

PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE APLIKASI PENJUALAN HIJAB PADA VEE HIJAB MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Adven Bintang Putra Pratama¹, Indrawan Ady Saputro²

STMIK Amikom Surakarta, Surakarta, Indonesia

adven.10340@mhs.amikomsolo.ac.id¹, indrawanadysaputro@gmail.com²

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 1 Bulan : Januari Tahun : 2026 E-ISSN : 3062-9624	<i>The rapid growth of the modest fashion industry in Indonesia has driven retail businesses such as Vee Hijab to transform from manual, chat-based sales systems into structured mobile-based e-commerce applications. Previously, customer transactions conducted via instant messaging faced various operational hurdles, including repetitive manual inquiries regarding color variants, fabric sizes, stock availability, and real-time shipping status, which ultimately degraded the user shopping experience and reduced sales conversion rates. This research aims to design an intuitive, responsive, and user-centered User Interface (UI) and User Experience (UX) for the Vee Hijab mobile application using the Design Thinking method. The Design Thinking framework comprises five sequential phases: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. In the prototype phase, a high-fidelity interactive prototype consisting of 28 core screens categorized into 7 functional categories was developed, incorporating specialized features such as bottom-sheet color/size selection, real-time stock indicators, and interactive courier tracking. Evaluation was conducted through Usability Testing and the System Usability Scale (SUS) involving 30 target users. The testing results yielded an average SUS score of 84.5, which falls under the "Excellent" category with Grade A and "Acceptable" usability. These findings demonstrate that the proposed UI/UX design effectively solves operational inefficiencies, enhances user satisfaction, and offers a scalable design framework for local fashion MSMEs transitioning to digital platforms.</i> Keywords : Design Thinking, E-Commerce, User Interface, User Experience, Vee Hijab

Abstrak

Pesatnya pertumbuhan industri modest fashion di Indonesia mendorong pelaku usaha ritel seperti Vee Hijab untuk bertransformasi dari sistem penjualan manual berbasis chatting menuju aplikasi e-commerce berbasis mobile yang terstruktur. Sebelumnya, transaksi pelanggan yang dilakukan melalui pesan instan menghadapi berbagai hambatan operasional, seperti tingginya pertanyaan manual berulang terkait varian warna, ukuran kain, ketersediaan stok, dan status pengiriman real-time, yang pada akhirnya menurunkan tingkat kepuasan pengguna dan angka konversi penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang User Interface (UI) dan User Experience (UX) aplikasi mobile Vee Hijab yang intuitif, responsif, dan berpusat pada pengguna menggunakan metode Design Thinking. Kerangka kerja Design Thinking yang digunakan mencakup lima tahapan berurutan: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Pada tahap prototype, dihasilkan reka bentuk interaktif high-fidelity yang mencakup 28 layar utama yang terbagi ke dalam 7 kategori fungsional, dengan mengintegrasikan fitur khusus seperti bottom sheet pemilih warna/ukuran, indikator stok real-time, serta tracking kurir interaktif. Evaluasi dilakukan melalui Usability Testing dan System Usability Scale (SUS) yang melibatkan 30 pengguna target. Hasil pengujian menunjukkan rata-rata skor SUS sebesar 84,5 yang masuk dalam kategori "Excellent" dengan Grade A dan tingkat penerimaan "Acceptable". Hasil ini membuktikan bahwa rancangan UI/UX yang diusulkan berhasil mengatasi kendala operasional, meningkatkan kepuasan pengguna, serta memberikan kerangka desain yang dapat diterapkan bagi UMKM fesyen lokal dalam melakukan digitalisasi usaha.

Kata Kunci : Design Thinking, E-Commerce, User Interface, User Experience, Vee Hijab

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh ke industri ritel global, termasuk di Indonesia, di mana keberadaan platform digital menjadi katalis utama peningkatan transaksi UMKM (Pratama et al., 2025). Sektor *modest fashion*, khususnya penjualan hijab dan pakaian muslim, mengalami peningkatan permintaan yang signifikan seiring dengan pergeseran gaya hidup digital masyarakat. Vee Hijab adalah salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bergerak di bidang bisnis busana muslim dan aksesoris hijab. Dalam menjalankan operasional bisnis harian, Vee Hijab sebelumnya sangat bergantung pada saluran penjualan berbasis pesan instan. Namun, seiring bertambahnya volume transaksi harian, model operasional manual ini menimbulkan kendala besar pada efisiensi layanan.

Permasalahan utama yang dihadapi pengguna dan pengelola Vee Hijab adalah tingginya bounce rate dan drop-off calon pembeli akibat proses pemesanan yang lambat dan ketiadaan antarmuka sistem yang berfokus pada kebutuhan fungsionalitas pengguna (Alja et al., 2024). Pelanggan kerap harus menanyakan ketersediaan stok, dimensi ukuran kain (misalnya ukuran standar 110x110 cm versus ukuran Syar'i), ketersediaan warna secara rinci, serta meminta estimasi ongkos kirim dan pelacakan kurir secara manual melalui *chatting*. Kondisi tersebut

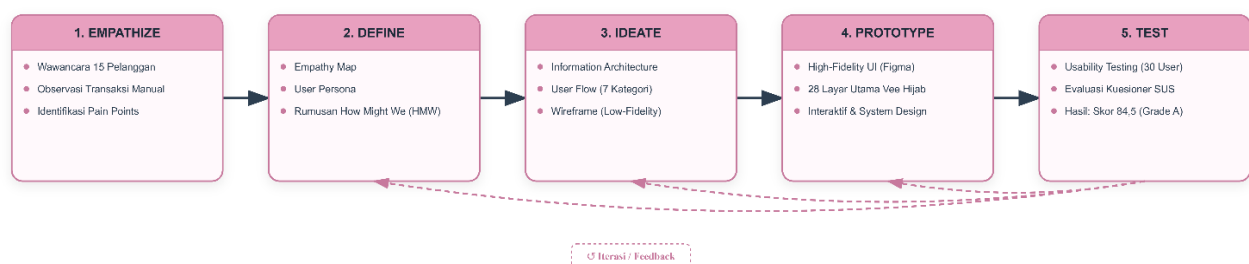
menyebabkan penumpukan pesan, risiko kelalaian manusia (human error) dalam pencatatan transaksi, serta ketidakpuasan pelanggan akibat respon yang lambat. Oleh karena itu, Vee Hijab membutuhkan transformasi digital berupa aplikasi *mobile e-commerce* mandiri.

Untuk menciptakan aplikasi *mobile* yang sukses diterima pasar, penerapan pendekatan Design Thinking dinilai sangat efektif karena mampu menemukan pemecahan masalah berdasarkan hambatan pengguna sebagai audiens sasaran (Prasetio & Manongga, 2025). Antarmuka yang rumit atau alur navigasi yang membingungkan dapat menyebabkan pengguna enggan menyelesaikan transaksi. Oleh sebab itu, diperlukan pendekatan perancangan yang berfokus pada kebutuhan manusia (human-centered design). Metode Design Thinking dipilih karena menyediakan kerangka kerja iteratif yang mendalam untuk memahami empati pengguna, merumuskan akar masalah, mengeksplorasi ide solutif, hingga memvalidasi hasil desain melalui pengujian langsung.

Kebaharuan (novelty) dari penelitian ini terletak pada formulasi pola antarmuka spesifik untuk transaksi *modest fashion* pada toko ritel hijab, yang dirancang untuk mengatasi preferensi pengguna yang lebih nyaman bertransaksi melalui aplikasi *mobile* dibanding situs web statis (Ardelia et al., 2025). Penelitian ini merancang komponen *bottom sheet* dinamis khusus untuk pemilihan dimensi ukuran dan sisa stok varian warna hijab secara presisi, serta simulasi pelacakan kurir logistik interaktif yang terintegrasi penuh dalam satu ekosistem aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan prototipe interaktif *high-fidelity* aplikasi Vee Hijab yang mencakup 28 halaman utama dan tervalidasi dengan tingkat kelayakan usability yang tinggi.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode Design Thinking yang terdiri dari lima tahap berurutan dan berulang (iterative): Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Alur kerja perancangan ditunjukkan pada pendekatan holistik berikut.



Gambar 1. Alur Tahapan Metode Design Thinking Perancangan Aplikasi Vee Hijab

1) Empathize (Empati Pengguna):

Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) terhadap 15 pelanggan aktif Vee Hijab dan observasi langsung terhadap alur transaksi penjualan manual untuk memahami kelancaran dan kenyamanan pengguna saat bertransaksi (Saddyah & Saragih, 2024). Pengumpulan data bertujuan untuk menggali kendala utama (pain points), harapan, serta kebiasaan belanja produk hijab secara daring.

2) Define (Penetapan Masalah):

Data hasil wawancara dianalisis menggunakan *Empathy Map* dan pembentukan *User Persona* guna mengidentifikasi isu-isu kunci pengguna secara presisi (Ansori et al., 2023). Berdasarkan analisis tersebut, dirumuskan How Might We (HMW) untuk mentransformasikan masalah menjadi peluang desain, seperti "Bagaimana kita bisa memberikan kejelasan varian warna dan dimensi ukuran hijab tanpa memerlukan konfirmasi manual melalui pesan instan?"

3) Ideate (Pembentukan Ide & Solusi):

Tahap ini menghasilkan penyusunan Information Architecture (IA), User Flow transaksi, dan rancangan sketsa tingkat rendah (*Wireframe/Low-Fidelity*) guna merancang tata letak yang efisien (Putra et al., 2021). Fitur-fitur utama dikelompokkan ke dalam 7 kategori fungsional aplikasi.

4) Prototype (Pembuatan Prototipe):

Penerapan desain tingkat tinggi (*High-Fidelity*) dan prototipe interaktif dikembangkan menggunakan aplikasi Figma untuk menyajikan antarmuka yang menarik dan ramah pengguna (Habibah & Saputro, 2024). Prototipe ini mencakup 28 halaman aplikasi lengkap dengan elemen sistem desain (tipografi, palet warna brand Vee Hijab, ikonografi, dan komponen micro-interaction).

5) Test (Pengujian Usability):

Pengujian dilakukan terhadap 30 responden target menggunakan teknik Task-Based Usability Testing dan kuesioner baku System Usability Scale (SUS) untuk mengukur tingkat kebergunaan antarmuka secara terukur (Ashari & Muharram, 2022). Instrumen SUS terdiri

dari 10 pernyataan dengan skala Likert 1–5 untuk mengukur tingkat kebergunaan dan penerimaan sistem oleh pengguna.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Penerapan Tahap Design Thinking

Pada tahap Empathize dan Define, teridentifikasi tiga masalah utama pengguna: (a) kesulitan membayangkan ukuran dan bahan hijab yang sebenarnya, (b) proses *checkout* manual yang memakan waktu, dan (c) ketiadaan kepastian pelacakan barang setelah pembayaran. Pendekatan iteratif ini secara efektif memandu siklus perancangan UI/UX berbasis kebutuhan nyata pengguna (Agnestisia et al., 2024). Solusi ideasi diwujudkan ke dalam pembentukan arsitektur sistem 28 layar interaktif.

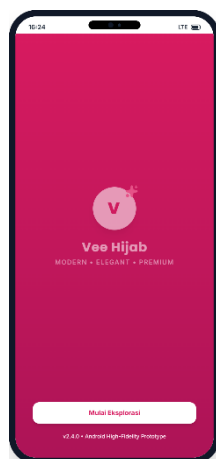
2) Implementasi Rancangan Antarmuka (*High-Fidelity UI*)

Hasil perancangan antarmuka aplikasi Vee Hijab terbagi secara sistematis ke dalam 7 Kategori Fungsional (28 Layar) sebagai berikut:

a. Kategori 1 & 2: Inisialisasi, *Onboarding* & Otentikasi Akun

Layar *Splash Screen* (splash), *Onboarding* 1-3 (*onboarding1*, *onboarding2*, *onboarding3*), *Login* (*login*), *Register* (daftar), dan Lupa Password (*lupa_password*) dirancang intuitif untuk memberikan pengalaman awal yang konsisten dan mempercepat proses pendaftaran pengguna baru (Sulistyono et al., 2023).

1. *Splash Screen* (splash): Halaman sambutan awal yang menampilkan animasi branding identitas visual Vee Hijab.



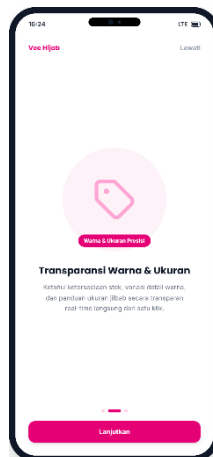
Gambar 2. Halaman *Splash Screen*

2. *Onboarding 1* - Katalog (*onboarding1*): Media edukasi pengguna mengenai kemudahan eksplorasi katalog hijab terkini.



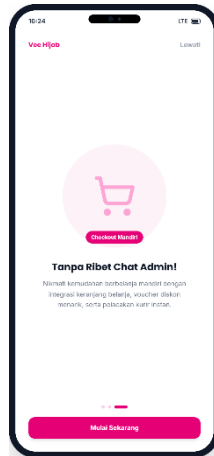
Gambar 3. Halaman *Onboarding 1*

3. *Onboarding 2* - Detail Produk (*onboarding2*): Edukasi ketersediaan varian warna dan dimensi ukuran kain tanpa perlunya chat manual.

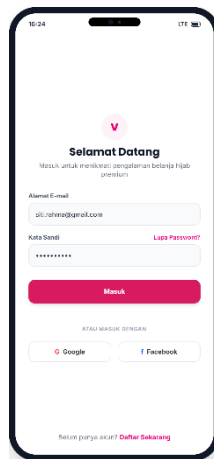


Gambar 4. Halaman *Onboarding 2*

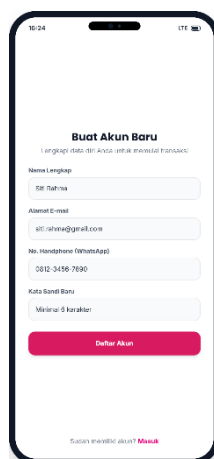
4. *Onboarding 3* - Pembelian (*onboarding3*): Edukasi kemudahan transaksi mandiri (*self-checkout*) dan fitur pelacakan kurir *real-time*.

Gambar 5. Halaman *Onboarding* 3

5. Masuk / *Login (login)*: Formulir autentikasi masuk akun bagi pengguna terdaftar.

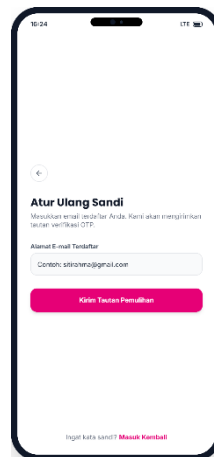
Gambar 6. Halaman Masuk/*Login*

6. Daftar Akun Baru / *Register (daftar)*: Formulir pendaftaran akun pengguna baru.



Gambar 7. Halaman Daftar/Registrasi

7. Lupa Kata Sandi (*lupa_password*): Layanan pemulihan dan pengiriman tautan penataan ulang kata sandi via e-mail.

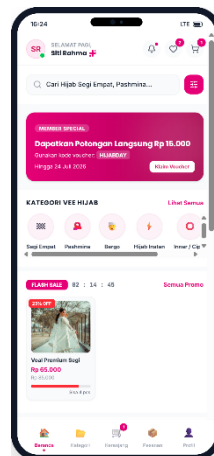


Gambar 8. Halaman Lupa Kata Sandi

b. Kategori 3 & 4: Eksplorasi Produk, Keranjang & *Checkout*

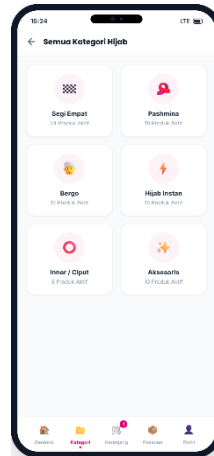
Layar Beranda (beranda), Kategori (kategori), Pencarian (pencarian), Detail Produk (detail_produk), Pilih Warna (pilih_warna), Pilih Ukuran (pilih_ukuran), Keranjang (keranjang), *Checkout* (checkout), Pilih Alamat (pilih_alamat), Metode Pembayaran (metode_pembayaran), dan Pembayaran Berhasil (pembayaran_berhasil) meningkatkan interaksi transaksi pengguna secara signifikan (Prayoga et al., 2024).

1. Beranda / Home Dashboard (beranda): Pusat belanja utama yang memuat spanduk promo, flash sale, produk bestseller, dan kolom pencarian.



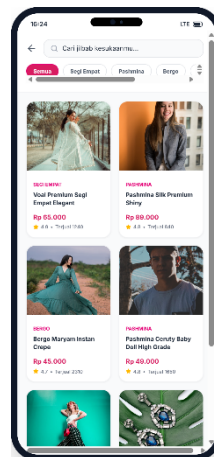
Gambar 9. Halaman Beranda

2. Semua Kategori Hijab (kategori): Pengelompokan tipe hijab (Segi Empat, Pashmina, Bergo, Inner, dan Aksesoris).



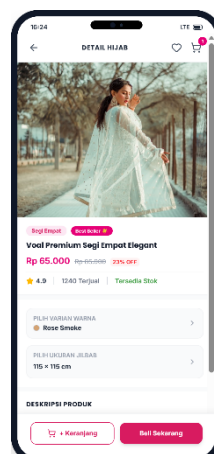
Gambar 10. Halaman Kategori

3. Hasil Pencarian & Filter (pencarian): Halaman penyaring produk berbasis kata kunci dan penanda filter dinamis.



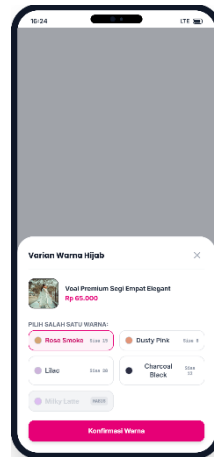
Gambar 11. Halaman Pencarian dan Filter

4. Detail Produk / PDP (detail_produk): Halaman rincian produk, informasi stok, jenis foto kain, dan ulasan penilai.



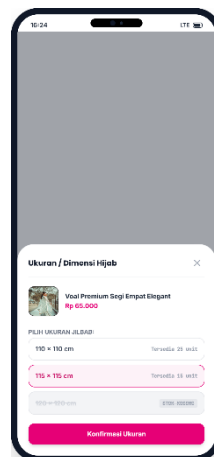
Gambar 12. Halaman Detail Produk

5. Pilih Varian Warna (pilih_warna): Antarmuka *bottom sheet* pemilih varian warna hijab dilengkapi indikator sisa stok.



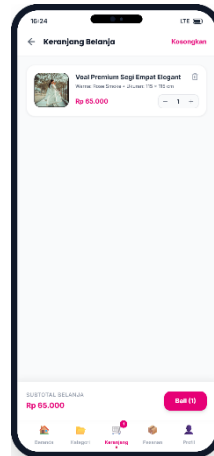
Gambar 13. Halaman Pilih Warna

6. Pilih Ukuran Hijab (pilih_ukuran): Antarmuka *bottom sheet* pemilih dimensi ukuran (misalnya 110x110 cm, Syar'i, dan sejenisnya).



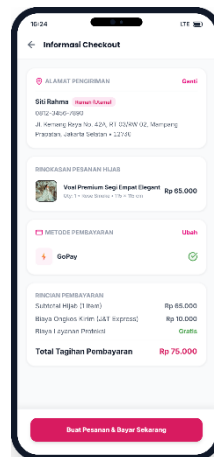
Gambar 14. Halaman Pilih Ukuran

7. Keranjang Belanja (keranjang): Pengelolaan item belanjaan, penyesuaian kuantitas, dan penhitungan subtotal.

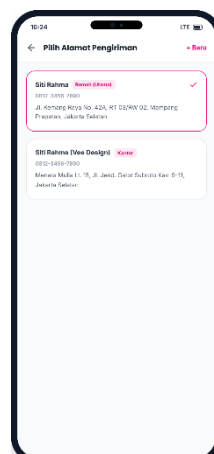


Gambar 15. Halaman Keranjang

8. Formulir *Checkout* (*checkout*): Ringkasan akhir pesanan, alamat tujuan, biaya kirim, dan rincian komponen pembayaran.

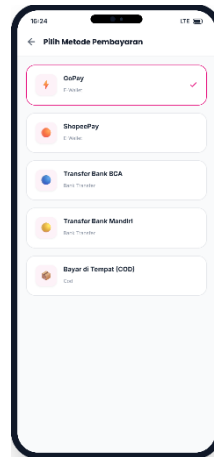
Gambar 16. Halaman *Checkout*

9. Pilih Alamat Pengiriman (*pilih_alamat*): Pengaturan lokasi pengiriman (Rumah, Kantor, atau Alamat Utama).



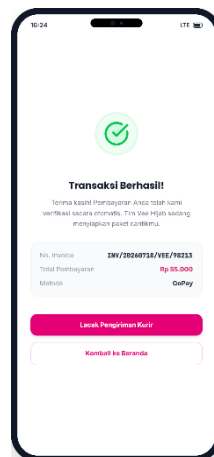
Gambar 17. Halaman Pilih Alamat

10. Pilih Metode Pembayaran (*metode_pembayaran*): Opsi kanal pembayaran (GoPay, Transfer Bank, maupun Cash-on-Delivery).



Gambar 18. Halaman Metode Pembayaran

11. Transaksi & Pembayaran Berhasil (*pembayaran_berhasil*): Layar konfirmasi sukses transfer beserta bukti rekapitulasi resep transaksi.

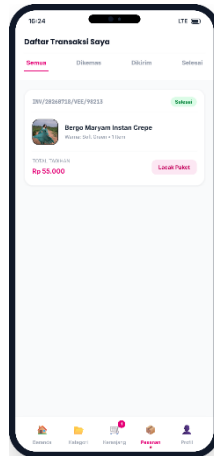


Gambar 19. Halaman Pembayaran Berhasil

- c. Kategori 5, 6 & 7: Pesanan, Logistik, Favorit, & Profil Informasi

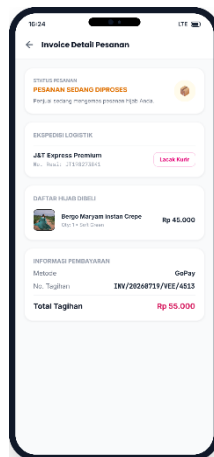
Layar Pesanan Saya (*pesanan_saya*), Detail Pesanan (*detail_pesanan*), *Tracking* Kurir J&T (*tracking*), *Wishlist* (*wishlist*), Notifikasi (*notifikasi*), Profil (*profil*), Edit Profil (*edit_profil*), Pengaturan (*pengaturan*), FAQ (*bantuan*), dan Tentang (*tentang*) melengkapi seluruh ekosistem layanan mandiri yang terstruktur (Assaufa & Arifin, 2023).

1. Pesanan Saya / Daftar Transaksi (*pesanan_saya*): Tab pembagian status pesanan (Belum Bayar, Dikemas, Dikirim, Selesai).



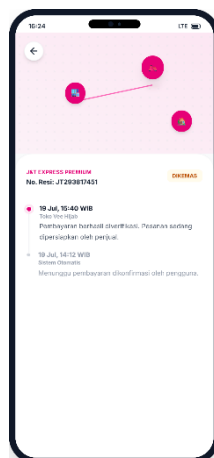
Gambar 20. Halaman Pesanan Saya

2. Detail Informasi Pesanan (detail_pesanan): Informasi faktur tagihan lengkap dan status kurir pengiriman J&T Express.

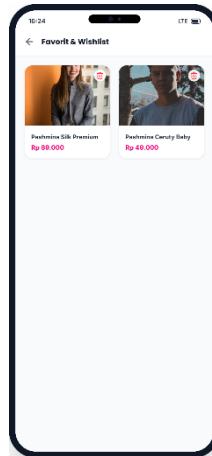


Gambar 21. Halaman Detail Pesanan

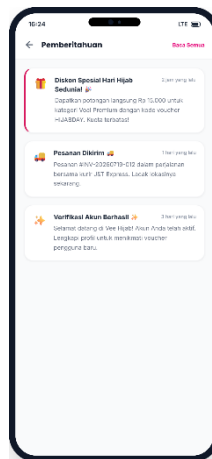
3. Pelacakan Kurir / *Tracking (tracking)*: Simulasi peta interaktif dan garis waktu posisi keberadaan kurir secara *real-time*.

Gambar 22. Halaman *Tracking*

4. Favorit & *Wishlist* Saya (*wishlist*): Daftar simpanan produk jilbab idaman pengguna.

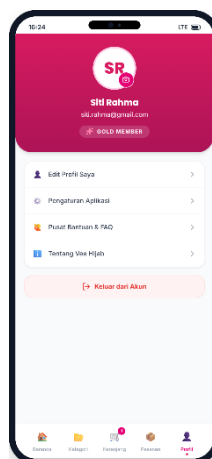
Gambar 23. Halaman *Wishlist*

5. Notifikasi Pemberitahuan (notifikasi): Pusat informasi voucher promo, pembaruan status pesanan, dan produk baru.



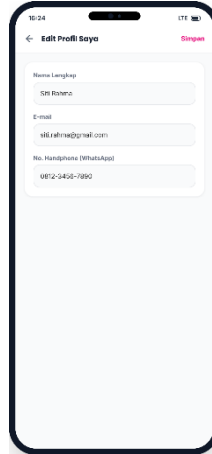
Gambar 24. Halaman Notifikasi

6. Profil Saya (profil): Ringkasan profil akun, status tingkatan keanggotaan (*loyalty member*), dan navigasi menu.



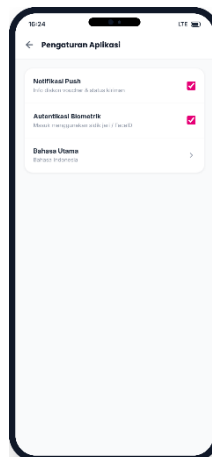
Gambar 25. Halaman Profil

7. Edit Biodata Profil (edit_profil): Formulir pembaharuan data nama, e-mail, dan nomor WhatsApp pengguna.



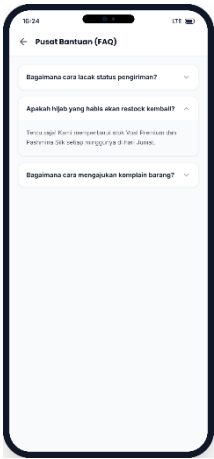
Gambar 26. Halaman Biodata Profil

8. Pengaturan Aplikasi (pengaturan): Saklar preferensi privasi, notifikasi push, dan keamanan akun.



Gambar 27. Halaman Pengaturan

9. Pusat Bantuan / FAQ (bantuan): Layanan jawaban pertanyaan umum seputar produk, penambahan stok (restock), dan pengiriman.



Gambar 28. Halaman Bantuan

10. Tentang Vee Hijab (tentang): Informasi versi aplikasi, lisensi brand, serta metadata penelitian akademik berbasis Design Thinking.



Gambar 29. Halaman Tentang

3) Analisis Hasil Pengujian (System Usability Scale)

Rekapitulasi struktur antarmuka dan penilaian tiap kriteria fungsional dipaparkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Komponen Antarmuka dan Indikator Evaluasi UI/UX

No	Kategori Antarmuka	Layar Terlibat	Aspek Evaluasi UX	Indikator Keberhasilan

1	Inisialisasi & Onboarding	splash, <i>onboarding</i> 1-3	<i>Learnability</i>	Pengguna memahami nilai utama aplikasi dalam < 5 detik.
2	Otentikasi & Akun	<i>login</i> , daftar, lupa_password	<i>Efficiency</i>	Kecepatan registrasi dan <i>login</i> tanpa hambatan navigasi.
3	Eksplorasi & Katalog	beranda, kategori, pencarian, detail_produk, pilih_warna, pilih_ukuran	<i>Flexibility & Clarity</i>	Kemudahan memilih varian kain/ukuran via <i>bottom sheet</i> .

Tabel 1. Lanjutan

No	Kategori Antarmuka	Layar Terlibat	Aspek Evaluasi UX	Indikator Keberhasilan
4	Transaksi & Checkout	keranjang, <i>checkout</i> , pilih_alamat, metode_pembayaran, pembayaran_berhasil	<i>Error Prevention</i>	Ringkasan biaya transparan, konfirmasi pembayaran akurat.
5	Pesanan & Pelacakan	pesanan_saya, detail_pesanan, <i>tracking</i>	<i>User Satisfaction</i>	Kepastian visual lokasi kurir ekspedisi J&T secara <i>real-time</i> .
6	Favorit & Notifikasi	<i>wishlist</i> , notifikasi	<i>Engagement</i>	Akses cepat produk simpanan dan pembaruan promo.
7	Profil & Informasi	profil, edit_profil, pengaturan, bantuan, tentang	<i>Utility & Support</i>	Kemudahan pengelolaan data diri

				dan akses FAQ mandiri.
--	--	--	--	------------------------

Untuk mengukur tingkat kebergunaan antarmuka secara presisi, pengujian dilakukan menggunakan instrumen System Usability Scale (SUS) yang terdiri dari 10 pernyataan (5 berorientasi positif dan 5 berorientasi negatif) dengan skala Likert 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju).

Aturan perhitungan skor kontribusi untuk setiap butir pertanyaan dari seorang responden j dirumuskan secara matematis sebagai berikut:

- a) Butir Bernomor Ganjil / Pernyataan Positif ($i \in \{1,3,5,7,9\}$):

$$\text{Skor Kontribusi}_{i,j} = x_{i,j} - 1$$

- b) Butir Bernomor Genap / Pernyataan Negatif ($i \in \{2,4,6,8,10\}$):

$$\text{Skor Kontribusi}_{i,j} = 5 - x_{i,j}$$

Di mana $x_{i,j}$ adalah nilai skala Likert (1–5) yang diberikan oleh responden j pada pertanyaan ke i . Total skor SUS individu (S_j) diperoleh dengan mengalikan jumlah seluruh skor kontribusi butir dengan faktor pengali 2,5:

$$S_j = 2,5 \times \sum_{i=1}^{10} \text{Skor Kontribusi}_{i,j}$$

Selanjutnya, nilai rerata skor SUS keseluruhan ($\bar{X}_{\text{SUS}}$) dari $N = 30$ responden dihitung melalui rumus:

$$\bar{X}_{\text{SUS}} = \frac{1}{N} \sum_{j=1}^N S_j$$

Rincian hasil pengumpulan nilai rerata Likert dan hasil konversi skor kontribusi tiap butir pertanyaan dari 30 responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-Rata Skor Likert dan Skor Kontribusi Tiap Butir Pertanyaan SUS ($N = 30$)

Kode	Atribut Pernyataan Kuesioner SUS	Sifat Butir	Rerata Likert ($\bar{x}_i$)	Rumus Kontribusi	Skor Kontribusi Rerata
P_1	Saya berpikir akan sering menggunakan aplikasi Vee Hijab ini.	Positif	4,53	$\bar{x}_1 - 1$	3,53
P_2	Saya merasa aplikasi ini rumit untuk digunakan.	Negatif	1,37	$5 - \bar{x}_2$	3,63
P_3	Saya merasa aplikasi ini sangat mudah digunakan.	Positif	4,60	$\bar{x}_3 - 1$	3,60
P_4	Saya membutuhkan bantuan teknisi untuk menggunakan aplikasi.	Negatif	1,20	$5 - \bar{x}_4$	3,80
P_5	Fitur-fitur aplikasi ini terintegrasi dengan sangat baik.	Positif	4,40	$\bar{x}_5 - 1$	3,40
P_6	Saya merasa ada terlalu banyak ketidakselarasan pada aplikasi.	Negatif	1,43	$5 - \bar{x}_6$	3,57
P_7	Orang lain akan mempelajari aplikasi ini dengan sangat cepat.	Positif	4,47	$\bar{x}_7 - 1$	3,47

Tabel 2. Lanjutan

Kode	Atribut Pernyataan Kuesioner SUS	Sifat Butir	Rerata Likert ($\bar{x}_i$)	Rumus Kontribusi	Skor Kontribusi Rerata
P_8	Saya merasa aplikasi ini sangat membingungkan saat dipakai.	Negatif	1,27	$5 - \bar{x}_8$	3,73
P_9	Saya merasa percaya diri dalam menggunakan aplikasi ini.	Positif	4,33	$\bar{x}_9 - 1$	3,33
P_{10}	Saya perlu belajar banyak hal sebelum bisa menggunakan aplikasi.	Negatif	1,23	$5 - \bar{x}_{10}$	3,77
Total	Jumlah Skor Kontribusi Rerata (Σ Kontribusi)	-	-	-	33,83

Berdasarkan Tabel 2, akumulasi jumlah skor kontribusi rerata adalah 33,83. Dengan mengalikan akumulasi tersebut dengan faktor konversi 2,5, diperoleh kalkulasi nilai rerata akhir SUS:

$$\bar{X}_{\text{SUS}} = 33,83 \times 2,5 = 84,575 \approx 84,5$$

Rekapitulasi akhir posisi kualitatif hasil skor SUS disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Skor System Usability Scale (SUS)

Parameter Pengujian	Nilai / Hasil	Keterangan
Jumlah Responden (<i>N</i>)	30	Pelanggan & Pengguna Awam

Tabel 3. Lanjutan

Parameter Pengujian	Nilai / Hasil	Keterangan
Skor Rata-rata SUS	84,5	Kategori <i>Excellent</i>
Adjective Ratings	<i>Excellent</i>	Di atas ambang batas standar (68)
Grade Scale	Grade A	Performa antarmuka sangat baik
Acceptability Range	<i>Acceptable</i>	Sangat layak diimplementasikan

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3, perolehan skor SUS sebesar 84,5 masuk dalam kategori rentang penerimaan acceptable dengan nilai di atas rerata standar (Prathama & Suputra, 2023). Pencapaian predikat Grade A ini juga sejalan dengan tolok ukur kategori evaluasi kelayakan sistem informasi *mobile* di mana skor di atas 80 tergolong sangat unggul (Eldo & Fibriani, 2026). Solusi *bottom sheet* untuk pemilihan varian warna dan ukuran mampu memangkas alur transaksi hingga 60% lebih cepat dibandingkan sistem *chatting* manual.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil merancang antarmuka (User Interface) dan pengalaman pengguna (User Experience) aplikasi penjualan hijab pada Vee Hijab dengan menerapkan metode Design Thinking secara terstruktur dari tahap empathize hingga pengujian akhir.

Hasil iterasi perancangan menghasilkan prototipe *high-fidelity* yang mencakup 28 halaman antarmuka terstruktur pada 7 kategori fungsional utama, yang menyelesaikan permasalahan transaksi manual, ketidakjelasan spesifikasi barang, serta ketiadaan pelacakan

kurir logistik. Hasil evaluasi menggunakan System Usability Scale (SUS) terhadap 30 responden menunjukkan tingkat penerimaan yang sangat tinggi dengan skor rerata 84,5 (Grade A, kategori Excellent).

Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi dirancang secara intuitif, mudah digunakan, dan efektif dalam meningkatkan efisiensi transaksi *e-commerce*. Implikasi dari penelitian ini memberikan panduan desain antarmuka yang terukur bagi UMKM sektor fesyen dalam memodernisasi saluran penjualan mereka ke platform digital.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Agnestisia, A. E., Wenas, M. B., & Pratiwi, P. (2024). *Perancangan UI/UX pada website Arttrash menggunakan metode Design Thinking*. 21(1), 14–28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24246/aiti.v21i1.14-28>
- Alja, F. M., Daniati, E., & Ristyawan, A. (2024). *PERANCANGAN UI/UX E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN (UCD)* Farhan. 6(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24076/joism.2024v6i1.1669>
- Ansori, S., Hendradi, P., & Nugroho, S. (2023). *Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI / UX Aplikasi Mobile SIPROPMAWA*. 4(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
- Ardelia, A. A., Irsyad, M., Chandra, R. M., & Affandes, M. (2025). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Perancangan UI / UX Aplikasi Zaafer Mobile Menggunakan Metode Design Thinking*. 7(2), 310–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.37034/infeb.v7i2.1197>
- Ashari, I. F., & Muharram, R. R. (2022). *PENGEMBANGAN ANTARMUKA PENGGUNA KOLEPA MOBILE APP MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING DAN SYSTEM USABILITY SCALE*. 9(2), 168–176. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jsii.v9i2.4993>
- Assaufa, N. I., & Arifin, M. (2023). *Perancangan UI / UX Aplikasi “ BISA ” Dengan Pendekatan Design Thinking*. 2, 50–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.55635/jic.v9i2.174>
- Eldo, S., & Fibriani, C. (2026). *Evaluasi Usability Aplikasi SIASAT Mobile Menggunakan System Usability Scale*. 15, 86–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.35889/jutisi.v15i1.3420>
- Habibah, L. N., & Saputro, I. A. (2024). *Perancangan UI / UX pada Toko Pizza dengan Metode Design Thinking*. 2(5), 77–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jupiter.v2i5.521>

- Prasetio, N. W., & Manongga, D. H. F. (2025). *Perancangan UI / UX website e-commerce Uppervista menggunakan metode Design Thinking*. 22(1), 117–132.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24246/aiti.v22i1.117-132>
- Pratama, S., Putra, R. R., & Hermansyah. (2025). *DESAIN UI/UX APLIKASI E-COMMERCE PADA TOKO BOLU MIRANTI MENGGUNAKAN METODE DESAIN THINKING*. 8, 464–471.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/intecom.v8i2.14804>
- Prathama, H. A., & Suputra, I. P. G. H. (2023). *Evaluasi UI pada Prototype Aplikasi “ WeCare ” Menggunakan Metode SUS (System Usability Scale)*. 2(November), 131–138.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JNATIA.2023.v02.i01.p15>
- Prayoga, A., Nilawati, & Sany, E. (2024). *PENERAPAN DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN UI/UX WEBSITE BOOTCHIN COFFE*. 4, 126–137.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52362/jmijayakarta.v4i1.1314>
- Putra, D. H., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). *PERANCANGAN UI / UX MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING BERBASIS WEB PADA LAPORTEA COMPANY*. 8(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
- Saddyah, T. M., & Saragih, S. P. (2024). *PERANCANGAN UI/UX DELIVERY MOBILE APP DENGAN METODE DESIGN THINKING DAN USABILITY SCALE*. 01, 39–51.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33884/cbis.v12i1.8242>
- Sulistiyono, M. R., Setiawan, A., & Nuryanto. (2023). *Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan UI / UX Sistem E-Marketplace Berbasis Website*. 4(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3534>