

**PEMESANAN ALAT PREPARASI TAMBANG
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*
(STUDI KASUS: PT. PASBENT INDONESIA)**

TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Program Strata 1,
Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung

Oleh:

Gilang Ramadhan

nrp. 21.304.0004



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
JULI 2026**

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Sarjana Program Studi Teknik Informatika
Universitas Pasundan Bandung, pada hari dan tanggal sidang sesuai berita acara sidang, tugas akhir dari:

Nama : Gilang Ramadhan
Npm : 213040004

Dengan judul:

**“RANCANGAN PENGEMBANGAN *UI/UX WEBSITE* PEMESANAN ALAT PREPARASI
TAMBANG MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING* (STUDI KASUS: PT.
PASBENT INDONESIA)”**

Bandung, 29 Juli 2026

Menyetujui,
Pembimbing Utama



(Erik, S.T., M.Kom.)

**LEMBAR PERNYATAAN
KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Tugas akhir ini adalah benar-benar asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Pasundan Bandung maupun di Perguruan Tinggi lainnya
2. Tugas akhir ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim Dosen Pembimbing
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu dalam penulisan laporan Tugas Akhir yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dalam sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah, serta disebutkan dalam Daftar Pustaka pada tugas akhir ini
4. Kakas, perangkat lunak, dan alat bantu kerja lainnya yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya, bukan tanggung jawab Universitas Pasundan Bandung

Bandung, 29 Juli 2026
Yang membuat pernyataan



(Gilang Ramadhan)
NRP. 21.304.0004

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Rancangan Pengembangan UI/UX Website Pemesanan Alat Preparasi Tambang Menggunakan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus: PT. Pasbent Indonesia)”.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan kepada:

1. Orang tua dan seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan moral, semangat, dan doa yang tiada henti selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Erik, S.T., M.Kom. selaku dosen pembimbing utama, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti bagi penulis.
3. Koordinator Tugas Akhir, Ketua Kelompok Keilmuan, serta seluruh dosen dan staf di Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
4. Pihak-pihak lain yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Rekan-rekan seperjuangan di Universitas Pasundan yang telah memberikan semangat dan kebersamaan selama proses studi hingga tugas akhir ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang teknologi informasi.

Bandung, 29 Juli 2026



(Gilang Ramadhan)
NRP. 21.304.0004

ABSTRAK

PT. Pasbent Indonesia merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang produksi alat preparasi tambang. Saat ini, media informasi profil dan produk yang dimiliki perusahaan masih bersifat statis, serta proses bisnis pemesanan masih berjalan secara konvensional melalui WhatsApp dan email. Hal ini memicu permasalahan seperti spesifikasi informasi produk yang belum lengkap, komunikasi yang tidak efisien, serta tidak terstrukturanya dokumentasi data pesanan calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang pengembangan antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) pada *website* pemesanan agar dapat menyediakan alur transaksi yang terstruktur serta menyajikan rincian spesifikasi produk secara jelas.

Metode yang digunakan dalam pengerjaan penelitian ini adalah *Design Thinking* yang mencakup tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Perancangan rancangan ini menghasilkan sebuah high-fidelity prototype berbasis web yang dibangun menggunakan kakas *Figma*. Sistem yang dikembangkan mengintegrasikan fungsionalitas katalog produk terklasifikasi, formulir pemesanan produk secara daring, fitur pemantauan status pesanan bagi pelanggan, serta dashboard pengelolaan data bagi admin. Evaluasi kegunaan sistem dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *System Usability Scale* (SUS) kepada enam responden pengguna. Hasil pengujian menghasilkan nilai rata-rata skor SUS sebesar 80, yang mengindikasikan bahwa rancangan aplikasi penelitian ini masuk ke dalam kategori "bagus" (*good*) serta dinilai berhasil menjawab kebutuhan operasional pengguna.

Kata kunci: *UI/UX, Design Thinking, Alat Preparasi Tambang, Prototype, System Usability Scale (SUS)*

ABSTRACT

PT. Pasbent Indonesia is a manufacturing company specialized in producing mining preparation tools. Currently, the company's information media remains static, and its order transactions are executed through conventional channels via WhatsApp and email. This condition leads to several issues, such as less detailed product specifications, inefficient communication, and unstructured documentation of customer order data. This study aims to design the user interface (UI) and user experience (UX) development of an ordering website to establish a structured transaction flow and present clear product technical descriptions.

The framework applied in this study is the Design Thinking method, which consists of empathize, define, ideate, prototype, and test stages. The system development delivers a web-based high-fidelity prototype designed using Figma. The resulting design integrates a classified product catalog, an online ordering form, real-time order status tracking for customers, and a data management dashboard for admins. Usability evaluation was conducted by distributing the System Usability Scale (SUS) questionnaire to five user respondents. The testing yielded an average score of 80, indicating that the interface design of this research application falls into the "good" category and successfully accommodates the users' operational needs.

Keywords: UI/UX, *Design Thinking*, *Mining Preparation Tools*, *Prototype*, *System Usability Scale* (SUS)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1-1
1.1. Latar Belakang	1-1
1.2. Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3. Tujuan Tugas Akhir.....	1-2
1.4. Lingkup Tugas Akhir	1-2
1.5. Metodologi Penelitian	1-3
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	1-6
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU	2-1
2.1. Teori Pendukung	2-1
2.1.1 Perancangan	2-1
2.1.2 Pengembangan <i>User Interface (UI) & User Experience (UX)</i>	2-1
2.1.3 Pemesanan.....	2-2
2.1.4 Penjualan	2-2
2.1.5 Alat Preparasi Tambang	2-2
2.1.6 <i>Website</i>	2-2
2.1.7 Design Thinking.....	2-2
2.1.8 <i>Tools</i> Yang Digunakan	2-6
2.2 Penelitian Terdahulu.....	2-8
BAB 3 SKEMA PENELITIAN	3-1
3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir	3-1
3.2 Perumusan Masalah.....	3-3
3.2.1 Analisis Sebab Akibat.....	3-3
3.2.2 Solusi Masalah	3-4
3.3 Profil Perusahaan.....	3-5
3.3.2 Profil Objek Penelitian	3-5
3.3.3 Profil Tempat Penelitian	3-6
3.3.4 Visi PT. Pasbent Indonesia	3-6
3.3.5 Misi PT. Pasbent Indonesia	3-6

3.3.5 Struktur Organisasi.....	3-7
BAB 4 ANALISIS DAN PERANCANGAN	4-1
4.1 Analisis Kebutuhan	4-1
4.1.1 Analisis <i>Website</i> Sebelumnya	4-1
4.1.2 Identifikasi Permasalahan <i>Website</i> Sebelumnya.....	4-3
4.2 Analisis Menggunakan <i>Design Thinking</i>	4-4
4.2.1 <i>Empathize</i>	4-4
4.2.2 <i>Define</i>	4-9
4.2.3 <i>Ideate</i>	4-15
BAB 5 PROTOTYPE DAN TESTING.....	5-33
5.1 Tahap <i>Prototype</i>	5-33
5.1.1 <i>Low Fidelity</i>	5-33
5.1.2 <i>High Fidelity</i>	5-39
5.2 Tahap Test	5-48
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-1
DAFTAR PUSTAKA.....	I
LAMPIRAN	IV

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	2-8
Tabel 3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir.....	3-1
Tabel 3.2 Penjelasan Analisis Sebab Akibat	3-3
Tabel 3.3 Penjelasan Solusi Masalah.....	3-4
Tabel 4.1 permasalahan pada tampilan halaman produk	4-3
Tabel 4.2 permasalahan pada tampilan halaman beranda.....	4-3
Tabel 4.3 permasalahan pada tampilan halaman kontak form pemesanan	4-3
Tabel 4.4 permasalahan umum pada pengalaman pengguna	4-3
Tabel 4.5 Responden.....	4-4
Tabel 4.6 Pertanyaan Admin.....	4-5
Tabel 4.7 Pertanyaan Pelanggan	4-5
Tabel 4.8 Hasil Wawancara	4-6
Tabel 4.9 Kesimpulan hasil wawancara dengan pelanggan	4-7
Tabel 4.10 User journey map pelanggan	4-11
Tabel 4.11 users journey maps admin.....	4-12
Tabel 4.12 User Requirement	4-14
Tabel 4.13 Funtional Requirement	4-14
Tabel 4.14 Non-Functional Requirement.....	4-15
Tabel 4.15 Aktor Use Case	4-17
Tabel 4.16 Deskripsi Use Case	4-17
Tabel 4.17 Skenario Use Case-01.....	4-18
Tabel 4.18 Skenario Use Case-02.....	4-19
Tabel 4.19 Skenario Use Case-03.....	4-20
Tabel 4.20 Skenario Use Case-04.....	4-21
Tabel 4.21 Skenario Use Case-05.....	4-22
Tabel 4.22 Skenario Use Case-06.....	4-23
Tabel 4.23 Skenario Use Case-07.....	4-24
Tabel 4.24 Skenario Use Case-08.....	4-25
Tabel 4.25 Skenario Use Case-09.....	4-26
Tabel 5.1 Pernyataan System Usability Scale (SUS).....	5-48
Tabel 5.2 Hasil Skor System Usability Scale (SUS).....	5-50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metodologi Penelitian.....	1-3
Gambar 2.1 Design Thinking	2-3
Gambar 2.2 Empathy Maps.....	2-3
Gambar 2.3 User Journey Maps	2-4
Gambar 2.4 Logo Word.....	2-6
Gambar 2.5 Logo Draw.io.....	2-7
Gambar 2.6 Logo Figma.....	2-7
Gambar 3.1 Fishbone Analisis Sebab Akibat	3-3
Gambar 3.2 Solusi Masalah.....	3-4
Gambar 3.3 Logo PT. Pasbent Indonesia.....	3-6
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Perusahaan	3-7
Gambar 4.1 Halaman website Lama.....	4-1
Gambar 4.2 Homepage lama	4-2
Gambar 4.3 Tampilankontak person lama	4-2
Gambar 4.4 empathy maps	4-8
Gambar 4.5 User Persona Admin	4-9
Gambar 4.6 User Persona Pelanggan.....	4-10
Gambar 4.7 UserFlow	4-13
Gambar 4.8 Use Case Diagram	4-16
Gambar 4.9 Userflow Use Case-01	4-27
Gambar 4.10 Userflow Use Case-02	4-27
Gambar 4.11 Userflow Use Case-03	4-28
Gambar 4.12 Userflow Use Case-04	4-28
Gambar 4.13 Userflow Use Case-05	4-29
Gambar 4.14 Userflow Use Case-06	4-29
Gambar 4.15 Userflow Use Case-07	4-29
Gambar 4.16 Userflow Use Case-08	4-30
Gambar 4.17 Userflow Use Case-09	4-30
Gambar 4.18 Sitemap pelanggan.....	4-31
Gambar 4.19 Sitemap Admin	4-32
Gambar 5.1 Low-fi Halaman Beranda.....	5-33
Gambar 5.2 Low-fi Halaman Produk	5-34
Gambar 5.3 Low-fi Halaman Detail Pesanan	5-35
Gambar 5.4 Low-fi Halaman Sign Up.....	5-35
Gambar 5.5 Halaman Low-fi Status Pesanan	5-36

Gambar 5.6 Low-fi Halaman Dashboard.....	5-36
Gambar 5.7 Halaman Low-Fi Data Pesanan (Admin).....	5-37
Gambar 5.8 Halaman Low-Fi Kelola Data Produk (admin).....	5-37
Gambar 5.9 Halaman Low-Fi Riwayat Pesasanan (admin).....	5-38
Gambar 5.10 Halaman Beranda.....	5-39
Gambar 5.11 Halaman Hi-Fi Produk.....	5-40
Gambar 5.12 Halaman Hi-Fi Detail Produk.....	5-41
Gambar 5.13 Halaman Hi-Fi Pesanan	5-42
Gambar 5.14 Halaman Hi-Fi Status Pesanan	5-43
Gambar 5.15 Halaman Hi-Fi Dashboard	5-44
Gambar 5.16 Halaman Hi-Fi Data pesanan (admin)	5-45
Gambar 5.17 Halaman Hi-Fi Data Produk	5-46
Gambar 5.18 Halaman Hi-Fi Riwayat Pesanan.....	5-47
Gambar 5.19 Interpretasi System Usability Scale (SUS).....	5-49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara Admin.....	IV
Lampiran 2 Berita acara Wawancara observasi	V
Lampiran 3 Berita acara wawanca observasi lanjutan.....	VI
Lampiran 4 Tanda tangan BA wawancara Observasi	VII
Lampiran 5 Berita acara wawancaara kedua	VIII
Lampiran 6 Berita acara wawancaara kedua lanjutan.....	IX
Lampiran 7 Tanda tangan BA wawancara kedua.....	X
Lampiran 8 Berita acara wawancaara ketiga	XI
Lampiran 9 Berita acara wawancaara ketiga lanjutan	XII
Lampiran 10 Tanda tangan BA wawancara ketiga	XIII
Lampiran 11 Dokumentasi Testing Admin.....	XIII
Lampiran 12 Dokumentasi Testing Pelanggan	XIV
Lampiran 13 BA Testing Admin.....	XV
Lampiran 14 BA Testing Pelanggan 1	XVI
Lampiran 15 BA Testing Pelanggan 2	XVII
Lampiran 16 BA Testing Pelanggan 3.....	XVIII
Lampiran 17 BA Testing Pelanggan 4.....	XIX
Lampiran 18 BA Testing Pelanggan 5.....	XX
Lampiran 19 Link Figma.....	XXI

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan umum mengenai tugas akhir yang penulis lakukan. Penjelasan tersebut meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, ruang lingkup, metodologi penyelesaian tugas akhir, dan sistematika penulisan

1.1. Latar Belakang

PT. Pasbent Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi alat preparasi tambang. Seiring dengan perkembangan industri dan kebutuhan pasar yang semakin bersaing, perusahaan berupaya memperluas jangkauan pemasaran, salah satunya dengan memanfaatkan *website* sebagai sarana informasi produk dan profil perusahaan. PT Pasbent Indonesia saat ini telah memiliki *website* sebagai media informasi mengenai profil perusahaan dan produk yang ditawarkan. Namun, tampilan yang ada saat ini hanya menampilkan profil perusahaan dan produk saja, belum bisa mendukung interaksi langsung untuk melakukan pemesanan di *website*.

Berdasarkan hasil observasi yang terlampir di [LAMPIRAN 2 Dokumentasi Wawancara], ditemukan bahwa Informasi produk yang ditampilkan belum detail sehingga banyak calon customer harus menanyakan ulang spesifikasi produk melalui *WhatsApp*. *Website* PT Pasbent Indonesia belum mendukungnya proses pemesanan secara langsung. Proses pemesanan masih dilakukan melalui *email* dan *WhatsApp*. Metode ini juga membuat data pesanan tidak terdokumentasi dengan baik karena tidak tersimpan dalam satu sistem yang rapi. Permasalahan ini berdampak pada proses bisnis perusahaan, di mana keterlambatan dalam komunikasi dapat menyebabkan peluang kerja sama dengan calon customer berkurang. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan dari sisi desain tampilan dan pengalaman pengguna agar *website* dapat menjadi mudah digunakan.

Sebagai solusi terhadap permasalahan tersebut, penulis tertarik melakukan rancangan pengembangan *UI/UX Website* yang berfokus pada pengembangan tampilan dan penambahan fitur pemesanan. Fitur ini memungkinkan calon customer untuk melakukan permintaan pesanan langsung di dalam *website*. Dengan alur ini, diharapkan interaksi antara customer dan perusahaan menjadi lebih terstruktur serta proses bisnis dapat berjalan lebih baik. Pengembangan desain ini menggunakan metode *Design Thinking* yang berfokus pada pendekatan pengguna, Melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, rancangan *UI/UX* akan dikembangkan dengan mempertimbangkan kebutuhan pengguna secara langsung. Hasil akhirnya berupa *prototype* yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam mengimplementasikan sistem pemesanan berbasis *web* dimasa mendatang.

1.2. Identifikasi Masalah

- a) Bagaimana merancang *UI/UX website* yang mampu mengatasi keterbatasan informasi produk dan alur pemesanan pada *website* PT Pasbent Indonesia?
- b) Bagaimana menerapkan metode *Design Thinking* untuk menghasilkan *prototype* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna?

1.3. Tujuan Tugas Akhir

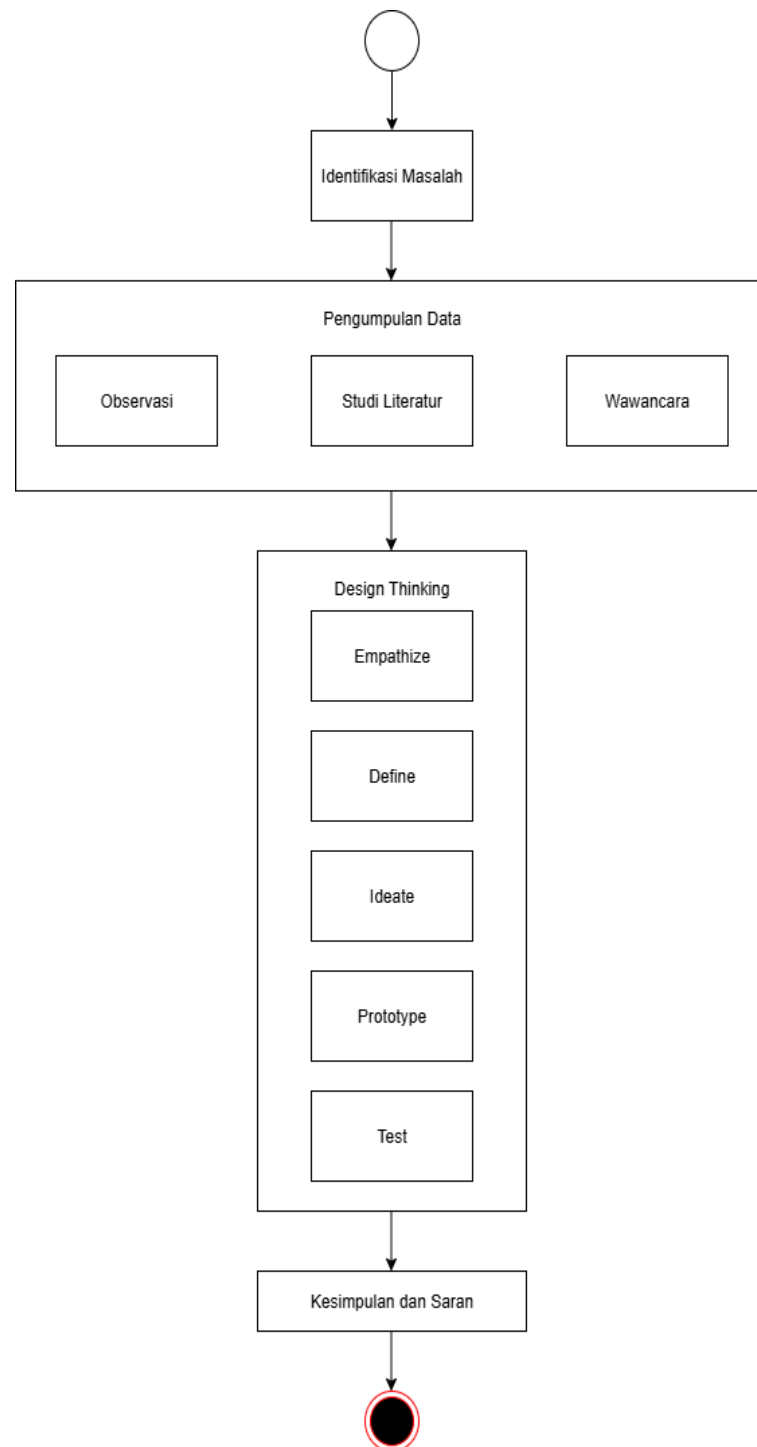
- a) Menghasilkan rancangan pengembangan *UI/UX website* PT. Pasbent Indonesia.
- b) Menghasilkan *prototype UI/UX website* sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.4. Lingkup Tugas Akhir

- a) Kasus yang dijadikan fokus penelitian adalah rancangan pengembangan *UI/UX website* pada PT. Pasbent Indonesia.
- b) Hasil akhir penelitian berupa *prototype high fidelity UI/UX website* menggunakan *Figma* tanpa mencakup implementasi koding

1.5. Metodologi Penelitian

Berikut merupakan langkah-langkah yang dijadikan sebagai pedoman penyusun tugas akhir:



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

Berikut merupakan rincian dari metodologi tugas akhir ini, diantaranya:

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, dilakukan proses mengenali, memahami, dan merumuskan suatu kondisi yang tidak sesuai dengan harapan atau tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks penelitian atau proyek, identifikasi masalah bertujuan untuk menemukan hal-hal yang menjadi hambatan, tantangan, atau kebutuhan yang belum terpenuhi, sehingga bisa dijadikan dasar untuk mencari solusi atau inovasi.

2. Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan untuk menghimpun informasi yang diperlukan guna memahami kondisi, menjawab pertanyaan penelitian, atau menyelesaikan masalah. Metode yang digunakan meliputi:

- a) Observasi pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek, perilaku, atau peristiwa di lapangan.
- b) Studi Literatur analisis berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, dan dokumen relevan lainnya.
- c) Wawancara Pengumpulan data dengan bertanya langsung kepada narasumber atau responden untuk mendapatkan informasi secara mendalam.

3. Design Thinking

Design Thinking merupakan pendekatan berpusat pada pengguna (*user-centered*) yang fokus pada pemahaman kebutuhan pengguna dan penyelesaian masalah melalui solusi kreatif. Pendekatan ini terdiri dari lima tahapan utama, yaitu:

a) *Empathize*

Tahap awal ini bertujuan untuk memahami kebutuhan, perilaku, serta kendala yang dialami pengguna. Proses ini dilakukan melalui: Observasi terhadap tampilan dan alur penggunaan *website* lama. Wawancara dengan pelanggan dan staf PT Pasbent Indonesia untuk mengetahui kendala dan harapan mereka terhadap sistem pemesanan. Penyusunan *Empathy Map* untuk menggambarkan apa yang dipikirkan, dikatakan, dirasakan, dan dilakukan pengguna.

b) *Define*

Pada tahap ini dilakukan analisis dan pengelompokan hasil temuan dari tahap *Empathize* untuk merumuskan pernyataan masalah (*problem statement*). Selain itu, disusun:

User Persona sebagai representasi karakteristik pengguna. *User Journey Map* untuk memetakan alur pengalaman pengguna saat ini, termasuk titik permasalahan (*pain points*). Tahap ini membantu menentukan fokus solusi yang akan dikembangkan.

c) *Ideate*

Tahap ini bertujuan menghasilkan berbagai ide solusi sebagai jawaban atas masalah yang telah dirumuskan. Aktivitas yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

Brainstorming bersama pengguna dan pihak terkait untuk menghasilkan solusi desain. Hasil *brainstorming* kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan, *user flow*, dan *sitemap*. Tahap *ideation* memungkinkan munculnya solusi inovatif sebelum diwujudkan dalam bentuk rancangan visual.

d) *Prototype*

Pada tahap ini ide yang telah disusun dikembangkan menjadi rancangan visual berupa:

Low-Fidelity Wireframe, yang menunjukkan struktur dasar tampilan dan tata letak konten. *High-Fidelity Prototype*, yang menggambarkan tampilan final *website* secara lebih detail dan interaktif. *Prototype* dibuat menggunakan *tools* desain seperti *Figma* dan berfungsi sebagai representasi awal dari sistem pemesanan yang diusulkan.

e) *Test*

Tahap ini merupakan proses pengujian *prototype* kepada pengguna untuk memperoleh umpan balik dan menilai tingkat kemudahan penggunaan (*usability*).

4. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini, dirangkum hasil penelitian terkait perancangan antarmuka yang telah dibuat, disertai dengan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut sebagai masukan bagi tahap penyempurnaan di masa mendatang.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Laporan Tugas Akhir akan disusun secara sistematis, membagi pembahasan menjadi beberapa bab, diantaranya sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan umum mengenai tugas akhir yang penulis lakukan. Penjelasan tersebut meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, ruang lingkup, metodologi penyelesaian tugas akhir, dan sistematika penulisan

BAB 2: LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini membahas teori pendukung yang mendasari penelitian. Teori tersebut dikumpulkan, dianalisis, dan digunakan sebagai dasar dalam pembuatan tugas akhir.

BAB 3: SKEMA PENELITIAN

Bab ini berisi kerangka pengerjaan tugas akhir, kerangka pemikiran teoritis hingga memaparkan populasi dan sampel, variable penelitian, jenis dan sumber data, metode analisis data dan tahapan penelitian.

BAB 4: ANALISI DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai rancangan pengembangan *UI/UX website* pemesanan alat preparasi tambang Pt. Pasbent Indonesia menggunakan metode *design thinking*.

BAB 5: PROTOTYPE DAN PENGUJIAN

Bab ini menjelaskan hasil pembuatan prototype berdasarkan rancangan yang telah dibuat serta hasil pengujian prototype menggunakan metode yang telah ditentukan untuk mengevaluasi tingkat usability dan kesesuaian kebutuhan pengguna.

BAB 6: KESIMPULAN & SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan dan saran-saran yang dapat diterapkan dari hasil pengelolaan data yang dapat membantu kedepannya oleh penulis untuk pengembangan penelitian selanjutnya

BAB 2

LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini membahas teori pendukung yang mendasari penelitian. Teori tersebut dikumpulkan, dianalisis, dan digunakan sebagai dasar dalam pembuatan tugas akhir.

2.1. Teori Pendukung

Teori pendukung memuat berbagai konsep dan landasan teoritis yang berkaitan erat dengan topik, serta digunakan untuk memperkuat dasar analisis dalam penelitian atau tugas akhir.

2.1.1 Perancangan

Menurut Fauzi (2022) Perancangan adalah sebuah proses atau tahapan untuk membuat atau merencanakan sesuatu dengan menggunakan teknik untuk merumuskan tujuan yang akan dicapai. Perancangan adalah suatu sekumpulan aktivitas yang menggambarkan secara rinci bagaimana sistem akan berjalan.

Perancangan adalah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur serta detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaan [FAU22].

2.1.2 Pengembangan *User Interface (UI)* & *User Experience (UX)*

Menurut Akmalia Maylani (2025) *User Interface* adalah tampilan atau antarmuka yang berinteraksi secara langsung dengan pengguna dan berfungsi sebagai jembatan penghubung antara pengguna dan sistem. Ini memungkinkan perangkat elektronik misalnya seperti computer, tablet, *smartphone*, dan lainnya beroperasi dengan mudah dan efisien. Dengan desain *User Interface* yang baik, pengguna dapat memonitoring sistem dengan nyaman serta memahami fungsinya tanpa adanya kebingungan sehingga proses penyelesaian tugas dapat terlaksana dengan lebih cepat.

User Experience mengacu pada bagaimana seorang pengguna dalam merasakan, berinteraksi, dan menanggapi suatu produk, system, atau layanan. *user Experience* bukan hanya untuk sekedar tentang apa yang pengguna gunakan tetapi juga mencakup dari keseluruhan kesan yang dirasakan pengguna saat sebelum, selama, dan setelah berinteraksi dengan produk tersebut. Faktor-faktor yang berpengaruh seperti kemudahan penggunaan, efisiensi, tampilan visual serta respon emosional dan psikologis pengguna sangat mempengaruhi kualitas dari *User Experience* [AKM25].

Pengembangan *UI/UX website* merupakan proses perancangan antarmuka pengguna (*User Interface*) dan pengalaman pengguna (*User Experience*) yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan penggunaan, dan kenyamanan pengguna dalam mengakses *website*. *UI/UX* berperan penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang baik melalui perancangan tampilan dan alur interaksi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna [MAY23].

2.1.3 Pemesanan

Pemesanan merupakan Tindakan memesan suatu barang yang dilakukan oleh seseorang (calon pembeli) kepada Perusahaan, baik secara langsung maupun melalui pramuniaga. Pemesanan dilakukan oleh konsumen. Adanya pemesanan membantu penjual menentukan jumlah produksi [NOV25].

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, Pesan Adalah kata baku dari pemesanan yang memiliki arti “hendak membeli sebelum dikirim”. Pemesanan adalah barang yang dipesan dalam hal pemrosesan pembuatan atau cara memesan [JES22].

Pemesanan adalah proses, pembuatan, cara memesan atau memesankan kepada orang lain. Secara umum pemesanan adalah pembelian barang atau jasa yang dilakukan sebelum barang dan jasa itu diterima [YUS21].

2.1.4 Penjualan

Pengertian secara umum adalah kegiatan jual beli dijalankan oleh dua belah pihak atau lebih dengan alat pembayaran yang sah. Tujuan yang utama tentunya mendatangkan keuntungan dari produk atau barang yang dijual. Penjualan merupakan proses dimana sang penjual akan memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaatnya bagi kedua belah pihak tersebut yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak [SEL23].

Penjualan adalah salah satu cara mutu untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam kegiatan jual beli melalui internet terutama kualitas informasi lebih detail mengenai sebuah produk [SAR22].

2.1.5 Alat Preparasi Tambang

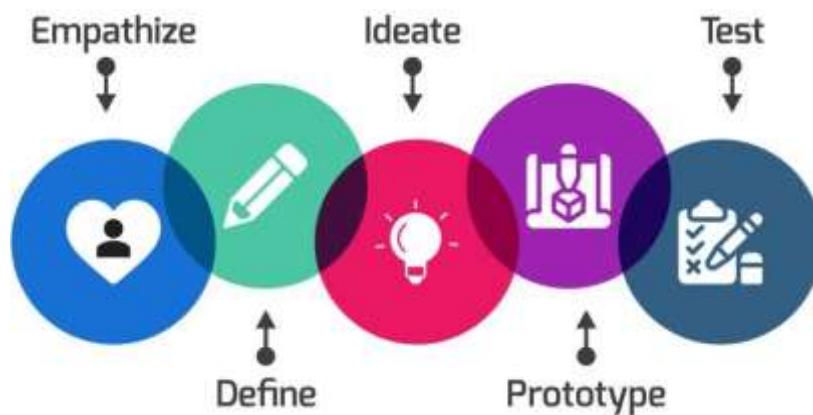
Alat preparasi tambang merupakan peralatan yang digunakan pada tahap awal kegiatan eksplorasi untuk menyiapkan sampel batuan atau tanah melalui proses pengeringan, penghancuran, pembagian, dan penghalusan sebelum dilakukan analisis mineral di laboratorium [SIH23].

2.1.6 Website

Menurut Arafat (2022) *Website* merupakan suatu media informasi yang menawarkan berbagai kemudahan dalam menyajikan informasi yang menawarkan berbagai kemudahan dalam menyajikan informasi kepada masyarakat luas. *Website* merupakan salah satu sarana informasi dan promosi alternatif yang digunakan untuk mencari informasi dan promosi alternatif yang digunakan untuk mencari informasi dan sarana informasi dan juga dapat digunakan untuk memasarkan suatu perusahaan yang dapat dilihat oleh setiap orang didunia (ARA22).

2.1.7 Design Thinking

Menurut Muhammad Ridwan Wibowo (2020) *Design Thinking* adalah metode yang digunakan untuk menemukan Solusi dari suatu masalah dengan cara proses kolaboratif dengan calon pengguna sehingga produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan kebutuhan dan juga keinginan pengguna [MUH20].



Gambar 2.1 Design Thinking

Dalam *Design Thinking* terdapat 5 tahapan yaitu:

1. Tahapan *Empathize*

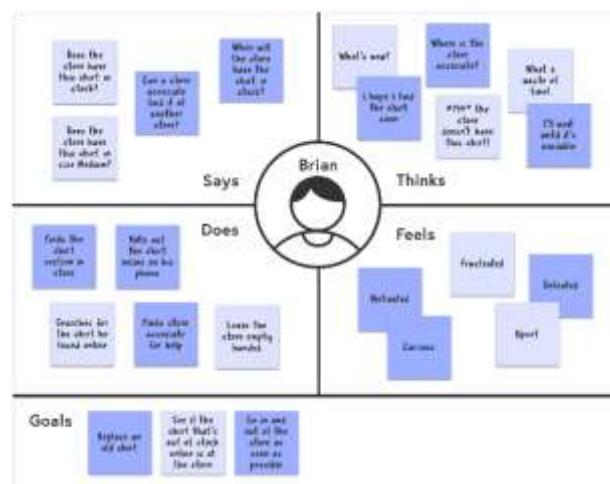
Empathize adalah tahap pertama dalam *design thinking*, tahapan ini bermaksud untuk mendapat pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang sedang dihadapi. Biasanya pada tahapan ini dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dan juga cara lainya yang memungkinkan kita untuk mendapatkan data yang akurat dari calon pengguna [MUH20].

Salah satu cara untuk memahami permasalahan dengan wawancara, lalu hasilnya akan dipetakan dalam *Empathy Maps*.

a. Wawancara

Menurut Saputri Marheni (2020) Wawancara adalah suatu proses komunikasi relasional dengan tujuan yang serius dan ditetapkan lebih dulu yang dirancang untuk mempertukar perilaku dan melibatkan tanya jawab (SAP20).

b. *Empathy Maps*



Gambar 2.2 Empathy Maps

Menurut Jannah (2025) *Empathy Maps* merupakan salah satu *tools* penting dalam pendekatan *Design Thinking* yang dapat membantu pelaku usaha, untuk memetakan perspektif pelanggan secara komprehensif. Alat ini memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi apa yang dilihat, didengar, dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh pelanggan potensial, sehingga dapat ditemukan *insight* penting untuk pengembangan produk atau layanan. (JAN25)

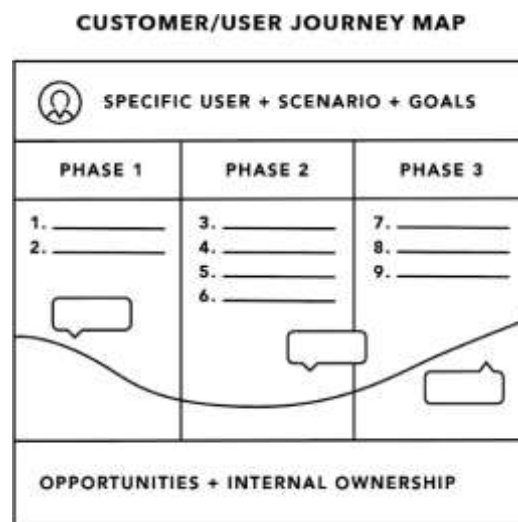
2. Tahapan *Define*

Define merupakan tahap kedua, pada tahapan akan digunakan untuk mengumpulkan semua informasi yang didapat pada tahap *empathize*. Setelah mengumpulkan informasi tersebut kemudian menggolongkan masalah dan juga menganalisis data tersebut untuk menjadikan sebuah sudut pandang (*Point of View*). Proses menganalisa masalah akan membantu mengumpulkan ide-ide yang akan digunakan untuk memecahkan masalah secara efektif. (WIB20)

a. *User Persona*

User persona paling umum digunakan bercerita tentang tujuan dan perilaku *User persona* adalah model kelas pengguna yang memuat banyak informasi tentang bagaimana mereka melihat produk dan layanan, dan bahkan bagaimana gaya hidup mereka. Dengan menggunakan pendekatan *user persona*, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan pengguna (ZAH24).

b. *User Journey Maps*



Gambar 2.3 User Journey Maps

User journey maps merupakan peta perjalanan yang menggambarkan cara berinteraksi pengguna sebelum adanya produk sehingga muncul *opportunities* atau solusi dari masalah pengguna. Hasil dari *user journey maps* di ambil dari survei yang telah dilakukan kepada calon pengguna (IST23).

3. Tahapan *Ideate*

Pada tahapan ini akan menggunakan informasi dari tahapan sebelum untuk menghasilkan ide-ide, pada fase *brainstorming* ide-ide yang muncul akan ditampung untuk mencari Solusi permasalahan yang sedang dihadapi calon pengguna. Setelah terkumpul kemudian ide-ide tersebut di uji untuk menemukan mana ide yang terbaik yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut (WIB20) .

a. *Brainstorming*

Brainstorming merupakan tahapan awal dari proses ideasi adalah brainstorming. Peneliti menggali sebanyak mungkin ide solusi atas permasalahan utama yang ditemukan, seperti tampilan visual yang tidak nyaman, navigasi yang membingungkan, dan struktur informasi yang kurang jelas. Ide yang muncul bebas dari penilaian agar dapat menghasilkan berbagai kemungkinan inovatif. brainstorming digunakan untuk menciptakan banyak ide dan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan prototipe, yang sangat berguna dalam mengatasi masalah yang belum jelas solusinya. (HAB25)

4. Tahapan *Prototype*

Tahapan *prototype* ini berguna untuk mengimplementasikan ide yang sudah didapat dalam tahap sebelumnya menjadi sebuah aplikasi/produk uji coba. *Prototype* dapat juga digunakan untuk memperbaiki dan juga mengevaluasi ide-ide baru. Pada tahapan ini juga memungkinkan tim menemukan masalah dari masing-masing *prototype* sehingga dapat dilakukan perbaikan sehingga mampu menghasilkan produk yang lebih baik (WIB20).

a. *Wireframe*

Wireframe adalah sebagai kerangka awal sebelum halaman *website* atau antarmuka sebuah aplikasi didesain. *Wireframe* merupakan tahapan penting dalam sebuah desain produk yang harus dipahami dengan baik. *Wireframe* merupakan tahap penting sebelum stakeholder menyetujui letak-letak informasi untuk aplikasi sebelum desain *user interface* di buat (HAR22) .

b. *Low-Fidelity Wireframe*

Low-fidelity wireframe merupakan kerangka awal dalam proses perancangan antarmuka sebelum desain akhir aplikasi dibuat. Pada tahap ini, *wireframe* disusun berdasarkan hasil analisis dari tahapan *Empathize* hingga *Define*, sehingga mampu mengidentifikasi berbagai kebutuhan pengguna secara lebih mendalam. Tujuan atau peran utamanya adalah sebagai arahan awal atau gambaran singkat yang berupa garis besar struktural tata letak, urutan navigasi, serta hubungan dan elemen dasar yang akan ada dalam membentuk gambaran dari *website* yang akan direncanakan. (AHS25)

c. **High-Fidelity Wireframe**

High-fidelity wireframe merupakan versi lebih detail dari *low-fidelity wireframe* yang telah dibuat sebelumnya. Elemen visual seperti warna, ikon, dan ilustrasi divisualisasikan untuk memberikan tampilan yang memudahkan pengguna dan membuatnya lebih menarik. Hasilnya digunakan untuk menggambarkan alur penggunaan *website* dengan lebih akurat. *High fidelity prototype* berfungsi menggambarkan rangkaian tugas dan alur dalam aplikasi dengan lebih akurat. (AHS25)

5. Tahap Test

Pada tahapan ini *prototype* yang dibuat pada tahap sebelumnya akan diujicoba untuk melihat seberapa baik *prototype* tersebut menyelesaikan/menangani masalah yang sudah dianalisis pada tahap satu dan juga dua. Setelah *prototype* yang merupakan contoh produk tersebut diujicobakan kepada calon pengguna kita mendapat *feedback* sehingga memungkinkan untuk membuat perubahan dan juga penyempurnaan produk untuk memenuhi kebutuhan mereka [MUH20].

a. **System Usability Scale (SUS)**

System Usability Scale (SUS) merupakan metode evaluasi kegunaan yang dapat memberikan hasil yang memadai berdasarkan pertimbangan jumlah sampel yang kecil, waktu dan biaya. Perhitungan tersebut menghasilkan strategi SUS yang akan diubah menjadi suatu nilai yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan apakah suatu aplikasi dapat diterapkan atau tidak. [FGS21]

System Usability Scale (SUS) merupakan suatu metode uji pengguna yang menyediakan alat ukur yang bersifat "*quick and dirty*" yang dapat diandalkan. Metode ini diperkenalkan oleh John Brooke pada tahun 1986, yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai jenis produk termasuk didalamnya perangkat *website* dan aplikasi. Adapun alasan memilih cara pengujian tersebut adalah karena metode SUS telah digunakan dan diuji selama puluhan tahun dan masih tetap terbukti menjadi metode yang dapat diandalkan untuk mengevaluasi usability suatu sistem berdasarkan standar industri. [MKO22]

2.1.8 Tools Yang Digunakan

1. Microsoft Word



Gambar 2.4 Logo Word

Microsoft word merupakan perangkat lunak pengolah kata, salah satu fungsi utama microsoft word adalah pembuatan dan pengeditan dokumen. pengguna mengetik kata, menjadi kalimat bahkan paragraph (REZ23).

2. Draw.io



Gambar 2.5 Logo Draw.io

Draw.io adalah sebuah *website* yang didesain khusus untuk menggambarkan diagram UML secara *online*. Dimana punya tampilan yang sangat responsive dan terintegrasi dengan layanan penyimpanan file milik *google* yaitu *Google Drive* sehingga *draw.io* menjadi alternatif dalam pembuatan diagram UML dengan waktu yang lebih singkat (NON24).

3. Figma



Gambar 2.6 Logo Figma

Figma digunakan untuk merancang antarmuka pengguna (*UI*) secara interaktif dan kolaboratif. Platform ini memungkinkan pembuatan prototipe berfidelitas tinggi serta mendukung kolaborasi waktu nyata antar anggota tim. *Figma* juga dilengkapi dengan pustaka komponen *UI* dan fitur untuk membuat interaksi prototipe (*click-through*). *Figma* memberikan pengalaman belajar desain *UI* dan *UX* yang interaktif dan praktis melalui fitur *prototyping* dan kolaborasi daring yang memudahkan proses desain. (KAR24)

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Utama
1	Danang Haryuda Putra, Marsani Asfi, Rifqi Fahrudin (HAR21)	Perancangan UI/UX Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i> Berbasis Web pada Laportea Company	Merancang tampilan (UI) dan pengalaman pengguna (UX) untuk <i>website e-commerce</i> "Laportea Company" menggunakan metode <i>Design Thinking</i> .	Penelitian ini menghasilkan <i>prototype website e-commerce</i> yang telah diuji menggunakan usability testing, hasil pengujian menunjukkan desain antarmuka yang dibuat mampu meningkatkan kemudahan penggunaan dan memberikan pengalaman pengguna yang baik.
2	Atthia Rizki Wisista, Ruly Dwi Arista, Hermansyah (RIZ25)	Perancangan Sistem Pemesanan Online untuk Usaha Kaluna Berbasis Web <i>Design Thinking</i> Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Penelitian ini berfokus pada perancangan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) untuk sistem pemesanan online berbasis web pada usaha Kaluna. Proses perancangan dilakukan dengan metode <i>Design Thinking</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode <i>Design Thinking</i> berhasil menghasilkan <i>prototype website</i> pemesanan online yang memudahkan pengguna dalam proses pemesanan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pengalaman pengguna.
3	Farah Akmalia Maylani, Setyaning Puji Kinanti, Misfarah, (AKM25)	Perancangan UI/UX E-Commerce Aini Bouquet Berbasis Website Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	perancangan antarmuka (UI) dan (UX) untuk sistem pemesanan produk buket secara online berbasis <i>website</i> . Menggunakan metode <i>Design Thinking</i> , dengan alat bantu desain <i>Figma</i> .	Penelitian menghasilkan <i>prototype website e-commerce</i> yang memudahkan pelanggan melihat katalog, melakukan pemesanan.
4	Rasyid Iskandar Prayogi, Apriade Voutama, Adjie Arrayan Surya Putra (PRA25)	Perancangan UI/UX Web E-Commerce Outdoor dengan Metode <i>Design Thinking</i> (Studi Kasus: Ultimate Outdoor Gear)	Merancang tampilan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) untuk <i>platform e-commerce</i> perlengkapan outdoor menggunakan metode <i>Design Thinking</i> . Penelitian berfokus pada kepercayaan pengguna terhadap keaslian produk, serta kenyamanan dalam proses transaksi.	Penelitian menghasilkan <i>prototype website e-commerce</i> "Ultimate Outdoor Gear" yang dirancang menggunakan metode <i>Design Thinking</i> . Platform juga dirancang responsif untuk perangkat <i>desktop</i> maupun <i>mobile</i> .
5	Nanda Wiryawan Prasetyo, Daniel H.F. Manongga (PRO25)	Perancangan UI/UX Website E-Commerce Uppervista Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Penelitian ini berfokus pada perancangan ulang antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) untuk <i>website e-commerce</i> Uppervista Shoes Treatment sebagai sarana promosi dan penjualan produk perawatan sepatu.	Penelitian menghasilkan <i>prototype website e-commerce</i> dengan tampilan baru. Penerapan metode <i>Design Thinking</i> terbukti efektif dalam meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna dalam berinteraksi dengan <i>website</i> .

BAB 3 SKEMA PENELITIAN

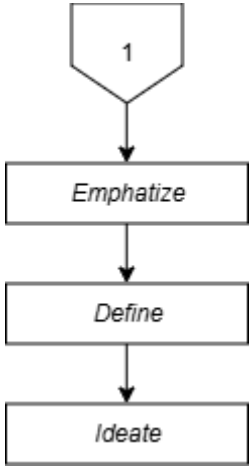
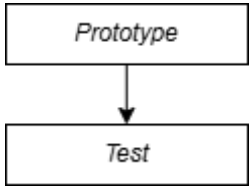
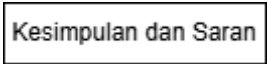
Bab ini berisi kerangka pengerjaan tugas akhir, kerangka pemikiran teoritis hingga memaparkan populasi dan sampel, variable penelitian, jenis dan sumber data, metode analisis data dan tahapan penelitian.

3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir

Kerangka penyelesaian tugas akhir merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir yang ditunjukkan pada table 3.1

Tabel 3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir

Tahap dan Hasil	Langkah Penelitian	Literatur & Referensi
Tahap 1: Menentukan topik tugas akhir dan identifikasi masalah yang terdapat pada topik tugas akhir. Hasil: Dokumentasi masalah dan tujuan tugas akhir Kontribusi: Berguna sebagai acuan atau arahan dalam menentukan teori dan teknologi dalam menyelesaikan masalah.	<pre> graph TD A[Menentukan topik tugas akhir] --> B[Mengidentifikasi masalah yang akan diselesaikan berkaitan tugas akhir] B --> C[Menentukan tujuan tugas akhir dan lingkup tugas akhir] </pre>	[HAR21]
Tahap 2: Melakukan studi pendahuluan dan pengumpulan data. Hasil: Landasan teori dan pengumpulan data. Kontribusi: Berfungsi untuk tahap menentukan perancangan.	<pre> graph TD A[Memahami kajian pustaka /jurnal penelitian] --> B[Pengumpulan Data] B --> C[Studi Literatur] B --> D[Wawancara] </pre>	[RIZ25]
Tahap 3: Analisis Hasil: Melakukan perancangan yang sesuai dengan topik tugas akhir. Kontribusi: Berguna sebagai acuan dalam merancang ulang antarmuka untuk <i>website</i> PT. Pasbent Indonesia.	<pre> graph TD A[Analisis dengan topik tugas akhir] --> B{1} </pre>	[AKM25]

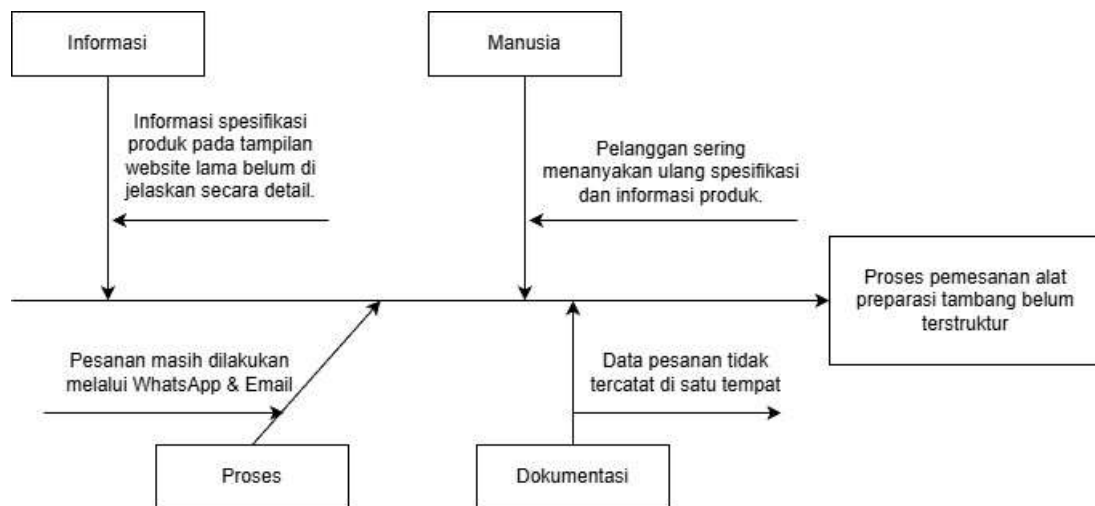
Tahap dan Hasil	Langkah Penelitian	Literatur & Referensi
Tahap 4: Perancangan Solusi Hasil: Tahap <i>Empathize</i>, <i>Define</i>, dan <i>Ideate</i> dilakukan untuk menghasilkan konsep desain. Dibat <i>Wireframe</i> awal (<i>low-fidelity</i>) berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna Kontribusi: Memberikan Gambaran awal mengenai rancangan tampilan dan alur pemesanan.	 <pre> graph TD 1{{1}} --> Emphatize[Emphatize] Emphatize --> Define[Define] Define --> Ideate[Ideate] </pre>	[PRA25]
Tahap 5: Pembuatan Prototype Hasil: <i>Prototype High-Fidelity</i> dibuat menggunakan <i>Figma</i> sebagai gambaran rancangan <i>UI/UX</i> Kontribusi: Berguna untuk diambil kesimpulan	 <pre> graph TD Prototype[Prototype] --> Test[Test] </pre>	[PRO25]
Tahap 6: Kesimpulan dan saran penelitian tugas akhir Hasil: Kesimpulan dan saran hasil tugas akhir. Kontribusi: -	 <pre> graph TD A[Kesimpulan dan Saran] </pre>	

3.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan secara menyeluruh yang menjadi fokus dalam tugas akhir. Pada tahap ini digunakan metode analisis dengan diagram sebab-akibat atau yang dikenal sebagai *Fishbone Diagram*. Diagram ini berfungsi untuk menggambarkan faktor-faktor penyebab utama dari suatu permasalahan dan membantu dalam mengidentifikasi akar masalah yang perlu ditangani guna menentukan arah penyelesaian yang tepat.

3.2.1 Analisis Sebab Akibat

Analisis sebab akibat berikut merupakan bagian dari proses perumusan masalah yang telah dikembangkan berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna. Temuan tersebut digambarkan menggunakan *Fishbone Diagram* untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab utama dari permasalahan yang ada. Gambar berikut menyajikan *Fishbone Diagram* yang menggambarkan akar masalah dalam perancangan *UI/UX* sistem pemesanan alat preparasi tambang di PT. Pasbent Indonesia.



Gambar 3.1 Fishbone Analisis Sebab Akibat

Berdasarkan gambar 3.1 di atas, yang mengacu pada analisis sebab akibat dapat di definisikan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Penjelasan Analisis Sebab Akibat

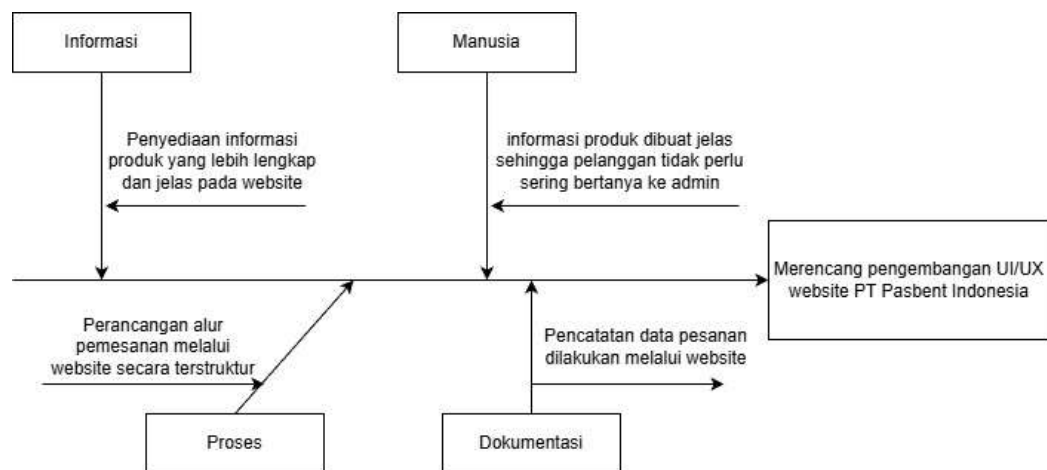
No	Komponen Utama	Komponen Detail	Penjelasan
1	Informasi	Informasi spesifikasi produk pada tampilan <i>website</i> sebelumnya belum dijelaskan secara detail	Penyebab dari sisi informasi adalah <i>website</i> sebelumnya hanya menampilkan gambaran umum produk tanpa penjelasan spesifikasi yang lengkap, sehingga pelanggan kesulitan memahami detail produk yang ditawarkan.
2	Manusia	Pelanggan sering menanyakan ulang spesifikasi dan informasi produk	Penyebab dari sisi manusia adalah pelanggan harus berulang kali menanyakan informasi produk kepada admin karena informasi yang tersedia di <i>website</i> belum cukup jelas dan lengkap.

3	Proses	Pesanan masih dilakukan melalui WhatsApp dan Email	Penyebab dari sisi proses adalah alur pemesanan yang masih dilakukan melalui WhatsApp dan Email sehingga proses pemesanan tidak terstruktur dan memerlukan komunikasi berulang antara pelanggan dan admin.
4	Dokumentasi	Data pesanan tidak tercatat di satu tempat	Penyebab dari sisi dokumentasi adalah data pesanan tersebar di berbagai media komunikasi sehingga menyulitkan admin dalam pencatatan, pelacakan, dan pengelolaan data pesanan.

3.2.2 Solusi Masalah

Analisis Solusi di bawah merupakan hasil penjabaran dari permasalahan yang telah diidentifikasi melalui wawancara dan digambarkan dalam bentuk diagram *fishbone*. Solusi yang diuraikan bertujuan untuk menjawab permasalahan nyata yang sedang berlangsung, serta menjadi dasar dalam penyusunan arah pengembangan.

Pada gambar 3.2 Solusi Masalah merupakan uraian dari hasil analisis permasalahan yang ditemukan dalam tahapan rancangan pengembangan desain *UI/UX* pada PT. Pasbent Indonesia.



Gambar 3.2 Solusi Masalah

Tabel 3.3 Penjelasan Solusi Masalah

Masalah Utama	Penyebab	Solusi
Proses pemesanan alat preparasi tambang pada <i>website</i> PT. Pasbent Indonesia belum terstruktur.	- Informasi spesifikasi produk pada tampilan <i>website</i> sebelumnya belum dijelaskan secara detail - Pelanggan sering menanyakan ulang spesifikasi dan informasi produk - Pesanan masih dilakukan melalui WhatsApp dan Email - Data pesanan tidak tercatat di satu tempat	Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang diusulkan adalah merancang pengembangan <i>UI/UX website</i> PT. Pasbent Indonesia yang mampu menyajikan informasi produk secara jelas, menyediakan alur pemesanan yang terstruktur, serta mendukung pencatatan data pesanan melalui <i>website</i> .

3.3 Profil Perusahaan

Berikut merupakan deskripsi objek serta lokasi tempat dilakukannya penelitian oleh penulis

3.3.2 Profil Objek Penelitian

PT. Pasbent Indonesia merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang produksi alat preparasi tambang. Produk yang dihasilkan meliputi berbagai peralatan pendukung untuk kegiatan pengujian dan analisis material hasil tambang seperti batu bara, nikel, emas, pasir besi, dan mineral lainnya. Selain itu, perusahaan juga memproduksi alat uji laboratorium teknik sipil yang digunakan untuk kebutuhan penelitian material konstruksi.

Sebagai perusahaan manufaktur, PT. Pasbent Indonesia melayani berbagai perusahaan tambang, laboratorium pengujian, serta instansi industri yang membutuhkan alat preparasi dan pengujian material. Dalam menjalankan kegiatan pemasaran, perusahaan telah memiliki *website* resmi sebagai sarana penyebaran informasi terkait profil perusahaan dan katalog produk. Namun, *website* tersebut saat ini masih bersifat statis dan informatif, sehingga belum mendukung interaksi langsung dengan calon klien yang ingin melakukan pemesanan produk.

Proses pemesanan selama ini dilakukan secara manual, yaitu melalui email atau komunikasi langsung via telepon, di mana admin harus menindaklanjuti setiap permintaan secara satu per satu. Hal ini sering kali menyebabkan proses konfirmasi dan validasi pesanan menjadi kurang efisien serta rentan terjadi kesalahan pencatatan karena belum ada sistem yang mendokumentasikan data pesanan secara terstruktur.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan adanya perancangan ulang desain *UI/UX website* PT. Pasbent Indonesia yang berfokus pada pengembangan fitur pemesanan. Dengan perancangan ini, diharapkan *website* tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga mampu mendukung proses request order secara langsung dan mempercepat alur komunikasi antara klien dan pihak perusahaan.

3.3.3 Profil Tempat Penelitian

Berikut merupakan tempat penelitian berisi nama perusahaan yang menjadi tempat penelitian tugas akhir dan objek yang menjadi fokus pada penelitian tugas akhir, sebagai berikut:



Gambar 3.3 Logo PT. Pasbent Indonesia

Nama Perusahaan : PT. Pasbent Indonesia
 Pemilik : Diki Firmansyah, ST.
 Tahun Berdiri : 2021
 Bidang Usaha : Manufaktur
 Lokasi : Jl. Raya Simpang - Samarang No.77, Desa/Kelurahan Sukaresmi,
 Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat, 44163

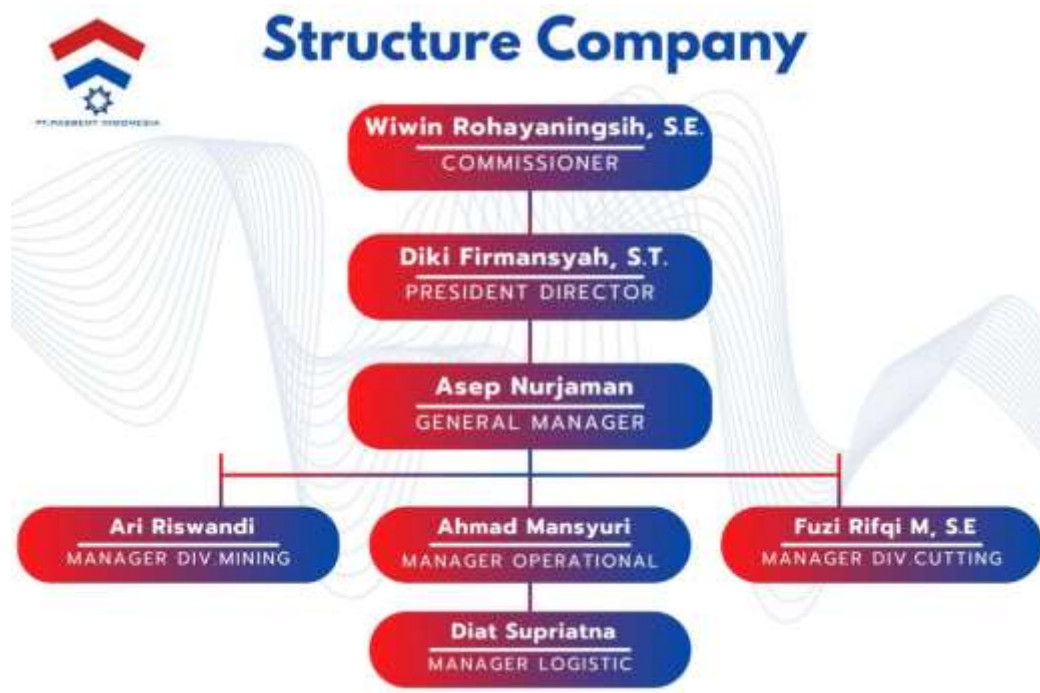
3.3.4 Visi PT. Pasbent Indonesia

Menjadi penyedia solusi terdepan dalam industry peralatan preparasi sampel pertambangan yang inovatif dan dapat diandalkan, memberikan kontribusi positif terhadap efisiensi operasional perusahaan pertambangan di seluruh dunia.

3.3.5 Misi PT. Pasbent Indonesia

Inovasi Teknologi Menyediakan peralatan preparasi sampel pertambangan yang terdepan dengan menerapkan teknologi inovatif dan terkini untuk memastikan efisiensi dan akurasi dalam proses preparasi sampel. Kualitas Produk yang Unggul Menghasilkan produk dengan standar kualitas terbaik, menjadikan Pasbent sebagai pilihan utama bagi perusahaan pertambangan yang mengutamakan hasil yang konsisten dan akurat.

3.3.5 Struktur Organisasi



Gambar 3.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar di atas adalah struktur organisasi PT. Pasbent Indoensia memiliki susunan sebagai berikut:

1. **Komisaris:**
Mengawasi dan memberikan arahan strategis terhadap jalannya perusahaan.
2. **Direktur Utama:**
Bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan dan pengambilan keputusan
3. **Manajer Umum:**
Mengoordinasikan seluruh aktivitas operasional serta memastikan setiap divisi bekerja sesuai standar.
4. **Manajer Divisi Mining:**
Mengelola aktivitas divisi pertambangan dan memastikan kualitas hasil produksi.
5. **Manajer Operasional:**
Mengawasi proses operasional harian dan memastikan efisiensi alur kerja.
6. **Manajer Divisi Cutting:**
Memimpin kegiatan pemotongan material serta memastikan ketepatan dan kualitas hasil.
7. **Manajer Logistik:**
Mengatur distribusi, pengiriman, dan pengelolaan logistik perusahaan.

BAB 4 ANALISIS DAN PERANCANGAN

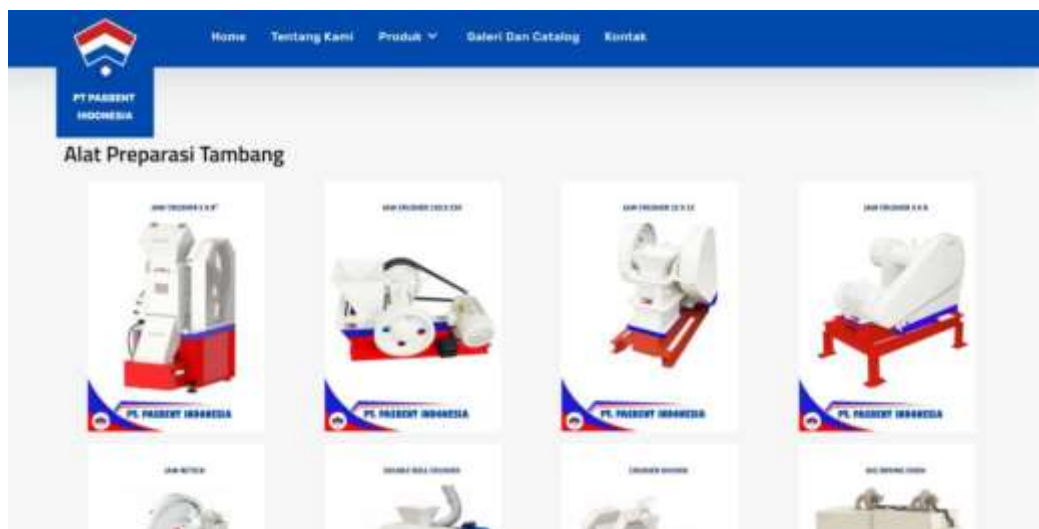
Bab ini berisi penjelasan mengenai rancangan pengembangan *UI/UX website* pemesanan alat preparasi tambang Pt. Pasbent Indonesia menggunakan metode *design thinking*.

4.1 Analisis Kebutuhan

Tahap ini menjelaskan apa saja kebutuhan yang muncul berdasarkan kondisi *website* sebelumnya dan proses pemesanan yang berjalan saat ini di PT. Pasbent Indonesia.

4.1.1 Analisis *Website* Sebelumnya

1. Tampilan *Website* Sebelmnya
 - a) Tampilan Halaman Produk Lama



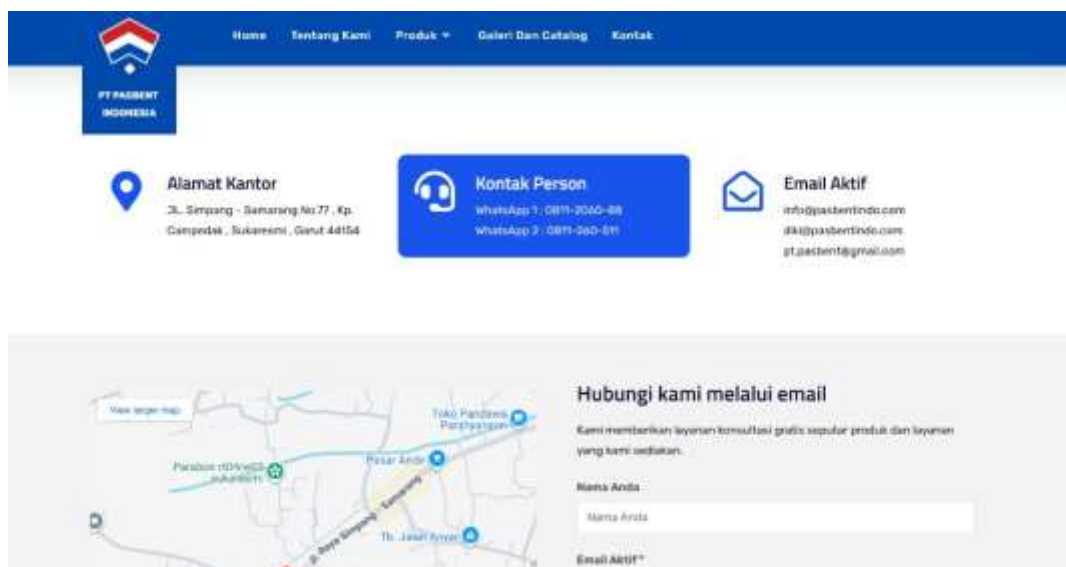
Gambar 4.1 Halaman website Lama

Pada Gambar 4.1 halaman *website* sebelumnya merupakan tampilan halaman produk pada *website* lama hanya menampilkan daftar gambar alat tanpa informasi pendukung seperti spesifikasi atau detail produk. Disusun dalam bentuk grid sederhana dan tidak tersedia tombol tindakan untuk melihat detail produk dan pemesanan,

b) Tampilan *Homepage* Sebelumnya

Gambar 4.2 Homepage lama

Pada gambar 4.2 menampilkan halaman *homepage website* lama menampilkan informasi profil perusahaan secara langsung. Meskipun memberikan gambaran umum mengenai perusahaan, struktur kontennya masih sederhana dan tidak dilengkapi arahan yang membantu pengguna memahami layanan maupun proses pemesanan secara langsung.

c) Tampilan Kontak *Form* Pemesanan Sebelumnya

Gambar 4.3 Tampilan kontak person lama

Pada gambar 4.3 halaman kontak *form* pemesanan pada *website* lama menampilkan informasi alamat, nomor *WhatsApp*, dan email aktif perusahaan, disertai peta lokasi serta sebuah form pemesanan. Namun, form tersebut tidak menghasilkan tindakan lanjutan setelah diisi. Alur pemesanan tetap diarahkan melalui *WhatsApp* atau email.

4.1.2 Identifikasi Permasalahan *Website* Sebelumnya

Identifikasi permasalahan yang muncul:

1. Permasalahan pada Tampilan Halaman Produk

Tabel 4.1 permasalahan pada tampilan halaman produk

No.	Permasalahan
1.	Informasi produk tidak lengkap
2.	Tidak ada tombol tindakan untuk melihat detail produk
3.	Tidak ada alur lanjutan yang mengarahkan pengguna ke proses pemesanan

2. Permasalahan pada Tampilan Halaman Beranda (*Homepage*)

Tabel 4.2 permasalahan pada tampilan halaman beranda

No.	Permasalahan
1.	Tampilan Informasi disajikan kurang terstruktur
2.	Tidak ada tombol aksi untuk mengarahkan pengguna ke pemesanan

3. Permasalahan pada Halaman Kontak *Form* Pemesanan

Tabel 4.3 permasalahan pada tampilan halaman kontak form pemesanan

No.	Permasalahan
1.	Formulir tidak berfungsi
2.	Pengguna tetap diminta menghubungi WhatsApp/Email secara manual

4. Permasalahan Umum pada pengalaman pengguna

Tabel 4.4 permasalahan umum pada pengalaman pengguna

No.	Permasalahan
1.	Alur pemesanan belum jelas karena tidak tersedia halaman khusus pemesanan
2.	Pengguna harus berpindah ke WhatsApp/Email untuk menanyakan detail produk

4.2 Analisis Menggunakan *Design Thinking*

Berikut ini merupakan analisis menggunakan *Design Thinking* pada rancangan pengembangan *ui/ux website* pemesanan alat preparasi tambang Pt Pasbent Indonesia.

4.2.1 *Empathize*

Tahapan awal dalam rancangan pengembangan *ui/ux website* Pt Pasbent Indonesia dengan metode *Design Thinking* adalah *Empathize*. Tahap ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap customer yang akan dilayani. Untuk mencapai hal tersebut, peneliti melakukan observasi, wawancara, dan pembuatan empathy map. Tujuannya adalah untuk mengamati, berinteraksi, dan memahami customer secara menyeluruh, sehingga peneliti bisa mengidentifikasi kebutuhan, masalah, serta tantangan yang dihadapi oleh customer.

4.2.1.1 Target Responden

Dilakukan wawancara kepada sejumlah responden. Adapun responden dalam penelitian ini berjumlah enam orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.5 Responden

No	Demografi	Deskripsi
1.	Posisi	Admin dan Pelanggan
2.	Umur	25-36
3.	Jenis Kelamin	Laki - Laki

4.2.1.2 Rancangan Pertanyaan

Berikut merupakan rancangan pertanyaan wawancara yang ditunjukkan kepada admin dan pelanggan PT. Pasbent Indonesia

Tabel 4.6 Pertanyaan Admin

No	Pertanyaan	Kategori
1.	Saat ini proses pemesanan produk dilakukan menggunakan apa?	<i>Sees</i>
2.	Apa kendala yang paling sering terjadi selama proses pemesanan?	<i>Pain</i>
3.	Apakah pelanggan sering menanyakan spesifikasi produk berulang kali?	<i>Pain</i>
4.	Informasi apa yang paling sering ditanyakan pelanggan?	<i>Hears</i>
5.	Apakah informasi produk yang tersedia saat ini sudah membantu pelanggan memahami produk yang ditawarkan?	<i>Pain</i>
6.	Fitur apa yang dibutuhkan agar proses pemesanan lebih mudah digunakan?	<i>Gain</i>
7.	Apakah <i>website</i> pemesanan dapat membantu pekerjaan admin?	<i>Gain</i>
8.	Apa harapan Bapak/Ibu terhadap <i>website</i> yang akan dikembangkan?	<i>Thinks & Feels</i>

Tabel 4.7 Pertanyaan Pelanggan

No	Pertanyaan	Kategori
1.	Bagaimana biasanya Anda mencari informasi mengenai alat preparasi tambang sebelum melakukan pemesanan?	<i>Says & Does</i>
2.	Informasi apa yang paling penting bagi Anda sebelum memutuskan untuk memesan suatu produk?	<i>Thinks & Feels</i>
3.	Apakah informasi produk yang tersedia saat ini sudah membantu Anda memahami produk yang ditawarkan?	<i>Pain</i>
4.	Kendala apa yang pernah Anda alami saat mencari informasi atau melakukan pemesanan produk?	<i>Pain</i>
5.	Melalui media apa Anda biasanya melakukan pemesanan produk di PT Pasbent Indonesia?	<i>Says & Does</i>
6.	Bagaimana pengalaman Anda saat berkomunikasi dengan admin selama proses pemesanan?	<i>Pain</i>
7.	Fitur apa yang menurut Anda penting untuk tersedia pada <i>website</i> pemesanan alat preparasi tambang?	<i>Gain</i>
8.	Bagaimana proses pemesanan online yang ideal menurut Anda?	<i>Gain</i>
9.	Apa harapan Anda terhadap <i>website</i> pemesanan yang akan dikembangkan?	<i>Thinks & Feels</i>

4.2.1.3 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap admin dan pelanggan, dengan hasil sebagai berikut:

a. Responden Admin

Wawancara pertama dilakukan kepada pihak internal PT. Pasbent Indonesia, berikut hasil dari wawancara:

Tabel 4.8 Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Saat ini proses pemesanan produk dilakukan menggunakan apa?	Sebagian besar pelanggan melakukan pemesanan melalui <i>WhatsApp</i> . Selain itu ada beberapa pelanggan yang menghubungi melalui email untuk mengirimkan kebutuhan dan spesifikasi alat yang diinginkan.
2.	Apa kendala yang paling sering terjadi selama proses pemesanan?	Kendala yang paling sering terjadi adalah pelanggan belum memberikan informasi kebutuhan alat secara lengkap sehingga kami harus menanyakan kembali spesifikasi yang dibutuhkan.
3.	Apakah pelanggan sering menanyakan spesifikasi produk berulang kali?	Ya, cukup sering. Pelanggan biasanya menanyakan spesifikasi produk, fungsi alat, kapasitas, dan perbedaan antara satu tipe produk dengan tipe lainnya.
4.	Informasi apa yang paling sering ditanyakan pelanggan?	Informasi yang paling sering ditanyakan adalah spesifikasi produk, kapasitas alat, material yang digunakan, Harga produk, dan estimasi waktu pengerjaan.
5.	Apakah informasi produk yang tersedia saat ini sudah membantu pelanggan memahami produk yang ditawarkan?	Belum sepenuhnya. Pelanggan masih sering menanyakan spesifikasi produk, fungsi alat, dan perbedaan tipe produk karena informasi yang tersedia belum cukup lengkap.
6.	Fitur apa yang dibutuhkan agar proses pemesanan lebih mudah digunakan?	Menurut saya diperlukan katalog produk yang lengkap, informasi spesifikasi yang jelas, formulir pemesanan yang terstruktur, dan sistem pengelolaan pesanan yang lebih mudah digunakan.
7.	Menurut Bapak, bagaimana pendapat Bapak mengenai tampilan website yang saat ini digunakan, dan apakah diperlukan pembaruan terhadap tampilan website tersebut?	Menurut saya, tampilan website yang digunakan saat ini sudah cukup lama karena dibuat sejak tahun 2020, sehingga perlu diperbarui. Saya menginginkan tampilan website yang baru dan lebih modern agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan saat ini. Pembaruan tersebut tidak hanya pada informasi produk, tetapi juga pada tampilan dan struktur website secara keseluruhan.
8.	Apa harapan Bapak terhadap website yang akan dikembangkan?	Saya berharap website dapat dibuat dengan tampilan yang baru dan lebih modern dibandingkan website sebelumnya. Website juga diharapkan dapat memberikan informasi produk yang lebih lengkap, mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan, serta membantu admin dalam mengelola data pesanan secara lebih terstruktur dan efisien.

b. Responden Pelanggan

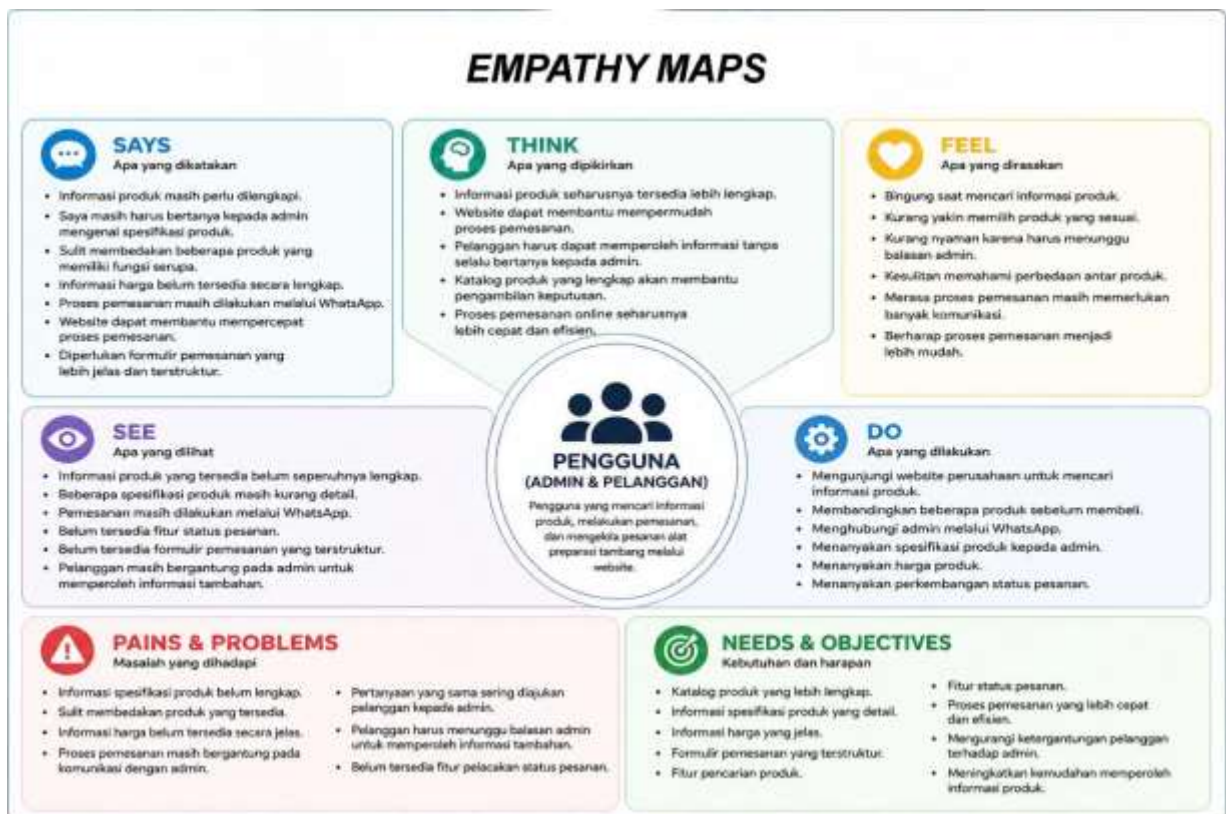
Wawancara pelanggan dilakukan kepada lima pelanggan PT. Pasbent Indonesia. Berikut hasil kesimpulan dari wawancara:

Tabel 4.9 Kesimpulan hasil wawancara dengan pelanggan

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana biasanya Anda mencari informasi mengenai alat preparasi tambang sebelum melakukan pemesanan?	Sebagian besar pelanggan mencari informasi melalui <i>website</i> perusahaan dan kemudian menghubungi admin apabila membutuhkan informasi tambahan mengenai produk.
2.	Informasi apa yang paling penting bagi Anda sebelum memutuskan untuk memesan suatu produk?	Pelanggan menganggap spesifikasi produk, kapasitas alat, fungsi produk, dan informasi harga sebagai informasi yang paling penting sebelum melakukan pemesanan.
3.	Apakah informasi produk yang tersedia saat ini sudah membantu Anda memahami produk yang ditawarkan?	Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa informasi pada <i>website</i> sudah membantu, namun masih diperlukan detail tambahan terutama terkait spesifikasi produk dan perbedaan antar produk.
4.	Kendala apa yang pernah Anda alami saat mencari informasi atau melakukan pemesanan produk?	Pelanggan mengalami kesulitan memperoleh informasi produk secara lengkap, membedakan spesifikasi antar produk, serta masih perlu menghubungi admin untuk memperoleh informasi tambahan.
5.	Melalui media apa Anda biasanya melakukan pemesanan produk di PT Pasbent Indonesia?	Sebagian besar pelanggan melakukan pemesanan melalui WhatsApp setelah memperoleh informasi dari <i>website</i> atau admin.
6.	Bagaimana pengalaman Anda saat berkomunikasi dengan admin selama proses pemesanan?	Pelanggan menilai admin cukup membantu, namun proses komunikasi terkadang memerlukan waktu karena pelanggan masih harus meminta informasi tambahan terkait produk dan perkembangan pesanan.
7.	Fitur apa yang menurut Anda penting untuk tersedia pada <i>website</i> pemesanan alat preparasi tambang?	Pelanggan menginginkan katalog produk yang lengkap, spesifikasi produk yang detail, informasi harga yang jelas, formulir pemesanan yang terstruktur, serta fitur status pesanan.
8.	Bagaimana proses pemesanan online yang ideal menurut Anda?	Pelanggan menginginkan proses pemesanan yang sederhana, informasi produk yang lengkap, serta kemampuan melakukan pemesanan secara langsung melalui <i>website</i> tanpa banyak komunikasi tambahan.
9.	Apa harapan Anda terhadap <i>website</i> pemesanan yang akan dikembangkan?	Pelanggan berharap <i>website</i> dapat menyediakan informasi produk yang lebih lengkap, mempermudah proses pemesanan, dan membantu pelanggan memantau perkembangan pesanan secara lebih mudah.

4.2.1.4 Empathy Map

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya informasi yang telah didapatkan dipetakan ke dalam *empathy map* yang merupakan *tools* (cara) untuk menggabungkan dan memetakan informasi yang telah diperoleh.



Gambar 4.4 empathy maps

Melalui *empathy map*, kita dapat menangkap apa yang responden katakan, pikirkan, dan rasakan. Berikut ini merupakan kesimpulan dari *empathy map* tersebut:

Hasil wawancara yang dilakukan kepada 1 admin dan 5 pelanggan PT Pasbent Indonesia, diketahui bahwa pengguna masih mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi produk secara lengkap, terutama terkait spesifikasi, harga, dan perbedaan antar produk. Selain itu, proses pemesanan yang masih bergantung pada komunikasi melalui *WhatsApp* menyebabkan pelanggan harus menghubungi admin untuk memperoleh informasi tambahan maupun mengetahui perkembangan pesanan.

Dari hasil analisis juga diketahui bahwa pengguna menginginkan *website* yang mampu menyediakan katalog produk yang lebih lengkap, informasi spesifikasi yang detail, formulir pemesanan yang terstruktur, serta fitur status pesanan. Dengan adanya fitur-fitur tersebut diharapkan proses pemesanan dapat menjadi lebih cepat, dan memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi produk tanpa harus bergantung sepenuhnya kepada admin.

4.2.2 Define

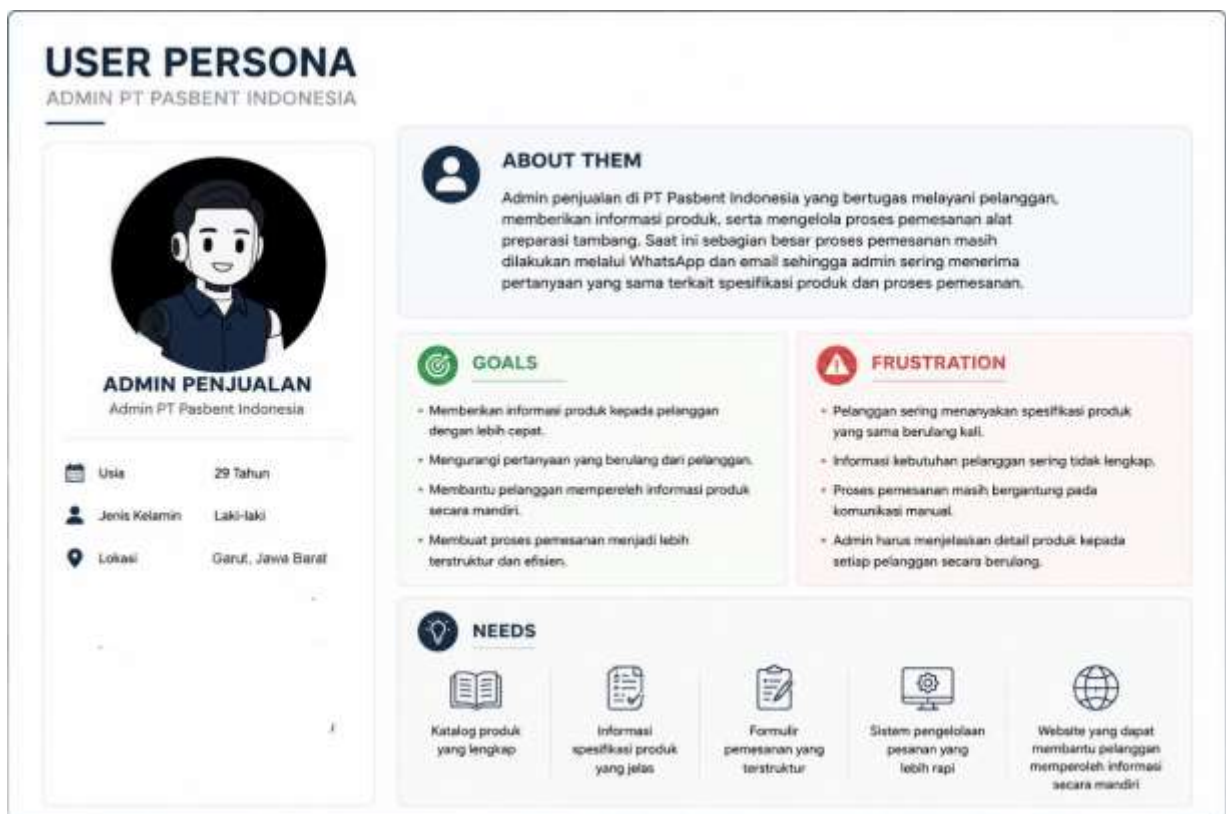
Tahapan ini dilakukan untuk mengumpulkan dan memahami informasi yang didapat dari tahapan sebelumnya yaitu tahapan *empathize*. Setelah informasi yang didapat dipahami, lalu didefinisikan dengan memaparkan pandangan pengguna yang akan digunakan sebagai landasan dari desain yang akan dibuat. Tahapan ini diawali dengan mengidentifikasi aktivitas yang berjalan, yang akan menghasilkan kebutuhan fungsional dan non-fungsional.

4.2.2.1 User Persona

Dengan mengacu pada tahap *empathize*, peneliti mengidentifikasi dan membuat *user persona*. Dari tahap sebelumnya didapatkan *user persona* sebagai berikut:

a) User Persona Admin

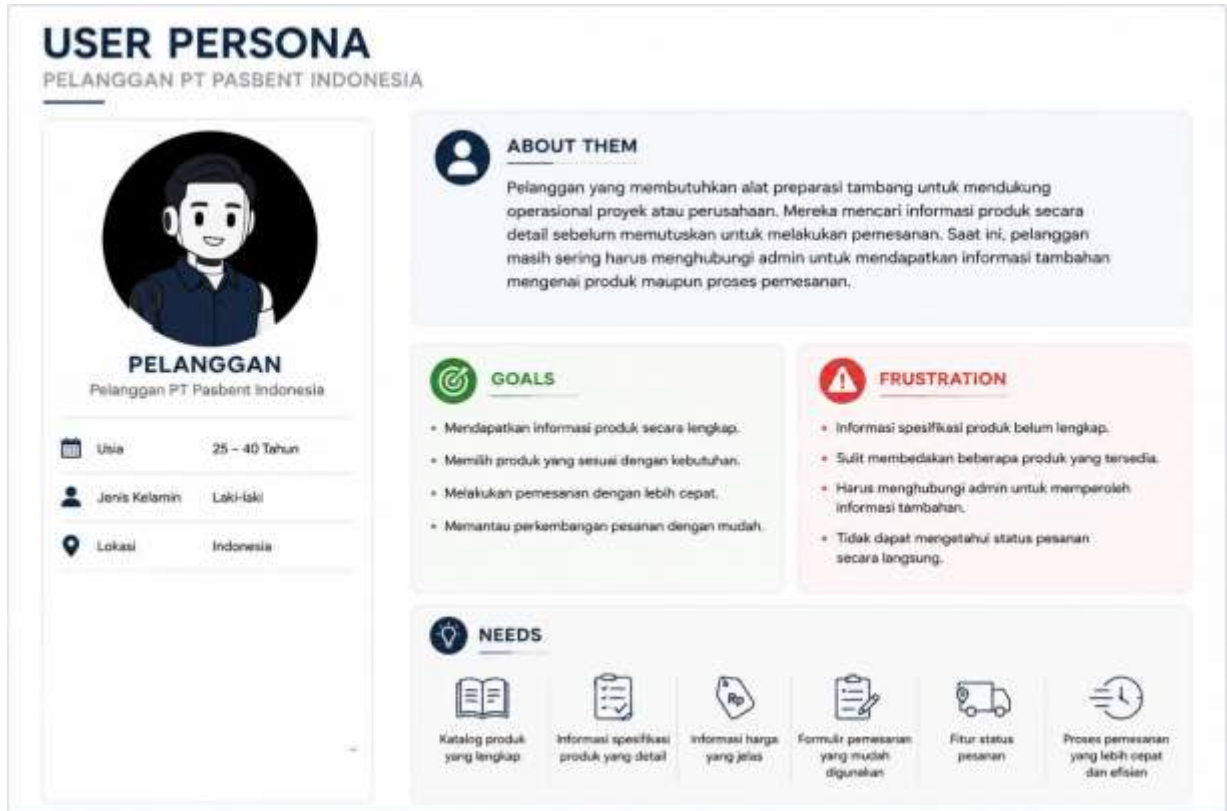
Pada gambar 4.7 merupakan *user persona* Admin



Gambar 4.5 User Persona Admin

b) *User Persona* Pelanggan

Pada gambar 4.8 merupakan *user persona* pelanggan



Gambar 4.6 User Persona Pelanggan

4.2.2.2 User Journey Map

User journey map adalah representasi visual dari pengalaman pengguna atau proses yang dilakukan oleh pengguna yang dapat digunakan untuk memahami interaksi antara user dengan produk atau layanan. Dari penelitian ini, didapatkan *user journey map* pelanggan pada table 4.10, sebagai berikut:

Tabel 4.10 User journey map pelanggan

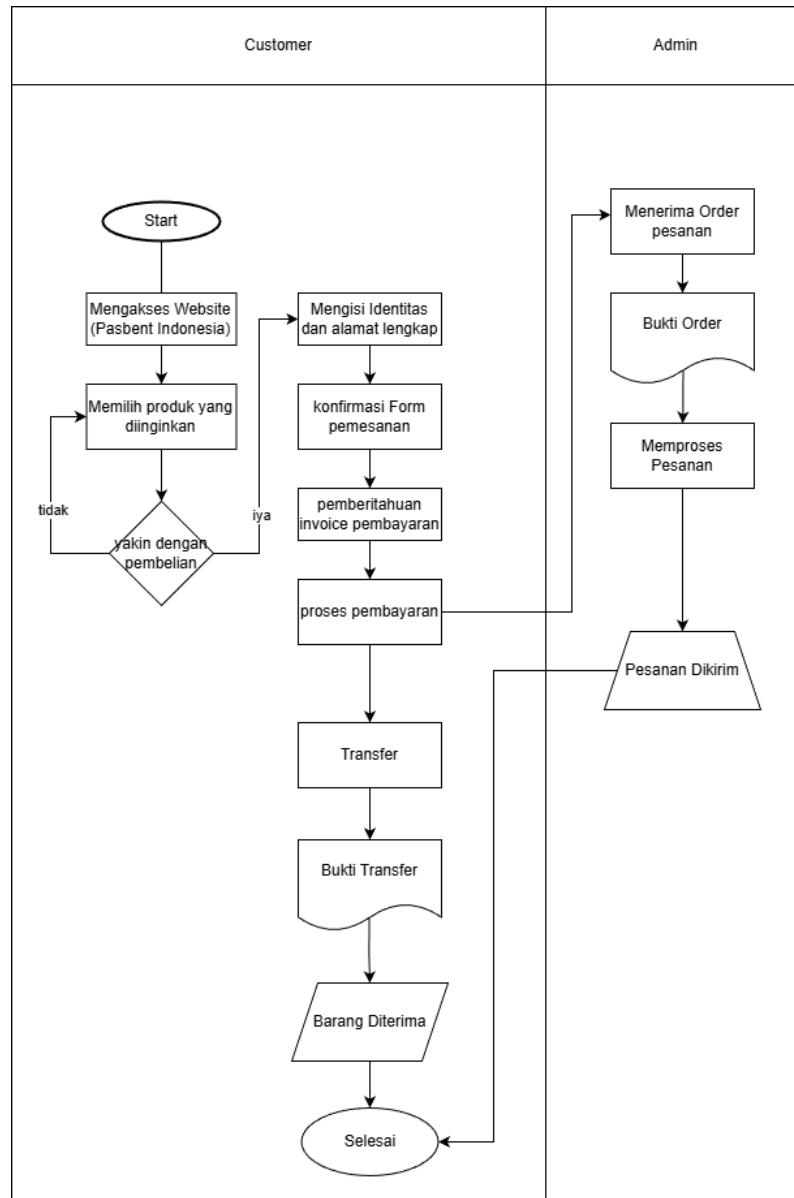
Activity Phase (Tahap Aktivitas)	Action (Tindakan Pengguna)	Touch Poin (Interaksi)	Thoughts (Pemikiran Pengguna)	Emotions (Perasaan Pengguna)
Mencari informasi produk	Mengunjungi <i>website</i> PT Pasbent Indonesia	<i>Website</i>	"Apakah produk yang saya butuhkan tersedia?"	Penasaran
Mempelajari produk	Melihat katalog dan spesifikasi produk	<i>Website</i>	"Informasi produknya masih kurang detail."	Bingung
Mencari informasi tambahan	Menghubungi admin untuk bertanya mengenai produk	WhatsApp	"Saya perlu memastikan produk yang dipilih sesuai kebutuhan."	Ragu
Melakukan pemesanan	Mengirimkan detail kebutuhan produk kepada admin	WhatsApp	"Semoga proses pemesanannya mudah."	Berharap
Menunggu konfirmasi	Menunggu informasi harga dan detail pesanan	WhatsApp	"Kapan saya mendapatkan konfirmasi?"	Tidak Sabar
Menunggu proses pesanan	Menunggu perkembangan pesanan	WhatsApp	"Apakah pesanan saya sedang diproses?"	Khawatir
Menerima pesanan	Menerima produk yang telah dipesan	Pengiriman	"Pesanan telah diterima sesuai kebutuhan."	Puas

Pada table 4.12 merupakan *user journey maps* admin

Tabel 4.11 users journey maps admin

Activity Phase (Tahap Aktivitas)	Action (Tindakan Pengguna)	Touch Poin (Interaksi)	Thougs (Pemikiran Pengguna)	Emotions (Perasaan Pengguna)
Menerima pertanyaan pelanggan	Membuka WhatsApp dan membaca pesan pelanggan	WhatsApp	"Pelanggan sering menanyakan hal yang sama terkait spesifikasi produk."	Sibuk
Memberikan informasi produk	Menjelaskan spesifikasi, fungsi, dan detail produk kepada pelanggan	WhatsApp, Website	"Seharusnya informasi ini sudah tersedia pada website."	Jenuh
Menangani konsultasi produk	Membantu pelanggan memilih produk yang sesuai	WhatsApp	"Pelanggan masih kesulitan memahami perbedaan antar produk."	Lelah
Menerima pesanan	Mencatat kebutuhan dan detail pesanan pelanggan	WhatsApp, Email	"Semoga tidak ada informasi yang terlewat."	Khawatir
Memproses pesanan	Mengelola dan meneruskan pesanan ke bagian terkait	Sistem Internal	"Proses akan lebih mudah jika data pesanan lebih terstruktur."	Fokus
Memberikan update pesanan	Menjawab pertanyaan pelanggan terkait perkembangan pesanan	WhatsApp	"Pelanggan sering menanyakan status pesanan."	Terbebani

4.2.2.3 Alur Aktivitas



Gambar 4.7 UserFlow

4.2.2.4 Kebutuhan Pengguna

Tabel 4.12 User Requirement

Kode	User Requirement
UR - 01	Pelanggan ingin dapat melihat katalog produk alat preparasi tambang secara lengkap dan terstruktur.
UR - 02	Pelanggan ingin dapat melihat spesifikasi produk dan harga secara detail sebelum melakukan pemesanan.
UR - 03	Pelanggan ingin dapat mengisi formulir pemesanan secara online.
UR - 04	Pelanggan ingin dapat memantau status pesanan tanpa harus menghubungi admin.
UR - 05	Admin ingin dapat menerima data pesanan pelanggan secara terstruktur.
UR - 06	Admin ingin dapat melihat detail kebutuhan pelanggan dengan lengkap.
UR - 07	Admin ingin dapat mengelola data produk dan spesifikasi produk.
UR - 08	Admin ingin dapat mengelola status pesanan pelanggan.
UR - 09	Admin ingin dapat melihat riwayat pesanan yang telah diproses.

4.2.2.5 Kebutuhan Fungsional

Tabel 4.13 Funtional Requirement

Kode	Fungsional Requirement
FR - 01	Sistem harus dapat menampilkan katalog produk alat preparasi tambang secara lengkap dan terstruktur.
FR - 02	Sistem harus dapat menampilkan detail produk yang berisi spesifikasi, fungsi, harga, dan informasi pendukung produk.
FR - 03	Sistem harus dapat menyediakan form pemesanan produk secara online.
FR - 04	Sistem harus dapat menampilkan status pesanan pelanggan.
FR - 05	Sistem harus dapat menyimpan data pesanan pelanggan secara terstruktur.
FR - 06	Sistem harus dapat menampilkan detail pesanan agar dapat diperiksa oleh admin
FR - 07	Sistem harus dapat menyediakan fitur pengelolaan data produk dan spesifikasi produk oleh admin.
FR - 08	Sistem harus dapat menyediakan fitur pembaruan status pesanan oleh admin.
FR - 09	Sistem harus dapat menampilkan riwayat pesanan yang telah diproses oleh admin.

4.2.2.6 Kebutuhan Non Fungsional

Tabel 4.14 Non-Functional Requirement

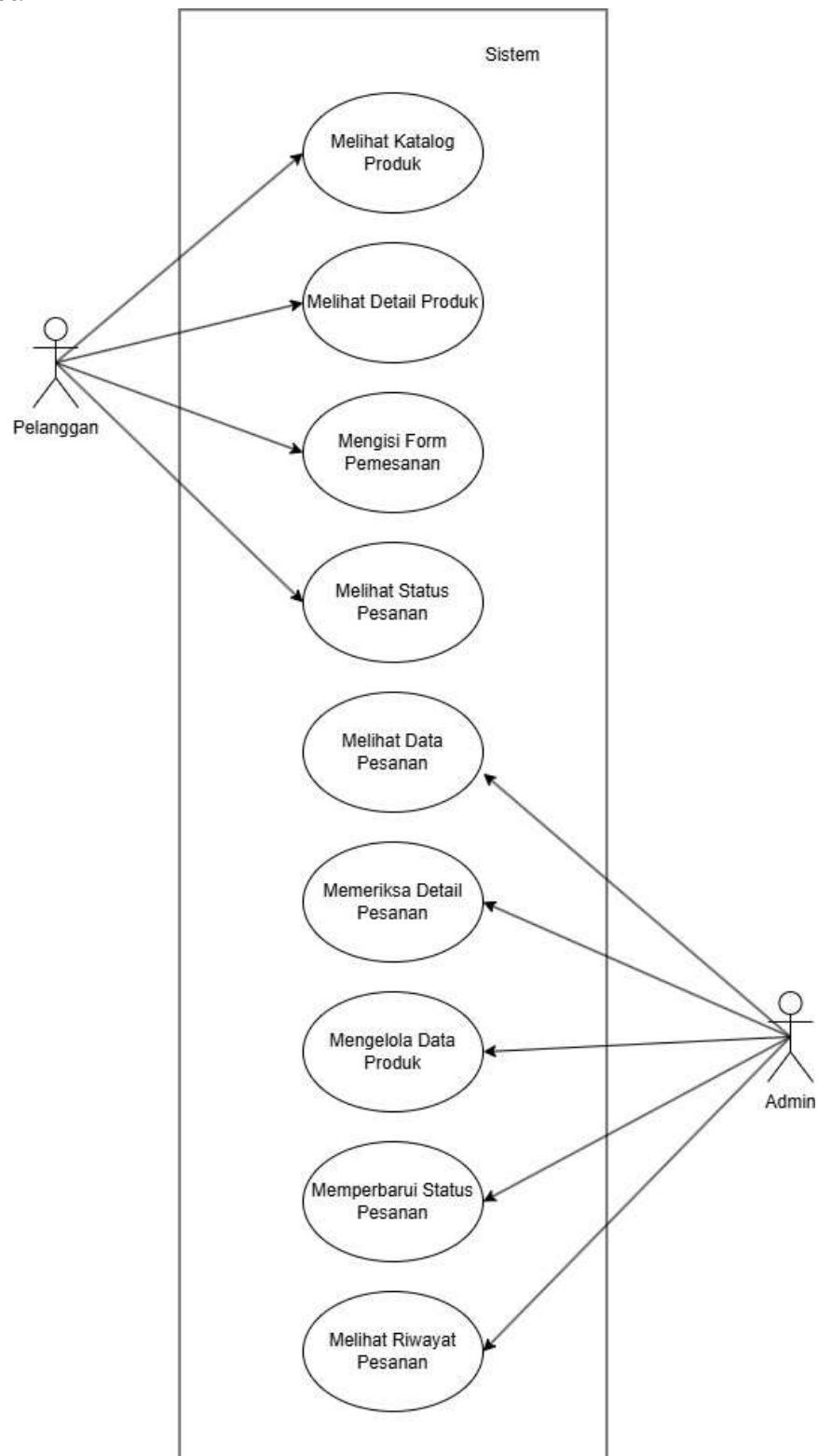
Kode	Non-Functional Requirement	Deskripsi
NFR - 01	Kemudahan digunakan.	Tampilan harus mudah dipahami sehingga pengguna tahu apa yang harus dilakukan.
NFR - 02	Konsistensi tampilan.	Setiap halaman menggunakan gaya tampilan yang sama (warna, tombol, layout).
NFR - 03	Kejelasan Informasi.	Informasi produk, pemesanan, dan status harus disajikan dengan jelas.
NFR - 04	Keterbacaan	Ukuran teks, jarak, dan kontras harus nyaman dibaca.

4.2.3 Ideate

Pada bagian ini, *ideate* adalah berbagai macam ide yang dikumpulkan berdasarkan tahap *empathize* dan *define*. Tujuannya adalah untuk mengetahui kebutuhan dan mengidentifikasi solusi inovatif maka dilakukan brainstorming untuk memodelkan hasil dari ide dapat menggunakan *User flow* dan *sitemap*.

4.2.3.1 Diagram Use Case

Berikut ini merupakan *Use case diagram* yang ditunjukkan pada gambar 4.8 *use case diagram*, sebagai berikut:



Gambar 4.8 Use Case Diagram

Tabel 4.15 Aktor Use Case

No	Aktor	Deskripsi
1	Admin	Orang yang bertanggung jawab dalam mengelola pesanan dan memproses pesanan dari pembeli melalui <i>web</i> .
2	Pelanggan	Orang yang ingin memesan alat preparasi tambang di PT Pasbent Indonesia melalui <i>web</i> .

4.2.3.2 Deskripsi Diagram Use Case

Berikut merupakan deskripsi detail dari use case yang ditampilkan pada gambar di atas, yang akan dijelaskan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.16 Deskripsi Use Case

Kode	Nama Use Case	Deskripsi
UC - 01	Melihat Katalog Produk.	Pelanggan melihat daftar produk yang tersedia pada <i>website</i> ..
UC - 02	Melihat Detail Produk	Pelanggan melihat informasi detail produk seperti spesifikasi dan harga.
UC - 03	Mengisi Form Pemesanan	Pelanggan mengisi data pemesanan produk melalui formulir yang tersedia.
UC - 04	Melihat Status Pesanan	Pelanggan memantau perkembangan pesanan melalui <i>website</i> .
UC - 05	Melihat Data Pesanan	Admin melihat daftar pesanan yang masuk ke dalam sistem.
UC - 06	Memeriksa Detail Pesanan	Admin memeriksa informasi dan kebutuhan pelanggan pada pesanan yang masuk.
UC - 07	Mengelola Data Produk	Admin menambah, mengubah, atau memperbarui informasi produk.
UC - 08	Memperbarui Status Pesanan	Admin memperbarui status pesanan sesuai progres pengerjaan.
UC - 09	Melihat Riwayat Pesanan	Admin melihat data pesanan yang telah selesai diproses.

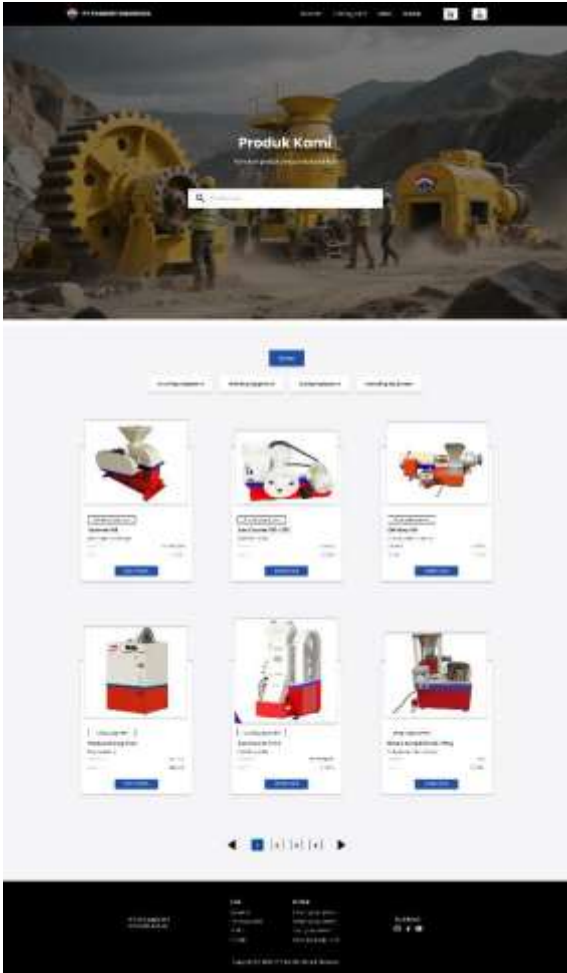
4.2.3.3 Pemodelan Skenario *Use Case*

Skenario *use case* adalah gambaran alur penggunaan aplikasi sesuai dengan *use case* yang telah dibuat. Skenario *use case* menunjukkan bagaimana pengguna berinteraksi. Rincian skenario ditampilkan pada tabel berikut:

4.2.3.3.1 Skenario *Use Case* UC-01

Berikut detail skenario *use case* UC-01 dalam bentuk tabel:

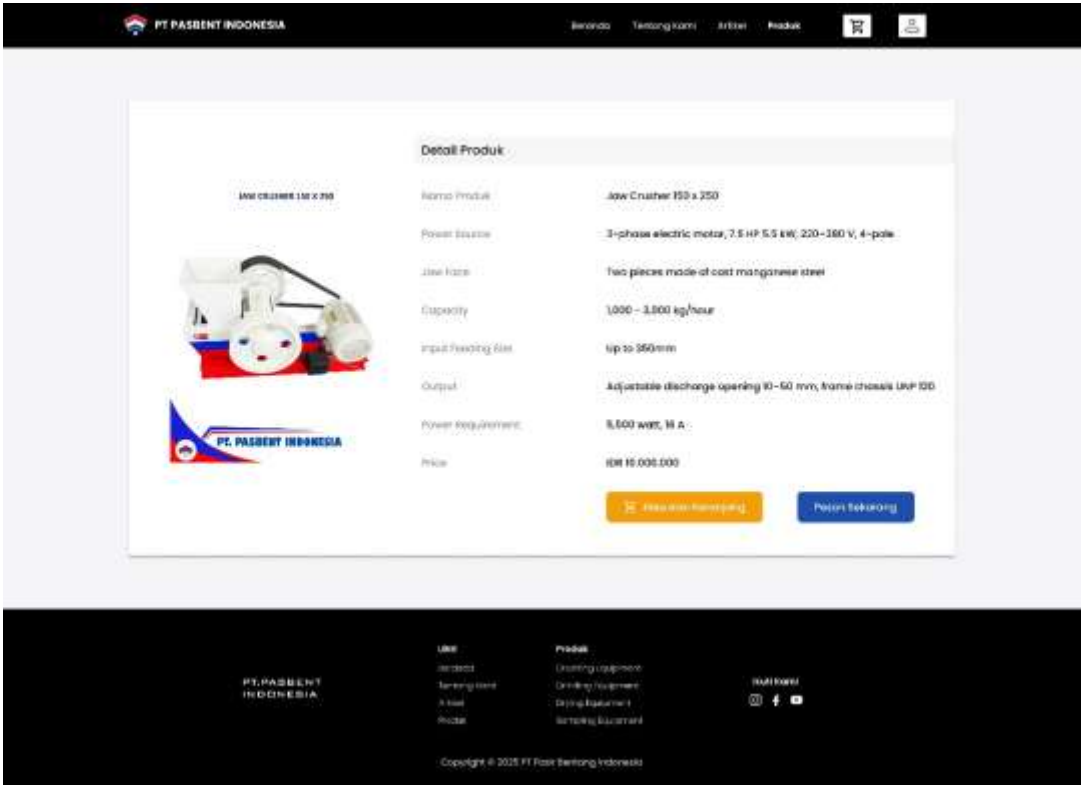
Tabel 4.17 Skenario *Use Case*-01

No Use Case	UC-01
Nama Use Case	Melihat katalog produk
Tujuan	Menampilkan katalog produk kepada pelanggan
Aktor	Pelanggan
Kondisi awal: Pelanggan berada pada halaman utama	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Pelanggan memilih produk	
	2. Sistem menampilkan halaman produk
3. Pelanggan melihat daftar produk dan memilih salah satu produk	
Kondisi akhir: Produk berhasil ditampilkan kepada pelanggan	

4.2.3.3.2 Skenario Use Case UC-02

Berikut detail skenario *use case* UC-02 dalam bentuk tabel:

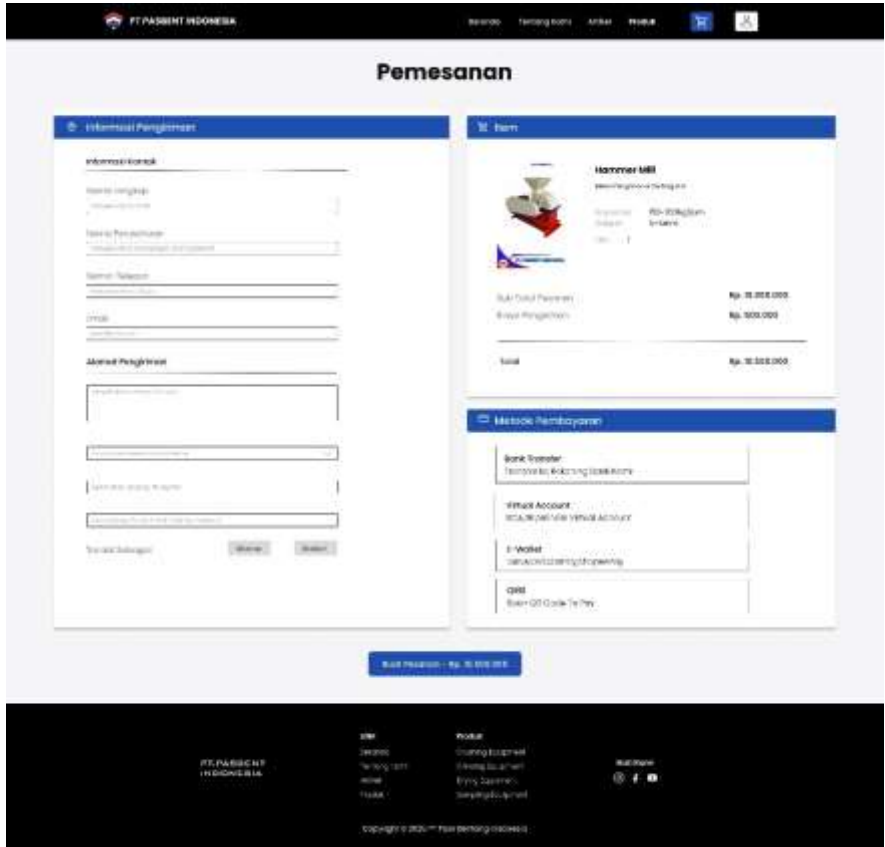
Tabel 4.18 Skenario Use Case-02

No Use Case	UC-02
Nama Use Case	Melihat Detail Produk
Tujuan	Menampilkan informasi detail produk kepada pelanggan.
Aktor	Pelanggan
Kondisi awal: Pelanggan berada pada halaman katalog produk	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Pelanggan memilih salah satu produk	
	2. Sistem menampilkan halaman detail produk
3. Pelanggan melihat informasi produk	
	4. Sistem menampilkan spesifikasi produk
Kondisi akhir: Detail produk berhasil ditampilkan kepada pelanggan	

4.2.3.3.3 Skenario Use Case UC-03

Berikut detail skenario *use case* UC-03 dalam bentuk table:

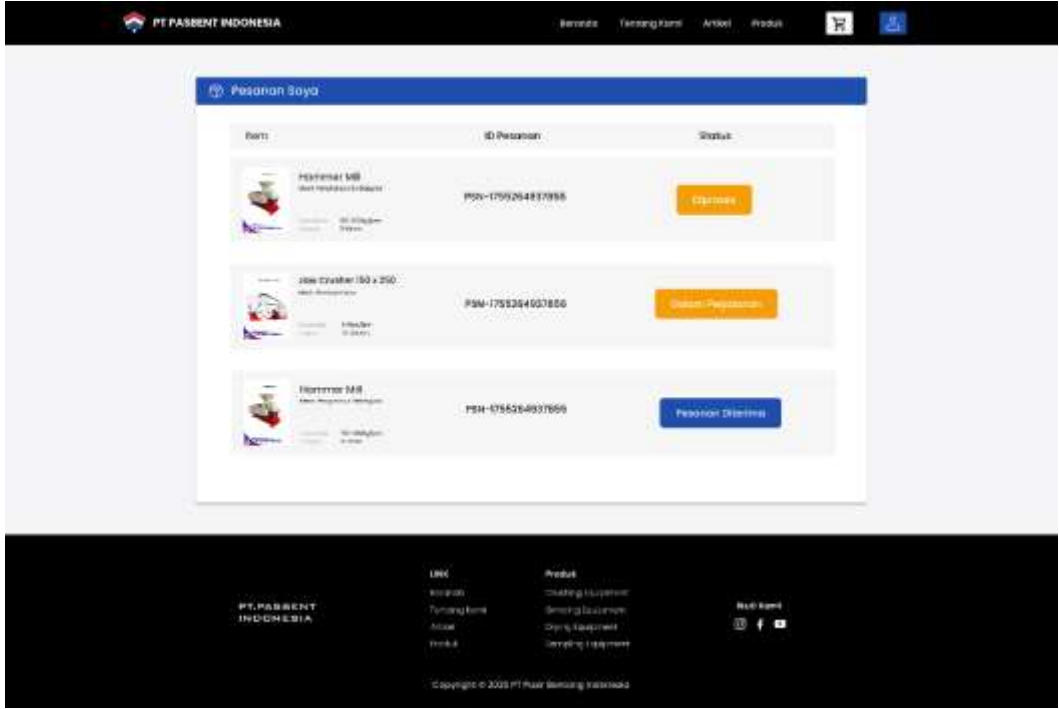
Tabel 4.19 Skenario Use Case-03

No Use Case	UC-03
Nama Use Case	Mengisi Form Pesanan
Tujuan	Memungkinkan pelanggan mengisi data pemesanan produk
Aktor	Pelanggan
Kondisi awal: Pelanggan berada pada halaman detail produk	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Pelanggan memilih tombol pesan produk	
	2. Sistem menampilkan form pemesanan
3. Pelanggan mengisi data pemesanan	
	4. Sistem menampilkan data yang telah diisi pada form
Kondisi akhir: Form pemesanan berhasil diisi oleh pelanggan	

4.2.3.3.4 Skenario Use Case UC-04

Berikut detail skenario *use case* UC-04 dalam bentuk tabel:

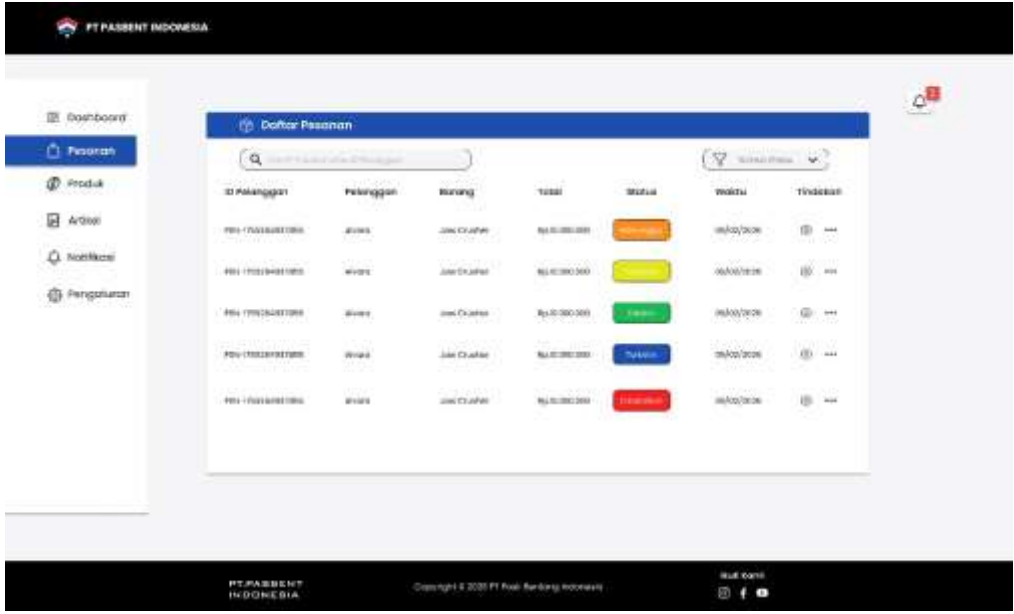
Tabel 4.20 Skenario Use Case-04

No Use Case	UC-04
Nama Use Case	Melihat Status Pesanan
Tujuan	Menampilkan perkembangan status pesanan pelanggan..
Aktor	Pelanggan
Kondisi awal: Pelanggan telah mengirim permintaan pemesanan	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Pelanggan membuka halaman status pesanan.	
	2. Sistem menampilkan daftar pesanan pelanggan
3. Pelanggan memilih salah satu pesanan	
	4. Sistem menampilkan status pesanan seperti menunggu, diproses, dikirim, atau selesai
Kondisi akhir: Status pesanan berhasil ditampilkan kepada pelanggan.	

4.2.3.3.5 Skenario Use Case UC-05

Berikut merupakan detail skenario *use case* UC-05 dalam bentuk tabel:

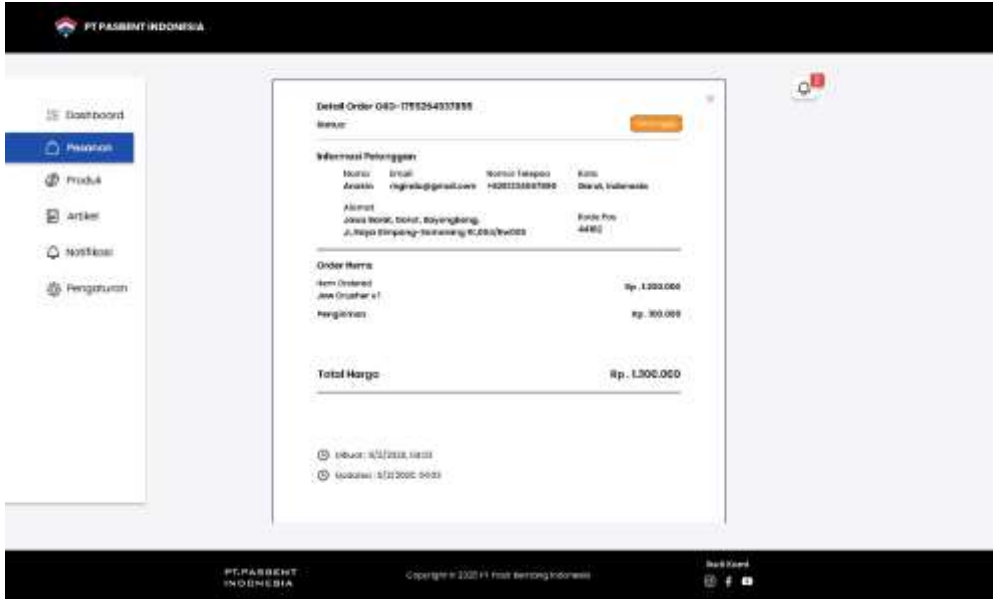
Tabel 4.21 Skenario Use Case-05

No Use Case	UC-05
Nama Use Case	Melihat Data Pesanan
Tujuan	Menampilkan daftar pesanan yang masuk kepada admin
Aktor	Admin
Kondisi awal: Admin berada pada halaman dashboard admin	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Admin memilih menu data pesanan	
	2. Sistem menampilkan daftar pesanan yang masuk
3. Admin melihat daftar pesanan pelanggan	
	4. Sistem menampilkan informasi ringkas seperti nama pelanggan, produk, tanggal dan status pesanan.
Kondisi akhir: Data pesanan berhasil ditampilkan kepada admin	

4.2.3.3.6 Skenario Use Case UC-06

Berikut detail skenario *use case* UC-06 dalam bentuk tabel:

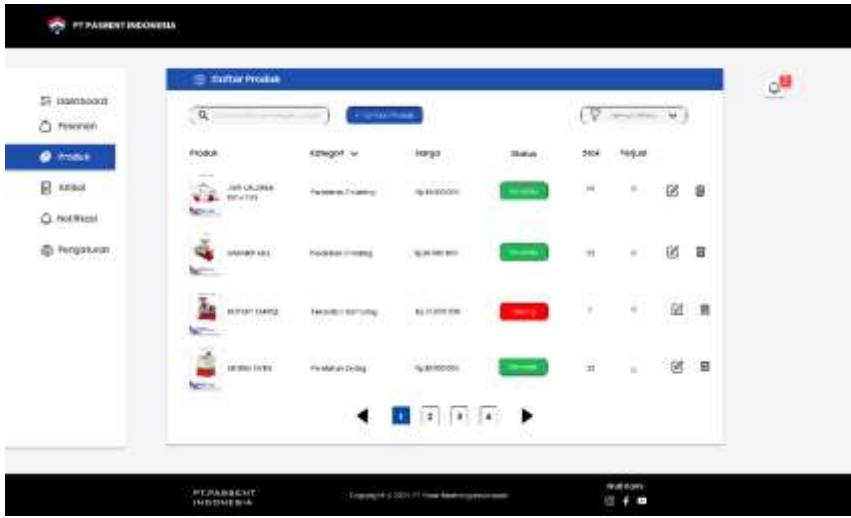
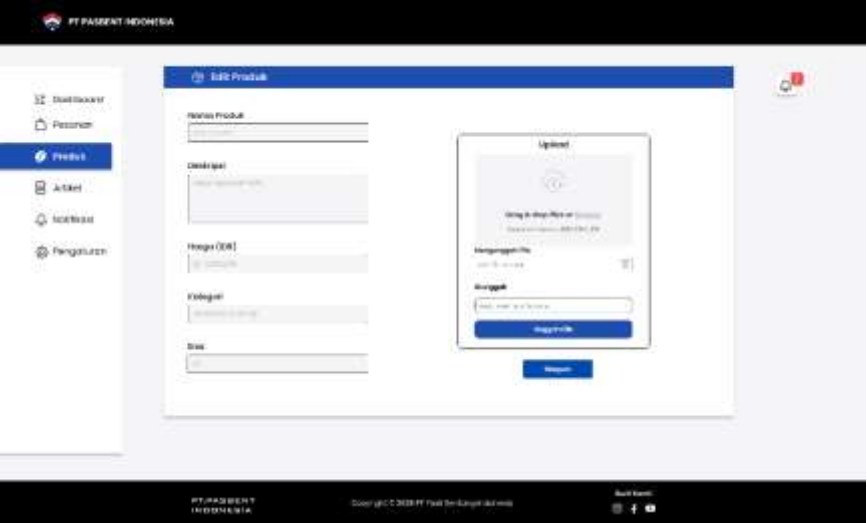
Tabel 4.22 Skenario Use Case-06

No Use Case	UC-06
Nama Use Case	Memeriksa Detail Pesanan
Tujuan	Memungkinkan admin memeriksa informasi detail pesanan pelanggan.
Aktor	Admin
Kondisi awal: Admin berada pada halaman data pesanan	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Admin memilih salah satu pesanan	
	2. Sistem menampilkan halaman detail pesanan
3 Admin memeriksa informasi pesanan	
	4 Sistem menampilkan detail pelanggan, produk, jumlah, catatan, dan status pesanan
Kondisi akhir: Detail pesanan berhasil ditampilkan kepada admin	

4.2.3.3.7 Skenario Use Case UC-07

Berikut detail skenario *use case* UC-07 dalam bentuk tabel:

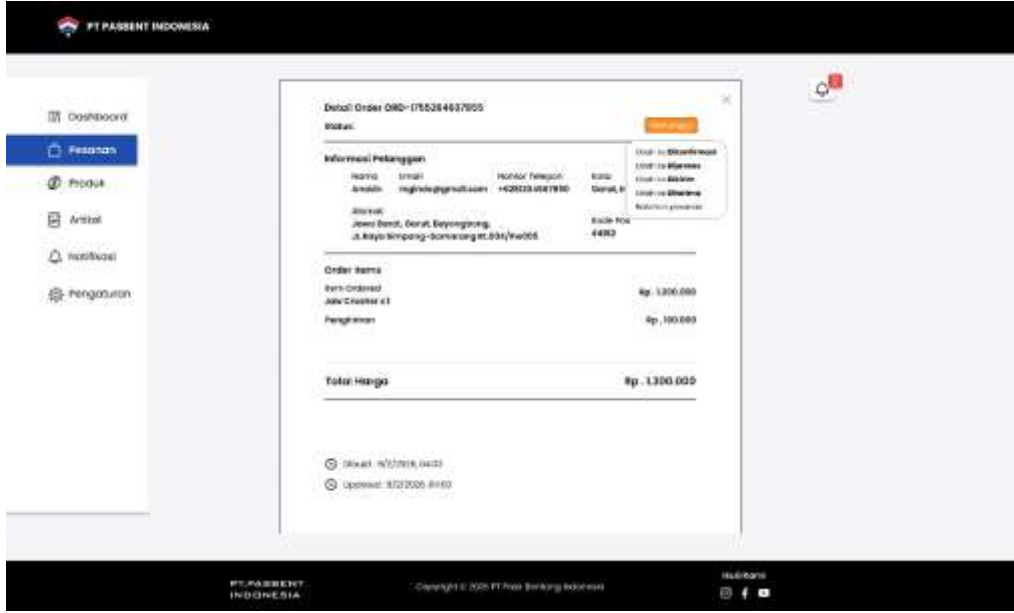
Tabel 4.23 Skenario Use Case-07

No Use Case	UC-07
Nama Use Case	Mengelola Data Produk
Tujuan	Memungkinkan admin mengelola informasi produk pada <i>website</i>
Aktor	Admin
Kondisi awal: Admin berada pada halaman dashboard	
 	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Admin memilih menu data produk	
	2. Sistem menampilkan daftar produk
3 Admin menambah, mengubah, atau memperbarui data produk	
	4 Sistem menyimpan perubahan data produk
Kondisi akhir: Data produk berhasil dikelola admin	

4.2.3.3.8 Skenario Use Case UC-08

Berikut detail skenario *use case* UC-08 dalam bentuk tabel:

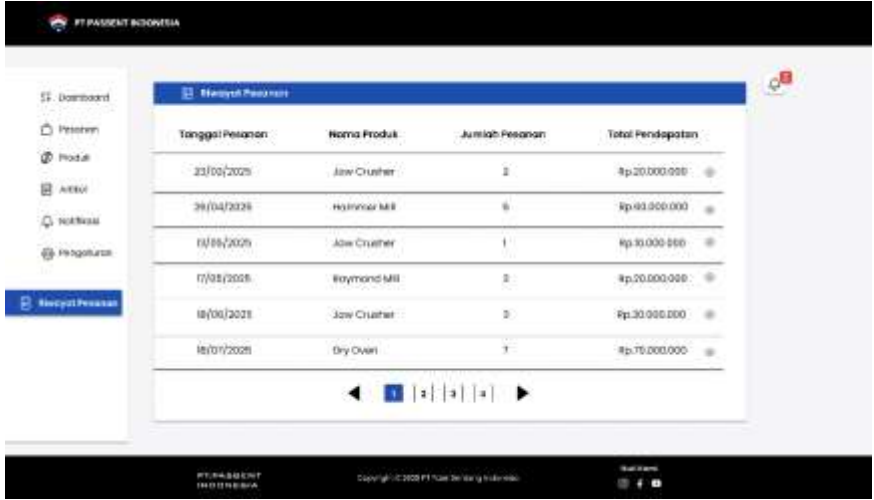
Tabel 4.24 Skenario Use Case-08

No Use Case	UC-08
Nama Use Case	Memperbarui Status Pesanan
Tujuan	Memungkinkan admin memperbarui status pelanggan.
Aktor	Admin
Kondisi awal: Admin berada pada halaman detail pesanan.	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Admin memilih status pesanan	
	2. Sistem menampilkan pilihan status pesanan
3 Admin mengubah status pesanan	
	4 Sistem menyimpan perubahan status pesanan
Kondisi akhir: Status pesanan berhasil diperbarui	

4.2.3.3.9 Skenario Use Case UC-09

Berikut detail skenario use case UC-09 dalam bentuk tabel:

Tabel 4.25 Skenario Use Case-09

No Use Case	UC-09
Nama Use Case	Melihat Riwayat Pesanan
Tujuan	Menampilkan data pesanan yang telah selesai diproses.
Aktor	Admin
Kondisi awal: Admin berada pada halaman dashbopard admin	
	
	
Aksi pengguna	Reaksi Sistem
1. Admin memilih riwayat pesanan	
	2. Sistem menampilkan daftar pesanan yang telah selesai diproses
3 admin memilih salah satu riwayat pesanan	
	4 sistem menampilkan detail riwayat pesanan
Kondisi akhir: Riwayat pesanan berhasil ditampilkan kepada admin	

4.2.3.4 User flow

User flow merupakan proses atau aktivitas yang dilakukan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Proses ini mencakup berbagai langkah atau tahapan yang ditempuh pengguna dari awal hingga akhir, termasuk interaksi dengan berbagai fitur dan elemen antarmuka.

4.2.3.4.1 User flow Use Case-01

Berikut merupakan *User flow* UC-01

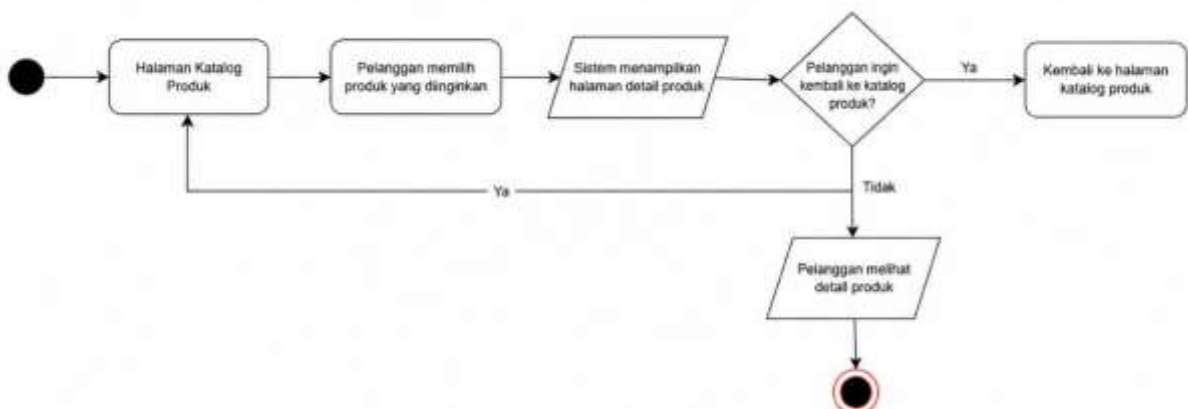


Gambar 4.9 Userflow Use Case-01

User flow UC-01 menggambarkan alur interaksi pelanggan dalam melihat katalog produk alat preparasi tambang pada *website* PT. Pasbent Indonesia. Proses dimulai ketika pelanggan berada pada halaman beranda, kemudian memilih menu katalog produk. Setelah itu sistem menampilkan halaman katalog yang berisi daftar produk yang tersedia. Melalui alur ini, pelanggan dapat melihat produk secara lengkap dan terstruktur sehingga memudahkan dalam mencari produk yang dibutuhkan.

4.2.3.4.2 User flow Use Case-02

Berikut merupakan *User flow* UC-02

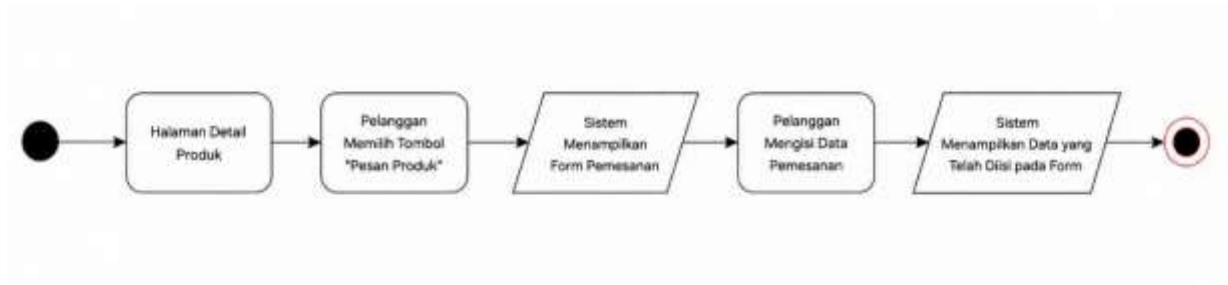


Gambar 4.10 Userflow Use Case-02

User flow UC-02 menggambarkan alur pelanggan dalam melihat detail produk. Proses dimulai dari halaman katalog produk, kemudian pelanggan memilih salah satu produk. Sistem akan menampilkan halaman detail produk yang berisi informasi lengkap mengenai produk yang dipilih sehingga pelanggan dapat memahami produk sebelum melakukan pemesanan.

4.2.3.4.3 *User flow Use Case-03*

Berikut *User flow* UC-03

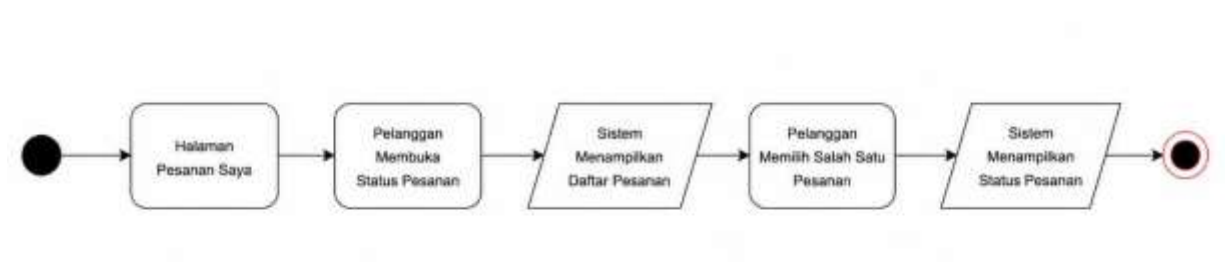


Gambar 4.11 Userflow Use Case-03

User flow UC-03 menggambarkan alur pelanggan dalam mengisi form pemesanan produk. Proses dimulai dari halaman detail produk, kemudian pelanggan memilih tombol Pesan Produk. Sistem menampilkan form pemesanan yang dapat diisi oleh pelanggan. Setelah data pemesanan diisi, sistem menampilkan data yang telah dimasukkan sehingga *form* pemesanan berhasil diisi oleh pelanggan.

4.2.3.4.4 *User flow Use Case-04*

Berikut *User flow* UC-04

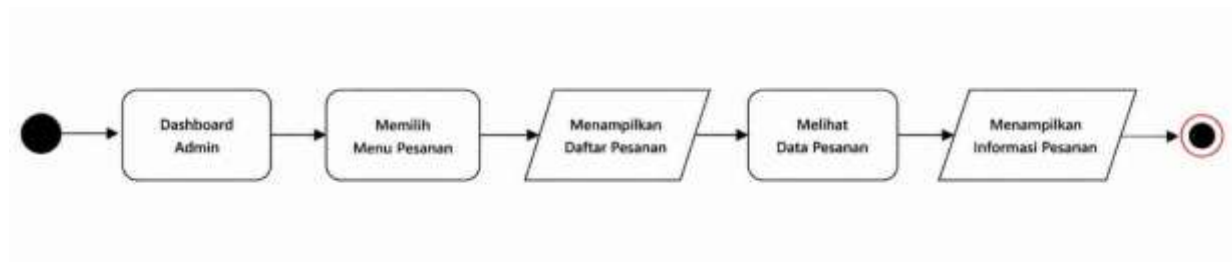


Gambar 4.12 Userflow Use Case-04

User flow UC-04 menggambarkan alur interaksi pelanggan dalam melihat status pesanan pada *website* PT. Pasbent Indonesia. Proses dimulai ketika pelanggan membuka halaman Pesanan Saya. Selanjutnya sistem menampilkan daftar pesanan yang dimiliki pelanggan. Sistem kemudian menampilkan status pesanan yang berisi informasi perkembangan pesanan, seperti menunggu, diproses, dikirim, atau selesai. Melalui alur ini, pelanggan dapat memantau perkembangan pesanan yang telah dibuat.

4.2.3.4.5 User flow Use Case-05

Berikut User flow UC-05



Gambar 4.13 Userflow Use Case-05

User flow UC-05 menggambarkan alur admin dalam melihat data pesanan. Proses dimulai dari *Dashboard Admin*, kemudian admin memilih menu *Pesanan*. Sistem menampilkan daftar pesanan yang masuk, selanjutnya admin melihat data pesanan dan sistem menampilkan informasi pesanan yang tersedia.

4.2.3.4.6 User flow Use Case-06

Berikut User flow UC-06

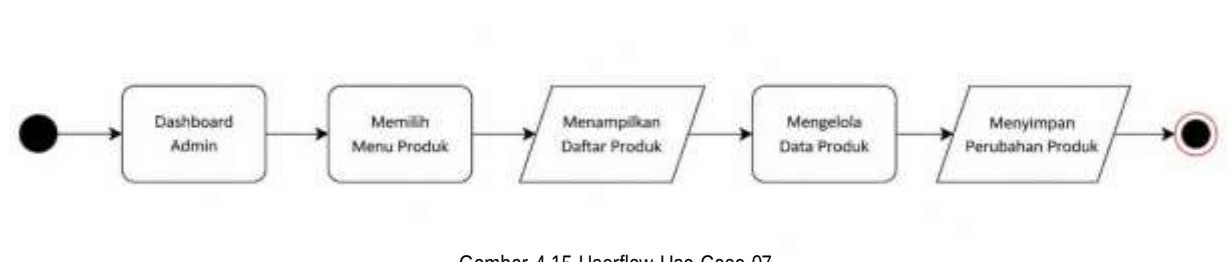


Gambar 4.14 Userflow Use Case-06

User flow UC-06 menggambarkan alur admin dalam memeriksa detail pesanan. Proses dimulai dari halaman *Data Pesanan*, kemudian admin memilih salah satu pesanan. Sistem menampilkan halaman detail pesanan, selanjutnya admin memeriksa informasi pesanan dan sistem menampilkan informasi detail pesanan yang tersedia.

4.2.3.4.7 User flow Use Case-07

Berikut User flow UC-07

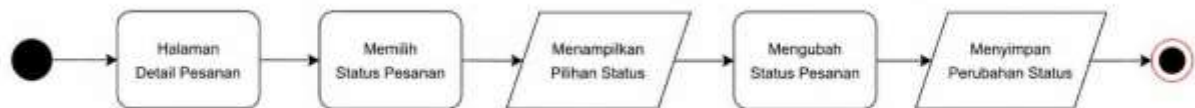


Gambar 4.15 Userflow Use Case-07

User flow UC-07 menggambarkan alur admin dalam mengelola data produk. Proses dimulai dari Dashboard Admin, kemudian admin memilih menu Produk. Sistem menampilkan daftar produk yang tersedia, selanjutnya admin melakukan pengelolaan data produk dan sistem menyimpan perubahan yang telah dilakukan.

4.2.3.4.8 *User flow Use Case-08*

Berikut *User flow* UC-08



Gambar 4.16 Userflow Use Case-08

User flow UC-08 menggambarkan alur admin dalam memperbarui status pesanan. Proses dimulai dari halaman Detail Pesanan, kemudian admin memilih status pesanan. Sistem menampilkan pilihan status yang tersedia, selanjutnya admin mengubah status pesanan dan sistem menyimpan perubahan status yang telah dilakukan.

4.2.3.4.9 *User flow Use Case-09*

Berikut *User flow* UC-09



Gambar 4.17 Userflow Use Case-09

User flow UC-09 menggambarkan alur admin dalam melihat riwayat pesanan. Proses dimulai dari Dashboard Admin, kemudian admin memilih menu Riwayat Pesanan. Sistem menampilkan daftar riwayat pesanan yang telah selesai diproses. Selanjutnya admin memilih salah satu riwayat pesanan dan sistem menampilkan detail riwayat pesanan yang dipilih.

4.2.3.5 Sitemap

Sitemap merupakan gambar yang menampilkan navigasi alur perpindahan halaman yang dapat diakses oleh pengguna di dalam aplikasi. Berikut gambar untuk navigasi yang dirancang.

Pada gambar 4.18 merupakan sitemap pelanggan



Gambar 4.18 Sitemap pelanggan

Berdasarkan Gambar 4.18, sitemap pelanggan menggambarkan struktur navigasi *website* yang akan digunakan oleh pengguna. Halaman utama terdiri atas Beranda, Produk, Artikel, Tentang, Kontak, Status Pesanan, dan Profil. Pada menu Produk, pengguna dapat mengakses halaman Detail Produk, sedangkan pada menu Profil tersedia fitur Edit Profil, Pesanan Saya, dan Logout. Struktur navigasi ini dirancang agar pengguna dapat menemukan informasi dan melakukan proses pemesanan dengan lebih mudah.



Gambar 4.19 Sitemap Admin

Berdasarkan Gambar 4.19, sitemap admin menggambarkan struktur halaman yang digunakan untuk mengelola website pemesanan. Admin dapat mengakses Dashboard, Data Pesanan, Detail Pesanan, Data Produk, Tambah Produk, Edit Produk, Artikel, Riwayat Pesanan, serta Pengaturan Profil. Struktur ini dirancang untuk memudahkan admin dalam mengelola data produk, memproses pesanan pelanggan, dan memperbarui informasi pada *website*.

BAB 5 PROTOTYPE DAN TESTING

Bab ini berisi tahapan akhir dari rancangan *ui/ux website* pemesanan alat preparasi tambang PT. Pasbent Indonesia, yang mencakup implementasi lanjutan dari metode *design thinking*, yaitu pembuatan pengujian atau *testing*

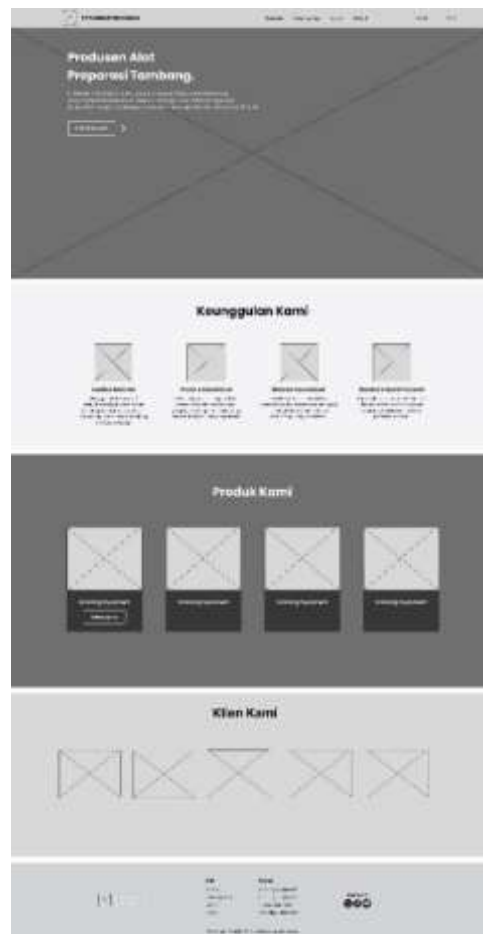
5.1 Tahap *Prototype*

Tahap *prototype* ini berguna untuk mengimplementasikan ide yang sudah didapat dalam tahap sebelumnya menjadi sebuah produk uji coba [WIB20]. Melalui kakas Figma, konsep abstrak sistem pemesanan diwujudkan untuk memvalidasi alur interaksi dan struktur informasi sebelum fase implementasi teknis. Perancangan ini dilakukan bertahap dari *low-fidelity* hingga *high-fidelity* guna memastikan antarmuka selaras dengan kebutuhan fungsional (FR) dan kebutuhan pengguna (UR).

5.1.1 *Low Fidelity*

Dalam tahapan *low-fidelity*, peneliti menggunakan *wireframe* untuk menggambarkan rancangan awal pada tahap *prototype* dari *website* pemesanan alat preparasi tambang PT PASBENT. Berikut ini merupakan *wireframe low-fidelity* yang memberikan gambaran awal tentang struktur dan tata letak keseluruhan tampilan *website*.

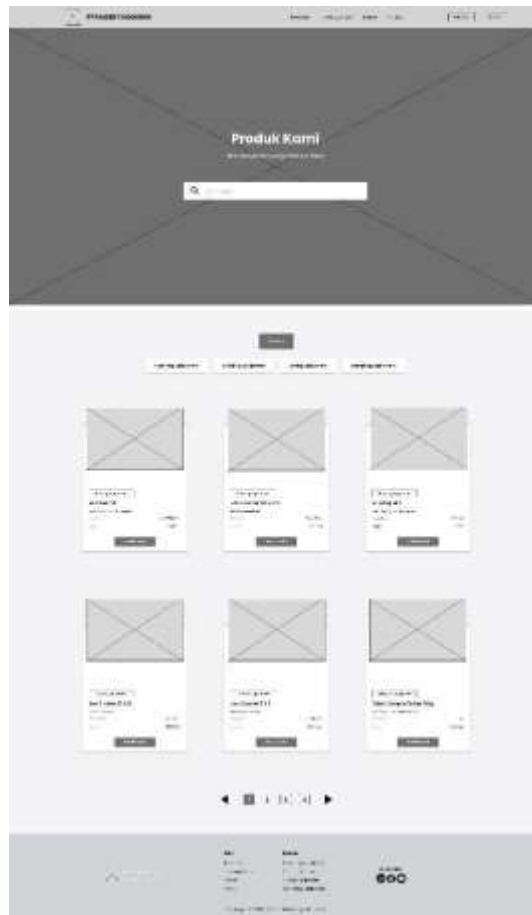
1. Halaman *Homepage* (Beranda)



Gambar 5.1 Low-fi Halaman Beranda

Pada Gambar 5.1 ditampilkan rancangan awal halaman beranda (homepage) website pemesanan alat preparasi tambang PT. Pasbent Indonesia. Halaman ini dirancang sebagai tampilan pertama yang akan dilihat oleh pengguna ketika mengakses website. Pada halaman beranda terdapat informasi singkat mengenai perusahaan, menu navigasi utama, serta akses menuju halaman produk. Rancangan ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai isi website sehingga pengguna dapat menemukan informasi yang dibutuhkan dengan lebih mudah.

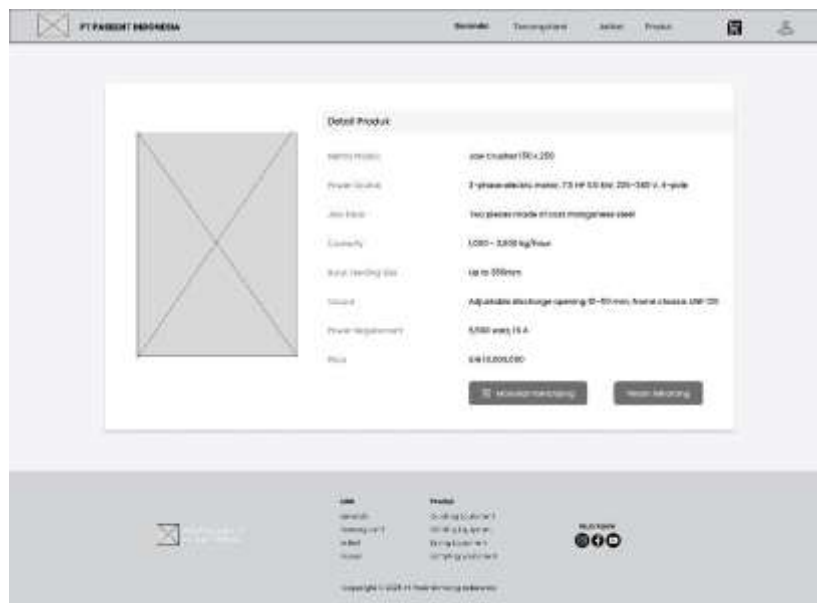
2. Halaman Produk



Gambar 5.2 Low-fi Halaman Produk

Gambar 5.2 menunjukkan rancangan awal halaman produk yang digunakan untuk menampilkan daftar produk yang tersedia. Setiap produk ditampilkan dalam bentuk katalog sehingga memudahkan pengguna untuk melihat pilihan produk sebelum membuka informasi yang lebih rinci. Halaman ini dirancang agar proses pencarian produk menjadi lebih sederhana dan terstruktur.

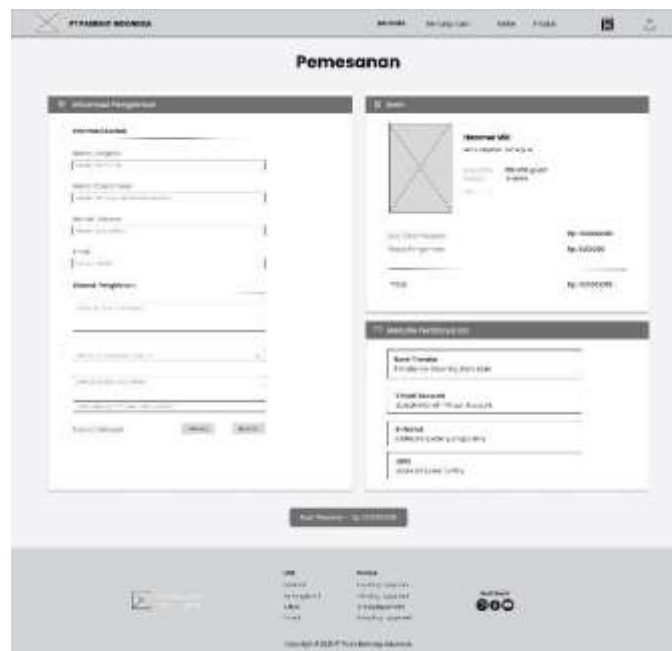
3. Halaman Detail Pesanan



Gambar 5.3 Low-fi Halaman Detail Pesanan

Pada Gambar 5.3 ditampilkan rancangan awal halaman detail produk. Halaman ini berisi informasi yang lebih lengkap mengenai produk yang dipilih, seperti nama produk, spesifikasi, deskripsi, gambar, dan informasi pendukung lainnya. Tujuan perancangan halaman ini adalah agar pengguna dapat memperoleh informasi produk secara lebih jelas tanpa harus menghubungi admin untuk menanyakan spesifikasi produk.

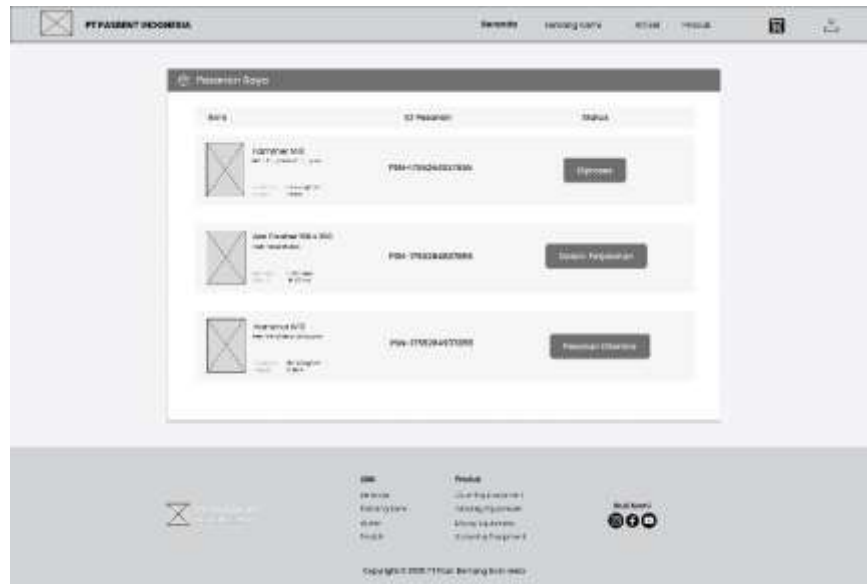
4. Halaman Form Pesanan



Gambar 5.4 Low-fi Halaman Sign Up

Gambar 5.4 menunjukkan rancangan awal halaman formulir pemesanan. Pada halaman ini pengguna dapat mengisi data yang diperlukan untuk melakukan pemesanan, seperti identitas pelanggan, informasi perusahaan, alamat pengiriman, serta produk yang akan dipesan. Perancangan halaman ini bertujuan agar proses pemesanan dapat dilakukan secara lebih terstruktur dibandingkan proses pemesanan sebelumnya yang masih menggunakan WhatsApp atau email.

5. Halaman Status



Gambar 5.5 Halaman Low-fi Status Pesanan

Pada Gambar 5.5 ditampilkan rancangan awal halaman status pesanan. Halaman ini dirancang agar pelanggan dapat melihat perkembangan pesanan yang telah dibuat. Informasi status ditampilkan secara sederhana sehingga pengguna dapat mengetahui apakah pesanan masih menunggu, sedang diproses, dikirim, atau telah selesai tanpa harus menghubungi admin.

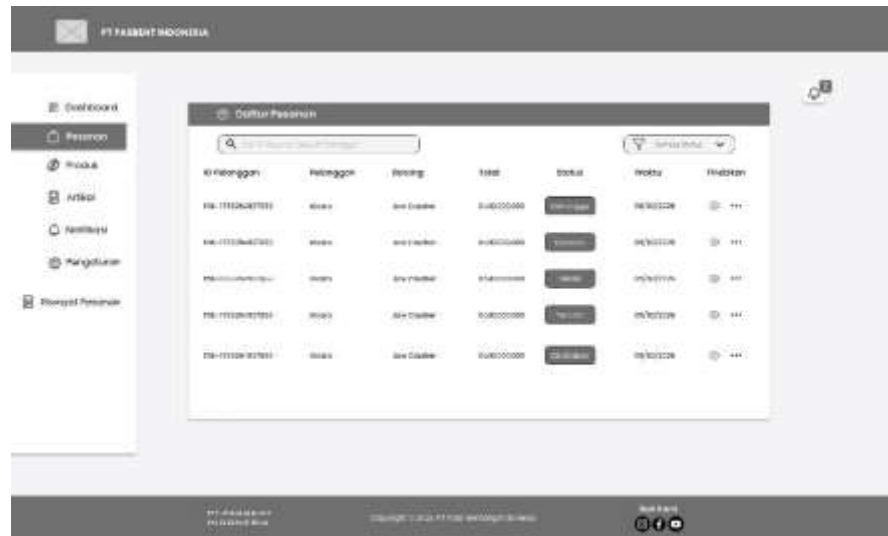
6. Halaman Dashboard



Gambar 5.6 Low-fi Halaman Dashboard

Gambar 5.6 menunjukkan rancangan awal halaman dashboard admin. Halaman ini berfungsi sebagai halaman utama setelah admin berhasil masuk ke dalam sistem. Dashboard dirancang untuk menampilkan ringkasan informasi yang berkaitan dengan aktivitas pemesanan sehingga memudahkan admin dalam memantau kondisi sistem secara keseluruhan.

7. Halaman Data pesanan (admin)



Gambar 5.7 Halaman Low-Fi Data Pesanan (Admin)

Pada Gambar 5.7 ditampilkan rancangan awal halaman data pesanan. Halaman ini digunakan oleh admin untuk melihat seluruh data pesanan yang telah masuk ke dalam sistem. Informasi yang ditampilkan meliputi identitas pelanggan, produk yang dipesan, tanggal pemesanan, dan status pesanan. Halaman ini membantu admin dalam mengelola data pesanan secara lebih teratur.

8. Halaman Kelola Data Produk (admin)



Gambar 5.8 Halaman Low-Fi Kelola Data Produk (admin)

Gambar 5.8 menunjukkan rancangan awal halaman pengelolaan data produk. Halaman ini digunakan oleh admin untuk menambah, mengubah, maupun menghapus informasi produk yang tersedia pada website. Dengan adanya halaman ini, proses pengelolaan katalog produk menjadi lebih mudah dan seluruh informasi produk dapat diperbarui sesuai kebutuhan.

9. Halaman Riwayat Pesanan (admin)

Tanggal Pesanan	Nama Produk	Jumlah Pesanan	Total Pendopongan
23/03/2025	Jaw Crusher	2	Rp.25.000.000
26/04/2025	Hammer Mill	8	Rp.60.000.000
13/05/2025	Jaw Crusher	1	Rp.15.000.000
17/05/2025	Raymond Mill	2	Rp.25.000.000
18/06/2025	Jaw Crusher	3	Rp.30.000.000
18/07/2025	Dry Oven	7	Rp.70.000.000

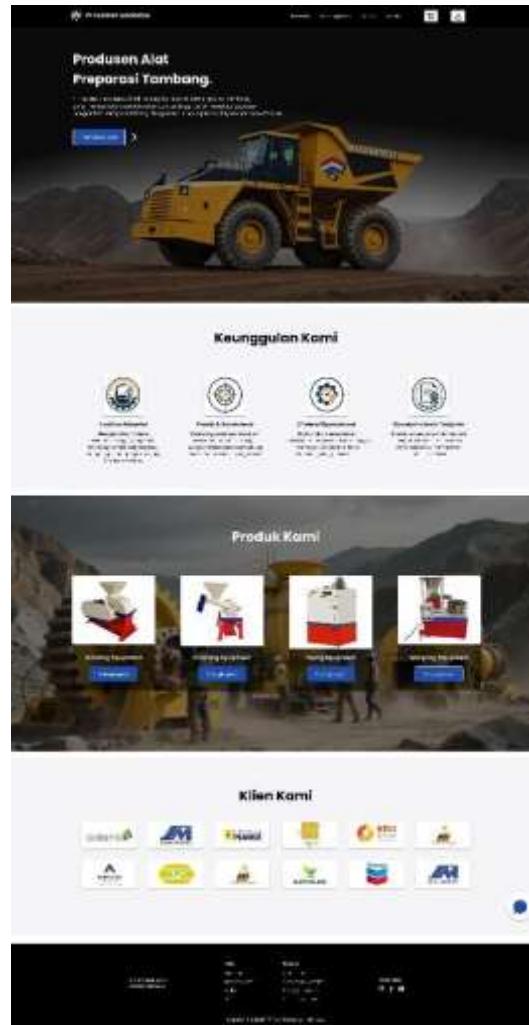
Gambar 5.9 Halaman Low-Fi Riwayat Pesanan (admin)

Pada Gambar 5.9 ditampilkan rancangan awal halaman riwayat pesanan. Halaman ini digunakan untuk menyimpan data pesanan yang telah selesai diproses. Riwayat pesanan dapat digunakan sebagai dokumentasi transaksi sehingga memudahkan admin ketika ingin melihat kembali data pesanan yang telah diselesaikan.

5.1.2 High Fidelity

Dalam tahapan *high-fidelity*, peneliti merancang *prototype website* pemesanan alat preparasi tambang PT Pasbent Indonesia dari tahapan sebelumnya, yaitu *low-fidelity* yang dikembangkan menjadi *high-fidelity* untuk memberikan warna dari keseluruhan tampilan. Berikut merupakan *high-fidelity* yang sudah menampilkan warna.

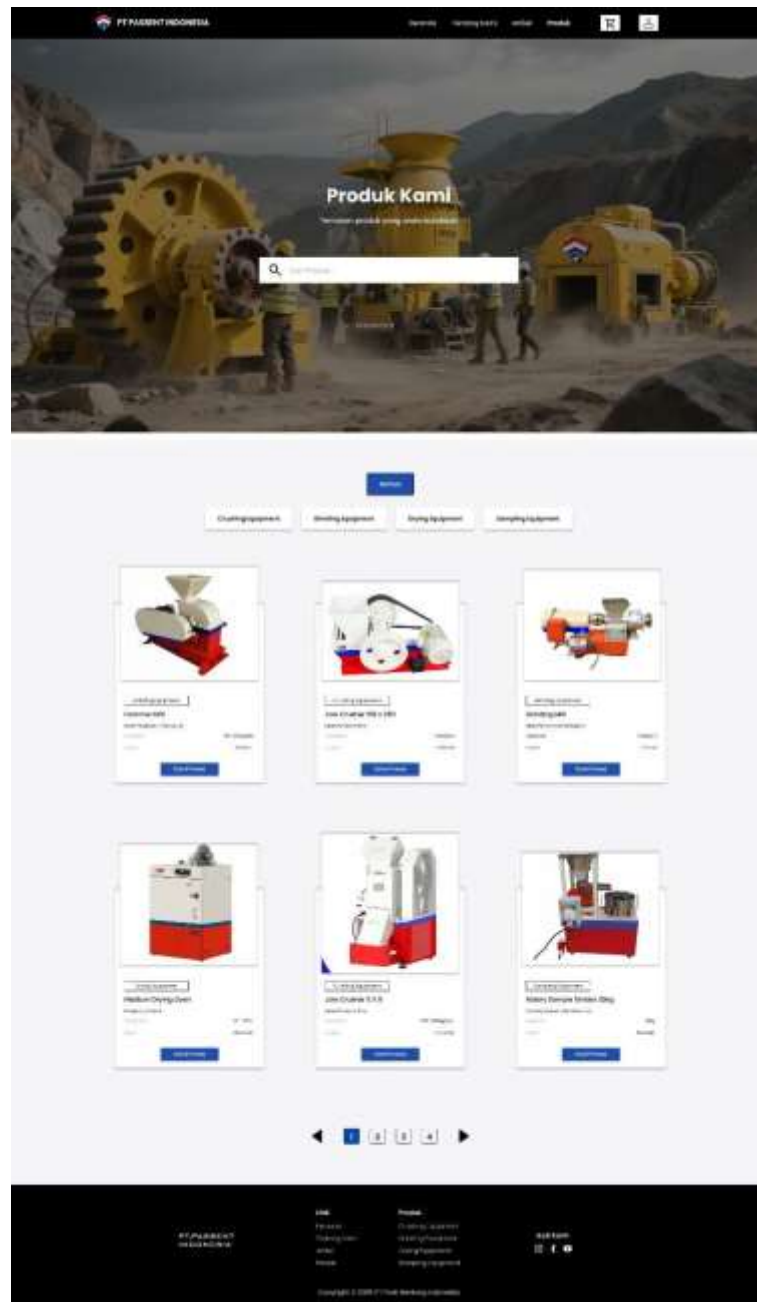
1. Halaman *Homepage* (Beranda)



Gambar 5.10 Halaman Beranda

Pada gambar 5.10 merupakan *high-fidelity* halaman Beranda dirancang sebagai halaman utama *website* yang berfungsi memberikan informasi awal kepada pengguna mengenai PT. Pasbent Indonesia. Halaman ini menampilkan profil singkat perusahaan, tombol navigasi menuju halaman produk, informasi keunggulan perusahaan, daftar kategori produk, serta logo perusahaan yang telah menjadi klien. Selain itu, tersedia menu navigasi yang memudahkan pengguna berpindah ke halaman lain seperti Tentang Kami, Artikel, dan Produk. Dengan adanya halaman ini, pengguna diharapkan dapat memperoleh gambaran umum mengenai perusahaan serta lebih mudah mengakses informasi yang dibutuhkan.

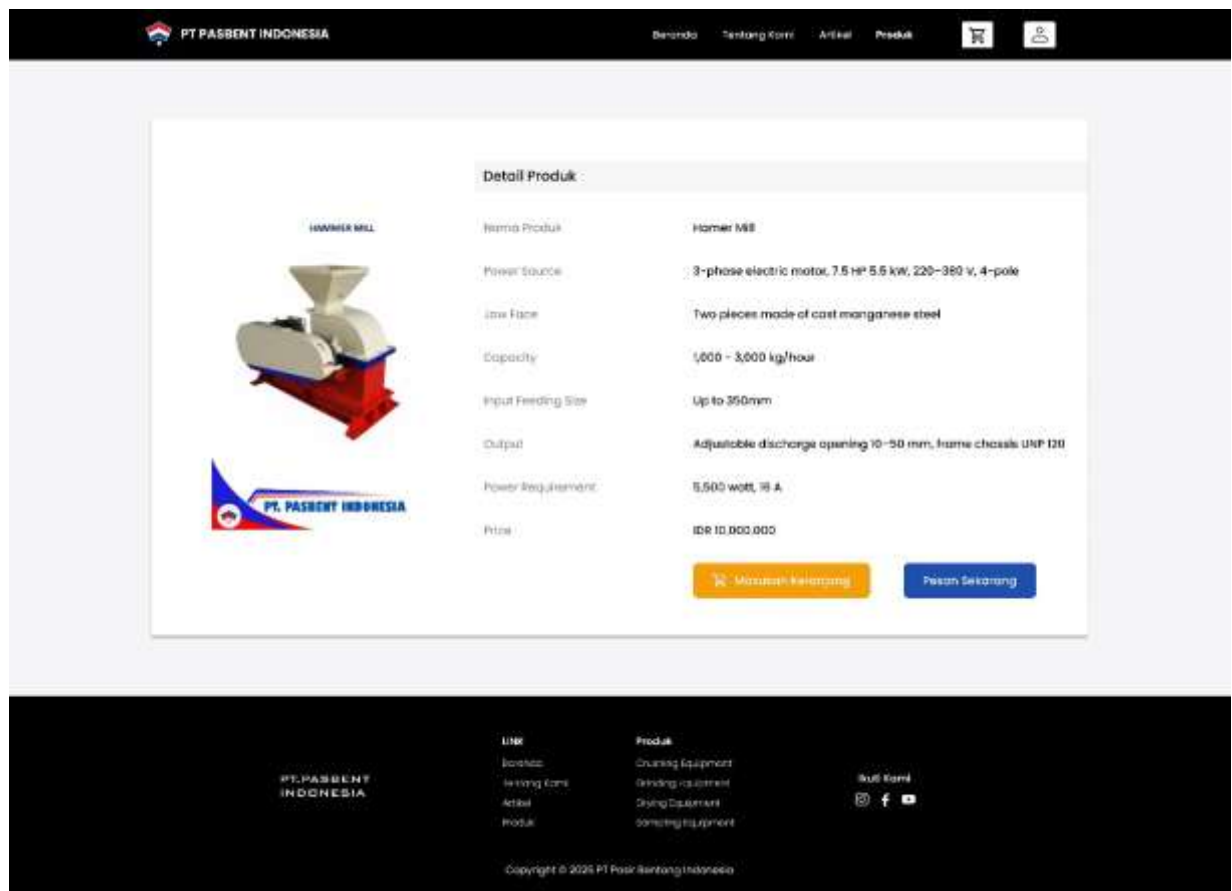
2. Halaman Produk



Gambar 5.11 Halaman Hi-Fi Produk

Gambar 5.11 menampilkan *high-fidelity* halaman produk yang menyajikan katalog dengan tampilan terbaru. Seluruh kartu produk diwujudkan menggunakan foto asli dari alat preparasi tambang (seperti *hammer mill*, *jaw crusher*, dan *drying oven*) serta dilengkapi dengan label tipe produk. Fungsionalitas penyaringan (*filtering*) dan pencarian (*searching*) kini bekerja secara responsif melalui penegasan warna pada kategori aktif yang dipilih pengguna. Kejelasan informasi, sekaligus menyelesaikan masalah kegunaan (*usability*) pada website lama di mana spesifikasi produk sebelumnya tidak lengkap.

3. Halaman Detail Produk



Gambar 5.12 Halaman Hi-Fi Detail Produk

Pada Gambar 5.12, merupakan *high-fidelity* Halaman Detail Produk yang menampilkan seluruh data teknis ke dalam struktur tabel visual yang sangat kontras dan mudah dibaca. Penjelasan mengenai mesin, seperti daya motor, material, hingga kapasitas per jam, disajikan dengan memanfaatkan tipografi yang konsisten untuk menjaga kenyamanan membaca pengguna. Kehadiran tombol interaktif "Masukan Keranjang" berwarna kuning dan "Pesan Sekarang" berwarna biru di bagian bawah spesifikasi berfungsi untuk memfasilitasi konversi tindakan pengguna secara instan.

4. Halaman Form Pesanan

PT PASBENT INDONESIA

Beranda Tentang Kami Artikel Produk

Pemesanan

Informasi Pengiriman

Informasi Kontak :

Nama Lengkap:

Nomor Perusahaan:

Nomor Telepon:

Email:

Alamat Pengiriman:

Tanda Belang:

Item

Hammer Mill
Mesin Penggiling Serbaguna

Inputan: 150-300kg/jam
Output: 8-bahan

Sub Total Pesanan: Rp. 10.000.000

Biaya Pengiriman: Rp. 500.000

Total: Rp. 10.500.000

Metode Pembayaran

Bank Transfer
Transfer ke Rekening Bank Kami

Virtual Account
BCA/BRI/Mandiri/Virtual Account

E-Wallet
DANA/DOKU/GoPay/Smartfoney

QRIS
Scan QR Code to Pay

Total Pesanan - Rp. 10.500.000

PT PASBENT INDONESIA

USER :
Beranda
Tentang Kami
Artikel
Produk

Produk :
Crushing Equipment
Grinding Equipment
Dry Grinding
Sampling Equipment

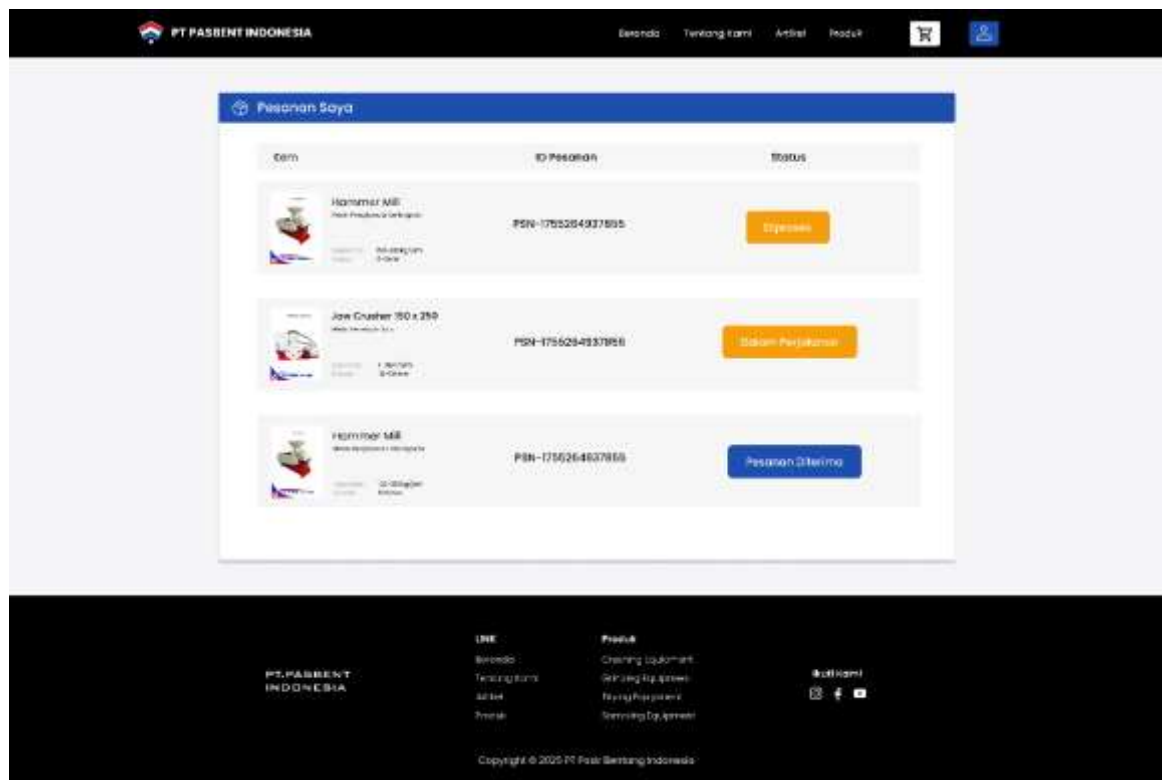
Ikuti Kami
Instagram Facebook YouTube

Copyright © 2025 PT Pasbent Indonesia

Gambar 5.13 Halaman Hi-Fi Pesanan

Gambar 5.13 merupakan *high-fidelity* halaman formulir Pemesanan yang menekankan pada aspek kemudahan pengisian data transaksi (*user-friendly*). Kolom input data dirancang dengan batas garis yang jelas untuk memandu pengguna memasukkan informasi nama perusahaan, nomor telepon, dan detail alamat pengiriman tanpa kebingungan. Bagian metode pembayaran diwujudkan dalam bentuk pilihan yang menampilkan ikon penyedia layanan keuangan secara jelas.

5. Halaman Status Pesanan



Gambar 5.14 Halaman Hi-Fi Status Pesanan

Pada Gambar 5.14, merupakan *high-fidelity* halaman status pesanan pelanggan. Pada komponen status transaksi. Indikator status seperti "Diproses" diberi warna orange untuk memunculkan perhatian, dan "Pesanan Diterima" menggunakan warna biru. Desain visual ini memudahkan pelanggan dalam menangkap informasi status alat tambang mereka hanya dalam satu pandangan mata tanpa perlu membaca teks yang panjang.

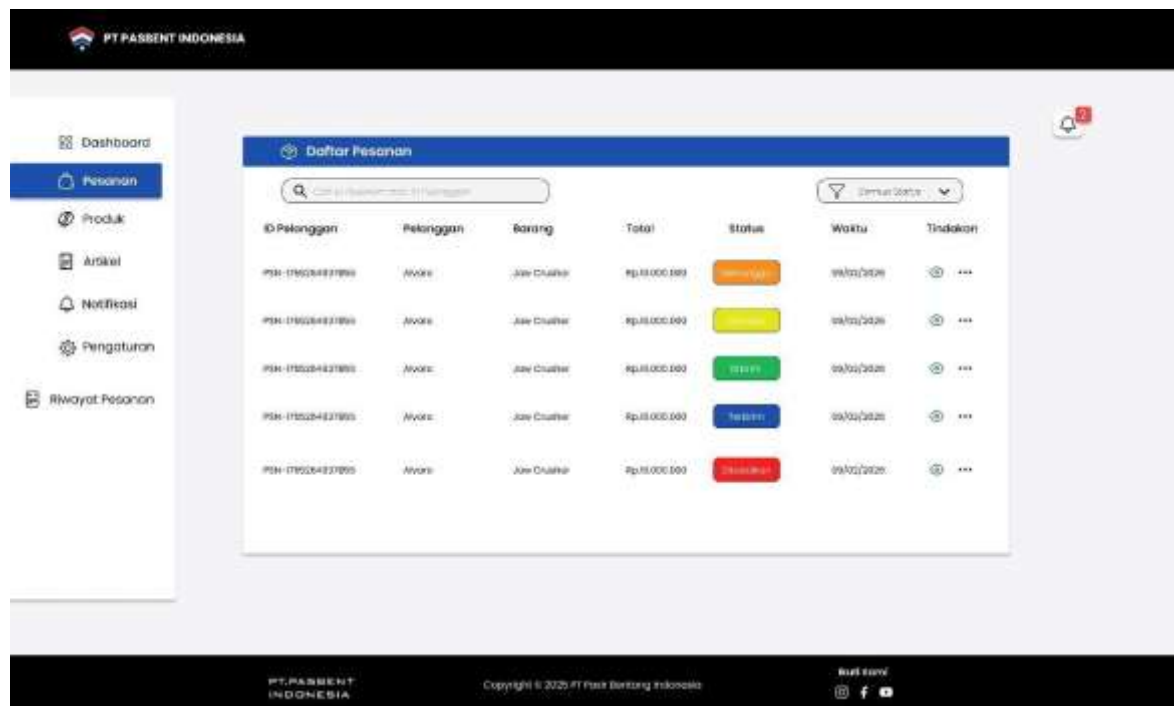
6. Halaman *Dashboard*



Gambar 5.15 Halaman Hi-Fi Dashboard

Gambar 5.15 merupakan *high-fidelity* halaman Dashboard Admin yang digunakan sebagai pusat informasi bagi admin dalam mengelola *website*. Halaman ini menyajikan ringkasan data penjualan dalam bentuk grafik dan kartu informasi yang meliputi total penjualan, penjualan hari ini, total pendapatan, dan pendapatan harian. Selain itu, tersedia menu navigasi untuk mengakses fitur pengelolaan pesanan, produk, artikel, notifikasi, pengaturan, dan riwayat pesanan sehingga memudahkan admin dalam mengelola sistem.

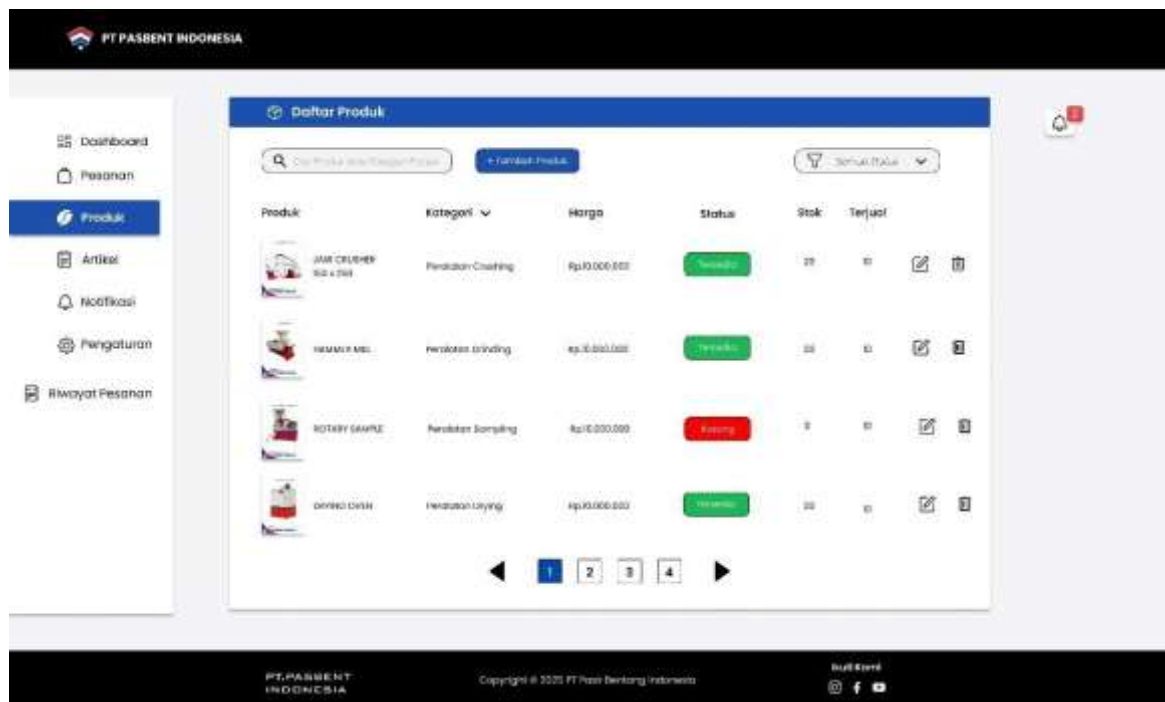
7. Halaman Data pesanan (admin)



Gambar 5.16 Halaman Hi-Fi Data pesanan (admin)

Pada Gambar 5.16, halaman Data Pesanan merupakan tampilan yang digunakan admin untuk mengelola data pesanan pelanggan. Halaman ini menampilkan informasi ID pelanggan, nama pelanggan, produk, total harga, status pesanan, serta waktu pemesanan. Selain itu, tersedia fitur pencarian, filter status, dan aksi untuk melihat detail pesanan sehingga memudahkan admin dalam mengelola proses pemesanan.

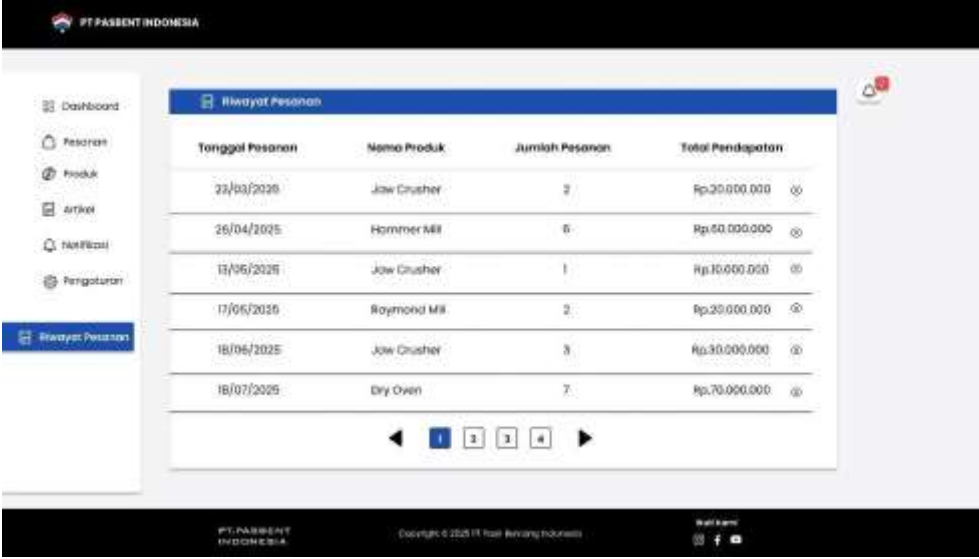
8. Halaman Kelola Data Produk (admin)



Gambar 5.17 Halaman Hi-Fi Data Produk

Berdasarkan Gambar 5.17, halaman Data Produk digunakan oleh admin untuk mengelola seluruh data produk yang ditampilkan pada website. Halaman ini menyajikan informasi berupa nama produk, kategori, harga, status ketersediaan, jumlah stok, dan jumlah produk terjual. Selain itu, tersedia fitur pencarian produk, penyaringan berdasarkan status, penambahan produk baru, serta aksi untuk mengubah dan menghapus data produk. Halaman ini dirancang untuk memudahkan admin dalam mengelola informasi produk sehingga data yang ditampilkan kepada pelanggan tetap akurat dan selalu diperbarui.

9. Halaman Riwayat Pesanan (admin)



Tanggal Pesanan	Nama Produk	Jumlah Pesanan	Total Pendapatan
22/03/2025	Jaw Crusher	2	Rp.20.000.000
26/04/2025	Hammer Mill	5	Rp.50.000.000
13/06/2025	Jaw Crusher	1	Rp.10.000.000
17/06/2025	Raymond Mill	2	Rp.20.000.000
18/06/2025	Jaw Crusher	3	Rp.30.000.000
18/07/2025	Dry Oven	7	Rp.70.000.000

Gambar 5.18 Halaman Hi-Fi Riwayat Pesanan

Pada Gambar 5.18, halaman Riwayat Pesanan merupakan tampilan yang digunakan admin untuk melihat daftar transaksi yang telah selesai diproses. Informasi yang ditampilkan meliputi tanggal pesanan, nama produk, jumlah pesanan, dan total pendapatan. Selain itu, tersedia tombol untuk melihat detail transaksi serta fitur pagination yang memudahkan admin dalam menelusuri riwayat pesanan.

5.2 Tahap Test

Tahap pengujian (*Test*) merupakan fase pamungkas dalam keseluruhan metodologi *Design Thinking* yang diimplementasikan pada penelitian ini untuk memvalidasi efektivitas serta fungsionalitas rancangan antarmuka (*prototype*) website PT Pasbent Indonesia. Validasi ini dilakukan secara langsung dengan melibatkan pengguna guna mendapatkan umpan balik operasional yang objektif dari perspektif target pengguna akhir. Evaluasi tingkat kegunaan (*usability*) pada sistem pemesanan yang dikembangkan ini menggunakan instrumen *System Usability Scale* (SUS). Proses pengujian melibatkan enam orang responden yang berada dalam rentang usia 20 hingga 30 tahun dengan latar belakang profesi sebagai pekerja kantoran. Metode SUS ini diterapkan melalui penyebaran kuesioner yang terdiri atas 10 butir pernyataan terstruktur, yang mencakup kombinasi pernyataan bernada positif dan negatif. Penilaian instrumen ini menggunakan format skala Likert 5 poin, yang bergerak dari skor 1 untuk merepresentasikan pilihan "Sangat Tidak Setuju" hingga skor 5 untuk pilihan "Sangat Setuju".

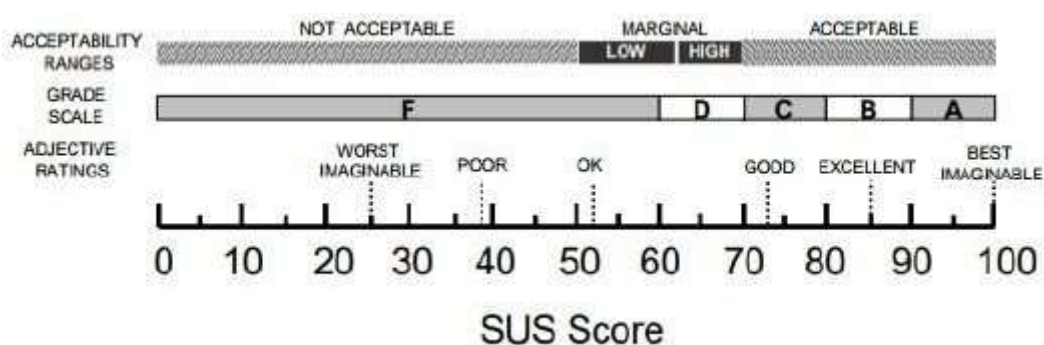
Sebagai instrumen pengumpul data penunjang evaluasi, butir-butir kuesioner SUS dirancang sedemikian rupa untuk memetakan kepuasan, konsistensi tampilan, serta tingkat kemudahan interaksi pengguna dengan *prototype* fungsional *website* pemesanan alat preparasi tambang ini. Struktur instrumen tersebut membagi pernyataan ganjil untuk aspek-aspek kegunaan yang bersifat suportif, sedangkan pernyataan genap digunakan untuk mendeteksi potensi kendala atau kompleksitas sistem yang dirasakan oleh responden. Adapun rincian *framework* instrumen serta daftar lengkap sepuluh pernyataan dari kuesioner *System Usability Scale* (SUS) yang diisi secara mandiri oleh para responden disajikan dalam Tabel 4.15 berikut:

Tabel 5.1 Pernyataan System Usability Scale (SUS)

No.	Pernyataan Pengguna	1	2	3	4	5
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
1	Sepertinya Saya Akan Menggunakan Website Ini Lagi					
2	Saya rasa website ini rumit digunakan					
3	Saya rasa website ini mudah digunakan					
4	Saya membutuhkan pendamping untuk menggunakan website ini					
5	Saya rasa fitur-fitur dalam website ini berjalan dengan semestinya					
6	Saya rasa ada banyak hal yang tidak konsisten pada website ini					
7	Saya rasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat					
8	Saya rasa website ini membingungkan					
9	Saya menggunakan website ini dengan lancar					
10	Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan website ini					

Pasca pengumpulan seluruh data tanggapan dari responden, langkah selanjutnya adalah melakukan kalkulasi skor akhir dengan mengikuti prosedur perhitungan baku yang berlaku pada metode *System Usability Scale* (SUS). Untuk butir pernyataan bernomor ganjil yang bersifat positif, nilai yang diberikan oleh responden akan dikurangi dengan angka 1. Sebaliknya, untuk butir pernyataan bernomor genap yang bersifat negatif, nilai perhitungan diperoleh dengan cara mengurangi angka 5 dengan nilai tanggapan yang dimasukkan oleh responden. Setelah penyesuaian nilai tersebut dilakukan pada setiap butir instrumen, seluruh skor individual pernyataan dari seorang responden kemudian dijumlahkan secara kumulatif, lalu dikalikan dengan faktor pengali sebesar 2,5 guna menghasilkan konversi skor akhir responden dalam rentang skala 0 hingga 100. Skor akhir kegunaan (*usability score*) dari rancangan antarmuka website ini kemudian ditentukan berdasarkan nilai rata-rata (*mean score*) yang diperoleh dari akumulasi skor keseluruhan responden.

Berdasarkan parameter interpretasi standar industri, perolehan nilai akhir SUS yang berkisar antara 0 hingga 100 akan menentukan tingkat penerimaan (*acceptability*) serta kualitas pengalaman pengguna terhadap sistem yang dikembangkan. Suatu produk atau antarmuka dinilai sangat mudah digunakan apabila berhasil meraih skor di atas 85, sedangkan perolehan skor yang berada pada rentang nilai 70 sampai 85 mengindikasikan bahwa sistem tersebut berada pada kategori "bagus" (*good*). Klasifikasi visual mengenai ambang batas efektivitas tersebut secara mendalam diilustrasikan dalam Gambar 5.19 mengenai interpretasi skor *System Usability Scale* (SUS).



Gambar 5.19 Interpretasi System Usability Scale (SUS)

Melalui kompilasi empiris terhadap pengujian kuesioner yang diisi oleh para responden (dilambangkan dengan huruf "R") untuk sepuluh butir pernyataan (dilambangkan dengan huruf "P"), rancangan antarmuka website pemesanan milik PT Pasbent Indonesia ini sukses memperoleh nilai rata-rata skor akhir sebesar 80. Berdasarkan matriks penilaian tersebut, hasil rancangan UI/UX ini secara formal dinyatakan masuk ke dalam kategori "bagus" (*good*), yang menandakan bahwa sistem ini telah berhasil menjawab kebutuhan fungsional operasional serta memberikan tingkat kenyamanan eksplorasi yang optimal bagi pengguna. Seluruh visualisasi rincian data distribusi penilaian individual beserta perhitungan akhir skor SUS disajikan secara transparan pada Tabel 4.16 di bawah ini.

Tabel 5.2 Hasil Skor System Usability Scale (SUS)

Skor Hasil Hitung													Jumlah	(Jumlah x 2.5)
No	Reponden	Usia	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
1	Responden 1	25	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	95
2	Responden 2	27	4	2	4	2	4	4	4	2	2	2	30	75
3	Responden 3	30	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	29	73
4	Responden 4	26	4	2	4	2	4	3	4	2	4	3	32	80
5	Responden 5	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75
6	Responden 6	29	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34	85
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)														80

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *metode System Usability Scale (SUS)* terhadap enam responden, diperoleh nilai rata-rata sebesar 80. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *prototype website* pemesanan alat preparasi tambang PT. Pasbent Indonesia memiliki tingkat *usability* yang baik. Berdasarkan *System Usability Scale (SUS)*, skor 80 termasuk ke dalam kategori *Good* dan *Acceptable*, sehingga rancangan antarmuka yang telah dibuat dinilai mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa rancangan UI/UX yang dikembangkan menggunakan metode Design Thinking telah mampu menjawab kebutuhan pengguna yang diperoleh pada tahap Empathize, Define, dan Ideate. Dengan demikian, prototype yang dihasilkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses pengembangan website pada tahap implementasi selanjutnya.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan dan saran-saran yang dapat diterapkan dari hasil pengelolaan data yang dapat membantu kedepannya oleh penulis untuk pengembangan penelitian selanjutnya

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berhasil menghasilkan rancangan pengembangan *UI/UX website* pemesanan alat preparasi tambang pada PT. Pasbent Indonesia menggunakan *metode Design Thinking*. Rancangan yang dibuat mampu memberikan solusi terhadap permasalahan pada *website* sebelumnya melalui penyediaan informasi produk yang lebih detail, alur pemesanan yang lebih terstruktur, fitur status pesanan, serta pengelolaan data pesanan bagi admin.
2. Penelitian ini berhasil menghasilkan *prototype UI/UX website* dalam bentuk *high-fidelity prototype* menggunakan Figma berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah dianalisis. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *System Usability Scale (SUS)* kepada enam responden, diperoleh skor rata-rata sebesar 80 dengan kategori “Good”, sehingga *prototype* yang dirancang dinilai telah sesuai dengan kebutuhan pengguna.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil rancangan, masukan pengguna, serta keterbatasan yang terdapat dalam laporan penelitian ini, berikut adalah beberapa saran realistik yang direkomendasikan untuk pengembangan selanjutnya:

1. Melanjutkan penelitian ke tahap implementasi pengodean (*coding*) sistem secara utuh agar *prototype high-fidelity* yang telah dibuat dapat ditransformasikan menjadi *website* pemesanan fungsional yang siap digunakan oleh PT. Pasbent Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [FAU22] R. Fauzi, H. N. Nasution, F. Hastini, A. Zainy, and Y. R. Lumban Tobing, “PEGGUNAAN MEDIA ADOBE FLASH TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA SMKN 1 TANTOM ANGKOLA,” *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, vol. 11, no. 1, pp. 437–442, Dec. 2022, doi: 10.37081/ed.v11i1.2687.
- [AKM25] F. Akmalia Maylani, S. Puji Kinanti, M. Whiky Rotama Putra, and R. Gafira Wirdana Zain, “Perancangan Ui/Ux E-Commerce Aini Bouquet Berbasis Website Menggunakan Metode Design Thinking,” *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, vol. 9, no. 3, pp. 4966–4973, 2025, doi: 10.36040/jati.v9i3.13857.
- [MAY23] Mayang Sari, “Perancangan User Interface dan User Experience Website Penjualan Perlengkapan Kantor Menggunakan Metode Design Thinking pada Pandawa Company,” 2023.
- [NOV25] Novi Ariyanti, “Sistem Informasi Perencanaan dan Pemesanan Bahan Baku Obat Berbasis PHP MYSQL Studi Kasus Di PT. Gratia Husada Farma,” *PENDEKAR: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, Feb. 2025.
- [JES22] Jesica Putri, “Penggunaan Model UML Dalam Sistem Informasi Pemesanan Pupuk Berbasis Web (Studi Kasus Pada UD. Bangun Tani Rantauprapat),” vol. 10 No.3, Sep. 2022.
- [YUS21] Yusuf Dedi, “Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. PERANCANGAN SISTEM APLIKASI PEMESANAN LAPANGAN FUTSAL BERBASIS JAVA PADA WIRABUJANA FUTSAL INDRAMAYU,” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research. (Printed)*, vol. 5, no. 1, Feb. 2021, [Online]. Available: <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>,
- [SEL23] Selay Arief, “SISTEM INFORMASI PENJUALAN,” 2023.
- [SAR22] Sari Indah Purnama, “Perancangan Sistem Aplikasi Penjualan dan Layanan Jasa Laundry Sepatu Berbasis Website,” Jul. 2022.
- [SIH23] Sihombing Girman, “Perancangan Mobile Sample Preparation Unit Dengan Model Process Lay Out,” Jan. 2023. [Online]. Available: <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/imtechno>
- [ARA22] M. Arafat, Y. Trimarsiah, and H. Susantho, “INFORMATIKA DAN TEKNOLOGI (INTECH) Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan Online Percetakan Sriwijaya Multi Grafika Berbasis Website INFORMASI ARTIKEL A B S T R A K,” *JURNAL INTECH*, vol. 3, no. 2, pp. 6–11, 2022.

- [MUH20] Muhammad Ridwan Wibowo, “Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking,” *Kaos GL Dergisi*, vol. 8, no. 75, pp. 147–154, 2020, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- [SAP20] Saputri Marheni, “Wawancara,” *Journal*, pp. 1–29, 2020.
- [JAN25] M. Jannah, R. Ramazalena, and N. Rianti S, “Pelatihan Empathy Maps dalam Mengidentifikasi Peluang dan Tantangan Bisnis,” *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial (JPES)*, vol. 4, no. 1, pp. 53–59, 2025, doi: 10.29103/jpes.v4i1.22371.
- [WIB20] M. R. Wibowo and H. Setiaji, “Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking,” *Kaos GL Dergisi*, vol. 8, no. 75, pp. 147–154, 2020.
- [ZAH24] I. Zahra and A. Voutama, “Rancangan User Persona Dan Customer Journey Map Sebagai Representasi Kebutuhan Pengguna Media Sosial X Pada Fitur Pencarian,” *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, vol. 8, no. 3, pp. 2686–2691, 2024, doi: 10.36040/jati.v8i3.9531.
- [IST23] Istiqomah Br Karo Sekali, Chriestie E.J.C Montolalu, and Siska Ayu Widiana, “Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Produk Fashion Pria pada Toko Celcius di Kota Manado Menggunakan Design Thinking,” *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Ilmu Komputer (Jima-Ilkom)*, vol. 2, no. September, pp. 53–64, 2023.
- [HAB25] M. F. Habibie and R. Mujiastuti, “PERANCANGAN UI / UX WEBSITE ARTIFICIAL INTELLIGENCE DETECT ASSISTANT (AIDA) PENGUKURAN BADAN DENGAN METODE DESIGN THINKING,” vol. 15, no. 2, pp. 332–338, 2025.
- [HAR22] M. S. Hartawan, “SWADHARMA (JEIS) PENERAPAN USER CENTERED DESIGN (UCD) PADA WIREFRAME DESAIN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE APLIKASI SINOPSIS FILM,” 2022.
- [AHS25] B. A. Ahsa and D. M. Sari, “Perancangan Desain User Interface (UI) Website Nava Rent Car,” vol. 2, no. September, 2025.
- [REZ23] Rezki Amerza, “PENGENALAN KOMPUTER DAN PELATIHAN DASAR MICROSOFT OFFICE WORD UNTUK ANAK PESANTREN MODERN DAARUL IMAN SUKAJAYA,” 2023.
- [NON24] Noneng Marthiawati, Kevin Kurniawansyah, Hafiz Nugraha, and Fiqa Khairunnisa, “Pelatihan Pembuatan UML (Unified Modelling Language) Menggunakan Aplikasi Draw.io Pada Prodi Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Jambi,” vol. 1, no. 2, pp. 25–33, Mar. 2024, doi: 10.62383/transformasi.v1i2.109.

- [KAR24] M. Karimah, S. Supriyatna, and C. Rozali, “PENGUNAAN FIGMA DALAM MENGGALI KREATIVITAS DESAIN UI / UX WEB PADA SMK IT BINA ADZKIA,” vol. 2, pp. 6–10, 2024.
- [HAR21] D. Haryuda, M. Asfi, and R. Fahrudin, “Proses Cara Mendapatkan Pandangan Dari User Serta Memahami Kebutuhan Pengguna,” *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, vol. 8, no. 1, pp. 111–117, 2021.
- [RIZ25] A. Rizki Wisista and R. Dwi Arista, “PERANCANGAN SISTEM PEMESANAN ONLINE UNTUK USAHA KALUNA BERBASIS WEB DESIGN MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING,” *Jurnal Nasional Teknologi Komputer*, vol. 5, no. 3, 2025.
- [AKM25] F. Akmalia Maylani, S. Puji Kinanti, M. Whiky Rotama Putra, and R. Gafira Wirdana Zain, “Perancangan Ui/Ux E-Commerce Aini Bouquet Berbasis Website Menggunakan Metode Design Thinking,” *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, vol. 9, no. 3, pp. 4966–4973, 2025, doi: 10.36040/jati.v9i3.13857.
- [PRA25] R. I. Prayogi, A. Voutama, and A. A. S. Putra, “Perancangan Ui/Ux Web E-Commerce Outdoor Dengan Metode Design Thinking. Studi Kasus: Ultimate Outdoor Gear,” *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 13, no. 3, 2025, doi: 10.23960/jitet.v13i3.6611.
- [PRO25] N. W. Prasetyo and D. H. F. Manongga, “Perancangan UI/UX website e-commerce Uppervista menggunakan metode Design Thinking,” *Aiti*, vol. 22, no. 1, pp. 117–132, 2025, doi: 10.24246/aiti.v22i1.117-132.

LAMPIRAN



Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara Admin



UNIVERSITAS PASUNDAN

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

Hasil Wawancara sebagai berikut:

1. Saat ini proses pemesanan produk dilakukan menggunakan apa?

Jawaban: Untuk saat ini sebagian besar pelanggan melakukan pemesanan melalui WhatsApp. Selain itu ada beberapa pelanggan yang menghubungi melalui email untuk mengirimkan kebutuhan dan spesifikasi alat yang mereka perlukan. Jadi proses pemesanan masih dilakukan secara manual melalui media komunikasi tersebut.

2. Apa kendala yang paling sering terjadi selama proses pemesanan?

Jawaban: Kendala yang paling sering terjadi adalah pelanggan belum memberikan informasi kebutuhan secara lengkap. Biasanya pelanggan hanya menyebutkan nama alat yang dibutuhkan tanpa menjelaskan spesifikasi atau kapasitas yang diinginkan sehingga admin harus menanyakan kembali informasi tersebut.

3. Apakah pelanggan sering menanyakan spesifikasi produk berulang kali?

Jawaban: Ya, cukup sering. Banyak pelanggan yang masih menanyakan spesifikasi produk, fungsi alat, kapasitas produksi, material yang digunakan, bahkan perbedaan antara satu tipe produk dengan tipe lainnya.

4. Informasi apa yang paling sering ditanyakan pelanggan?

Jawaban: Informasi yang paling sering ditanyakan adalah spesifikasi produk, kapasitas alat, material yang digunakan, harga produk, dan estimasi waktu pengerjaan.

5. Apakah informasi produk yang tersedia saat ini sudah membantu pelanggan memahami produk yang ditawarkan?

Jawaban: Menurut saya belum sepenuhnya membantu. Informasi yang tersedia saat ini memang memberikan gambaran umum mengenai produk, tetapi belum cukup detail sehingga pelanggan masih sering meminta penjelasan tambahan mengenai spesifikasi dan fungsi produk.

6. Fitur apa yang dibutuhkan agar proses pemesanan lebih mudah digunakan?

Jawaban: Website perlu memiliki katalog produk yang lengkap, spesifikasi yang jelas, formulir pemesanan yang terstruktur, serta sistem pengelolaan pesanan yang dapat membantu admin dalam mengelola data pesanan.

7. Menurut Bapak, bagaimana pendapat Bapak mengenai tampilan website yang saat ini digunakan, dan apakah diperlukan pembaruan terhadap tampilan website tersebut?

Jawaban: Menurut saya, tampilan website yang digunakan saat ini sudah cukup lama karena dibuat sejak tahun 2020, sehingga perlu diperbarui. Saya menginginkan tampilan website yang baru dan lebih modern agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan saat ini. Pembaruan tersebut tidak hanya pada informasi produk, tetapi juga pada tampilan dan struktur website secara keseluruhan.

8. Apa harapan Bapak terhadap website yang akan dikembangkan?

Jawaban: Saya berharap website dapat dibuat dengan tampilan yang baru dan lebih modern dibandingkan website sebelumnya. Website juga diharapkan dapat memberikan informasi produk yang lebih lengkap, mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan, serta membantu admin dalam mengelola data pesanan secara lebih terstruktur dan efisien.



UNIVERSITAS PASUNDAN

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

BERITA ACARA WAWANCARA

Telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi Tugas Akhir Strata Satu (S1). Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Pewawancara

Nama Lengkap : Gilang Ramadhan
Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
Fakultas : Teknik
Jurusan : Teknik Informatika
NIM : 213040004

2. Narasumber

Nama lengkap : Fuji Rifqi Muharam, S.E.
Usia : 29 tahun
Jabatan : Staf PT Pasbent Indonesia

3. Tempat Wawancara

Tempat : PT. Pasbent Indonesia
Alamat : Jl Raya Simpang – Samarang No.77, Desa. Sukaresmi
Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Garut, Jawa Barat,
44162

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait dengan pertanyaan yang telah diajukan pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.



UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

Bandung, 23 Oktober 2025

Narasumber,



(Fuji Rifiq Muharam, S.E.)

**Pewawancara,
Mahasiswa**


(Gilang Ramadhan)

Lampiran 4 Tanda tangan BA wawancara Observasi



UNIVERSITAS PASUNDAN

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

BERITA ACARA WAWANCARA

Telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi Tugas Akhir Strata Satu (S1). Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Pewawancara

Nama Lengkap : Gilang Ramadhan
Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
Fakultas : Teknik
Jurusan : Teknik Informatika
NIM : 213040004

2. Narasumber

Nama lengkap : Deni Husein
Usia : 25 tahun

3. Tempat Wawancara

Tempat : Google Meet
Alamat : Jl Raya Simpang – Samarang No.77, Desa. Sukaresmi
Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Garut, Jawa Barat,
44162

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait dengan pertanyaan yang telah diajukan pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.



UNIVERSITAS PASUNDAN

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

Hasil Wawancara sebagai berikut:

1. Bagaimana biasanya Anda mencari informasi mengenai alat preparasi tambang sebelum melakukan pemesanan?

Jawaban: Untuk saat ini sebagian besar pelanggan melakukan pemesanan melalui WhatsApp. Selain itu ada beberapa pelanggan yang menghubungi melalui email untuk mengirimkan kebutuhan dan spesifikasi alat yang mereka perlukan. Jadi proses pemesanan masih dilakukan secara manual melalui media komunikasi tersebut.

2. Informasi apa yang paling penting bagi Anda sebelum memutuskan untuk memesan suatu produk?

Jawaban: Kendala yang paling sering terjadi adalah pelanggan belum memberikan informasi kebutuhan secara lengkap. Biasanya pelanggan hanya menyebutkan nama alat yang dibutuhkan tanpa menjelaskan spesifikasi atau kapasitas yang diinginkan sehingga admin harus menanyakan kembali informasi tersebut.

3. Apakah informasi produk yang tersedia saat ini sudah membantu Anda memahami produk yang ditawarkan?

Jawaban: Ya, cukup sering. Banyak pelanggan yang masih menanyakan spesifikasi produk, fungsi alat, kapasitas produksi, material yang digunakan, bahkan perbedaan antara satu tipe produk dengan tipe lainnya.

4. Kendala apa yang pernah Anda alami saat mencari informasi atau melakukan pemesanan produk?

Jawaban: Informasi yang paling sering ditanyakan adalah spesifikasi produk, kapasitas alat, material yang digunakan, harga produk, dan estimasi waktu pengerjaan.

5. Melalui media apa Anda biasanya melakukan pemesanan produk di PT Pasbent Indonesia?

Jawaban: Menurut saya belum sepenuhnya membantu. Informasi yang tersedia saat ini memang memberikan gambaran umum mengenai produk, tetapi belum cukup detail sehingga pelanggan masih sering meminta penjelasan tambahan mengenai spesifikasi dan fungsi produk.

6. Bagaimana pengalaman Anda saat berkomunikasi dengan admin selama proses pemesanan?

Jawaban: Website perlu memiliki katalog produk yang lengkap, spesifikasi yang jelas, formulir pemesanan yang terstruktur, serta sistem pengelolaan pesanan yang dapat membantu admin dalam mengelola data pesanan.

7. Fitur apa yang menurut Anda penting untuk tersedia pada website pemesanan alat preparasi tambang?

Jawaban: Website dapat membantu dengan menyediakan informasi produk yang lebih lengkap sehingga pelanggan tidak perlu selalu menghubungi admin untuk menanyakan informasi dasar produk. Selain itu data pesanan dapat tersimpan lebih rapi dan terstruktur.

8. Bagaimana proses pemesanan online yang ideal menurut Anda?

Jawaban: Saya berharap website dapat mempermudah pelanggan memperoleh informasi produk, memudahkan proses pemesanan, serta membantu admin dalam mengelola pesanan dengan lebih terstruktur dan efisien.

9. Apa harapan Anda terhadap website pemesanan yang akan dikembangkan?

Jawaban: Saya berharap website dapat menyediakan informasi produk yang lebih lengkap, terutama spesifikasi produk, serta membuat proses pemesanan menjadi lebih cepat dan mudah dilakukan.



UNIVERSITAS PASUNDAN

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

Bandung, 03 November 2025

Narasumber,

**Pewawancara,
Mahasiswa**

(Deni Husein)

(Gilang Ramadhan)

Lampiran 7 Tanda tangan BA wawancara kedua



UNIVERSITAS PASUNDAN

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

BERITA ACARA WAWANCARA

Telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi Tugas Akhir Strata Satu (S1). Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Pewawancara

Nama Lengkap : Gilang Ramadhan
Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
Fakultas : Teknik
Jurusan : Teknik Informatika
NIM : 213040004

2. Narasumber

Nama lengkap : Bintang Ramadhan
Usia : 27 tahun

3. Tempat Wawancara

Tempat : Google Meet
Alamat : Jl Raya Simpang – Samarang No.77, Desa. Sukaresmi
Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Garut, Jawa Barat,
44162

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait dengan pertanyaan yang telah diajukan pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.



UNIVERSITAS PASUNDAN

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

Hasil Wawancara sebagai berikut:

1. Bagaimana biasanya Anda mencari informasi mengenai alat preparasi tambang sebelum melakukan pemesanan?

Jawaban: Saya biasanya mencari informasi melalui website perusahaan dan brosur produk yang tersedia. Jika informasi yang saya butuhkan belum lengkap, saya akan menghubungi admin secara langsung.

2. Informasi apa yang paling penting bagi Anda sebelum memutuskan untuk memesan suatu produk?

Jawaban: Informasi yang paling penting adalah spesifikasi teknis produk, kapasitas alat, fungsi alat, serta harga produk.

3. Apakah informasi produk yang tersedia saat ini sudah membantu Anda memahami produk yang ditawarkan?

Jawaban: Informasi yang tersedia cukup membantu, namun masih kurang detail pada bagian spesifikasi teknis sehingga saya masih perlu bertanya kepada admin.

4. Kendala apa yang pernah Anda alami saat mencari informasi atau melakukan pemesanan produk?

Jawaban: Saya pernah kesulitan menemukan informasi spesifikasi yang lengkap sehingga harus menghubungi admin untuk memastikan apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan saya.

5. Melalui media apa Anda biasanya melakukan pemesanan produk di PT Pasbent Indonesia?

Jawaban: Saya biasanya melakukan pemesanan melalui WhatsApp setelah memperoleh informasi mengenai produk yang dibutuhkan.

6. Bagaimana pengalaman Anda saat berkomunikasi dengan admin selama proses pemesanan?

Jawaban: Admin cukup membantu menjelaskan produk, namun terkadang prosesnya menjadi lebih lama karena harus menanyakan detail produk terlebih dahulu.

7. Fitur apa yang menurut Anda penting untuk tersedia pada website pemesanan alat preparasi tambang?

Jawaban: Saya menginginkan spesifikasi produk yang lebih lengkap, informasi harga yang jelas, dan formulir pemesanan yang mudah digunakan.

8. Bagaimana proses pemesanan online yang ideal menurut Anda?

Jawaban: Menurut saya pelanggan seharusnya dapat melihat seluruh informasi produk secara lengkap kemudian langsung melakukan pemesanan melalui website tanpa harus banyak bertanya kepada admin.

9. Apa harapan Anda terhadap website pemesanan yang akan dikembangkan?

Jawaban: Saya berharap website dapat menyediakan spesifikasi produk yang lebih lengkap dan membuat proses pemesanan menjadi lebih cepat dan efisien.



UNIVERSITAS PASUNDAN
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota. Bandung, Jawa Barat 40153
DEKANAT 022-2019435, (HUNTING) 2019433, 2019407 Fax. 022-2019329

Bandung, 1 November 2025

Narasumber,

**Pewawancara,
Mahasiswa**

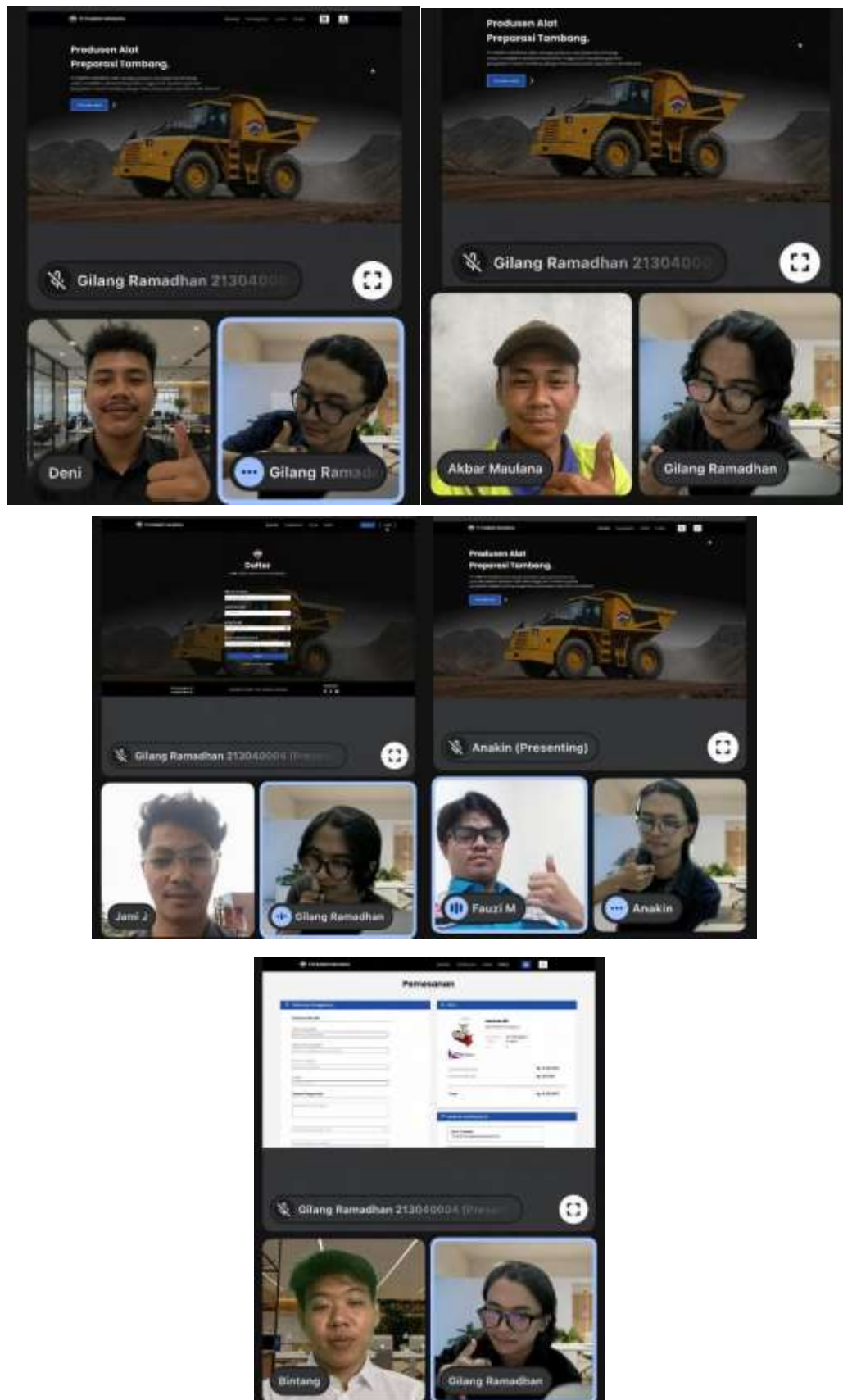
(Bintang Ramadhan)

(Gilang Ramadhan)

Lampiran 10 Tanda tangan BA wawancara ketiga



Lampiran 11 Dokumentasi Testing Admin



Lampiran 12 Dokumentasi Testing Pelanggan

LEMBAR KUESIONER USABILITY

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi satu tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

ST : Setuju

SS : Sangat Setuju

	STS	TS	RG	ST	SS
1. Sepertinya Saya Akan Menggunakan Website Ini Lagi	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
2. Saya rasa website ini rumit digunakan	☒	☐	☐	☐	☐
	1	2	3	4	5
3. Saya rasa website ini mudah digunakan	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
4. Saya membutuhkan pendamping untuk menggunakan website ini	☒	☐	☐	☐	☐
	1	2	3	4	5
5. Saya rasa fitur-fitur dalam website ini berjalan dengan semestinya	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
6. Saya rasa ada banyak hal yang tidak konsisten pada website ini	☐	☒	☐	☐	☐
	1	2	3	4	5
7. Saya rasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
8. Saya rasa website ini membingungkan	☒	☐	☐	☐	☐
	1	2	3	4	5
9. Saya menggunakan website ini dengan lancar	☐	☐	☐	☒	☐
	1	2	3	4	5
10. Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan website ini.	☒	☐	☐	☐	☐
	1	2	3	4	5


 PT. PASBENT INDONESIA
 (Fuji Rifqi Muharam, S.E.)


 (Gilang Ramadhan)

LEMBAR KUESIONER *USABILITY*

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi satu tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

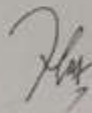
TS : Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

ST : Setuju

SS : Sangat Setuju

	STS	TS	RG	ST	SS
1. Sepertinya Saya Akan Menggunakan Website Ini Lagi					✓
2. Saya rasa website ini rumit digunakan			✓		
3. Saya rasa website ini mudah digunakan					✓
4. Saya membutuhkan pendamping untuk menggunakan website ini			✓		
5. Saya rasa fitur-fitur dalam website ini berjalan dengan semestinya					✓
6. Saya rasa ada banyak hal yang tidak konsisten pada website ini	✓				
7. Saya rasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat					✓
8. Saya rasa website ini membingungkan			✓		
9. Saya menggunakan website ini dengan lancar			✓		
10. Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan website ini.			✓		



(Deni Husein)



(Gilang Ramadhan)

LEMBAR KUESIONER *USABILITY*

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi satu tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

ST : Setuju

SS : Sangat Setuju

	STS	TS	RG	ST	SS
1. Sepertinya Saya Akan Menggunakan Website Ini Lagi				✓	
2. Saya rasa website ini rumit digunakan		✓			
3. Saya rasa website ini mudah digunakan				✓	
4. Saya membutuhkan pendamping untuk menggunakan website ini		✓			
5. Saya rasa fitur-fitur dalam website ini berjalan dengan semestinya			✓		
6. Saya rasa ada banyak hal yang tidak konsisten pada website ini		✓			
7. Saya rasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat			✓		
8. Saya rasa website ini membingungkan		✓			
9. Saya menggunakan website ini dengan lancar					✓
10. Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan website ini.		✓			



(Bintang Ramadhan)



(Gilang Ramadhan)

LEMBAR KUESIONER *USABILITY*

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi satu tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

ST : Setuju

SS : Sangat Setuju

	STS	TS	RG	ST	SS
1. Sepertinya Saya Akan Menggunakan Website Ini Lagi	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
2. Saya rasa website ini rumit digunakan	☐	☐	☒	☐	☐
	1	2	3	4	5
3. Saya rasa website ini mudah digunakan	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
4. Saya membutuhkan pendamping untuk menggunakan website ini	☐	☐	☒	☐	☐
	1	2	3	4	5
5. Saya rasa fitur-fitur dalam website ini berjalan dengan semestinya	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
6. Saya rasa ada banyak hal yang tidak konsisten pada website ini	☐	☒	☐	☐	☐
	1	2	3	4	5
7. Saya rasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
8. Saya rasa website ini membingungkan	☐	☐	☒	☐	☐
	1	2	3	4	5
9. Saya menggunakan website ini dengan lancar	☐	☐	☐	☐	☒
	1	2	3	4	5
10. Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan website ini.	☐	☒	☐	☐	☐
	1	2	3	4	5


(Akbar Maulana)


(Gilang Ramdhan)

LEMBAR KUESIONER *USABILITY*

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi satu tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

ST : Setuju

SS : Sangat Setuju

	STS	TS	RG	ST	SS
1. Sepertinya Saya Akan Menggunakan Website Ini Lagi				✓	
2. Saya rasa website ini rumit digunakan		✓			
3. Saya rasa website ini mudah digunakan				✓	
4. Saya membutuhkan pendamping untuk menggunakan website ini		✓			
5. Saya rasa fitur-fitur dalam website ini berjalan dengan semestinya				✓	
6. Saya rasa ada banyak hal yang tidak konsisten pada website ini		✓			
7. Saya rasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat				✓	
8. Saya rasa website ini membingungkan		✓			
9. Saya menggunakan website ini dengan lancar				✓	
10. Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan website ini.		✓			



(Jami Juliansyah)



(Gilang Ramadhan)

LEMBAR KUESIONER *USABILITY*

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi satu tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

ST : Setuju

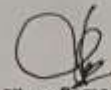
SS : Sangat Setuju

1. Sepertinya Saya Akan Menggunakan Website Ini Lagi
2. Saya rasa website ini rumit digunakan
3. Saya rasa website ini mudah digunakan
4. Saya membutuhkan pendamping untuk menggunakan website ini
5. Saya rasa fitur-fitur dalam website ini berjalan dengan semestinya
6. Saya rasa ada banyak hal yang tidak konsisten pada website ini
7. Saya rasa orang lain akan memahami cara menggunakan website ini dengan cepat
8. Saya rasa website ini membingungkan
9. Saya menggunakan website ini dengan lancar
10. Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan website ini.

STS	TS	RG	ST	SS
			✓	
1	2	3	4	5
	✓			
1	2	3	4	5
			✓	
1	2	3	4	5
	✓			✓
1	2	3	4	5
✓				
1	2	3	4	5
	✓			
1	2	3	4	5
				✓
1	2	3	4	5
	✓			



(Fauzi Khatib)



(Gilang Ramadhan)

Link Figma Produk Akhir:

<https://www.figma.com/design/bDc4lyB0nLyaEEw7fbpV7H/TA-ANAKIN---PASBENT-IDN?node-id=0-1&t=GvfpuEkzNpB2hM79-1>

Lampiran 19 Link Figma