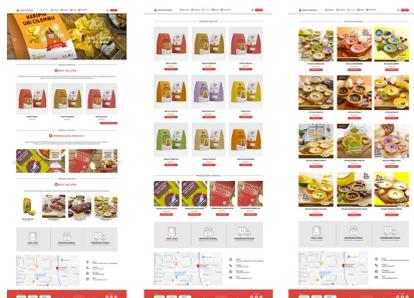


Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci

Sri Soedewi¹, Arry Mustikawan², Wirania Swasty³

Universitas Telkom

srisoedewi@telkomuniversity.ac.id; arrysoe@telkomuniversity.ac.id; wirania@telkomuniversity.ac.id



ABSTRAK *Website* merupakan salah satu media promosi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan pemasaran produk. Kirihuci adalah salah satu UMKM dari Bandung Jawa Barat yang bergerak di bidang kuliner dan memiliki potensi bisnis besar tetapi belum memanfaatkan *website* sebagai media promosinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang *website* UMKM Kirihuci menggunakan metode *Design Thinking*. Tahapan perancangan pada metode ini adalah melakukan pendekatan yang tidak hanya fokus pada apa yang dilihat (*user interface*) dan dirasakan oleh penggunanya, tetapi juga fokus pada pengalaman pengguna (*user experience*). Metode penelitian yang digunakan adalah *mix method* yaitu melakukan observasi, wawancara, penyebaran kuisisioner, dan mencari literatur data melalui buku atau jurnal yang berhubungan dengan penelitian. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah penerapan metode *Design Thinking* pada perancangan *website* UMKM Kirihuci telah memberikan kemudahan bagi penggunanya. Hal ini dapat dilihat dari *feedback* pengguna yang dilakukan pada tahapan uji coba (*usability testing*) mengenai tampilan desain *interface website* dengan hasil yang baik.

Diterima:
2021-08-23
Direvisi:
2022-02-17
Disetujui:
2022-04-07

Kata Kunci: Desain *Website*, Metode *Design Thinking*, *User experience*, *User Interface Design*, UMKM

Penerapan Metode *Design Thinking*
Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci
Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Barat memiliki kontribusi pada sektor UMKM melalui penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 80% dari total seluruh tenaga kerja (Primatami & Hidayati, 2019). Data SE2016 memberikan informasi bahwa UMKM telah menyerap lebih dari 9 juta tenaga kerja, atau sekitar tiga perempat tenaga kerja nonpertanian di Jawa Barat (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2018). Pertumbuhan pesat UMKM di Jawa Barat menuntut para UMKM untuk dapat melakukan inovasi terhadap produknya dan melakukan strategi pemasaran/promosi yang lebih luas agar dapat bertahan dan mampu bersaing dengan produk sejenis di era perkembangan teknologi yang begitu pesat ini (Primatami & Hidayati, 2019).

Semenjak pandemi global Covid 19 melanda dunia, banyak tenaga kerja yang diberhentikan dari tempat kerjanya karena bisnis yang dijalankan mengalami kerugian besar akibat besarnya penurunan daya beli dan konsumsi masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM (Pakpahan, 2020). Oleh karena itu butuh upaya yang besar bagi UMKM untuk mempertahankan bisnisnya. Penggunaan teknologi informasi merupakan salah satu strategi yang tepat agar produk atau jasa yang dihasilkan oleh UMKM dapat dipasarkan secara meluas kepada masyarakat dengan biaya yang terjangkau dan meningkatkan penjualan. *Website* merupakan salah satu teknologi informasi yang digunakan sebagai media untuk menjangkau konsumen secara luas dan global, karena dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja oleh pengguna di seluruh dunia. Oleh karena itu, penguasaan di bidang teknologi informasi sangat penting dimiliki oleh para pelaku UMKM agar dapat bertahan dan bersaing ketat dengan bisnis lainnya (Haryono, 2018).

Kirihuci adalah salah satu UMKM di kota Bandung Jawa Barat yang menjual produk makanan keripik Ubi Cilembu. Sebelum masa pandemi, Kirihuci mengandalkan pemasaran produknya melalui toko oleh-oleh yang tersebar di beberapa kota seperti Bandung, Kuningan, Cirebon, dan Brebes. Tetapi setelah mengalami masa pandemi, pemasaran keripik Ubi Cilembu saat ini dibantu dengan memanfaatkan teknologi informasi *digital* berbasis internet seperti *smartphone*, sosial media dan aplikasi *e-commerce* (Shopee, Bukalapak, Tokopedia) agar pemasaran menjadi lebih optimal (Hermawan, 2021). Selain menggunakan media *digital* seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, UMKM Kirihuci

Penerapan Metode *Design Thinking*
Pada Perancangan *Website* UMKM KiriHuci
Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

belum memiliki *website* sebagai media pemasarannya. Padahal media promosi *website* memiliki keunggulan yang lebih banyak daripada media lainnya seperti media cetak brosur, poster, dan lain-lain, baik dari sudut pandang distribusi informasi, kecepatan penyampaian informasi, hingga harga yang dikeluarkan. Kemudahan mengakses situs *web* menjadikannya *website* sebagai media promosi/pemasaran yang cukup berpengaruh (Muntoha et al., 2015).

Di jaman serba digital dan pasar bebas seperti saat ini, memiliki *website* untuk keperluan bisnis sangatlah penting karena dapat memperluas jangkauan pemasaran produk, mudah diakses oleh konsumen dimanapun tanpa batasan wilayah, meningkatkan kredibilitas perusahaan, dan biayanya lebih terjangkau dibandingkan dengan aplikasi *smartphone*. Jika pelaku bisnis tidak memanfaatkan *website* sebagai strategi digital marketing, maka bisnis tersebut tidak dapat bersaing dengan bisnis lainnya yang sudah memanfaatkan teknologi digital.

Pada penelitian ini, perancangan desain *website* UMKM KiriHuci menggunakan metode *Design thinking* untuk menciptakan *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Metode ini tidak hanya fokus pada apa yang dilihat dan dirasakan oleh penggunanya, tetapi juga fokus pada pengalaman pengguna/*user experience* (Sari et al., 2020).

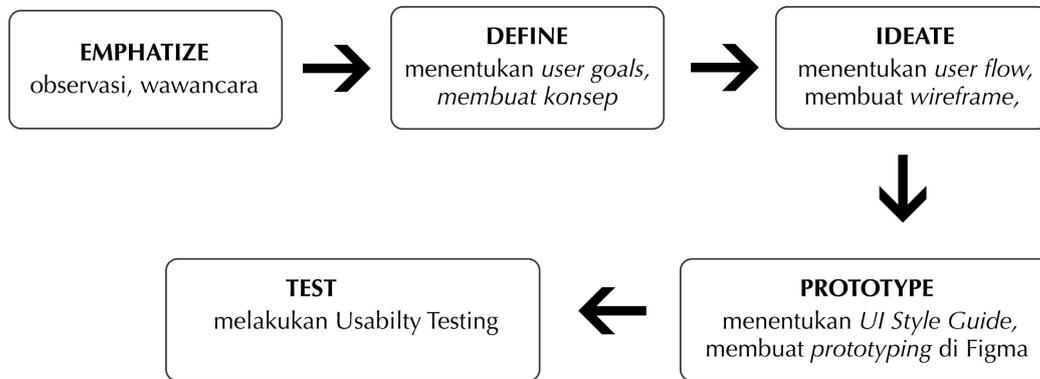
PEMBAHASAN

Metode penelitian yang digunakan adalah *mix method* yaitu kombinasi antara penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan observasi, wawancara, penyebaran kuisioner, dan mencari literatur data melalui buku atau jurnal. Pendekatan *mixed method* dilakukan karena penelitian ini memiliki beberapa pertanyaan dari permasalahan yang perlu diuji (Masrizal, 2012).

Observasi dilakukan dengan cara melakukan survey langsung untuk mengamati kegiatan yang dilakukan KiriHuci agar dapat menghasilkan hipotesis. Kemudian wawancara dilakukan langsung terhadap pemilik UMKM KiriHuci selaku *stakeholder* dan terhadap pengguna KiriHuci untuk mengetahui kebutuhan dari pengguna. Setelah mengetahui kebutuhan pengguna, kemudian dilakukan *brainstorming* dengan tim desain untuk mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi pengguna (*define*) dan menghasilkan ide berupa konsep pada tahapan *ideate*. Konsep yang dihasilkan tersebut kemudian dikembangkan ke dalam tahapan desain yaitu membuat *prototype website* dengan menggunakan Figma. Setelah *prototype* desain *website* dibuat, kemudian dilakukan tahapan *testing* untuk mengetahui *feedback* mengenai

**Penerapan Metode *Design Thinking*
Pada Perancangan *Website* UMKM KiriHuci
Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty**

perancangan website UMKM KiriHuci. *Testing* dilakukan dengan membagikan kuisioner *online* kepada pengguna melalui *tool* Optimal Workshop untuk mengetahui *feedback* dari perancangan desain *website* UMKM KiriHuci. Terakhir melakukan studi pustaka melalui buku dan jurnal untuk mendapatkan referensi yang berhubungan dengan penelitian.



Gambar 1. Kerangka Berfikir dan Tahapan Penelitian.
(Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Perancangan *website* pada penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* yang berfokus pada kolaborasi antara desainer dan pengguna, dengan menekankan ide berdasarkan pemikiran, perasaan, dan perilaku pengguna. *Design thinking* adalah sebuah metode pendekatan yang digunakan sebagai inovasi strategis di dalam proses perancangan dan melakukan pendekatan terhadap pengguna melalui proses empati/*emphaty*. *Design thinking* digunakan sebagai metode analisis melalui proses pemahaman kebutuhan pengguna dan fokus terhadap bentuk, hubungan, perilaku, interaksi serta emosi manusia untuk menghasilkan sebuah solusi dengan optimal (Mootee, 2013). Terdapat lima tahapan di dalam metode *design thinking*, yaitu *emphatize*, *define*, *ideation*, *prototype*, dan *test*. Dengan memahami lima proses tahapan tersebut di dalam proses perancangan, maka masalah kompleks yang dihadapi oleh pengguna dapat terpecahkan (Dam & Siang, 2020).

Pada penelitian sebelumnya, metode *design thinking* pada perancangan *website* Thriftdoor digunakan untuk mengakomodir kebutuhan penggunanya. Data yang didapatkan dari pengguna adalah para penjual ingin agar barang bekasnya dapat dijual dengan mudah, menjamin barang bekas dalam kondisi bagus bagi calon pembeli, memiliki fitur lengkap, dan dapat diakses kapan saja serta dimana saja. Hasil tersebut dijadikan acuan dan referensi

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM KiriHuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

desainer dalam melakukan perancangan website Thrifdoor agar mempermudah penggunaanya (Wibowo & Setiaji, 2020).

1. *EMPHATIZE*

Tahapan pertama adalah *emphatize*, yaitu melakukan pengamatan/observasi dan wawancara terhadap pengguna. Pengamatan dilakukan dengan cara melihat bagaimana pengguna berinteraksi dengan lingkungannya untuk dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Wawancara dilakukan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pengguna (Pressman, 2019).

Tahapan *emphatize* pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey. Yang ingin dicapai melalui survey adalah mengetahui keinginan klien (UMKM KiriHuci) untuk kebutuhan pembuatan desain *website*, termasuk mengenai informasi dan fitur apa saja yang ingin ditampilkan pada *website*.



Gambar 2. Survey mengenai kebutuhan perancangan *website* dengan Pemilik UMKM KiriHuci.
(Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Selanjutnya adalah melakukan pendekatan terhadap konsumen (*user research*) melalui wawancara untuk mengetahui kebutuhan pengguna. Wawancara dilakukan melalui Google meet kepada pengguna dengan menanyakan mengenai apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna untuk *website* KiriHuci.

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM KiriHuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty



Gambar 3. Wawancara mengenai kebutuhan perancangan website dengan pengguna melalui Googlemeet.

(Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

2. *DEFINE*

Proses *define* dilakukan setelah mengetahui fokus permasalahan yang dialami secara spesifik berdasarkan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada proses berempati (*emphatize*). Hasil pengamatan pada proses empati kemudian dianalisis untuk menemukan/mengidentifikasi fokus permasalahan yang dihadapi oleh pengguna (Sari et al., 2020).

Setelah mengetahui kebutuhan dari pemilik dan pengguna KiriHuci mengenai *website* yang akan dirancang pada penelitian ini, proses *define* dilakukan dengan menyusun daftar kebutuhan *website* dan menentukan tujuan pengguna (*user goal*). Daftar kebutuhan pengguna tersebut disusun untuk menghasilkan ide/konsep agar menghasilkan desain *website* yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya.

Penerapan Metode *Design Thinking*
 Pada Perancangan *Website* UMKM Kiriuhuci
 Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

USER GOALS	
CONTENTS	
TENTANG	
- PROFILE	Sejarah & profile UMKM Kiriuhuci
- VISI MISI	Visi Misi UMKM Kiriuhuci
- STRUKTUR ORGANISASI	Susunan organisasi UMKM Kiriuhuci
PRODUK	
- KIRIHUCI MAKANAN	Produk makanan Keripik Ubi Cilembu dan produk baru Kiriuhuci
- KIRIHUCI LAINNYA	Jenis usaha Kiriuhuci lainnya (<i>fashion, craft, herbal, elektronik, property</i>)
- TENANTS	Produk tenants makanan khas Jawa Barat
USER	
- SIGN UP	Pendaftaran akun pengguna dengan menggunakan gmail, facebook, twitter
- LOGIN	Masuk sebagai akun pengguna
GALERI	
- FOTO	Kumpulan foto kegiatan Kiriuhuci
- VIDEO	Kumpulan video kegiatan Kiriuhuci
TESTIMONI	
- TESTIMONI KONSUMEN	Review produk & testimoni konsumen
KONTAK	
- KONTAK	Alamat, no kontak & sosial media Kiriuhuci

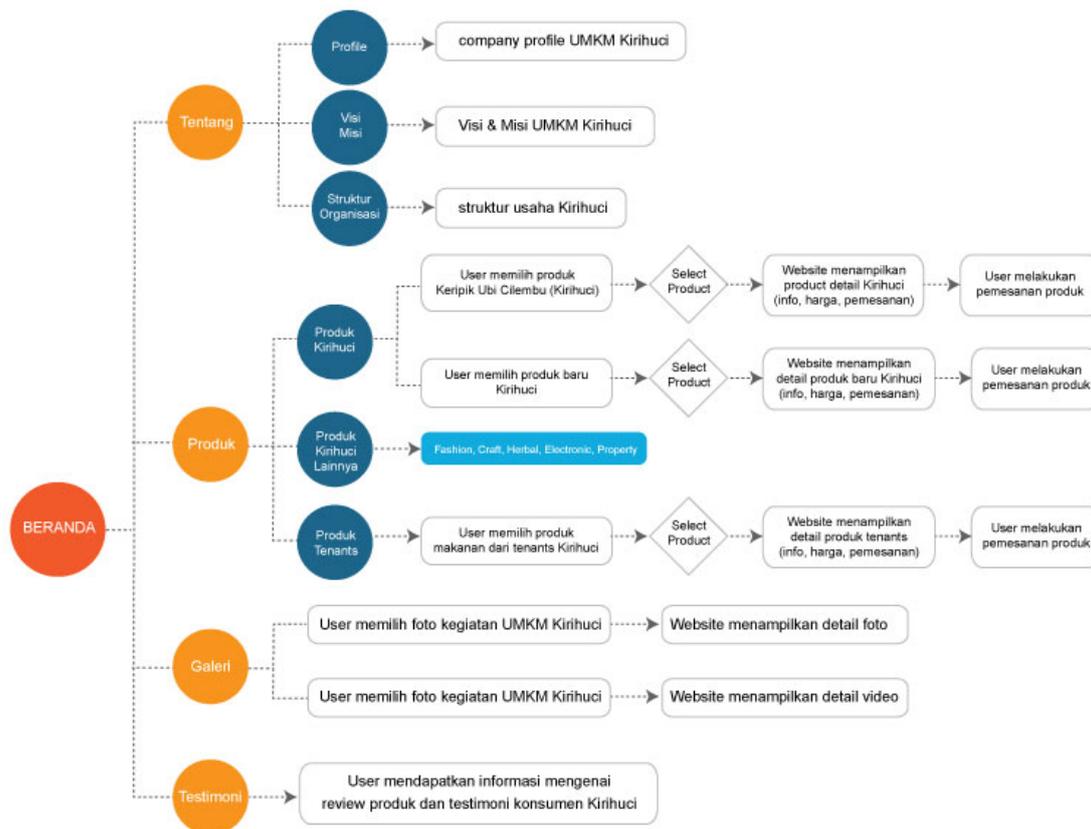
Gambar 4. *User goals website* Kiriuhuci untuk menemukan kebutuhan dari pengguna (*define*)
 (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

3. IDEATE

Pada proses ketiga ini, desainer dapat menghasilkan ide untuk menjadi solusi permasalahan dengan melakukan proses *brainstorming* dengan tim dan *stakeholder* terkait. Ide yang didapatkan melalui proses *brainstorming* tersebut akan menghasilkan ide berupa solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh pengguna (Wibowo & Setiaji, 2020).

Tahapan selanjutnya pada perancangan ini adalah membuat ide/konsep untuk *website* yang akan dirancang. Pembuatan konsep diawali dengan menyusun *user flow*, *sitemap*, dan desain *wireframe* dari *website*. Kemudian setelah itu menentukan *style guide User Interface* (UI) sebagai panduan desainer merancang dan membuat tampilan desain *interface website*.

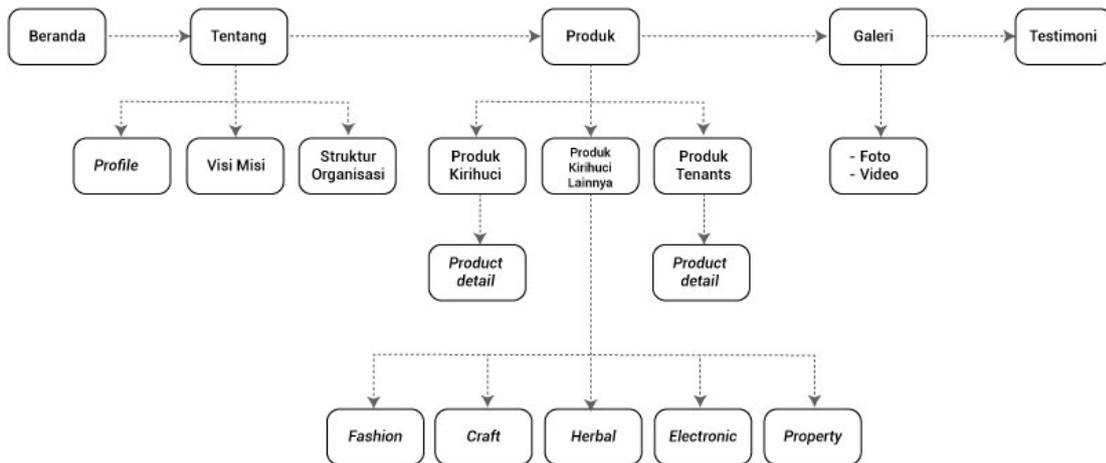
Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM KiriHuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty



Gambar 5. *User flow* untuk mengetahui alur pengguna *website* KiriHuci yang merupakan tahapan dari proses *ideate* pada *Design Thinking* (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

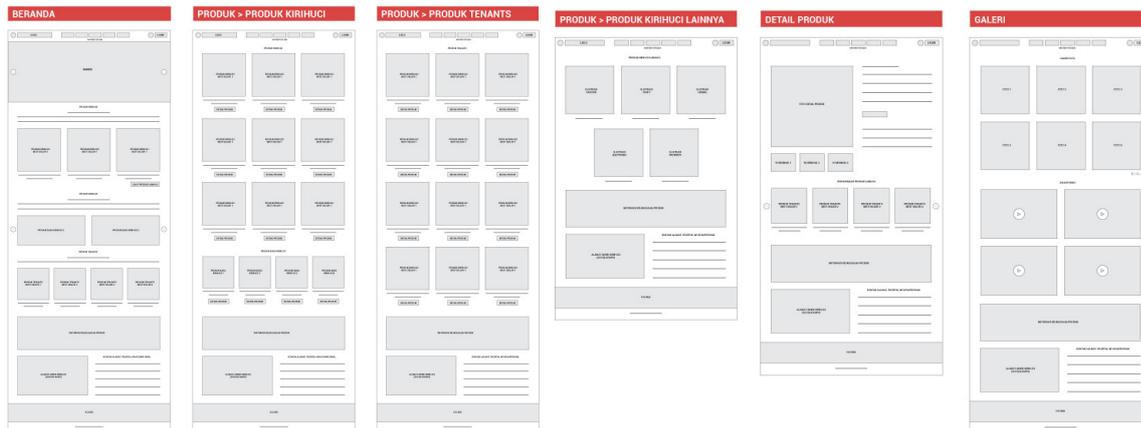
User flow adalah penggambaran diagram untuk mengetahui skenario alur pengguna ketika mengakses *website* KiriHuci. Fungsi dari *user flow* adalah untuk mempermudah desainer dalam menentukan alur/flow sebelum membuat desain *interface website* dan menghindari navigasi yang terlalu rumit agar mempermudah pengguna/*user friendly* (Wulandari & Widiyanto, 2017).

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty



Gambar 6. *Sitemap website* Kirihuci yang merupakan tahapan dari proses *ideate* pada *Design Thinking* (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Sitemap pada *website* adalah gambaran yang menampilkan navigasi/struktur dari keseluruhan konten *website* yang dirancang (Zheng, 2013). Setelah *sitemap* dibuat, tahapan selanjutnya adalah membuat *wireframe* untuk memudahkan desainer dalam membuat desain interface *website*. Berikut adalah desain *wireframe* dari *website* UMKM Kirihuci:



Gambar 7. *Wireframe* halaman Beranda, Produk, Detail Produk, Galeri *website* Kirihuci untuk mempermudah user interface designer dalam menentukan layout detail perancangan dari *website*. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM KiriHuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

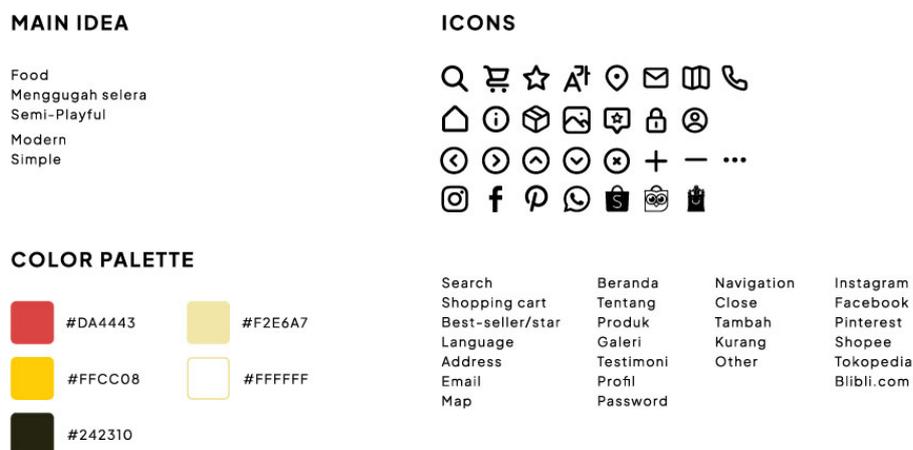


Gambar 7. *Wireframe* halaman Profile, Visi Misi, Testimoni, dan Struktur Tim *website* KiriHuci untuk mempermudah user interface designer dalam menentukan layout detail perancangan dari *website*.
 (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

4. *PROTOTYPE*

Tahap keempat dari *Design Thinking* adalah membuat *prototype*. Tujuan pembuatan *prototype* adalah untuk menguji aspek tertentu dari sebuah solusi desain yang telah dihasilkan pada tahapan *ideate* (Ambrose & Harris, 2010).

Pembuatan *prototype* dimulai dari pembuatan *style guide User Interface* sebagai panduan desainer dalam merancang *interface website*, kemudian proses asistensi dan pengembangan desain dilakukan dengan intens berkomunikasi dengan klien agar desain yang dihasilkan sesuai dengan keinginan klien dan biaya produksi masih terjangkau atau dapat ditutupi dari harga jual produk UMKM KiriHuci. Kemudian, membuat *prototype website* dirancang sesuai dengan yang diinginkan klien sebagai pelaku UMKM dan konsumen sebagai pengguna *website*.



Gambar 8. *Icons* dan *palette* warna (*UI Styleguide*) yang digunakan pada *website* KiriHuci yang digunakan sebagai panduan desainer dalam merancang *website* KiriHuci.
 (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

TYPOGRAPHY

TYPEFACE + JAKARTA SANS

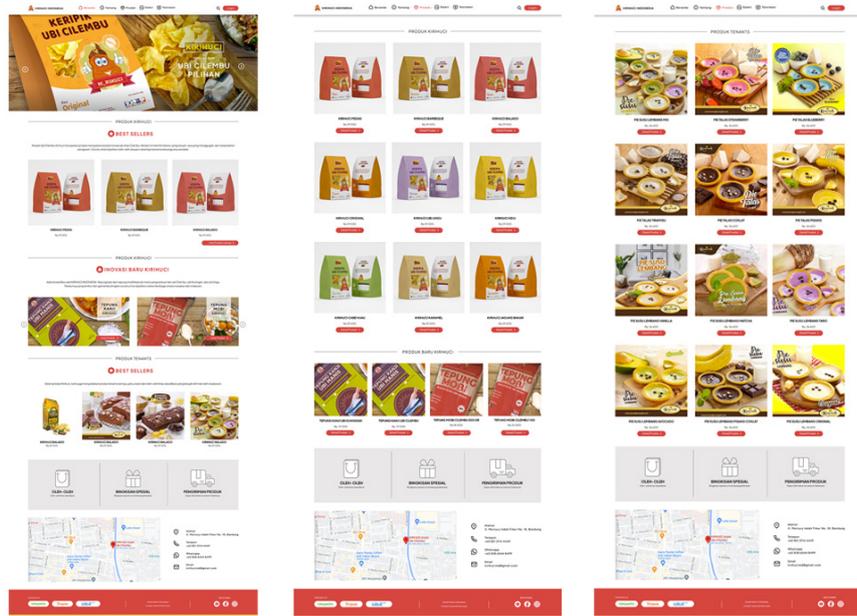


Gambar 9. *Font (UI Styleguide)* yang digunakan pada *website* Kirihuci yang digunakan sebagai panduan desainer dalam merancang *website* Kirihuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

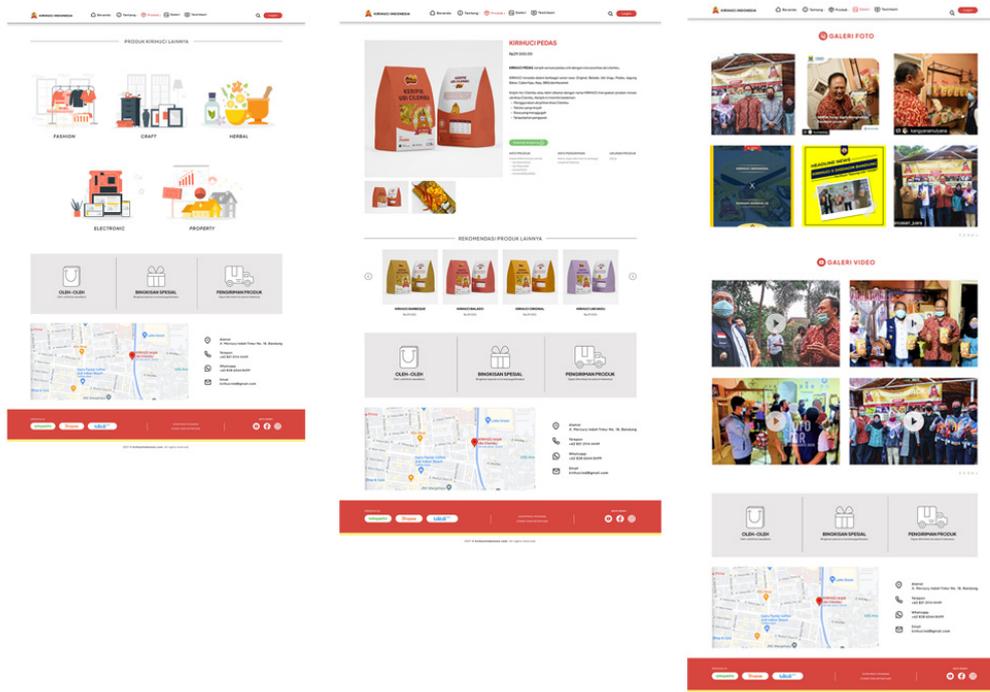


Gambar 10. *Buttons (UI Styleguide)* yang digunakan pada *website* Kirihuci yang digunakan sebagai panduan desainer dalam merancang *website* Kirihuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

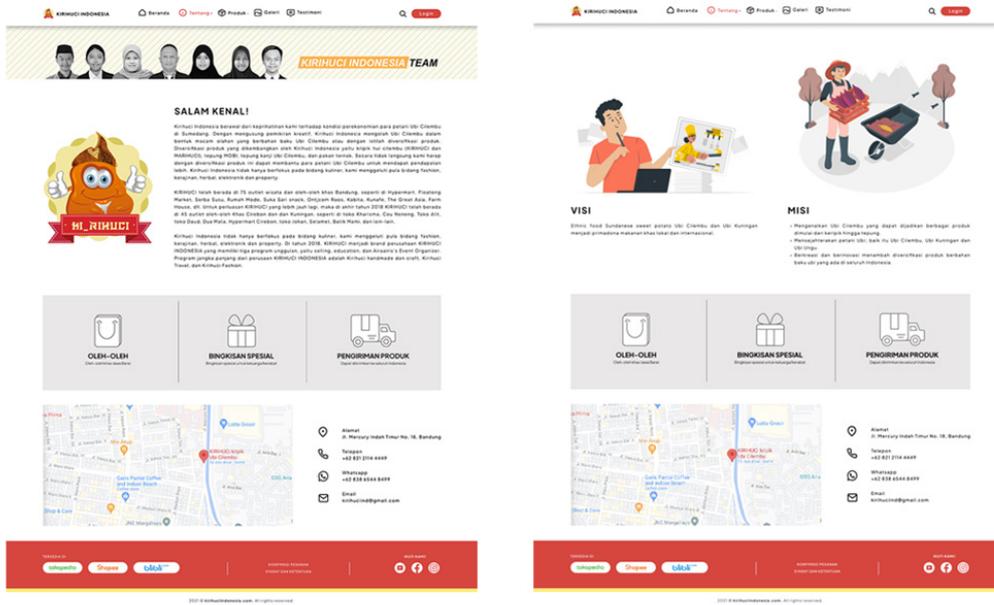


Gambar 11. Tampilan *Design Interface* halaman Beranda dan Produk *website* Kirihuci. Tahapan *Prototyping website* Kirihuci dikerjakan menggunakan *tool* Figma. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

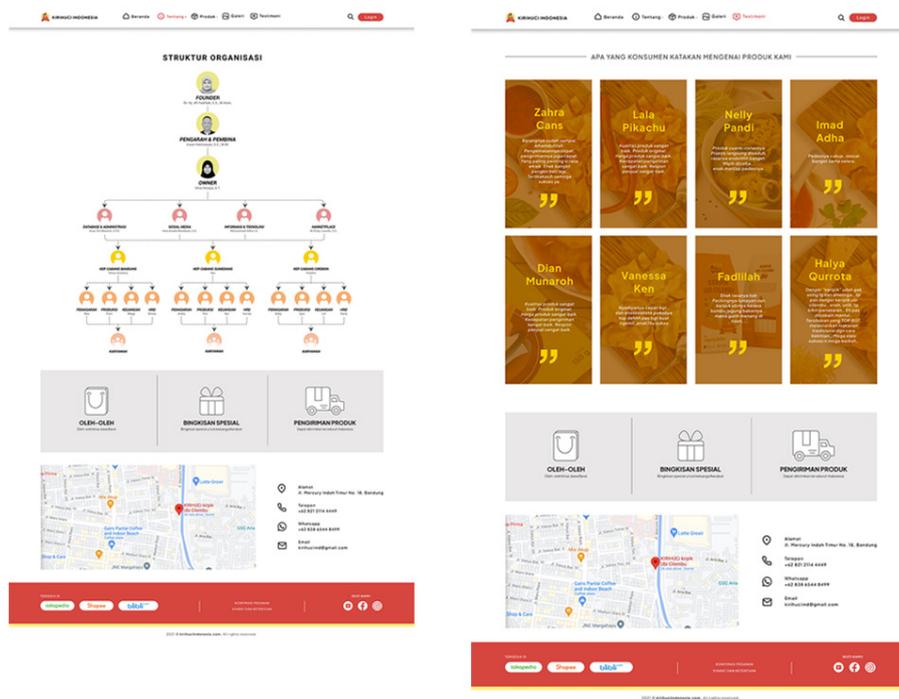


Gambar 12. Tampilan *Design Interface* halaman Detail Produk dan Galeri Foto *website* Kirihuci. Tahapan *Prototyping website* Kirihuci dikerjakan menggunakan *tool* Figma. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihiuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty



Gambar 13. Tampilan *Design Interface* halaman Profil dan Visi Misi *website* Kirihiuci. Tahapan *Prototyping website* Kirihiuci dikerjakan menggunakan *tool* Figma. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)



Gambar 14. Tampilan *Design Interface* halaman Struktur Organisasi dan Testimoni *website* Kirihiuci. Tahapan *Prototyping website* Kirihiuci dikerjakan menggunakan *tool* Figma. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

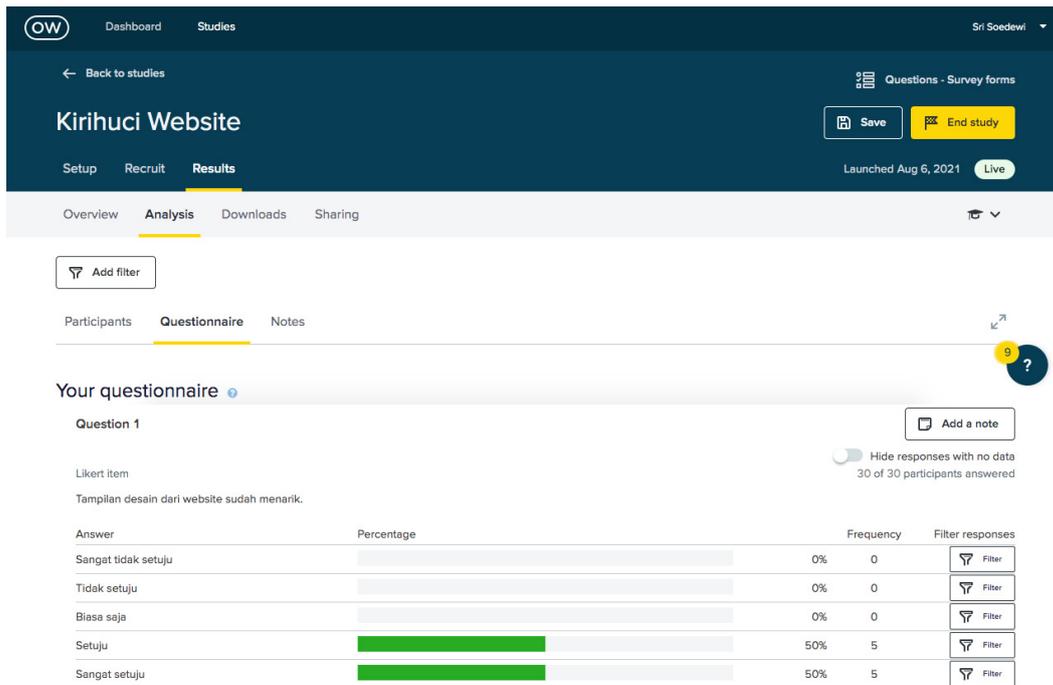
Penerapan Metode *Design Thinking*
Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci
Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

5. *TEST*

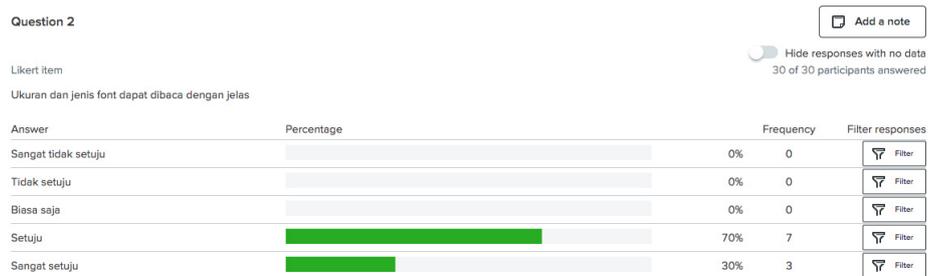
Tahap kelima atau tahap terakhir dari *Design Thinking* adalah melakukan uji coba (*testing*) terhadap pengguna. Pada tahapan terakhir proses *design thinking* ini, desainer akan melakukan uji coba untuk mendapatkan *feedback* dan memperbaiki solusi yang ada serta membuat produk menjadi lebih baik lagi. *Feedback* dari pengguna berguna untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari produk agar dapat dilakukan perbaikan (Ambrose & Harris, 2010). Dalam tahap pengujian ini, desainer dapat melakukan perubahan dan penyempurnaan untuk mengesampingkan solusi masalah dan mendapatkan pemahaman sedalam mungkin tentang produk dan penggunaannya.

Usability Testing pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisioner melalui metode survey *online* menggunakan *tool* Optimal Workshop. Dari beberapa jenis *tool usability testing*, Optimal Workshop adalah *tool* yang mudah digunakan dan memiliki banyak fitur meskipun dalam mode *free plan*. Survey mengenai tampilan *website* dilakukan pada tiga puluh orang partisipan yang merupakan pemilik dan konsumen dari produk Kirihuci. Terdapat tujuh pertanyaan pada tahapan *usability testing website* UMKM Kirihuci seperti terlihat pada gambar 16, yaitu pertanyaan mengenai tampilan *website*, keterbacaan font, sistem navigasi, penggunaan warna, ukuran dan bentuk ikon untuk tombol, informasi produk, serta kelengkapan profil dan kontak UMKM Kirihuci pada *website*. Hasil yang didapatkan dari ketujuh pertanyaan pada survey *online* tersebut adalah baik karena semua hasil jawaban dari partisipan adalah setuju dan sangat setuju (gambar 15-21). *Usability testing* pada perancangan *website* dilakukan untuk memperbaiki solusi permasalahan, mendapatkan *feedback* dari *user*, dan mempelajari *user* lebih mendalam demi mendapatkan hasil desain yang lebih baik sesuai dengan keinginan penggunaannya (Karnawan et al., 2020).

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM KiriHuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty



Gambar 15. Hasil *Usability Testing* menggunakan tool Optimal Workshop mengenai tampilan *interface design website* KiriHuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

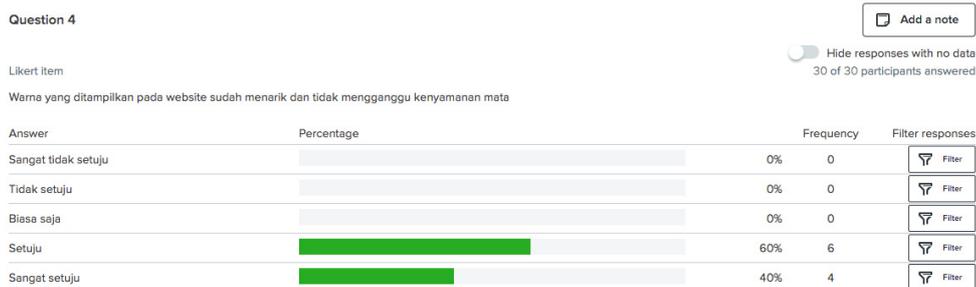


Gambar 16. Hasil *Usability Testing* menggunakan tool Optimal Workshop mengenai ukuran dan jenis font pada *website* KiriHuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)



Gambar 17. Hasil *Usability Testing* menggunakan tool Optimal Workshop mengenai sistem navigasi pada *website* KiriHuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

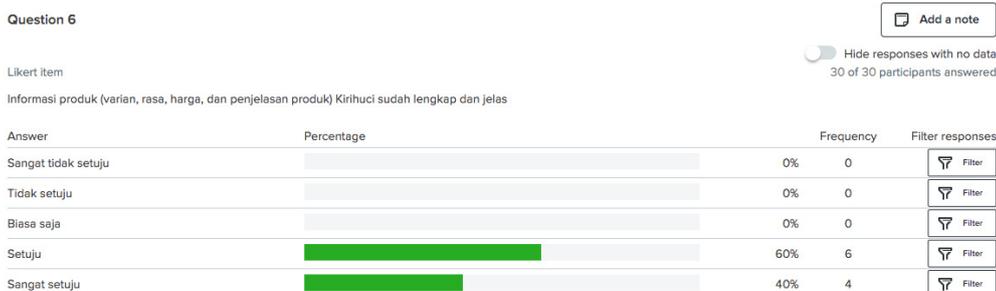
Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihiuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty



Gambar 18. Hasil *Usability Testing* menggunakan tool Optimal Workshop mengenai kenyamanan warna pada *website* Kirihiuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)



Gambar 19. Hasil *Usability Testing* menggunakan tool Optimal Workshop mengenai kenyamanan ukuran *icon*, *font* dan warna *button* pada *website* Kirihiuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)



Gambar 20. Hasil *Usability Testing* menggunakan tool Optimal Workshop mengenai kelengkapan informasi produk pada *website* Kirihiuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)



Gambar 21. Hasil *Usability Testing* menggunakan tool Optimal Workshop mengenai kelengkapan profil dan kontak perusahaan pada *website* Kirihiuci. (Sumber dokumentasi: Sri Soedewi, 2022)

Penerapan Metode *Design Thinking* Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

Feedback yang didapatkan dari kegiatan *usability testing* mendapatkan hasil yang baik dari pengguna *website*. Selanjutnya desain *prototype* yang dibuat di Figma oleh *user interface designer* diserahkan pada *website developer* untuk dibuatkan situs web *online* agar *website* dapat ditayangkan untuk masyarakat umum. Untuk membangun *website*, dibutuhkan *domain* dan *hosting* dibutuhkan agar *website* dapat diakses dan untuk menyimpan data serta konten yang ditampilkan pada *website*.

KESIMPULAN

Metode *Design Thinking* pada perancangan *website* dapat digunakan untuk menghasilkan desain *User Interface* (UI) yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya (*User Experience*). Pada perancangan *website* UMKM Kirihuci, penerapan metode *Design Thinking* telah memberikan kemudahan bagi penggunanya. Hal ini dapat dilihat dari *feedback* pengguna yaitu hasil dari tahapan uji coba (*testing*) menggunakan tool Optimal Workshop mengenai tampilan desain *interface website* UMKM Kirihuci. Hasil yang didapatkan dari tiga puluh orang partisipan yang merupakan pemilik dan konsumen produk Kirihuci pada tahapan *usability testing* mengenai tampilan desain *interface website* adalah baik. Metode *Design Thinking* dapat digunakan untuk perancangan *website* atau aplikasi *mobile* yang melakukan pendekatan lebih mendalam kepada pengguna agar menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan dan memudahkan penggunanya.

Tahapan pada *Design Thinking* dapat dilakukan secara berulang sampai mendapatkan hasil desain yang terbaik untuk penggunanya. Observasi dan wawancara pada tahapan *emphatize* merupakan tahapan yang sangat menentukan konsep dan perancangan *website*. Sebaiknya lakukan observasi dan wawancara secara mendalam untuk menggali semua kebutuhan pengguna agar memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika mengakses *website*.

REFERENSI

- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Basics Design 08: Design Thinking*. AVA Publishing SA.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2018). Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Jawa Barat. In *BPS Provinsi Jawa Barat*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2020). *5 Stages in the Design Thinking Process*. Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>

Penerapan Metode *Design Thinking*
Pada Perancangan *Website* UMKM Kirihuci
Sri Soedewi, Arry Mustikawan & Wirania Swasty

- Haryono, S. (2018). Pengaruh Penggunaan Website Terhadap Penjualan Produk Pengusaha UMKM Pada Asosiasi Industri Kreatif Depok. *Sosio Ekons*, 10(1), 39–46.
- Hermawan, I. (2021). *Wawancara Pemasaran Keripik Ubi Cilembu Kirihuci dengan pemilik UMKM Kirihuci. Wawancara pada tanggal 5 Maret 2021 di Bandung.*
- Karnawan, G., Andryana, S., & Komalasari, R. T. (2020). Implementation of User Experience Using the Design Thinking Method in Prototype Cleanstic Applications. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika (JTMI)*, 6(1), 10–17.
- Masrizal. (2012). Mixed Method Research. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas (JKMA)*, 6(2), 53–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.24893/jkma.v6i2.89>
- Mootee, I. (2013). *Design Thinking for strategic innovation* (pp. 1–204).
- Muntoha, Jamroni, & Tantria, H. (2015). Pemanfaatan Situs Web sebagai Sarana Promosi Desa Songbanyu, Kecamatan Giri Subo, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(September), 5.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Pressman, A. (2019). *Design Thinking - A Guide To Creative Problem Solving For Everyone*. Routledge.
- Primatami, A., & Hidayati, N. (2019). Perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 – 2016. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(03), 203–212. <https://doi.org/10.33370/jpw.v21i3.350>
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>
- Wibowo, M. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Automata*, 1(2).
- Wulandari, W., & Widiatoro, A. (2017). Design Data Flow Diagram for Supporting the User Experience in Applications. *Design Data Flow Diagram for Supporting the User Experience in Applications*, 25(2), 14–20.
- Zheng, J. (2013). Sitemap explorer: Browser integrated web navigation. *RIIT 2013 - Proceedings of the 2nd Annual Conference on Research in Information Technology, October 2013*, 63–64. <https://doi.org/10.1145/2512209.2512230>