○	○	○	○	○	mendukung	11
baik	○	○	○	○	○	○	○	buruk	12
rumit	○	○	○	○	○	○	○	sederhana	13
tidak disukai	○	○	○	○	○	○	○	menggembirakan	14
lazim	○	○	○	○	○	○	○	terdepan	15
tidak nyaman	○	○	○	○	○	○	○	nyaman	16
aman	○	○	○	○	○	○	○	tidak aman	17
memotivasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	○	○	○	○	○	○	○	efisien	20
jelas	○	○	○	○	○	○	○	membingungkan	21
tidak praktis	○	○	○	○	○	○	○	praktis	22
terorganisasi	○	○	○	○	○	○	○	berantakan	23
atraktif	○	○	○	○	○	○	○	tidak atraktif	24
ramah pengguna	○	○	○	○	○	○	○	tidak ramah pengguna	25
konservatif	○	○	○	○	○	○	○	inovatif	26

Gambar 2. Daftar Pertanyaan Kuesioner UEQ

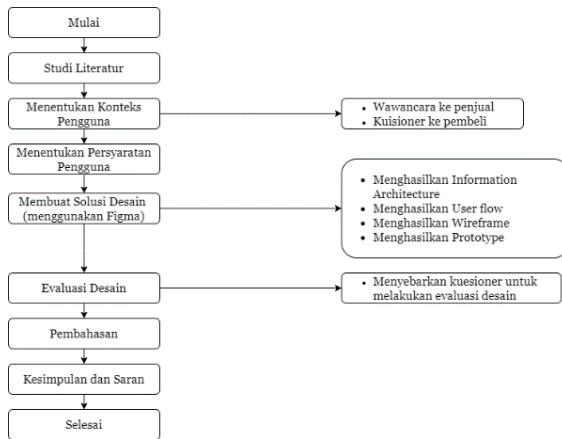
Setelah mendapatkan hasil atau data dari penyebaran kuesioner, maka data tersebut dapat diolah dengan menggunakan *UEQ analysis tool*. Agar dapat mengetahui arti hasil nilai dari setiap skala yang telah didapatkan sebelumnya dengan menggunakan UEQ, perlu membandingkan hasil nilai dari setiap skala yang didapat dengan *benchmark* UEQ. Tabel *benchmark* UEQ akan dijabarkan di tabel 1.

Tabel 1. *Benchmark* UEQ

	Attractiveness (Daya Tarik)	Efficiency (Efisiensi)	Perspicuity (Kejelasan)	Dependability (Ketepatan)	Stimulation (Stimulasi)	Novelty (Kebaruan)
Excellent	Nilai ≥ 1.75	Nilai ≥ 1.9	Nilai ≥ 1.78	Nilai ≥ 1.65	Nilai ≥ 1.55	Nilai ≥ 1.4
Good	Nilai ≥ 1.52 Nilai < 1.75	Nilai ≥ 1.56 Nilai < 1.9	Nilai ≥ 1.47 Nilai < 1.78	Nilai ≥ 1.48 Nilai < 1.65	Nilai ≥ 1.31 Nilai < 1.55	Nilai ≥ 1.05 Nilai < 1.4
Above Average	Nilai ≥ 1.17 Nilai < 1.52	Nilai ≥ 1.08 Nilai < 1.56	Nilai ≥ 0.98 Nilai < 1.47	Nilai ≥ 1.14 Nilai < 1.48	Nilai ≥ 0.99 Nilai < 1.31	Nilai ≥ 0.71 Nilai < 1.05
Below Average	Nilai ≥ 0.7 Nilai < 1.17	Nilai ≥ 0.64 Nilai < 1.08	Nilai ≥ 0.54 Nilai < 0.98	Nilai ≥ 0.78 Nilai < 1.15	Nilai ≥ 0.5 Nilai < 0.99	Nilai ≥ 0.3 Nilai < 0.71
Bad	Nilai < 0.7	Nilai < 0.64	Nilai < 0.54	Nilai < 0.78	Nilai < 0.5	Nilai < 0.3

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode HCD dari ISO 9241-210 (2010). Peneliti menjalankan lima tahapan atau langkah dalam melakukan penelitian ini. Tahapan penelitian akan dijelaskan di gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Penelitian

Tahap pertama yaitu studi literatur agar dapat mendukung permasalahan yang diangkat, serta mencari referensi tentang teori yang berhubungan dengan penelitian. Tahap kedua yaitu menentukan konteks pengguna, dengan melakukan identifikasi dari pihak penjual (Crafinta) dan pembeli. Pada tahap ini, peneliti menggunakan teknik wawancara atau tanya jawab ke pihak Crafinta dan melakukan penyebaran kuisisioner menggunakan Google Form ke pihak pembeli.

Tahap ketiga yaitu menentukan persyaratan pengguna dengan membuat daftar kebutuhan yang diperlukan oleh pengguna untuk *website*, membuat *user persona*, identifikasi lingkungan sistem, melakukan identifikasi tujuan dan tugas dari pengguna, serta melakukan analisis *website* sejenis. Tahap keempat yaitu membuat solusi desain berupa rancangan UI/UX berbasis *website* berdasarkan informasi yang telah didapatkan sebelumnya dan menentukan pihak yang terlibat di dalamnya. Peneliti menggunakan alat bantu Figma dan Draw.io untuk membantu dalam pembuatan rancangan. Pada tahap membuat solusi desain, peneliti membuat *information architecture* (IA), *user flow*, *wireframe*, dan *high-fidelity prototype*.

Tahap kelima yaitu melakukan evaluasi desain setelah solusi desain telah selesai dikerjakan. Evaluasi atau pengujian perlu dilakukan agar peneliti mendapatkan umpan balik atau tanggapan terkait perancangan UI/UX yang telah dibuat setelah melakukan uji coba *prototype*. Agar mendapatkan umpan balik, dilakukan penyebaran kuisisioner UEQ menggunakan Google Form.

4. KEBUTUHAN

4.1. Menentukan Konteks Pengguna

Tahap pertama dalam metode HCD. Peneliti melakukan wawancara atau tanya jawab kepada penjual serta membagikan kuisisioner kepada pembeli agar dapat mengidentifikasi calon pengguna untuk *website* yang akan dirancang. Deskripsi dari pengguna akan digambarkan di tabel 2.

Tabel 2. Deskripsi Pengguna

No	Pengguna	Deskripsi
1	Penjual	Pemilik Crafinta yang menjual produk.
2	Pembeli (<i>Customer</i>)	Sekumpulan orang yang telah melakukan pemesanan atau pembelian produk di Crafinta.

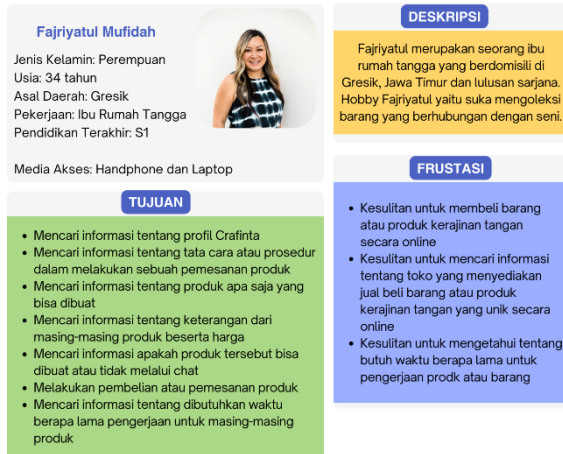
4.2. Menentukan Persyaratan Pengguna

Membuat daftar kebutuhan untuk *website*, *user persona*, identifikasi lingkungan sistem, identifikasi tujuan dan tugas dari pengguna, identifikasi lingkungan sistem, serta melakukan analisis *website* sejenis yang bergerak di bidang kerajinan tangan. Berdasarkan hasil dari wawancara atau tanya jawab dan penyebaran kuisisioner, dapat menghasilkan daftar kebutuhan untuk *website* yang akan digambarkan di tabel 3.

Tabel 3. Daftar Kebutuhan Untuk *Website*

No	Pengguna
1	Terdapat tata cara atau prosedur di Crafinta.
2	Terdapat informasi tentang produk yang dapat dibuat oleh Crafinta.
3	Terdapat halaman deskripsi untuk masing-masing produk beserta harga dan masa pengerjaan produk.
4	Terdapat tempat untuk kirim pesan ke Crafinta.
5	Terdapat notifikasi yang akan diterima oleh pengguna.
6	Terdapat <i>form</i> untuk pemesanan hingga pembayaran.
7	Terdapat deskripsi tentang Crafinta.
8	Terdapat kontak Crafinta yang dapat dihubungi.

Langkah kedua yaitu membuat *user persona*. *User persona* merupakan perwakilan dari pihak yang terlibat dan menjelaskan identitas pengguna, deskripsi pengguna, frustrasi, dan tujuan. Berikut ini merupakan gambar *user persona customer* dan penjual.



Gambar 4. User Persona Customer



Gambar 5. User Persona Penjual

Langkah ketiga yaitu melakukan identifikasi tujuan dan tugas dari pengguna. Langkah keempat yaitu melakukan identifikasi lingkungan sistem yang terdiri dari *hardware*, *software*, dan kebutuhan lainnya. Hasil identifikasi lingkungan sistem akan digambarkan di tabel 4.

Tabel 4. Identifikasi Lingkungan Sistem

No	Lingkungan Sistem	Deskripsi
1	Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	Dapat dijalankan pada perangkat laptop yang mendukung aplikasi browser.
2	Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	Dapat dijalankan melalui aplikasi browser.
3	Kebutuhan Lainnya	Membutuhkan koneksi internet untuk menjalankan sistem.

Langkah kelima yaitu melakukan analisis *website* sejenis yang menjalankan usaha di bidang kerajinan tangan. *Website* pertama yaitu Floweriablossom. *Website* ini bertujuan untuk memperkenalkan berbagai macam produk buket bunga yang dapat dibuat oleh Floweriablossom. *Website* ini menampilkan beragam produk yang

dapat dibuat, informasi tentang Floweriablossom, nomor kontak, dan alamat.

Website kedua yaitu Kadoplus. *Website* ini bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dapat dibuat Kadoplus dan memudahkan customer untuk melakukan pesan produk melalui *website*. *Customer* dapat melakukan pesan produk tanpa memiliki akun, sehingga dapat melakukan pesan produk dengan menaruh produk yang ingin dipesan ke keranjang, kemudian *checkout* dengan mengisi form pesan produk dan memilih metode pembayaran. Selain itu, *website* Kadoplus terdapat blog, contoh pembahasan salah satu blog yaitu membahas terkait jenis bunga yang cocok untuk ulang tahun dan ide kado wisuda.

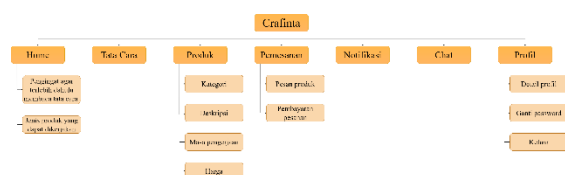
Dari kedua *website* yang menjalankan usaha di bidang kerajinan tangan, terdapat perbedaan dengan *website* Crafinta. Perbedaan tersebut yaitu *website* Crafinta dapat memperkenalkan dan menampilkan produk yang dapat dibuat oleh Crafinta, memberikan informasi kepada customer terkait Crafinta, produk yang dapat dibuat Crafinta, dan tata cara di Crafinta, serta memudahkan *customer* untuk melakukan tanya jawab hingga pesan produk di Crafinta. Pada *website* Crafinta, *customer* perlu mempunyai akun agar dapat memudahkan interaksi dengan pihak Crafinta.

5. HASIL PERANCANGAN

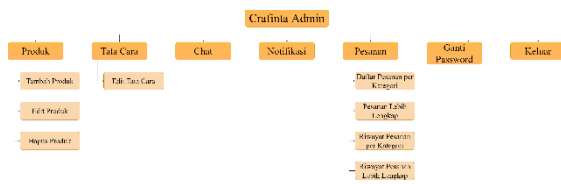
Bab ini berisikan tahapan dalam membuat solusi desain, tahapan tersebut terdiri dari pembuatan *information architecture*, *user flow*, *wireframe* untuk pembeli (*customer*) dan penjual, dan *high-fidelity prototype* untuk pembeli (*customer*) dan penjual.

5.1. Information Architecture (IA)

Information architecture merupakan diagram yang menjelaskan kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengguna. *Information architecture* dibagi menjadi 2 bagian, yaitu pembeli (*customer*) dan penjual (Crafinta). Berikut gambar *information architecture* untuk pembeli (*customer*) dan untuk penjual (Crafinta).



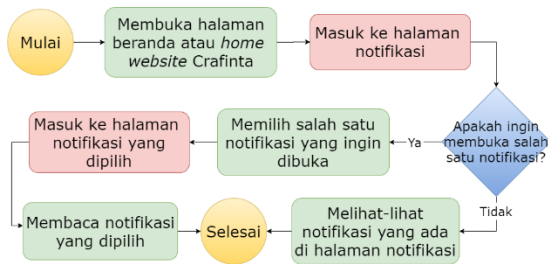
Gambar 6. Information Architecture (IA) Customer



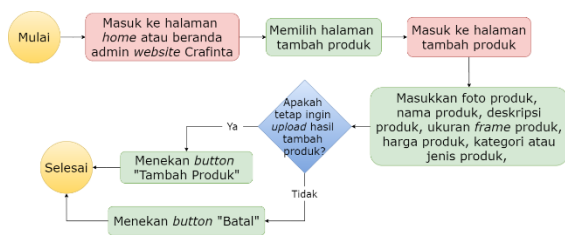
Gambar 7. Information Architecture (IA) Penjual

5.2. User Flow

User flow terdiri dari proses atau aktivitas yang nantinya akan dijalankan pengguna. User flow dibagi menjadi dua, yaitu user flow customer dan penjual, kemudian user flow customer dan penjual dibagi lagi menjadi dua bagian, yaitu user flow as is dan user flow to be. User flow as is menjelaskan proses yang sedang dijalankan pengguna sebelum mendapat bantuan dari website, sedangkan user flow to be menjelaskan proses yang nantinya akan dijalankan pengguna setelah mendapat bantuan dari website. Berikut gambar user flow to be customer dan user flow to be penjual.



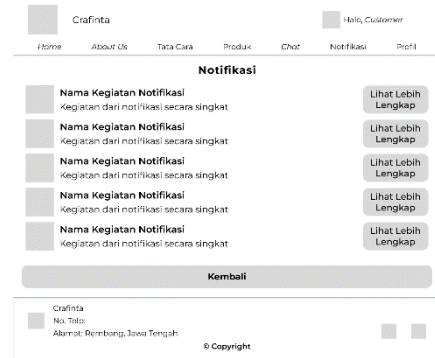
Gambar 8. User Flow To Be Customer Melihat Notifikasi



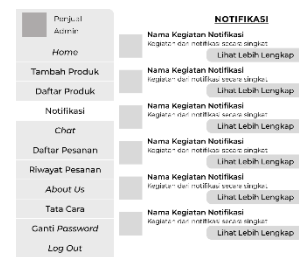
Gambar 9. User Flow To Be Penjual Tambah Produk

5.3. Wireframe

Wireframe merupakan tahap pertama dalam perancangan solusi desain. Tujuan pembuatan wireframe yaitu agar memudahkan penyusunan sebuah konten di setiap halaman. Wireframe merupakan gambaran kasar dari setiap halaman yang ada di dalam website. Wireframe dibagi menjadi dua pihak, yaitu wireframe pembeli (customer) dan penjual (Crafinta). Berikut gambar wireframe masing-masing pihak.



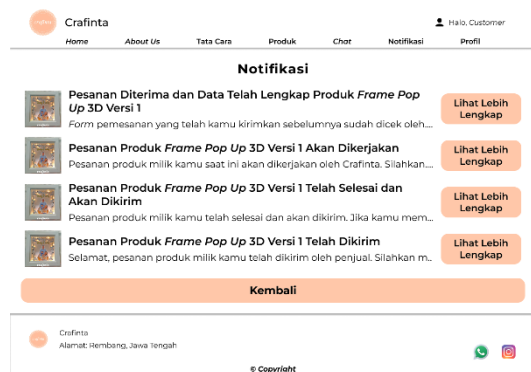
Gambar 10. Wireframe Customer Notifikasi



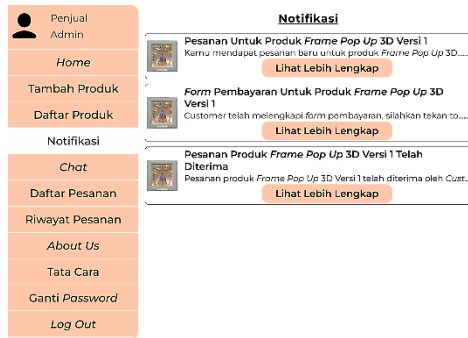
Gambar 11. Wireframe Penjual Notifikasi

5.4. High-Fidelity Prototype

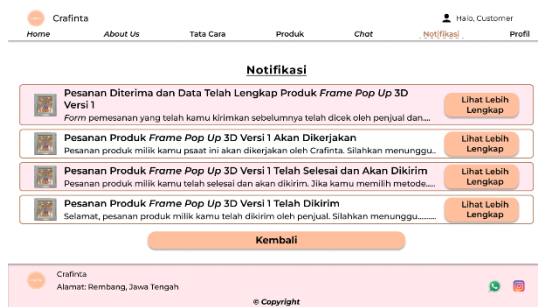
High-fidelity prototype merupakan desain yang dapat dijalankan dari setiap halaman yang ada di dalam website, desain tersebut telah memiliki warna, elemen, dan tampilan yang detail. High-fidelity prototype memiliki fungsi yang mirip dengan produk website yang akan dibuat. Dibagi menjadi dua, high-fidelity prototype customer dan penjual (Crafinta). Berikut gambar untuk high-fidelity prototype customer dan high-fidelity prototype penjual (Crafinta).



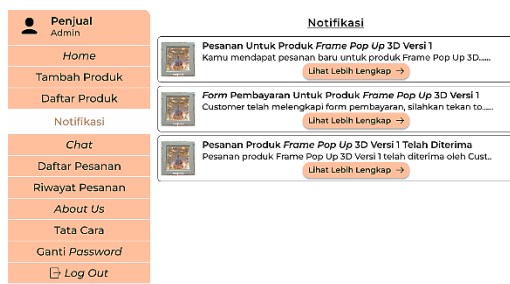
Gambar 12. High-Fidelity Prototype Customer Notifikasi



Gambar 13. High-Fidelity Prototype Penjual Notifikasi



Gambar 14. Perbaikan High-Fidelity Prototype Customer Notifikasi



Gambar 15. Perbaikan High-Fidelity Prototype Home Penjual

6. EVALUASI DESAIN

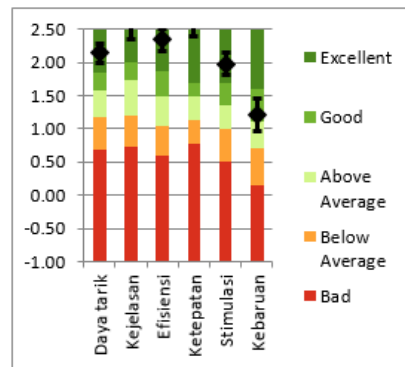
Peneliti melakukan evaluasi desain website Crafinta untuk customer dan penjual. Evaluasi desain website Crafinta customer (pembeli), menyebarkan kuesioner UEQ (user experience questionnaire) dan meminta saran terkait desain website melalui Google Form kepada 36 responden. Evaluasi desain website Crafinta penjual, menyebarkan UEQ (user experience questionnaire) dan meminta saran terkait desain website melalui Google Form kepada satu responden, yaitu penjual (pemilik Crafinta). Kuesioner UEQ (user experience questionnaire) yang disebar memiliki 26 pertanyaan.

Langkah selanjutnya setelah mendapatkan data yaitu melakukan olah data dengan menggunakan UEQ data analysis tool.

Melakukan dua kali evaluasi terhadap prototype website Crafinta customer dan penjual (Crafinta). Evaluasi pertama yaitu evaluasi terhadap prototype website, sedangkan evaluasi kedua yaitu evaluasi terhadap perbaikan prototype website setelah mendapat beberapa saran atau masukan dari evaluasi pertama.

Tabel 5. Hasil Aspek Skala UEQ pada Perbaikan Prototype Website Crafinta Customer

	Nilai	Aspek UX	Nilai Rata-Rata UEQ
Daya Tarik (Attractiveness)	2.14	Daya Tarik (Attractiveness)	2.139
Kualitas Pragmatis (Pragmatic Quality)	2.46	Efisiensi (Efficiency)	2.340
		Kejelasan (Perspicuity)	2.535
		Ketepatan (Dependability)	2.507
Kualitas Hedonis (Hedonic Quality)	1.59	Stimulasi (Stimulation)	1.979
		Kebaruan (Novelty)	1.201

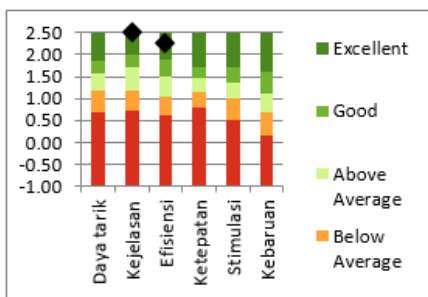


Gambar 16. Hasil Perbandingan dengan Skala Benchmark pada Perbaikan Prototype Website Crafinta Customer

Berdasarkan hasil evaluasi dari perbaikan prototype customer, dapat dijabarkan hasil aspek skala UEQ dalam bentuk tabel 5. Hasil keseluruhan dari tabel 5 dapat dijabarkan bahwa pada enam aspek menghasilkan nilai evaluasi positif, karena nilai lebih dari 0.8 (>0.8). Berdasarkan hasil Skala Benchmark terhadap pengujian perbaikan prototype website Crafinta customer, hasil dari lima aspek yaitu excellent, sedangkan hasil dari aspek kebaruan yaitu good.

Tabel 6. Hasil Aspek Skala UEQ pada Perbaikan *Prototype Website* Crafinta Penjual

	Nilai	Aspek UX	Nilai Rata-Rata UEQ
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	2.83	Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	2.833
		Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	2.250
Kualitas Pragmatis (<i>Pragmatic Quality</i>)	2.50	Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	2.500
		Ketepatan (<i>Dependability</i>)	2.750
Kualitas Hedonis (<i>Hedonic Quality</i>)	2.88	Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	3.000
		Kebaruan (<i>Novelty</i>)	2.750



Gambar 17. Hasil Perbandingan dengan Skala *Benchmark* pada Perbaikan *Prototype Website* Crafinta Penjual

Berdasarkan hasil evaluasi dari perbaikan *prototype* penjual, dapat dijabarkan hasil aspek skala UEQ dalam bentuk tabel 6. Hasil keseluruhan dari tabel 6 dapat dijabarkan bahwa pada enam aspek menghasilkan nilai evaluasi positif, karena nilai lebih dari 0.8 (>0.8). Berdasarkan hasil Skala *Benchmark* terhadap pengujian perbaikan *prototype website* Crafinta penjual, hasil dari enam aspek yaitu *excellent*.

7. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan. Kesimpulan pertama yaitu pada tahap menentukan konteks, melakukan tanya jawab atau wawancara ke pihak Crafinta dan melakukan penyebaran kuesioner ke pihak pembeli. Peneliti membuat *information architecture* (IA), *user flow*, *wireframe*, dan *high-fidelity prototype* pada tahap pembuatan desain. Hasil akhir dari penelitian adalah *high-fidelity prototype* untuk pihak *customer* (pembeli) dan pihak Crafinta yang telah memiliki warna, *font*, elemen yang dibutuhkan,

dan desain dapat dijalankan. Hasil dari *high-fidelity prototype* yaitu desain dapat diprediksi oleh pengguna, memenuhi ekspektasi, efisien, mudah dipelajari, memotivasi pengguna untuk terus menggunakan *website*, dan bermanfaat bagi pengguna.

Kesimpulan kedua yaitu peneliti melakukan dua kali evaluasi desain, evaluasi terhadap *prototype* dan evaluasi terhadap perbaikan *prototype* setelah mendapatkan saran dari masing-masing pihak. Pada tahap evaluasi, peneliti melakukan penyebaran kuesioner melalui Google Form dan terdapat saran terkait desain. Jumlah responden untuk melakukan evaluasi perbaikan *prototype website* Crafinta *customer* yaitu 36 responden, sedangkan evaluasi perbaikan *prototype website* Crafinta penjual berjumlah satu responden. Hasil keseluruhan dari evaluasi perbaikan *prototype website customer* menunjukkan bahwa desain yang dibuat sudah baik, karena lima aspek menghasilkan nilai *excellent*, sedangkan satu aspek (kebaruan) menghasilkan nilai *good*, semua aspek menghasilkan nilai evaluasi positif (>0.8). Hasil keseluruhan dari evaluasi perbaikan *prototype website* penjual menunjukkan bahwa desain yang dibuat sudah baik, karena enam aspek menghasilkan nilai *excellent*, semua aspek menghasilkan nilai evaluasi positif (>0.8).

Terdapat dua saran dari penelitian ini. Saran pertama yaitu diharapkan dapat menjadi dasar desain untuk penelitian selanjutnya. Saran kedua yaitu tampilan *prototype* masih dalam bentuk desktop, belum *responsive* ke dalam bentuk *mobile*.

8. DAFTAR PUSTAKA

Andika Candra, M.A. and Arthalita, I., 2021. Sistem Informasi berprestasi berbasis web Pada SMP negeri 7 Kota Metro. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komputer*, [online] 2(1), pp.175–189. Available at: <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/IlmuKomputer/article/download/1238/544> [Accessed 20 March 2024].

Chesarani, N.Y., 2015. Perancangan Interaksi dan Antarmuka Situs Perusahaan Clothing Dengan Menggunakan User-Centered Design (Studi Kasus: Venus Ve Clothing Line). [thesis] Available at: <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/146385> [Accessed 18 March 2024].

Handayani, V., 2021. [thesis] Analisis dan

- Perancangan UI/UX Aplikasi E-Learning Berbasis Gamifikasi Dengan Design Science Research Methodology (Studi Kasus : MIN 4 Jakarta). Available at: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56754>; [Accessed 17 March 2024].
- Hartzani, A.G., 2021. Evaluasi User Experience Pada Dompot Digital OVO Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ(+). [thesis] Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah, pp.1–92. Available at: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57729>; [Accessed 22 March 2024].
- Hinderks, A., Schrepp, M. and Thomaschewski, J., 2023. User experience questionnaire. [online] User Experience Questionnaire (UEQ). Available at: <https://www.ueq-online.org/>; [Accessed 22 March 2024].
- Juniawan, F.P., Sylfania, D.Y., Putra, R.R. and Henderi, 2022. Yobagi's User Experience Evaluation Using User Experience Questionnaire. 2022 Seventh International Conference on Informatics and Computing (ICIC), [online] pp.1–4. Available at: <https://ieeexplore.ieee.org/document/10006968>; [Accessed 28 March 2024].
- Wibisono, G. and Susanto, W.E., 2015. Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. Jurnal Evolusi, [online] 3(2), pp.64–69. Available at: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/evolusi/article/download/630/521>; [Accessed 17 March 2024].