

## Strategi UI/UX Dalam Meningkatkan Engagement Pada Aplikasi Toko Online Galery Parfum Dengan Metode User-Centered Design (UCD)

Gynandra Alexsander Ginting<sup>1</sup>, Sri Wahyuni<sup>2</sup>, Hermansyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Sains Komputasi&Kecerdasan Digital, Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Pembangunan Pancabudi, Kota Medan, Indonesia

<sup>1</sup>[emai1<sup>1</sup> gynandraalexander@gmail.com](mailto:gynandraalexander@gmail.com) \*, <sup>2</sup> [yuke@dosen.pancabudi.ac.id](mailto:yuke@dosen.pancabudi.ac.id) , <sup>3</sup>[hermansyah@pancabudi.ac.id](mailto:hermansyah@pancabudi.ac.id)

Corresponding Author: Gynandra Alexsander Ginting

### ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce requires online shopping applications to focus not only on transactional functionality but also on the quality of User Interface (UI) and User Experience (UX) in order to enhance user engagement. This study aims to design and evaluate UI/UX strategies for the Galery Parfum online store application through the implementation of the User-Centered Design (UCD) method. This method was selected because it places users at the core of each design stage, enabling the development of solutions that are more aligned with users' needs and characteristics. The research was conducted through four UCD stages: Understand Context of Use, Specify User Requirements, Design Solutions, and Evaluate Against Requirements. Data were collected through observations, questionnaires, and prototype usability testing involving users. The results indicate that users require a simple interface, intuitive navigation, and informative fragrance descriptions to support online purchase decision-making. The application prototype was developed using Figma, incorporating clear user flows for both customers and administrators. Usability evaluation using the System Usability Scale (SUS) yielded an average score of 77.75, which falls into the Good category with an acceptable level of acceptability. These findings demonstrate that the UI/UX design of the Galery Parfum application has good usability and contributes to improving user experience and engagement. This study is expected to serve as a reference for the development of UI/UX in e-commerce applications, particularly for experience-based products such as perfumes.

**Keywords:** *UI/UX, User-Centered Design, User Engagement, Online Store, Mobile Application*

### ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan e-commerce menuntut aplikasi toko online tidak hanya mengutamakan aspek transaksi, tetapi juga memperhatikan kualitas User Interface (UI) dan User Experience (UX) sebagai upaya meningkatkan keterlibatan pengguna (user engagement). Penelitian ini bertujuan untuk merancang sekaligus mengevaluasi strategi UI/UX pada aplikasi toko online Galery Parfum melalui penerapan metode User-Centered Design (UCD). Metode ini dipilih karena menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam setiap tahapan perancangan, sehingga solusi desain yang dihasilkan lebih selaras dengan kebutuhan dan karakteristik pengguna. Proses penelitian dilaksanakan melalui empat tahapan UCD, yaitu Understand Context of Use, Specify User Requirements, Design Solutions, dan Evaluate Against Requirements. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran kuesioner, serta pengujian prototipe kepada pengguna. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengguna membutuhkan tampilan antarmuka yang sederhana, navigasi yang intuitif, serta penyajian deskripsi aroma parfum yang informatif untuk mendukung pengambilan keputusan pembelian secara daring. Prototipe aplikasi dikembangkan menggunakan Figma dengan perancangan user flow yang jelas bagi pembeli dan admin. Evaluasi tingkat kegunaan menggunakan metode System Usability Scale (SUS) memperoleh skor rata-rata sebesar 77,75, yang termasuk dalam kategori Good dengan tingkat acceptability acceptable. Temuan ini menunjukkan bahwa rancangan UI/UX aplikasi Galery Parfum memiliki tingkat usability yang baik serta berkontribusi dalam meningkatkan pengalaman dan keterlibatan pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan UI/UX aplikasi e-commerce, khususnya pada produk berbasis pengalaman seperti parfum.

**Kata Kunci:** *UI/UX, User-Centered Design, User Engagement, Toko Online, Aplikasi Mobile*



## 1. Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah secara signifikan pola dan mekanisme perdagangan, khususnya dalam ekosistem e-commerce. Aplikasi toko online kini tidak lagi berfungsi sebatas media transaksi, melainkan berkembang menjadi platform strategis untuk membangun keterikatan berkelanjutan antara pengguna dan penyedia layanan (Asyifah et al., 2023). Dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif, kualitas User Interface (UI) dan User Experience (UX) menjadi faktor krusial yang menentukan kemampuan aplikasi dalam menarik minat pengguna, mempertahankan penggunaan berulang, serta mendorong peningkatan user engagement (Rantung & Mambu, 2023). Perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna yang efektif memungkinkan terciptanya interaksi yang lebih intuitif, efisien, dan berorientasi pada kenyamanan pengguna.

User engagement merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan aplikasi digital karena merepresentasikan tingkat intensitas dan keberlanjutan interaksi pengguna dengan sistem (H. Dinata & Angga, 2021). Tingkat keterlibatan yang tinggi berkontribusi terhadap peningkatan peluang konversi serta penguatan kepercayaan terhadap merek. Sebaliknya, desain UI/UX yang kurang optimal seperti navigasi yang tidak intuitif, inkonsistensi visual, dan alur penggunaan yang kompleks dapat meningkatkan beban kognitif pengguna dan menurunkan kepuasan, yang pada akhirnya mendorong pengguna untuk meninggalkan aplikasi (Ansori et al., 2023). Oleh sebab itu, optimalisasi UI/UX menjadi kebutuhan fundamental dalam pengembangan aplikasi e-commerce modern (Wijaya & Pakereng, 2023). Tantangan perancangan UI/UX menjadi lebih kompleks pada industri parfum yang termasuk dalam kategori experience goods, di mana persepsi nilai produk sangat dipengaruhi oleh pengalaman sensorik dan preferensi personal. Pada toko fisik, konsumen dapat mengevaluasi aroma secara langsung sebelum membeli, sedangkan pada platform digital pengalaman tersebut tidak dapat direpresentasikan secara utuh (Barbosa et al., 2021). Kondisi ini menuntut aplikasi toko parfum untuk menghadirkan pendekatan UI/UX yang mampu mengurangi keterbatasan tersebut melalui penyajian informasi yang komprehensif, visual yang menarik, serta fitur interaktif yang mendukung proses pengambilan keputusan pengguna (P. Z. Dinata et al., 2023).

User-Centered Design (UCD) dipandang sebagai pendekatan yang relevan untuk menjawab permasalahan tersebut. Metode ini menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam seluruh tahapan pengembangan sistem, mulai dari analisis kebutuhan hingga evaluasi desain (Prawesty et al., 2024). Keterlibatan pengguna secara aktif memungkinkan pengembang memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait karakteristik, preferensi, serta kendala yang dialami pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi (Mubarak & Purbaratri, 2022). Dengan demikian, UCD berpotensi menghasilkan desain UI/UX yang lebih kontekstual, fungsional, dan selaras dengan ekspektasi pengguna.

Dalam konteks aplikasi toko online Galery Parfum, penerapan UCD menjadi semakin penting mengingat keberagaman karakteristik pengguna dan tingginya kebutuhan personalisasi. Setiap pengguna memiliki preferensi aroma, selera visual, dan pola interaksi yang berbeda, sehingga desain yang bersifat generik cenderung kurang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi perancangan UI/UX berbasis UCD untuk meningkatkan user engagement pada aplikasi toko parfum berbasis mobile. Hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi desain UI/UX yang aplikatif, berorientasi pada kebutuhan pengguna, serta mampu meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan daya saing aplikasi dalam industri e-commerce digital (Hamdanuddinsyah et al., 2023).

## 2. Tinjauan Pustaka

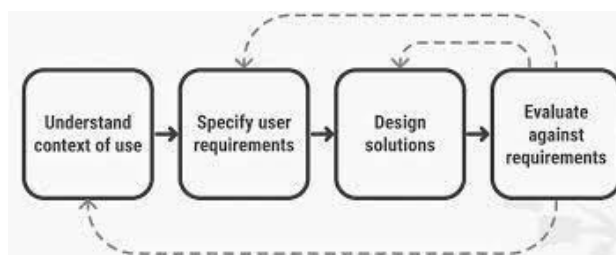
Tinjauan pustaka mengenai strategi UI/UX dalam meningkatkan engagement pada aplikasi toko online Galery Parfum menunjukkan bahwa penerapan desain berbasis pengguna melalui metode User-Centered Design menjadi pendekatan yang efektif untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pengguna secara mendalam. Konsep UI/UX sendiri berfokus pada bagaimana tampilan antarmuka (user interface)



mampu menarik perhatian serta bagaimana pengalaman pengguna (user experience) dapat memberikan kenyamanan, kemudahan navigasi, dan kepuasan dalam berinteraksi dengan aplikasi. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa desain yang responsif, intuitif, serta konsisten dapat meningkatkan engagement pengguna, seperti durasi penggunaan aplikasi, frekuensi kunjungan, hingga tingkat konversi pembelian. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip UCD seperti pengumpulan kebutuhan pengguna, pembuatan prototipe, serta evaluasi usability secara berkelanjutan terbukti mampu menghasilkan sistem yang lebih sesuai dengan ekspektasi pengguna. Dengan demikian, strategi UI/UX yang dirancang berdasarkan pendekatan UCD tidak hanya meningkatkan kualitas interaksi pengguna, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan loyalitas dan keberhasilan aplikasi toko online secara keseluruhan.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) sebagai kerangka utama dalam perancangan *User Interface* dan *User Experience* (UI/UX) pada aplikasi toko online Galery Parfum berbasis *mobile*. Pemilihan metode UCD didasarkan pada prinsip perancangan yang menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam seluruh siklus pengembangan, dengan penekanan pada pemahaman terhadap kebutuhan, preferensi, serta tujuan pengguna. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap keputusan desain diambil berdasarkan perspektif dan pengalaman pengguna secara langsung. Proses penelitian dilaksanakan melalui empat tahapan inti, yaitu *understand context of use*, *specify user requirements*, *design solutions*, dan *evaluate*, yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan.



Gambar 1. Metode *User-Centered Design*

#### 3.1 Understand Context of Use

Tahap ini difokuskan pada upaya memahami karakteristik pengguna aplikasi, pola perilaku mereka dalam melakukan pembelian produk parfum, serta berbagai hambatan yang dihadapi selama proses transaksi. Pada fase ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas penjualan di toko fisik Galery Parfum, mencakup alur layanan, interaksi antara staf dan pelanggan, serta mekanisme komunikasi yang berlangsung. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada sejumlah pelanggan guna mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan mengevaluasi pengalaman mereka dalam melakukan pembelian parfum melalui platform digital.

#### 3.2 Specify User Requirements

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan pelanggan, peneliti merumuskan dan memetakan kebutuhan pengguna sebagai dasar dalam pengembangan desain aplikasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengguna mengharapkan antarmuka yang sederhana, struktur navigasi yang intuitif, serta penyajian deskripsi aroma yang informatif dan mudah dipahami. Selain itu, aplikasi perlu dilengkapi dengan fitur pemesanan yang ringkas dan efisien, sehingga dapat digunakan secara nyaman, termasuk oleh pengguna dengan tingkat literasi teknologi yang masih terbatas.

#### 3.3 Design Solutions



Tahapan ini berfokus pada perancangan antarmuka aplikasi yang dikembangkan berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna. Proses desain mencakup penyusunan tampilan mulai dari halaman login, beranda utama, informasi dan deskripsi produk, proses checkout, hingga tampilan pembayaran. Seluruh elemen antarmuka dirancang dengan pendekatan visual yang sederhana namun tetap menonjolkan kesan elegan, sementara alur navigasi disusun secara ringkas dan intuitif guna meminimalkan potensi kebingungan pengguna selama berinteraksi dengan aplikasi.

### **3.4 Evaluate Against Requirements**

Pada tahap ini, prototipe yang telah dikembangkan diuji oleh pengguna untuk memperoleh umpan balik terkait tingkat kemudahan penggunaan dan kenyamanan desain. Pengujian melibatkan pelanggan potensial serta pemilik toko guna mengevaluasi kesesuaian desain dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Seluruh masukan yang diperoleh kemudian dianalisis secara sistematis dan dijadikan dasar untuk melakukan penyempurnaan desain, sehingga hasil akhir menjadi lebih optimal dan selaras dengan harapan pengguna.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari penerapan metode User-Centered Design (UCD) dalam perancangan UI/UX aplikasi toko online Galery Parfum, serta pembahasan terhadap temuan tersebut berdasarkan teori dan konteks penelitian. Hasil dianalisis secara bertahap sesuai dengan tahapan UCD, mulai dari pemahaman konteks penggunaan hingga evaluasi prototipe yang dikembangkan.

### **4.1 Understand Context of Use**

Tahap Understand Context of Use difokuskan pada upaya memperoleh pemahaman komprehensif mengenai profil pengguna, tujuan penggunaan aplikasi, serta kendala yang dialami selama proses pembelian parfum secara daring. Pengumpulan data pada tahap ini dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses penjualan di toko fisik Galery Parfum dan penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada pelanggan sebagai responden penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna berada pada rentang usia produktif dan terbiasa menggunakan perangkat smartphone dalam aktivitas sehari-hari, meskipun tingkat literasi digital mereka bervariasi. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pengguna masih memerlukan antarmuka yang sederhana, alur penggunaan yang jelas, serta panduan yang mudah dipahami saat berinteraksi dengan aplikasi.

Dalam proses pengambilan keputusan, pengguna cenderung mengandalkan informasi terkait deskripsi aroma, jenis parfum, dan rekomendasi produk sebelum melakukan pembelian. Keterbatasan pengalaman sensorik pada platform digital membuat pengguna sangat bergantung pada kualitas penyajian informasi visual dan tekstual yang disediakan oleh aplikasi.

Namun demikian, pengguna mengungkapkan bahwa aplikasi toko parfum online yang pernah digunakan umumnya memiliki tampilan yang terlalu kompleks, struktur navigasi yang tidak intuitif, serta deskripsi produk yang kurang komprehensif. Permasalahan tersebut berdampak pada menurunnya kenyamanan penggunaan dan berimplikasi pada rendahnya tingkat keterlibatan pengguna.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perancangan UI/UX pada aplikasi toko parfum perlu mengedepankan kesederhanaan interaksi sekaligus mampu menyajikan informasi produk secara lengkap, jelas, dan mudah dipahami guna mendukung proses pengambilan keputusan pengguna secara optimal.



## 4.2 Specify User Requirements

Berdasarkan hasil analisis konteks penggunaan, tahapan berikutnya difokuskan pada perumusan kebutuhan pengguna (*user requirements*) sebagai landasan utama dalam perancangan desain UI/UX aplikasi. Kebutuhan ini disusun dengan merujuk pada permasalahan, preferensi, serta ekspektasi pengguna yang telah teridentifikasi pada tahap sebelumnya.

Hasil perumusan menunjukkan bahwa pengguna mengharapkan tampilan visual yang sederhana, rapi, dan mudah dipahami, disertai alur navigasi yang ringkas agar proses pencarian produk dan transaksi dapat dilakukan tanpa hambatan. Selain itu, pengguna memerlukan penyajian deskripsi aroma parfum yang informatif, mencakup karakteristik aroma, tingkat ketahanan, serta rekomendasi penggunaan sebagai substitusi keterbatasan pengalaman sensorik pada toko fisik. Perumusan kebutuhan tersebut menjadi dasar strategis dalam mengembangkan solusi desain yang berorientasi pada pengguna.

## 4.3 Design Solutions

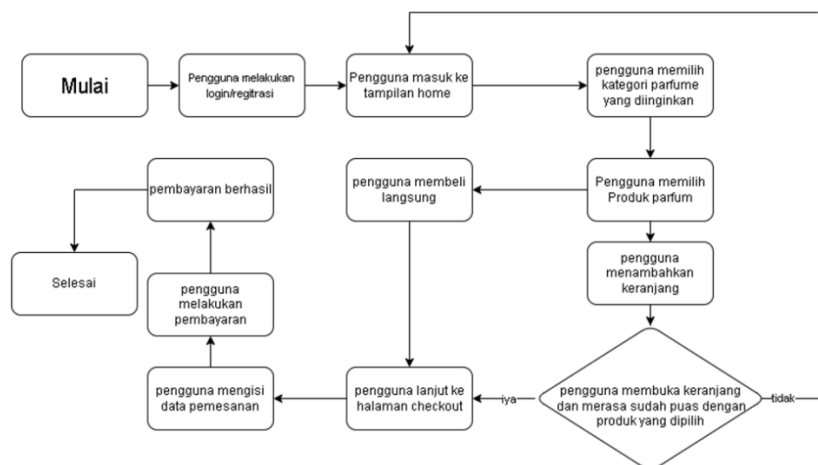
Prototipe Aplikasi dibuat menggunakan Figma. Pada tahap ini, peneliti mengembangkan prototipe desain UI/UX aplikasi toko online Galery Parfum berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah dirumuskan. Perancangan dilakukan dengan memperhatikan prinsip kemudahan penggunaan, estetika visual, dan efisiensi interaksi.

### 4.3.1 User Flow

Untuk menggambarkan alur interaksi antar pengguna dan sistem, dilakukan perancangan User Flow sebagai bagian dari solusi desain. User Flow bertujuan untuk memvisualisasikan langkah-langkah yang dilakukan oleh pengguna saat mengakses dan menggunakan aplikasi, baik sebagai pembeli maupun admin.

#### a. User Flow Pembeli

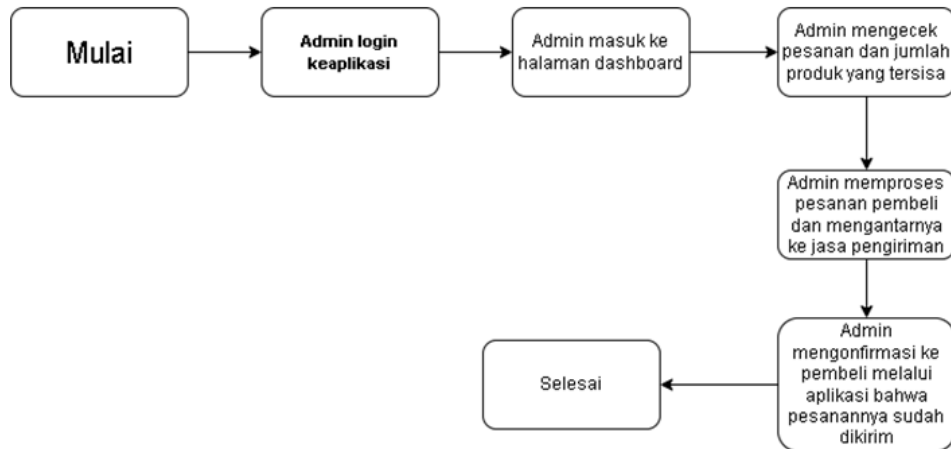
Sebagai Bagian dari proses perancangan solusi desain, dibuatlah *User Flow* yang menggambarkan bagaimana pengguna berinteraksi dengan aplikasi Galery Parfum dari awal hingga akhir proses pemesanan. Alur ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap langkah dalam proses pembelian dapat dilakukan dengan mudah dan efisien bagi pengguna



### Gambar 2. User Flow Pembeli

#### b. User Flow Admin

Selain alur pembeli, dirancang juga *User Flow* untuk admin sebagai pengelola aplikasi toko. Alur ini bertujuan agar proses pengelola pesanan berjalan lebih terstruktur dsan mudah digunakan oleh pemilik toko galery parfum.



Gambar 3. User Flow Admin

### 4.3.2 Prototype

Setelah tahap pembuatan *User Flow*, langkah berikutnya adalah mengembangkan prototipe sebagai bentuk rancangan interaktif dari aplikasi Galery Parfum. Prototipe ini dibuat menggunakan aplikasi Figma, dan berfungsi untuk memperlihatkan bagaimana tampilan serta alur penggunaan aplikasi ketika digunakan oleh pengguna.

#### a. Tampilan Pembeli

##### 1. Halaman Splash/Awal Aplikasi

Saat pertama kali membuka aplikasi, pengguna akan disambut dengan halaman *splash screen* yang menampilkan logo Galery Parfum. Dengan otomatis pengguna akan diarahkan ke halaman berikutnya.

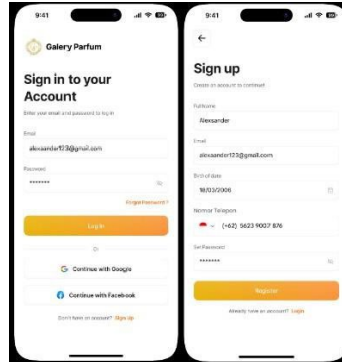


Gambar 4. Halaman *Splas/* Awal Aplikasi

##### 2. Halaman Masuk



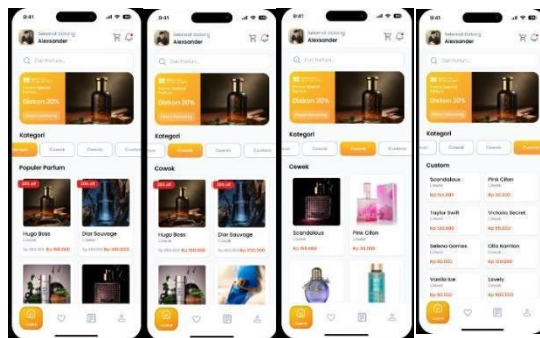
Pada tampilan ini pengguna dapat memilih untuk *Login* (Masuk) jika sudah memiliki akun, dengan memasukkan email dan juga kata sandi, tetapi jika belum memiliki akun, pengguna dapat menekan tombol daftar untuk membuat akun terlebih dahulu



**Gambar 5.** Tampilan *Login* dan Daftar

### 3. Halaman Utama

Setelah melakukan *login* pengguna akan diarahkan kehalaman utama yang menampilkan berbagai macam produk parfum. Di halaman ini juga terdapat 3 (tiga) kategori parfum yaitu kategori cowok, kategori cewek, dan kategori *custom*. Pada kategori *custom* pengguna dapat mengcustom/mix aroma parfum sesuai keinginan pengguna



**Gambar 6.** Halaman Utama

### 4. Halaman Deskripsi Produk

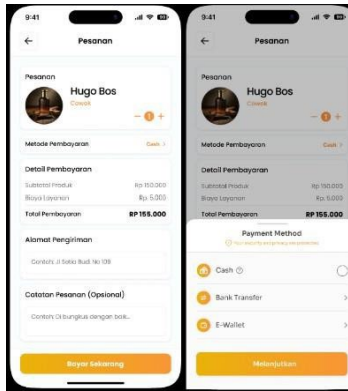
Jika pengguna ingin melihat informasi mengenai suatu produk parfum, pengguna dapat mengklik satu produk parfum dan akan muncul deskripsi tentang parfum tersebut, mulai dari deskripsi aroma yang lengkap hingga harga produk tersebut. Pada halaman ini pengguna juga dapat menambahkan produk ke dalam *wishlist* dengan cara menekan tombol *love* pada bagian kanan atas layar.



### Gambar 7. Halaman Deskripsi Produk

#### 5. Halaman Pemesanan

Pada halaman ini pengguna dapat menambah jumlah produk yang mau dibeli, melihat total harga yang harus dibayar, dan pengguna dapat memilih metode pembayaran seperti cash, pembayaran via bank dan juga melalui *e-wallet*.



Gambar 7. Halaman Deskripsi Produk

#### 6. Halaman Status Pesanan

Setelah melakukan pembayaran akan muncul tampilan pembayaran berhasil, pada tampilan ini pengguna dapat melihat estimasi berapa lama barang akan sampai ke tujuan pengguna. Setelah melihat status pesanan pengguna dapat menklik tombol kembali ke beranda

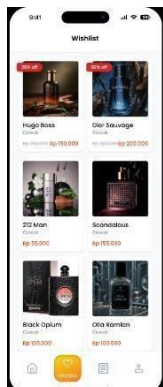


Gambar 8. Halaman Status Pesanan

#### 7. Halaman Wishlist



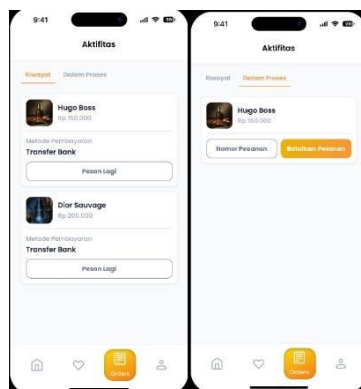
Pada halaman deskripsi produk jika pengguna mengklik tombol love pada bagian kanan atas maka produk akan otomatis masuk ke menu *wishlist*.



**Gambar 9.** Halaman *Wishlist*

#### 8. Halaman Aktivitas

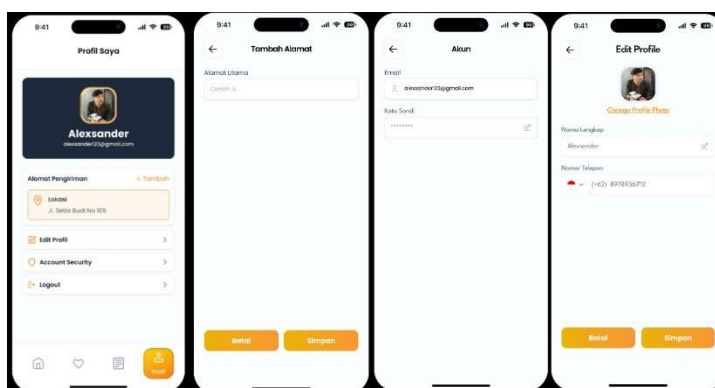
Ketika mengklik tombol aktivitas pengguna dapat melihat riwayat pesanan yang pernah dipesan pengguna, dan juga pengguna dapat melihat pesanan yang sedang dalam proses pengiriman.



**Gambar 10.** Halaman Aktivitas

#### 9. Halaman Profil

Pada halaman ini pengguna dapat melihat profil pengguna, yang dimana pengguna dapat menambah alamat, mengedit akun seperti mengganti nama dan nomor handphone, serta pengguna dapat mengubah *email* dan juga kata sandi pada halaman ini. Pada halaman ini juga ada tombol logout untuk keluar dari aplikasi.

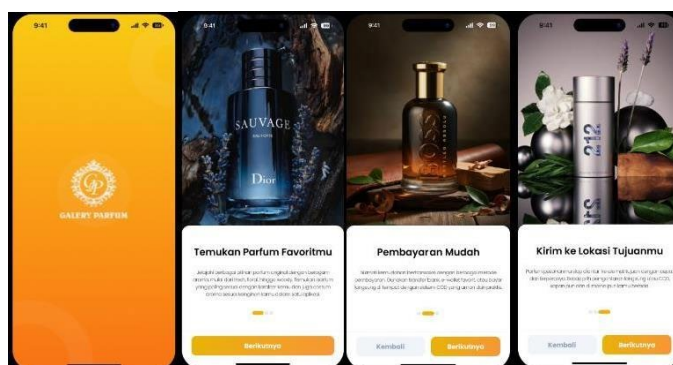


**Gambar 11.** Halaman Profil

## b. Tampilan Admin

### 1. Tampilan Splas/Awal Aplikasi

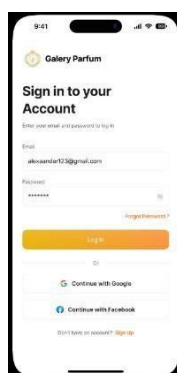
Saat pertama kali membuka aplikasi sama seperti tampilan pengguna, admin akan disambut dengan halaman *splash screen* yang menampilkan logo Galery Parfum. Dengan otomatis admin akan diarahkan ke halaman berikutnya



**Gambar 12.** Halaman *Splas/* Awal Aplikasi

### 2. Halaman Masuk

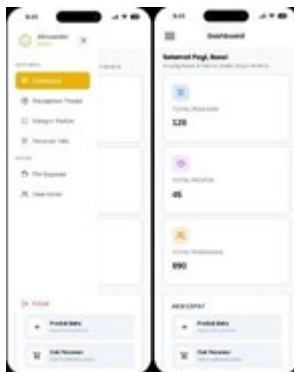
Pada tampilan ini admin dapat *login*(masuk), dengan memasukkan *email* dan juga kata sandi admin.



**Gambar 13.** Tampilan *Login*

### 3. Halaman Dashboard

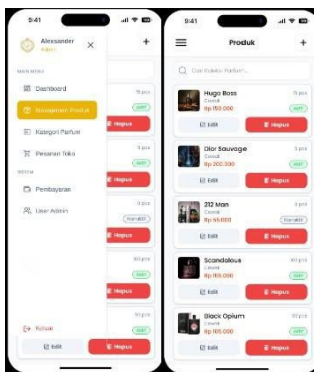
Setelah melakukan *login*, admin akan dibawa ke tampilan *Dashboard*. Pada tampilan ini admin dapat melihat jumlah pesanan, jumlah produk yang tersisa dan juga berapa pengguna yang menggunakan aplikasi Galery Parfum. Pada tampilan ini admin juga dapat menambah produk dan juga melakukan cek pesanan pada bagian bawah tampilan.



**Gambar 14.** Halaman *Dashboard*

### 4. Halaman Manajemen Produk

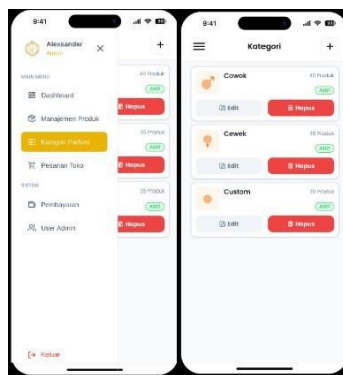
Pada halaman ini admin dapat melakukan pengeditan produk, seperti menambah produk baru, menghapus produk yang sudah tidak dijual, dan juga membuat status produk tersebut masih tersedia atau sudah habis.



**Gambar 15.** Halaman Manajemen Produk

### 5. Halaman Kategori Parfum

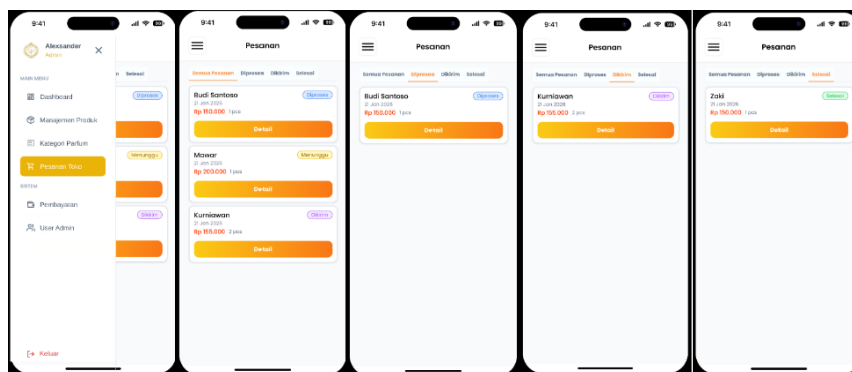
Pada halaman ini admin dapat melakukan pengeditan untuk kategori produk parfum, yang dimana admin dapat menambah ataupun menghapus kategori parfum yang diinginkan.



**Gambar 16.** Halaman Kategori Parfum

## 6. Halaman Pesanan Toko

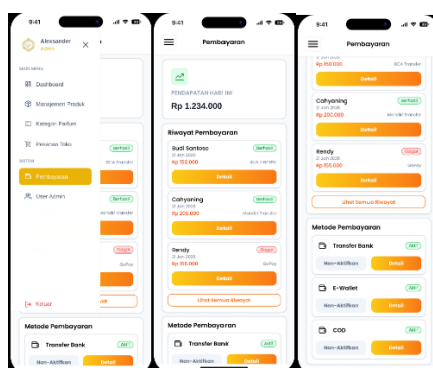
Pada halaman ini admin dapat melihat pesanan-pesanan yang telah dilakukan oleh pembeli, dalam tampilan ini admin dapat memindahkan pesanan ke kategori beberapa kategori seperti, diproses, dikirim, dan selesai. Yang dimana kategori diproses adalah kondisi barang yang sedang dipacking dan akan diantar ke jasa pengiriman, kemudian kategori dikirim adalah kondisi dimana barang telah sampai ke saja pengirim dan akan segera dikirim, dan kategori terakhir adalah selesai dimana kondisi barang telah sampai/telah diterima pembeli.



**Gambar 17.** Halaman Pesanan Toko

## 7. Halaman Pembayaran

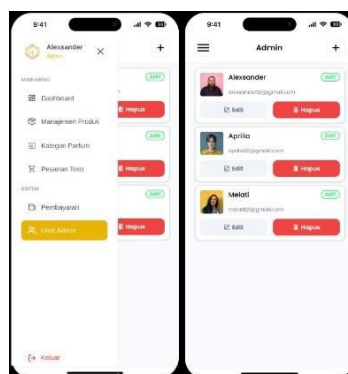
Pada halaman ini admin dapat melihat total pendapatan harian, siapa siapa saja yang sudah melakukan pembayaran, dan menambah ataupun menghapus metode pemabayaran yang telah tersedia.



**Gambar 18.** Halaman Pembayaran

### 8. Halaman User Admin

Pada halaman ini admin bisa melihat ada berapa jumlah *user admin* yang ada, pada halaman ini admin juga dapat menghapus ataupun melakukan pengeditan biodata pada tiap tiap *user admin*.



**Gambar 19.** Halaman *User Admin*

### 3.3 Evaluate Against Requirements

Setelah prototipe selesai dirancang, dilakukanlah evaluasi untuk mengetahui seberapa layak dan mudah digunakan aplikasi Galery Parfum dari sudut pandang pengguna. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode *system usability scale* (SUS). Pengujian dimulai dengan mencoba prototipe langsung kepada pengguna. Setelah pengujian selesai, pengguna diberikan link kuesioner yang berisi 10 pertanyaan sebagai berikut

**Tabel 1.** Tabel Daftar Pertanyaan SUS

No	Pertanyaan
1	Saya merasa saya akan sering menggunakan aplikasi Galery parfum ini untuk membeli parfum
2	Saya merasa navigasi aplikasi ini rumit untuk digunakan secara cepat
3	Saya merasa aplikasi ini sangat mudah digunakan, bahkan untuk pemula
4	Saya membutuhkan bantuan orang lain atau teknisi untuk dapat menggunakan aplikasi ini.



5	Saya merasa adanya fitur custom aroma di aplikasi ini adalah fitur yang bagus dan inovatif
6	Saya merasa banyak fitur yang membingungkan pada tampilan aplikasi ini
7	Saya yakin orang lain akan dengan mudah menggunakan aplikasi ini
8	Saya merasa tampilan aplikasi ini membingungkan saat pertama kali dilihat
9	Saya sangat percaya diri saat menggunakan aplikasi ini dalam membeli parfum
10	Saya perlu mempelajari banyak hal terlebih dahulu sebelum dapat menggunakan aplikasi ini dengan baik.

Sebanyak 10 responden dilibatkan dalam pengujian tersebut, dan berikut data yang diperoleh dari pertanyaan yang ada pada tabel.

**Tabel 2. Tabel Data Yang Diperoleh**

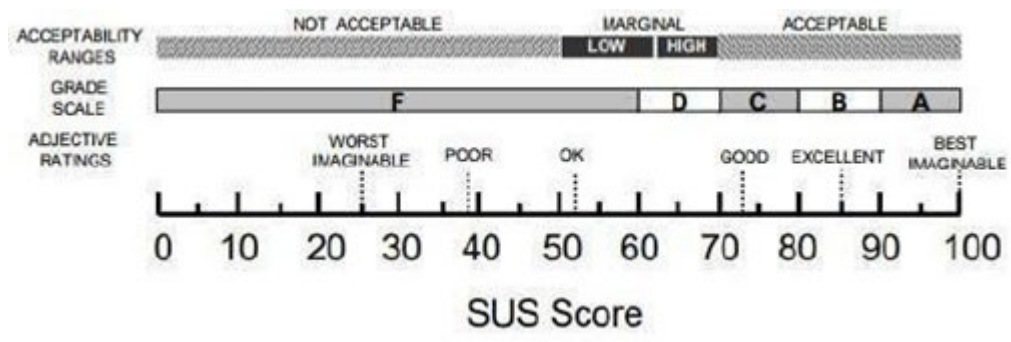
No	Responden	Skor Asli									
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	Responden 1	5	1	5	1	5	1	5	1	4	2
2	Responden 2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3
3	Responden 3	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
4	Responden 4	4	2	4	3	5	2	3	3	4	3
5	Responden 5	4	2	4	2	3	3	4	1	4	2
6	Responden 6	4	2	4	2	4	1	5	2	5	1
7	Responden 7	4	2	4	2	5	2	5	2	4	1
8	Responden 8	5	1	5	2	5	2	5	2	5	1
9	Responden 9	5	1	5	2	4	1	5	1	5	2
10	Responden 10	5	2	5	1	4	1	5	1	5	2

Berdasarkan tabel 2, terlihat bahwa setiap responden telah memberi nilai terhadap sepuluh pertanyaan dalam kuesioner SUS. Nilai yang diberikan dengan skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), untuk memperoleh skor *usability* data kemudian dihitung dengan cara menjumlahkan setiap skor responden kemudian dikali dengan 2,5 agar mendapatkan skor akhir dari setiap responden. Berikut adalah hasil perhitungan akhir berdasarkan data di tabel 2.

**Tabel 4. Tabel Data Hasil Hitung SUS**

No	Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2.5)
	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10		
1	5	1	5	1	5	1	5	1	4	2	30	75
2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	33	82,5
3	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	30	75
4	4	2	4	3	5	2	3	3	4	3	33	82,5
5	4	2	4	2	3	3	4	1	4	2	29	72,5
6	4	2	4	2	4	1	5	2	5	1	30	75
7	4	2	4	2	5	2	5	2	4	1	31	77,5
8	5	1	5	2	5	2	5	2	5	1	33	82,5
9	5	1	5	2	4	1	5	1	5	2	31	77,5
10	5	2	5	1	4	1	5	1	5	2	31	77,5
<b>Skor Rata-rata (Hasil Akhir)</b>												<b>77,75</b>

Perancangan aplikasi Galery Parfum memperoleh nilai rata-rata sebesar 77,75. Nilai tersebut berada pada kategori grade C, dengan skala *Good*, dan tingkat *Acceptability*; itu *Acceptable*. Hasil ini menunjukkan bahwa sistem yang dirancang telah memiliki hasil *usability* yang baik, namun masih membutuhkan peningkatan hal ini karena masih ada pengguna yang sedikit kesulitan dalam menggunakan sistem ini.



**Gambar 20. Skor SUS**

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi UI/UX berbasis metode User-Centered Design (UCD) pada aplikasi toko online Galery Parfum berperan signifikan dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna serta memperkuat keterlibatan (user engagement). Melalui pendekatan UCD, proses perancangan difokuskan pada pengguna sebagai aktor utama, sehingga desain yang dihasilkan mampu menyesuaikan kebutuhan, preferensi, dan karakteristik pengguna secara lebih tepat.

Temuan pada tahap Understand Context of Use mengungkapkan bahwa pengguna sangat mengandalkan elemen visual dan informasi deskriptif produk dalam menentukan keputusan pembelian parfum secara daring. Keterbatasan interaksi sensorik pada platform digital mendorong kebutuhan akan penyajian informasi aroma yang detail, struktur navigasi yang sederhana, serta alur penggunaan yang intuitif. Hasil analisis ini menjadi landasan dalam penetapan kebutuhan pengguna dan pengembangan solusi desain UI/UX.

Pada tahap Design Solutions, prototipe aplikasi Galery Parfum dikembangkan dengan menitikberatkan pada aspek kemudahan penggunaan, keseragaman visual, dan efektivitas interaksi. Penyusunan user flow bagi pembeli dan admin dirancang untuk memastikan seluruh proses, mulai dari pemesanan hingga pengelolaan transaksi, dapat berjalan secara sistematis dan efisien. Keberadaan fitur seperti pengelompokan kategori parfum, wishlist, kustomisasi aroma, serta pemantauan status pesanan turut meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi.

Evaluasi usability menggunakan metode System Usability Scale (SUS) menghasilkan skor rata-rata sebesar 77,75, yang termasuk dalam kategori Good dengan tingkat acceptability acceptable. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa aplikasi memiliki tingkat kegunaan yang baik dan dapat diterima oleh pengguna, meskipun masih terdapat ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa metode UCD efektif diterapkan dalam perancangan UI/UX aplikasi e-commerce, khususnya pada produk parfum, serta berpotensi menjadi rujukan bagi penelitian dan pengembangan sistem sejenis di masa mendatang.

## REFERENCES

- [1] Ansori, S., Hendradi, P., & Nugroho, S. (2023). Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile SIPROPMAWA. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1072–1081. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
- [2] Asyifah, A., Syafi'i, A., Hanipah, H., & Ispiyani, S. (2023). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan Online. *Action Research Literate*, 7(10), 70–75. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i10.188>
- [3] Barbosa, B., Mahdavi, M., Oliveira, Z., & Chkoniya, V. (2021). Buying perfume in the digital age: A study on e-shoppers' perceptions and typologies. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(1), 1–32. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no1.1>
- [4] Dinata, H., & Angga, M. (2021). Studi Tentang Game Usability Pada In-app Game Untuk Meningkatkan Engagement Pengguna E-commerce. *Teknika*, 10(3), 169–175. <https://doi.org/10.34148/teknika.v10i3.385>
- [5] Dinata, P. Z., Urwah, M. A., Rahmawan, M. R., & Junaeti, E. (2023). Perancangan UI / UX pada web e-commerce 'Hallo Coffee' menggunakan metode user-centered design. 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.37905/jji.v4i2.17511>
- [6] Hamdanuddinsyah, M. H., Hanafi, M., & Sukmasetya, P. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Buku Online Mizanstore Berbasis Mobile Menggunakan User Centered Design. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1464–1475. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3850>
- [7] Mubarak, R., & Purbaratri, W. (2022). Pengembangan dan Implementasi Sistem Informasi Tiga Tema Pada Kemen-LHK. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.22441/fifo.2022.v14i1.001>



- [8] Prawesty, E., Hendradi, P., & Arumi, E. R. (2024). Implementasi User Centered Design untuk meningkatkan pengalaman pengguna Aplikasi PPDB Kabupaten Temanggung. *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 13(1), 183–192. <https://doi.org/10.30591/smartcomp.v13i1.6179>
- [9] Rantung, R., & Mambu, J. Y. (2023). Perancangan UI/UX Untuk Aplikasi Kedai Online Menggunakan Metode Design Thinking. *CogITo Smart Journal*, 9(2), 396–410. <https://doi.org/10.31154/cogito.v9i2.585.396-410>
- [10] Wijaya, F. D., & Pakereng, M. A. I. (2023). Perancangan Aplikasi E-Commerce FDW Store menggunakan Metode Lean UX. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 7(2), 337–347. <https://doi.org/10.35870/jtik.v7i2.817>

