

Full Paper

User-Centered UI/UX Design for Intisari Banyumas Souvenir Food E-Commerce Website

Ika Wida Nuragustin^{1*},

Telkom University, Banyumas, Indonesia,
ikawidanuragustin@student.telkomuniversity.ac.id

Indy Aurellia Az Zahra²,

Telkom University, Banyumas, Indonesia,
indyaurelly@student.telkomuniversity.ac.id

Dill Thafa Jausha³,

Telkom University, Banyumas, Indonesia,
dillthafaj@student.telkomuniversity.ac.id

*Corresponding Author

ABSTRACT

The rapid growth of digital commerce has encouraged local businesses to adopt online platforms to improve accessibility and customer engagement. However, many local souvenir businesses in Indonesia still rely on conventional selling methods and lack user-friendly digital platforms. This study aims to design and evaluate a user-centered e-commerce website for Intisari, a Banyumas souvenir store specializing in traditional products such as gethuk goreng and nopia. The research employed the User-Centered Design (UCD) approach consisting of empathize, define, ideate, prototype, and testing stages. Data collection was conducted through observations, interviews, and questionnaires involving 60 respondents and local UMKM actors to identify user needs and usability expectations. An interactive prototype was developed using Figma by implementing UI/UX principles, Nielsen's usability heuristics, and Gestalt visual principles. The prototype was evaluated using usability testing scenarios and the System Usability Scale (SUS). The evaluation results showed a task completion rate of 95%, an average checkout completion time of 1 minute and 40 seconds, and a SUS score of 88.33 categorized as "Excellent". The findings indicate that the implementation of user-centered UI/UX principles significantly improves user satisfaction, usability, and interaction efficiency in local e-commerce platforms. This research contributes to the development of culturally oriented digital commerce platforms that support local UMKM digital transformation and cultural preservation.

KEYWORDS

User-centered Design; UI/UX; Usability Testing; System Usability Scale; E-commerce Website

Nuragustin. I. W, Az Zahra. I. A, Jausha. D. T. (2026). User-Centered UI/UX Design for Intisari Banyumas Souvenir E-Commerce Website. *jasmed*, 4(1), pp. 13-22.
<https://doi.org/10.20895/jasmed.v4i1.11059>

Article Submitted 13/05/2026. Revision uploaded 04/06/2026. Accepted 24/06/2026.

© 2026 by the authors of this article. Published under CC-BY 

1. INTRODUCTION

Transformasi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses produk dan layanan, termasuk dalam aktivitas pembelian produk lokal melalui platform daring. Perkembangan teknologi *e-commerce* mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan ekosistem digital guna meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan laporan *Digital 2024 Indonesia* oleh We Are Social, lebih dari dua pertiga pengguna internet di Indonesia telah aktif melakukan aktivitas belanja online [1]. Data tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumen telah mengalami pergeseran signifikan menuju penggunaan platform digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga pengembangan platform digital UMKM menjadi sangat penting [2].

Meskipun perkembangan *e-commerce* di Indonesia meningkat secara pesat, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal masih menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi platform digital secara optimal [3]. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan implementasi *website* yang *user-friendly* untuk mendukung promosi produk, interaksi pelanggan, dan transaksi secara *online* atau dalam jaringan (daring). Sebagian besar UMKM masih mengandalkan penjualan konvensional serta promosi melalui media sosial sederhana yang memiliki keterbatasan dalam skalabilitas dan pengelolaan pengalaman pengguna. Kesenjangan ini menunjukkan kebutuhan mendesak akan desain UI/UX yang lebih baik untuk platform UMKM lokal [4].

Toko oleh-oleh Intisari merupakan salah satu usaha lokal di Kabupaten Banyumas yang menyediakan berbagai produk khas daerah seperti gethuk goreng, nopia, dan aneka makanan tradisional lainnya. Produk-produk tersebut memiliki nilai budaya dan ekonomi yang tinggi karena merepresentasikan identitas lokal Banyumas. Namun, proses pemasaran dan transaksi pada toko Intisari masih didominasi oleh metode konvensional sehingga aksesibilitas pelanggan terhadap produk menjadi terbatas. Selain itu, belum tersedia platform digital yang mampu merepresentasikan identitas budaya lokal sekaligus memberikan pengalaman pengguna yang optimal dalam proses pembelian produk. Kondisi ini memperkuat alasan pentingnya pengembangan website berbasis budaya lokal yang mudah digunakan [5].

Keberhasilan suatu platform digital tidak hanya ditentukan oleh aspek fungsionalitas, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) [6]. Tampilan antarmuka yang tidak intuitif, struktur navigasi yang membingungkan, inkonsistensi desain, serta proses *checkout* yang rumit dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna dan mengurangi efektivitas interaksi pengguna dengan sistem [7]. Oleh karena itu, pendekatan desain yang berpusat pada pengguna (*User-Centered Design/UCD*) menjadi sangat penting.

User-Centered Design (UCD) merupakan pendekatan pengembangan sistem yang menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam seluruh tahapan proses desain, mulai dari identifikasi kebutuhan, perancangan, hingga evaluasi. Pendekatan ini menekankan pentingnya keterlibatan pengguna agar produk yang dihasilkan lebih relevan, mudah digunakan, dan sesuai dengan konteks pengguna [8]. Menurut Norman, sistem digital yang baik tidak hanya harus dapat digunakan secara efektif, tetapi juga mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna [9]. Salah satu indikator utama keberhasilan implementasi UI/UX adalah *usability*, yaitu sejauh mana suatu sistem dapat digunakan secara efektif, efisien, dan memuaskan dalam konteks penggunaan tertentu [10].

Dalam pengembangan UI/UX, *usability* menjadi aspek penting karena berhubungan langsung dengan kenyamanan pengguna saat berinteraksi dengan sistem. Jakob Nielsen memperkenalkan sepuluh prinsip *usability heuristics* yang sering digunakan sebagai pedoman dalam evaluasi antarmuka pengguna, seperti *visibility of system status*, *consistency and standards*, *error prevention*, dan *user control and freedom* [11]. Selain itu, prinsip *Gestalt* seperti *proximity*, *similarity*, dan *continuity* juga banyak diterapkan dalam desain visual untuk membantu pengguna memahami struktur informasi dengan lebih mudah [12]. Kombinasi antara heuristik Nielsen dan prinsip desain visual *Gestalt* menjadi dasar penting dalam perancangan UI/UX yang baik.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas evaluasi *usability* pada *website* menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS). Huda dkk. (2023) [13] melakukan analisis *usability testing* menggunakan metode SUS terhadap website rumah sakit dan memperoleh skor SUS sebesar 72,5, yang menunjukkan tingkat *usability* “baik” namun masih membutuhkan penyempurnaan pada aspek navigasi dan konsistensi desain. Penelitian oleh Jiwa Permana (2019) [14] pada *website e-commerce* UMKM lokal memperoleh skor SUS sekitar 75, yang berada dalam kategori “baik”, menunjukkan bahwa sistem tersebut sudah cukup baik tetapi masih terbuka untuk

peningkatan. Sementara itu, penelitian oleh Intyanto et al. (2020) [15] menemukan bahwa inkonsistensi navigasi dan struktur menu menjadi salah satu penyebab utama rendahnya kenyamanan pengguna dalam menggunakan *website* akademik. Temuan-temuan ini menegaskan pentingnya evaluasi *usability* yang sistematis (misalnya menggunakan SUS) untuk memperbaiki kualitas UI/UX.

Meskipun penelitian terkait *usability* dan evaluasi UI/UX telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada sistem pendidikan, layanan publik, atau platform umum. Penelitian mengenai implementasi UI/UX berbasis budaya lokal pada platform *e-commerce* UMKM masih relatif terbatas, sehingga terdapat celah riset yang signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian hanya menitikberatkan pada aspek evaluasi *usability* tanpa mengintegrasikan identitas budaya lokal dan pendekatan *User-Centered Design* secara menyeluruh dalam proses perancangan sistem. Permasalahan ini menjadi dasar alasan pentingnya penelitian ini untuk mengisi gap tersebut.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengevaluasi *prototype* website toko oleh-oleh Intisari Banyumas menggunakan pendekatan *User-Centered Design* (UCD). Perancangan *website* dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip *usability*, heuristik Nielsen, serta identitas visual budaya lokal Banyumas untuk menghasilkan platform digital yang intuitif, responsif, dan mudah digunakan. Pendekatan UCD dan integrasi elemen budaya lokal menjadi kombinasi utama dalam penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan platform digital UMKM berbasis budaya lokal serta memperluas kajian mengenai implementasi *User-Centered Design* dalam pengembangan *website e-commerce* lokal di Indonesia. Kontribusi utama meliputi: (1) desain UI/UX berbasis budaya lokal, dan (2) penerapan evaluasi *usability* dengan metode SUS pada konteks UMKM.

2. METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) dalam proses perancangan dan evaluasi website toko oleh-oleh Intisari Banyumas. Pendekatan UCD dipilih karena menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam seluruh tahapan pengembangan sistem sehingga antarmuka yang dihasilkan dapat sesuai dengan kebutuhan, perilaku, dan ekspektasi pengguna. Metode ini terdiri dari lima tahapan utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*.

1. Tahap *Empathize*

Tahap *empathize* dilakukan untuk memahami kebutuhan pengguna, permasalahan, serta perilaku pengguna dalam menggunakan platform *e-commerce*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Observasi dilakukan secara langsung pada toko oleh-oleh Intisari Banyumas untuk memahami proses bisnis, alur transaksi, dan metode pemasaran yang digunakan. Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada pemilik toko untuk memperoleh informasi mengenai kendala promosi digital, kebutuhan sistem, serta harapan terhadap pengembangan website. Selain itu, penyebaran kuesioner dilakukan kepada 60 responden dengan rentang usia 18–55 tahun. Kuesioner bertujuan untuk mengetahui kebiasaan pengguna dalam berbelanja *online*, preferensi desain antarmuka, kemudahan navigasi, serta fitur-fitur yang dibutuhkan pada website oleh-oleh. Data hasil observasi, wawancara, dan kuesioner kemudian dianalisis untuk membentuk user persona sebagai representasi karakteristik pengguna utama sistem.

2. Tahap *Define*

Tahap *define* dilakukan untuk mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan utama berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna. Pada tahap ini ditemukan beberapa permasalahan utama, yaitu keterbatasan navigasi pada platform penjualan konvensional, minimnya informasi produk yang tersusun secara sistematis, serta proses transaksi yang kurang efisien. Berdasarkan permasalahan tersebut, ditentukan kebutuhan sistem yang meliputi fitur katalog produk, pencarian produk, halaman detail produk, keranjang belanja, checkout, dan review pelanggan. Selain itu, ditentukan pula kebutuhan desain seperti tampilan yang sederhana, mudah dipahami, responsif, dan memiliki identitas visual yang merepresentasikan budaya lokal Banyumas.

3. Tahap *Ideate*

Tahap *ideate* dilakukan melalui proses *brainstorming* untuk menghasilkan beberapa alternatif solusi desain antarmuka dan pengalaman pengguna. Dalam tahap ini dibuat rancangan alur navigasi pengguna mulai dari proses login, eksplorasi produk, penambahan produk ke keranjang, hingga proses *checkout*. Konsep

desain yang dikembangkan mengacu pada prinsip *usability heuristics* dari Nielsen seperti *consistency and standards*, *visibility of system status*, *error prevention*, dan *user control and freedom*. Selain itu, prinsip Gestalt seperti *proximity*, *similarity*, dan *continuity* diterapkan dalam pengelompokan elemen visual untuk meningkatkan keterbacaan dan kemudahan navigasi pengguna.

4. Tahap Prototype

Tahap *prototype* dilakukan dengan mengembangkan *prototype* interaktif menggunakan aplikasi Figma. *Prototype* yang dibuat terdiri dari beberapa halaman utama, yaitu homepage, login page, product catalog, product detail, shopping cart, dan checkout page. Desain visual menggunakan kombinasi warna coklat, krem, dan putih untuk merepresentasikan identitas budaya lokal Banyumas. Tipografi menggunakan font Amazon Ember karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan tampilan modern. Seluruh elemen antarmuka dirancang menggunakan prinsip visual hierarchy, alignment, dan consistency agar pengguna dapat memahami informasi dengan lebih mudah. *Prototype* juga dirancang responsif sehingga dapat digunakan pada berbagai ukuran layar seperti desktop, tablet, dan smartphone. Beberapa elemen interaktif yang diterapkan meliputi hover effect pada tombol, validasi form secara real-time, serta notifikasi keberhasilan dan kesalahan sistem.

5. Tahap Testing

Tahap testing dilakukan untuk mengevaluasi tingkat usability dari *prototype* website yang telah dirancang. Pengujian melibatkan tiga partisipan yang dipilih secara purposive, terdiri dari satu konsumen aktif yang terbiasa berbelanja produk oleh-oleh secara daring, satu konsumen yang baru pertama kali menggunakan platform e-commerce lokal, serta satu perwakilan dari pihak pengelola toko Intisari Banyumas.

Skenario pengujian meliputi:

1. Login atau registrasi akun
2. Menjelajahi katalog produk
3. Melihat detail produk
4. Menambahkan produk ke keranjang
5. Mengatur isi keranjang
6. Melakukan *checkout*
7. Membaca review produk

Evaluasi usability dilakukan menggunakan empat indikator utama, yaitu:

1. Task Completion Rate, untuk mengukur persentase keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas.
2. Time on Task, untuk mengukur waktu yang dibutuhkan pengguna dalam menyelesaikan tugas tertentu.
3. Error Rate, untuk mengukur jumlah kesalahan yang dilakukan pengguna selama interaksi dengan sistem.
4. System Usability Scale (SUS), untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap *prototype* website.

Kuesioner SUS terdiri dari 10 pertanyaan menggunakan skala Likert 1–5. Perhitungan skor SUS dilakukan dengan mengurangi skor pernyataan positif dengan angka 1 dan mengurangi angka 5 dengan skor pada pernyataan negatif. Total skor kemudian dikalikan dengan 2,5 untuk memperoleh nilai akhir SUS. Selain pengujian usability, dilakukan pula cross-platform testing pada perangkat desktop, tablet, dan smartphone untuk memastikan konsistensi tampilan dan fungsionalitas sistem pada berbagai ukuran layar. Melalui tahapan metode tersebut, diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan *prototype* website oleh-oleh Intisari Banyumas yang memiliki tingkat usability tinggi, mudah digunakan, responsif, serta mampu mendukung digitalisasi UMKM lokal berbasis budaya daerah.

3. RESULT

Sistem yang dikembangkan memiliki lima halaman utama yaitu beranda, halaman login, halaman produk, halaman detail produk, dan halaman checkout. Struktur navigasi menggunakan *single sticky* menu yang selalu terlihat di bagian atas halaman untuk memudahkan pengguna dalam berpindah halaman. Selain itu, breadcrumb diterapkan pada halaman detail produk dan checkout untuk membantu pengguna memahami posisi navigasi dalam sistem.

Struktur informasi disusun secara hierarkis mulai dari banner promosi, kategori produk, produk unggulan, hingga ulasan pelanggan. Setiap produk ditampilkan dalam bentuk kartu yang berisi gambar, nama produk, dan harga, serta dapat diklik untuk menuju halaman detail produk. Implementasi tampilan antarmuka sistem ditunjukkan pada Gambar 1 hingga Gambar 5 berikut.

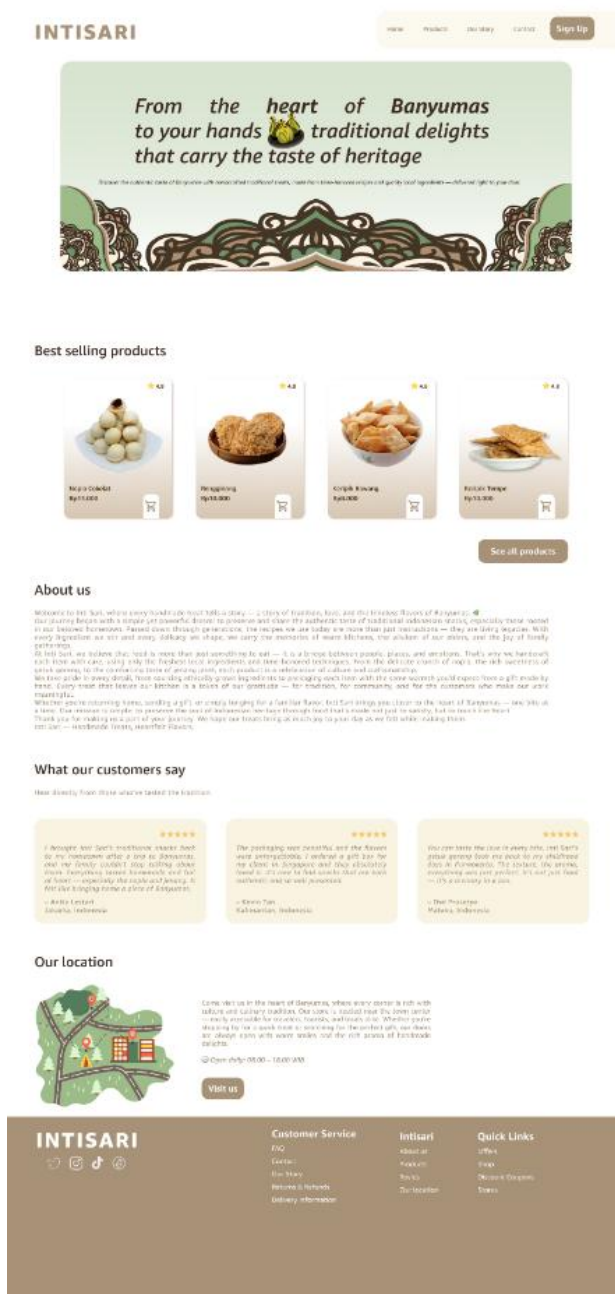


Figure 1 Homepage.



Sign Up

Enter your detail to register and start to discover!

Sign Up with Google
Sign Up with Facebook

Or

Phone or email

Password

[Register](#)

By clicking register, you agree to accept Intisari [Terms and Condition](#)

Figure 2 Halaman Login.

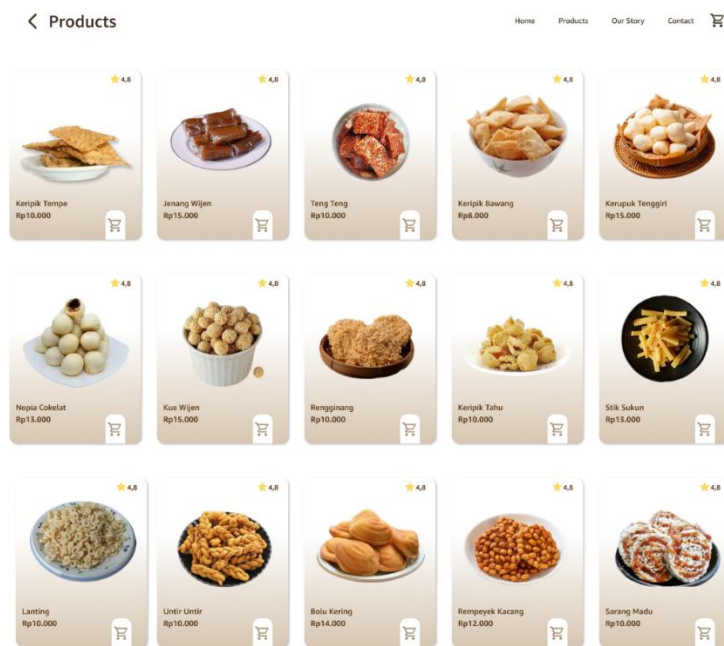


Figure 3 Halaman Produk.

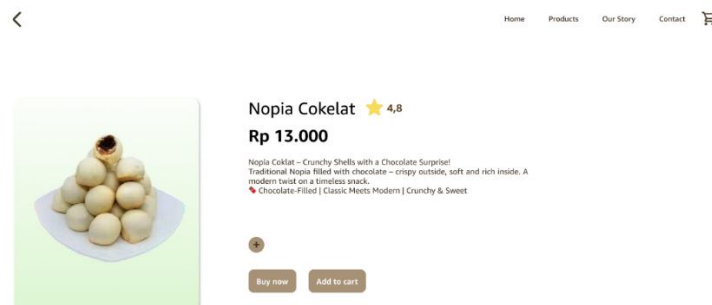


Figure 4 Halaman Detail Produk.

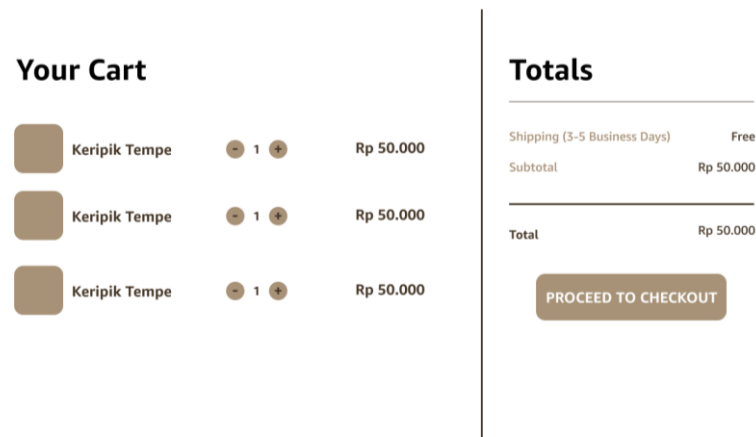


Figure 5 Halaman Checkout.

Dari sisi desain visual, sistem menggunakan warna dominan coklat dan krem untuk merepresentasikan identitas lokal Banyumas. Tipografi yang digunakan adalah Amazon Ember untuk menjaga keterbacaan dan konsistensi visual. Pengujian responsivitas dilakukan pada tiga perangkat berbeda yaitu desktop (1920×1080), tablet (768×1024), dan smartphone (360×640). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh elemen antarmuka tetap konsisten tanpa adanya perubahan struktur layout maupun pemotongan konten pada seluruh perangkat yang diuji.

Seluruh komponen interaktif yang diterapkan pada sistem berjalan dengan baik, meliputi tombol aksi “Buy Now” dan “Add to Cart” yang memberikan efek hover berupa perubahan ukuran dan warna, formulir checkout dengan validasi real-time untuk input email, nomor telepon, dan alamat, serta sistem notifikasi yang memberikan umpan balik visual berupa warna hijau untuk sukses dan merah untuk error. Komponen ini meningkatkan kualitas interaksi pengguna dengan sistem. Hasil evaluasi usability menggunakan metode System Usability Scale (SUS) disajikan pada Tabel 1 berikut.

Table 1 Hasil Jawaban Kuesioner System Usability Scale (SUS)

No	Pernyataan	Partisipan A	Partisipan B	Partisipan C
1	Saya akan sering menggunakan website ini	5	5	4
2	Website ini terasa rumit digunakan (R)	2	1	1
3	Website ini mudah digunakan	5	5	5
4	Saya membutuhkan bantuan teknis (R)	1	2	1
5	Fitur dalam website terintegrasi dengan baik	4	4	4
6	Website ini tidak konsisten (R)	2	2	2
7	Website ini mudah dipelajari	5	5	5
8	Website ini membingungkan (R)	1	2	2
9	Saya percaya diri menggunakan website ini	5	5	5
10	Saya harus belajar banyak sebelum menggunakannya (R)	2	2	2

Tanda (R) pada beberapa pernyataan kuesioner menunjukkan bahwa pernyataan tersebut bersifat reverse-scored atau pernyataan negatif, yang artinya arah penilaiannya dibalik dalam proses perhitungan skor akhir SUS. Perhitungan skor SUS dilakukan dengan ketentuan bahwa pernyataan ganjil merupakan pernyataan positif dengan rumus skor = jawaban - 1, sedangkan pernyataan genap merupakan pernyataan negatif dengan rumus skor = 5 - jawaban. Total skor diperoleh dari penjumlahan seluruh skor kemudian dikalikan 2,5.

Untuk Partisipan A, perhitungan dilakukan sebagai berikut:

$$\text{Skor positif} = (5-1) + (5-1) + (4-1) + (5-1) + (5-1) = 19$$

$$\text{Skor negatif} = (5-2) + (5-1) + (5-2) + (5-1) + (5-2) = 17$$

$$\text{Total skor} = 36$$

$$\text{SUS A} = 36 \times 2,5 = 90,0$$

Untuk Partisipan B:

Skor positif = 19

Skor negatif = 16

Total skor = 35

SUS B = $35 \times 2,5 = 87,5$

Untuk Partisipan C:

Skor positif = 18

Skor negatif = 17

Total skor = 35

SUS C = $35 \times 2,5 = 87,5$

Rata-rata skor SUS dihitung sebagai berikut:

$(90,0 + 87,5 + 87,5) / 3 = 88,33$

Hasil evaluasi usability dirangkum pada Table 2 berikut.

Table 2 Hasil Evaluasi Usability Website

No	Indikator	Hasil
1	Task Completion Rate	95% tugas berhasil diselesaikan tanpa bantuan
2	Average Time on Task	1 menit 40 detik pada proses checkout
3	Error Rate	2 kesalahan minor (misclick)
4	SUS Score	88,33 (kategori Excellent)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna dapat menyelesaikan seluruh tugas dengan baik tanpa bantuan tambahan. Waktu penyelesaian tugas tergolong cepat dan tingkat kesalahan sangat rendah. Skor SUS sebesar 88,33 menunjukkan bahwa sistem memiliki tingkat usability yang sangat baik dan dapat diterima oleh pengguna dengan tingkat kepuasan tinggi.

4. DISCUSSION

Bagian pembahasan ini menganalisis hasil penelitian secara mendalam dengan mengaitkannya pada teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan pada bagian Introduction, sehingga dapat terlihat kontribusi dan nilai tambah dari penelitian ini dalam diskursus ilmiah. Selain itu, bagian ini juga membandingkan hasil penelitian dengan penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat terlihat kontribusi dan nilai tambah dari penelitian ini dalam diskursus ilmiah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) pada pengembangan website toko oleh-oleh Banyumas menghasilkan sistem dengan tingkat usability yang tinggi. Hal ini dibuktikan melalui skor System Usability Scale (SUS) sebesar 88,33 dengan kategori “Excellent”. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan desain yang berfokus pada pengguna mampu menghasilkan antarmuka yang mudah digunakan, intuitif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan prinsip usability dan heuristik Nielsen dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna pada sistem digital. Dibandingkan dengan studi terdahulu yang menghasilkan skor SUS pada kategori “Good” hingga “Acceptable”, penelitian ini menunjukkan hasil yang lebih tinggi. Kondisi ini dapat dikaitkan dengan penerapan desain berbasis pengguna sejak tahap awal, mulai dari empathize hingga testing, yang dilakukan secara terstruktur.

Selain itu, penerapan prinsip Gestalt seperti proximity, similarity, dan continuity pada desain visual memberikan kontribusi terhadap kemudahan pengguna dalam memahami struktur informasi. Hal ini terlihat dari tingkat keberhasilan penyelesaian tugas sebesar 95% tanpa bantuan serta waktu penyelesaian rata-rata 1 menit 40 detik pada proses checkout. Temuan tersebut menunjukkan bahwa struktur visual yang terorganisasi dengan baik dapat meningkatkan efisiensi interaksi pengguna.

Dari sisi interaksi sistem, pemberian umpan balik secara langsung melalui notifikasi visual seperti warna hijau untuk keberhasilan dan warna merah untuk kesalahan membantu pengguna memahami status sistem secara real-time. Hal ini memperkuat penerapan prinsip visibility of system status dan error prevention dalam perancangan

antarmuka. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang hanya terdiri dari tiga partisipan sehingga belum dapat merepresentasikan populasi pengguna secara luas. Selain itu, sistem yang diuji masih berupa prototipe sehingga belum mencerminkan kondisi penggunaan pada sistem produksi yang terintegrasi dengan layanan pembayaran dan logistik secara nyata. Kondisi tersebut dapat memengaruhi generalisasi hasil terhadap skenario penggunaan yang lebih kompleks.

5. CONCLUSION

Penelitian ini berhasil merancang dan mengembangkan website toko oleh-oleh Banyumas dengan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) yang berfokus pada kebutuhan, perilaku, dan pengalaman pengguna. Hasil perancangan menunjukkan bahwa sistem yang dibangun memiliki struktur informasi yang jelas, navigasi yang sederhana, serta desain antarmuka yang konsisten dan responsif di berbagai perangkat. Evaluasi usability yang dilakukan menggunakan metode System Usability Scale (SUS) menunjukkan hasil sebesar 88,33 yang termasuk dalam kategori “Excellent”. Selain itu, tingkat keberhasilan penyelesaian tugas mencapai 95% dengan waktu rata-rata penyelesaian tugas 1 menit 40 detik serta tingkat kesalahan yang rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sistem mampu memberikan pengalaman penggunaan yang efektif dan efisien.

Penerapan prinsip desain seperti heuristik Nielsen dan prinsip Gestalt terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kualitas interaksi pengguna, terutama dalam hal kemudahan memahami informasi, konsistensi tampilan, serta kejelasan umpan balik sistem. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan desain berbasis pengguna memiliki peran penting dalam pengembangan sistem digital yang berorientasi pada pengalaman pengguna. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan sistem *e-commerce* berbasis produk lokal dengan menekankan pentingnya pendekatan UI/UX dalam meningkatkan kualitas layanan digital UMKM. Implementasi desain yang berfokus pada pengguna juga menunjukkan potensi dalam mendukung digitalisasi produk budaya daerah agar lebih mudah diakses oleh masyarakat luas. Untuk pengembangan selanjutnya, sistem dapat ditingkatkan melalui integrasi dengan backend yang lebih kompleks seperti payment gateway, sistem manajemen pesanan, serta fitur pelacakan pengiriman. Selain itu, pengujian dengan jumlah partisipan yang lebih besar dan variasi profil pengguna yang lebih beragam dapat dilakukan untuk memperoleh hasil evaluasi yang lebih komprehensif dan representatif.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah partisipan yang lebih besar serta pengujian pada lingkungan penggunaan yang lebih realistis. Integrasi sistem dengan fitur backend seperti payment gateway, manajemen pesanan, dan pelacakan pengiriman juga dapat menjadi pengembangan lanjutan untuk meningkatkan validitas dan relevansi sistem dalam implementasi nyata.

6. AI TOOLS

Dalam penyusunan bagian Introduction pada penelitian ini, digunakan bantuan alat berbasis kecerdasan buatan yaitu Perplexity AI untuk mendukung proses pencarian referensi secara cepat dan efisien. Perplexity AI digunakan sebagai alat bantu dalam menemukan sumber-sumber literatur awal yang relevan dengan topik penelitian, khususnya terkait UI/UX design, usability evaluation, dan penerapan User-Centered Design (UCD). Hasil pencarian dari Perplexity AI kemudian ditinjau kembali secara manual oleh penulis untuk memastikan keakuratan, relevansi, serta kesesuaian dengan konteks penelitian. Seluruh isi dan interpretasi dalam naskah tetap menjadi tanggung jawab penuh penulis, termasuk validasi terhadap sumber yang digunakan dalam penulisan artikel ilmiah ini.

7. ACKNOWLEDGMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pengampu Mata Kuliah Interaksi Manusia dan Komputer di Telkom University Purwokerto atas bimbingan, masukan, dan dukungan selama proses penelitian ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik toko oleh-oleh Intisari Kabupaten Banyumas yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai serta berbagi pengalaman dalam pengembangan sistem. Partisipasi aktif mereka memberikan wawasan yang sangat berharga terkait kebutuhan dan permasalahan nyata di lapangan. Tak lupa, apresiasi diberikan kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam sesi pengujian *usability*. Kontribusi mereka sangat berarti dalam memberikan data yang valid dan mendalam bagi kesuksesan penelitian ini.

8. REFERENCE

- [1] We Are Social and Hootsuite, “Digital 2024: Indonesia,” Datareportal, 2024. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- [2] M. Fauzi, M. Fauzan, and H. Umar, “Perilaku Konsumen Setelah Era Covid-19,” BJRM (Bongaya J. Res. Manag.), vol. 8, no. 1, pp. 1–8, 2025.
- [3] B. Morisson and A. A. H. S. Fikri, “Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital,” E-BISNIS J. Ilm. Ekon. dan Bisnis, vol. 18, no. 1, pp. 289–299, 2025.
- [4] D. A. Winaldi, F. Annas, and M. Y. Armando, “Perancangan e-commerce berbasis OpenCart untuk promosi produk makanan home industry di Kecamatan Aek Ledong,” JOVISHE J. Visionary Sharia Econ., vol. 3, no. 2, pp. 399–417, 2024.
- [5] R. P. A. Hasibuan, A. R. Harahap, and M. E. Rizka Ar Rahmah, Pengembangan UMKM Berbasis Budaya sebagai Pondasi Ekonomi. Jakarta: PT Penerbit Qriset Indonesia, 2025.
- [6] D. Hanafi, I. A. Prabadhi, and G. B. Hertantyo, “Perancangan desain user interface/user experience: Systematic literature review,” JATI (J. Mhs. Tek. Inform.), vol. 9, no. 3, pp. 4665–4671, 2025.
- [7] I. C. W. Prasetyo and B. Kristianto, “Pengaruh desain user interface terhadap tingkat kenyamanan pada pengguna situs website e-commerce,” JIPI (J. Ilm. Penelit. dan Pembelajaran Inform.), vol. 10, no. 4, pp. 3319–3331, 2025.
- [8] R. S. Hutabarat and K. Sudaryana, “User-Centered Design pada User Interface (UI)/User Experience (UX) Prototyping Aplikasi E-Commerce,” J. Penelit. Teknol. Inf. dan Sains, vol. 2, no. 4, pp. 89–99, 2024.
- [9] D. A. Norman, The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition. Cambridge, MA: MIT Press, 2013.
- [10] A. Rustiawan, “Analisis Pengaruh Desain UI Terhadap Efektivitas Interaksi Pengguna,” J. Komput. dan Teknol. Inf. (JUKOMTIK), vol. 1, no. 2, pp. 80–86, 2026.
- [11] J. Nielsen, “10 Usability Heuristics for User Interface Design,” Nielsen Norman Group, 1995. [Online]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- [12] H. Wahyudi and I. G. Salim, “Analisis teori Gestalt pada postingan promosi acara Tepang Karya dalam rentang tahun 2022–2025 oleh HIMDKV Nusa Putra,” J. Dasarrupa Desain dan Seni Rupa, vol. 8, no. 1, pp. 23–31, 2026.
- [13] N. Huda, “Implementasi metode usability testing dengan System Usability Scale dalam penilaian website RS Siloam Palembang,” Klik - Kumpul. J. Ilmu Komput., vol. 6, no. 1, p. 36, 2019.
- [14] A. A. Jiwa Permana, “Usability testing pada website e-commerce menggunakan metode System Usability Scale (SUS): Studi kasus umkmbuleleng.com,” J. Sains dan Teknol., vol. 8, no. 2, pp. 149–158, 2019.
- [15] G. W. Intyanto, N. A. Ranggianto, and V. Octaviani, “Pengukuran usability pada website Kampus Akademi Komunitas Negeri Pacitan menggunakan System Usability Scale (SUS),” Walisongo J. Inf. Technol., vol. 3, no. 2, pp. 59–68, 2021.

9. AUTHORS

1. **Ika Wida Nuragustin** adalah mahasiswa Program Studi S1 Sains Data di Telkom University kampus Purwokerto. Bidang yang diminati meliputi data science, User Interface/User Experience (UI/UX), interaksi manusia dan komputer, pengembangan website, usability testing, serta analisis data untuk pengembangan sistem digital. Email: ikawidanuragustin@student.telkomuniversity.ac.id.
2. **Indy Aurellia Az Zahra** adalah mahasiswa Program Studi S1 Sains Data di Telkom University kampus Purwokerto. Minat penelitiannya meliputi data analytics, user-centered design, pengembangan sistem informasi, visualisasi data, dan evaluasi pengalaman pengguna pada platform digital. Email: indyaurelly@student.telkomuniversity.ac.id.
3. **Dill Thafa Jausha** adalah mahasiswa Program Studi S1 Sains Data di Telkom University kampus Purwokerto. Fokus bidang yang diminati meliputi data science, pengembangan aplikasi web, usability evaluation, analisis sistem interaktif, serta penerapan teknologi digital untuk mendukung pengembangan bisnis lokal. Email: dillthafaj@student.telkomuniversity.ac.id.