

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa sumber pustaka sebagai pedoman dan pembanding dalam penelitian yang dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

Herosimo Sribiko Nurjati (Universitas Teknologi Digital Indonesia 2022) dengan judul “Membangun Desain UI/UX Untuk *Website E-Commerce* Studi Kasus: Toko Komputer Online”. Pada penelitiannya penulis menggunakan metode *Design Thinking* dalam membangun website E-Commerce untuk penjualan produk komputer dan laptop.

Muhammad Dio Damiyanti (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2023) dengan judul “Implementasi *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* Pada Aplikasi Kaki Keenam Menggunakan Metode *Design Thinking*”. Pada penelitiannya penulis menggunakan metode *Design Thinking* dalam pengembangan aplikasi kaki keenam.

Andhika Eka Prasetya (Universitas Nusa Mandiri Jakarta 2023) dengan judul “Perancangan UI/UX Management Inventory Berbasis *Website* Dengan Metode Design Thinking”. Pada penelitiannya penulis menggunakan metode *Design Thinking* dalam merancang *website Management Inventory*.

Elda Chandra Shirvanadi (Universitas Islam Indonesia 2021) dengan judul “Perancangan Ulang UI/UX Situs *E-Learning* Amikom Center Dengan Metode

*Design Thinking* Studi Kasus: Amikom Center”. Pada penelitiannya penulis menggunakan metode *Design Thinking* dalam perancangan ulang Amikom Center.

Aulia Alfi Ma’ruf (Universitas Nusa Mandiri Jakarta 2023) dengan judul “Perancangan UI/UX Aplikasi Inventaris Pada SMK Ma’arif NU Bobotsari Menggunakan Metode Design Thinking”. Pada penelitiannya penulis menggunakan metode *Design Thinking* dalam merancang aplikasi Investaris.

Agnes Belladonna Shandy Ayocha (Universitas Teknologi Digital Indonesia 2024) dengan judul “Perancangan Ulang Desain UI/UX Website Sistem Informasi Menggunakan Metode Design Thinking Studi Kasus: Gereja Kristus Raja Paroki Baciro”. Pada penelitiannya penulis menggunakan metode *Design Thinking* dalam merancang ulang desain *website* sistem informasi Gereja Kristus Raja Paroki Baciro.

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka

<b>Penulis</b>	<b>Topik Penelitian</b>	<b>Fokus Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil/Kesimpulan</b>
Herosimo Sribiko Nurjati (2022)	Desain UI/UX untuk Website E-Commerce	Membangun desain <i>website e-commerce</i> toko komputer	<i>Design Thinking</i>	Penelitian menghasilkan rancangan UI/UX yang meningkatkan pengalaman pengguna pada <i>website e-commerce</i> komputer. Desain fokus pada kemudahan navigasi dan aksesibilitas, yang mampu meningkatkan interaksi dan potensi konversi di toko online tersebut.
Muhammad Dio Damiyanti (2023)	Implementasi UI/UX pada Aplikasi "Kaki Keenam"	Merancang aplikasi "Kaki Keenam"	<i>Design Thinking</i>	Penelitian menghasilkan UI/UX aplikasi "Kaki Keenam" yang lebih intuitif dan mudah diakses oleh pengguna. Proses <i>Design</i>

<b>Penulis</b>	<b>Topik Penelitian</b>	<b>Fokus Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil/Kesimpulan</b>
				<i>Thinking</i> membantu menyesuaikan desain dengan kebutuhan pengguna.
Andhika Eka Prasetya (2023)	Perancangan UI/UX untuk <i>Website</i> Manajemen Inventaris	Membangun <i>website</i> manajemen inventaris	<i>Design Thinking</i>	Penelitian ini menghasilkan desain UI/UX yang memudahkan pengguna dalam mengelola data inventaris. Pendekatan <i>Design Thinking</i> membantu merancang tampilan yang <i>user-friendly</i> , efisien, dan sesuai kebutuhan pengguna.
Elda Chandra Shirvanadi (2021)	Redesain UI/UX Situs <i>E-Learning</i>	Merancang ulang situs <i>E-Learning</i> Amikom Center	<i>Design Thinking</i>	Penelitian ini menghasilkan desain ulang UI/UX situs <i>e-learning</i> Amikom Center yang lebih menarik dan interaktif.
Aulia Alfi Ma'ruf (2023)	Perancangan UI/UX untuk Aplikasi Inventaris Sekolah	Merancang aplikasi inventaris untuk SMK Ma'arif NU Bobotsari	<i>Design Thinking</i>	Penelitian ini menghasilkan rancangan desain aplikasi UI/UX inventaris yang disesuaikan dengan kebutuhan sekolah
Agnes Belladona Shandy Ayocha (2024)	Redesain <i>Website</i> Sistem Informasi Gereja	Merancang ulang desain <i>website</i> sistem informasi Gereja Kristus Raja	<i>Design Thinking</i>	Penelitian ini menghasilkan rancangan ulang UI/UX yang lebih <i>user-friendly</i> untuk website Gereja Kristus Raja Paroki Baciro. Dengan metode <i>Design Thinking</i> , penelitian ini memperbaiki pengalaman pengguna berdasarkan kebutuhan jemaat untuk akses informasi yang lebih mudah dan terstruktur.

## **2.2 Dasar Teori**

### **2.2.1 *Suvenir***

Suvenir adalah barang atau produk yang biasanya dibeli sebagai kenang-kenangan dari suatu tempat atau acara. Suvenir memiliki banyak berbagai jenis seperti undangan, gelas, asbak, kipas, tas, dan lain-lain.

Menurut Ramadhani (2019), souvenir memiliki nilai sentimental dan sering kali dipilih untuk mengingat momen atau tempat tertentu. Industri souvenir memainkan peran penting dalam sektor pariwisata dan perdagangan karena mampu menarik minat pembeli dari berbagai kalangan.

### **2.2.2 *Website***

*Website* adalah sebuah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Menurut Hutabarat (2017), *website* dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan yang efektif bagi berbagai jenis usaha, termasuk usaha kecil dan menengah.

*Website* tidak hanya digunakan sebagai penyedia informasi tetapi juga sebagai alat yang memungkinkan terjadinya transaksi jual beli secara *online*. Menurut Pratama (2016) menyatakan bahwa keberadaan *website* dapat meningkatkan visibilitas bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, *website* juga dapat diintegrasikan dengan berbagai fitur tambahan seperti sistem pembayaran online, manajemen inventaris, dan layanan pelanggan sehingga dapat

meningkatkan efisiensi operasional bisnis.

### **2.2.3 *User Interface (UI)***

*User Interface (UI)* merupakan visual antarmuka dari sebuah website atau suatu aplikasi untuk berinteraksi dengan pengguna melalui perangkat komputer atau perangkat elektronik. Menurut Herdiansyah (2020), desain UI yang baik haruslah intuitif, mudah digunakan, dan menarik secara visual.

Desain UI yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan membantu dalam mencapai tujuan bisnis. UI mencakup elemen-elemen visual seperti tata letak, warna, ikon, dan tipografi yang semuanya dirancang untuk memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. UI yang baik juga harus responsif, artinya dapat beradaptasi dengan berbagai ukuran layar dan perangkat.

### **2.2.4 *User Experience (UX)***

*User Experience (UX)* adalah keseluruhan pengalaman yang dialami pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk atau sistem. Menurut Setiawan (2019), UX mencakup aspek kenyamanan, kepuasan, dan kegunaan dari perspektif pengguna.

Desain UX yang baik harus memperhatikan kebutuhan dan harapan pengguna serta memberikan solusi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan tersebut. UX tidak hanya melibatkan aspek visual tetapi juga aspek fungsional dan emosional. Menurut Puspitasari (2018) menunjukkan bahwa UX yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan konversi dan kepuasan pelanggan, yang pada

akhirnya meningkatkan nilai bisnis dari produk atau layanan.

### 2.2.5 *Design Thinking*

*Design Thinking* merupakan metode penyelesaian masalah yang berfokus pada pendekatan terhadap pengguna untuk memahami kebutuhan pengguna, serta merancang solusi yang inovatif dan relevan sesuai dengan masalah yang dihadapi. Metode *design thinking* merupakan metode yang berpusat pada manusia (*Human Centered Design*) sehingga memastikan bahwa setiap langkah dan keputusan yang diambil dalam pengembangan desain produk atau layanan didasarkan pada pemahaman terhadap pengguna. *design thinking* sendiri terdiri dari beberapa langkah antara lain *empathize* (empati), *define* (memahami), *ideate* (ide), *prototype* (prototipe), dan *test* (pengujian). Urutan tersebut tahap *design thinking* dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Proses Design Thinking

### **2.2.6 Empathize**

*Empathize* (empati) merupakan tahap awal metode *design thinking* pada tahap ini dilakukan pendekatan terhadap pengguna untuk memahami dan merasakan apa yang pengguna rasakan. Pada tahap *empathize* pendekatan dilakukan dengan pengamatan, wawancara, dan ikut berproses untuk memahami keinginan dan kebutuhan pengguna.

#### **1. User Persona**

*User persona* adalah representasi dari pengguna untuk menganalisis pengguna yang dibuat berdasarkan data pada tahap *empathize*. Menurut Purnomo (2019), *user persona* membantu dalam memahami karakteristik, kebutuhan, dan tujuan pengguna. Dengan memahami *user persona* maka keputusan yang dibuat akan lebih tepat dalam memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

#### **2. Customer Journey Map**

*Customer journey map* adalah visualisasi dari proses yang dilalui pengguna dalam mencapai suatu tujuan atau kesepakatan. *Customer journey map* digunakan untuk menggambarkan perilaku dan ekspresi emosi pengguna untuk membantu dalam mencapai solusi yang sesuai kebutuhan pengguna.

### **2.2.7 Define**

*Define* (memahami) merupakan tahap selanjutnya dalam metode *design thinking* tahap ini merupakan tahap dimana peneliti menganalisis data yang

dikumpulkan pada tahap *empathize* untuk merumuskan masalah yang dimiliki oleh pengguna agar solusi yang diberikan dapat sesuai dengan keinginan pengguna.

### 1. *Empaty Map*

*Empathy Map* adalah alat yang digunakan dalam proses *Design Thinking* untuk membantu memahami perilaku, perasaan, dan pandangan pengguna. Hal ini memungkinkan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang kebutuhan dan harapan pengguna dengan menggambarkan berbagai aspek dari pengalaman pengguna.

### 2.2.8 *Ideate*

*Ideate* (Ide) adalah tahap dimana dari rumusan masalah yang ada dikembangkan untuk menghasilkan dan mengembangkan berbagai ide atau solusi untuk memecahkan masalah yang dimiliki oleh pengguna. Tahap ini mendorong berpikir kreatif dan luas, memungkinkan eksplorasi berbagai kemungkinan solusi tanpa terbatas.

### 1. *Prioritization Matrix*

*Prioritization Matrix* digunakan untuk menentukan prioritas fitur berdasarkan dua kriteria utama: dampak (*impact*) dan upaya (*effort*). Matriks ini membantu untuk fokus pada fitur-fitur yang memberikan nilai tertinggi dengan usaha yang paling efisien. Menurut penelitian oleh Nugroho et al. (2021), *Prioritization Matrix* merupakan metode yang efektif untuk membantu pengambilan keputusan dalam pengembangan produk digital, karena memungkinkan pengembang untuk mengidentifikasi fitur-fitur yang



memberikan dampak signifikan dengan biaya implementasi yang minimal. Ini sangat penting dalam lingkungan yang sering kali memiliki keterbatasan sumber daya.

## **2. *User Flow***

*User Flow* merupakan diagram yang menggambarkan langkah-langkah yang diambil oleh peneliti untuk menyelesaikan suatu masalah. Menurut Sari (2018), *user flow* membantu dalam merancang jalur yang efisien dan logis bagi pengguna. Dengan memahami *user flow*, maka dapat dipastikan bahwa setiap langkah yang diambil akan mudah dipahami dan dilakukan.

## **3. *Sitemap***

*Sitemap* adalah representasi struktural dari halaman-halaman dalam sebuah website. Menurut Dewi (2019), *sitemap* penting untuk merencanakan navigasi yang efektif dan memudahkan pengguna menemukan informasi yang mereka butuhkan. *Sitemap* membantu dalam mengorganisasi konten website sehingga akan mempermudah perancangan yang terstruktur dengan baik untuk mempermudah pengguna dalam menemukan informasi yang dicari.

### **2.2.9 *Prototype***

*Prototype* merupakan model awal dari suatu produk yang digunakan untuk menguji konsep atau proses. Pada tahap ini dihasilkan sebuah skenario untuk diujikan kepada pengguna.

#### **1. *Wireframe***

*Wireframe* merupakan visual kasar atau sketsa model sederhana dari tata

letak halaman *web* yang menunjukkan elemen-elemen dasar dan struktur halaman. Menurut Wibowo (2018), *wireframe* penting untuk merancang tata letak yang intuitif dan *user-friendly* sebelum pengembangan lebih lanjut.

## **2. *UI Kit***

*UI Kit* merupakan sekumpulan elemen dan komponen desain yang disusun untuk memudahkan dalam pembuatan antarmuka pengguna (*User Interface*). *UI Kit* biasanya terdiri dari berbagai elemen seperti tombol, ikon, input form, slider, warna, dan tipografi yang telah disusun agar dapat diterapkan dalam proses desain antarmuka.

## **3. *Prototype Interactive***

*Prototype interactive* adalah model awal dari antarmuka yang dapat berinteraksi langsung dengan pengguna untuk memberikan pengalaman yang menyerupai produk akhir. Dalam tahap ini, pengguna dapat melakukan navigasi dan mencoba fungsi-fungsi utama dari antarmuka, seperti tombol, fitur-fitur, dan halaman-halaman, meskipun seluruh fungsinya belum diterapkan sepenuhnya. Menurut Pradana (2020), prototipe interaktif penting untuk menguji alur interaksi pengguna dan mengidentifikasi potensi masalah dalam pengalaman pengguna (UX).

### **2.2.10 *Test***

*Test* (pengujian) merupakan tahap dimana *prototype* diuji oleh pengguna untuk mengetahui apakah desain yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengujian ini sangat penting untuk mengidentifikasi masalah dan

membuat rekomendasi perbaikan yang diperlukan sebelum pengembangan lebih lanjut.

### **1. *Usability Testing***

*Usability Testing* adalah metode pengujian di mana pengguna diminta untuk menggunakan *prototype* dan memberikan umpan balik mengenai kemudahan penggunaan dan kegunaannya. Menurut Haryanto (2020), pengujian ini penting untuk mengidentifikasi masalah *usability* dan melakukan perbaikan sebelum produk diluncurkan.

### **2. *System Usability Scale (SUS)***

*System Usability Scale (SUS)* merupakan metode evaluasi *usability* yang memberikan skor keseluruhan tentang kemudahan penggunaan suatu sistem. SUS terdiri dari 10 pertanyaan yang akan dijawab oleh pengguna. Skor SUS membantu dalam mengidentifikasi seberapa baik desain memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna, serta menentukan area yang perlu ditingkatkan.

### **3. *Net Promoter Score (NPS)***

*Net Promoter Score (NPS)* adalah indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pengguna terhadap produk atau layanan. Dalam NPS, pengguna diminta untuk menilai seberapa besar kemungkinan mereka merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.