

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Pada awal fase penelitian ini, peneliti menyebarluaskan kuesioner dalam bentuk online untuk dijawab oleh pengguna situs Ridho Logistics. Sebelum memulai proses perancangan ulang menggunakan pendekatan *Design Thinking*, tujuan dari pengisian kuesioner ini adalah untuk mendapatkan informasi awal mengenai pandangan pengguna mengenai desain dan fungsi website PT. Ridho Makmur Sentosa. Sebanyak 30 orang berhasil dikumpulkan sebagai responden.

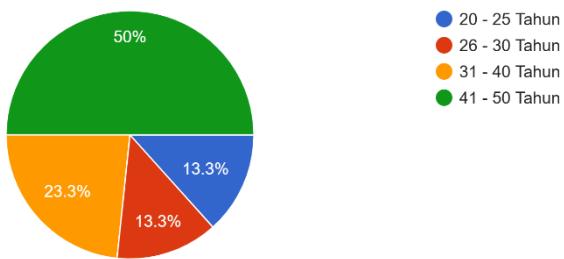
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Nama, Usia, dan Jenis Kelamin

No	Nama Lengkap	Usia	Jenis Kelamin
1	Responden 1	40 – 50	Perempuan
2	Responden 2	26 – 30	Perempuan
3	Responden 3	40 – 50	Laki – Laki
4	Responden 4	40 – 50	Perempuan
5	Responden 5	40 – 50	Laki – Laki
...
30	Responden 30	26 – 30	Laki – Laki

Sumber: Hasil Kuesioner Pengguna Ridho Logistics 2025

Selanjutnya ada *pie chart* yang menunjukkan rentang usia responden, dan jenis kelamin responden. Hal ini penting agar data yang didapat mewakili pengguna yang berinteraksi dengan *website*.

Usia
30 responses

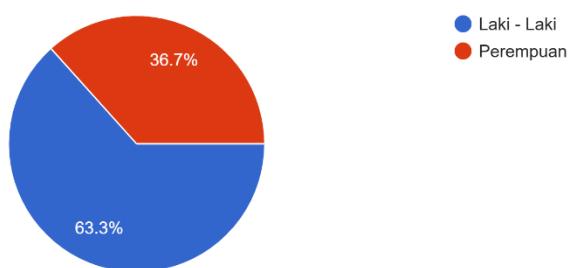


Sumber: Hasil Kuesioner Forms Ridho Logistics 2025

Gambar IV.1 Pie Chart Kuesioner Usia Responden

Berdasarkan hasil rekapitulasi dari 30 responden, distribusi usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 41–50 tahun, yakni sebesar 60% dari total responden. Sementara itu, masing-masing kelompok usia 20–25 tahun, 26–30 tahun, dan 31–40 tahun memiliki proporsi yang sama, yaitu sebesar 13,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna dengan usia 41–50 tahun mendominasi partisipasi dalam survei ini. Hal ini dapat menjadi acuan penting dalam proses analisis dan perancangan, terutama dalam menyesuaikan kebutuhan dan preferensi pengguna berdasarkan karakteristik usia dominan.

Jenis Kelamin
30 responses



Sumber: Hasil Kuesioner Forms Ridho Logistics 2025

Gambar IV.2 Pie Chart Kuesioner Jenis Kelamin

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari kuisisioner yang diisi oleh 30 orang responden, terdapat data mengenai proporsi jenis kelamin responden. Sebagian besar responden adalah pria, dengan persentase mencapai 63,3% atau sebanyak 19 individu, sementara jumlah wanita adalah 11 orang, yang setara dengan 36,7% dari semua responden. Ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, lebih banyak laki-laki yang terlibat. Distribusi ini penting sebagai gambaran demografis dari responde yang berperan dalam pengumpulan data penelitian.

4.2 Hasil Pengujian Awal (Sebelum Desain Ulang)

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Penelitian ini melakukan perhitungan untuk hasil uji validitas. Tujuan dari uji validitas adalah untuk memverifikasi kemampuan item-item dalam kuesisioner untuk mengevaluasi konstruk yang dimaksud. Metode korelasi *Pearson Product Moment* dalam perangkat lunak SPSS diterapkan untuk melaksanakan pengujian ini. Mengingat jumlah responden dalam penelitian ini adalah 30 orang, nilai r tabelnya adalah 0,361 dengan derajat kebebasan ($df = n - 2 = 28$) pada tingkat signifikansi 5%, yaitu ($\alpha = 0,05$). Berikut adalah kriteria yang digunakan untuk menentukan keputusan mengenai validitas penelitian ini:

1. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka item dinyatakan valid
2. Jika $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid

Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kuesisioner Awal

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0.371	0.361	Valid

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P2	0.381	0.361	Valid
P3	0.391	0.361	Valid
P4	0.401	0.361	Valid
P5	0.411	0.361	Valid
P6	0.421	0.361	Valid
P7	0.431	0.361	Valid
P8	0.441	0.361	Valid
P9	0.451	0.361	Valid
P10	0.461	0.361	Valid

Dari data yang tertera, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa karena nilai r-hitung dari masing-masing pernyataan lebih besar dibandingkan r-tabel, bisa disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner awal adalah valid dan dapat dipakai dalam proses pengujian kegunaan situs *web* Ridho Logistics sebelum dilakukan desain ulang.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu alat (dalam hal ini, kuesioner *SUS*) dalam menghasilkan data yang bisa diandalkan dan seragam saat diuji di kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, digunakan rumus serta metode *Cronbach's Alpha* karena teknik ini adalah yang paling umum untuk menguji

keandalan instrumen Skala *Likert* dan kuesioner, dan pengujian tersebut dibantu dengan perangkat lunak SPSS.

Di bawah ini adalah hasil uji reliabilitas dari penelitian ini yang terdiri dari 10 butir pernyataan SUS pada 30 responden, menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,777. Hal ini menunjukkan bahwa nilai ini termasuk dalam kategori "Reliabel", karena melebihi batas nilai *Cronbach's Alpha* yang digunakan oleh peneliti yaitu $\geq 0,7$.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha ^a	N of Items
0,777	10

Instrumen kuesioner yang diterapkan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik, yang terlihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang mencapai 0,777. Ini menunjukkan bahwa hasilnya dapat dipercaya dan digunakan untuk menilai kegunaan. Ini menjadi dasar yang kuat untuk kemampuan kuesioner dalam memberikan data yang terpercaya serta relevansinya sebelum dan setelah proses perancangan ulang.

4.3 Analisis Kebutuhan Pengguna

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi *website* saat ini, kebutuhan pengguna, serta ekspektasi terhadap *website* yang ada sebelumnya, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan salah satu pegawai perusahaan

selama proses pengembangan *UI/UX website* Ridho Logistics. Pendekatan ini adalah bagian dari tahap empati dan definisi dalam metode *Design Thinking*.

1. Hasil Wawancara Dengan Pihak PT. Ridho Makmur Sentosa

Berikut adalah ringkasan kutipan dari hasil diskusi dengan pihak PT. Ridho Makmur Sentosa:

“*Website* Ridho Logistics saat ini masih digunakan secara terbatas, terutama hanya untuk melakukan cek resi. Banyak pengguna yang mengeluhkan kesulitannya untuk mengecek tarif seblum konfirmasi paket. Kami ingin *website* yang lebih interaktif, informatif, dan memudahkan akses, bagi pengguna.”. Dari wawancara ini peneliti mendapatkan beberapa informasi penting:

- a. Desain visual kurang konsisten.
- b. *Website* masih bersifat statis.
- c. Fungsi toogle tidak jelas

Harapan yang diharapkan pihak perusahaan adalah *website* yang:

- a. Ramah pengguna (*user-friendly*) serta memiliki tampilan yang menarik,
- b. Secara fungsional lebih jelas,
- c. Mempunyai tampilan yang dinamis.

2. Hasil Kuesioner Sebelum Desain Ulang

Berdasarkan hasil survei yang telah disebarluaskan oleh peneliti, terdapat berbagai masukan dan rekomendasi untuk desain situs *web* ini. Berikut adalah tampilan komentar atau saran yang diberikan oleh responden.

Tabel IV.4 Hasil Komentar atau Saran dari para Responden

Nama Responden	Komentar atau saran terhadap website ini
Responden 1	Halaman terlalu sederhana, seperti belum selesai dibuat.
Responden 2	Tidak ada instruksi atau panduan cara mengisi nomor resi.
Responden 3	Setelah klik “LACAK”, tidak ada feedback atau notifikasi.
Responden 4	Warna dan <i>font</i> kurang menarik, terlihat seperti halaman lama.
Responden 5	Tampilan awal terlalu kosong, mungkin bisa diberi ilustrasi atau banner utama.
Responden 6	Tidak ada fitur bantuan seperti FAQ jika resi tidak ditemukan.
Responden 7	Desain website kurang bagus dan <i>modern</i> , jadi terlihat kuno
Responden 8	Nomor <i>call center</i> di atas terlihat seperti teks biasa, bukan tombol kontak.
...	...

Dari hasil yang peneliti dapatkan menyatakan bahwa *website* ini masih harus dikembangkan desainnya agar lebih menarik, berikut adalah ringkasan dari hasil yang diperoleh:

- a. Kurangnya Informasi Panduan
Sebagian besar responden merasa bingung karena tidak terdapat petunjuk atau contoh cara memasukkan nomor resi yang benar. Hal ini menyulitkan pengguna dalam menggunakan fitur pelacakan.
- b. Tidak Ada Fitur Bantuan Tambahan
Beberapa responden menyarankan agar disediakan fitur bantuan seperti live chat, link FAQ, atau petunjuk lanjutan jika resi tidak ditemukan.
- c. Tampilan Visual Kurang Menarik

Beberapa responden menilai tampilan website terlihat terlalu sederhana, kosong, dan belum maksimal secara estetika. Desain seperti ini dianggap kurang mencerminkan profesionalisme layanan.

d. Layout Dan Tata Letak Kurang Proporsional

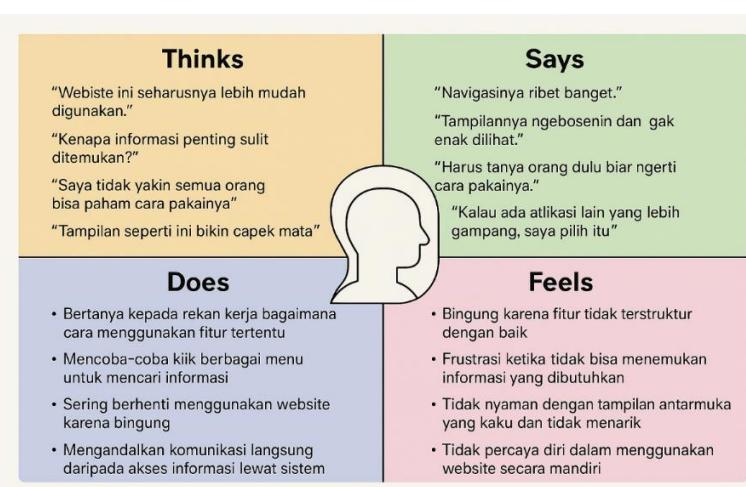
Website dinilai memiliki banyak ruang kosong yang tidak dimanfaatkan dengan baik, sehingga tampilannya terlihat tidak seimbang dan tidak efisien.

3. Analisis Berdasarkan Tahapan *Design Thinking*

Tiga langkah awal pada *Design Thinking* (*Empathize*, *Define*, dan *Ideate*) merupakan landasan untuk mengembangkan solusi desain yang berfokus pada kebutuhan nyata dari pengguna. Dua tahap awal dalam mengevaluasi kebutuhan pengguna situs PT. Ridho Makmur Sentosa dibahas secara khusus dalam penelitian ini.

a. Tahap *Empathize*

Pada tahap ini peneliti menggunakan *Emphaty map* untuk memahami lebih dalam tentang apa yang pengguna katakan (*says*), pikirkan (*thinks*), lakukan (*does*), dan rasakan (*feels*).

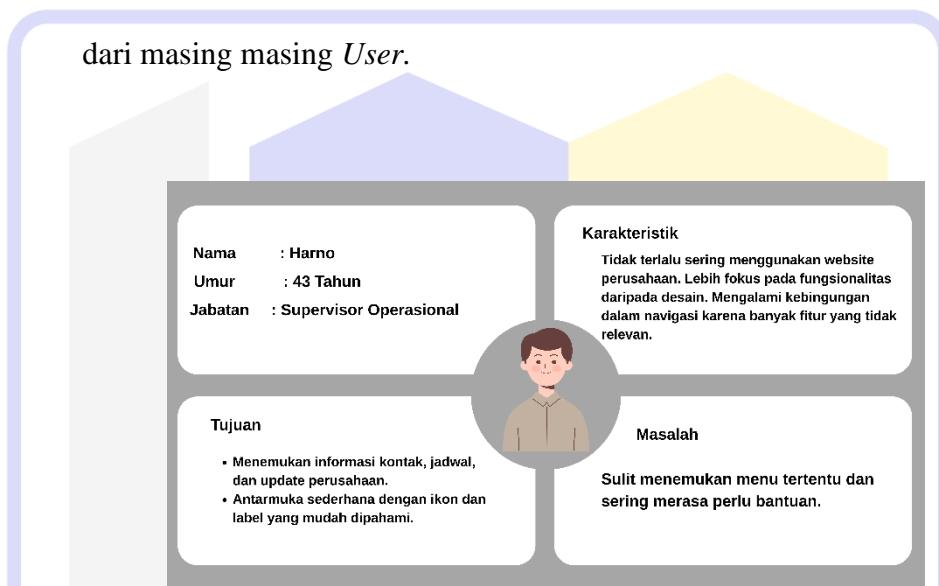


Sumber: Peneliti

Gambar IV.3 Empathy Map

b. Tahap Define

Setelah mengumpulkan data dan wawasan dari pengguna pada tahap *Emphatize*, informasi tersebut dianalisis untuk menemukan tema atau pola yang umum. Untuk mengetahui permasalahan dan keinginan *User*, peneliti membuat user yang dibuatkan personanya. Berikut adalah *User persona* membuat user yang dibuatkan personanya. Berikut adalah *User persona* dari masing masing *User*.



Sumber : Peneliti

Gambar IV.4 User Persona Harno



Sumber : Peneliti

Gambar IV.5 User Persona Rara Dwi



Sumber : Peneliti

Gambar IV.6 User Persona Atiek

Identifikasi masalah digambarkan dalam bentuk *Point of view (POV)* yang berisikan *problem statement* dari user.

Tabel IV.5 Point Of View

User	Kebutuhan	Insight / Problem Statement
Pengguna Website Ridho Logistics (Mitra PT. Ridho Makmur Sentosa)	Ingin mendapatkan informasi pengiriman barang secara cepat dan mudah	Website saat ini memiliki navigasi yang membingungkan dan tampilan tidak intuitif, sehingga pengguna kesulitan dalam melacak status pengiriman.
	Mengharapkan pengalaman penggunaan yang sederhana tanpa perlu panduan tambahan	Kurangnya fitur pada website, membuat pengguna merasa kurang terbantu saat pertama kali menggunakannya.
	Membutuhkan tampilan yang menarik dan profesional untuk meningkatkan kepercayaan	Desain tampilan website terkesan kaku dan kurang menarik, menurunkan kepercayaan terhadap layanan digital perusahaan.

Dari tabel di atas maka peneliti mendapatkan *problem statement* dari user.

Langkah selanjutnya peneliti akan memberikan solusi dengan

menggunakan cara pertanyaan bantuan *how might we question (HMWQ)* yang berguna untuk tahap berikutnya yaitu *ideate*.

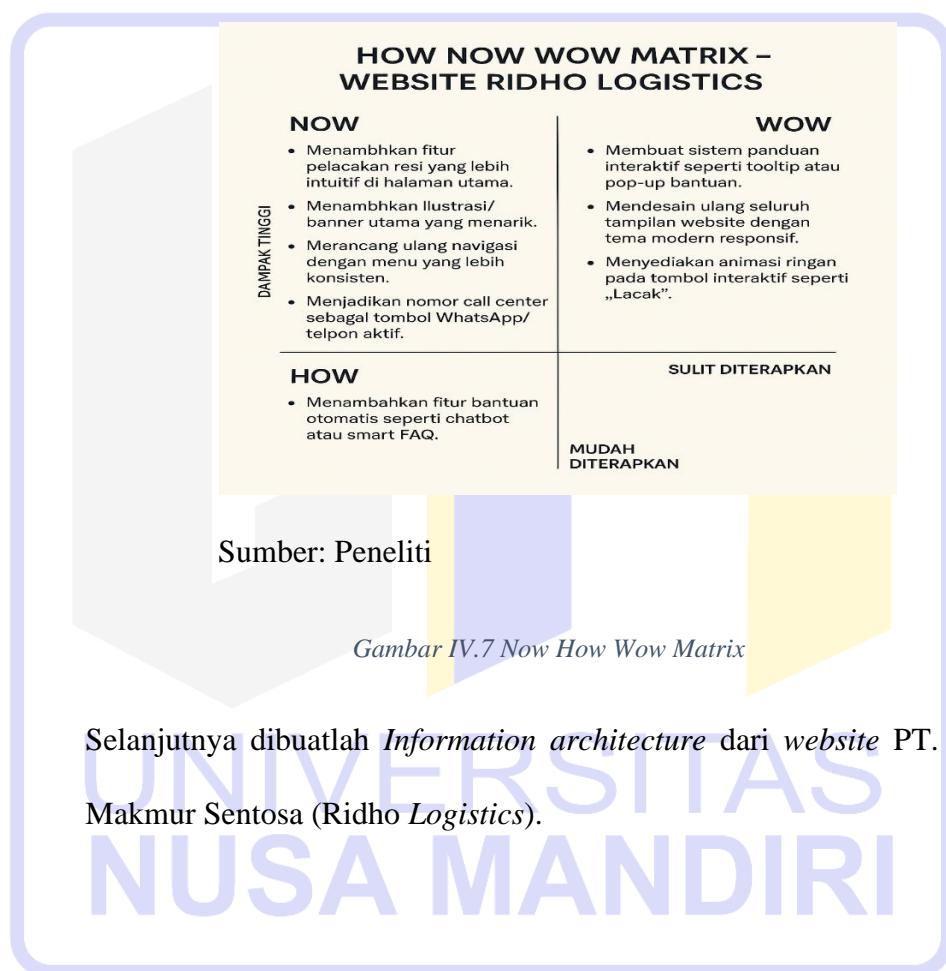
Tabel IV.6 *how might we question (HMWQ)*

Problem Statement	How Might We (HMWQ)
<i>Website</i> saat ini memiliki navigasi yang membingungkan dan tampilan tidak intuitif, sehingga pengguna kesulitan dalam melacak status pengiriman.	Membuat navigasi <i>website</i> yang lebih intuitif agar pengguna dapat dengan mudah melacak kiriman mereka
Kurangnya fitur pada <i>website</i> , membuat pengguna merasa kurang terbantu saat pertama kali menggunakan.	Menambahkan fitur pada <i>website</i> agar pengguna baru merasa terbantu saat pertama kali menggunakannya
Desain tampilan <i>website</i> terkesan kaku dan kurang menarik, menurunkan kepercayaan terhadap layanan digital perusahaan.	Merancang tampilan <i>website</i> yang lebih menarik dan profesional untuk meningkatkan kepercayaan pengguna

c. Tahap *Ideate*

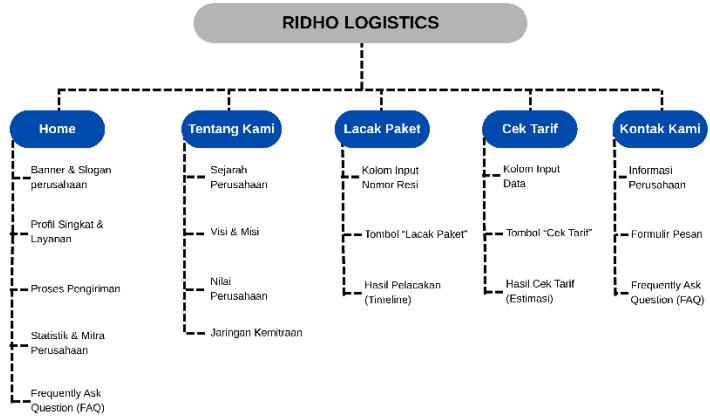
Setelah melalui tahap *emphasize* dan *define* langkah selanjutnya adalah tahap *ideate*. Tujuan utama dari tahap *ideate* adalah untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi tanpa terbatas oleh kendala yang ada, pada tahap ini dilakukan sesi *brainstorming* yang terkait pada pertanyaan *how might we question* sebelumnya. Selanjutnya terdapat *Now How Wow Matrix*. Yang digunakan untuk mengevaluasi ide-ide yang telah dihasilkan

dan memprioritaskan berdasarkan kreativitas dan kelayakan. Misalnya untuk kategori “wow” berarti ide kreatif dan berpotensi memberikan nilai besar, dengan implementasi yang cukup memungkinkan, kategori “now” berarti Ide yang mudah diterapkan dan tidak memerlukan teknologi canggih. Sedangkan kategori “how” ide inovatif tapi masih sulit diterapkan.



Selanjutnya dibuatlah *Information architecture* dari website PT. Ridho Makmur Sentosa (Ridho Logistics).

INFORMATION ARCHITECTURE RIDHO LOGISTICS



Sumber : Peneliti

Gambar IV.8 Information Architecture Ridho Logistics

4. Kesimpulan Analisis Kebutuhan

Pembangunan ulang *website* PT. Ridho Makmur Sentosa perlu fokus pada peningkatan konten, tampilan antarmuka, dan penambahan fitur interaktif, berdasarkan analisis kebutuhan, hasil survei, dan wawancara. Penting untuk mengambil langkah ini agar desain yang dihasilkan benar-benar sesuai dan berorientasi pada pengguna.

4.4 Hasil Desain dan Implementasi UI/UX

Setelah kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pengguna situs Ridho Logistics ditemukan, langkah berikutnya yaitu melaksanakan desain *UI/UX*. Untuk menciptakan tampilan website yang lebih mudah diakses, efisien, dan menyenangkan bagi pengguna dengan berbagai latar belakang, proses perancangan dilakukan menggunakan alat desain seperti Figma dan mengikuti prinsip-prinsip yang fokus pada pengguna.

4.4.1 Wireframe

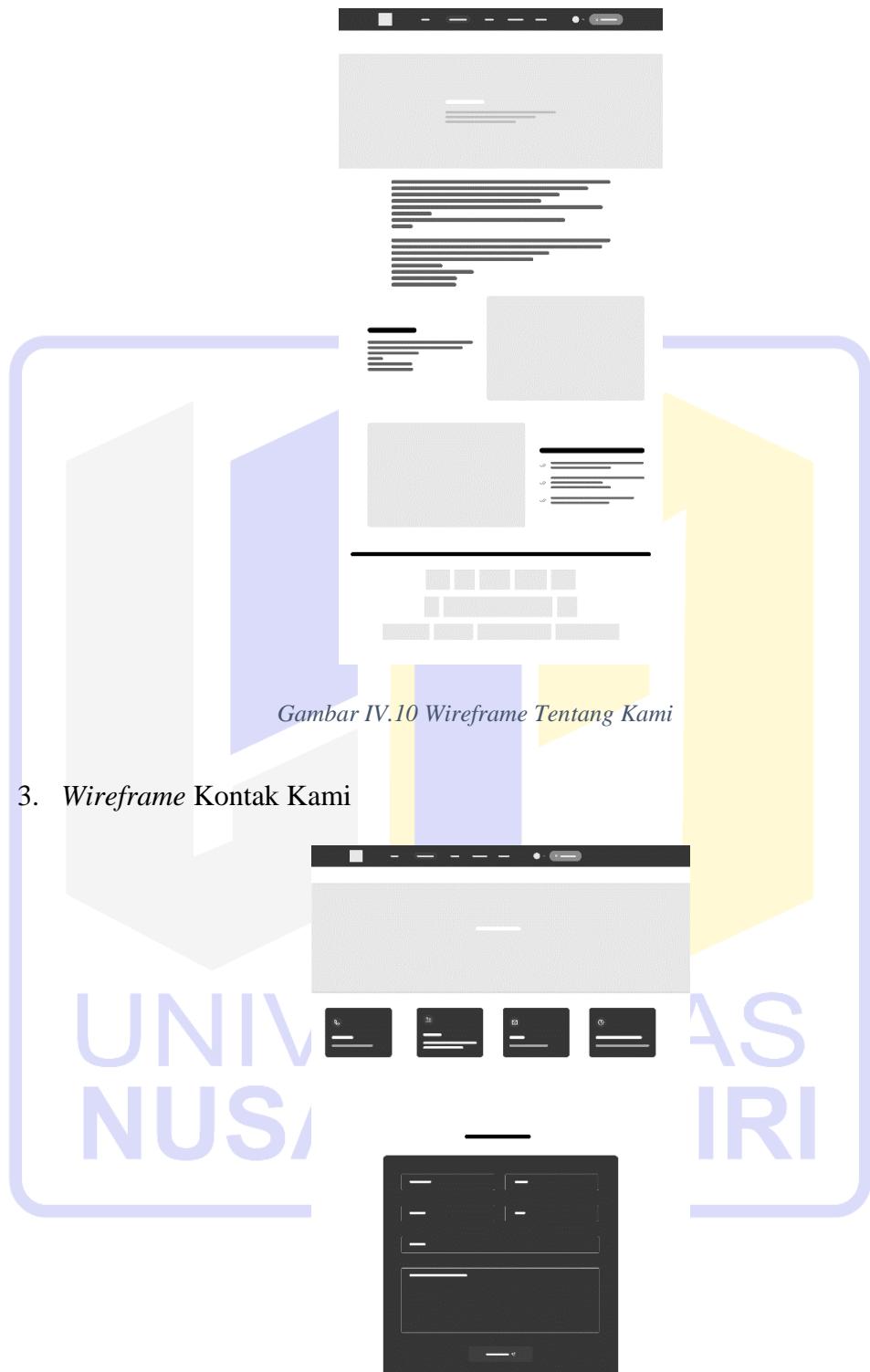
Kerangka visual awal yang menunjukkan skema dasar halaman-halaman di situs Ridho Logistics dikenal sebagai *wireframe*. Sebelum berlanjut ke desain *high fidelity*, gambar kerangka disusun untuk menentukan elemen utama dan alur navigasi. Berikut ini peneliti menunjukkan hasil wireframe pada desain *UI/UX* situs Ridho Logistics yang terdiri dari *landing home*, tentang kami, kontak kami, lacak paket, dan cek tarif.

1. *Wireframe Landing Home*

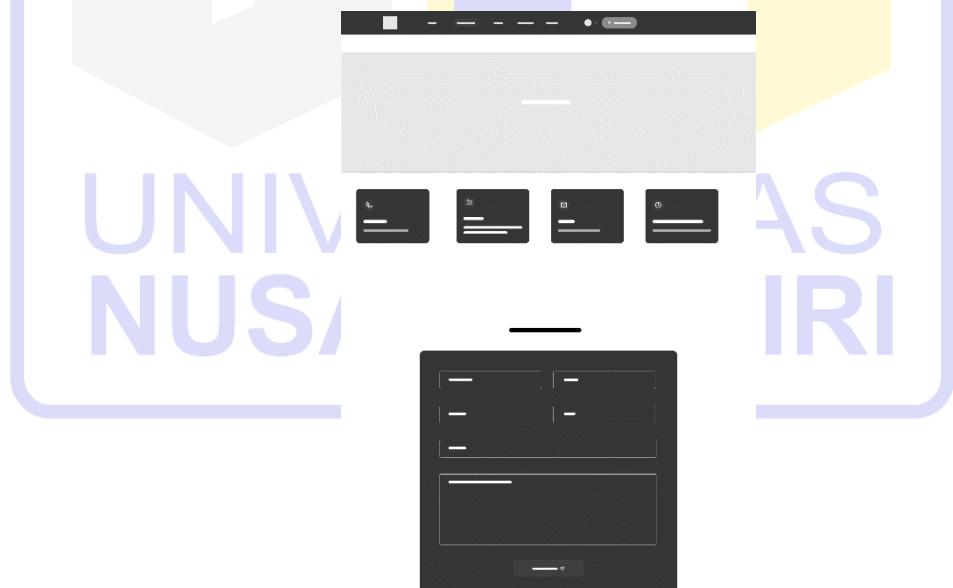


Gambar IV.9 Wireframe Landing Home

2. Wireframe Tentang Kami

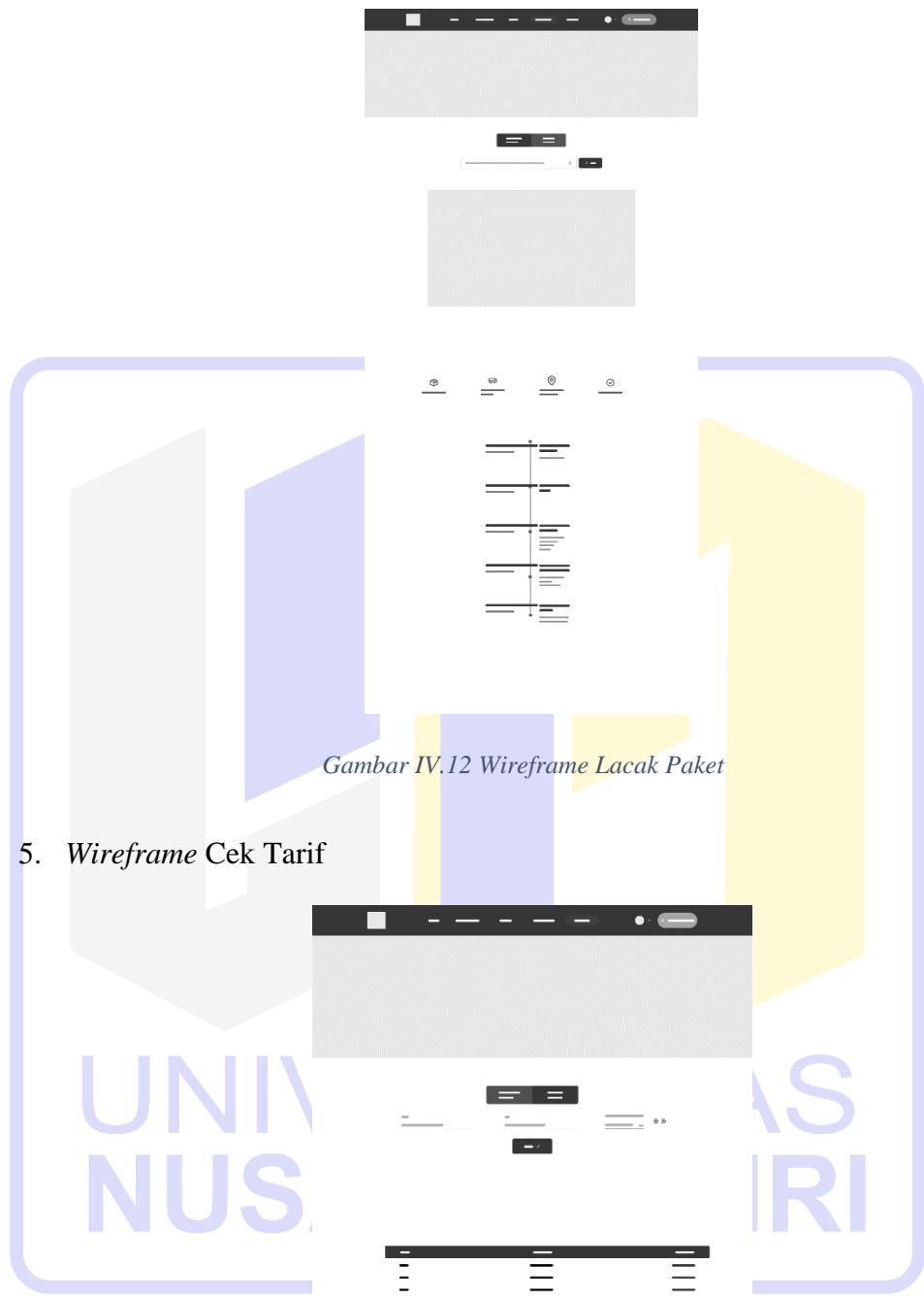


3. Wireframe Kontak Kami



Gambar IV.11 Wireframe Kontak Kami

4. *Wireframe Lacak Paket*



Gambar IV.12 Wireframe Lacak Paket

5. *Wireframe Cek Tarif*

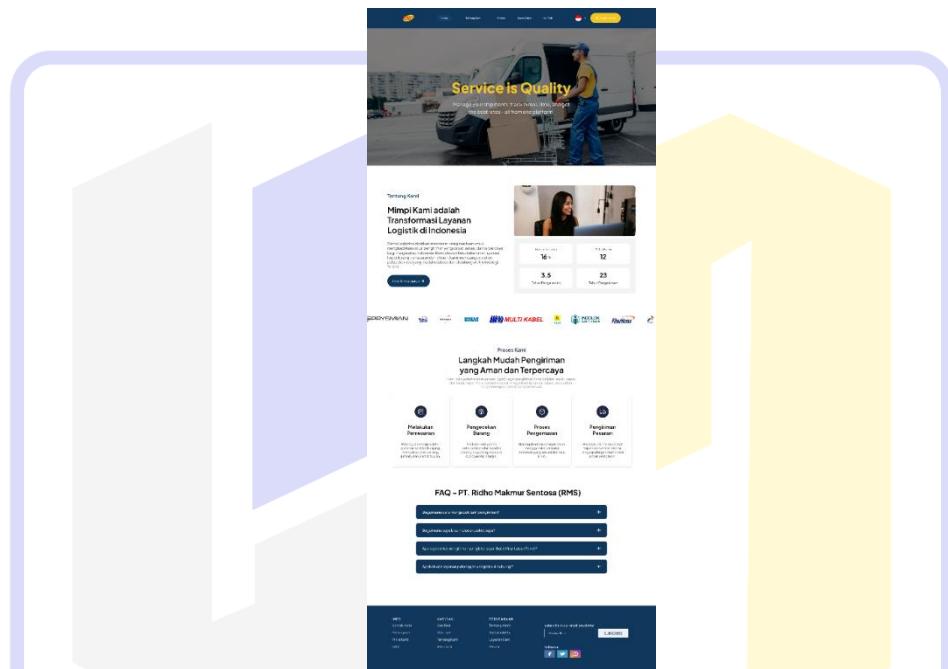


Gambar IV.13 Wireframe Cek Tarif

4.4.2 Desain Antarmuka (*interface Design*)

Berdasarkan kerangka atau *wireframe* yang telah dibuat, *wireframe* ini menjadi dasar untuk desain *high fidelity*. Berikut ini adalah desain *interface* dari *website* Ridho Logistics setelah dilakukan desain ulang.

1. Halaman *Home* / Beranda

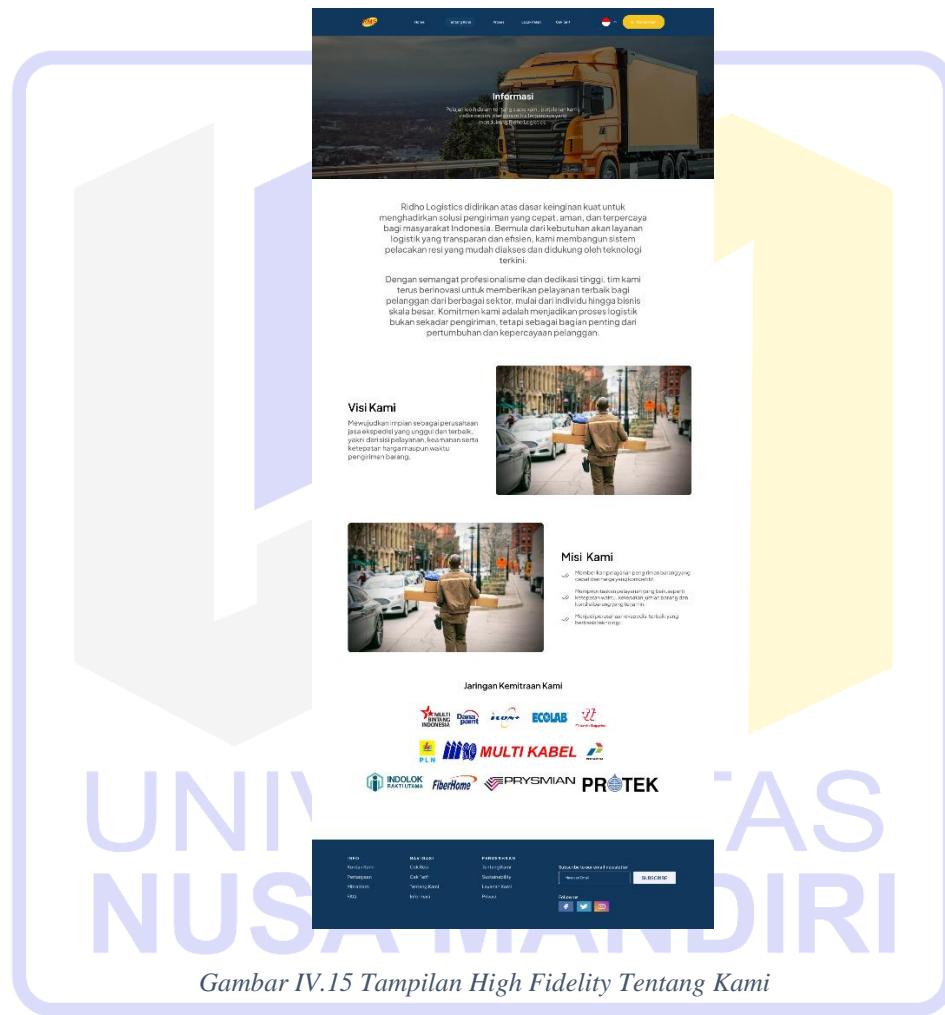


Gambar IV.14 Tampilan High Fidelity Home

Antarmuka halaman utama *website* PT. Ridho Makmur Sentosa (Ridho Logistics) dirancang dengan tampilan *modern* dan responsif, menggunakan dominasi warna biru tua dan aksen kuning sebagai identitas visual. Menu navigasi terletak di bagian atas dengan beberapa fitur utama seperti "*Home*", "Tentang Kami", "Proses", "*Lacak Paket*", dan "*Cek Tarif*", serta tombol "*Kontak Kami*" yang mudah diakses. Bagian utama menampilkan *banner* visual dengan slogan perusahaan untuk menarik perhatian pengguna. Di bawahnya, terdapat informasi singkat tentang perusahaan, statistik pengalaman, serta logo mitra kerja. Selanjutnya, terdapat penjelasan proses pengiriman dalam empat langkah sederhana yang

ditampilkan secara visual. Bagian akhir halaman menyajikan *FAQ* dan *footer* yang berisi informasi kontak, tautan penting, formulir *newsletter*, serta ikon media sosial. Desain ini memudahkan pengguna dalam mengakses informasi dan layanan secara efisien.

2. Halaman Tentang Kami



Gambar IV.15 Tampilan High Fidelity Tentang Kami

Halaman "Tentang Kami" pada *website* PT. Ridho Makmur Sentosa (Ridho Logistics) memiliki antarmuka yang informatif dan terstruktur dengan baik. Bagian atas halaman menampilkan visual truk ekspedisi dengan teks judul "Informasi", memberikan kesan profesional dan relevan dengan layanan logistik. Di bawahnya terdapat penjelasan mengenai latar belakang perusahaan, komitmen

terhadap layanan, serta inovasi dalam sistem pelacakan berbasis teknologi. Selanjutnya, terdapat bagian yang menampilkan visi dan misi perusahaan, masing-masing disertai gambar representatif untuk memperkuat pesan visual. Di bagian akhir halaman, ditampilkan logo berbagai mitra kerja sama sebagai bentuk transparansi dan kepercayaan bisnis. *Footer* halaman berisi menu navigasi tambahan, formulir berlangganan email, dan ikon media sosial, yang semuanya disusun dengan *layout* yang rapi dan mudah diakses.

3. Halaman Kontak Kami



Gambar IV.16 Tampilan High Fidelity Kontak Kami

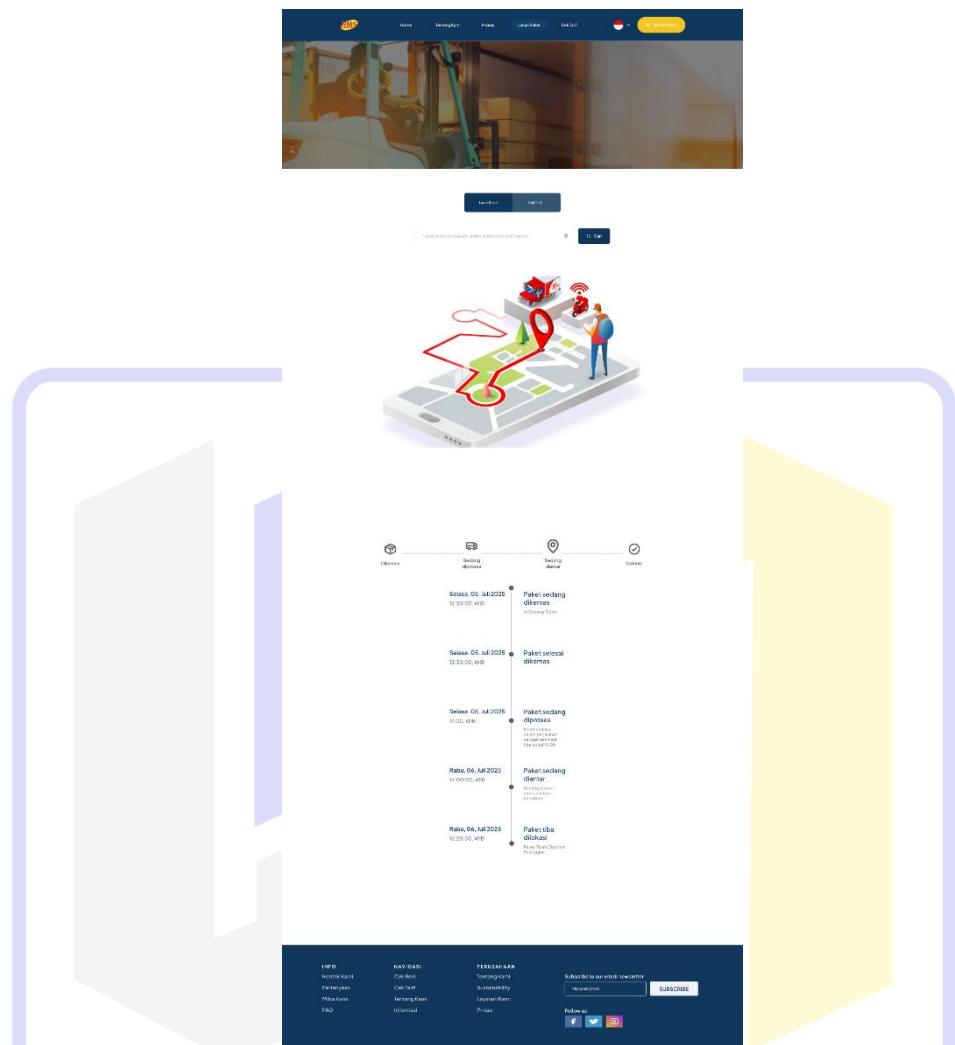
Antarmuka halaman "Kontak Kami" pada *website* PT. Ridho Makmur Sentosa (Ridho Logistics) dirancang untuk memfasilitasi komunikasi antara pengguna dan perusahaan secara langsung dan efisien. Di bagian atas halaman terdapat gambar latar bertema teknologi dengan judul "Kontak Kami" yang jelas dan kontras,

memberikan kesan profesional dan *modern*. Tepat di bawahnya ditampilkan empat informasi kontak utama dalam bentuk kartu yang rapi, nomor telepon, alamat kantor, email, serta jam operasional. Setiap informasi disertai ikon visual yang intuitif, membantu pengguna mengenali fungsi masing-masing dengan cepat. Bagian utama halaman berisi formulir pengisian pesan yang mencakup kolom untuk nama lengkap, email, nomor telepon, kota, subjek, dan isi pesan.

Desain formulir menggunakan warna latar biru tua yang konsisten dengan tema keseluruhan situs, serta elemen input yang sederhana namun fungsional. Tombol "*Send Request*" di bagian bawah formulir memperjelas aksi yang diharapkan dari pengguna. Pada bagian akhir halaman, disediakan segmen *FAQ* yang berisi pertanyaan umum pelanggan, seperti cara mengecek tarif atau melacak paket. Elemen ini membantu mengurangi beban layanan pelanggan dengan memberikan informasi secara mandiri kepada pengguna. *Footer* halaman menampilkan navigasi tambahan, langganan email, dan ikon media sosial, menjaga konsistensi antarmuka dari segi tampilan maupun fungsionalitas. Secara keseluruhan, halaman ini mendukung komunikasi dua arah yang efektif dengan tampilan yang bersih, jelas, dan mudah digunakan.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

4. Halaman Lacak Paket

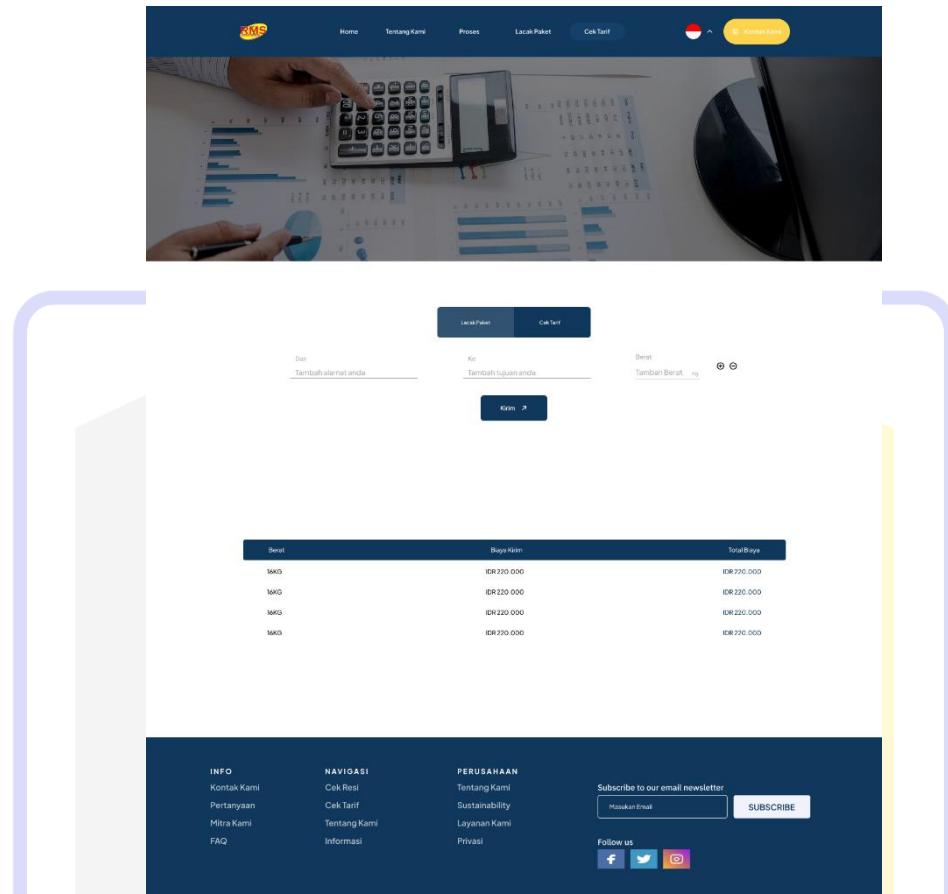


Gambar IV.17 Tampilan High Fidelity Lacak Paket

Halaman Lacak Paket menampilkan antarmuka yang sederhana dan informatif. Di bagian atas terdapat menu navigasi seperti *Home*, Tentang Kami, Proses, Lacak Paket, dan Cek Tarif, serta fitur pencarian resi untuk melacak paket. Setelah pengguna memasukkan nomor resi, sistem menampilkan status pengiriman dalam bentuk *timeline* vertikal yang menunjukkan tahapan pengiriman mulai dari dikemas, diproses, diantar, hingga diterima. Tampilan juga didukung dengan ilustrasi visual untuk memperjelas proses pengiriman. Secara keseluruhan, antarmuka ini dirancang agar mudah digunakan dan memberikan informasi

pelacakan secara *real-time* kepada pengguna.

5. Halaman Cek Tarif

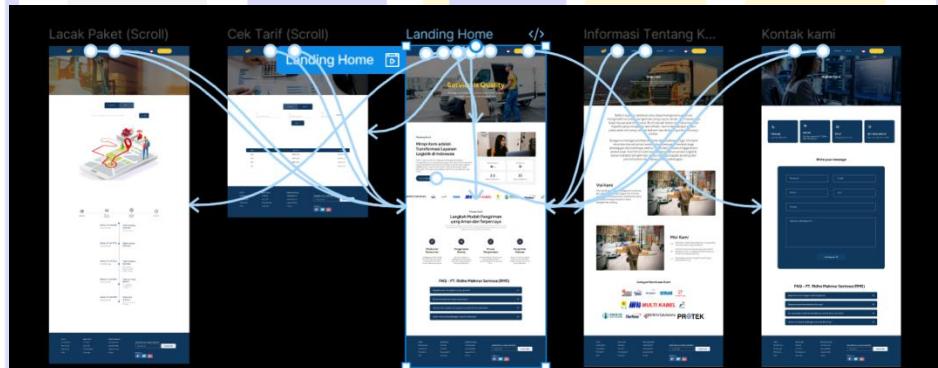


Gambar IV.18 Tampilan High Fidelity Cek Tarif

Halaman antarmuka cek tarif pengiriman dirancang dengan fokus pada kemudahan penggunaan dan aksesibilitas informasi. Terdapat *form* input sederhana yang memungkinkan pengguna mengisi alamat asal, tujuan, dan berat barang untuk menghitung estimasi tarif pengiriman. Hasil perhitungan ditampilkan dalam bentuk tabel yang informatif, terdiri dari kolom berat, biaya kirim, dan total biaya. Navigasi utama tersedia di bagian *header*, sementara informasi tambahan dan fitur langganan *newsletter* terletak di *footer*. Desain yang responsif dan penggunaan warna biru tua memberikan kesan profesional dan terpercaya bagi pengguna.

4.4.3 Prototype

Tahap prototipe adalah aspek krusial dalam langkah *Design Thinking*, yang muncul setelah proses ideasi menghasilkan sejumlah solusi desain yang mungkin. Di fase ini, peneliti mulai mewujudkan gagasan-gagasan yang sudah dirancang ke dalam bentuk konkret, yaitu antarmuka pengguna (*UI*) yang interaktif dan siap untuk diuji oleh penggunanya. Prototipe ini dibuat dengan menggunakan alat desain antarmuka modern, seperti Figma, yang memfasilitasi pembuatan prototipe dari *low-fidelity* hingga *high-fidelity*, serta memungkinkan pengujian interaktif secara langsung dengan para responden. Berikut adalah tampilan prototipe dari *website* yang telah dilakukan desain ulang.

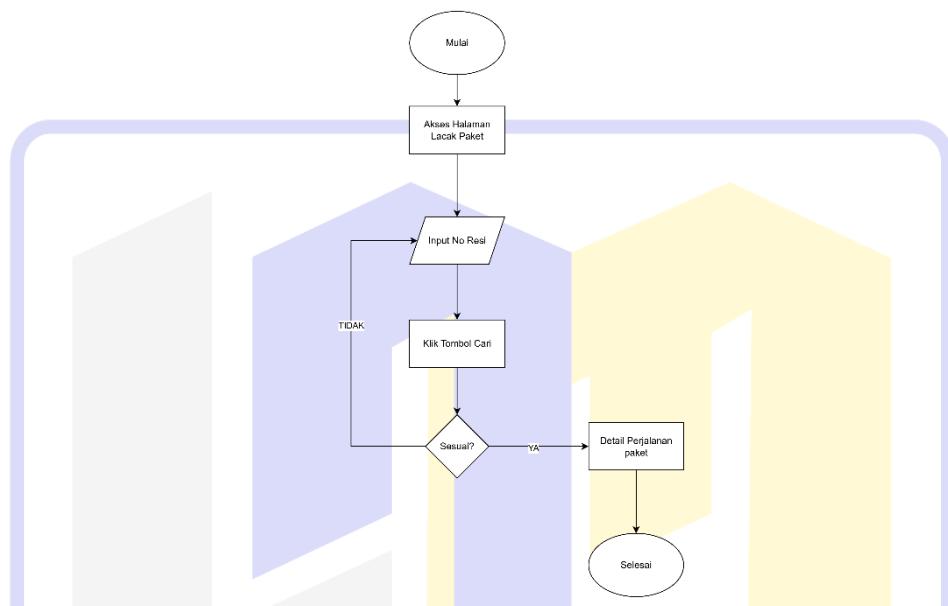


Gambar IV.19 Prototype setelah website di desain ulang

Gambar di atas menunjukkan alur navigasi *website* yang terdiri dari lima halaman utama: *Home*, *Lacak Paket*, *Cek Tarif*, *Informasi Tentang Kami*, dan *Kontak Kami*. *Home* berfungsi sebagai pusat navigasi, menampilkan layanan, statistik, dan akses ke halaman lainnya. Pengguna dapat melakukan pelacakan kiriman di *Lacak Paket* atau menghitung estimasi biaya pengiriman di *Cek Tarif*, yang keduanya dilengkapi fitur *scroll* untuk menampilkan informasi tambahan. Halaman *Informasi Tentang Kami* berisi profil perusahaan, visi, misi, dan daftar mitra. Sementara *Kontak Kami* berisi alamat, *call center*, *email* perusahaan, dan jam operasional. Setiap

halaman terhubung secara intuitif melalui menu utama dan link internal, dengan alur yang digambarkan menggunakan panah untuk memudahkan pemahaman interaksi pengguna. Pada tahap ini dibuatkan juga *user flow* dengan menggunakan *flowchart*:

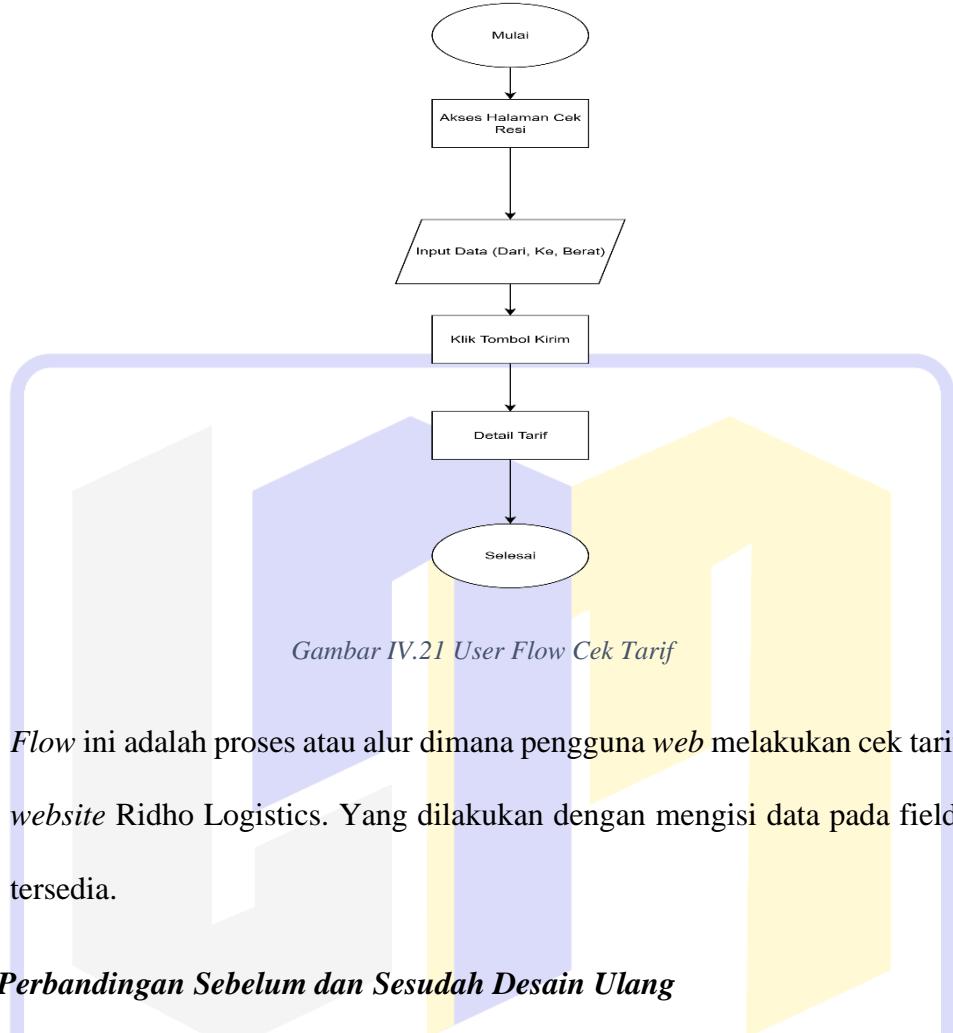
1. *User Flow Lacak Barang*



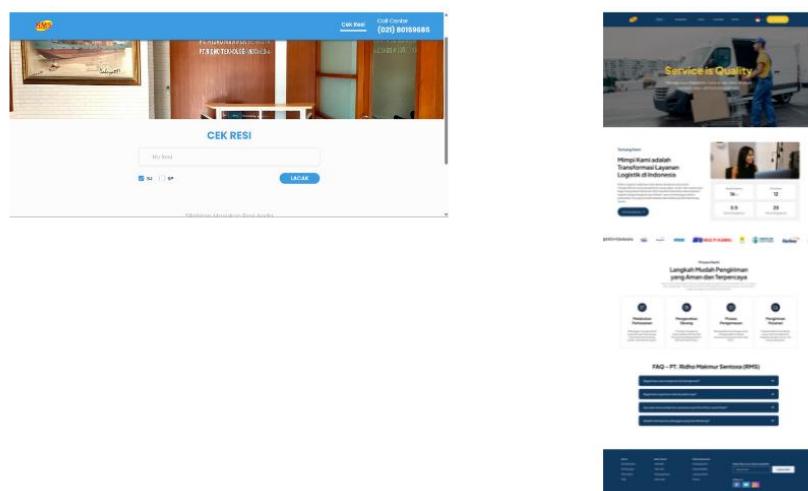
Gambar IV.20 *User Flow Lacak Barang*

Flow ini adalah proses atau alur dimana pengguna *web* melakukan lacak paket pada *website* Ridho Logistics. Yang dilakukan dengan memasukkan nomor resi pada field yang tersedia.

2. User Flow Cek Tarif



4.4.4 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Desain Ulang



Gambar IV.22 Tampilan Sebelum dan Sesudah di Desain Ulang

Setelah dilakukan redesain, tampilan *website* PT. Ridho Makmur Sentosa (Ridho Logistics) mengalami perubahan yang signifikan baik dari segi estetika maupun pengalaman pengguna. Pada desain lama (Gambar Kiri), tampilan halaman sangat sederhana dengan dominasi warna putih dan elemen antarmuka yang minim. Fungsionalitas utama seperti cek resi hanya ditampilkan secara langsung tanpa adanya konteks visual tambahan yang menarik. Tata letak elemen juga terkesan monoton, dengan kurangnya struktur visual yang memandu pengguna dalam navigasi. Sebaliknya, pada desain baru (Gambar Kanan), *website* menampilkan pendekatan visual yang lebih *modern* dan profesional. Penggunaan warna biru tua dan kuning sebagai warna utama memberikan kesan tegas namun ramah. Penambahan gambar ilustratif menambah daya tarik visual sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan logistik yang handal. Desain baru juga menonjolkan struktur navigasi yang lebih terorganisir, seperti menu utama yang lengkap (*Home*, Tentang Kami, Proses, Lacak Paket, Cek Tarif), ikon media sosial, serta fitur form kontak yang mudah diakses. Selain itu, terdapat penjelasan proses pengiriman dalam bentuk infografik yang memudahkan pengguna memahami alur layanan. Secara keseluruhan, desain baru meningkatkan aspek *user experience (UX)* dan *user interface (UI)* dengan mengutamakan kemudahan akses, konsistensi visual, dan tampilan yang lebih menarik secara estetika.

4.4.5 Testing

Setelah proses desain ulang website PT. Ridho Makmur Sentosa (RMS) selesai, dilakukan pengujian menggunakan metode *user feedback* melalui *mockup testing*. Metode ini dilakukan dengan menampilkan desain statis (*mockup*) kepada sejumlah pengguna potensial dan meminta mereka memberikan tanggapan secara langsung terhadap tampilan dan tata letak *website*. Pengguna diminta untuk

menyelesaikan tugas-tugas sederhana seperti mencari fitur cek resi, menemukan informasi kontak, dan menavigasi halaman utama secara visual. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa desain sesudah di desain ulang lebih mudah dipahami, menarik secara visual, dan lebih mencerminkan profesionalisme perusahaan dibandingkan desain sebelum di desain ulang. Selain itu, pengguna juga memberikan masukan terkait ukuran teks dan kontras warna yang sebagian besar dinilai sudah cukup baik. Metode ini sangat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari desain secara praktis berdasarkan persepsi langsung pengguna, sebelum website benar-benar diimplementasikan ke tahap pengkodean.

Sementara untuk tahap evaluasi kegunaan peneliti menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* untuk mengetahui nilai kegunaan dan kenyamanan *website* setelah di desain ulang.

4.5 Hasil Perhitungan Metode SUS

Setelah proses desain ulang *UI/UX website* Ridho Logistics selesai dilakukan dengan pendekatan *Design Thinking*, langkah selanjutnya adalah menguji efektivitas hasil desain tersebut melalui metode *System Usability Scale (SUS)*. Pengujian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kembali kuesioner *SUS* kepada 30 responden yang sebelumnya telah terlibat dalam pengisian kuesioner awal. Masing-masing responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap sepuluh pernyataan dengan skala *Likert*, yang kemudian dihitung dengan rumus standar *SUS*.

4.5.1 Perhitungan SUS Sebelum Desain Ulang

Peneliti melaksanakan pengujian awal untuk mengevaluasi efektivitas desain awal yang ada sebelum memperbarui antarmuka situs *web* Ridho Logistics. Evaluasi ini dilakukan dengan mengaplikasikan metode *System Usability Scale (SUS)*, yang

merupakan suatu teknik yang umum dipakai untuk menilai seberapa baik, efektif, dan memuaskan pengguna dalam menggunakan sebuah sistem. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* dapat dilihat pada bagian berikut.

Tabel IV.7 Skor Hasil Perhitungan SUS Sebelum Desain Ulang

Responden	Skor Hasil Perhitungan SUS										Jumlah	Nilai (Jumlah * 2.5)
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
R1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	27	67.5
R3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	26	65.0
R4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	22	55.0
R5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R6	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	27	67.5
R7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21	52.5
R8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R9	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	15	37.5
R10	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	15	37.5
R11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R12	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	27	67.5
R13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R15	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	22	55.0
R16	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	17	42.5
R17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75.0
R19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R20	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	27.5
R21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R22	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	24	60.0

Responden	Skor Hasil Perhitungan SUS										Jumlah	Nilai (Jumlah * 2.5)
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
R23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75.0
R29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50.0
R30	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	15	37.5
Rata - Rata Score												52.4

Dari tabel tersebut di dapatkan rata – rata skor sebesar 52,4, yang dimana desain *website* Ridho Logistics yang sudah ada masuk ke dalam kategori “D” yang merupakan *Marginal – Low* yang berarti pengalaman pengguna terhadap sistem belum optimal dan masih memerlukan perbaikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa desain dari *website* yang ada belum memberikan kepuasan dan kenyamanan yang cukup bagi pengguna.

4.5.2 Perhitungan SUS Sesudah Desain Ulang

Setelah melakukan evaluasi terhadap hasil perancangan ulang situs *web* Ridho Logistics, peneliti kembali membagikan kuesioner dengan menggunakan pendekatan *System Usability Scale (SUS)*. Pengisian kuesioner dilakukan setelah para responden mencoba *prototype* situs *web* dan menggunakan fitur-fitur seperti lacak paket, cek tarif, dan hubungi kami. Hasil perhitungan dapat dilihat di bawah ini.

Tabel IV.8 Skor Hasil Perhitungan SUS Sesudah Desain Ulang

Responden	Skor Hasil Perhitungan SUS										Jumlah	Nilai (Jumlah * 2.5)
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
R30	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	34	85.0
Rata - Rata Score												80.8

Berdasarkan hasil pada tabel tersebut nilai yang diperoleh setelah melakukan desain ulang adalah 80,8. Dibandingkan dengan nilai sebelum dilakukan desain ulang yaitu 52,4, hasil yang ditunjukan dari data setelah desain ulang mengalami kenaikan yang cukup banyak. Nilai 80,8 masuk dalam kategori “B” yang merupakan *Excellent* dan masuk ke dalam rentang penerimaan “*acceptable*” menurut skala interpretasi *SUS*, dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa puas atas pembaharuan terhadap desain *website* Ridho Logistics.

Dengan adanya peningkatan skor yang cukup tinggi ini, menunjukkan bahwa proses desain ulang terhadap *website* Ridho Logistics ini berhasil meningkatkan kegunaan (*usability*) dari sisi pengalaman pengguna, tampilan yang menarik, serta navigasi yang mudah dimengerti. Hal ini sejalan dengan tujuan dilakukannya desain ulang terhadap *website* Ridho Logistics.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI