

Perancangan dan Evaluasi *UI/UX Marketplace* UMKM Berbasis Lokasi dengan UCD

Akhmam Fahmi^{1*}, Selfy Amelia², Shelly Pramudiawardani³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima : 23 Mei 2026

Direvisi : 05 Juni 2026

Diterbitkan : 11 Juni 2026

Kata Kunci:

marketplace berbasis lokasi;

system usability scale;

umkm;

ui/ux;

user centered design

ABSTRAK

Rendahnya adopsi *platform* digital oleh UMKM, khususnya terbatasnya integrasi teknologi berbasis lokasi dan belum adanya sistem transaksi terintegrasi, menjadi permasalahan utama yang melatarbelakangi penelitian ini. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini merancang serta melakukan pengujian terhadap *prototype* aplikasi *marketplace* UMKM berbasis lokasi untuk Coen-Coen Thai Tea dengan menggunakan pendekatan desain yang berpusat pada pengguna *User Centered Design* (UCD). Proses perancangan melewati empat fase dalam kerangka UCD, yakni pemahaman konteks penggunaan, penetapan kebutuhan pengguna, penyusunan solusi desain, serta penilaian terhadap rancangan yang dihasilkan. Data kebutuhan pengguna dikumpulkan melalui instrumen kuesioner yang didistribusikan kepada 31 partisipan, sedangkan pengukuran tingkat kegunaan sistem dilakukan dengan memanfaatkan alat ukur SUS (*System Usability Scale*) yang melibatkan 40 responden. *Prototype* yang dirancang mencakup dua peran pengguna *customer* dan pelaku UMKM dengan fitur utama berupa pencarian UMKM berbasis lokasi, informasi produk terstruktur, dan alur pemesanan terintegrasi. Hasil pengujian menghasilkan skor SUS rata-rata sebesar 75,06, yang masuk dalam rentang nilai yang dapat diterima dengan klasifikasi tingkat C dan penilaian kualitatif "Good". Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan metode UCD yang mengutamakan kebutuhan nyata pengguna mampu menghasilkan rancangan antarmuka dengan kelayakan *usability* yang memadai, sekaligus membuka ruang pengembangan lebih lanjut pada aspek konsistensi antarmuka.

Keywords:

location based marketplace;

system usability scale;

umkm;

ui/ux; user centered design

ABSTRACT

The limited adoption of digital platforms among micro, small, and medium enterprises (MSMEs), particularly the insufficient integration of location-based technology and the absence of an integrated transaction system, constitutes the primary problem addressed in this study. To respond to this issue, this study designed and evaluated a prototype of a location based MSME marketplace application for Coen-Coen Thai Tea, employing the User Centered Design (UCD) approach. The design process encompassed four phases within the UCD framework, namely understanding the context of use, specifying user requirements, producing design solutions, and evaluating the resulting designs. User requirement data were collected through a questionnaire distributed to 31 participants, while system usability was measured using the System Usability Scale (SUS) involving 40 respondents. The developed prototype accommodates two user roles, customers and MSME operators, with core features comprising location-based MSME search, structured product information, and an integrated ordering workflow. Evaluation results yielded an average SUS score of 75.06, falling within the acceptable range with a grade scale of C and a qualitative rating of "Good". These findings indicate that the application of the UCD method, which prioritizes the actual needs of users, is capable of producing an interface design with adequate usability, while also identifying opportunities for further improvement in terms of interface consistency.

Penulis Korespondensi:

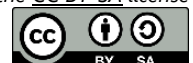
Akhmam Fahmi,

Sistem Informasi,

Sekolah Tinggi Terpadu Nurul Fikri

Email: akhmam.fahmi@nurulfikri.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license



1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM mencatat sekitar 65,5 juta unit UMKM beroperasi pada tahun 2025, menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional [1],[2]. Namun dibalik skala yang masif itu, adopsi teknologi digital masih sangat terbatas hanya sekitar 3,79 juta UMKM atau 5,79% yang telah memanfaatkan platform daring untuk pemasaran [3]. Keterbatasan ini bukan semata soal akses, melainkan juga menyangkut ekosistem platform yang belum benar-benar dirancang sesuai kebutuhan pelaku usaha kecil.

Salah satu celah yang belum banyak diatasi adalah absennya integrasi antara teknologi berbasis lokasi (GPS), informasi produk, dan transaksi dalam satu *platform* yang terstruktur. *Platform* seperti *Google My Business* membantu pengguna menemukan lokasi usaha, tetapi tidak menyediakan mekanisme transaksi langsung. Di sisi lain, *marketplace* besar seperti Tokopedia atau Shopee fokus pada transaksi, namun tidak dirancang untuk menampilkan kedekatan lokasi secara kontekstual [4]. Padahal, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan *e-marketplace* dapat membantu meningkatkan pelayanan penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM secara digital [5]. Kondisi ini menyebabkan proses pencarian lokasi, informasi produk, dan transaksi belum terintegrasi dalam *platform*, sehingga menyulitkan *customer* sekaligus membatasi jangkauan UMKM skala mikro.

Coen Coen Thai Tea, UMKM bidang *food and beverage* di Kota Depok, menjadi representasi nyata dari permasalahan ini. Berdasarkan wawancara awal, usaha ini belum memanfaatkan *marketplace* secara optimal transaksi masih berlangsung manual melalui pesan langsung atau pembelian di tempat, dan promosi bergantung pada *word-of-mouth*. Keterbatasan tersebut menghambat pertumbuhan jangkauan pasar secara signifikan.

Sejumlah penelitian telah membahas perancangan *UI/UX* menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) pada berbagai konteks, mulai dari aplikasi *mobile banking* [6], sistem informasi perpustakaan [7], hingga aplikasi pemesanan jasa [8]. Penelitian-penelitian tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna dalam proses perancangan menghasilkan sistem yang lebih mudah digunakan. Namun, mayoritas penelitian itu masih bersifat parsial berfokus pada antarmuka tanpa integrasi lokasi, atau mengembangkan fitur transaksi tanpa mempertimbangkan konteks geografis pengguna [9].

Research gap inilah yang menjadi landasan penelitian ini. Berbeda dari studi-studi sebelumnya, penelitian ini merancang sebuah *prototype* aplikasi *marketplace* UMKM yang secara bersamaan mengintegrasikan pencarian berbasis lokasi, informasi produk, dan simulasi pemesanan seluruhnya dirancang melalui pendekatan UCD dengan melibatkan dua kelompok pengguna yang berbeda, *customer* dan pelaku UMKM. Evaluasi dilakukan menggunakan *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur tingkat *usability* secara kuantitatif.

2. METODE PENELITIAN

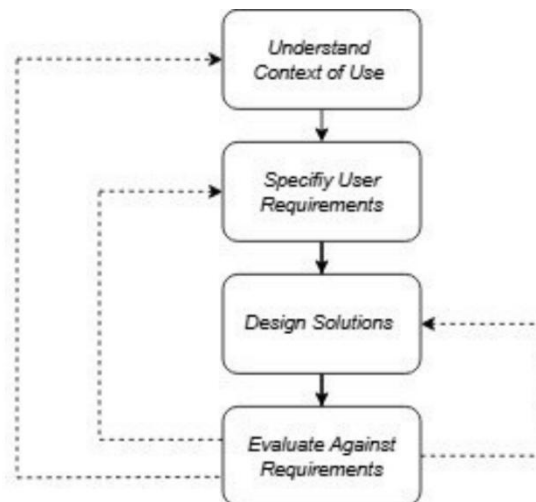
Penelitian ini menggunakan pendekatan *Research and Development* (R&D) dengan metode *User Centered Design* (UCD) sebagai kerangka perancangan. UCD dipilih karena secara eksplisit menempatkan pengguna sebagai subjek aktif dalam setiap literasi desain, bukan sekadar objek evaluasi akhir [10],[7]. Proses penelitian berlangsung melalui empat tahapan utama yang saling berkaitan.

Pada tahap *Understand Context of Use*, tahap pertama bertujuan memahami siapa pengguna, bagaimana mereka berinteraksi dengan sistem serupa, dan apa hambatan yang mereka hadapi. Identifikasi dilakukan melalui wawancara awal dengan pemilik Coen-Coen Thai Tea dan survei kuesioner daring kepada 31 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria pemilihan responden mencakup individu yang pernah menggunakan *platform* digital untuk mencari atau membeli produk UMKM, baik sebagai *customer* maupun pelaku usaha.

Selanjutnya, pada tahap *Specify User Requirements*, data kuesioner dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna secara spesifik. Sebelum analisis dilakukan, instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan data yang diperoleh representatif. Hasil analisis kemudian dikonversi menjadi daftar kebutuhan fungsional yang menjadi acuan perancangan.

Tahap berikutnya adalah *Design Solutions*, solusi desain diwujudkan dalam bentuk *user flow* untuk dua peran pengguna *customer* dan pelaku UMKM dilanjutkan dengan pengembangan *prototype* interaktif *high-fidelity* menggunakan *Figma*. *Prototype* ini mencakup dua belas halaman utama yang saling terintegrasi dalam satu alur penggunaan yang sistematis.

Pada tahap terakhir, dilakukan *Evaluate Designs*, evaluasi dilakukan melalui *usability testing* dengan melibatkan 40 responden yang mencoba *prototype* sesuai skenario yang telah disusun. Setelah pengujian, responden mengisi instrumen SUS (*System Usability Scale*) yang memuat sepuluh item pertanyaan dengan skala penilaian Likert mulai dari 1 hingga 5 [11]. Perhitungan skor SUS mengikuti formula standar, pernyataan bernomor ganjil dihitung dengan mengurangkan skor jawaban sebesar 1, sedangkan butir pernyataan bernomor genap diperoleh dengan cara mengurangkan nilai jawaban dari angka 5. Total skor per responden kemudian dikalikan dengan koefisien 2,5 sehingga menghasilkan skor akhir dalam rentang 0 hingga 100 [11]. Alur lengkap penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Gambar 1 menggambarkan alur keempat tahapan tersebut. Setiap tahap tidak berdiri sendiri, melainkan saling terhubung secara berulang, hasil dari satu fase menjadi dasar bagi fase berikutnya. Dengan cara ini, setiap keputusan desain yang diambil selalu mengacu pada kebutuhan pengguna yang sudah teridentifikasi, bukan sekadar perkiraan dari sisi perancang.

3. HASIL DAN ANALISIS

Berikut ini dipaparkan hasil dari setiap tahapan yang telah dilalui, mulai dari pemahaman konteks dan kebutuhan pengguna, proses perancangan solusi desain, hingga evaluasi *usability* menggunakan SUS.

3.1 Pemahaman Konteks dan Kebutuhan Pengguna

Dari 31 responden yang berpartisipasi pada tahap awal, profil demografis yang terbentuk cukup homogen. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang (74,2%), dengan kelompok usia dominan berada pada rentang 17–28 tahun sejumlah 26 orang (83,9%). Dari sisi pekerjaan, mahasiswa mendominasi dengan 19 responden (61,3%), diikuti kelompok lainnya (16,1%), pekerja (12,9%), dan pelajar (9,7%).

Komposisi ini mencerminkan segmen pengguna yang sudah familiar dengan penggunaan aplikasi *mobile* dalam keseharian mereka, yang secara langsung memengaruhi ekspektasi terhadap standar antarmuka yang akan dirancang. Kelompok mahasiswa sebagai pengguna cenderung tidak menyukai alur yang membingungkan serta memiliki ekspektasi tinggi terhadap kecepatan navigasi. Oleh karena itu, kedua aspek tersebut menjadi pertimbangan utama dalam perancangan desain aplikasi.

Dari sisi kebutuhan, 77,4% responden menilai integrasi GPS sebagai fitur yang sangat penting, dan 71% menyatakan ketertarikan menggunakan aplikasi berbasis lokasi dengan syarat antarmukanya mudah dioperasikan. Distribusi jawaban terhadap lima aspek kebutuhan utama disajikan pada Tabel 1.

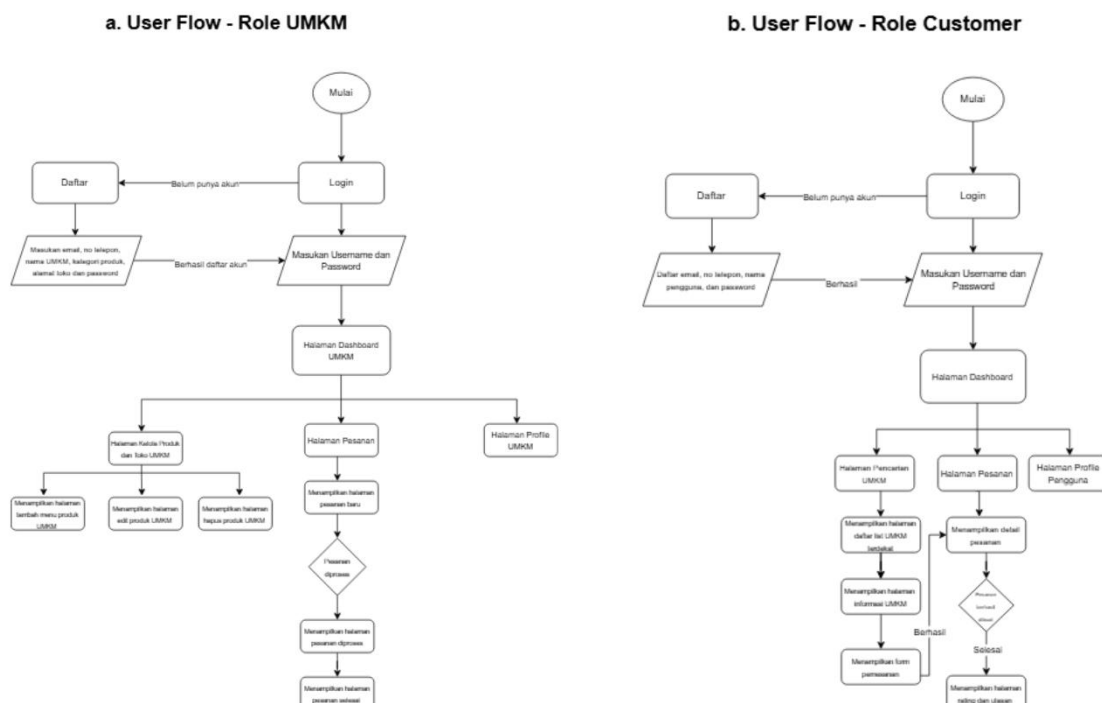
Tabel 1. Distribusi Jawaban Kebutuhan Pengguna

Skor	Penggunaan Platform Online untuk UMKM	Penyajian Informasi UMKM	Pentingnya Integrasi Lokasi (GPS)	Peran Aplikasi Berbasis Lokasi	Minat Penggunaan
3	9,7%	6,5%	0%	0%	0%
4	58,1%	29,0%	22,6%	29,0%	29,0%
5	32,3%	64,5%	77,4%	71,0%	71,0%

Data Tabel 1 menunjukkan tidak terdapat responden memberikan penilaian di bawah skor 3 terhadap kelima aspek yang diukur. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa permintaan terhadap solusi yang ditawarkan memang nyata dan belum terpenuhi oleh *platform* yang ada saat ini. Berdasarkan temuan tersebut, kebutuhan pengguna dirumuskan menjadi empat aspek fungsional utama, yaitu pencarian UMKM berbasis lokasi yang akurat, penyajian informasi produk yang terstruktur dan mudah dipahami, alur pemesanan yang sederhana dan tidak membebani, serta antarmuka yang konsisten bagi pengguna baru [12],[13]

3.2 Alur Sistem dan Prototype

Perancangan solusi diawali dengan penyusunan *user flow* untuk dua peran pengguna yang berbeda. Pemisahan alur ini dirancang secara khusus agar setiap pengguna hanya berhadapan dengan fitur yang relevan bagi perannya, sebuah keputusan desain yang bertujuan membuat navigasi aplikasi menjadi lebih sederhana [14].

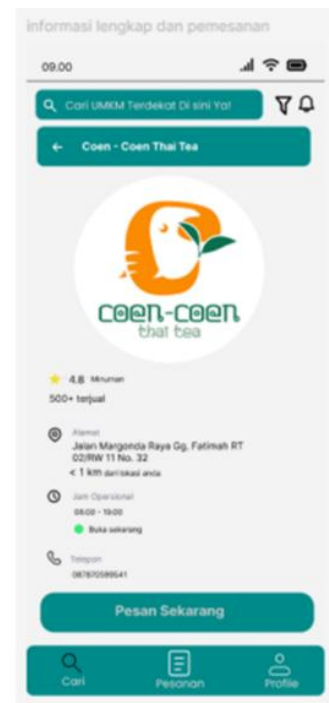
Gambar 2. User Flow Customer & User Flow UMKM

Gambar 2(a) menunjukkan alur untuk peran UMKM, yang berfokus pada pengelolaan profil toko, manajemen produk, dan pemrosesan pesanan yang masuk. Sementara itu, Gambar 2(b) menggambarkan alur untuk peran customer, yang dimulai dari pemilihan peran, autentikasi, eksplorasi peta lokasi UMKM, penelusuran detail produk, hingga penyelesaian transaksi.

Prototype high-fidelity dikembangkan menggunakan *Figma* dan mencakup dua belas halaman utama yang saling terintegrasi dalam satu alur penggunaan yang sistematis. Seluruh halaman dirancang dengan identitas visual yang konsisten, menggunakan palet warna hijau sebagai warna utama yang mencerminkan kesan segar dan mudah dikenali. Konsistensi visual ini tidak hanya berfungsi estetik, tetapi juga berperan dalam membantu pengguna mengenali elemen-elemen antarmuka secara intuitif saat berpindah antar halaman.



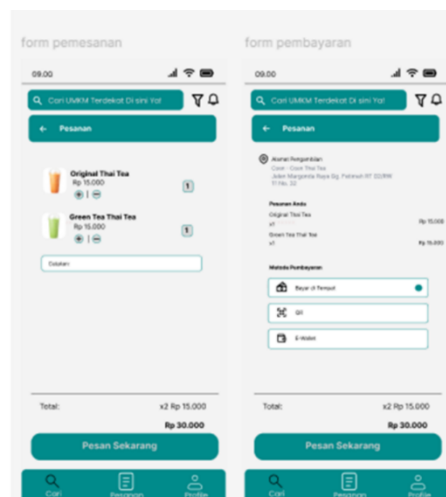
Gambar 3. Halaman Dashboard Pencarian UMKM



Gambar 4. Halaman Detail Informasi UMKM

Halaman *dashboard* utama, seperti yang terlihat pada Gambar 3, menempatkan peta interaktif di bagian atas yang menampilkan distribusi lokasi UMKM di sekitar pengguna, diikuti daftar UMKM dengan informasi ringkas berupa nama, estimasi jarak, dan *rating*. Struktur dua panel ini memungkinkan pengguna membandingkan pilihan tanpa harus berpindah halaman, hal ini menjawab langsung kebutuhan efisiensi yang teridentifikasi pada tahap *user research*.

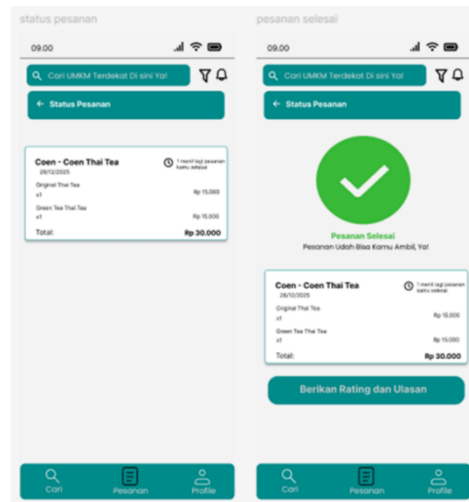
Fitur filter dan notifikasi tersedia tanpa perpindahan halaman untuk mempertahankan konteks pencarian pengguna. Filter memungkinkan penyaringan berdasarkan jarak dan status operasional toko, sehingga pengguna dapat mempersempit pilihan sesuai kebutuhan tanpa harus kembali ke halaman sebelumnya. Halaman detail UMKM, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4, menyajikan informasi secara terstruktur, yaitu nama, logo, *rating*, alamat, jam operasional, dan kontak. Selain itu, halaman ini juga dilengkapi dengan tombol pemesanan yang dapat diakses langsung, sehingga pengguna dapat memvalidasi pilihan dan segera melanjutkan ke proses transaksi tanpa perlu berpindah halaman terlebih dahulu.



Gambar 5. Halaman Pemesanan & Pembayaran

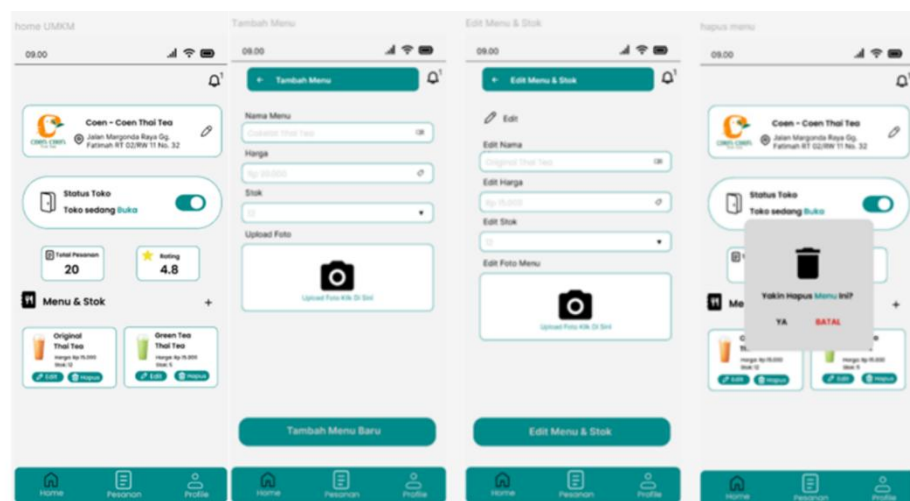
Proses pemesanan dirancang melalui dua tahapan agar pengguna dapat menyelesaikan transaksi secara lebih terstruktur, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5. Pada tahap pertama, pengguna memilih produk

yang diinginkan dan dapat menambahkan catatan khusus sesuai kebutuhan pesanan. Setelah itu, sistem menampilkan halaman konfirmasi yang memuat ringkasan produk, total pembayaran, dan pilihan metode pembayaran yang tersedia. Pemisahan dua tahap ini dilakukan secara sengaja agar pengguna dapat memproses informasi secara bertahap, sehingga tidak merasa terbebani dengan terlalu banyak elemen yang ditampilkan sekaligus dalam satu layar.



Gambar 6. Halaman Status Pemesanan

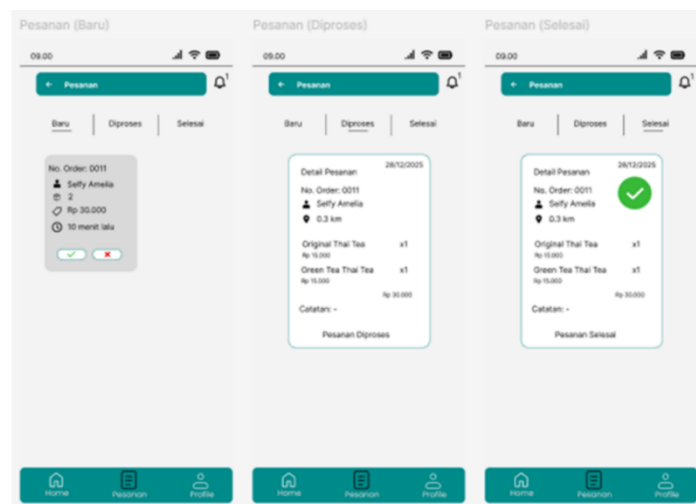
Setelah transaksi berhasil dilakukan, sistem menampilkan halaman status pemesanan sebagaimana terlihat pada Gambar 6. Halaman ini memungkinkan pengguna memantau perkembangan pesanan secara real-time dan lebih transparan. Dengan adanya informasi status yang tersaji secara jelas, pengguna tidak perlu menghubungi pelaku UMKM secara manual untuk mengetahui kondisi pesannya, sehingga proses interaksi antara kedua pihak menjadi lebih efisien dan terstruktur.



Gambar 7. Halaman Dashboard UMKM

Dari sisi pelaku UMKM, *dashboard* dirancang sebagai pusat pengelolaan aktivitas usaha dalam satu tampilan utama, seperti yang terlihat pada Gambar 7. Informasi seperti status toko, pesanan aktif, dan daftar produk disusun secara terstruktur agar mudah diakses oleh pengguna. Tampilan yang sederhana diharapkan dapat membantu pelaku UMKM menjalankan aktivitas operasional dengan lebih praktis dan efisien. Fitur notifikasi otomatis turut mendukung pengelolaan usaha yang lebih responsif.

Fitur pengelolaan pesanan, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 8, membantu pelaku UMKM memantau transaksi berdasarkan status pesanan, yaitu pesanan baru, diproses, dan selesai. Pengelompokan ini memudahkan pengguna dalam menentukan prioritas penanganan pesanan. Selain itu, sistem juga menyediakan notifikasi otomatis untuk mendukung proses pengelolaan transaksi secara lebih responsif.



Gambar 8. Halaman Pengelolaan Pesanan

3.3 Evaluasi Usability dengan System Usability Scale

Pengujian *usability* melibatkan 40 responden yang mencoba *prototype* sesuai peran masing-masing berdasarkan skenario yang telah disusun. Pada *role customer*, skenario meliputi *login*, pencarian UMKM terdekat, melihat detail produk, hingga simulasi pemesanan. Pada *role UMKM*, skenario mencakup akses *dashboard*, pengelolaan produk, dan pemrosesan pesanan masuk. Setelah seluruh skenario dijalankan, responden mengisi kuesioner SUS yang memuat sepuluh item pertanyaan dengan menggunakan skala penilaian Likert mulai dari 1 hingga 5. Tabel 2 menyajikan hasil perhitungan nilai SUS.

Tabel 2. Skor SUS Per Responden

R	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Tota I	Skor SUS
R1	2	2	3	4	1	2	4	3	3	0	24	60,0
R2	4	0	4	2	4	2	4	0	4	0	24	60,0
R3	4	3	4	2	3	1	4	2	3	1	27	67,5
R4	3	2	3	1	3	2	3	1	3	1	22	55,0
R5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50,0
R6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	50,0
R7	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	36	90,0
R8	3	3	4	3	3	2	3	2	3	1	27	67,5
R9	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	31	77,5
R10	3	2	3	1	3	1	3	2	2	1	21	52,5
R11	4	2	4	2	4	3	4	3	2	3	31	77,5
R12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29	72,5
R13	2	2	2	2	1	1	3	2	2	1	18	45,0
R14	3	3	3	3	3	1	4	4	4	2	30	75,0
R15	3	1	3	0	3	1	2	3	1	0	17	42,5
R16	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	34	85,0
R17	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	26	65,0
R18	4	3	3	0	3	1	3	3	1	3	24	60,0
R19	4	4	3	0	4	1	4	3	4	3	30	75,0
R20	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34	85,0
R21	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	95,0
R22	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	29	72,5
R23	3	3	4	1	4	2	4	4	4	4	33	82,5
R24	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31	77,5
R25	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38	95,0

R26	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	33	82,5
R27	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31	77,5
R28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75,0
R29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38	95,0
R30	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	37	92,5
R31	3	3	3	2	3	2	3	4	3	1	27	67,5
R32	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	34	85,0
R33	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	36	90,0
R34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100,0
R35	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35	87,5
R36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75,0
R37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75,0
R38	2	3	3	4	2	1	3	4	3	4	29	72,5
R39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100,0
R40	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	37	92,5
Rata-rata												75,6

Skor rata-rata SUS 75,06 menempatkan *prototype* pada kategori *acceptable*, *grade scale C*, *adjective rating "Good"*. Meskipun demikian, nilai tersebut menunjukkan masih terdapat ruang untuk peningkatan kualitas desain. Beberapa responden memberikan skor yang relatif rendah, yang mengindikasikan bahwa sebagian pengguna masih mengalami kendala dalam memahami alur tertentu atau menemukan informasi yang dibutuhkan secara cepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek konsistensi antarmuka, kejelasan navigasi, dan penyajian informasi masih perlu disempurnakan agar pengalaman pengguna menjadi lebih optimal.

Nilai SUS yang diperoleh dalam penelitian ini perlu dianalisis dengan membandingkannya terhadap penelitian serupa. Pada penelitian [6] melaporkan SUS 78,33 pada redesain *BCA Mobile* dengan pengguna yang homogen, sementara pada penelitian [8] mencatat nilai sebanding pada evaluasi dua aplikasi *ride-hailing*. Penelitian ini melibatkan dua segmen pengguna dengan kebutuhan yang berbeda, sehingga variasi skor yang lebih luas, yaitu antara 42,5 hingga 100. Variasi tersebut dapat dipahami sebagai konsekuensi dari perbedaan, bukan indikasi kegagalan desain.

Analisis lebih lanjut terhadap distribusi skor menunjukkan bahwa responden yang mengikuti alur penggunaan cenderung memberi skor di atas 75, sedangkan responden yang mengeksplorasi fitur di luar jalur utama menemukan hambatan yang memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Perbedaan pola penggunaan ini tidak hanya berdampak pada skor *usability*, tetapi juga memiliki implikasi pada sisi bisnis.. Pengguna yang mengikuti jalur utama dan memberi skor tinggi cenderung lebih berpotensi menyelesaikan transaksi, sehingga secara langsung mendukung peningkatan penjualan UMKM. Sebaliknya, pengguna yang mengeksplorasi fitur di luar jalur utama dan menemukan hambatan berisiko meninggalkan aplikasi sebelum transaksi selesai, yang berujung pada hilangnya potensi pendapatan bagi pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa perbaikan konsistensi antarmuka pada jalur sekunder bukan sekadar penyempurnaan teknis, melainkan juga berpengaruh langsung pada retensi pengguna dan keberlangsungan bisnis UMKM.

Hal ini mengindikasikan bahwa struktur navigasi utama telah solid, tetapi masih terdapat ketidakonsistensi pada elemen antarmuka di jalur sekunder. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, menyatakan bahwa inkonsistensi elemen antarmuka, meskipun bersifat minor dapat berdampak signifikan terhadap penilaian *usability* [15]

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan *prototype UI/UX* aplikasi *marketplace* UMKM berbasis lokasi yang mengintegrasikan pencarian lokasi, informasi produk, dan proses pemesanan dalam satu sistem. *Prototype UI/UX* ini dirancang untuk menjawab kesenjangan yang selama ini ditemukan pada platform digital yang tersedia. Pendekatan metode UCD memastikan bahwa setiap fitur dikembangkan dari kebutuhan yang teridentifikasi melalui keterlibatan langsung pengguna, bukan berdasarkan asumsi perancang.

Evaluasi SUS terhadap 40 responden menghasilkan skor rata-rata 75,06. Nilai tersebut termasuk dalam kategori *acceptable*, dengan *grade scale* C serta berada pada tingkat *adjective rating* "Good", ini dapat diartikan bahwa desain aplikasi telah layak digunakan dan memberikan pengalaman yang memadai bagi kedua kelompok pengguna. Meski demikian, perolehan *grade* C mengindikasikan bahwa desain belum sepenuhnya optimal. Ketidakkonsistenan antarmuka pada jalur navigasi sekunder dan kepadatan informasi pada beberapa layar menjadi faktor yang menekan skor pada sebagian responden, sehingga perlu menjadi prioritas perbaikan pada iterasi berikutnya. Variasi skor antar responden mengindikasikan adanya dua prioritas perbaikan, yaitu konsistensi elemen antarmuka di jalur navigasi sekunder, dan optimalisasi kepadatan informasi pada beberapa tampilan layar tertentu.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu dicatat. Pertama, *prototype* yang dihasilkan belum mengintegrasikan GPS secara fungsional, sehingga pengalaman berbasis lokasi belum dapat diuji dalam kondisi nyata. Kedua, jumlah responden yang terlibat masih terbatas dan belum mencakup pengguna dengan tingkat literasi digital yang lebih rendah, sehingga temuan belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi penggunaan yang lebih luas di lapangan. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada pengembangan sistem ke tahap implementasi nyata dengan integrasi GPS fungsional, perluasan cakupan responden yang lebih beragam dari sisi latar belakang dan literasi digital, serta pengujian dalam konteks penggunaan yang lebih alamiah untuk memvalidasi temuan penelitian ini secara lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri atas dukungan akademis selama proses penelitian berlangsung, begitu pula kepada seluruh partisipan yang bersedia meluangkan waktunya dalam proses pengambilan data serta pengujian *prototype*.

REFERENSI

- [1] R. R. Bakrie, S. Atikah Suri, Nabila, A. Sahara, V. H Pratama, and Firmansyah, "Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 16, no. 2, pp. 82–88, Jul. 2024, doi: 10.55049/jeb.v16i2.308.
- [2] L. M. Harahap, J. Br Situngkir, R. A. Wijaya, N. A. Simanungkalit, A. I. Abdillah, and F. Ekonomi, "PESTEL: Management and Marketing Journal Peran Peran UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," *PESTEL: Management and Marketing Journal*, vol. 1, no. 1, pp. 16–21, Apr. 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.cendekiainsight.com/index.php/PESTEL>
- [3] S. Rahmawati, S. Aisyah, T. Andarwati, U. N. Ainniyah, T. H. Rachmatika, and I. Kediri, "Sintia Rahmawati et al| Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website ... Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare," *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 2986–5824, Mar. 2025, [Online]. Available: <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- [4] B. Morisson and A. Ahmad Hafidh Saiful Fikri, "EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis) Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital," *EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)*, vol. 18, no. 1, 2025, [Online]. Available: <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis>
- [5] R. Satria, I. Ahmad, and R. D. Gunawan, "Rancang Bangun E-Marketplace Berbasis Mobile Untuk Meningkatkan Pelayanan Penjualan," *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 4, no. 1, pp. 89–95, Mar. 2023, doi: 10.33365/jatika.v4i1.2457.
- [6] D. S. Mubiarto, R. Rizal Isnanto, and I. P. Windasari, "Perancangan User Interface dan User Experience (UI/UX) pada Aplikasi 'BCA Mobile' Menggunakan Metode User Centered Design (UCD)," *Jurnal Teknik Komputer*, vol. 1, no. 4, pp. 209–216, 2023, doi: 10.14710/jtk.v1i4.37686.
- [7] K. Wijaya, "Implementasi Metode UCD (User Centered Design) Pada Rancang Bangun Sistem Informasi Perpustakaan (Studi Kasus: SMK Negeri 1 Gelumbang)," *JURNAL FASILKOM*, vol. 11 No. 2, pp. 52–56, Aug. 2021.
- [8] R. Apriliansyah and D. Maulina, "Penerapan Metode User Centered Design (Ucd) Pada Sistem Informasi Pemesanan Jasa Kebersihan Di My Clean Berbasis Web," *IJCSR: The Indonesian Journal of Computer Science Research*, vol. 3, no. 2, pp. 85–94, Jul. 2024, doi: 10.37905.

- [9] Putra Dharma Aldi *et al.*, "PELATIHAN DIGITALISASI UMKM DAN PEMBUATAN AKUN E-COMMERCE," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat BUGUH*, vol. 1 No 2, 2021.
- [10] A. Pramono and A. Bakri, "Redesign of The Gobis Surabaya Mobile Application User Interface Based on User Experience Evaluation To Enhance User Understanding and Features Using The User-Centered Design Method Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)," *Asian Journal of Social and Humanities*, vol. 2, pp. 2325–2335, Nov. 2024, [Online]. Available: <https://ajosh.org/>
- [11] F. B. S. E. Fithra, "ANALISIS *USABILITY* PADA APLIKASI UNSIKA CONNECT MENGGUNAKAN METODE *SYSTEM USABILITY SCALE* (SUS)," *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 13, no. 3, Jul. 2025, doi: 10.23960/jitet.v13i3.6823.
- [12] P. Fithri, A. Muluk, and R. H. Rayhanda, "Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) pada Sistem Informasi PT. XYZ," *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 9, no. 3, pp. 280–289, Jan. 2024, doi: 10.25077/teknosi.v9i3.2023.280-289.
- [13] A. Rachman and J. Sutopo, "PENERAPAN METODE DESIGN THINKING DALAM PENGEMBANGAN UI/UX: TINJAUAN LITERATUR," *SemanTIK: Teknik Informasi*, vol. 9, no. 2, p. 139, Dec. 2023, doi: 10.55679/semantik.v9i2.45878.
- [14] L. M. Syah and M. Kamayani, "Penerapan Metode User-Centered Design dalam Redesign UI/UX Aplikasi Mobile Transjakarta," *Progresif: Jurnal Ilmiah Komputer*, vol. 21, no. 2, p. 634, Aug. 2025, doi: 10.35889/progresif.v21i2.2900.
- [15] A. Ayuningtyas, E. F. Rahmawati, and T. Sagirani, "Penerapan Metode Double Diamond pada Desain User Interface Website," *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, vol. 11, no. 1, pp. 11–22, Jan. 2023, doi: 10.31504/komunika.v11i1.4991.