PENGEMBANGAN PROTOTIPE UI/UX WEBSITE TOKO FURNITUR MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

DEVELOPING A UI/UX WEBSITE PROTOTYPE FOR FURNITURE STORE USING THE DESIGN THINKING METHOD

Diandra Diva Arini[1*], Anindo Saka Fitri[2], Nambi Sembilu[3]
*E-mail: diandradivaa@gmail.com

[1,2,3]Sistem informasi, Fakultas Ilmu Komputer, UPN Veteran Jawa Timur

Abstrak

Perkembangan belanja furnitur secara daring sering kali menghadapi kendala terkait keraguan konsumen terhadap kualitas material dan keterbatasan waktu untuk mengunjungi toko fisik. Permasalahan ini memicu tingginya risiko kesalahan pembelian dan ketidakpuasan pengalaman pengguna pada platform e-commerce furnitur. Penelitian ini bertujuan untuk merancang antarmuka UI/UX website toko furnitur yang mampu menjembatani kebutuhan estetika dan fungsionalitas bagi pengguna yang memiliki jadwal padat. Metodologi yang digunakan adalah Design Thinking yang mencakup tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Pada tahap awal, kebutuhan pengguna diidentifikasi melalui peta empati, yang kemudian ditransformasikan menjadi solusi fitur seperti katalog interaktif, visualisasi material detail, dan layanan konsultasi ahli. Hasil perancangan prototipe divalidasi menggunakan instrumen System Usability Scale (SUS) dengan melibatkan lima responden yang merepresentasikan target pengguna. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh rata-rata skor yang masuk dalam kategori Excellent. Desain ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan platform retail furnitur yang lebih adaptif terhadap perilaku konsumen modern.

Kata kunci*: *website furnitur, ui/ux, design thinking, system usability scale, e-commerce

Abstract

The development of online furniture shopping often faces obstacles related to consumer doubts regarding material quality and the limited time available to visit physical stores. These issues trigger a high risk of purchasing errors and user experience dissatisfaction on furniture e-commerce platforms. This research aims to design a furniture store website UI/UX interface capable of bridging the need for aesthetics and functionality for users with busy schedules. The methodology used is Design Thinking, which includes the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. In the initial stage, user needs were identified through empathy maps, which were then transformed into feature solutions such as interactive catalogs, detailed material visualizations, and expert consultation services. The prototype design results were validated using the System Usability Scale (SUS) instrument, involving five respondents representing the target users. Based on the testing results, an average score was obtained that falls into the Excellent category. This design is expected to serve as a reference for the development of furniture retail platforms that are more adaptive to modern consumer behavior.

Keywords*: *furniture website, ui/ux, design thinking, system usability scale, e-commerce

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pasar e-commerce furnitur di Indonesia menuntut platform digital untuk mampu memberikan kepastian mengenai kualitas material dan fungsionalitas produk melalui antarmuka yang intuitif. Namun, banyak platform katalog furnitur saat ini belum optimal dalam menyajikan informasi mendalam dan layanan bantuan ahli, sehingga menimbulkan keraguan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian secara daring. Penggunaan metode Design Thinking menjadi solusi krusial karena fokusnya yang berpusat pada manusia (human-centered), yang terbukti dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan cara memahami kebutuhan emosional dan praktis mereka secara mendalam[1]. Pendekatan ini memungkinkan perancang untuk mengeksplorasi ide-ide inovatif yang menjawab titik permasalahan (pain points) spesifik dalam industri furnitur, seperti kebutuhan akan durabilitas dan estetika[2].
Optimalisasi User Interface (UI) dan User Experience (UX) sangat menentukan tingkat kepercayaan dan retensi pengguna pada website penjualan furnitur. Penelitian menunjukkan bahwa elemen visual yang jelas, navigasi yang efisien, dan informasi material yang transparan dapat meminimalisir beban kognitif serta mencegah kesalahan pemilihan produk oleh konsumen[3]. Dalam konteks website katalog furnitur, fitur-fitur pendukung seperti sistem filter yang cerdas dan integrasi konsultasi desain terbukti memberikan nilai tambah bagi pengguna dengan jadwal yang padat[4]. Untuk memastikan efektivitas desain yang dihasilkan, evaluasi menggunakan System Usability Scale (SUS) diperlukan guna memberikan metrik kegunaan yang objektif dan tervalidasi secara ilmiah[5].

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan Design Thinking sebagai metodologi utama karena sifatnya yang berorientasi pada solusi berdasarkan kebutuhan riil pengguna serta pendekatan iterasinya yang memungkinkan pengembangan produk secara berkelanjutan melalui umpan balik.

2.1 *Empathize*

Tahap awal untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai batasan dan kebutuhan pengguna melalui observasi langsung. Pada penelitian ini, dilakukan pemetaan perasaan dan perilaku pengguna dalam mencari furnitur melalui *Empathy Map*.

2.2 *Define*

Define dilakukan untuk mensintesis informasi yang dikumpulkan untuk menetapkan masalah inti. Peneliti merumuskan pernyataan masalah yang spesifik menggunakan kerangka *Point of View* (POV) dan pertanyaan strategis *How Might We*.

2.3 *Ideate*

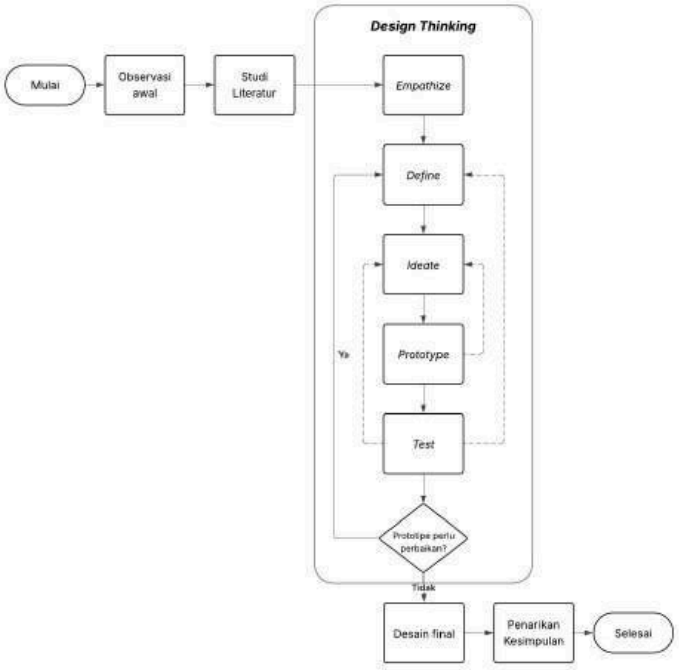
Tahap *Ideate* berguna untuk menghasilkan berbagai ide solusi kreatif berdasarkan pernyataan masalah yang telah didefinisikan. Fokus utama pada tahap ini adalah menentukan fitur-fitur fungsional yang dapat menjawab hambatan pengguna dalam berbelanja furnitur daring.

2.4 *Prototype*

Prototype merupakan pengembangan solusi ke dalam bentuk representasi visual yang nyata. Proses ini meliputi pembuatan desain *High-Fidelity* yang interaktif untuk mensimulasikan pengalaman pengguna sebelum sistem diimplementasikan secara teknis.

2.5 *Test*

Test adalah tahap evaluasi produk untuk mengukur tingkat keberhasilan desain terhadap kebutuhan pengguna. Pada tahap ini, pengujian dilakukan menggunakan instrumen *System Usability Scale* (SUS) guna mendapatkan metrik kegunaan yang terukur dan objektif.



Gambar 2.1 Alur Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Empathize*

Tahap pertama dalam metode *Design Thinking* adalah *Empathize*, yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang masalah yang coba diselesaikan. Pada penelitian ini, observasi dan pengumpulan data difokuskan pada perilaku serta hambatan yang dihadapi oleh target pengguna, yaitu individu dengan profil pekerja yang juga mengelola rumah tangga. Kelompok pengguna ini memiliki karakteristik spesifik berupa keterbatasan waktu, namun memiliki standar tinggi terhadap fungsionalitas dan estetika furnitur. Proses ini dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan tersembunyi (l*atent needs*) yang tidak hanya berkaitan dengan aspek visual website, tetapi juga aspek kepercayaan dan efisiensi dalam pengalaman belanja daring.

3.1.1 *Empathy Map*

Setelah data dikumpulkan melalui observasi dan interaksi dengan pengguna, informasi tersebut dikelompokkan ke dalam *Empathy Map*. Peta empati ini membagi wawasan menjadi empat kuadran utama (*Says, Thinks, Does, Feels*) serta identifikasi terhadap hambatan (*Pains*) dan harapan (*Gains*). Hal ini dilakukan untuk menyelaraskan strategi perancangan UI/UX dengan realita psikologis dan praktis yang dialami pengguna di lapangan.

Tabel 1. Empathy Map

Kuadran	Deskripsi
Says	1. "Saya sering membeli barang yang salah atau tidak sesuai dengan gaya hidup saya." 2. "Saya membutuhkan furnitur yang *stylish* namun tetap *family-friendly."* 3. "Saya baru sadar seharusnya furnitur di rumah bisa dikostumisasi sesuai kondisi dan kebutuhan agar bisa bertahan lebih lama"
Thinks	1. Seandainya saya bisa mendapatkan furnitur tahan lama tanpa harus menghabiskan waktu mengunjungi banyak toko. 2. Sebaiknya tersedia pilihan konsultasi profesional karena saya ragu jika hanya mengandalkan *rating online*. 3. Seharusnya proses pembelian furnitur mempertimbangkan efisiensi waktu karena jadwal yang padat sebagai pekerja kantor dan ibu rumah tangga.
Does	1. Melakukan riset produk melalui platform online. 2. Membaca majalah desain interior dan gaya hidup untuk mencari inspirasi. 3. Cenderung membuat keputusan akhir di toko fisik untuk pembelian besar guna memastikan kualitas.
Feels	1. Merasa khawatir membeli barang yang tidak memenuhi kebutuhan fungsional (misal: material tidak tahan air). 2. Merasa lelah dan tertekan dengan proses pengembalian barang (returns) atau antrean panjang di toko. 3. Ambisius dalam menyeimbangkan estetika rumah dengan ketahanan material furnitur.

Berdasarkan **Tabel 1**, dapat disimpulkan bahwa pengguna membutuhkan solusi digital yang tidak hanya berfungsi sebagai katalog produk, tetapi juga sebagai asisten virtual yang mampu memberikan keyakinan melalui detail material dan layanan konsultasi.

3.2 *Define*

Pada tahap ini, data dari fase Empathize disintesis untuk menetapkan pernyataan masalah yang berpusat pada pengguna. Proses ini dilakukan dengan menyusun *Point of View* (POV) yang kemudian diturunkan menjadi pertanyaan strategis menggunakan metode *How Might We* (HMW) untuk memicu solusi pada tahap perancangan.

3.2.1 *How Might We*

Melalui pemetaan POV dan HMW pada **Tabel 2**., fokus utama perancangan UI/UX diarahkan pada penyediaan informasi material yang transparan, fitur bantuan ahli (*expert assistance*), serta efisiensi navigasi. Hal ini bertujuan untuk menjawab kekhawatiran pengguna akan resiko salah beli sekaligus memenuhi kebutuhan mereka akan kualitas produk yang premium.

Tabel 2. POV & How Might We

POV	How Might We
Pengguna membutuhkan akses informasi material produk yang mendalam secara daring agar dapat memastikan ketahanan furnitur tanpa harus mengunjungi toko fisik.	Bagaimana kita bisa meyakinkan pengguna mengenai kualitas dan ketahanan material melalui tampilan antarmuka tanpa perlu kehadiran fisik di toko?
Pengguna memerlukan layanan konsultasi profesional yang terintegrasi di dalam website untuk meminimalisir risiko kesalahan pemilihan produk akibat keraguan pada ulasan standar.	Bagaimana kita bisa mengembangkan fitur konsultasi ahli secara langsung di dalam platform untuk memberikan kepastian bagi pengguna sebelum melakukan transaksi?
Pengguna membutuhkan cara yang efisien untuk mengidentifikasi furnitur yang memiliki keseimbangan antara aspek estetika (stylish) dan fungsionalitas (family-friendly).	Bagaimana kita bisa merancang sistem kategori atau filter yang memudahkan pengguna menemukan koleksi furnitur dengan durabilitas tinggi namun tetap memiliki desain yang tren?
Pengguna membutuhkan informasi transparan mengenai fitur khusus seperti spill-resistant atau material agar sesuai dengan gaya hidup mereka yang praktis.	Bagaimana kita bisa mengomunikasikan opsi fitur ketahanan material dan opsi kustomisasi secara visual agar pengguna dapat memahami nilai manfaat produk dalam waktu singkat?
Pengguna membutuhkan proses transaksi yang ringkas dan terpercaya untuk menghindari kerumitan prosedur pengembalian barang (*returns*) akibat salah pilih.	Bagaimana kita bisa menyederhanakan alur pemilihan hingga pembayaran yang dilengkapi dengan jaminan informasi akurat demi meningkatkan kepercayaan pengguna?

3.3 *Ideate*

Tahap *Ideate* merupakan proses menghasilkan ide-ide solusi berdasarkan pernyataan masalah yang telah didefinisikan sebelumnya. Pada **Tabel 3**. , pertanyaan "*How Might We*" diterjemahkan menjadi fitur-fitur fungsional yang akan diimplementasikan ke dalam desain UI/UX website toko furnitur.

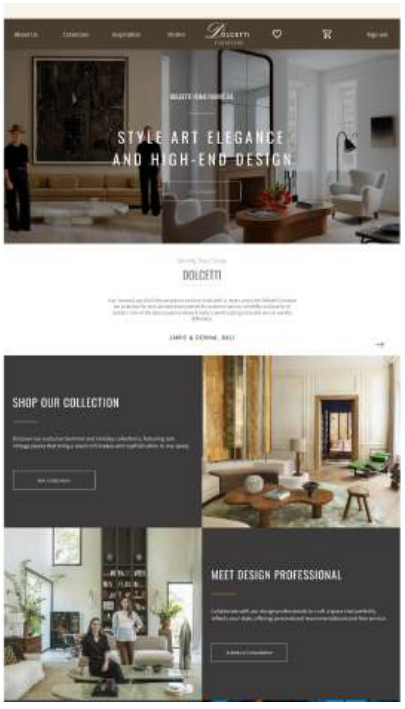
Tabel 3. Feature Solutions

No.	Solutions
2.	Katalog produk online dengan navigasi yang bersih dan kategori jelas.
3.	Menyediakan informasi spesifikasi material yang mendalam (misal: jenis kayu, ketahanan kain) dan visualisasi high-definition.
4.	Fitur obrolan langsung atau penjadwalan sesi konsultasi untuk mendapatkan saran material dan gaya.
5.	Sistem ulasan pelanggan dengan gambar
6.	Filter khusus berdasarkan fungsi (misal: *pet-friendly, child-safe*) dan gaya (misal: *modern, scandinavian*).
7.	Pengelompokan produk berdasarkan gaya hidup (misal: "Koleksi Keluarga Muda").
8.	Fitur memilih jenis kain atau warna material langsung pada halaman produk.

9. *Cart & Seamless Checkout*
10. Berbagai metode pembayaran yang terpercaya.
11. *Track Orders & Order History*

3.4 *Prototype*

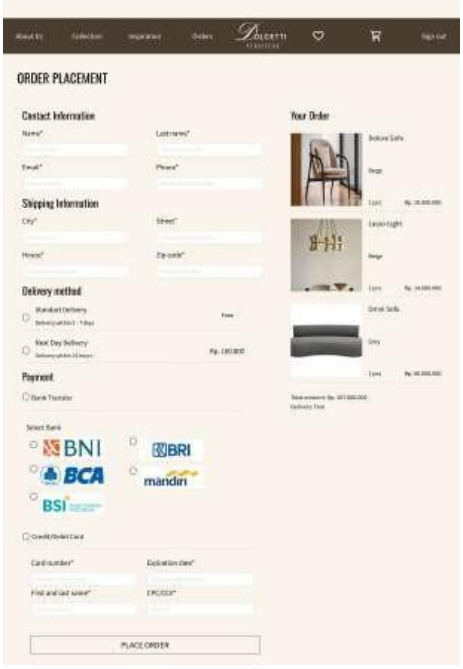
Hasil dari tahap prototype ini berupa tautan interaktif menggunakan Figma yang mencakup seluruh perjalanan pengguna. Prototipe ini berfungsi sebagai instrumen utama dalam tahap pengujian (*Testing*) untuk melihat sejauh mana desain yang diusulkan mampu mengatasi hambatan pengguna dalam berbelanja furnitur secara daring.



Gambar 1. Landing page



Gambar 2. Halaman Product Detail



Gambar 3. Halaman Check-out



Gambar 4. Order Tracking

3.5 Test

Tahap akhir Design Thinking melibatkan pengujian prototipe menggunakan instrumen *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur tingkat kepuasan dan kegunaan sistem[6]. Daftar pernyataan evaluasi tersebut dirinci pada **Tabel 4**.

Tabel 4. User Statement

No.	User Statement
[1]	Saya pikir saya akan sering menggunakan sistem ini.
[2]	Saya merasa sistem ini terlalu rumit padahal dapat dibuat lebih sederhana.
[3]	Saya rasa sistem ini mudah untuk digunakan.
[4]	Saya pikir saya membutuhkan bantuan dari orang teknis untuk dapat menggunakan sistem ini.
[5]	Saya menemukan bahwa terdapat berbagai macam fitur yang terintegrasi dengan baik dalam sistem.
[6]	Saya rasa banyak hal yang tidak konsisten terdapat pada sistem ini.
[7]	Saya rasa mayoritas pengguna akan dapat mempelajari sistem ini dengan cepat.
[8]	Saya menemukan bahwa sistem ini sangat tidak praktis ketika digunakan.
[9]	Saya sangat yakin dapat menggunakan sistem ini.
[10]	Saya harus belajar banyak hal terlebih dahulu sebelum saya dapat menggunakan sistem ini.

Pengujian melibatkan lima responden yang merepresentasikan pengguna akhir (pekerja dan pengelola rumah tangga). Partisipan menilai sepuluh pernyataan menggunakan skala Likert 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju) setelah mensimulasikan tugas inti, seperti pencarian produk dengan filter, memasukkan produk ke keranjang, dan proses *checkout*. Data hasil kuesioner tersebut dirangkum dalam **Tabel 5**.

Tabel 5. Hasil Kuisioner

Resp.	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
R1	5	2	5	1	4	2	5	2	5	2
R2	4	1	5	2	4	1	5	1	5	1
R3	5	1	5	1	5	1	5	1	5	2
R4	4	2	4	2	4	2	4	2	5	2
R5	5	2	4	1	5	2	5	2	4	2

Untuk mendapatkan skor kegunaan akhir, data mentah diproses melalui normalisasi:

a. Untuk pernyataan bernomor ganjil (positif) skor dihitung dengan (Skor User - 1).
b. Untuk pernyataan bernomor genap (negatif) skor dihitung dengan (5 - Skor User).
c. Jumlah dari skor penyesuaian tersebut kemudian dikalikan dengan 2,5 untuk mengubah hasil ke skala standar 0–100.

Tabel 6. Skor SUS

Resp.	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	Skor* 2.5

R1	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	87.5
R2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	85
R3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	97.5
R4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	77.5
R5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	85.0
Total Skor SUS											**86.5**

Hasil kalkulasi pada **Tabel 6** menunjukkan rata-rata skor SUS sebesar 87 (kategori *Excellent*, *Grade* A). Hal ini membuktikan solusi UI/UX berbasis Design Thinking efektif memenuhi standar usability yang tinggi. Fitur utama seperti konsultasi desainer dan visualisasi material terbukti signifikan membantu pengguna dalam pengambilan keputusan pembelian secara daring.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil merancang antarmuka UI/UX website toko furnitur dengan mengimplementasikan metode *Design Thinking*. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *System Usability Scale* (SUS), diperoleh skor rata-rata **87**, yang menempatkan prototipe ini dalam kategori "*Excellent*" (*Grade* A). Temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi fitur belanja furnitur *online* dan transparansi informasi material produk secara efektif mampu mengatasi keraguan pengguna serta hambatan efisiensi waktu. Dengan demikian, pendekatan *Design Thinking* terbukti mampu menghasilkan solusi desain yang intuitif dan relevan dengan kebutuhan gaya hidup target pengguna.

5. DAFTAR RUJUKAN

[1] E. A. Risti, “IMPLEMENTASI PENGOLAHAN SISTEM PENJUALAN FURNITURE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING (STUDI KASUS : FURNITURE JATISUNGU BANDAR LAMPUNG),” J. Inform. Dan Rekayasa Perangkat Lunak, vol. 3, no. 4,
pp. 435–445, Feb. 2023, doi: 10.33365/jatika.v3i4.2448.
[2] B. Kurniawan and Karnadi, “Perancangan Desain Antarmuka Website Katalog Produk Furniture (Studi Kasus: UD. Prana Meubel),” BULLET J. Multidisiplin Ilmu, vol. 3, no. 1, Mar. 2024.
[3] I. A. Juliansyah and I. V. Paputungan, “Perancangan User Experience Pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking”.
[4] W. S. A. Pratama and A. D. Indriyanti, “Perancangan Design UI/UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking,” vol. 04, no. 01, 2023.
[5] S. Faridha, S. Yulianti, and Y. Sugiarti, “Metode Perancangan User Interface yang Paling Umum Digunakan: Systematic Literature Review,” Bit-Tech, vol. 7, no. 1, pp. 58–67, Aug. 2024, doi: 10.32877/bt.v7i1.1467.
[6] J. Brooke, “SUS - A quick and dirty usability scale,” 1996.