



Perancangan UI/UX pada web e-commerce ‘Hallo Coffee’ menggunakan metode *user-centered design*

Putri Zukhruf Dinata, Mushfani Ainul Urwah, Mochammad Reza Rahmawan, Enjun Junaeti

Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Article history:

Diterima 16 Desember 2022

Direvisi 27 Maret 2023

Diterbitkan 30 April 2023

Kata Kunci:

Coffee shop
e-commerce

Reservasi

UI/UX

User centered design

ABSTRACT. Currently, many startup coffee shop entrepreneurs still require a platform to promote sales. In addition, some existing platforms are still in the general scope, not specifically for coffee shop sales. This research aims to design a user interface for a menu ordering application in a café, as well as an online café reservation on a website platform. This application can later be used by coffee shop owners to assist with the sales process. The method used in this research was a user-centered design (UCD). The result of this research is a prototype of Hallo Coffee website user interface design. Based on the expert validation test, it was concluded that the user interface design of the Hallo Coffee website that has been produced is attractive and easy for users to understand.

ABSTRAK. Saat ini masih banyak pengusaha coffee shop rintisan yang masih membutuhkan platform untuk mempromosikan penjualannya. Selain itu di beberapa platform yang sudah ada, masih dalam lingkup secara umum tidak khusus untuk penjualan di sebuah coffee shop saja. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah desain user interface untuk aplikasi pemesanan menu di sebuah kafe sekaligus reservasi kafe secara online pada platform website. Aplikasi ini nantinya dapat digunakan oleh pemilik coffee shop untuk membantu proses penjualannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *User Centered Design (UCD)*. Hasil dari penelitian ini yaitu berupa prototype desain user interface website Hallo Coffee. Berdasarkan uji validasi ahli disimpulkan bahwa desain user interface website Hallo Coffee yang telah dihasilkan, dikemas dengan menarik dan mudah dimengerti oleh user.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license.



Penulis Korespondensi:

Putri Zukhruf Dinata,

Universitas Pendidikan Indonesia,

Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154.

Email: putrizukhruf@upi.edu

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan zaman saat ini sangat mempengaruhi kehidupan dari berbagai aspek, salah satunya adalah aspek ekonomi (Ginting dkk., 2021). Semakin banyak perusahaan atau wirausahawan baru menjadi salah satu daya saing dalam dunia perdagangan (Andriyanto, 2019). Sekarang dunia bisnis menghadapi beberapa tantangan besar. Dengan munculnya pesawat, mesin faks, telepon global dan saluran komputer, transmisi televisi satelit, jarak geografis dan budaya telah menyempit, dan kemajuan ini telah mengintegrasikan negara-negara di seluruh dunia ke dalam satu ekonomi yang global. Dalam ekonomi global, bisnis harus menanggapi tren pasar sambil mengambil tanggung jawab untuk perlindungan lingkungan. Jika ingin sukses di pasar global, seseorang harus fokus pada pelanggan yang dimilikinya. Proses manajemen strategis membantu mengidentifikasi apa yang ingin dicapai oleh organisasi dan bagaimana seharusnya mencapai hasil yang berharga (Sholikhah, 2021).

Sejalan dengan hal tersebut tersebarnya beberapa tempat kafe and resto menjadi salah satu daya tarik pemasaran di era ini. Minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi

bubuk merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Varietas pohon kopi yang dikenal secara umum ada dua yaitu Kopi Robusta atau *Coffea Canephora* dan Kopi Arabika atau *Coffea Arabica* (Asmara dkk., 2019). Dengan sistem penjualan yang masih sangat konvensional ini, mengharuskan pelanggan datang ke tempat penjualnya langsung dan promosi hanya melalui orang ke orang. Akan tetapi dengan semakin berkembang pesatnya teknologi pada zaman sekarang, cara ini dirasa kurang karena tidak semua kalangan dapat menerima informasi tentang sebuah kafe and resto dan jelas ini sangat mempengaruhi penjualan karena para pelanggan atau konsumen yang ingin melakukan pembelian kopi masih harus datang ke tempat penjualan jika ingin membeli produk dari kafe tersebut (Mohanty dkk., 2021).

Aplikasi pemesanan menu kopi dan makanan di sebuah *coffee shop* ini sebetulnya sudah hadir di dalam beberapa marketplace seperti halnya Shopee dalam fitur Shopee Food, pada Grab dalam fitur Grabfood, dan pada Gojek dalam fitur Gofood. Selain itu beberapa di antara *coffee shop* yang memiliki merek atau *brand* ternama pun sudah memiliki aplikasi coffee shop tersendiri dalam bentuk android dan website seperti pada Starbuck, Fore Coffee, Janji Jiwa, dan Kopi Kenangan. Hanya saja bagi beberapa tempat *coffee shop* yang masih belum banyak dikenal atau tidak memiliki *brand* ternama, masih melakukan transaksi dengan konsep pemesanan manual (Lie, 2022). Selain daripada itu, tidak sedikit juga bagi *coffee shop* yang masih belum terkenal ini tidak masuk ke dalam *marketplace* yang tersedia. Bagi *coffee shop* yang sudah terdaftar di *marketplace* pun belum memiliki fitur khusus untuk membeli kopi saja, melainkan produk masih bercampur dengan produk yang lainnya seperti makanan juga minuman lainnya, sehingga masih banyak pengguna yang merasa kesulitan dalam mencari toko atau kafe tersebut secara khusus. Dengan hal ini, selain menunjukkan adanya ketidakseimbangan bagi para pemilik kafe *brand* ternama dengan pemilik kafe yang masih merintis, juga diperlukan sebuah platform khusus yang digunakan untuk pembelian dan pemesanan di *coffee shop*. Sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk pembelian kopi berdasarkan jenis kriteria kopi maupun menu lain yang diinginkan. Selain daripada itu, bagi pemilik *coffee shop* dapat lebih teratur dalam mengatur kategori atau jenis kopi maupun menu lainnya dan juga dapat melihat penilaian dari pelanggan terhadap pelayanan dan menu yang tersedia (Ahsani, 2021).

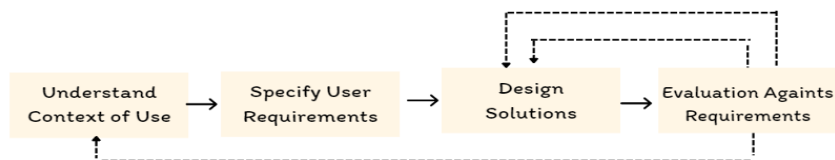
Desain dari sebuah aplikasi menjadi salah satu faktor penting dari perancangan sebuah sistem karena menjadi salah satu penghubung secara langsung antara user dengan sistem untuk dapat diterima dan mudah dimengerti oleh pengguna dari aplikasi tersebut (Deli, 2021). Dari semua perancangan yang sudah jadi, pihak pengembang sistem terkadang tidak melibatkan proses keterlibatan pengguna (Ayu & Syarifuddin, 2022). Keterlibatan pengguna dibutuhkan agar sebuah sistem dapat dipahami dan digunakan oleh pengguna seharusnya dapat menjadi pengembangan sistem (Zamzami dkk., 2021). Desain antarmuka atau *User Interface* (UI) dapat dikatakan berhasil apabila desain tersebut dapat menghasilkan peningkatan kepuasan pengguna atau *User Experience* (UX) yang positif (Muhyidin dkk., 2020). UX juga merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas dari suatu informasi yang dihasilkan serta untuk menentukan apakah sistem tersebut dapat diterima atau tidak (Agarina dkk., 2019). Salah satu perusahaan yang menerapkan desain aplikasi yang baik salah satunya adalah Starbucks. Starbucks merupakan perusahaan yang menerapkan customer experience sejak awal dibangun, starbucks bahkan menjadi top four (4) best customer experinece pada tahun 2011 menurut Global Customer Experience Management Survey (Santoso dkk., 2023).

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian adalah untuk merancang desain *user interface* untuk aplikasi pemesanan menu sekaligus reservasi kafe secara *online*. Hal ini diperlukan untuk mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas serta dalam menarik perhatian orang lain untuk menggunakannya.

METODE

Pada bagian ini menjelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *User-Centered Design* (UCD) (Gambar 1). Metode UCD

menerjemahkan partisipasi dan pengalaman manusia ke dalam rancangan (Nurhabibie & Papatungan, 2020). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non-probability sampling jenis purposive sampling. Sehingga sampel penelitian ini yaitu 20 orang untuk pengambilan angket dan 6 orang bagi pemilik kafe. Karena dalam pemilihan sampel ini berdasarkan pada kriteria tertentu yaitu: 1). Masyarakat yang berumur 18-35 tahun. 2). Masyarakat yang sering mengunjungi kafe. 3). Masyarakat yang sedang merintis sebuah coffe shop.



Gambar 1. Metode UCD (Agarina dkk., 2019)

Understand Context of Use

Tahap awal dalam UCD adalah memahami konteks penggunaan aplikasi yang akan dibuat. Tujuan dari tahap awal ini adalah untuk mendapatkan informasi dari calon pengguna, seperti untuk siapa aplikasi dibuat dan apa kepentingan dan dalam hal apa user menggunakan aplikasi. Tahap ini memiliki enam poin pengerjaan yaitu menentukan calon pengguna, calon pemilik kafe, pengambilan angket yang disebarakan kepada orang yang berumur sekitar 18-35 tahun sebanyak 20 orang, pengambilan angket yang disebarakan kepada pemilik kafe sebanyak 6 orang, membuat *user persona* dan menentukan *pain points*. Berikut adalah daftar pertanyaan yang disebarakan melalui kuesioner untuk pengguna dan pemilik *kafe* yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Daftar pertanyaan kepada pengunjung kafe

No	Pertanyaan
1.	Apakah pernah mengunjungi kafe?
2.	Berapa kali Anda mengunjungi kafe?
3.	Apakah Anda pernah mengalami masalah dalam pemesanan di kafe?
4.	Jika pernah, permasalahan apa yang Anda hadapi di kafe tersebut?
5.	Apakah Anda setuju jika akan diadakan pembuatan aplikasi online pemesanan coffee sekaligus reservasi tempat di kafe?
6.	Fitur apa yang Anda inginkan untuk aplikasi online pemesanan coffee?

Tabel 2. Daftar pertanyaan kepada pemilik kafe

No	Pertanyaan
1.	Apakah pernah terjadi masalah dalam pemesanan coffee?
2.	Jika pernah, permasalahan apa yang Anda hadapi di kafe tersebut?
3.	Bagaimana cara Anda mengatasi permasalahan tersebut?
4.	Apakah sudah tersedia aplikasi pemesanan coffee secara online?
5.	Jika belum, apakah Anda setuju jika akan diadakan pembuatan aplikasi online pemesanan coffee sekaligus reservasi tempat di kafe?
6.	Fitur apa yang Anda inginkan untuk aplikasi online pemesanan coffee?

Specify User Requirements

Setelah mendapatkan profil calon pengguna Coffee Shop dan informasi yang dibutuhkan, dilanjutkan dengan merancang kebutuhan pengguna sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Tahap *specify user requirements* ini membuat *information architecture* yang berfungsi untuk memberikan pengalaman berselancar di situs web yang memuaskan dan *user flow* atau alur pengguna (Kurniawan, 2011).

Design Solutions

Tahap design solutions dilakukan perancangan desain antarmuka yang sesuai dengan hasil analisis kebutuhan pengguna. Penelitian ini menggunakan rancangan *wireframe* sebagai basis perancangan *design user interface* agar didapatkan hasil rancangan desain yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Dalam membuat desain *user interface* penelitian ini menggunakan *tools* Figma. *Tools Figma* berfungsi untuk membuat desain UI/UX (*user interface/user experience*), ikon, prototipe, dan berbagai jenis desain visual lainnya. Figma juga memiliki fitur-fitur seperti komponen, library, dan plugin yang dapat mempercepat proses desain dan membuatnya lebih efisien (Muhyidin dkk., 2020).

Evaluate Against Requirements

Setelah proses *design solutions* selanjutnya dilakukan evaluasi dengan memulai tahap awal membuat diagram, *prototype*, hingga membuat desain secara keseluruhan. Tahap *evaluate against requirements* ini merancang desain antarmuka yang akan dilakukan pengujian untuk menemukan *usability problem* dengan menggunakan metode *Heuristic Evaluation* dan *Severity Rating*. *Heuristic Evaluation* (HE) adalah metode pengujian yang dilakukan oleh para ahli yang berperan sebagai evaluator untuk mengevaluasi komponen-komponen dalam rancangan desain antarmuka mengikuti Sepuluh Prinsip *Heuristic Evaluation* atau belum. Sedangkan *Severity Rating* adalah sebuah penilaian yang diberikan oleh evaluator untuk menilai tingkat keparahan permasalahan *usability* yang ditemukan. Berikut merupakan aspek penilaian pada Sepuluh Prinsip *Heuristic Evaluation* dan *Severity Rating* yang telah disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Sepuluh prinsip *heuristic evaluation* (Fitri dkk., 2020)

No	Prinsip HE	Definisi
1.	<i>Visibility of system status</i>	Sistem harus selalu memberikan informasi kepada user terhadap apa yang sedang dilakukan melalui pesan
2.	<i>Match between system and the real world</i>	Kata dan bahasa yang digunakan oleh sistem harus mudah dipahami oleh pengguna. Hindari penggunaan istilah teknis.
3.	<i>User control and freedom</i>	Interface mampu memberikan kemudahan dan kebebasan bagi pengguna dalam menjalankan sistem
4.	<i>Consistency and standards</i>	Penulisan kalimat, pemilihan jenis huruf dan sebagainya dalam sistem harus ajek
5.	<i>Error prevention</i>	Sistem dirancang untuk mencegah dan mengurangi human error
6.	<i>Recognition rather than recall</i>	Sistem lebih baik dikenali oleh pengguna, bukan dihafalkan proses penggunaannya
7.	<i>Flexibility and efficiency of use</i>	Sistem dibuat untuk mempermudah pengguna mengerjakan advanced task
8.	<i>Aesthetic and minimalist design</i>	Rancangan desain sistem harus nyaman dipandang dengan mempertimbangkan pemilihan tipografi, kontras warna yang baik, dan tata letak yang serasi
9.	<i>Help users recognize, diagnose, and recovers user</i>	Saat terjadi error, sistem juga harus memberi informasi terkait error apa yang terjadi dan bagaimana solusinya
10.	<i>Help and documentation</i>	Sistem harus memberikan fitur bantuan dasar dan dokumentasi dari kemungkinan kesalahan penggunaan

Tabel 4. *Severity Ratings* (Ali dkk., 2023)

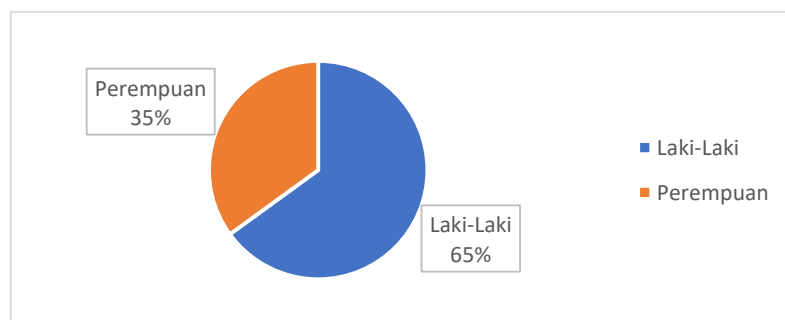
SR	Definisi
1	Bukan permasalahan, sistem mudah dan nyaman untuk digunakan.
2	Masalah tidak terlalu berpengaruh ke user. Perbaikan tidak diperlukan apabila waktu terbatas.
3	Ada potensi user akan mengalami hambatan dalam menjalankan sistem. Tingkat prioritas perbaikan rendah
4	Ada masalah yang akan mengganggu user. Tingkat prioritas perbaikan tinggi.
5	Ada kesalahan fatal yang mengakibatkan user tidak bisa menjalankan sistem. Perbaikan harus dilakukan segera sebelum digunakan oleh user.

Setelah melaksanakan evaluasi tersebut, maka dilakukan perbaikan rancangan solusi berdasarkan kebutuhan *user*, jika sudah perbaikan dan memenuhi kebutuhan pengguna, tahap selanjutnya yaitu menganalisa hasil pengujian dan menghasilkan kesimpulan (Aniesiyah, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Understand Context of Use

Pada tahap ini dilakukan pemahaman terhadap konteks kegunaan dari penggunaan sistem dengan mengetahui siapa yang akan menggunakan aplikasi ini, untuk apa mereka menggunakannya, dan dalam situasi seperti apa mereka menggunakan aplikasi tersebut. Tahap ini dilakukan pengambilan data dengan pengambilan angket yang disebar kepada orang yang berumur sekitar 18-35 tahun sebanyak 20 orang. Pengguna dapat menggunakan aplikasi ini untuk memudahkan ketika memesan kopi dan memesan tempat kafe. Pengguna dapat memesan kopi pada aplikasi ini ketika sedang bekerja atau beraktivitas padat yang dapat membuat waktu mereka lebih menghemat waktu. Pada hasil angket yang telah disebar ke 20 responden didapatkan hasil bahwa jumlah laki-laki dan perempuan masing-masing adalah 13 orang dan 7 (tujuh) orang, seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Klasifikasi responden

Kemudian didapatkan pula hasil bahwa seluruh dari responden secara aktif dalam menggunakan internet, yang mana mereka pula aktif dalam mencari kafe untuk membeli kopi dan secara keseluruhan pula mereka setuju dengan adanya aplikasi pemesanan kafe. Adapun permasalahan yang dialami responden di saat mencari kafe adalah sebagai berikut:

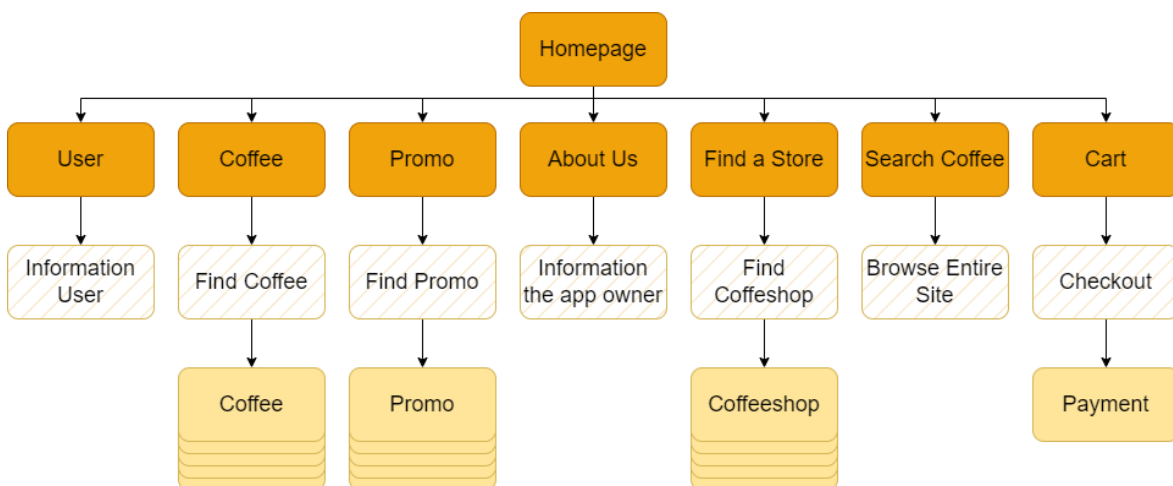
- Permasalahan di saat akan membayar kafe di suatu tempat karena tidak semua jenis pembayaran dapat diterima.
- Tidak pernah bisa menemukan kafe yang dapat melakukan reservasi tempat kafe

Selain itu, adapun fitur yang diharapkan pengguna adalah sebagai berikut:

- Halaman pembelian kopi dan reservasi kafe
Pada halaman ini pengguna dapat membeli berbagai varian kopi yang tersedia di tempat kafe. Selain itu juga, pengguna dapat melakukan reservasi kafe sebelum datang ke tempat kafe.
- Halaman pemilihan pembayaran
Pada halaman ini pengguna dapat memilih berbagai jenis pembayaran yang tersedia untuk melakukan *checkout* pada pemesanan yang telah dipilih.
- Halaman diskusi atau *chat* dengan pihak kafe
Pada halaman ini pengguna dapat melakukan *chat* bersama pihak pemilik kafe terkait pemesanan atau reservasi serta untuk bertanya hal lainnya.
- Halaman penjualan dan promosi
Pada halaman ini khusus untuk pemilik kafe dimana ia bisa melakukan proses penjualan sekaligus memasang promosi pada aplikasi Hallo Coffee sesuai ketentuan yang berlaku.
- Halaman keranjang pembeli
Pada halaman ini terdapat menu keranjang pengguna yang berisi list pemesanan sebelum melakukan *checkout*.

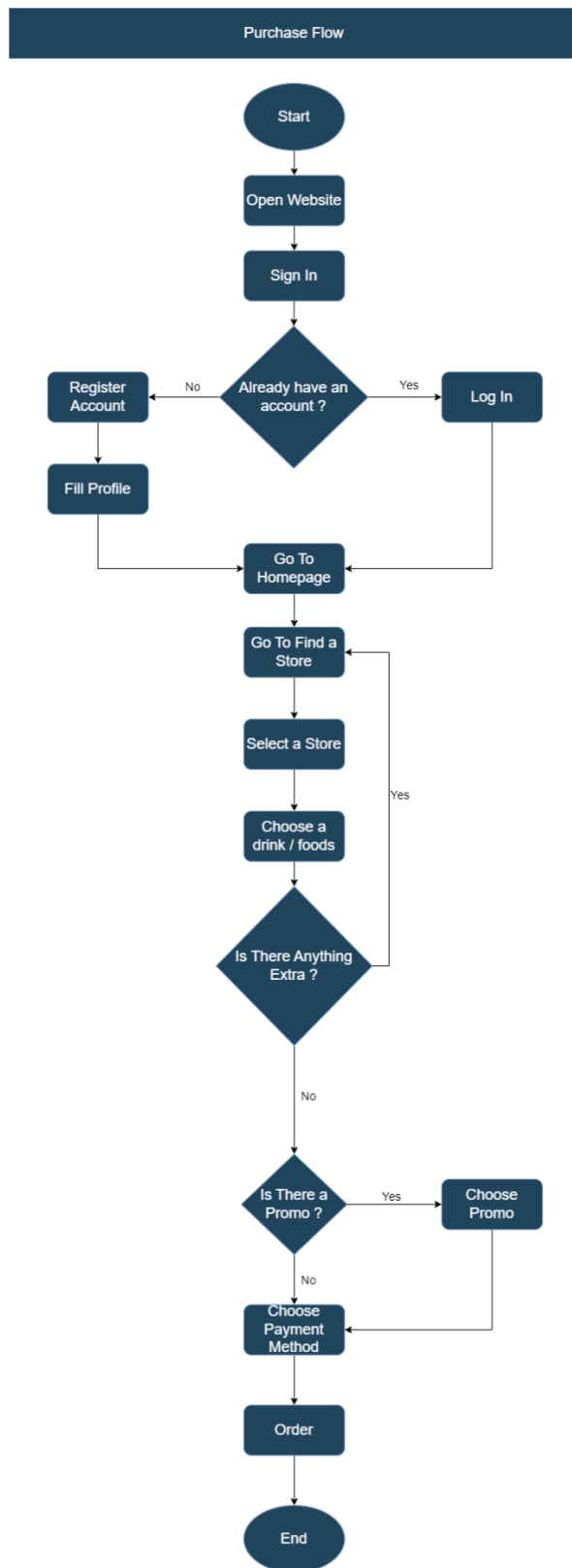
Specify User Requirement

Pada bagian ini setelah peneliti mendapatkan profil calon pengguna dan informasi yang dibutuhkan, dilanjutkan dengan menentukan kebutuhan pengguna yang mana akan dibuat menjadi *information architecture* dan *user flow*. *Information Architecture* menjelaskan rancangan desain menyeluruh dari sistem aplikasi beserta infrastruktur pendukungnya untuk dapat melayani kebutuhan pengguna atau pendukung kebutuhan lainnya pada sebuah aplikasi (Basir dkk., 2019). Berikut *Information Architecture* Hallo Coffee ini yang disajikan pada Gambar 3.

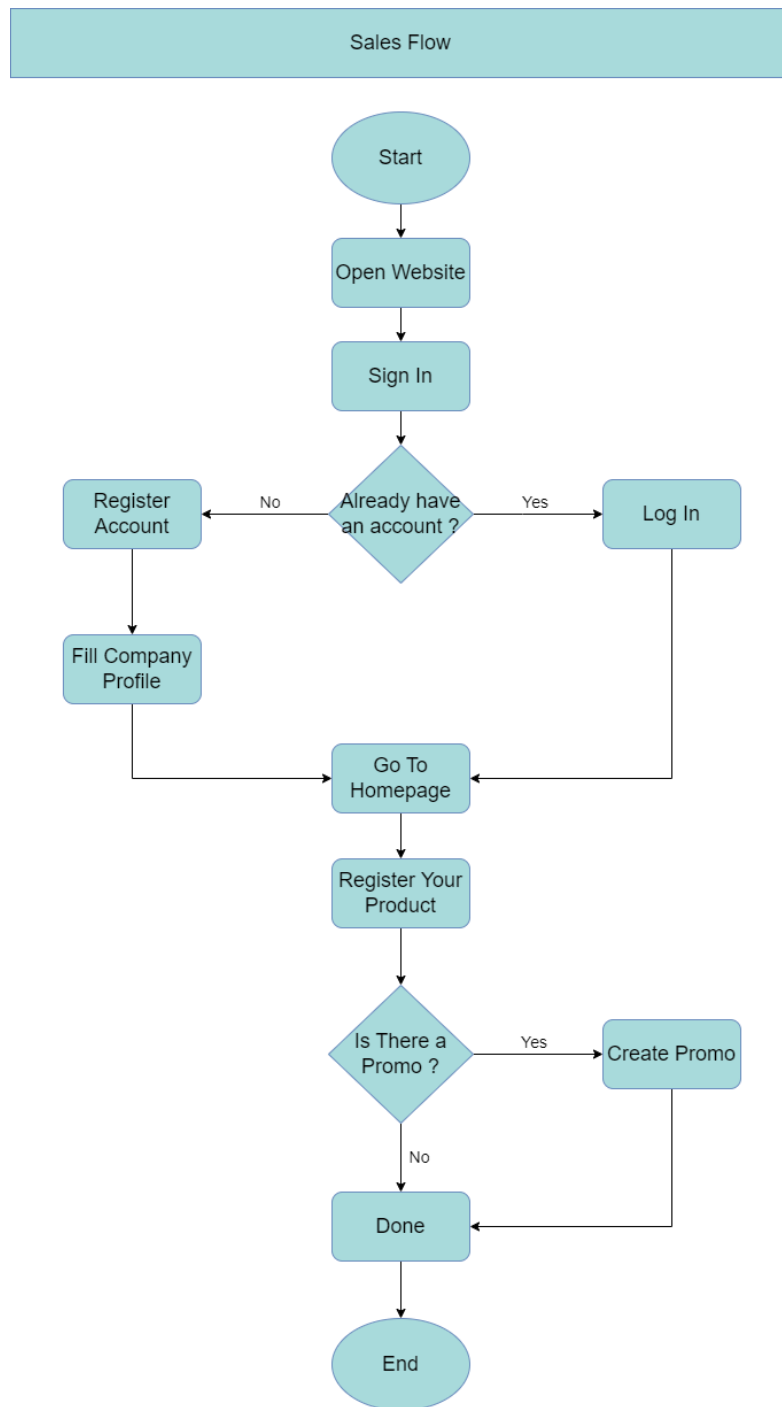


Gambar 3. *Information architecture*

Kemudian *User Flow* aplikasi merupakan serangkaian tugas atau langkah yang perlu pengguna lalui dari awal hingga akhir untuk dapat menjalankan suatu fungsi atau fitur (Maulana, 2020). Berikut *User Flow* Pembelian dan *User Flow* Penjualan pada aplikasi Hallo Coffee yang disajikan pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 4. Use flow Pembelian

Gambar 5. Use flow *Penjualan*

Design Solutions

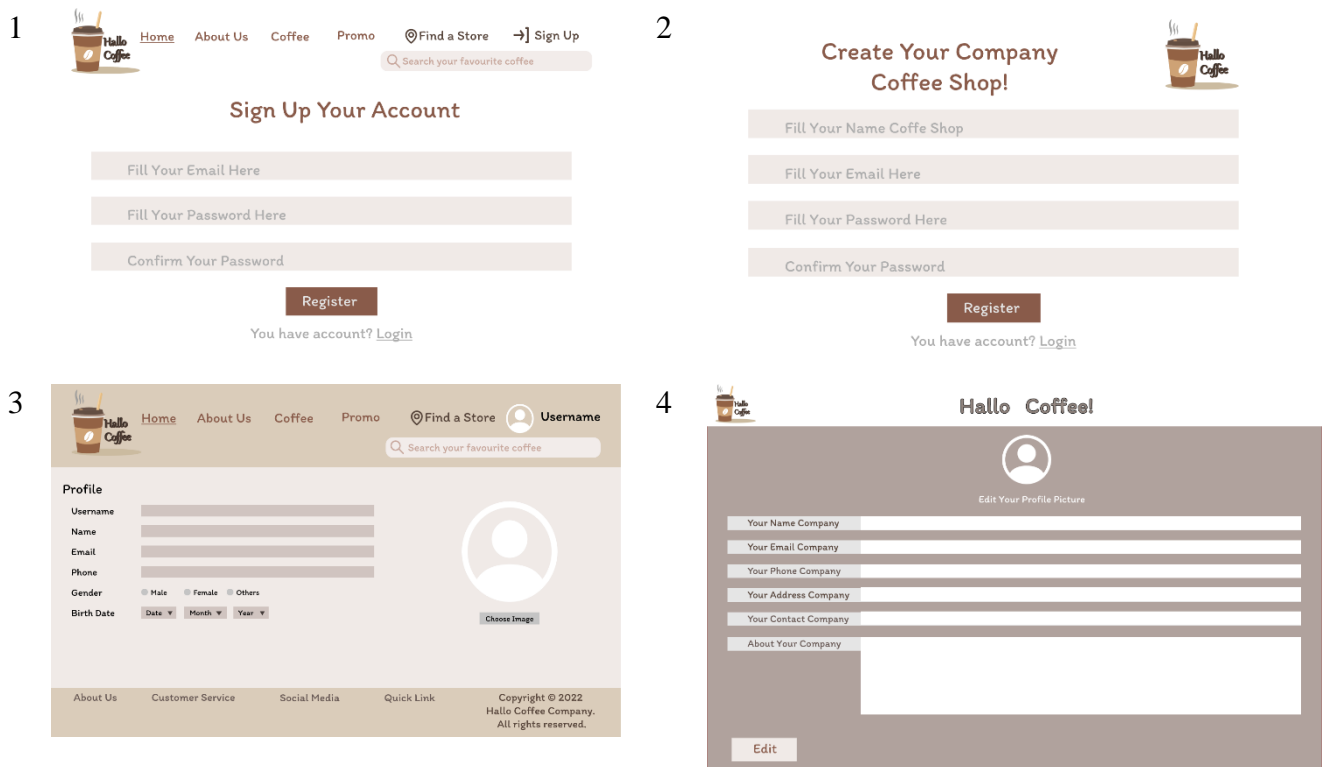
Pada tahap ini setelah mengetahui permasalahan dan kebutuhan pengguna, dibuatlah sebuah solusi yaitu pembuatan aplikasi Hallo Coffee. Hallo Coffee merupakan aplikasi website pemesanan pada seluruh coffee shop hadir dalam bentuk dan fitur yang lebih memudahkan pengguna. Dengan dilengkapi menu utama *checkout*, *home list coffee*, *chart pemesanan*, *chatting group* atau personal, *booking* atau reservasi tempat ini menjadi daya tarik khusus bagi aplikasi ini. Tentunya Hallo Coffee ini dapat digunakan oleh dua sisi antara owner/pemilik kafe dan pelanggan. Hallo Coffee ini diperuntukkan bagi seluruh *coffee shop* di Indonesia, tidak hanya yang memiliki brand mahal dan ternama melainkan untuk semua kafe perintis pun dapat bergabung di aplikasi ini.

Kesesuaian antara jenis orderan/penjualan dengan aplikasi ini menjadi salah satu kemenarikan lainnya dibanding *marketplace* lain yang sudah ada. Pengguna dapat secara khusus memilih tempat *coffee shop* untuk pembelian kopi. Pengguna juga tidak akan merasakan kebingungan saat harus mencari kopi mana yang akan dibeli karena ada fitur lokasi terdekat. Penawaran harga yang ditawarkan adalah sangat bervariasi tidak hanya kopi dan makanan yang mahal ada pula yang sedang dan cukup untuk kantong pelajar atau mahasiswa. Selain itu aplikasi Hallo Coffee ini memiliki fitur chat dan jika dikembangkan lebih lanjut dapat menjadi komunitas bagi para pecinta kopi baik itu sesama pelanggan maupun owner.

Seperti yang telah disinggung pada pembahasan sebelumnya, aplikasi ini didesain untuk dapat bersaing secara harga dan kenyamanan pengguna. Dimulai dari pembuatan harga yang bervariasi dan pas untuk kantong pelajar dan keuntungan yang dipakai pada aplikasi ini hanya 1% dari setiap item penjualan. Dengan desain yang membuat kapasitas penyimpanan rendah ini, menjadikan aplikasi ini irit dalam hal penyimpanan pada *server* sehingga pengguna maupun *owner* tidak perlu terlalu kesulitan dan terhalang memori kecil. Selain daripada itu, user experience dalam desain aplikasi ini dirancang untuk membuat kenyamanan dari pengguna sehingga dapat dimungkinkan target pengguna aplikasi ini banyak dan bisa menguntungkan dari segi *owner*. Kemudian fitur lainnya yang didesain dalam aplikasi ini yaitu fitur *chat* yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan diskusi bagi seluruh komunitas pecinta kopi juga seluruh *owner* kopi.

Desain Interface

Desain Interface yang akan dirancang pada aplikasi Hallo Coffee ini memiliki menu seperti aplikasi pemesanan pada umumnya, desain interface fitur khusus yang tersedia pada aplikasi *Hallo Coffee* ini yang disajikan pada Gambar 9.





Gambar 9. Desain interface halo coffee

Pada poin satu dan dua terdapat fitur untuk pembuatan akun bagi pengguna dan pemilik kafe, pada poin tiga dan empat terdapat home list coffee baik dari segi pengguna juga segi pemilik kafe, pada poin lima dan enam terdapat fitur keranjang untuk pemesanan kopi dan fitur history dari pemesanan yang telah dilakukan oleh pengguna maupun pemilik kafe, serta pada poin tujuh dan delapan terdapat fitur *checkout* dari pemesanan yang telah dipilih dan fitur reservasi tempat lengkap dengan fitur diskusi atau *chatting* antara pengguna dan pemilik *coffee shop*.

Evaluate Against Requirements

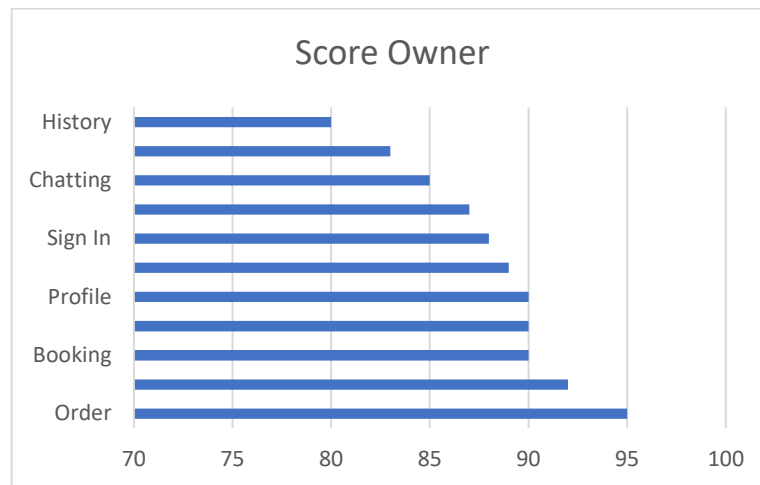
Pada pengujian dilakukan dengan pendekatan *heuristic evaluation* oleh pakar ahli yang berperan sebagai evaluator yang dikombinasikan dengan *severity ratings* sebagai patokan prioritas masalah mana yang harus diselesaikan terlebih dahulu. Pakar ahli yaitu seseorang yang mempunyai pengetahuan tertentu dan mampu menjelaskan suatu tanggapan, serta mempunyai keinginan untuk belajar memperbaharui pengetahuan dalam bidangnya. Dalam penelitian ini evaluasi dinilai oleh pakar ahli aplikasi dari kalangan dosen yang mengampu bidang desain aplikasi. Berikut hasil pengujian menggunakan metode *heuristic evaluation severity ratings* yang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil pengujian *heuristic evaluation* dan *severity ratings*

No	Prinsip HE	1	2	3	4	5
1.	<i>Visibility of system status</i>					✓
2.	<i>Match between system and the real world</i>				✓	
3.	<i>User control and freedom</i>					✓
4.	<i>Consistency and standards</i>				✓	
5.	<i>Error prevention</i>					✓
6.	<i>Recognition rather than recall</i>					✓
7.	<i>Flexibility and efficiency of use</i>				✓	
8.	<i>Aesthetic and minimalist design</i>				✓	
9.	<i>Help users recognize, diagnose, and recovers user</i>			✓		
10.	<i>Help and documentation</i>				✓	

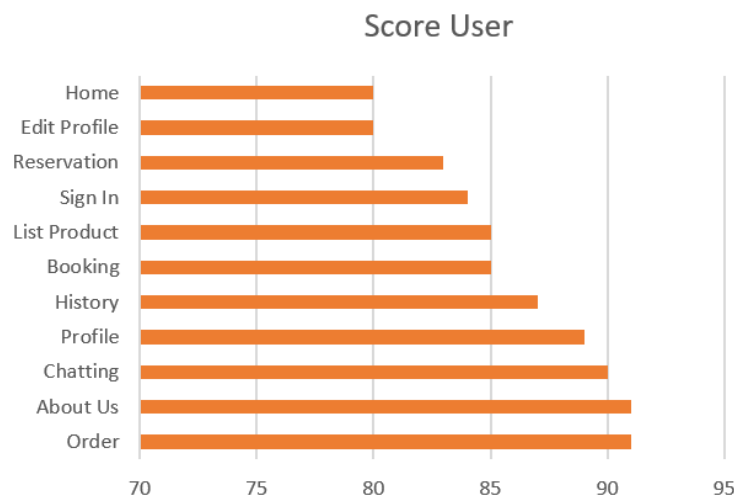
Hasil dari pengujian dengan melakukan pendekatan *heuristic evaluation* oleh pakar ahli yang berperan sebagai evaluator yang dikombinasikan dengan *severity ratings*, peneliti perlu meningkatkan pada poin 9 (sembilan), yaitu: *Help users recognize, diagnose, and recovers user*. Selain itu, peneliti harus lebih memperhatikan bantu *user* mengenali, mendiagnosis, dan memulihkan *user*.

Penilaian yang diberikan dari *user* dan pemilik kafe terhadap desain UI/UX Hallo Coffe terdapat pada Gambar 10 dan Gambar 11. Gambar 10 merupakan hasil penilaian dari pemilik kafe, sementara Gambar 11 merupakan hasil penilaian dari *user*. Dari hasil yang didapat halaman *order* adalah halaman yang paling besar mendapatkan total skor nilai dari *user* pengguna dan pemilik kafe.



Gambar 10. Total skor penilaian dari pemilik kafe

Hasil penilaian dari pemilik kafe, halaman order mendapatkan skor tertinggi yaitu 95. Sementara halaman *history* mendapatkan skor terendah yaitu 80, peneliti harus meningkatkan kembali desain pada halaman *history*. Peningkatan yang akan dilakukan antara lain perubahan perpaduan warna, *icon* yang tepat dan konten yang lebih jelas.



Gambar 11. Total skor penilaian dari pengguna

Hasil penilaian dari user atau pengunjung kafe, halaman order mendapatkan skor tertinggi yaitu 92. Sementara halaman home mendapatkan skor terendah yaitu 80, peneliti harus meningkatkan kembali desain pada halaman home. Peningkatan yang akan dilakukan antara lain perubahan perpaduan warna, *icon* yang tepat dan konten yang lebih jelas.

KESIMPULAN

Hallo Coffee merupakan aplikasi yang dirancang untuk membantu proses penjualan dengan pemesanan kopi dan melakukan reservasi secara online dengan target pengguna bagi pemilik *coffee shop*, baik yang sudah memiliki merek besar maupun tidak di seluruh Indonesia. Perancangan desain aplikasi ini menggunakan metode UCD. Desain UI/UX *Hallo Coffee* sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penilaian desain ini menggunakan uji evaluasi yang dilakukan oleh pakar ahli dan penyebaran kuesioner kepada pemilik kafe juga pelanggan. Hasil dari pengujian oleh pakar ahli adalah peneliti perlu meningkatkan pada poin 9 (sembilan) di *Heuristic Evaluation* yaitu *Help users recognize, diagnose, and recovers user* atau membantu user untuk mengenali, mendiagnosis, dan

memulihkan. Sementara itu, hasil pengujian dari pemilik kafe, halaman order mendapatkan skor tertinggi yaitu 95 dan halaman *history* mendapatkan skor terendah yaitu 80. Kemudian hasil pengujian dari pengguna adalah halaman order mendapatkan skor tertinggi yaitu 92 dan halaman home mendapatkan skor terendah yaitu 80. Umpan balik pengujian dari sisi pengguna akan berguna untuk pengembangan aplikasi lebih lanjut. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya antara lain, lebih memperhatikan halaman *history* dan home pada sebuah desain aplikasi yang akan dirancang. Selain itu, untuk rencana penelitian selanjutnya adalah melanjutkan proses pengujian dengan metode *Cognitive Walkthrough* dan menambahkan fitur yaitu penjualan bahan untuk membuat kopi.

REFERENCES

- Agarina, M., Karim, A. S., & Sutedi, S. (2019). User-centered design method in the analysis of user interface design of the department of informatics system's website. *Proceeding International Conference on Information Technology and Business*, 218–230.
- Ahsani, H. F. (2021). *Proses branding Kallia Coffee dalam menghadapi persaingan bisnis*. UMSU.
- Ali, A. M., Khamaj, A., Kang, Z., Moosa, M., & Alam, M. M. (2023). User-centered design (UCD) of time-critical weather alert application. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 14(1), 797-808.
- Andriyanto, I. (2019). Penguatan daya saing usaha mikro kecil menengah melalui e-commerce. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(2), 87–100. doi.org/10.21043/bisnis.v6i2.4709
- Aniesiyah, A. N. (2018). *Perancangan user experience aplikasi pelaporan keluhan masyarakat menggunakan metode human-centered design*. Universitas Brawijaya.
- Asmara, R. A., Heryanto, T. A., & others. (2019). Klasifikasi varietas biji kopi arabika menggunakan ekstraksi bentuk dan tekstur. *Seminar Informatika Aplikatif Polinema*, 316–322.
- Ayu, A., & Syarifuddin, S. (2022). Keterlibatan pengguna, budaya organisasi dan kompetensi pengguna terhadap kualitas sistem informasi akuntansi. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(3), 261–268.
- Basir, A., Fadlil, A., & Riadi, I. (2019). Enterprise architecture planning sistem informasi akademik dengan togap ADM. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 3(1), 1–10. doi.org/10.30645/j-sakti.v3i1.91
- Deli. (2021). Analisis user interface pada media pembelajaran bahasa Inggris berbasis game visual novel. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 5(1), 9–20. doi.org/10.30871/jaic.v5i1.2749
- Fitri, S. V. N., Juwita, O., & Dharmawan, T. (2020). Analisis user interface terhadap website akta online Banyuwangi menggunakan metode heuristic evaluation. *Informal: Informatics Journal*, 4(3), 103–107. doi.org/10.19184/isj.v4i3.12594
- Ginting, R. V. B., Arindani, D., Lubis, C. M. W., & Shella, A. P. (2021). Literasi digital sebagai wujud pemberdayaan masyarakat di era globalisasi. *Jurnal Pasopati: Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Pengembangan Teknologi*, 3(2). doi.org/10.14710/pasopati.2021.10869
- Kurniawan, B. (2011). Enterprise architecture planning sistem informasi pada perguruan tinggi swasta dengan zachman framework. *Majalah Ilmiah UNIKOM*.
- Lie, R. H. (2022). *Peningkatan pemasaran Harvies Coffee Shop Banda Aceh melalui digital marketing*. Skripsi. Darussalam-Banda Aceh. UIN Ar-Raniry.
- Mohanty, A., Alam, A., Sarkar, R., & Chaudhury, S. (2021). Design and development of digital game-based learning software for incorporation into school syllabus and curriculum transaction. *Design Engineering*, 4864–4900.
- Maulana, R. T. (2020). *Perancangan user interface user experience dengan metode user centered design pada aplikasi mobile autentik*. Skripsi. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Islam Indonesia.
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. (2020). Perancangan UI/UX aplikasi My Cic layanan informasi akademik mahasiswa menggunakan aplikasi figma. *Jurnal Digit*, 10(2), 208–219. doi.org/10.51920/jd.v10i2.171
- Nurhabibie, R., & Papatungan, I. V. (2020). Pengembangan user interface dan user experience pada website AyoSparing menggunakan pendekatan user centered design dan metode heuristic evaluation. *Automata*, 1(2). (online). Diakses dari: <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/15397/10210>
- Santoso, G., Yusuf, N., Muhtadin, I., Rahmatunisa, S., Siregar, E. I., Murod, M., Asbari, M., & others. (2023). Monitoring dan evaluasi pelatihan kecanggihan aplikasi google di MTS Muhammadiyah Tajurhalang.

- Journal of Community Service and Engagement*, 3(1), 50–63. doi.org/10.9999/jocosae.v3i1.166
- Sholikhah, V. (2021). Manajemen strategi ekonomi agribisnis dalam konteks ilmu ekonomi mikro. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 113–129. doi.org/10.53515/lantabur.2021.2.2.113-129
- Zamzami, F., Nusa, N. D., & Faiz, I. A. (2021). *Sistem informasi akuntansi*. Yogyakarta: UGM Press.