

Analisis dan Rancangan UI/UX pada PT. Sherindo Cargo dengan Metode Design Thinking dan SUS

Muhamad Agung Prastiyo^{*1)}, Jenie Sundari²⁾

^{1,2}Program Studi Informatika, Universitas Nusa Mandiri

^{*1)}muhamadagung3506@gmail.com, ²⁾jenie.jni@nusamandiri.ac.id

Abstrak

Website pada PT. Sherindo Cargo sejak awal didirikan perusahaan hingga sampai saat tidak ada pembaharuan dari segi user interface serta user experience saat menggunakannya. Serta informasi yang disajikan pun juga sangat minim. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi melalui teknologi internet, maka kekurangan pada website tersebut bisa diatasi dengan menyesuaikan kebutuhan klien dan jaman. Metode digunakan untuk perancangan desain UI/UX website PT. Sherindo Cargo adalah design thinking dimana metode ini terdiri dari beberapa tahapan dari emphatize, define, ideate, prototype, dan testing dengan usability testing yang digunakan system usability scale. Design thinking merupakan metode dengan pendekatan ke pengguna untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan serta masalah yang dihadapi terhadap website ini. Setelah itu akan dianalisis keluhan responden untuk dijadikan sebuah ide atau solusi yang nantinya akan menjadi sebuah fitur di rancangan user interface di website yang terbaru serta memberikan user experience yang lebih baik. System usability scale akan digunakan usai melakukan tahap testing untuk mengetahui apakah rancangan tersebut diterima oleh klien atau tidak. Model perancangan ini berperan untuk memfasilitasi antara pengguna dengan perusahaan untuk memudahkan dalam bekerja di bidang ekspedisi.

Kata kunci : *website, user interface, user experience, design thinking, system usability scale*

Abstract

The website at PT. Sherindo Cargo since the company was founded until now there has been no update in terms of user interface and user experience when using it. And the information presented is also very minimal. By utilising advances in technology and information through internet technology, the shortcomings of the website can be overcome by adjusting the needs of clients and the times. The method used to design the UI/UX design of the PT. Sherindo Cargo website is design thinking where this method consists of several stages from emphatize, define, ideate, prototype, and testing with usability testing used by the usability scale system. Design thinking is a method with an approach to users to find out what the wishes and problems faced on this website. After that, respondents' complaints will be analysed to become an idea or solution that will later become a feature in the user interface design on the latest website and provide a better user experience. System usability scale will be used after the testing stage to find out whether the design is accepted by the client or not. This design model acts to facilitate between users and companies to facilitate work in the expedition field.

Keywords : *website, user interface, user experience, design thinking, system usability scale*

1 PENDAHULUAN

Di jaman globalisasi ini, perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir semakin cepat dan tidak dapat diabaikan lagi. Tentu saja, kebutuhan akan informasi yang terus meningkat berkaitan yang dimana mengarah pada Revolusi Industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 menekankan digitalisasi dan membuat segala sesuatu yang berhubungan dengan produksi digital menjadi lebih cepat dan efisien. Dengan perkembangan teknologi informasi, internet memainkan peran penting dalam kegiatan masyarakat seperti bisnis, belanja, kesehatan, pendidikan, dan pengumpulan informasi [1].

Website saat ini merupakan bagian terpenting dari dunia internet dalam berbagi informasi kepada khalayak luas. Namun, internet dan website adalah dua hal yang berbeda. Istilah internet mengacu pada jaringan server global yang memungkinkan pertukaran informasi melalui web. Website yang baik dapat dilihat dari User Interface dan User Experience (UI/UX) yang mana ini adalah kedua komponen yang tidak bisa dipisahkan. User Experience (UX) mengacu pada semua aspek yang terkait dengan pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu produk, seberapa mudah memahami cara kerjanya, bagaimana rasanya menggunakan produk tersebut, dan bagaimana pengguna mencapai tujuannya dengan produk tersebut. Pada saat yang sama, menurut Blair-Early & Zender, website bagian program yang menghubungkan pengguna dan berinteraksi langsung disebut User Interface (UI) [2]. Saat ini juga banyak jenis website yang beredar mulai dari blog, website e-commerce, website bisnis, website pemerintah hingga website pendidikan.

Metode yang digunakan dalam proses desain ulang atau baru pada suatu produk digital termasuk proses desain website dan aplikasi adalah Design Thinking. Metode Design Thinking akan berfokus pada kolaborasi antara desainer dan pengguna yang dimana menekankan ide atau gagasan berdasarkan opini, perasaan, dan perilaku pengguna [3].

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan teknologi website dalam memperkenalkan profile perusahaan dan jasa kepada klien adalah PT. Sherindo Cargo. PT. Sherindo Cargo adalah perusahaan internasional yang bergerak di bidang ekspedisi udara yang sudah berdiri sejak tahun 2007 dimana bertugas untuk menangani kargo yang akan di ekspor atau impor, memantau pergerakan kargo sampai di negara tujuan, melakukan reservasi pengiriman kargo ke maskapai yang dimiliki oleh perusahaan, dan jasa atau service apa saja yang bisa dilakukan oleh perusahaan. Tetapi website tersebut tidak ada pembaharuan sejak perusahaan ini berdiri dari segi tampilan visual dan kenyamanan klien. Selain itu, informasi yang disampaikan kepada klien juga masih sangat minim. Hal ini sangat menghambat perkembangan bisnis di dunia ekspedisi karena informasi kargo sangatlah penting terutama untuk mengetahui keberadaan atau status kargo yang sedang dikirim.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah menghasilkan rekomendasi *prototype website* yang bisa memberikan pelayanan dan pengalaman terbaik bagi klien dalam mengakses informasi yang berkaitan dengan penerbangan maskapai dan status kargo dengan metode *Design Thinking* dalam proses pembuatan *UI/UX* dan *System Usability Scale* (SUS) untuk penilaian pengalaman pengguna. Penelitian ini penting dilakukan agar memudahkan tim pengembang dalam membuat sebuah web karena mendapat gambaran bagaimana sebuah web dibuat yang diinginkan klien serta perusahaan dapat memanajemen sumber daya yang dimiliki

agar tidak melakukan kesalahan yang sama saat mengembangkan website perusahaan seperti saat pertama kali.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 USER INTERFACE (UI) DAN USER EXPERIENCE (UX)

User Interface atau antarmuka pengguna adalah sekumpulan fitur secara visual yang digunakan pengguna untuk berkomunikasi dengan mesin atau komputer. Menurut Roger & Bruce tahun 2015, antarmuka pengguna akan melahirkan sebuah media komunikasi yang baik dan efisien antara manusia dan komputer [4]. Cakupan UI adalah tombol yang bisa diklik pengguna, gambar, teks, kolom input teks (*entry fields*), dan semua item yang bisa berinteraksi dan digunakan oleh pengguna. Termasuk tata letak (*layout*), transisi, dan segala interaksi kecil [5].

User Experience (UX) adalah pengalaman pengguna saat menggunakan suatu produk atau teknologi. UX akan disebut baik jika mempunyai sisi psikologis dan memperdulikan kebiasaan pengguna saat berkomunikasi dengan produk. Agar UX dikatakan baik, desainer harus mempertimbangkan kebutuhan pengguna saat merancang sebuah sistem. Fitur sistem harus disesuaikan dengan kebutuhan pengguna [6].

2.2 WEBSITE

Website adalah lingkungan yang terdiri dari sejumlah halaman yang terhubung dimana berfungsi sebagai alat untuk memperlihatkan informasi baik berupa gambar, video, teks, audio, atau gabungan dari semuanya. *Website* bersifat universal yang artinya bisa diakses dari jenis media lain dengan koneksi internet [7].

2.3 DESIGN THINKING

Design thinking adalah sebuah proses pendekatan menemukan solusi dalam proses desain. Teknik ini sangat mempengaruhi cara pemungutan keputusan yang pada akhirnya mengarah pada ide baru dan inovatif yang dimana metode ini berfokus pada pengalaman pengguna disamping berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan pengguna dalam menggunakan suatu produk [8].

2.4 SYSTEM USABILITY SCALE (SUS)

System Usability Scale (SUS) adalah alat pengukuran yang mengevaluasi kegunaan suatu produk. SUS memiliki beberapa keistimewaan yang membuatnya menarik dan berbeda dengan kuesioner lainnya. Pertama, SUS terdiri dari 10 poin pertanyaan sehingga relatif cepat dan mudah dijawab oleh responden. Kedua, SUS adalah teknologi agnostic yang berarti dapat digunakan dan dievaluasi secara luas di hampir segala jenis user interface, termasuk website, smartphone, dan produk digital lainnya. Ketiga hasil kuesioner adalah nilai tunggal yang

berkisar dari 0 hingga 100 poin dan relatif mudah dipahami oleh lintas disiplin ilmu, baik individu dan kelompok [9].

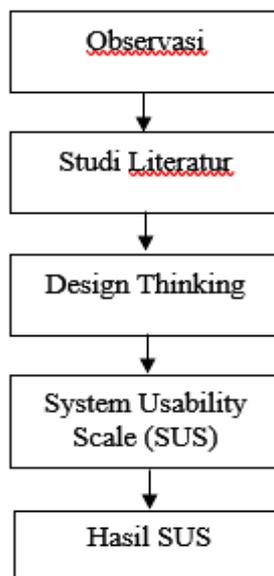
No.	Pertanyaan
1	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi (I am thinking of using this system again)
2	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan (I feel this system is complicated to use)
3	Saya merasa sistem ini mudah digunakan (I feel this system is easy to use)
4	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam menggunakan sistem ini (I need help from other people or technicians in using this system)
5	Saya merasa fitur-fitur sistem ini berjalan dengan semestinya (I feel that the features of this system are working properly)
6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten/ tidak serasi pada sistem ini (I feel there are a lot of things that are inconsistent / incompatible with this system)
7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat (I feel that other people will understand how to use this system quickly)
8	Saya merasa sistem ini membingungkan (I find this system confusing)
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini (I feel there are no obstacles in using this system)
10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini (I need to get used to first before using this system)

Gambar 1 Pertanyaan SUS

3 METODE PENELITIAN

3.1 METODE DESIGN THINKING

Berikut adalah diagram penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dimana peneliti melakukan observasi untuk mengetahui bagaimana pekerjaan atau perusahaan bekerja, melakukan studi literatur dengan membaca jurnal yang berkaitan dengan metode yang akan digunakan, lalu memulai penelitian serta menghitung SUS untuk mendapatkan hasil apakah sudah memenuhi keinginan klien atau belum. Untuk lebih jelasnya, bisa dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2 Diagram Penelitian

Dengan menggunakan metode ini, ada beberapa langkah yang dilakukan untuk mewujudkan aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Ini berjalan beriringan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Stanford D. School, dimana ada 5 tingkatan dalam design thinking. Tujuan pendekatan design thinking adalah menemukan solusi yang tepat, efektif dan efisien berdasarkan ide-ide dan solusi yang ada untuk memecahkan suatu masalah [10]. Tahap pertama adalah *Empathize* dimana pada tahap ini, akan digunakan kuesioner dalam bentuk *Google Form* sebagai wadahnya untuk mengetahui apa yang diinginkan responden yang disebar secara *online*.

Kedua adalah *Define* dimana di tahap ini semua data yang sudah dikumpulkan dari responden akan diolah oleh peneliti untuk dianalisis apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan responden dalam pemecahan masalahnya dan peneliti menggunakan sudut pandang sebagai pengguna untuk mengolah data yang sudah dikumpulkan. Ketiga adalah *Ideate* dimana di tahap ini, peneliti akan membuat beberapa solusi atau ide dari tahap sebelumnya dengan membuat ide sebanyak mungkin guna menyelesaikan masalah yang dialami pengguna.

Tahap keempat *Prototype*. Tahap dimana proses mengimplementasikan ide yang sudah dibuat dan sudah dipilih secara teliti dalam bentuk desain prototipe agar menghasilkan produk prototipe yang siap untuk diuji [11]. Platform yang akan digunakan penulis untuk membuat prototipe adalah Figma. Sebelum membuat prototipe, peneliti membuat *style guide* terlebih dulu. Tahap terakhir adalah *Testing*. Di tahap ini prototipe yang sudah selesai dibuat kemudian akan diberikan kembali kepada pengguna atau *tester* untuk *usability testing*. *Usability testing* melibatkan pengguna atau *tester* saat sudah menyelesaikan beberapa tugas yang diberikan. Platform yang digunakan untuk sesi testing prototipe adalah Maze Design dan Figma. Tools ini digunakan untuk sesi testing kepada responden secara *online* agar responden bisa merasakan prototipe secara langsung. Dan untuk metode *usability testing* yang digunakan adalah *System Usability Scale (SUS)*.

3.2 METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS)

System Usability Scale (SUS) adalah salah satu metode *usability testing* yang sering digunakan untuk mengetahui aspek-aspek usability yang sudah dijelaskan diatas. Metode ini akan dipergunakan pada tahap *testing* di *design thinking*. *System Usability Scale (SUS)* bisa digunakan untuk menguji kegunaan produk digital termasuk *website*. SUS tidak memerlukan perhitungan yang rumit dan waktu yg lama dengan hasil perhitungan nilai dari 0 hingga 100 [12]. Saat responden menyelesaikan tugas saat menggunakan produk, responden akan memilih salah satu dari 5 jawaban yang tersedia dari 10 pertanyaan yang sudah disediakan seperti pada gambar 1 karena dalam SUS, setiap kuesioner menggunakan skala Likert yaitu 5 poin untuk memberikan penilaian subjektif yang dimana 10 pertanyaan pada kuesioner SUS mempunyai perbandingan pernyataan positif dan negative sebesar 50%:50% [13, 14].

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 EMPATHIZE

Pada tahap ini, peneliti membuat kuesioner yang dibagikan secara online dengan platform Google Form untuk mengetahui apa yang menjadi kekurangan dan apa yang perlu diperbaiki atau diperbaharui pada desain website PT. Sherindo Cargo. Target responden adalah berusia 18-60 tahun dengan segala jenis kelamin.

4.2 DEFINE

4.2.1 PROBLEM STATEMENT

Setelah melakukan tahap empati dengan cara mengumpulkan pendapat terhadap website perusahaan yang lama, di tahap ini peneliti menganalisa dan memahami jawaban responden yang sudah mengisi kuesioner sebelumnya. Dari aspek learnibility, mayoritas pengguna berpendapat bahwa tulisan serta isi konten pada website ini masih sulit untuk dipahami karena ukuran font yang terlalu kecil serta isi konten sangat minim jadi sulit untuk dipahami apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada pengguna.

Kedua adalah aspek dari efficiency, pengguna berpendapat untuk bagian ikon tidak bekerja sebagaimana mestinya. Seperti contoh pada ikon *print* yang dimana seharusnya menampilkan informasi bagaimana website itu akan di *print* tetapi pada website itu malah membuka jendela browser baru. Ketiga adalah dari aspek memorability, pengguna mengingat website ini secara keseluruhan dimulai dari warna tulisan yang kurang bisa terbaca, ukuran tulisan yang kecil, serta konten yang masih sedikit yang mana menyebabkan banyak ruang kosong yang seharusnya bisa diisi oleh konten-konten perusahaan yang bermanfaat. Keempat adalah aspek error, pengguna berpendapat bahwa ada menu yang tidak menampilkan informasi apapun. Terakhir adalah aspek satisfaction, pengguna berpendapat bahwa mereka tidak ingin mengunjungi website perusahaan tersebut dan tidak puas dengan pengalaman mereka saat mengaksesnya dikarenakan informasi yang ditampilkan tidak pernah diperbaharui, warna yang terlalu cerah, konten yang ditampilkan sedikit bahkan ada yang tidak menampilkan informasi apapun, serta meninggalkan ruang yang masih banyak yang mana bisa digunakan untuk mengisi konten atau informasi yang bermanfaat bagi pengguna.

4.2.2 PAIN POINT

Pain point adalah pengumpulan poin-poin yang menjadi keluhan responden. Pain Points yang dibuat oleh peneliti dapat dilihat pada Gambar 3.

4.2.3 USER PERSONA

User persona ini berisikan tentang nama, umur, pekerjaan, keluhan terhadap sebuah produk dan apa yang ingin dicapai. User persona sebagai gambaran sudut pandang pengguna yang mana datanya adalah data fiksi.

Pain Point



Gambar 3 Pain Point

4.3 IDEATE

4.3.1 AFFINITY DIAGRAM

Peneliti membuat solusi yang kemudian langsung dibuatkan *affinity Diagram* atau pengkelompokkan ide atau fitur yang akan dibuat seperti terlihat pada Gambar 4.

Affinity Diagram

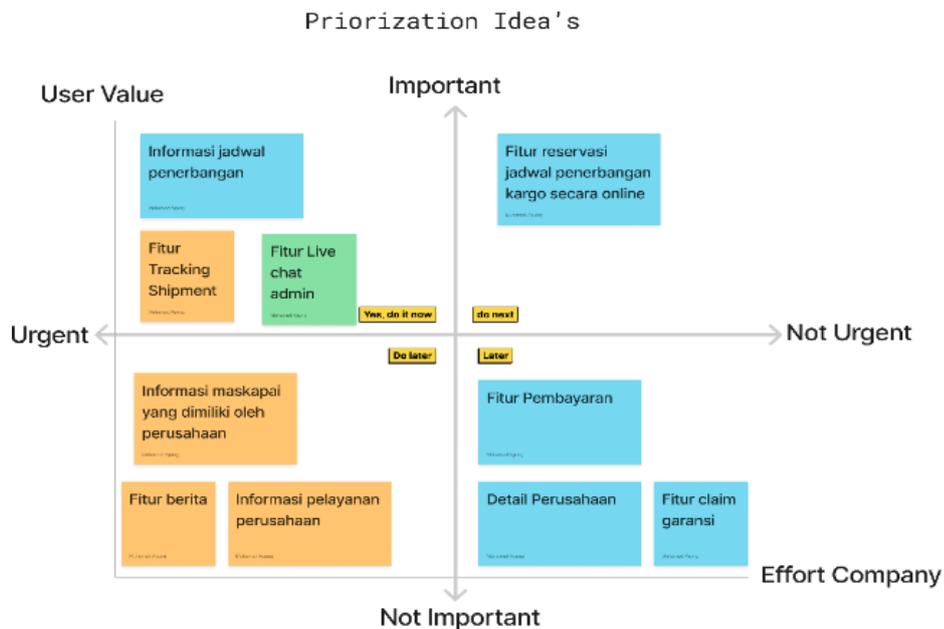
Layanan	Informasi	Pesan
Reservasi jadwal kargo secara online	Tracking Shipment	Fitur live chat admin
Jadwal Penerbangan	Detail Perusahaan	
Claim Garansi	Maskapai yang dimiliki	
Pembayaran	Layanan atau jasa pada perusahaan	
	Fitur berita	

Gambar 4 Affinity Diagram

4.3.2 PRIORIZATION IDEA'S

Ide diprioritaskan berdasarkan 2 parameter, yaitu user value dan effort. Ide-ide tersebut kemudian dikelompokkan menjadi 4 kategori diantaranya, Yes do it now, do next, do later, dan later. Masing-masing pengelompokkan berdasarkan pertimbangan user value dan effort [15]. Pada Gambar 5, fitur informasi jadwal penerbangan, tracking shipment dan live chat admin ini akan diprioritaskan terlebih dulu agar pengguna bisa berinteraksi langsung dengan staff mengenai bidang ekspedisi. Lalu alasan jadwal penerbangan didahulukan agar pengguna bisa mempertimbangkan dan mengatur waktu agar barangnya agar bisa diselesaikan dengan tepat

waktu. Sedangkan untuk tracking shipment untuk mengetahui kondisi dan mengawasi kargo dari awal proses sampai penerimaan barang kepada penerima. Selanjutnya untuk fitur reservasi ini akan dikerjakan setelah ketiga fitur sebelumnya sudah selesai dikerjakan. Alasan fitur ini diprioritaskan kedua adalah reservasi jadwal penerbangan bisa dilakukan via email jika ada kekurangan dokumen dari pihak pengirim barang, tetapi akan dibuat secara cepat menggunakan website agar bisa melakukan booking agar segera bisa diproses oleh staff perusahaan.

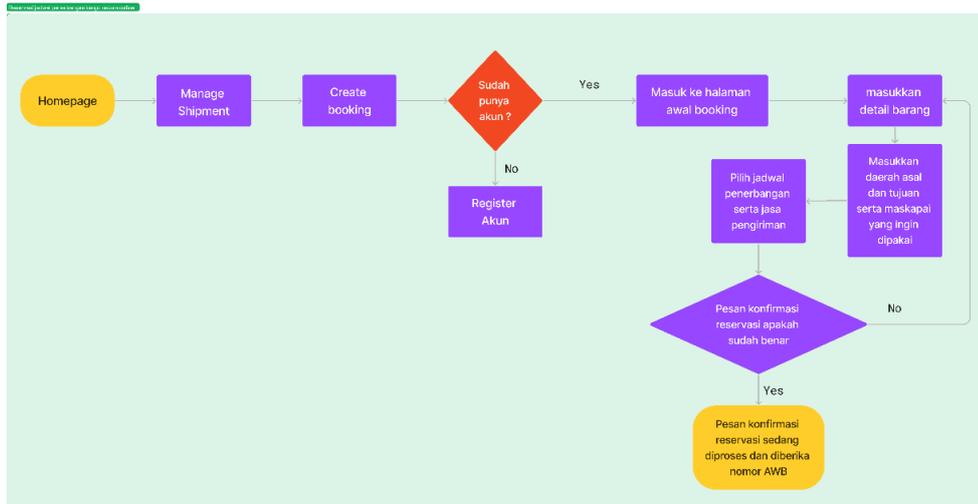


Gambar 5 Priorization Idea's

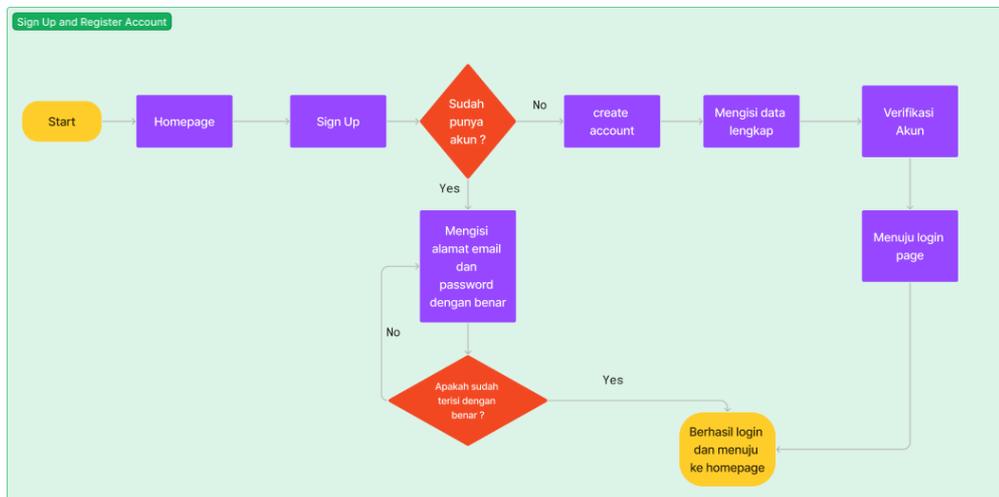
Selanjutnya untuk prioritas yang ada di bagian “do later” akan dibuat setelah fitur di bagian “do next” selesai dikerjakan. Alasannya karena fitur-fitur ini masih bisa diinformasikan melalui email serta berita mengenai maskapai masih tergolong jarang diupdate karena mereka hanya akan memberitahu jika ada penambahan rute, bencana alam disuatu daerah atau perubahan regulasi harga. Dan yang terakhir adalah “later”. Alasan fitur pembayaran ini diletakkan di bagian ini karena adalah perusahaan masih harus mengevaluasi pembayaran dari setiap pelanggan. Sedangkan fitur klaim garansi karena setiap kebijakan maskapai untuk klaim garansi berbeda-beda jadi perusahaan masih ingin mengandalkan via email terlebih dulu.

4.3.3 USER FLOW

Pada Gambar 6, pengguna akan diarahkan menuju halaman utama website. Setelah itu, pengguna akan dihadapkan dengan halaman login yang berisi email dan kata sandi. Bagi pengguna yang memiliki akun, pengguna bisa langsung mengisi email dan kata sandi yang sudah didaftarkan. Tetapi bagi yang memiliki akun maka pengguna bisa melakukan pendaftaran akun dengan mengisi data diri, memverifikasi akun yang sudah didaftarkan, dan kembali ke halaman awal login akun dan mengisi email dan kata sandi yang sudah didaftarkan hingga pengguna bisa masuk.



Gambar 6 Userflow Sign Up dan Register Account



Gambar 7 Userflow reservasi secara online

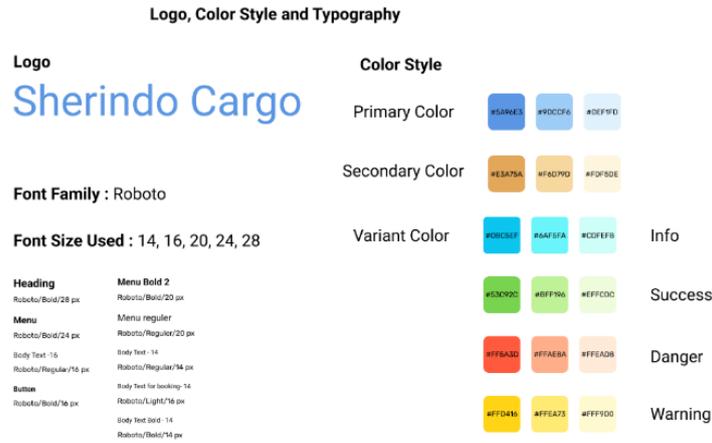
Pada Gambar 7, pengguna yang ingin melakukan reservasi jadwal penerbangan secara online akan diarahkan menuju fitur manage shipment dan memilih fitur create booking. Jika sebelumnya pengguna sudah masuk dengan akunnya, maka proses booking bisa dilakukan dimulai dari mengisi data barang, memilih maskapai penerbangan, memilih jadwal penerbangan dan harga yang diinginkan. Lalu pengguna akan melihat konfirmasi apakah detail barang yang sudah di submit sudah benar atau belum dan pengguna akan melihat pesan bahwa reservasi sedang di proses. Tetapi jika pengguna belum melakukan pendaftaran atau login, pengguna akan diarahkan sesuai pada Gambar 6.

4.4 PROTOTYPE

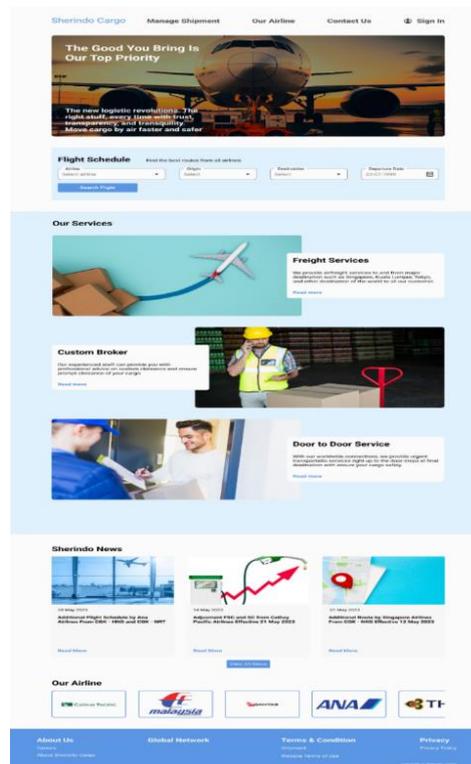
4.4.1 STYLE GUIDE

Pada Gambar 8, terdapat *Style Guide* yang akan digunakan sebagai panduan baik dari logo, jenis font, ukuran font, hingga warna. Warna biru dipilih karena warna ini sering digunakan pada perusahaan. Dimana warna ini dapat diartikan sebagai warna dengan kesan

professional dan menggambarkan kepercayaan. Jadi perusahaan ingin memberikan kesan kepercayaan dan professional terhadap barang pelanggan yang akan diurus hingga sampai ke penerima.



Gambar 8 Style Guide



Gambar 9 High Fidelity Design pada Halaman Utama Website

4.4.2 HI-FI DESIGN

Selanjutnya peneliti memulai membuat *High Fidelity Design* dengan menggunakan style guide yang sudah dibuat. Ada beberapa halaman yang dibuat peneliti. Salah satunya adalah membuat halaman utama website, pada Gambar 9 merupakan halaman utama website yang dibuat peneliti dengan *High Fidelity Design*.

4.4.3 PROTOTYPE

Setelah peneliti membuat fitur-fitur secara hi-fi design, selanjutnya peneliti membuat prototype agar nantinya bisa digunakan serta dirasakan langsung oleh calon pengguna.

4.5 TESTING

Testing dilakukan dengan menyebarkan kuesioner google form untuk penilaian dalam bentuk 10 pernyataan System Usability Scale (SUS) beserta link prototipe figma agar pengguna bisa merasakan dan memberikan umpan balik terhadap prototipe yg dibuat oleh peneliti. Peneliti juga berhasil mendapatkan 34 responden dengan penilaian SUS seperti pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Kuesioner SUS Oleh Responden

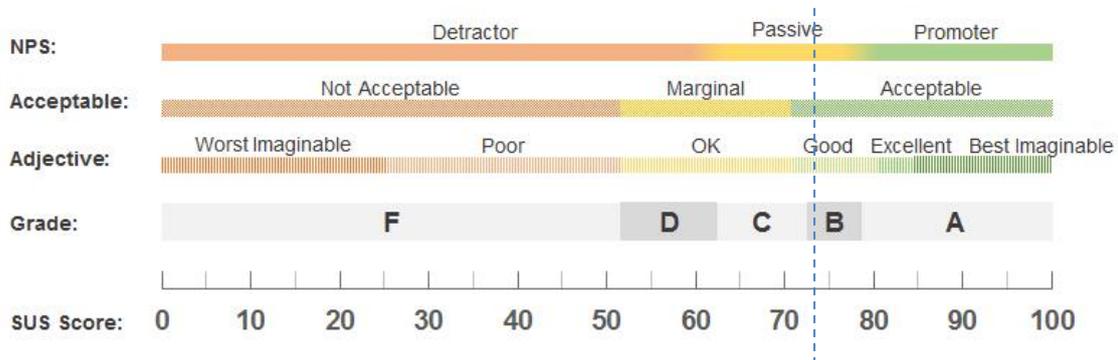
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
R1	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4
R2	5	4	4	2	5	2	4	2	5	2
R3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4
R4	5	1	5	1	5	1	5	1	4	4
R5	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3
R6	4	2	4	2	3	4	5	3	5	4
R7	4	2	5	1	3	4	2	2	4	1
R8	5	1	5	3	4	2	3	2	3	4
R9	4	2	4	1	3	3	3	2	4	1
R10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R11	3	2	4	2	4	2	4	2	4	3
R12	4	3	3	1	4	3	2	2	3	4
R13	3	2	5	1	5	2	3	1	5	4
R14	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4
R15	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4
R16	4	3	4	2	5	3	4	2	5	4
R17	5	1	5	1	5	2	5	1	1	5
R18	4	2	4	3	4	2	4	2	4	3
R19	4	1	5	1	5	1	5	1	5	4
R20	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4
R21	5	4	3	2	5	2	4	3	4	5
R22	3	4	5	4	3	2	4	2	4	3
R23	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
R24	5	1	5	1	4	2	5	1	5	1
R25	5	2	4	1	5	3	4	3	5	1
R26	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
R27	5	2	4	1	5	3	5	1	4	1
R28	4	1	5	2	5	3	4	2	5	2
R29	4	2	4	1	4	3	5	2	5	1
R30	4	2	4	1	3	3	4	2	5	1
R31	4	3	5	2	4	2	5	3	5	2
R32	5	1	5	2	4	1	5	1	5	1
R33	4	2	4	2	5	3	4	2	5	1
R34	4	2	5	2	5	3	4	2	4	2

Hasil kuesioner yang dilakukan oleh responden pada Tabel 1 merupakan hasil yang belum dilakukan perhitungan. Selanjutnya pada tabel pengisian kuesioner yang dilakukan responden dilakukan perhitungan untuk mengetahui skor SUS yang diperoleh dari setiap responden. Untuk pertanyaan yang bernomor ganjil seperti 1, 3, 5, 7, dan 9 maka cara perhitungannya adalah hasil jawaban responden dikurangi satu. Untuk pertanyaan bernomor genap seperti 2, 4, 6, 8, dan 10 maka cara perhitungannya adalah 5 dikurangi dari hasil jawaban responden. Dan terakhir untuk hasil SUS adalah dari hasil perhitungan dari setiap pertanyaan yang dibuat yang mana sudah dijumlahkan dikalikan dengan 2,5. Berikut adalah Tabel 2 yang merupakan tabel yang sudah dilakukan perhitungan SUS untuk setiap responden serta nilai rata-rata SUS untuk prototipe ini.

Tabel 2 Perhitungan SUS

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Skor SUS	Jumlah SUS
R1	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	15	37.5
R2	5	4	4	2	5	2	4	2	5	2	31	77.5
R3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	19	47.5
R4	5	1	5	1	5	1	5	1	4	4	36	90
R5	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	29	72.5
R6	4	2	4	2	3	4	5	3	5	4	26	65
R7	4	2	5	1	3	4	2	2	4	1	28	70
R8	5	1	5	3	4	2	3	2	3	4	28	70
R9	4	2	4	1	3	3	3	2	4	1	29	72.5
R10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	50
R11	3	2	4	2	4	2	4	2	4	3	28	70
R12	4	3	3	1	4	3	2	2	3	4	23	57.5
R13	3	2	5	1	5	2	3	1	5	4	31	77.5
R14	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	22	55
R15	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	21	52.5
R16	4	3	4	2	5	3	4	2	5	4	28	70
R17	5	1	5	1	5	2	5	1	1	5	31	77.5
R18	4	2	4	3	4	2	4	2	4	3	28	70
R19	4	1	5	1	5	1	5	1	5	4	36	90
R20	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	21	52.5
R21	5	4	3	2	5	2	4	3	4	5	25	62.5
R22	3	4	5	4	3	2	4	2	4	3	24	60
R23	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
R24	5	1	5	1	4	2	5	1	5	1	38	95
R25	5	2	4	1	5	3	4	3	5	1	33	82.5
R26	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	40	100
R27	5	2	4	1	5	3	5	1	4	1	35	87.5
R28	4	1	5	2	5	3	4	2	5	2	33	82.5
R29	4	2	4	1	4	3	5	2	5	1	33	82.5
R30	4	2	4	1	3	3	4	2	5	1	31	77.5
R31	4	3	5	2	4	2	5	3	5	2	31	77.5
R32	5	1	5	2	4	1	5	1	5	1	38	95
R33	4	2	4	2	5	3	4	2	5	1	32	80
R34	4	2	5	2	5	3	4	2	4	2	31	77.5
	Nilai rata-rata SUS											73.09

Dari penelitian dalam rancangan desain UI/UX website perusahaan PT. Sherindo Cargo, didapat hasil akhir nilai rata-rata skor SUS adalah 73,09. Jika dilihat dari *adjective* rating atau aspek dalam kategori rating pada *website* tersebut, maka nilai tersebut masuk kedalam kategori “Good”. *Grade scale* adalah aspek dalam kategori tingkat kualitas pada rancangan *website* ini, dengan nilai skor SUS 73,09 maka kategori tingkat kualitasnya adalah “B-”. Dan terakhir aspek dalam *acceptability range* yaitu aspek untuk menentukan dari segi apakah produk ini sudah bisa diterima atau tidak, dengan skor SUS 73,09 maka untuk aspek kategori *acceptability range* adalah *acceptable* yang artinya *website* sudah layak dan diterima oleh responden atau pengguna. Nilainya pada penelitian ini digambarkan dengan garis putus-putus seperti pada Gambar 10.



Gambar 10 Hasil Penentuan SUS pada penelitian ini

5 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti tentang analisis dan rancang desain UI/UX pada website PT. Sherindo Cargo dengan metode *design thinking* dan *system usability scale* (SUS) dapat disimpulkan bahwa pada *website* PT. Sherindo Cargo terdapat adanya permasalahan dimana *website* ini sudah tidak pernah diperbaharui sejak perusahaan ini didirikan serta minim informasi dan fitur. Maka perlu dilakukan sebuah rancangan ulang yang bisa mengikuti perkembangan jaman dan bisa memenuhi kebutuhan klien. Dengan metode yang digunakan dalam tahap *testing* untuk bahan evaluasi pada *website* PT. Sherindo Cargo adalah *system usability scale* (SUS) dimana hasil rata-rata SUS yang diperoleh adalah 73.09. Pada *adjective range* maka bisa disimpulkan bahwa rancangan *website* masuk dalam kategori “Good” dengan *grade scale* yang diperoleh adalah “B-” serta *acceptability range* yang diperoleh adalah *acceptable* yang artinya *website* ini sudah layak dan diterima oleh responden.

Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan pembaharuan dan pengembangan desain UI/UX untuk bidang ekspedisi bisa diterima oleh semua kalangan usia karena penelitian ini masih berfokus pada usia golongan muda. Selain itu, peneliti berharap untuk memperhatikan detail sekecil apapun pada layout desain UI seperti tombol, ikon, dan sebagainya, serta agar desain UI/UX dapat diimplementasikan menjadi sebuah sistem.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Albert, J. Andi Nugroho, dan R. Widya Hapsari, “Perancangan Ulang UI/ UX Website sebuah Perusahaan Farmasi,” *Jurnal Rupaka*, vol. 4, No.1, hlm. 89–96, Des 2021.
- [2] A. Ar Razi dkk., “Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer,” *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, vol. 03, no. 02, hlm 75-93, Sep 2018, [Daring]. Tersedia pada: <http://bit.do/demandia>
- [3] S. Soedewi, A. Mustikawan, dan W. Swasty, “Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website UMKM Kirihuci,” *Jurnal Desain Komunikasi Visual Unikom*, vol. 10, no. 2, hlm 79-96, Apr 2022.
- [4] Moch. F. Hidayat, R. N. Isnainin, I. D. G. Arikeza, dan R. I. Nasution, “Penggunaan User Interface (UI) Aplikasi Google Classroom Pada Siswa Tingkat SMP di Denpasar Selatan (Use of the Google Classroom Application User Interface (UI) At Junior High School Level Students in South Denpasar),” *Seminar Nasional Desain*, vol. 1, hlm 1-7, Feb 2021.
- [5] M. Agus Muhyidin, M. A. Sulhan, dan A. Sevtiana, “Perancangan UI/UX Aplikasi My CIC Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma,” *Jurnal DIGIT*, vol. 10, no. 2, hlm. 208–219, Nov 2020, [Daring]. Tersedia pada: <https://my.cic.ac.id/>.
- [6] Y. S. Jamilah dan A. C. Padmasari, “Perancangan User Interface Dan User Experience Aplikasi SAY.CO,” vol. 9, no. 1, hlm 73-88, Apr 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- [7] S. Sonny dan S. N. Rizki, “Pengembangan Sistem Presensi Karyawan Dengan Teknologi GPS Berbasis Web Pada PT BPR Dana Makmur Batam,” *Jurnal Comasie*, vol. 04, no. 04, hlm 52-58, Jan 2021.
- [8] S. Widianoro dan S. Adam, “Rancang Purwarupa Aplikasi Becakap Bagi Masyarakat Pesisir dengan Pendekatan Design Thinking,” *Journal of Applied Informatics and Computing (JAIC)*, vol. 3, no. 2, hlm. 96–101, Des 2019.
- [9] A. Sidik, S. Sn, M. Ds, U. Islam, K. Muhammad, dan A. Al-Banjari, “Penggunaan System Usability Scale (SUS) Sebagai Evaluasi Website Berita Mobile,” *Jurnal Ilmiah “Technologia,”* vol. 9, no. 2, hlm. 83–88, Jun 2018, [Daring]. Tersedia pada: <http://m.detik.com>
- [10] R. Andrian, A. Sekar Putri, F. Wiryandhani, dan N. I. Nopriska, “Pengembangan website e-commerce khusus untuk penyedia jasa penjualan hampers dengan metode design thinking,” *Integrated (Information Technology and Vocational Education)*, vol. 3, no. 2, hlm. 43–48, Okt 2021.
- [11] D. Haryuda Putra, M. Asfi, dan R. Fahrudin, “Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company,” *Rifqi Fahrudin Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, vol. 8, no. 1, hlm. 111–117, Des 2021.
- [12] S. Aisyah dkk., “Evaluasi Usability Website Dinas Pendidikan Provinsi Riau Menggunakan Metode System Usability Scale,” *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, vol. 7, no. 2, hlm. 125–132, Agu 2021, [Daring]. Tersedia pada: <https://disdik.riau.go.id>.
- [13] G. W. Intyanto, N. A. Ranggianto, dan V. Octaviani, “Pengukuran Usability pada Website Kampus Akademi Komunitas Negeri Pacitan Menggunakan System Usability Scale (SUS),” *Walisongo Journal of Information Technology*, vol. 3, no. 2, hlm. 59–68, Des 2021, doi: 10.21580/wjit.2021.3.2.9549.

- [14] A. Y. Pangestu, R. Safe'i, A. Darmawan, dan H. Kaskoyo, "Evaluasi Usability pada Web GIS Pemantauan Kesehatan Hutan Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)," *MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika dan Rekayasa Komputer*, vol. 20, no. 1, hlm. 19–26, Sep 2020, doi: 10.30812/matrik.v20i1.70
- [15] N. N. Arisa, M. Fahri, M. I. A. Putera, dan M. G. L. Putra, "Perancangan Prototipe UI/UX Website Crowde Menggunakan Metode Design Thinking," *Teknika*, vol. 12, no. 1, hlm. 18–26, Feb 2023, doi: 10.34148/teknika.v12i1.549.