

Penerapan Metode *Design Thinking* untuk Perancangan UI/UX Website *MARQETIQ*

Anansyah Wira Diharja^{1*}, Riyan Abdul Aziz², Muhammad Setiyawan³
^{1,2,3}STMIK Amikom Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Veteran, Dusun I, Singopuran, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: anansyahwira33@gmail.com*

Abstract: *In the rapidly evolving digital era, the digital marketing service industry in Indonesia faces the challenge of providing more effective and relevant solutions amid intense competition. This research utilizes the Design Thinking methodology to develop the UI/UX of the MARQETIQ website, aiming to enhance user experience by offering digital marketing services tailored to clients' specific needs. Through the five stages of Design Thinking: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The researchers gained deep insights into user needs, formulated key problems, and created and tested innovative design solutions. The research findings indicate that this approach successfully resulted in a more intuitive and responsive website, facilitated the ordering process, and improved client satisfaction and loyalty. These findings demonstrate that applying the Design Thinking approach can significantly enhance user experience and the relevance of services in a digital marketing platform..*

Keywords: *Design Thinking, UI/UX, Digital Marketing, User Experience*

Abstrak: Dalam era digital yang berkembang pesat, industri jasa digital marketing di Indonesia menghadapi tantangan untuk menyediakan solusi yang lebih efektif dan relevan di tengah persaingan yang ketat. Penelitian ini menggunakan metode Design Thinking untuk mengembangkan UI/UX website MARQETIQ, bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan menawarkan layanan digital marketing yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik klien. Melalui lima tahap Design Thinking: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Peneliti memperoleh wawasan mendalam tentang kebutuhan pengguna, merumuskan permasalahan utama, serta menciptakan dan menguji solusi desain yang inovatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode ini berhasil menghasilkan website yang lebih intuitif dan responsif, mempermudah proses pemesanan, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas klien. Temuan ini membuktikan bahwa pendekatan Design Thinking dapat secara signifikan memperbaiki pengalaman pengguna dan relevansi layanan dalam platform digital marketing.

Kata kunci: Design Thinking, UI/UX, Digital Marketing, Pengalaman pengguna

1. LATAR BELAKANG

Dalam era digital saat ini, industri jasa digital marketing telah berkembang pesat dengan semakin banyaknya perusahaan yang membutuhkan layanan tersebut untuk meningkatkan kehadiran online mereka (Zein, 2023). Namun, persaingan yang ketat di sektor ini memaksa penyedia layanan untuk terus berinovasi dalam menawarkan solusi yang efektif dan efisien bagi para klien. Di Indonesia, permintaan akan layanan digital marketing terus meningkat seiring dengan pertumbuhan bisnis online dan e-commerce (Jumawan et al., 2024). Akan tetapi, sering kali layanan yang ditawarkan oleh berbagai penyedia jasa tidak selalu tepat sasaran atau kurang memuaskan karena kurangnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan spesifik setiap klien.

Salah satu solusi untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan mengembangkan platform online atau website yang dirancang khusus untuk menyediakan layanan digital marketing yang disesuaikan dengan kebutuhan unik setiap klien (Ediana et al., 2023). Dengan demikian, platform MARQETIQ hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut. Website ini tidak hanya menjadi tempat di mana klien dapat menemukan berbagai layanan digital marketing, tetapi juga menawarkan pengalaman pengguna yang dipersonalisasi dan intuitif, sehingga memudahkan proses pemesanan dan konsultasi layanan yang diinginkan. Hal ini penting mengingat target pasar utama MARQETIQ adalah para pelaku usaha, baik besar maupun kecil, yang membutuhkan layanan digital marketing yang mudah diakses dan dapat diandalkan untuk menunjang strategi pemasaran mereka.

Namun, pengembangan website layanan digital marketing seperti MARQETIQ ini memerlukan pendekatan yang matang, terutama dalam hal desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX). Untuk dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna, diperlukan penerapan metode Design Thinking yang fokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, pembuatan prototipe, serta pengujian yang iteratif. Dengan pendekatan ini, diharapkan MARQETIQ dapat menawarkan layanan yang lebih relevan, mudah diakses, serta mampu meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas klien (Kurniawan, 2023).

2. KAJIAN TEORITIS

Desain Antarmuka (UI)

Pengalaman Pengguna

Antarmuka pengguna (UI) adalah tampilan visual suatu produk yang bertindak sebagai jembatan antara sistem dan pengguna. Tampilan antarmuka pengguna meliputi bentuk, warna, dan font yang dirancang semenarik mungkin. Sederhananya, antarmuka pengguna adalah tampilan produk Anda di mata pengguna. Antarmuka pengguna terdiri dari beberapa komponen yang masing-masing memiliki fungsi penting dalam merancang antarmuka pengguna yang baik. Komponen tersebut adalah tata letak, warna, dan tipografi. Desain UI yang buruk pasti akan menyulitkan pengguna untuk berinteraksi dengannya dan mempengaruhi kegunaan sistem. Desain yang baik adalah yang dapat langsung dipahami pengguna dengan melihat tampilan (Malik & Frimadani, n.d.).

Pengalaman Pengguna (UX)

UX mengacu pada keseluruhan pengalaman pengguna pada saat berinteraksi dengan aplikasi atau situs web. Hal ini mencakup segala aspek, mulai dari bagaimana pengguna menemukan aplikasi tersebut hingga bagaimana mereka merasa setelah menggunakannya. Desain UX fokus pada pengguna dan tujuan-tujuan pengguna. Hal ini mencakup penempatan elemen UI, navigasi, alur kerja, responsivitas, kinerja, dan sejauh mana aplikasi memenuhi kebutuhan pengguna. Tujuan UX adalah menciptakan pengalaman yang memuaskan dan efisien bagi pengguna sehingga mereka merasa senang dan terlibat saat menggunakan aplikasi (Muhammad Taufiq El Ikhwan et al., 2022).

Design Thinking

Design Thinking merupakan cara berpikir dari sudut pandang seorang desainer yang selalu melakukan pendekatan pemecahan masalah dengan fokus manusia. Telah terbukti bahwa pemikiran desain dapat digunakan untuk meningkatkan kejelasan parameter masalah dan mekanisme desain dalam pengembangan kebijakan. *Design Thinking* bekerja dengan proses sistematis yang berfokus pada manusia sebagai pengguna dan penerima manfaat, melalui proses yang terencana untuk menghasilkan perubahan perilaku dan kondisi yang diinginkan (Darmalaksana, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk mengembangkan UI/UX website MARQETIQ adalah design thought. Pemikiran desain adalah pendekatan yang berpusat pada manusia yang berupaya memahami secara mendalam kebutuhan pengguna dan menemukan solusi inovatif. Metode ini terdiri dari lima tahap utama:

a. Empathize

Pada tahap ini peneliti menggunakan secondary research yaitu dengan data yang sudah ada yaitu meneliti data seperti data dari web/blog, jurnal, youtube/instagram, data analitik, dan berita/artikel.

b. Define

Informasi yang diperoleh dari tahap empathize kemudian digunakan untuk mendefinisikan permasalahan utama yang harus diatasi. Pada tahap ini, Tahap Define dalam proses desain pengalaman pengguna (UI/UX) adalah tahap kedua di mana tim desain mengumpulkan dan menganalisis data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk memahami kebutuhan, perilaku, dan aspirasi pengguna. Proses define terbagi

menjadi 2 bagian yang pertama mendefinisikan permasalahan pengguna dari hasil Empathize (*Paint Points*) dan membuat *How-Might We* sebagai peluang solusi.

c. Ideate

Setelah permasalahan didefinisikan dengan jelas, tahap ideate melibatkan brainstorming untuk menghasilkan berbagai solusi potensial. Ide-ide yang muncul dieksplorasi dan dikembangkan menjadi konsep awal untuk desain UI/UX yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

d. Prototype

Pada tahap ini, dibuat prototipe dari konsep-konsep yang telah dihasilkan. Prototipe ini berupa pembuatan User Flow, Wireframe, Design System, UI Design, dan Prototyping.

e. Test

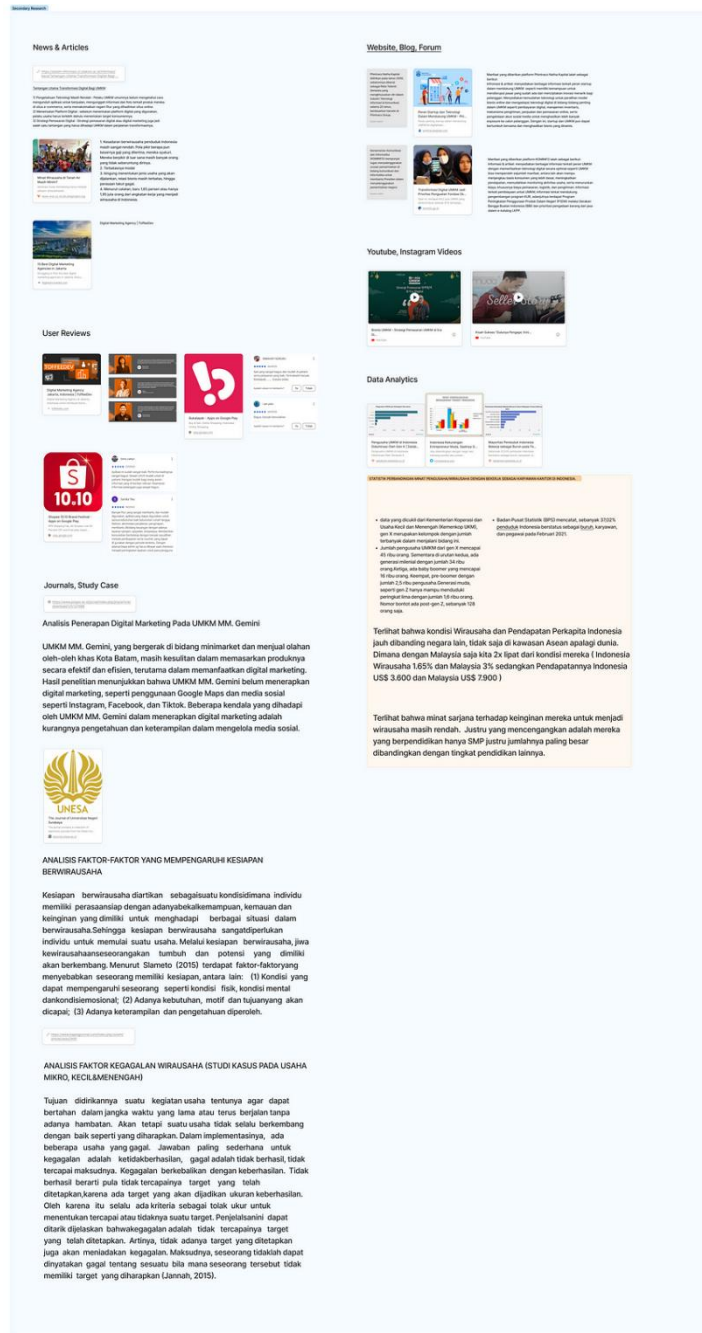
Prototipe yang telah dibuat kemudian diuji oleh pengguna untuk mendapatkan umpan balik. Tahap ini penting untuk mengevaluasi apakah solusi yang diusulkan efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Umpan balik yang diterima akan digunakan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan desain sebelum implementasi akhir.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil dari penerapan metode Design Thinking dalam perancangan website MARQETIQ, yang memiliki tujuan mengidentifikasi permasalahan yang ada, menghasilkan solusi yang tepat guna, serta memunculkan inovasi yang berlandaskan sudut pandang pengguna. Melalui metode ini, peneliti dapat menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan, keinginan, dan tantangan yang dialami oleh pengguna. Dalam proses ini, setiap tahap Design Thinking dilaksanakan dengan penuh komitmen untuk memastikan bahwa website MARQETIQ mampu menghadirkan solusi yang tepat, mudah dipahami, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna. Dengan demikian, penerapan metode Design Thinking dalam perancangan website MARQETIQ memberikan hasil yang signifikan dan berfokus pada kepuasan pengguna. Berikut hasil dan pembahasannya:

a. Emphatize

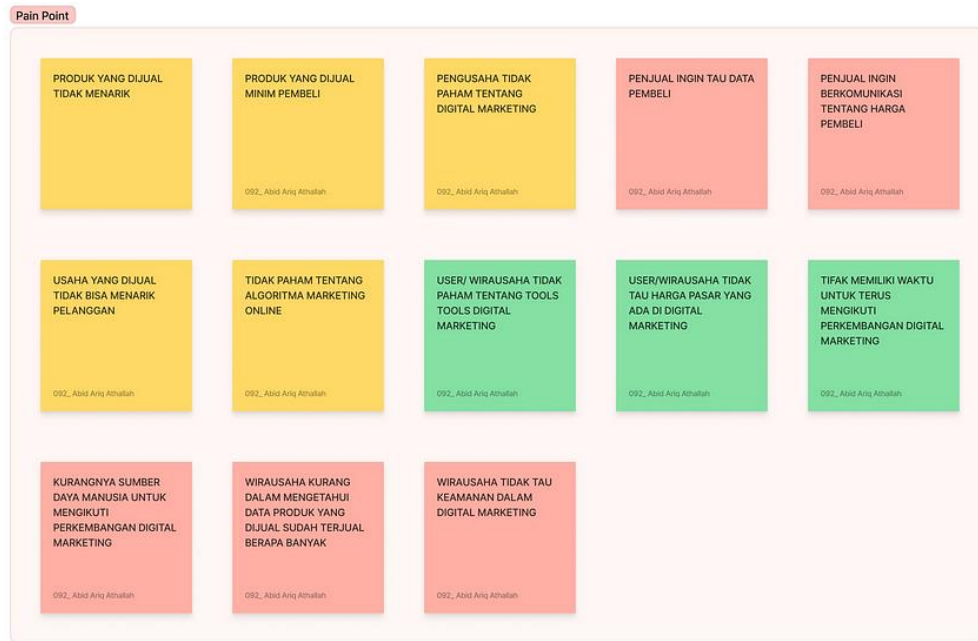
Pada tahap ini peneliti menggunakan secondary research untuk menganalisis data yang sudah ada dari web/blog, jurnal, youtube/instagram, data analitik, dan berita/artikel. Akhir dari informasi yang didapat bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Secondary Research

b. Define

Pada tahap ini, penulis mengelompokkan permasalahan yang ditemukan dari secondary research yang telah dilakukan untuk menghasilkan ide yang relevan serta sesuai dengan harapan responden. Penulis menggunakan *pain point* atau titik kelemahan yang dapat dilihat pada Gambar 2, penulis dapat memahami tanggapan responden terkait permasalahan dalam perancangan website ini.



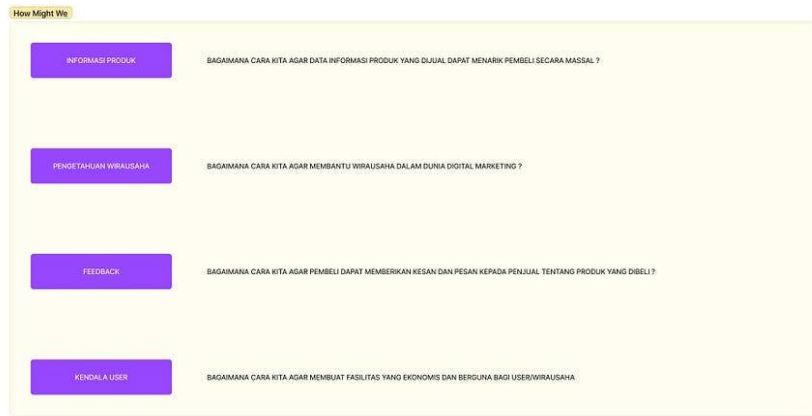
Gambar 2. Paint point

Setelah mengetahui apa saja permasalahan yang dirangkum dalam paint point, diagram afinitas digunakan untuk mengelompokkan dan menyusun masalah dalam perancangan website ini, sebagaimana terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Affinity Diagram

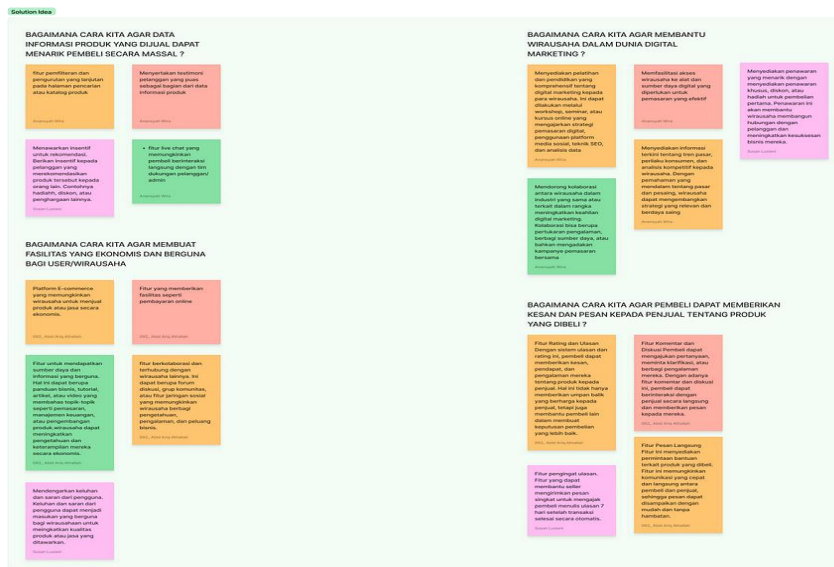
Menunjukkan pengelompokan dan pengorganisasian masalah dalam perancangan website. Selanjutnya, metode *How Might We* digunakan untuk menghasilkan ide-ide solusi terhadap permasalahan yang terdapat pada Gambar 4.



Gambar 4. *How Might-We*

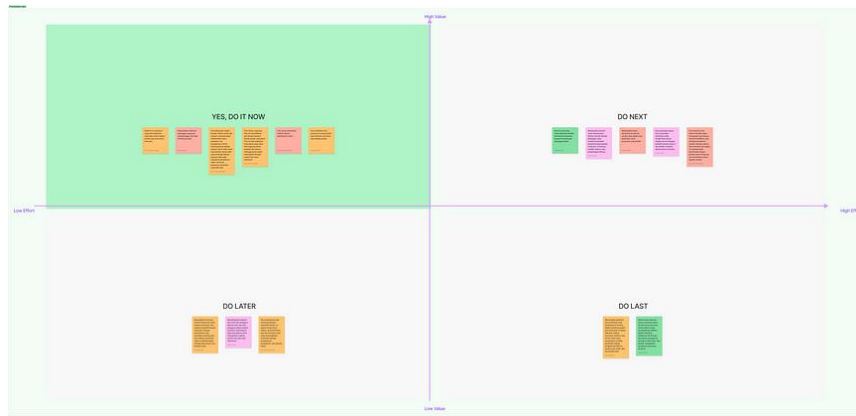
c. Ideate

Pada tahap ini, penulis diminta untuk mengembangkan ide-ide. Ide-ide tersebut meliputi solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi pengguna, guna mencegah atau mengurangi potensi masalah baru seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.



Gambar 5. *Solution Idea*

Selain itu, penulis juga menerapkan *prioritization idea*, yang merupakan proses untuk menyaring dan memberi peringkat pada berbagai ide yang dihasilkan sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memilih ide-ide yang paling potensial untuk menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi pada tahap define yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. *Prioritization Idea*

d. Prototype

Tahap prototyping merupakan salah satu elemen penting dalam proses berpikir desain. Pada fase ini, peneliti mengembangkan model atau prototipe berdasarkan konsep yang telah dihasilkan sebelumnya. Dengan prototipe ini, peneliti dapat mengklarifikasi dan menguji idenya sebelum melanjutkan ke tahap implementasi lebih lanjut. Berikut adalah beberapa langkah yang harus diambil selama fase pembuatan prototipe:

1) *User Flow*

Peneliti membuat diagram alur pengguna untuk menggambarkan urutan langkah yang dilakukan pengguna saat menggunakan website MARQETIQ. Diagram ini dimaksudkan untuk memberikan panduan yang lebih rinci dan jelas tentang bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs web MARQETIQ. Alur pengguna ditunjukkan pada Gambar 7, Gambar 8, Gambar 9, dan Gambar 10.



Gambar 7. *User flow* pembelian dan pembayaran jasa dan layanan web development



Gambar 8. *User flow* pembelian dan pembayaran jasa Content Marketing



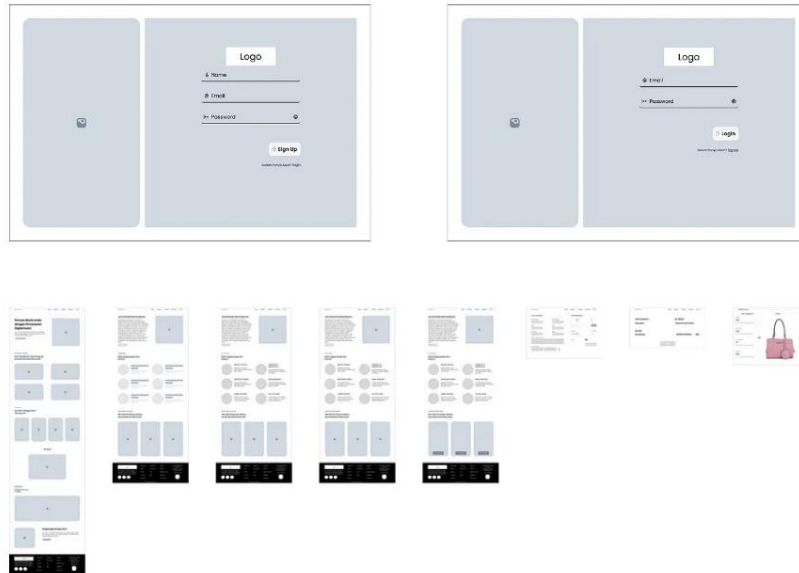
Gambar 9. *User flow* pembelian dan pembayaran jasa Social Media Marketing



Gambar 10. *User flow* pembelian dan pembayaran jasa Email Marketing

2) *Wireframe*

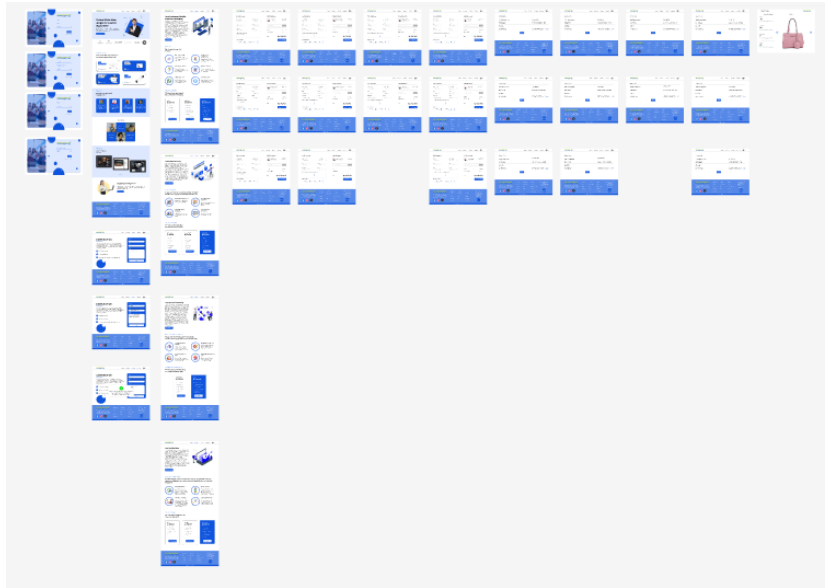
Peneliti membuat sketsa tampilan untuk merancang UI *website MARQETIQ*. Wireframe digunakan untuk memastikan bahwa struktur antarmuka aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Komponen penting, seperti tombol, menu, dan elemen lainnya, dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Wireframe Low Fidelity

3) *Mockup*

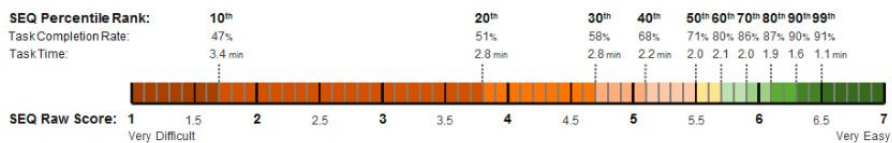
Pada fase ini, peneliti mengembangkan model atau prototipe antarmuka *website MARQETIQ* secara lebih detail. Tujuan pembuatan model ini adalah untuk menguji dan memvisualisasikan konsep yang telah dirancang sebelumnya. Selama proses pembuatan mockup, peneliti memberikan perhatian khusus pada setiap elemen tampilan aplikasi, termasuk warna, font, dan ukuran elemen. Hasil model ditunjukkan pada Gambar 12.



Gambar 12. Wireframe High Fidelity

4) *Testing*

Pengujian usability ini menggunakan metode Single Ease Question, yang melibatkan satu pertanyaan sederhana untuk mengumpulkan umpan balik dari pengguna. Pengguna kemudian memberikan jawaban menggunakan skala Likert yang dapat dilihat pada gambar 13, yang berkisar dari 1 - 7.



Gambar 13. Skala Likert

Hasil penilaian SEQ dari responden untuk 4 tugas yang diberikan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil SEQ

Tugas	Responden 1	Responden 2	Responden 3	Rata - rata
T1	5	7	7	6,3
T2	5	7	7	6,3
T3	5	7	7	6,3
T4	5	6	5	5,3

Semua tugas yang diberikan kepada responden berjumlah 3 yang telah uji coba website tersebut dan rata – rata hasilnya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

- Tugas 1 : 6,3
- Tugas 2 : 6,3
- Tugas 3 : 6,3
- Tugas 4 : 5,3

Rata – rata : $6,3 + 6,3 + 6,3 + 5,3 = 24,2 / 4 = 6,05$

Hasil ini menunjukkan bahwa prototipe website MARQETIQ dalam penelitian ini memiliki tingkat usability yang baik dan mudah digunakan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan metode Design Thinking pada perancangan UI/UX website MARQETIQ, ditemukan bahwa pendekatan ini secara efektif membantu menciptakan antarmuka yang lebih ramah pengguna dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Secara keseluruhan, penerapan metode Design Thinking ini terbukti efektif dalam merancang UI/UX yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga memenuhi kebutuhan spesifik pengguna MARQETIQ. Feedback positif dari pengguna yang melakukan uji coba menunjukkan bahwa perancangan website yang berbasis pada pendekatan Design Thinking mampu menghadirkan pengalaman yang lebih menyenangkan, efisien, dan sesuai dengan ekspektasi pengguna. Meskipun hasil yang dicapai melalui penerapan metode Design Thinking pada website MARQETIQ menunjukkan perkembangan yang baik, tetap diperlukan pengembangan secara berkala untuk mengikuti perubahan kebutuhan pengguna dan kemajuan teknologi. Pengujian usability secara rutin harus terus dilakukan untuk memastikan bahwa website tetap relevan dan mudah diakses.

DAFTAR REFERENSI

- Darmalaksana, W. (2020). *Metode design thinking hadis pembelajaran, riset & partisipasi masyarakat*. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <https://books.google.co.id/books?id=w3sGEAAQBAJ>
- Ediana, D., Andriani, N., Ilmi, A. R. M., & Zulfikhar, R. (2023). Pembelajaran berbasis proyek melalui aplikasi dan platform web: Kajian literatur terhadap pengembangan keterampilan holistik siswa. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 6(3), 860–866. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/19498>
- Jumawan, W. I., Maharani, F. A., Devilia, N. D., & Fauziyyah, S. (2024). Pengaruh e-commerce dan perkembangan bisnis generasi milenial pada era digital. *Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(5), 563–570.
- Malik, R. A., & Frimadani, M. R. (n.d.). *Lean UX: Pemahaman dan penerapan metodologi desain UI yang efektif*. Jejak Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=kbGzEAAQBAJ>

Muhammad Taufiq El Ikhwan, M. E., Ahmad Faisal, S. A., Prayugo, S., & Rodame Monitorir Napitupulu, S. P. M. M. (2022). *Pengembangan aplikasi arsip berbasis web*. Bypass. <https://books.google.co.id/books?id=cnsEAAAQBAJ>

Zein, A. (2023). Analisis strategi digital marketing via media online. *Engineering and Technology International Journal*, 5(2), 206–214. <https://doi.org/10.55642/eatij.v5i02.419>