

PERANCANGAN ULANG UI/UX PADA APLIKASI OSAGA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Yuhono Indra Pitarto*¹⁾, Nina Setiyawati²⁾

1. Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia
2. Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

Article Info

Kata Kunci: *User Interface; User Experience; Design Thinking; Ojek*

Keywords: *User Interface; User Experience; Design Thinking; Ojek*

Article history:

Received 5 May 2023

Revised 19 May 2023

Accepted 2 June 2023

Available online 1 December 2023

DOI :

<https://doi.org/10.29100/jipi.v8i4.4045>

* Corresponding author.

Yuhono Indra Pitarto

E-mail address:

672018219@student.uksw.edu

ABSTRAK

Osaga adalah aplikasi transportasi online lokal Salatiga yang dibuat oleh pemerintah kota salatiga untuk membantu pengembangan UMKM daerah. Osaga berusaha memberikan layanan terbaik untuk para pengguna khususnya di Kota Salatiga dan dapat bersaing dengan jasa transportasi online lainnya. Untuk memberikan pelayanan pengalaman dalam menggunakan aplikasi yang terbaik dibutuhkan suatu riset *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* yang baik, oleh karena itu pada penelitian perancangan ulang *UI/UX* menggunakan metode *design thinking* untuk menyelesaikan masalah dan aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Proses ini meliputi tahap awal yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan test*. *Prototype* dari aplikasi digunakan untuk melakukan testing responden menggunakan *Single Ease Question (SEQ)*. Secara keseluruhan pengujian menggunakan *SEQ* mendapatkan nilai rata-rata diatas 6 dari 10 responden, dapat disimpulkan bahwa hasil desain sudah mendapat nilai yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam menggunakan aplikasi.

ABSTRACT

Osaga is Salatiga's local online transportation application created by the Salatiga city government to help the development of local MSMEs. Osaga strives to provide the best service for users, especially in Salatiga City, and to compete with other online transportation services. To provide the best service experience in using the application, a good User Interface (UI) and User Experience (UX) research is needed, therefore in the UI/UX redesign research using design thinking methods to solve problems and applications can meet user needs. This process includes the initial stages of *empathize, define, ideate, prototype, and test*. The prototype of the application is used to test respondents using the *Single Ease Question (SEQ)*. Overall testing using *SEQ* gets an average score above 6 out of 10 respondents, it can be concluded that the design results have received a good score and can meet the needs of users in using the application.

I. PENDAHULUAN

PERKEMBANGAN teknologi saat ini sangat mempengaruhi perilaku masyarakat yang hampir semua aktivitas sehari-hari menggunakan berbagai layanan aplikasi online. Salah satu ide dari berbagai layanan online adalah layanan transportasi online, yang menggunakan internet sebagai sarana. Layanan ini sangat berdampak bagi masyarakat dalam berbagai kegiatan dan kehidupan sehari-hari, karena dapat menghemat waktu dan meningkatkan efisiensi[1]. Transportasi online sudah mencakup ratusan kota dan kabupaten di Indonesia. Ada berbagai layanan transportasi online yang berskala nasional maupun lokal. Layanan transportasi online yang dimaksud adalah sebuah bentuk kemitraan antara individu yang memiliki kendaraan dan sebuah perusahaan untuk memberikan layanan mengantar konsumen yang melakukan pemesanan melalui aplikasi[2].

Salatiga merupakan salah satu kota di Jawa Tengah, yang terdapat banyak pelaku UMKM dan usaha kuliner yang mempunyai komunitas media sosial kuliner yang besar serta banyaknya mahasiswa dari berbagai daerah berkuliah di sini. Di Salatiga terdapat banyak sekali layanan transportasi online lokal maupun nasional. Tidak semua layanan transportasi online yang berskala lokal tersebut menggunakan aplikasi berbasis *mobile app* yang mempunyai *UI/UX* bagus dan fitur seperti Gojek ataupun Grab. Persaingan yang sengit di antara perusahaan transportasi online menunjukkan bahwa perusahaan harus berusaha mempertahankan pelanggan agar tetap setia dan menggunakan layanan transportasi online yang mereka tawarkan[3].

Pemkot Salatiga dalam rangka mewujudkan perubahan ekonomi yang lebih baik di Salatiga membuat aplikasi Osaga sebagai jasa transportasi berbasis digital yang dapat menjadi total solusi bagi masyarakat dan mendukung UMKM lokal Salatiga. Dengan biaya terjangkau bagi Pelanggan dan Mitra karena tidak adanya biaya admin atau biaya lain yang dibebankan. Dari beberapa keunggulan menarik pada Osaga masih belum memperoleh banyak pengguna. Karena tampilan maupun fitur kurang familiar bagi pengguna baru yang terbiasa menggunakan Gojek maupun Grab[4]. Tidak adanya metode pembayaran selain dengan uang tunai, tampilan aplikasi yang kurang *friendly*, serta beberapa detail pada menu maupun fitur yang kurang bisa dipahami oleh pengguna menjadi beberapa masalah yang membuat Osaga kurang dapat bersaing dengan aplikasi lainnya.

Dalam mendesain produk, dua elemen yang saling terkait dan sangat penting adalah *User interface (UI)* dan *user experience (UX)*. *User interface* adalah apa yang terlihat saat menggunakan aplikasi, sedangkan *user experience* adalah apa yang dialami pengguna saat menggunakan aplikasi[5]. Untuk itu perlu adanya riset dan metode untuk membuat *UI/UX* yang baik. Adapun salah satunya dengan Metode yang digunakan adalah *Design Thinking*[6]. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Lutfi Lazard yang berjudul “*Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek*”, proses *design thinking* yang baik telah membantu mengembangkan berbagai solusi pada Gojek yang sebelumnya hanya aplikasi transportasi berbasis *mobile app*. Tidak hanya itu, layanan transportasi online juga mampu menciptakan peluang bisnis dari masalah yang muncul di masyarakat [7].

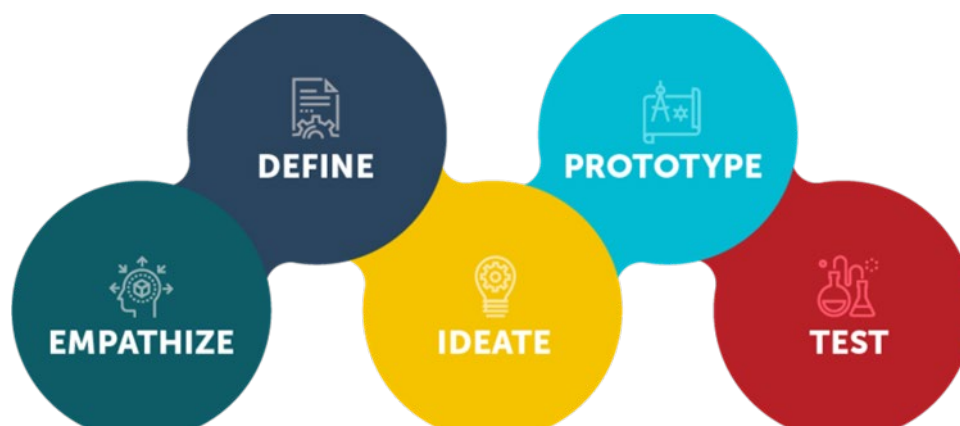
Perancangan *UI/UX* juga pernah dilakukan sebelumnya oleh Elda Chandra Shirvanadi dengan judul “*Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Amikom Center Dengan Metode Design Thinking*”. Pada penelitian tersebut dilakukan perancangan ulang dengan metode *design thinking* untuk mendapat *feedback* dan menggali permasalahan pengguna saat menggunakan *website*. Setelah menyelesaikan semua proses untuk memahami kebutuhan dan masalah pengguna. Hasilnya adalah tercipta solusi pada situs Amikom Center untuk memberikan pengalaman terbaik dari semua kegiatan yang berlangsung atau dilakukan di *website e-learning* Amikom Center[8].

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penggunaan metode *design thinking* dapat menjawab permasalahan dari pengguna dan membuat aplikasi lebih mudah digunakan serta dapat memberi pengalaman yang lebih baik. Salah satu kelebihan *design thinking* adalah dapat membantu berpikir *out of the box*, mengembangkan produk yang berpusat pada permasalahan pengguna, dan menciptakan produk yang lebih baik[9]. Diharapkan perancangan ulang *UI/UX* aplikasi Osaga dengan metode *design thinking* dapat memberikan pengalaman pengguna yang mudah dan bisa menjadi solusi dari permasalahan yang ada.

II. METODE PENELITIAN

A. Design Thinking

Design Thinking adalah cara berinovasi yang mengutamakan manusia dengan menyatukan kebutuhan desainer dengan kebutuhan orang-orang, teknologi, dan bisnis. Metode ini menggunakan pendekatan berdasarkan yang berpusat pada pengguna yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan masalah dari pengguna[10]. Secara ideal, *design thinking* adalah cara berpikir yang meliputi langkah-langkah dari perubahan sederhana sampai menciptakan solusi konkret. Cara ini mengharuskan melakukan tahap-tahap seperti membayangkan, mengamati, dan menerapkan untuk merealisasikan solusi tersebut[11]. Lima tahapan menurut *d.school* yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*[12].



Gambar 3. Tahapan *Design Thinking*[13].

Tahap pertama adalah *Empathize*, di mana metode ini mengutamakan *human centered design* dan bertujuan untuk memahami pengguna melalui observasi dan wawancara dalam konteks produk yang akan dirancang. Setelah

itu, observasi dan wawancara akan digabungkan dengan memberikan skenario untuk membantu pemahaman terhadap kebutuhan pengguna. Tahap kedua adalah *Define* yang merupakan suatu proses menganalisis dan memahami berbagai permasalahan yang didapat dari *empathize*, tahap *Define* bertujuan untuk menetapkan pernyataan masalah sebagai sudut pandang dalam penelitian. Tahap ketiga adalah *Ideate* yang merupakan proses peralihan dari perumusan masalah ke pemecahan masalah, pada proses *brainstorming* dalam tahapan ini difokuskan untuk menciptakan gagasan atau ide sebagai dasar dalam perancangan *prototype* yang akan dibuat. Tahap keempat adalah *Prototype* yang merupakan tahap mengimplementasikan hasil dari tahap *Ideate* atau membuat rancangan awal suatu produk yang akan dibangun. *Prototype* yang dihasilkan membantu mengidentifikasi kesalahan sejak awal serta mengeksplorasi berbagai kemungkinan baru. Tahap terakhir adalah *Test*, desain yang dibuat pada tahap *prototype* diuji dengan mendapatkan berbagai umpan balik dari pengguna. Tahap ini adalah tahap akhir, tetapi sebenarnya adalah siklus hidup atau *life cycle* yang membolehkan perbaikan dan kembali ke tahap desain sebelumnya jika ada kesalahan.[14]

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Empathize

Pada tahap pertama adalah *empathize*, tahap ini dilakukan pendekatan terhadap pengguna. Dalam mengembangkan empati terhadap pengguna, desainer harus terlibat aktif, mendengarkan, dan memahami sudut pandang orang lain. Oleh karena itu, metode *emphatize* dalam *design thinking* melibatkan pengguna yang sebenarnya dalam proses desain untuk memastikan bahwa produk yang dirancang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna dengan lebih baik.[15]. Desainer perlu terjun langsung ke lapangan untuk bertemu dengan pengguna dan melakukan wawancara, bahkan dapat bertindak seolah menjadi mereka. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa permasalahan pengguna yang benar-benar ingin diselesaikan dapat teridentifikasi dan dipecahkan dengan tepat. Tahap *emphatize* ini memungkinkan kita untuk memahami dan merasakan masalah yang dihadapi oleh pengguna secara lebih mendalam, sehingga dapat memberikan solusi yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan mereka[16]. Pada tahapan ini wawancara dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan pengguna dan untuk *secondary research* penulis melakukan *Review Analysis* dengan mencari ulasan dari aplikasi di *Google Play Store*. Wawancara dilakukan secara bertatap muka dengan pengguna yang berjumlah 10 orang dan berdomisili di salatiga. Untuk mendapatkan data yang akurat dan valid mengenai kebutuhan dan masalah pengguna, wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden [17]. Pengguna akan diberi beberapa pertanyaan dan memberikan komentar terkait aplikasi. Pertanyaan penulis bertujuan untuk pengumpulan data pada proses identifikasi kebiasaan, kebutuhan, dan masalah pengguna saat menggunakan aplikasi. Setelah itu hasil wawancara akan diobservasi untuk mengetahui inti permasalahan.

TABEL I
 TAHAP EMPATHIZE SECONDARY RESEARCH

No	Hasil Temuan Riset	Sumber
User Research		
1	Menu Saga Food kurang detail	Wawancara
2	Hanya tersedia bayar tunai	Wawancara
3	Maps kurang detail keterangannya	Wawancara
4	Tampilan aplikasi terlalu jadul	Wawancara
5	Tidak adanya fitur rating	Wawancara
Review Analysis		
1	Titik Maps kadang tidak sesuai	<i>Feedback playstore (Osaga)</i> [18]
2	Tidak ada fitur simpan lokasi	<i>Feedback playstore (Osaga)</i> [18]
3	Login lama menunggu helpdesk WA	<i>Feedback playstore (Osaga)</i> [18]
4	Tidak bisa login/signup dengan email	<i>Feedback playstore (Osaga)</i> [18]
5	Metode pembayaran perlu ditambahi	<i>Feedback playstore (Osaga)</i> [18]

B. Define

Kedua adalah tahap *define*, identifikasi informasi yang dikumpulkan selama tahap *empathize*, dianalisis dan dikumpulkan untuk mengidentifikasi masalah utama. Pada tahap ini terjadi sebuah proses sintesis hasil dari *empathize* yang diperoleh dari pengguna untuk membentuk sudut pandang pengguna, yang akan dituangkan dalam pembuatan solusi yang akan dibuat[19]. Hasilnya adalah *pain points* yang didapatkan dari tahap sebelumnya dilakukan analisa dan menentukan fokus masalah dari pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi Osaga. Dalam tahap ini pengumpulan ide berguna untuk membuat dan mengembangkan fitur yang dapat menyelesaikan masalah yang ada. Tujuan *pain points* ini adalah meminimalkan kesulitan pengguna untuk meningkatkan tingkat

kepuasan dan tercapainya tujuan penggunaan aplikasi.

Pain points and frustrations



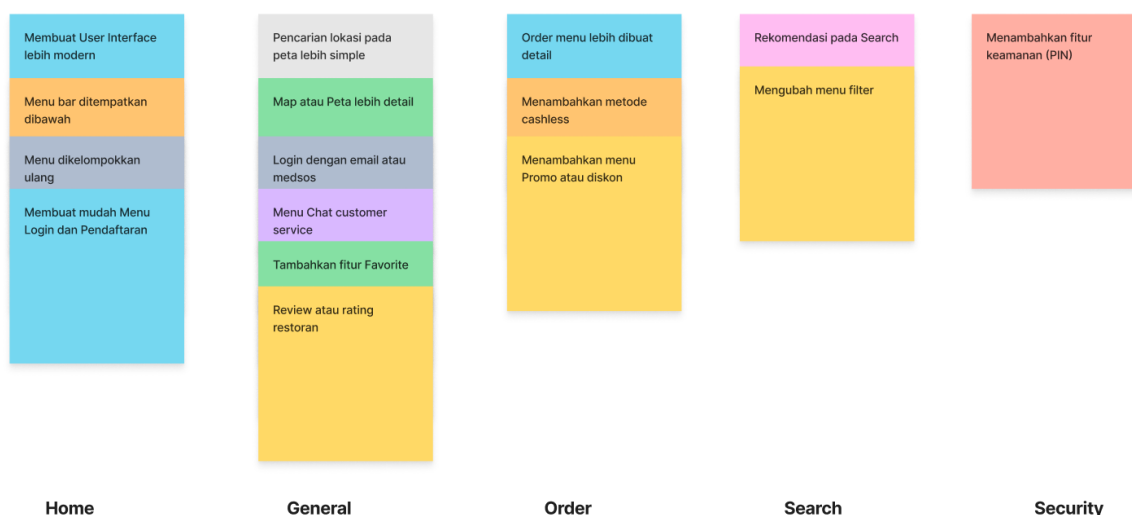
Gambar 2. Hasil *Pain Points*

C. Ideate

Tahap ketiga adalah *Ideate*. Pada tahap ini, desainer mengidentifikasi motivasi dan kebutuhan pengguna, dan menghasilkan ide-ide baru melalui teknik *brainstorming* atau penciptaan gagasan secara kreatif. [20]. Semua ide-ide akan ditampung guna penyelesaian masalah yang telah ditetapkan pada tahap *define*. Tahap ini adalah tahap untuk mencari berbagai kemungkinan dengan menghasilkan banyak ide, yang memungkinkan kita untuk berpikir lebih luas dan mengeksplorasi berbagai pilihan[21]. Ide-ide ini dirumuskan secara kreatif kemudian akan dipilih dan diprioritaskan berdasarkan dampaknya bagi pengguna. Tahap akhirnya adalah meneliti dan menguji ide-ide yang telah dibuat untuk mencari solusi terbaik atau mencegah masalah-masalah yang mungkin muncul.

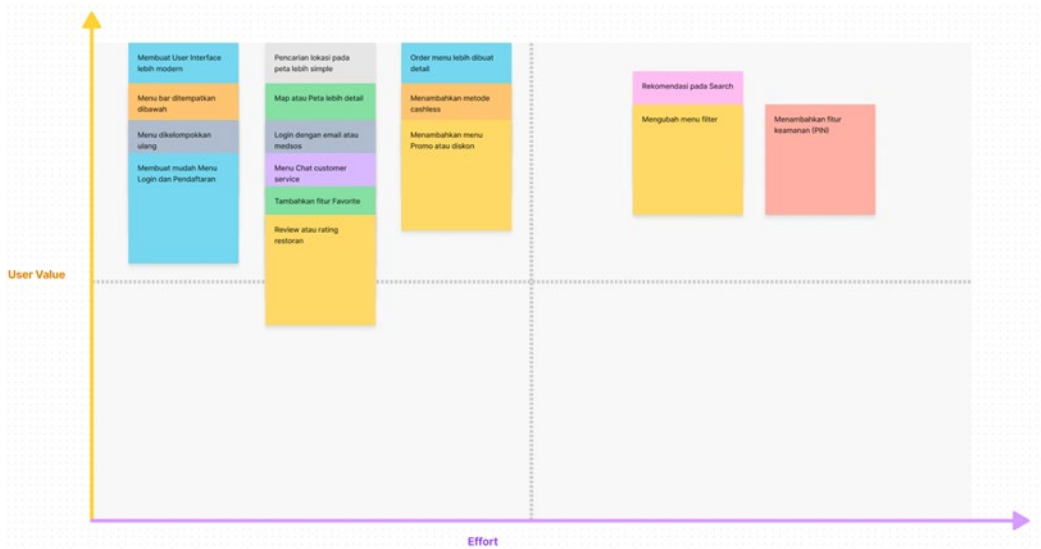
Solution Idea

How Might We: Aplikasi yang mudah dalam penggunaan menu, fitur yang lebih detail serta adanya pembayaran cashless.



Gambar 3. Hasil *Solution Idea*

Kemudian dibuatlah *Prioritization idea* bertujuan untuk memprioritaskan ide-ide yang sudah dituangkan ke dalam beberapa kelompok. Dalam hal ini akan dibagi menjadi empat kelompok yaitu: *yes do it now*, *do next*, *later* dan *do last*. *Prioritization idea* ini didasarkan pada ide gagasan yang memiliki potensi tinggi (*user value*) berbanding dengan upaya (*effort*) yang dikeluarkan[22].



Gambar 4. *Prioritazion Idea*

Lalu dibuat *wireframe* untuk membantu perancangan desain dalam mengorganisasi informasi dan menentukan posisi elemen pada antarmuka sebelum masuk ke tahap desain yang lebih detail. Dengan *wireframe* membantu desainer mendapat gambaran besar tentang produk dengan usaha dan waktu yang minim[23].

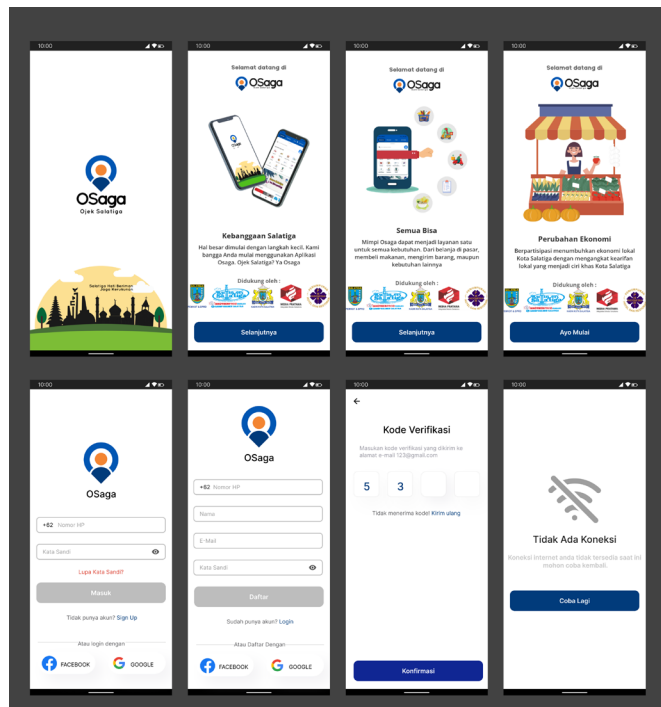


Gambar 5. *Wireframe*

D. *Prototype*

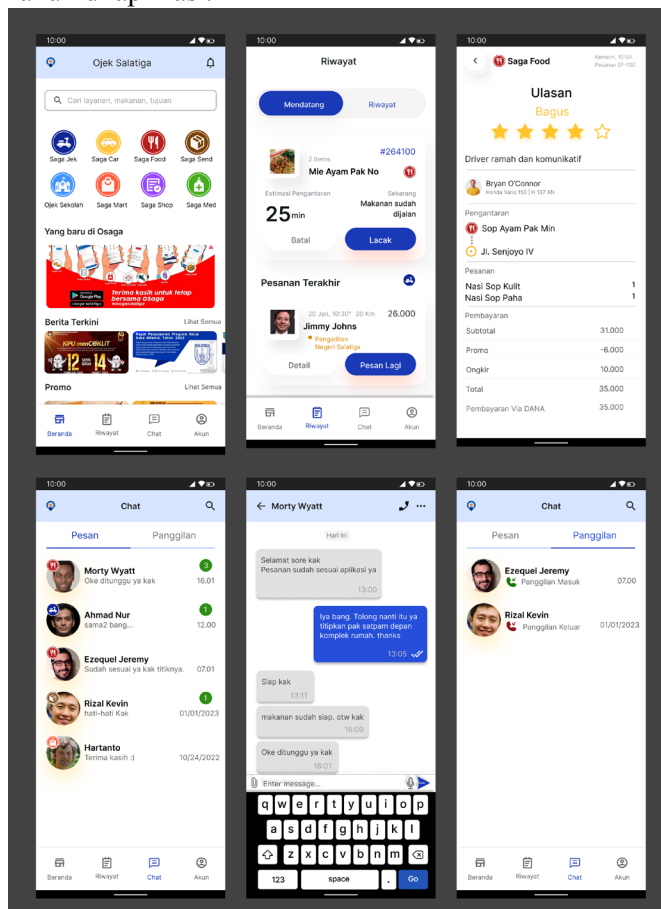
Keempat adalah *prototype*, *Prototype* adalah tahap keempat, di mana akan dibuat rancangan antarmuka pengguna untuk menilai konsep desain, dan mengidentifikasi solusi masalah yang dibuat pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, pembuatan *prototype*, yang merupakan versi awal dari produk atau solusi yang diinginkan. Tujuannya adalah untuk menguji dan mengevaluasi konsep desain yang telah dihasilkan pada tahap sebelumnya. Proses *prototyping* membantu dalam mengidentifikasi masalah dan mencari solusi sebelum produk akhirnya dibuat. Melalui penggunaan *prototype*, kita dapat berinteraksi dan menguji desain dengan pengguna serta mendapatkan umpan balik dari mereka, sehingga dapat menyempurnakan dan memperbaiki desain untuk mencapai solusi terbaik.[21]. Dilakukan pembuatan desain final dari antarmuka aplikasi yang mencakup interaksi, sehingga fitur dalam aplikasi dapat diklik dan interaktif. *Prototype* dibuat sebagai bahan pengujian *usability testing* kepada pengguna

menggunakan aplikasi Figma.



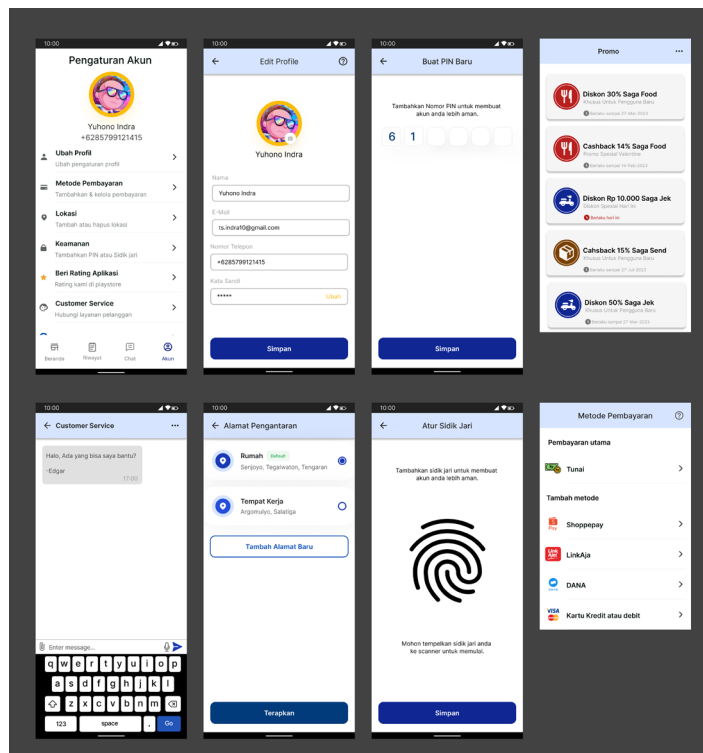
Gambar 6. Tampilan Login & Pendaftaran

Pada gambar 6 ditambahkan login menggunakan media sosial yang sering digunakan dalam login alternatif aplikasi yaitu Google dan Facebook. Ditambahkan juga tampilan untuk verifikasi kode yang dikirim melalui sms saat melakukan pendaftaran akun di aplikasi.



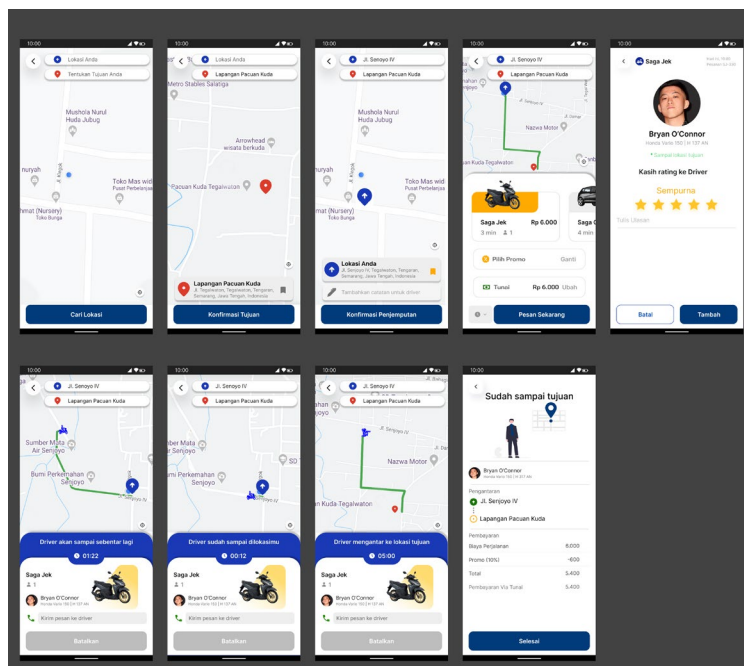
Gambar 7. Tampilan Beranda, Riwayat dan Pesan

Pada gambar 7 adalah tampilan untuk beranda yang dirubah tata letak dan *icon* yang lebih sesuai dengan kegunaan. Menu riwayat pemesanan yang dibuat lebih lengkap detailnya. Kemudian adanya menu pesan yang digunakan untuk melakukan percakapan saat melakukan pemesanan dengan *driver* atau mitra pengemudi.



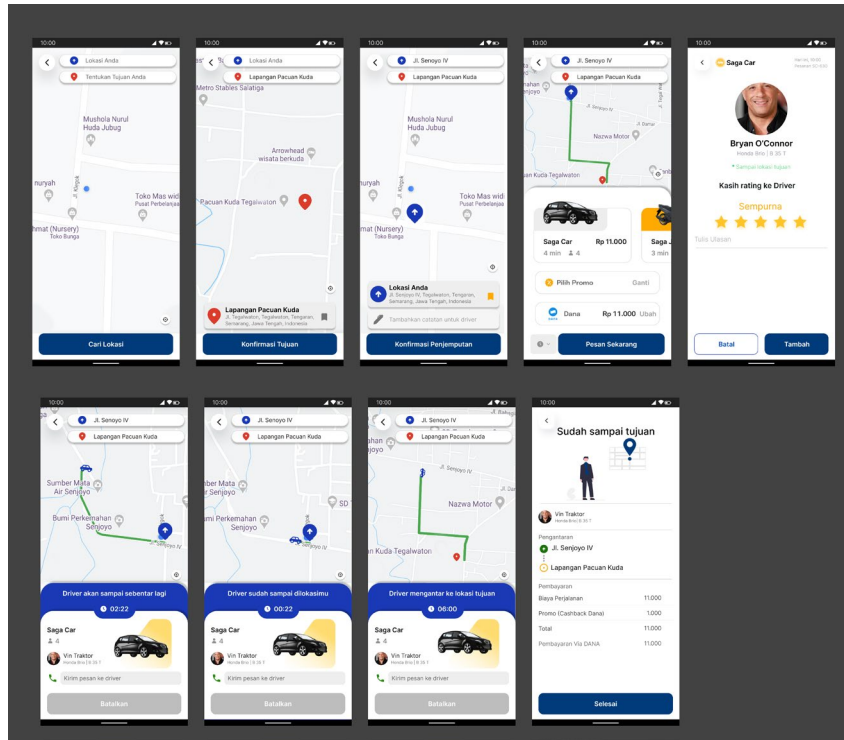
Gambar 8. Tampilan Pengaturan Akun, Promo dan Metode Bayar

Gambar 8 adalah tampilan untuk pengaturan akun pada aplikasi yang digunakan untuk mengubah profil, mengganti kata sandi, mengatur keamanan akun, mengatur alamat *default*, dan *menghubungi customer service*.



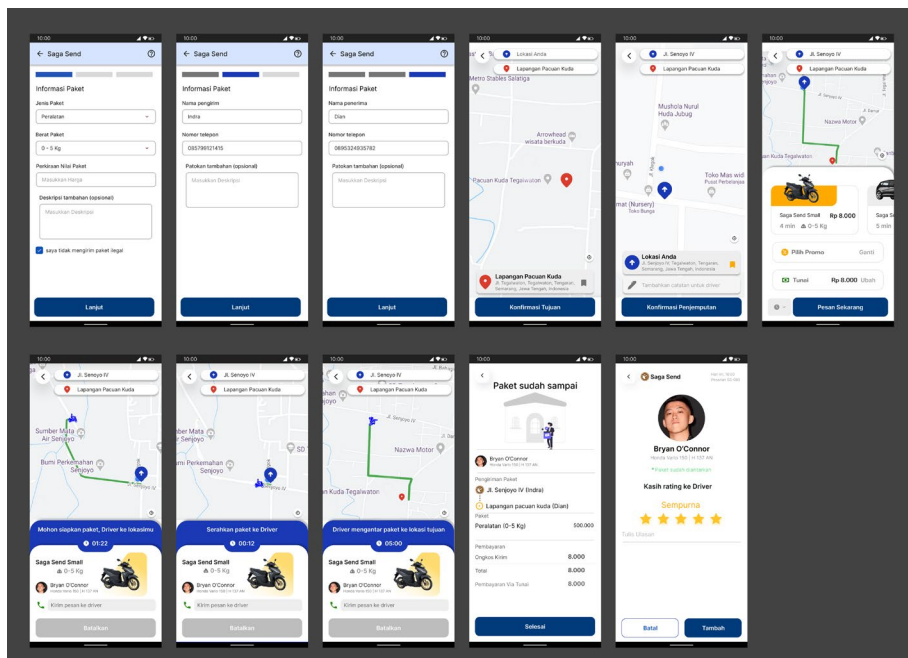
Gambar 9. Tampilan Pemesanan *Saga Jek*

Pada gambar 9 merupakan tampilan saat melakukan pemesanan ojek motor dengan tambahan bisa berganti dengan transportasi mobil tanpa perlu pindah menu, adanya keterangan lengkap *driver*, penambahan untuk metode pembayaran, dapat memilih promo yang tersedia, dan memberikan rating pada *driver* saat selesai pengantaran.



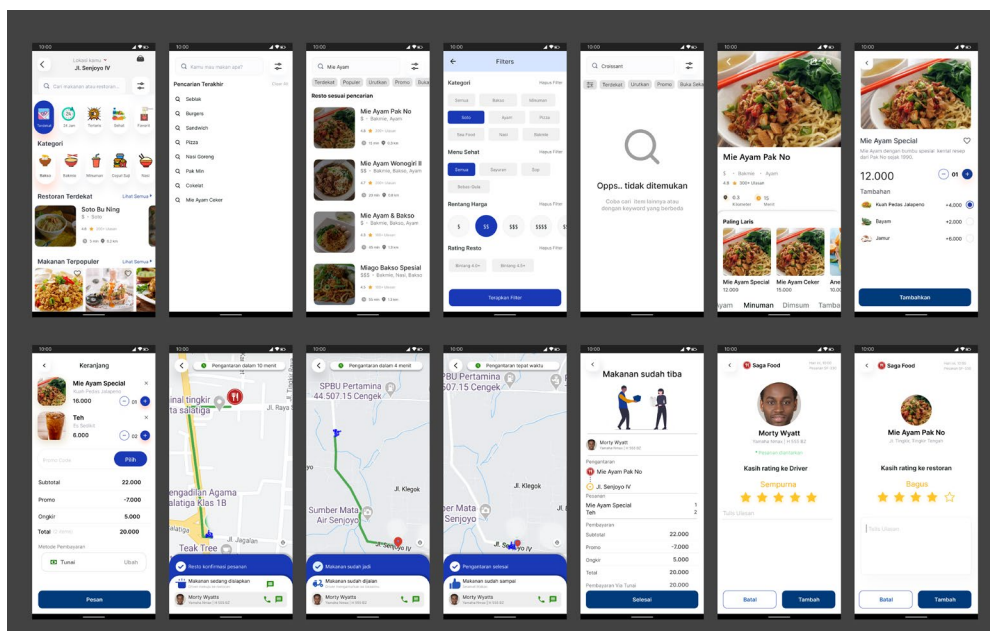
Gambar 10. Tampilan Pemesanan Saga Car

Gambar 10 merupakan tampilan saat melakukan pemesanan dengan menggunakan mobil untuk menampung penumpang lebih banyak, terdapat keterangan mobil yang dipakai maupun nama identitas *driver*. Tampilan hampir sama dengan pemesanan menggunakan motor.



Gambar 11. Tampilan Pemesanan Saga Send

Gambar 11 adalah tampilan untuk pemesanan jasa pengiriman paket yang bisa digunakan untuk mengirim paket ukuran kecil sampai sedang menggunakan motor ataupun barang sedang ke besar bisa menggunakan mobil. Saat mengirim paket harus memasukkan data paket yang lengkap untuk rincian asuransi dan memastikan barang yang dikirim oleh *driver* tidak berbahaya atau melanggar hukum.



Gambar 12. Tampilan Pemesanan Saga Food

Pada gambar 12 merupakan tampilan saat melakukan pemesanan makanan. Menu yang terdapat di tampilan awal dibuat beberapa rekomendasi restoran maupun menu yang sering diakses oleh kebanyakan pengguna. Tampilan pada restoran maupun menu makanan dibuat lebih informatif, ditambahkan pilihan promo, penambahan metode pembayaran yang umum digunakan, dan memberikan ulasan tentang menu makanan kepada restoran.

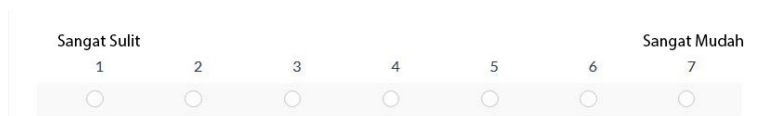
E. Testing

Terakhir, pada tahap *Testing*, produk diuji dan dievaluasi dengan target pengguna dan hasilnya adalah perbaikan dan peningkatan untuk mengatasi atau menyelesaikan masalah dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang produk dan penggunaannya.. Umpan balik dari pengguna dapat digunakan sebagai acuan dan perbaikan dari solusi desain yang telah dibuat untuk dikembangkan lebih baik lagi. Pengguna melakukan beberapa *Usability Testing* dan untuk ukuran keberhasilannya menggunakan *Single Ease Question*. *Usability Testing* adalah evaluasi yang melibatkan perwakilan pengguna yang melakukan tugas tertentu dengan sistem untuk memungkinkan pengukuran efisiensi, efektivitas, dan kepuasan pengguna[24]. Dan proses *interview* dilakukan dengan panduan *Stimulus User Research* dan hasilnya akan ditambahkan ke *Record Data User Research*. *Usability testing* melibatkan 10 responden untuk tiap skenario, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang efektif dan valid. Masalah yang diidentifikasi dalam tahap *define* dijadikan sebagai acuan dalam pengujian[25]. Biasanya, pengujian dilakukan pada proyek perangkat lunak yang berfokus pada fungsionalitas dan kesesuaian produk[26].

TABEL II
 USABILITY TESTING TASK

Task	Skenario Pengujian	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10
1	Login dan mendaftar aplikasi	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
2	Melakukan pengaturan akun profil	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
3	Mencari informasi di riwayat	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
4	Menggunakan menu perpesan	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
5	Memesan Saga Jek	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
6	Memesan Saga Car	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
7	Memesan Saga Food	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
8	Memesan Saga Send	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v

Dari *task* yang dijalankan responden 1 sampai 10 akan diberi indikator kode “v” jika berhasil dan kode “x” jika tidak berhasil atau gagal melakukan tugas yang diberikan. Pada tabel 2 didapatkan hasil pengujian mulai dari melakukan login sampai melakukan pemesanan pada aplikasi yang dilakukan oleh 10 responden diselesaikan sampai selesai dengan berhasil dan tidak mengalami kendala atau kesulitan yang membuat tidak dapat menyelesaikan suatu skenario sampai akhir tujuan.



Gambar 14. *Single Ease Question*

Single Ease Question (SEQ) adalah pengujian yang dilakukan setelah responden pengujian menuntaskan setiap tugas skenario yang diberikan. Penguji meminta responden untuk menilai secara keseluruhan seberapa mudah mereka menuntaskan tugas yang diberikan pada skala peringkat yang memiliki tujuh poin[27]. Pada pengujian menggunakan *SEQ*, responden akan diberikan pertanyaan terkait pengalaman menggunakan aplikasi. Responden diminta untuk memberikan jawaban dalam bentuk skala *likert*, di mana responden harus menentukan tingkat kesulitan atau kemudahan menggunakan aplikasi yang diuji, mulai dari skala 1 (sangat sulit) sampai 7 (sangat mudah). Dan untuk hasil nilainya terbagi menjadi 2 yakni nilai yang kurang mulai dari 1 – 4, kemudian untuk nilai yang bisa dikatakan baik yakni nilai 5-7[28]. Skala *likert* ini akan digunakan untuk menentukan nilai *SEQ*.

TABEL III
 HASIL PENGUJIAN SINGLE EASE QUESTION

No	SEQ	Nilai rata-rata
1	Seberapa mudah untuk login atau mendaftar aplikasi?	6.1
2	Seberapa mudah untuk menemukan alamat penjemputan pada aplikasi?	6
3	Seberapa mudah memasukan alamat tujuan pada aplikasi?	6.1
4	Seberapa mudah mengubah metode pembayaran pada aplikasi?	6.2
5	Seberapa mudah menghubungi driver pada aplikasi	5.8
6	Seberapa mudah mengecek harga estimasi pada aplikasi?	6
7	Seberapa mudah melakukan pemesanan makanan pada aplikasi?	6.5
8	Seberapa mudah untuk menemukan informasi tentang promo?	5.4
9	Seberapa mudah untuk menemukan informasi tentang driver?	6
10	Seberapa mudah untuk memberikan ulasan kepada driver atau resto?	6.6

Dari hasil pengujian *SEQ* pada tabel 3 tersebut, nilai rata-rata dari responden melebihi 6 seperti *login* atau pendaftaran aplikasi, menemukan alamat penjemputan, memasukkan alamat tujuan dan mengecek harga estimasi. Hal ini dapat diartikan bahwa hasil desain dapat mudah digunakan dan sudah memenuhi kebutuhan. Kemudian penambahan fitur seperti metode pembayaran dan memberikan rating atau ulasan juga sudah memenuhi hasil nilai yang baik. Namun, beberapa fitur seperti menghubungi *driver* dan informasi tentang promo, masih memiliki nilai rata-rata dibawah 6, yang artinya beberapa responden masih mengalami sedikit kesulitan dalam menggunakan atau memahami fitur tersebut. Untuk keseluruhan hasil pengujian mendapat nilai diatas 6 yang menunjukkan aplikasi sudah memenuhi hasil nilai yang bagus dan dapat digunakan sebagai rancangan *UI/UX* yang baru di aplikasi Osaga.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada perancangan ulang *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* aplikasi Osaga menggunakan metode *Design Thinking* dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan proses desain ulang dan melakukan *testing* kepada responden, didapatkan hasil bahwa rancangan desain yang telah dibuat mampu memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Pada saat pengujian pengguna dapat memahami alur dari aplikasi dan dapat menjalankan tugas skenario hingga selesai. Beberapa fitur baru seperti penambahan metode pembayaran serta pemberian ulasan ke resto atau mitra, mendapatkan nilai *Single Ease Question (SEQ)* diatas 6 yang berarti sudah mendapatkan kategori nilai yang baik. Secara keseluruhan untuk nilai *Single Ease Question (SEQ)* sudah memenuhi kategori nilai baik dan sudah dapat memenuhi kebutuhan dari pengguna. Metode *Design Thinking* yang meliputi tahap *empathize, define, ideate, prototype* dan *testing* dapat membantu dalam menyelesaikan masalah dan menciptakan pengalaman sesuai kebutuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Tresiya, D. Djunaidi, dan H. Subagyo, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PERUSAHAAN JASA OJEK ONLINE GO-JEK DI KOTA KEDIRI)," *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol. 1, no. 2, hlm. 208, Apr 2019, doi: 10.30737/jimek.v1i2.310.
- [2] M. Y. Alfique, I. Aknuranda, dan N. H. Wardani, "Evaluasi Usability Pada Aplikasi UBER Menggunakan Pengujian Usability," 2018. [Daring]. Tersedia pada: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [3] M. Ridwan dan S. Noviyanti, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GO-JEK," *Kinerja*, vol. 4, no. 1, hlm. 53–66, Feb 2022, doi: 10.34005/kinerja.v4i1.1698.
- [4] F. Z. Ridwan, D. Hardianto, dan Y. G. Suchahyo, "Analisa Usability Untuk Mengetahui User Experience Pada Aplikasi Berbasis Web," 2008.
- [5] A. Naser, J. Seni, R. F. Bahasa, dan D. Seni, "PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL," 2018.

- [6] M. Subhan dan A. Dwi, "Penggunaan Metode Heuristic Evaluation sebagai Analisis Evaluasi User Interface dan User Experience pada Aplikasi BCA Mobile," *JEISBI*, vol. 02, hlm. 2021.
- [7] M. L. Lazuardi dan I. Sukoco, "Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek," *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2, no. 1, hlm. 1–11, Jun 2019, doi: 10.35138/organum.v2i1.51.
- [8] E. C. Shirvanadi, M. Idris, S. Kom, dan M. Kom, "Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Amikom Center Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center)."
- [9] BRADLEY PALLISTER, "What Is Design Thinking, and How Does It Help Product Development?," <https://innovolo-group.com/uncategorized-en/what-is-design-thinking-and-how-does-it-help-product-development/>, 25 November 2022.
- [10] Sashkia Dewi Ali, "Design Thinking," <https://sis.binus.ac.id/>, 2017. <https://sis.binus.ac.id/2017/12/18/design-thinking-2/> (diakses 28 April 2022).
- [11] R. V. Valqui Vidal, "Introduction to Idealized Design: Creating an Organization's Future," *Eur J Oper Res*, vol. 183, no. 1, hlm. 479–481, Nov 2007, doi: 10.1016/j.ejor.2006.11.005.
- [12] D. Kelley dan T. Brown, "An introduction to Design Thinking," *Institute of Design at Stanford*, hlm. 6, 2018, [Daring]. Tersedia pada: <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>
- [13] Jonathan Livescault, "How to Use Design Thinking to Guide Your Company's Innovation," <https://www.brainet.com/blog/design-thinking-innovation>.
- [14] T. Brown dan B. Katz, *Change by Design*. New York: Harper Collins, 2009.
- [15] M. Strickfaden, P. Devlieger, dan A. Heylighen, "Building Empathy through Dialogue," *Design Connexity: Eighth International Conference of the European Academy of Design Conference*, vol. 8, hlm. 448–452, 2009.
- [16] R. Goonetilleke dan W. Karwowski, *Advances in Physical Ergonomics and Human Factors*, vol. 489. Cham: Springer International Publishing, 2016. doi: 10.1007/978-3-319-41694-6.
- [17] I. A. Tiawan dan L. Afuan, "APLIKASI PENGELOLAAN KERJASAMA PEMBUATAN PROJEK PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA BANYUMAS," *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, vol. 1, no. 1, hlm. 13–18, Jul 2020, doi: 10.20884/1.jutif.2020.1.1.10.
- [18] Sobat Bersama, "Osaga," *Google Play Store*, 2022. <https://play.google.com/store/apps/datasafety?id=com.cakramedia.osaga&gl=US> (diakses 31 Agustus 2022).
- [19] T. Brown dan J. Wyatt, "Design Thinking for Social Innovation," *Development Outreach*, vol. 12, no. 1, hlm. 29–43, Jul 2010, doi: 10.1596/1020-797X_12_1_29.
- [20] Gavin Ambrose dan Paul Harris, *Basics Design 08: Design Thinking*, vol. 8. AVA Publishing, 2010.
- [21] K. Lee, "Innovative Design Thinking Process with TRIZ," 2018, hlm. 241–252. doi: 10.1007/978-3-030-02456-7_20.
- [22] R. Fahrudin dan R. Ilyasa, "PERANCANGAN APLIKASI 'NUGAS' MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING DAN AGILE DEVELOPMENT," 2021.
- [23] C. Eames, "What Is Wireframing?," *Interaction Design Foundation*, 2018. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/wireframing> (diakses 28 Maret 2023).
- [24] I. 20282-2:2013, "Usability of consumer products and products for public use — Part 2: Summative test method," <https://www.iso.org/>, 2013. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:ts:20282-2:ed-2:v1:en> (diakses 28 April 2022).
- [25] E. C. Shirvanadi, M. Idris, S. Kom, dan M. Kom, "Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Amikom Center Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center)," 2021.
- [26] Westley Knight, *UX for Developers: How to Integrate User-Centered Design Principles Into Your Day-to-Day Development Work.*, 1 ed. Apress, 2018.
- [27] J. Sauro dan J. Lewis, *Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research*. Morgan Kaufmann, 2016.
- [28] A. Subiyakto, R. Aisy, B. G. Sudarsono, M. Sihotang, D. Setiyadi, dan A. Sani, "Empirical evaluation of user experience using lean product and process development: A public institution case study in Indonesia," 2021, hlm. 060019. doi: 10.1063/5.0041676.