
PERANCANGAN USER INTERFACE PADA ECOMERCCE WEBSITE CV YANTO KONVEKSI DENGAN PENDEKATAN USER-CENTERED DESIGN DAN EVALUASI SYSTEM USABILITY SCALE

**Rezayanti Novia Putrika Dewi¹ Ridwan Habib Waliyudin²
Yehezkiel Lahema³**

*Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Esa Unggul
Jl. Arjuna Utara No. 9, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11510
Email : rezayanti.novia@esaunggul.ac.id*

Abstract

CV Yanto Konveksi is a micro, small, and medium enterprise (MSME) providing garment manufacturing services in Tangerang Regency, marketing its products independently through conventional methods. Its marketing activities primarily rely on printed media (banners/flyers) and verbal promotion. Furthermore, the ordering process is still carried out in a conventional manner, either by visiting the business location or placing orders via telephone. This approach has proven less effective in operating the business and has resulted in limited market exposure. In line with the shift in consumer behaviour towards the use of technology, it is essential for the business to adopt an adaptive approach to ensure its continuity and growth. Based on this need, designing a user interface for an e-commerce website can facilitate potential customers in placing orders, support the company's marketing efforts, and provide convenience to consumers when ordering products. This study employs the User-Centered Design method, in which the design is developed based on the buyers' needs. The resulting design was evaluated using the System Usability Scale method with 50 respondents, achieving a score of 85.25 with a "Best Imaginable" rating, indicating that the website interface is of excellent quality and successfully meets user needs.

Keywords : *Design, User Interface, User Centered Design, System Usability Scale.*

Abstrak

CV Yanto Konveksi merupakan UMKM penyedia jasa pembuatan pakaian di Kab. Tangerang dengan pemasaran secara mandiri serta masih konvensional, dalam marketinnya digunakan media cetak (spanduk/flyer) dan verbal. Selain itu, proses pembelian pesanan masih dilakukan secara konvensional dengan datang ke lokasi usaha atau telepon. Hal itu berdampak kurang efektif dalam menjalankan usahanya dan kurangnya eksposur di pasar secara luas. Seiring dengan perubahan pola perilaku pembeli dengan penggunaan teknologi, maka perlunya sikap adaptif agar usahanya dapat terus berjalan dan tumbuh. Berdasarkan hal tersebut perlunya perancangan user interface untuk website ecommerce yang dapat memberikan kemudahan akses calon pembeli dalam melakukan pemesanan dapat membantu dalam marketing usahanya dan memberikan kemudahan konsumen ketika melakukan pemesanan produk. User Centered Design adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini dimana desain yang dirancang berdasarkan kebutuhan pembeli. Hasil rancangan tersebut dilakukan tahap evaluasi dengan metode System Usability Scale dengan 50 responden berhasil mendapatkan skor 85,25 dengan rating "Best Imaginable" yang berarti tampilan website sangat baik dan memenuhi kebutuhan user.

Kata Kunci : *Design, User Interface, User Centered Design, System Usability Scale.*

I. Pendahuluan

Seiring perkembangan teknologi yang pesat dan akan semakin pesat di masa akan datang terutama pada kota besar di Indonesia, tentu berdampak secara signifikan pada beragam sektor kehidupan seperti di bidang usaha. Perubahan digital yang terus terjadi ini membuat pemilik usaha konvensional dituntut agar mampu beradaptasi untuk mempertahankan eksistensi usahanya serta meningkatkan daya beli produknya. Ketidakmampuan dan keterlambatan mengikuti perkembangan zaman akan berpotensi menghambat pertumbuhan usaha dan mengurangi peluang dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Penerapan teknologi digital di sektor perdagangan dapat memberikan kemungkinan untuk menciptakan model bisnis baru dan berkembang dimana usaha tersebut lebih optimal lagi. Salah satu bentuk nyata dari digitalisasi tersebut adalah sistem pemesanan produk secara *online*, dari waktu ke waktu mengalami peningkatan (Laudon & Traver, 2021). Kebaruan pola berbelanja masyarakat umum yang kini lebih mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan aksesibilitas, menjadi faktor utama yang mendorong pelaku usaha untuk bertransformasi secara digital. Pelaku UMKM sebagai salah satu pilar ekonomi nasional seharusnya merespons dengan perubahan yang adaptif terhadap penggunaan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Keberhasilan pemasaran di era digital ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha memanfaatkan media *online* sebagai media komunikasi dan penyaluran produk (Kotler & Keller, 2016). Pemanfaatan *website* bagi pelaku usaha sebagai media promosi sekaligus *platform* pemesanan produk yang dapat memberikan nilai lebih pada efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usaha konvensional dalam menghadapi dunia usaha era digital. CV Yanto Konveksi telah berdiri sejak tahun 2000. Usaha ini berlokasi di Kab. Tangerang dan bergerak di bidang jasa konveksi, khususnya dalam pembuatan berbagai jenis pakaian, seperti kaos, seragam dan kebutuhan sandang lainnya. Sebagai bagian dari upaya identifikasi permasalahan yang dihadapi, peneliti telah melakukan wawancara bersama pihak pemangku kepentingan (*stakeholders*) tanggal 18 Mei 2025. Perolehan hasil wawancara didapatkan mayoritas pelanggan CV Yanto Konveksi umumnya berdomisili di wilayah JaBoDeTaBek, masih melakukan transaksi secara konvensional melalui kunjungan langsung maupun melalui komunikasi via telepon. Metode transaksi seperti ini dinilai memerlukan waktu yang lama, terutama pada proses pencarian produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Ketidaksiharian antara stok produk dengan permintaan konsumen menjadi salah satu hambatan dalam efisiensi layanan. Di sisi lain dalam proses pencatatan dan pelaporan transaksi masih dilakukan secara manual. Hal ini dapat memberikan kemungkinan terjadinya *human error* dimana potensi kehilangan data penting dalam operasional bisnis. Oleh karena itu, diperlukan suatu inovasi digital dalam bentuk *website e-commerce* yang akan meningkatkan optimalisasi bisnisnya. Dengan penggunaan *website e-commerce* dalam proses bisnis CV Yanto Konveksi, diharapkan bermanfaat dari segi *usability*, seperti efisiensi waktu melalui penyederhanaan alur pemilihan produk, serta penyediaan informasi yang akurat dan terkini mengenai ketersediaan produk. Pelanggan akan lebih mudah dalam mencari produk yang diinginkan, memperoleh informasi yang jelas sebagai bahan pertimbangan pembelian, serta mendapatkan informasi yang terkini terkait produk yang terbaru ataupun stok secara *real-time*. Berdasarkan hal tersebut, tujuan dari dilakukannya penelitian untuk mendapat rancangan *user interface* dari sebuah *website* CV Yanto Konveksi sebagai solusi digital yang mampu meningkatkan kualitas layanan serta mendukung keberlanjutan bisnis ke depannya. Agar *website e-commerce* CV Yanto Konveksi dapat memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal dan memiliki tampilan antarmuka yang menarik, diperlukan evaluasi dari sisi kebergunaan (*usability*) selain itu,

pendekatan desain yang berfokus pada pengalaman pengguna (*user persona*). *Usability* yaitu instrumen yang fundamental dalam mendesain antarmuka (*user interface*) untuk menentukan seberapa mudah dan efektif bagi pengguna dalam menjalankan tugas di dalam sistem tertentu. *Usability* memuat efektivitas, efisiensi, dan kepuasan *user* dalam menggunakan suatu produk di kondisi serta tujuan tertentu (ISO 9241-11, 2018). Penggunaan metode evaluasi *usability* paling banyak digunakan adalah *System Usability Scale* (SUS) yaitu berupa instrumen evaluasi yang bersifat subyektif serta berbasis kuesioner digunakan untuk memberi penilaian persepsi pengguna dari kegunaan suatu sistem (Brooke, 1996). Metode ini telah digunakan selama lebih dari tiga dekade dan tetap relevan sebagai alat evaluasi yang handal dalam mengukur tingkat kebergunaan sistem (Bangor, Kortum, & Miller, 2008). Peningkatan kualitas antarmuka dari *website* dengan *User Centered Design* (UCD) dianggap sebagai paradigma yang tepat, UCD menempatkan *user* sebagai titik fokus dari proses suatu sistem, desain sistem yang dikembangkan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, dan lingkungan pengguna dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan (Brooke, 1996). UCD mendorong keterlibatan langsung pengguna dalam proses desain, termasuk melalui pemberian masukan dan evaluasi, guna menghasilkan sistem yang benar-benar sesuai dengan ekspektasi pengguna (Bevan, 2009). Dalam konteks pengembangan antarmuka, pendekatan UCD juga memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk berperan aktif dalam proses iterasi desain, bukan sekadar sebagai objek uji coba (Maguire, 2001). Penelitian ini dilakukan untuk menerapkan metode UCD dalam perancangan desain *user interface website* CV Yanto Konveksi. Diharapkan melalui penerapan UCD ini, dapat diperoleh desain antarmuka yang tidak hanya unggul dari segi estetika, tetapi juga menunjukkan tingkat optimalisasi dalam aspek fungsionalitas dan kemudahan penggunaan.

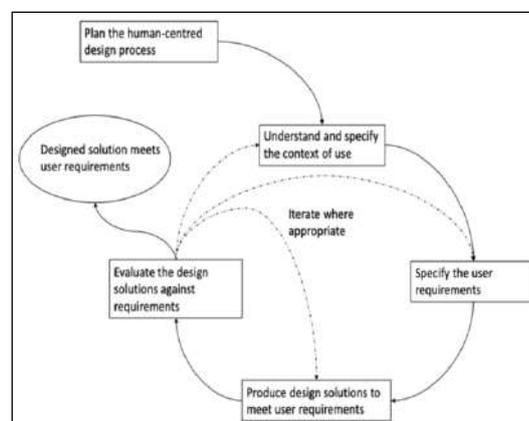
II. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini digunakan metode *User Centered Design* yang merupakan suatu metode yang berorientasi pada manusia dimana dihasilkan produk yang sesuai pada kebutuhan – kebutuhan pengguna serta dapat menciptakan fitur kompatibel dengan pengguna secara menyeluruh (Idris, Mahardika, & Suranto, 2021). Desain yang dihasilkan merupakan solusi untuk suatu *website*, perancangan dilakukan lebih maksimal bergantung pada skor *usability* menggunakan metode UCD (Kaligis & Fatri, 2020). Metode ini merupakan sebuah metode dengan pendekatan kerangka berfikir pengguna untuk dioptimalkan bagi pengguna itu sendiri. yang berorientasi kepada kebutuhan serta perilaku pengguna (Puji & Engraini, 2021). Terdapat 5 tahap dalam UCD (ISO 9241-11, 2018) dan penjabaran dapat dilihat di bawah ini.

1. *Plan the User-Centered Design Process* - Tahap pertama menentukan tujuan desain, apa yang ingin dicapai dari hasil perancangan yang dilakukan, menetapkan apa saja aktivitas – aktivitas yang akan dilakukan, menentukan tanggung jawab dan peran dalam sebuah tim, menetapkan jadwal penelitian dari awal hingga selesai, memastikan sumber daya yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan serta perlunya menyiapkan strategi iterasi dan evaluasi kinerja penelitian.
2. *Specify the Context of Use* - Tahap kedua mengetahui siapa yang akan menjadi pengguna produk, dalam penelitian yang lebih detail terkait dengan konteks interaksi *user* saat menggunakan produk. Tahap ini memerlukan diskusi kepada

stakeholders yang terkait dengan pengerjaan proyek yang fokus pada kebutuhan pengguna. .

3. *Specify User Requirements* - Tahap ketiga bertujuan untuk identifikasi dan perumusan kebutuhan, keinginan, batasan – batasan yang dimiliki pengguna terhadap produk yang dirancang dalam suatu penelitian. Pada tahap ini desainer harus benar – benar memahami apa yang dibutuhkan pengguna untuk menjadi dasar mendesain fitur yang akan digunakan serta memastikan bahwa sistem tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna.
4. *Produce Design Solutions* - Tahap keempat dimulai dari pengembangan ide, merancang dasar visual, membuat banyak opsional solusi yang dihasilkan, melakukan iterasi, hingga dapat menggabungkan aspek fungsional, teknis, estetika dan kenyamanan pengguna.
5. *Evaluate Design* – Tahap kelima dan terakhir ini adalah tahap yang bertujuan untuk dapat memberi kepastian bahwa desain yang dirancang benar – benar optimal baik dari segi efisien dan efektif sehingga dapat diterima oleh pengguna,



dan menyempurnakan desain sebelum diimplementasikan secara menyeluruh.

Gambar 1. *Human - Centered Design Process (ISO 9241-11, 2018)*

System Usability Scale (SUS) adalah suatu instrumen penilaian *usability* suatu sistem yang dirancang dengan ringkas, terdapat sepuluh pernyataan dengan masing-masing menggunakan skala *Likert* satu sampai lima poin. Metode ini dikenal luas sebagai suatu alat evaluasi yang efisien serta memiliki tingkat keandalan yang tinggi dalam mengukur tingkat kegunaan dari berbagai tipe sistem, termasuk aplikasi, *website*, perangkat lunak. Pernyataan – pernyataan yang digunakan dalam kuesioner SUS disajikan pada Tabel 1.

Kode	Pernyataan
P01	Saya berfikir akan menggunakan sistem ini lagi
P02	Saya merasa sistem ini terlalu kompleks
P03	Saya merasa sistem ini mudah digunakan
P04	Saya merasa membutuhkan bantuan orang lain saat menggunakan <i>website</i> ini
P05	Saya merasa fitur - fitur dalam <i>website</i> ini berjalan sesuai fungsinya
P06	Saya merasa banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi pada <i>website</i> ini)
P07	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan <i>website</i> ini dengan cepat
P08	Saya merasa bingung menggunakan <i>website</i> ini
P09	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan <i>website</i> ini
P10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan <i>website</i> ini

Tabel 1. Pernyataan SUS (John Brooke, 1996)

Hasil dari pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh responden kemudian diolah dengan melalui beberapa tahapan perhitungan seperti di bawah ini.

1. Pernyataan no. ganjil (1,3,5,7,9) dihitung dengan mengurangi nilai jawaban dengan angka 1 (X-1).
2. Pernyataan no. genap (2,4,6,8,10) dihitung dengan mengurangkan nilai jawaban dari angka 5 (5-X).
3. Seluruh hasil pernyataan no. ganjil dan no. genap dijumlahkan lalu di hitung totalnya dan digabung menjadi satu
4. Jumlah akhir dari penjumlahan dikalikan dengan angka konversi 2,5 untuk memperoleh nilai akhir

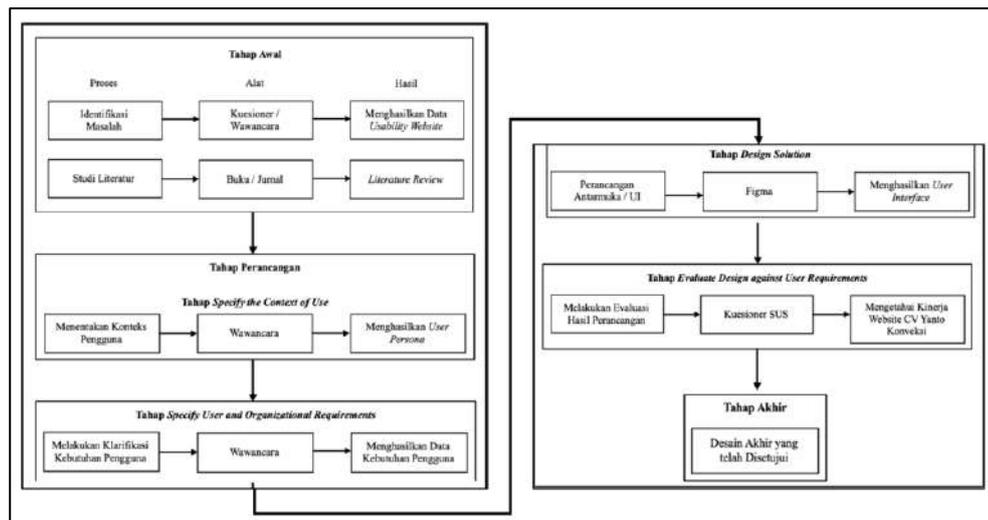
$$\text{Skor SUS} = ((P1 - 1) + (5 - P2) + (P3 - 1) + (5 - P4) + (P5 - 1) + (5 - P6) + (P7 - 1) + (5 - P8) + (P9 - 1) + (5 - P10)) \times 2.5$$
5. Pada nilai akhir setiap responden dijumlahkan dan memperoleh total keseluruhan, lalu dibagi dengan jumlah seluruh responden untuk mendapatkan nilai rata-rata SUS.

Tabel 2. Interpretasi Skor SUS (Sauro, 2018)

Grade	SUS	Percentiles range	Adjective	Acceptable	NPS
A+	84.1 - 100	96 - 100	Best Imaginable	Acceptable	Promoter
A	80.8 - 84.0	90 - 95	Excellent	Acceptable	Promoter
A-	78.9 - 80.7	85 - 89	Good	Acceptable	Promoter
B+	77.2 - 77.8	80 - 84		Acceptable	Passive
B	74.1 - 77.1	70 - 79		Acceptable	Passive
B-	72.6 - 74.0	65 - 69		Acceptable	Passive
C+	71.1 - 72.5	60 - 64		Acceptable	Passive
C	65.0 - 71.0	41 - 59	OK	Marginal	Passive
C-	62.7 - 64.9	35 - 40		Marginal	Passive
D	< 51.7	15 - 34		Marginal	Detractor

III. Metode Penelitian

Gambar 2 di bawah ini menggambarkan alur tahapan penelitian secara menyeluruh.



Gambar 2. Metodologi Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah *Human Centered Design* yang memiliki keunggulan dalam memungkinkan desainer untuk menempatkan dirinya sebagai perspektif pengguna yang memiliki empati besar terhadap pengguna sehingga dapat mempercepat pemahaman terhadap kebutuhan secara lebih mendalam. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa kebutuhan *user interface website* konveksi lokal CV Yanto Konveksi. Tahap awal dari proses penelitian ini diawali dengan identifikasi permasalahan dengan observasi dan penyebaran kuesioner, kemudian perancangan *user interface* pada *website* dilakukan berdasarkan hasil analisa kebutuhan pengguna yang diperoleh dari kuesioner tersebut. Setelah desain dirancang maka dilakukan proses evaluasi terhadap *user interface* yang dikembangkan dengan melibatkan 50 orang responden sebagai partisipan. Gambar 2 di atas menggambarkan alur tahapan penelitian secara menyeluruh.

IV. Hasil dan Pembahasan

Perancangan *user interface* pada *website* CV Yanto Konveksi menggunakan *tools* Figma. Pada penelitian ini digunakan Figma karena beberapa pertimbangan, yaitu karena tampilan dan fitur mudah digunakan, sederhana, *free* serta dapat dijalankan pada semua jenis sistem operasi (Maioli, 2018).

1. Understand Context of Use

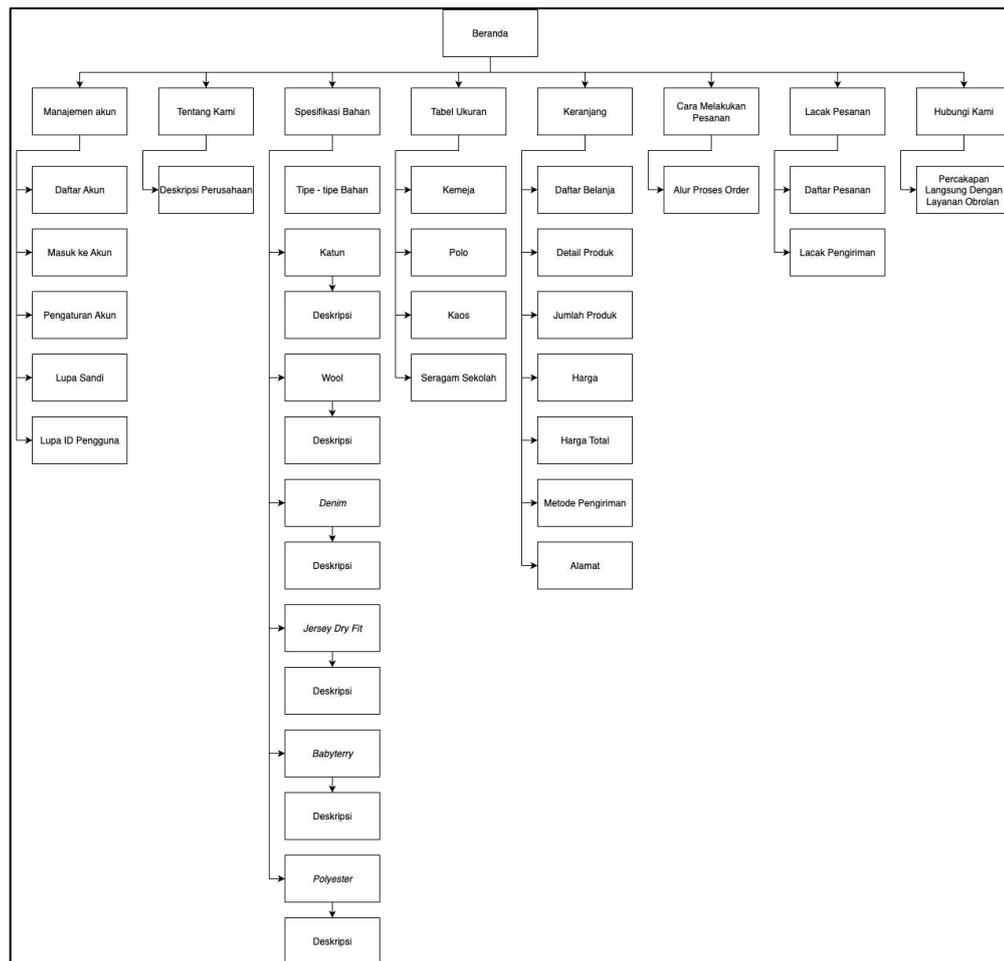
Pada tahap awal perancangan, hal yang paling esensial adalah memahami siapa calon pengguna dari *website* Perancangan pada tahap pertama ini diperlukan identifikasi dan pemahaman yang mendalam terhadap profil serta kebutuhan calon pengguna sistem. Beberapa langkah harus dilakukan yang mencakup identifikasi pengguna potensial, melakukan wawancara semi terstruktur. Setelah data diperoleh maka disusunlah kriteria yang menggambarkan karakteristik calon pengguna sesuai sasaran sistem. Setelah data berhasil diperoleh, langkah selanjutnya adalah menyusun kriteria dari calon pengguna potensial yang telah diidentifikasi.

Kategori	Deskripsi
Demography	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Laki-laki dan Perempuan- Usia 17–45 tahun ▪ Masyarakat luas ▪ Kelas menengah
Geography	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Domisili di daerah JaBoDeTaBek
Psychograph	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tertarik dengan event atau kegiatan ▪ Cenderung ingin menunjukkan identitas dari suatu kalangan ▪ Bergabung dalam suatu organisasi/komunitas
Behaviour	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suka dengan rasa kompak melalui identitas dari baju yang seragam ▪ Suka mengadakan event/acara ▪ Suka dengan <i>meetup</i> komunitas & teman

Tabel 3. Kriteria Calon *User*

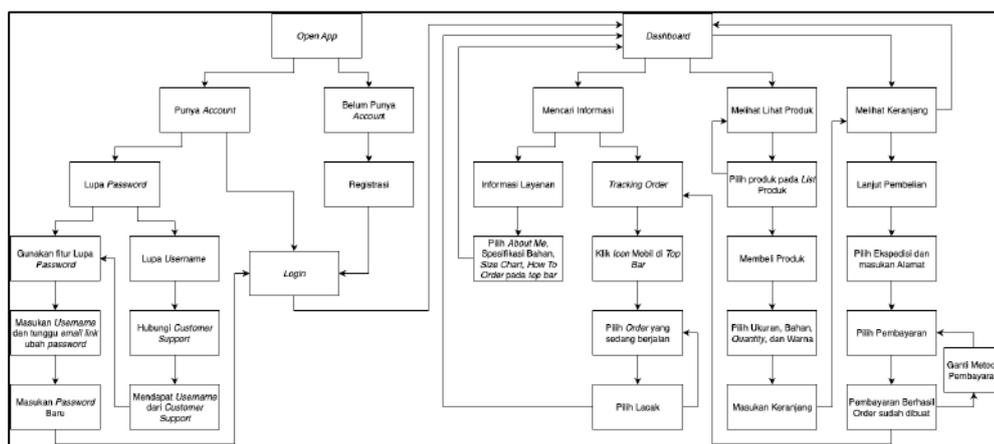
2. Tahap *the Spesify User and Organizational Requirements*

Tahapan ini mencakup penyusunan *information architecture* dan alur interaksi pengguna (*user flow*). *Information architecture* ini bertujuan untuk mengatur bagaimana data dan konten akan disusun dalam sistem. Alur interaksi pengguna (*user flow*) ini dirancang agar pengguna dapat menavigasi dan menemukan informasi dengan cara yang logis dan mudah dipahami. Berikut merupakan hasil perancangan *Information Architecture* dapat dilihat pada Gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Information Architecture Website CV Yanto Konveksi

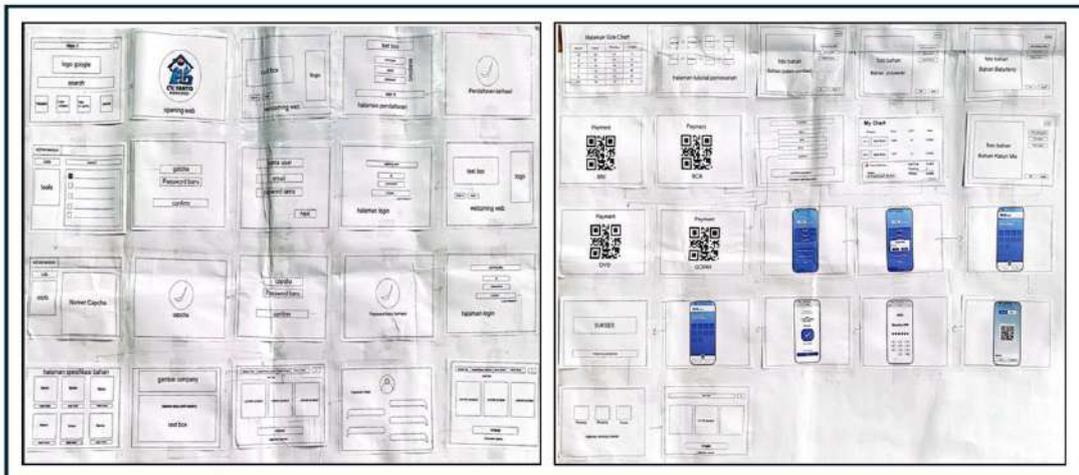
Berikut merupakan hasil perancangan *User Flow* dapat dilihat pada Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. User Flow Website CV Yanto Konveksi

3. Tahap Design Solution

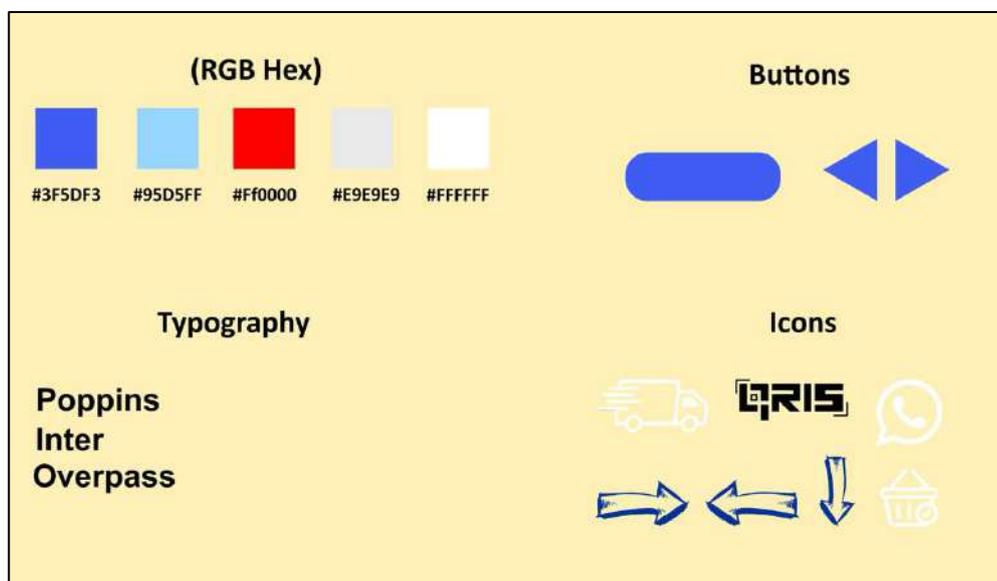
Setelah pengumpulan kebutuhan pengguna, selanjutnya yaitu melakukan perancangan desain *user interface website* CV Yanto Konveksi dengan membuat *flowchart* dan *paper wireframe* sebagai konsep merancang dengan pemberian warna dan *typography* yang baik. *Paper wireframe* pada Gambar 5 di bawah merupakan hasil perancangan yang telah



dibuat.

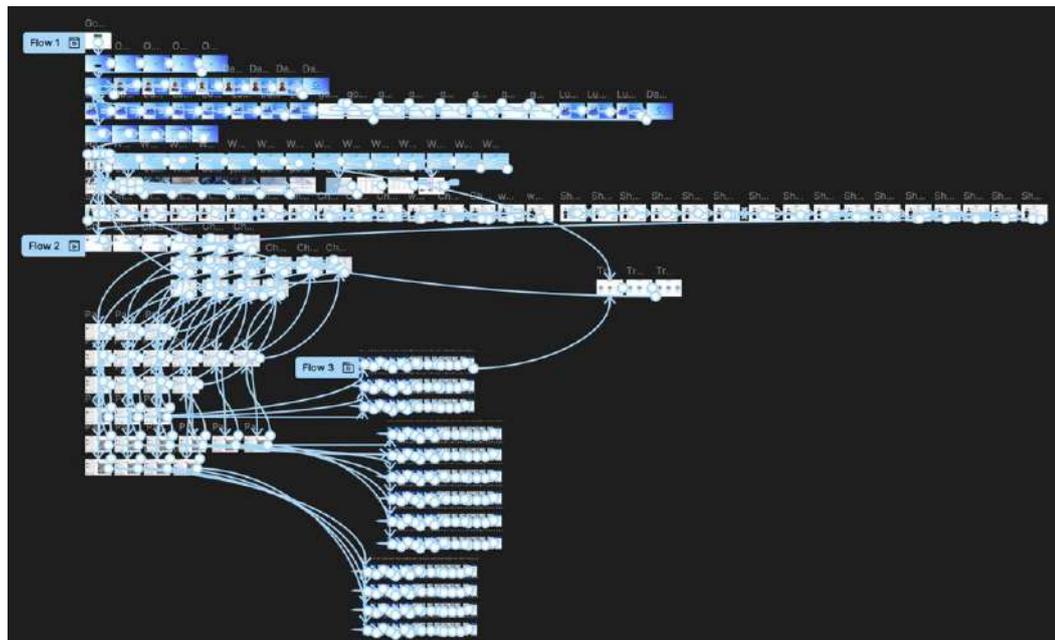
Gambar 5. Hasil Perancangan dengan *Paper Wireframe*

Setelah merancang *paper wireframe*, lalu dilanjutkan dengan perancangan menggunakan Figma berdasarkan desain *guideline* yang bertujuan memberikan dasar konsistensi dan keseragaman dalam pemilihan warna, *fonts*, *icon* untuk pembuatannya. Berikut hasil pemilihan warna #3F5DF3, #95D5FF, 3Ff000, #E9E9E9, #FFFFFF dengan *typography* menggunakan Poppins, Inter, Overpass. Gambar 6. menjelaskan pedoman



yang dijadikan acuan dalam dalam perancangan penelitian ini.

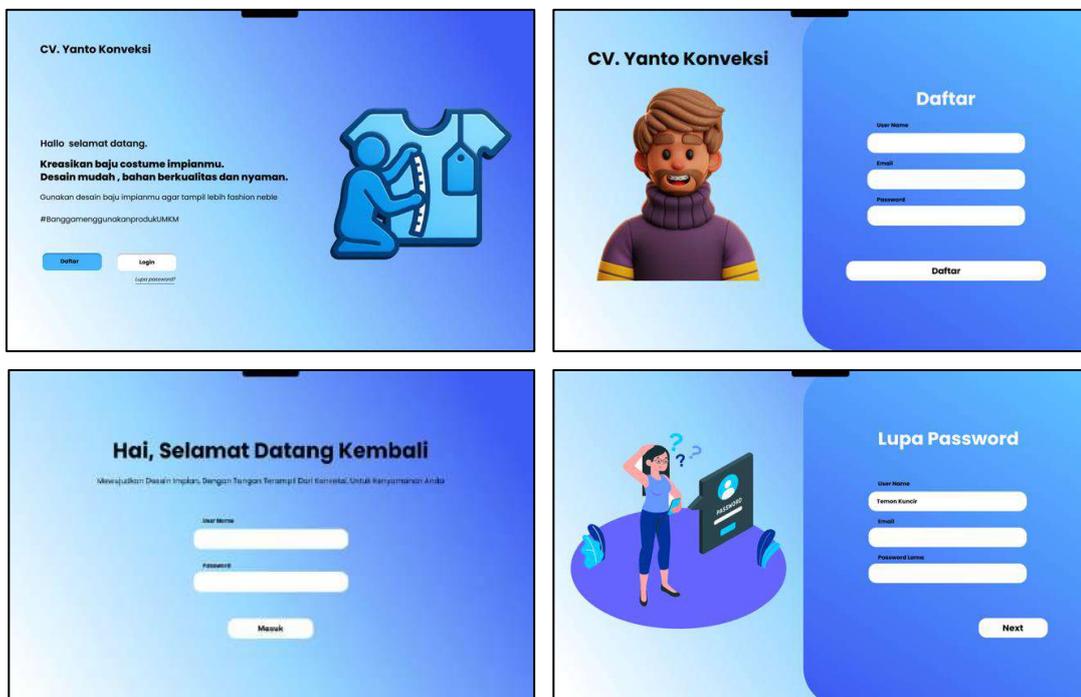
Gambar 6. Desain *Guidelines*



Berikut merupakan hasil keseluruhan perancangan figma *website* CV Yanto Konveksi.

Gambar 7. Prototyping dari *user interface* dengan Figma

Berikut hasil dari *user interface website* CV Yanto Konveksi saat pertama kali masuk pada *website* ini akan dimulai dengan manajemen akun meliputi daftar akun, masuk ke akun, pengaturan akun, lupa sandi, lupa ID pengguna secara visual dilihat pada gambar 8 di bawah hasil figma ini.



Gambar 8. User Interface dari Manajemen Akun Website CV Yanto Konveksi

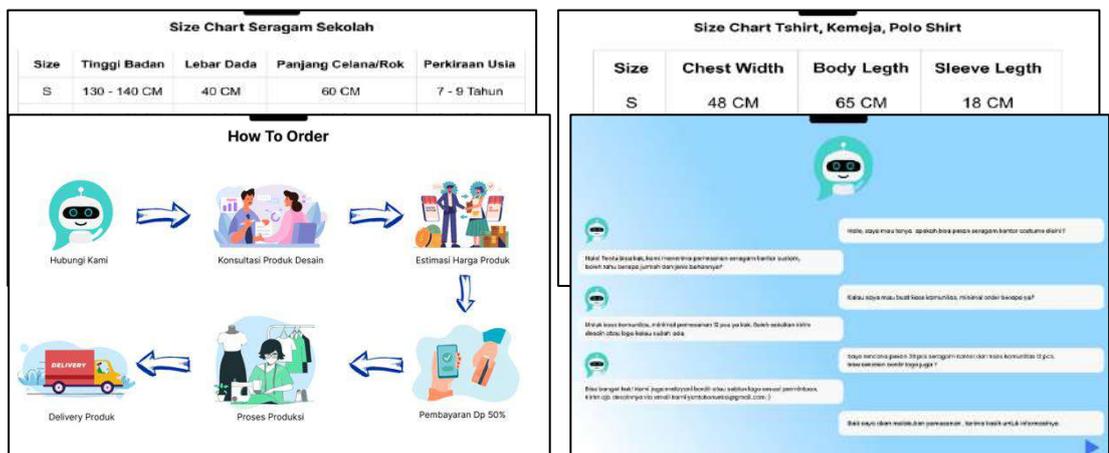


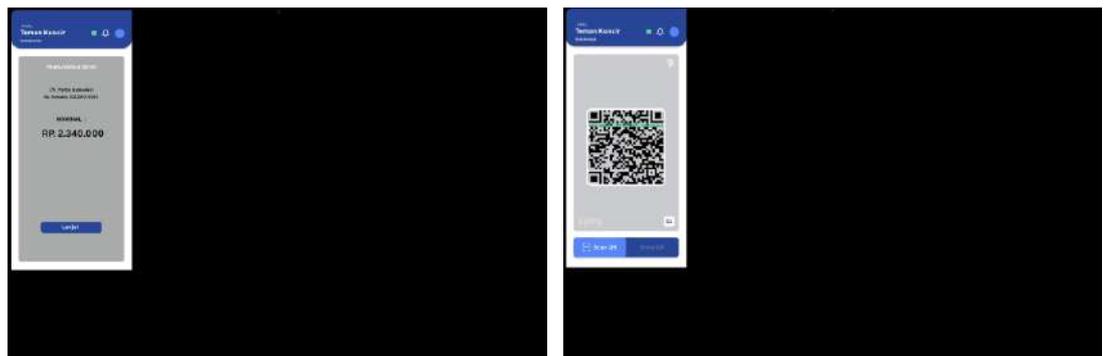
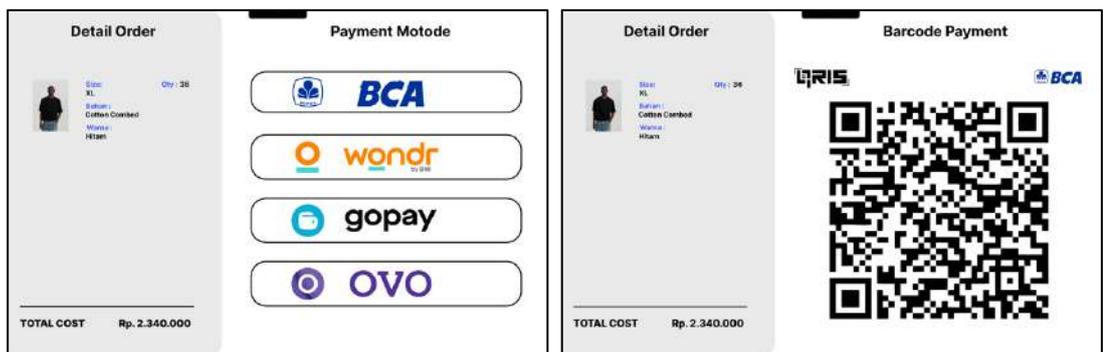
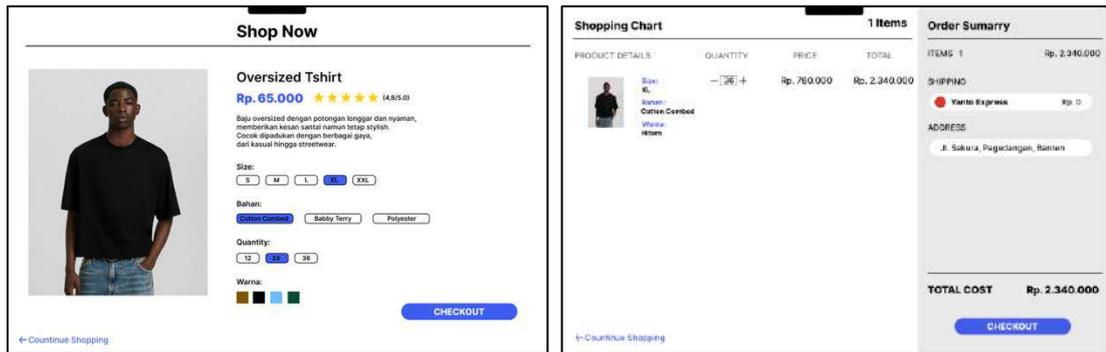
Gambar 9. About Me dari Beranda Website CV Yanto Konveksi

Gambar 10. Spesifikasi Bahan dari Website CV Yanto Konveksi

Gambar 11. Size Chart dari Website CV Yanto Konveksi

Gambar 12. How to Order dari Website CV Yanto Konveksi



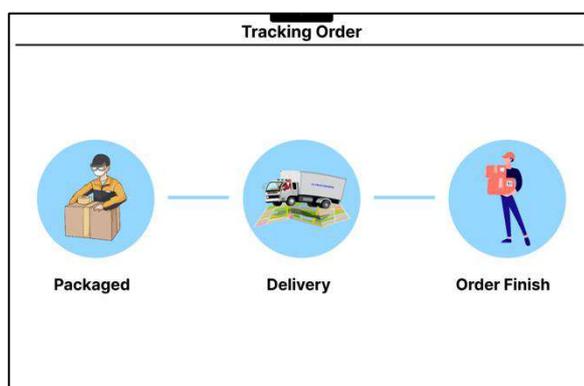


Gambar 13. Shopping Chart dari Website CV Yanto Konveksi

Gambar 14. Pembayaran setelah Check Out dari Website CV Yanto Konveksi

Gambar 15. Tracking Order Pembelian dari Website CV Yanto Konveksi

4. Tahap Evaluate Design against User Requirement



Proses merancang *user interface* pada *website* CV Yanto Konveksi telah selesai dilakukan maka selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap hasil desain *user interface website*. IBM SPSS *Statistics Tools* digunakan untuk membuktikan bahwa 10 pertanyaan di kuesioner tersebut telah valid atau belum. Mengacu pada tabel r, nilai minimum *Pearson Correlation* yang digunakan adalah 0.279, disesuaikan dengan jumlah responden sebanyak 50(N) dan tingkat signifikansi 0,05. Seluruh nilai *Pearson Correlation* pada

		Correlations										
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Skor
Q1	Pearson Correlation	1	.039	-.117	.024	-.118	-.169	.080	.038	.022	-.151	.487**
	Sig. (2-tailed)		.787	.417	.869	.413	.239	.581	.791	.881	.294	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q2	Pearson Correlation	.039	1	.349*	-.120	-.224	.113	.126	-.037	.373**	.020	.334*
	Sig. (2-tailed)	.787		.013	.408	.118	.435	.384	.796	.008	.889	.018
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q3	Pearson Correlation	.117	.349*	1	.023	.074	.049	.265	-.055	.018	.127	.549**
	Sig. (2-tailed)	.417	.013		.875	.611	.735	.063	.706	.901	.379	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q4	Pearson Correlation	.024	-.120	.023	1	.097	.095	.003	.018	-.187*	.316*	.304*
	Sig. (2-tailed)	.869	.408	.875		.501	.510	.983	.902	.194	.025	.032
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q5	Pearson Correlation	-.118	-.224	.074	.097	1	.140	-.115	.136	.158	.016	.291*
	Sig. (2-tailed)	.413	.118	.611	.501		.332	.427	.347	.275	.910	.041
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q6	Pearson Correlation	-.169	.113	.049	.095	.140	1	.047	.048	.246	.160	.307*
	Sig. (2-tailed)	.239	.435	.735	.510	.332		.746	.739	.085	.268	.030
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q7	Pearson Correlation	.080	.126	.265	.003	-.115	.047	1	.114	.023	.091	.360*
	Sig. (2-tailed)	.581	.384	.063	.983	.427	.746		.430	.876	.532	.010
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q8	Pearson Correlation	.038	-.037	-.055	.018	.136	.048	.114	1	.071	-.043	.333*
	Sig. (2-tailed)	.791	.796	.706	.902	.347	.739	.430		.626	.765	.018
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q9	Pearson Correlation	.022	.373**	.018	-.187*	.158	.246	.023	.071	1	.166	.367**
	Sig. (2-tailed)	.881	.008	.901	.194	.275	.085	.876	.626		.249	.009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q10	Pearson Correlation	.151	.020	.127	.316*	.016	.160	.091	-.043	.166	1	.509**
	Sig. (2-tailed)	.294	.889	.379	.025	.910	.268	.532	.765	.249		<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Skor	Pearson Correlation	.487**	.334*	.549**	.304*	.291*	.307*	.360*	.333*	.367**	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.018	<.001	.032	.041	.030	.010	.018	.009	<.001	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

setiap item berada di tas ambang batas tersebut.

Gambar 16. Screenshot Hasil Perhitungan Nilai *Pearson Correlations* dengan IBM SPSS *Statistics*

Tabel 4. Hasil R Hitung dari Nilai *Pearson Correlations*

Pertanyaan	Rtabel	Rhitung	Hasil
Q1	0,279	0,487	Valid
Q2	0,279	0,334	Valid
Q3	0,279	0,549	Valid
Q4	0,279	0,304	Valid
Q5	0,279	0,291	Valid
Q6	0,279	0,307	Valid
Q7	0,279	0,360	Valid
Q8	0,279	0,333	Valid
Q9	0,279	0,367	Valid
Q10	0,279	0,509	Valid
Rtabel < Rhitung = Valid			

Terdapat 10 pernyataan dalam kuesioner yang telah diisi 50 orang responden, lalu dilakukan penilaian untuk mengetahui skor *usability website* dengan menggunakan metode SUS. Rekapitulasi hasil kuesioner beserta akumulasi total skor ditampilkan pada tabel di berikut.

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Skor dari Pengisian Kuesioner

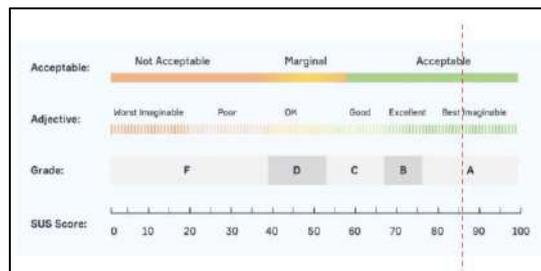
Responden	Nomor Butir Angket										P. Ganjil (X-1)	P. Genap (5-N)	Total Skor	Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10				
R01	3	2	5	2	5	3	3	3	3	4	24	11	35	87,5
R02	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	22	12	34	85
R03	5	1	5	1	5	2	3	2	3	4	26	15	41	102,5
R04	4	1	4	3	4	3	3	3	2	5	22	10	32	80
R05	2	1	3	1	4	3	3	3	3	3	20	14	34	85
R06	2	2	4	2	3	3	2	2	3	4	19	12	31	77,5
R07	4	1	4	2	5	3	2	4	3	3	23	12	35	87,5
R08	3	1	4	2	4	2	3	2	3	4	22	14	36	90
R09	2	2	3	1	5	3	2	4	3	3	20	12	32	80
R10	5	1	5	2	4	2	3	3	2	3	24	14	38	95
R11	2	2	5	2	5	3	3	3	3	4	23	11	34	85
R12	5	1	4	2	5	3	3	4	3	3	25	12	37	92,5
R13	3	1	3	1	3	2	2	3	2	3	18	15	33	82,5
R14	2	2	5	2	4	3	3	3	3	4	22	11	33	82,5
R15	5	2	3	2	3	2	2	2	3	3	21	14	35	87,5
R16	3	1	4	2	5	3	2	2	2	4	21	13	34	85
R17	4	2	4	2	4	2	3	4	3	4	23	11	34	85
R18	5	1	3	3	5	3	2	3	3	3	23	12	35	87,5
R19	5	1	3	2	3	3	3	2	2	4	21	13	34	85
R20	2	1	3	2	4	3	2	2	2	3	18	14	32	80
R21	3	2	2	2	5	2	3	3	3	3	21	13	34	85
R22	4	1	2	2	5	3	2	2	3	3	21	14	35	87,5
R23	5	1	3	2	5	3	3	4	3	5	24	10	34	85
R24	4	2	3	2	4	2	2	3	3	4	21	12	33	82,5
R25	4	1	5	2	3	3	3	3	3	3	23	14	37	92,5
R26	5	2	5	3	3	3	3	3	3	3	22	10	32	80
R27	5	2	5	3	4	3	3	2	3	4	25	11	36	90
R28	2	1	3	2	4	3	2	4	2	2	18	13	31	77,5
R29	5	2	4	3	4	2	2	3	2	4	22	11	33	82,5
R30	4	1	5	2	5	2	2	2	3	3	24	13	37	92,5
R31	2	1	4	3	4	2	3	2	2	4	20	13	33	82,5
R32	5	2	4	2	3	3	3	4	3	5	23	9	32	80
R33	2	1	4	3	5	2	3	4	2	3	21	12	33	82,5
R34	5	2	5	3	4	3	3	3	3	3	25	11	36	90
R35	2	1	3	3	4	3	2	3	3	5	19	10	29	72,5
R36	3	1	4	2	5	2	2	3	3	3	22	14	36	90
R37	4	2	5	2	4	3	3	4	3	4	24	10	34	85
R38	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	21	12	33	82,5
R39	3	2	5	2	5	3	3	2	3	4	24	12	36	90
R40	2	1	3	3	4	3	3	3	3	5	20	10	30	75
R41	3	1	3	2	3	2	3	4	3	3	20	13	33	82,5
R42	4	2	5	1	4	3	3	2	3	3	24	14	38	95
R43	4	2	4	2	4	2	2	2	3	4	22	13	35	87,5
R44	3	1	2	2	4	2	3	3	3	3	20	14	34	85
R45	4	2	4	2	3	2	3	2	2	3	21	14	35	87,5
R46	5	1	3	2	5	2	3	4	2	4	23	12	35	87,5
R47	2	2	4	2	4	3	3	3	3	3	21	12	33	82,5
R48	4	1	2	2	4	3	3	2	3	4	21	13	34	85
R49	2	1	4	3	5	3	3	3	2	3	21	12	33	82,5
R50	5	2	4	2	3	3	3	4	3	4	23	10	33	82,5
Total Penilaian														4162,5

Berdasarkan perhitungan hasil penjumlahan pernyataan yang telah dihitung dengan mengalikan 2,5 pada tabel 5. Maka didapat nilai total sebesar 4.262,5. Laku untuk menentukan hasil rata – rata skor SUS 4.262,5 dibagi dengan jumlah responden yang berpartisipasi 50 orang. Dengan demikian, diperoleh skor rata-rata sebesar 85,25, sebagaimana ditunjukkan dalam perhitungan berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{System Usability Scale} &= \frac{\text{Total Penilaian}}{\text{Jumlah Responden}} \\
 &= \frac{4.262,5}{50} \\
 &= 85,25
 \end{aligned}$$

Untuk mengidentifikasi tingkat *usability website* CV Yanto Konveksi, hasil perhitungan nilai rata-rata SUS dianalisis dengan merujuk pada kelima kategori dalam skala interpretasi nilai SUS yang termuat dalam Tabel 2. Kategori ini telah disesuaikan dengan skor akhir yang diperoleh untuk mendapatkan klasifikasi tingkat *usability* secara objektif.

- a. Kategori *Grade Scale* dengan skor SUS 85,25 dikategorikan dalam peringkat A, yang menunjukkan kualitas *website* CV Yanto Konveksi berada pada tingkat yang sangat baik.
- b. Kategori *Adjective Rating*, berdasarkan klasifikasi ini, skor SUS 85,25 termasuk dalam *Best Imaginable* yang mengartikan bahwa tampilan serta pengalaman pengguna *website* CV Yanto Konveksi dinilai sangat memuaskan.
- c. Kategori *Acceptability Ranges* dengan skor SUS 85,25 masuk dalam rentang yang dapat diterima (*Acceptable*), sehingga penggunaan *website* ini dinilai layak oleh pengguna.
- d. Kategori *Percentile Rank* bahwa skor SUS 85,25 menempatkan *website* pada posisi persentil ke-80 hingga ke-90, yang mencerminkan performa.
- e. Kategori *Net Promoter Score* (NPS) SUS 85,25, *website* masuk dalam kategori *active* yang mengindikasikan bahwa pengguna bersedia merekomendasikan *website* CV Yanto Konveksi kepada pihak lain secara positif



Gambar 18. Tingkat *Usability website* CV Yanto Konveksi

V. Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa proses perancangan *user interface* untuk *website* CV Yanto Konveksi dengan pendekatan *User Centered Design* berhasil menghasilkan rancangan prototipe *user interface* yang selaras dengan preferensi dan kebutuhan pengguna. Hasil rancangan tersebut mencakup beberapa menu utama yaitu manajemen akun, tentang kami, spesifikasi bahan, tabel ukuran, keranjang, cara memasukkan pesanan, lacak pesanan, dan hubungi kami. Hasil perancangan desain *user interface* menjadi solusi yang efektif dan efisien untuk keberlangsungan usaha ke depannya. Setelah dilakukannya tahap evaluasi menggunakan *System Usability Scale* dengan 50 orang responden, desain yang telah dirancang mendapatkan nilai *grade scale* dalam peringkat A menunjukkan kualitas *website* berada pada tingkat yang sangat baik, *adjective rating* termasuk dalam kategori *Best Imaginable* yang mengartikan tampilan dan pengalaman pengguna *website* dinilai sangat memuaskan, *acceptability ranges* masuk dalam rentang dapat yang diterima (*acceptable*) sehingga penggunaan *website* ini dinilai layak oleh pengguna, *percentile rank* menempatkan *website* pada posisi persentil ke-80 hingga ke-90, yang mencerminkan performa, *net promoter score* termasuk dalam kategori *active* yang mengindikasikan bahwa pengguna bersedia merekomendasikan *website* CV Yanto Konveksi kepada pihak lain secara positif.

VI. Daftar Pustaka

- Aaron Bangor, Philip Thomas Kortum, dan James Thomas Miller. 2008. *An Empirical Evaluation of The System Usability Scale*. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 24(6), 574–594. <https://doi.org/10.1080/10447310802205776> diakses pada tanggal 10 Mei 2025.
- Agus Arif Puji dan Venty Engraini. 2021. Perancangan *User Interface Website E-Commerce* pada Usaha Kuliner Menggunakan *User Centered Design*. *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.37859/coscitech.v2i1.2196> diakses pada tanggal 20 Juni 2025.
- Andi Priti Sukma, Rampi Yusuf, dan Roviana Hendrika Dai. 2023. Analisis Pengukuran *Usability* Sistem Informasi Manajemen Baznas (SIMBA) Menggunakan Metode *System Usability Scale* (SUS). *Diffusion: Journal of Systems and Information Technology*, 3(2), 224–231. <https://doi.org/10.37031/diffusion.v3i2.21342> diakses pada tanggal 20 Juni 2025.

-
- Devi Lenda Kaligis dan Rini Rahayu Fatri. 2020. Pengembangan Tampilan Antarmuka Aplikasi Survei Berbasis Web Dengan Metode *User Centered Design*. *JUST IT: Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komputer*, 10(2), 106–114. <https://doi.org/10.24853/justit.10.2.106-114> diakses pada tanggal 15 Juni 2025.
- Donald A. Norman dan Stephen W. Draper. 1986. *User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction*. Dalam Donald A. Norman dan Stephen W. Draper (Ed.), *User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction* (pp. 1–15). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jakob Nielsen. 1994. *Usability Principles and Practice*. Dalam Jakob Nielsen (Ed.), *Usability Engineering* (pp. 1–362). Boston: Academic Press.
- John Brooke. 1996. SUS: A "Quick and Dirty" Usability Scale. Dalam Patrick W. Jordan, Bruce Thomas, Bernard A. Weerdmeester, dan Ian L. McClelland (Ed.), *Usability Evaluation in Industry* (hal. 189–194). London: Taylor & Francis. DOI: 10.1201/9781498710411-35 diakses pada tanggal 15 Juni 2025.
- Laudon Kenneth dan Carol Guercio Traver. 2021. *E-commerce 2021: Business, Technology, and Society*. Edisi ke-16. London: Pearson Education.
- Lisandra Maioli. 2018. *Fixing Bad UX Designs: Practical Approaches and Tools to Improve User Experience*. Dalam Lisandra Maioli (Ed.), *Fixing Bad UX Designs* (pp. xx–yy). Birmingham: Packt Publishing.
- Martin Maguire. 2001. *Methods to Support Human-Centred Design*. *International Journal of Human-Computer Studies*, 55(4), 587–634. <https://doi.org/10.1006/ijhc.2001.0503> diakses pada tanggal 20 Juni 2025.
- Mathias Mujinga, Mariki M. Eloff, dan Jan H. Kroeze. 2018. *System Usability Scale Evaluation of Online Banking Services: A South African Study*. *South African Journal of Science*, 114(3/4), art. #2017-0065 (halaman 1–8). <https://doi.org/10.17159/sajs.2018/20170065> diakses pada tanggal 20 Juni 2025.
- Muhammad Arif Idris, Galang Prihadi Mahardhika, dan Beni Suranto. 2021. Perancangan UI/UX Aplikasi Perangkat Bergerak Ivent Menggunakan Pendekatan *Human Centered Design* (HCD). *Automata*, 2(1), 287–293. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/automata/article/view/5217> diakses pada tanggal 15 Juni 2025.
- Nigel Bevan. 2009. *What is The Difference Between The Purpose of Usability and User Experience Evaluation Methods? Proceedings of the Workshop on the Meaning of ISO 9241-210*, 1–4. <https://www.researchgate.net/publication/228744113> diakses pada tanggal 15 Juni 2025.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2016. *Strategic Marketing Planning*. Dalam Pearson Education (Ed.), *Marketing Management* (edisi ke-15, hlm. seluruh buku). London: Pearson Education.

Sauro, J. 2018. *Measuring Usability with the System Usability Scale (SUS)*. In J. Sauro. *Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research* (pp. 201–210). Cambridge, MA: Morgan Kaufmann.