

Perkembangan Desain Antarmuka Website Lembaga Keuangan Mikro PT BPR Hoki

Alma Nafiisah Deswandi
Teknologi Rekayasa Multimedia
Telkom University
Bandung, Indonesia
almanafiisah@student.telkomuniversity.ac.id

Agus Pratondo, S.T., M.T., Ph.D
Teknologi Rekayasa Multimedia
Telkom University
Bandung, Indonesia
pratondo@telkomuniversity.ac.id

Fery Prasetyanto, S.T., M.T.
Teknologi Rekayasa Multimedia
Telkom University
Bandung, Indonesia
ferypras@telkomuniversity.ac.id

Abstrak - PT Invelli, yang bergerak di bidang teknologi informasi dengan fokus pada solusi teknologi untuk sektor finansial, mengembangkan UI/UX design website PT BPR Hoki agar lebih mudah digunakan dan tidak membingungkan pengguna. Dengan menggunakan metode *design thinking* yang terdiri dari lima tahap utama (*Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Testing*), PT Invelli berhasil menciptakan solusi desain yang komprehensif. Selama 9 bulan magang, tim PT Invelli menghasilkan 12 page desain UI menggunakan aplikasi Figma. Hasil desain ini, setelah melalui iterasi dan pengujian yang ketat, memperoleh skor SUS sebesar 88.75. Skor ini menunjukkan bahwa desain tersebut sangat *user friendly* dan berhasil mempermudah pengguna dalam mengakses dan memberikan informasi detail tentang perusahaan BPR Hoki.

Kata Kunci: *UI/UX Design, Design Thinking, Website, Figma*

I. PENDAHULUAN

PT Invelli Solusindo berdiri sejak tahun 2014 yang memiliki fokus pada teknologi finansial untuk institusi keuangan seperti Bank Umum, BPR, dan Koperasi. PT BPR Hoki Bank [1], yang melayani masyarakat menengah ke bawah, menghadapi tantangan dalam mengembangkan UI/UX situs webnya karena banyak nasabah mengeluhkan antarmuka yang kurang intuitif dan navigasi yang membingungkan. Untuk mengatasi masalah ini, tim desain BPR Hoki melakukan riset mendalam mengenai perilaku pengguna serta mengikuti tren desain *modern*. Hasil dari riset tersebut mencakup tata letak situs yang lebih baik, penggunaan ikonografi yang jelas, sistem navigasi yang disederhanakan, dan peningkatan responsivitas situs untuk perangkat mobile. Pengembangan tersebut tidak hanya memperbaiki kemudahan penggunaan dan pengalaman nasabah tetapi juga menghasilkan peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan situs, durasi sesi pengguna. Ini menunjukkan bahwa upaya dalam pengembangan UI/UX berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah serta mempermudah akses informasi tentang BPR Hoki.

II. KAJIAN TEORI

A. Pengertian Desain

Desain adalah proses merencanakan dan menyusun elemen untuk menciptakan sesuatu yang fungsional, estetis,

dan komunikatif, terlihat dari benda sederhana seperti gelas hingga bangunan megah. Desain yang baik tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mudah digunakan dan efektif dalam menyampaikan pesan. Desain fungsional mempermudah aktivitas sehari-hari, desain estetis meningkatkan kualitas hidup dan kenyamanan, sedangkan desain komunikatif menyampaikan informasi dengan jelas. Secara keseluruhan, desain berperan penting dalam memperbaiki kualitas hidup dan memperindah lingkungan sekitar kita[2].

B. Pengertian User Interface (UI)

User Interface (UI) adalah elemen desain visual yang terlihat oleh pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi atau situs web, berfungsi sebagai penghubung antara sistem dan pengguna. UI harus menarik, mudah digunakan, dan mencakup komponen utama seperti tombol, tema, ikon, tipografi, *layout*, animasi, dan elemen interaktif lainnya. Fokus UI adalah pada desain estetis dan kemudahan penggunaan untuk meningkatkan pengalaman pengguna[3].

III. METODE

Metode pengerjaan pada Proyek Akhir ini adalah Desain Thinking yang terdiri dari :

A. Empathize

Pada tahap *empathize*, dilakukan riset primer dan sekunder dari pengguna situs web Hoki Bank. Beberapa *key points* yang ditemukan adalah: 1) Navigasi yang jelas dan mudah dipahami, memudahkan pengguna menemukan fitur seperti tabungan dan kredit; 2) Responsivitas di berbagai perangkat dan ukuran layar untuk akses nyaman; 3) Penggunaan prinsip desain UI/UX umum untuk konsistensi dan kemudahan penggunaan.

Setelah memperoleh hasil riset dari pengguna situs web Hoki Bank dapat digambarkan dalam *user persona* yang dibagi dalam kategori usia.

TABEL 3. 1 USER PERSONA

Usia	Pekerjaan	Kebutuhan
<30 Tahun	Karyawan swasta, Internship, Mahasiswa	Membutuhkan tampilan website yang menarik dalam tampilan.
30-40 Tahun	Pegawai Negeri Sipil	Membutuhkan website yang tidak membingungkan saat mencari informasi
>40 Tahun	Karyawan tetap	Membutuhkan website yang tidak membingungkan saat mencari informasi

B. Define

Pada tahap *define*, informasi yang diperoleh dari tahap sebelumnya dianalisis untuk menentukan solusi. Di sini menggunakan metode *how might we* digunakan untuk mengubah pernyataan menjadi pertanyaan yang nantinya akan menghasilkan sebuah *insight*.

TABEL 3. 2 HOW MIGHT WE

<i>Pain Point</i>	<i>How Might We</i>	<i>Insight</i>
Pengguna kesulitan dengan tata letak fitur web Hoki Bank	Bagaimana mungkin dapat menyederhanakan tata letak fitur web Hoki Bank?	Mengubah tata letak fitur web Hoki Bank agar lebih memudahkan pengguna
Pengguna kurang nyaman dengan UI yang kaku dan kurang menarik	Bagaimana mungkin dapat membuat nyaman pengguna dengan tampilan UI?	Merancang ulang UI/UX website agar terlihat lebih nyaman
Pengguna terganggu dengan beberapa fitur yang belum <i>update</i> pada UI	Bagaimana mungkin membuat pengguna tidak terganggu dengan beberapa fitur yang belum <i>update</i> ?	Merancang ulang UI/UX beberapa fitur agar membuat nyaman para pengguna

C. Ideate

Pada tahap *ideate*, berbagai konsep dan sudut pandang dikembangkan untuk memecahkan masalah pengguna. Tujuannya adalah menemukan solusi yang paling inovatif dan berdampak. *Designer* menggunakan konsep 5W+1H, mencari referensi visual UI/UX, dan membuat wireframe.

TABEL 3. 3 KONSEP VISUAL

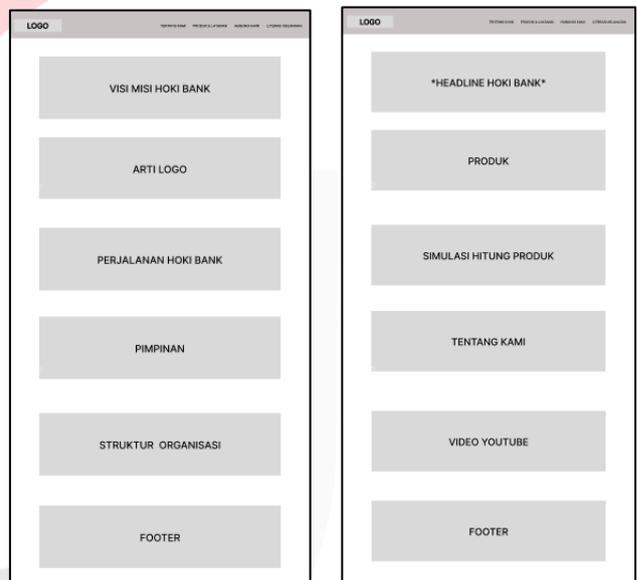
<i>Who</i> (siapa)	Pengguna website adalah para nasabah dan calon nasabah BPR Hoki Bank
<i>What</i> (apa)	Website Hoki Bank berbasis mobile yang mudah dan nyaman untuk digunakan
<i>Why</i> (mengapa)	UI/UX dari website Hoki Bank di nilai jauh dari mudah dan nyaman bagi pengguna serta tampilan informasi dari fitur web Hoki Bank di nilai belum mencapai kemudahan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan pengguna
<i>Where</i> (dimana)	Website Hoki Bank dapat digunakan dimana saja
<i>When</i> (kapan)	Digunakan pada saat nasabah atau calon nasabah ingin mencari informasi mengenai produk secara detail dan sebagai <i>entry point/awarness user</i> untuk melakukan transaksi
<i>How</i> (bagaimana)	Website digunakan pada platform mobile dan web dengan menavigasi fitur yang ada didalam produknya

We untuk menentukan apa saja yang ada di dalam fitur web Hoki Bank dengan dibuatnya *affinity diagram*.



GAMBAR 3. 1 AFFINITY DIAGRAM

Kemudian dibuat *wireframe* untuk memberikan gambaran *layout* dari laman website yang sedang di rancang. Tahap pembuatan *wireframe* dilakukan sebelum *prototyping* atau hasil akhir produk.



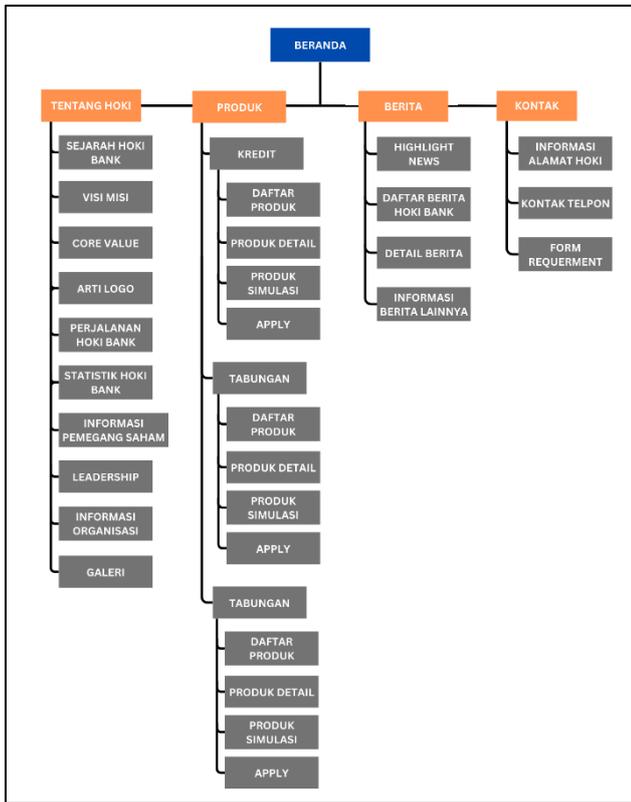
GAMBAR 3. 2 WIREFRAME

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sitemap Website

Sitemap dibuat untuk representasi struktural dari halaman dan konten website Hoki Bank, berfungsi sebagai peta navigasi untuk memudahkan pengguna menemukan informasi dengan cepat. Sitemap visual dari website Hoki Bank. Mulai dari beranda, tentang Hoki, produk, laporan, dan kontak, membantu pengguna mengetahui informasi di setiap halaman website.

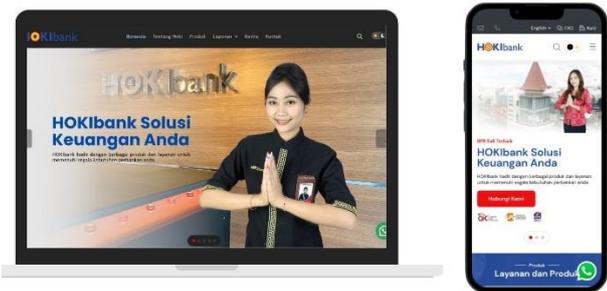
Lalu di dilakukan sesi *brainstorming* untuk menentukan pengelompokan dari *solution idea* dari tahapan *How-Might*



GAMBAR 4. 1 SITEMAP WEBSITE

B. Prototype

Setelah menyusun sitemap sebagai representasi struktural dari halaman dan konten website Hoki Bank kemudian disusun prototype. Pada tahapan ini prototyping terdapat lima flow yang dibuat oleh designer yaitu flow pertama untuk beranda, flow kedua untuk tentang hoki, flow ketiga untuk produk, flow keempat untuk laporan, flow kelima untuk berita dan kontak seperti pada gambar berikut ini. Dalam prototype website Hoki Bank ada 2 versi yaitu, prototype mobile dan website.



GAMBAR 4. 2 PROTOTYPE

C. Testing

Tahapan kelima dari design thinking adalah testing, yang melibatkan wawancara mendalam dengan pengguna tentang aplikasi sejenis dan pengujian prototipe yang telah dibuat. Selain itu, dilakukan sesi QA (Quality Assurance) dan pengisian form SUS (System Usability Score) oleh pengguna.

No	Page	Section	Note	Image	Status
1	Homepage	Banner	Tert banner masih ketutup icon back side		Done
2		top header (information)	Ukuran textnya 12 px		Done
3		Card product	masih belum sesuai dengan figma		Done
4		simulasi	- Card shadow belum sesuai - aktifkan inputan amount - ui slider belum sesuai		Done
5	http://hokibank.digoo		Page ini masih belum sesuai dengan figma		Done
6	http://hokibank.digoo		Untuk detail product, mohon di sesuaikan ya mas padding kanan kirinya jadi karena konten dia sedikit, padding kanan kirinya emang lebih besar! Paa Change theme ke dark, headernya gak berubah hitam	Refer ke figma https://www.figma.com/file/xvLwvuoC1e8CXD1u10Ca	Done
7	Header				Done

Gambar 4. 3 Quality Assurance

Quality Assurance (QA) memastikan produk memenuhi standar kualitas dengan melakukan pemeriksaan dan pengujian untuk mendeteksi serta memperbaiki cacat sebelum produk dirilis. Tim QA bekerja sama dengan pengembang untuk memperbaiki masalah dan memastikan solusi berfungsi dengan baik. Status "done" pada gambar menunjukkan bahwa perbaikan telah selesai dan tidak ada cacat tersisa.

TABEL 4. 1 HASIL SYSTEM USABILITY SCALE

Pekerjaan	Karyawan Swasta	PNS
Pertanyaan SUS	Score SUS	
Saya pikir saya akan sering menggunakan website ini lagi	4	4
Website ini tidak terlalu rumit	1	1
Saya pikir web ini mudah digunakan	5	4
Sepertinya saya membutuhkan bantuan untuk dapat menggunakan web ini	1	2
Saya menemukan berbagai fitur dalam web ini yang terintegrasi dengan baik	4	3
Saya menemukan ketidak konsistenan dalam web	1	1
Saya membayangkan bahwa web ini dapat dipelajari oleh semua orang dengan cepat	5	5
Saya menemukan kerumitan dalam web ini	1	1
Saya sangat yakin dapat menggunakan web ini	4	4
Sepertinya saya harus belajar banyak untuk dapat menggunakan web ini	1	1
TOTAL SUS SCORE	92,5	85
RATA-RATA SUS SCORE	88,75	

Hasil dari score SUS yang didapat untuk desain fitur ini adalah 92,5 dan 85. Sehingga didapatkan rata-rata dari score SUS untuk fitur ini adalah 88.75 yang memiliki arti bahwa design yang telah dibuat saat ini masuk dalam adjective range excellent.

V. KESIMPULAN

Pengembangan desain antarmuka telah selesai dibuat menggunakan metode *design thinking* dan dikarenakan proyek ini bersifat pada kasus sebenarnya yang terjadi di perusahaan, maka penting untuk memahami terlebih dahulu bagaimana sistem perusahaan berjalan, melakukan riset awal mengenai website Hoki Bank, melakukan interview dengan user. Selama proses magang yang dilakukan 9 bulan produk yang dihasilkan adalah 12 page desain UI yang dibuat dengan tools figma. Setelah semua tahapan dilakukan pada pengerjaan ini didapatkan bahwa design yang diusulkan telah memperoleh skor SUS sebesar 88.75 dan telah dilakukan iterasi design. Dari hasil testing pengembangan desain antarmuka pada website Hoki Bank, mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa *design* yang dibuat sudah sangat *user friendly*, mempermudah pengguna dalam mencari informasi mengenai produk dan mendapatkan layanan yang baik walaupun melalui website. Oleh karena itu, maka website Hoki Bank ini sudah layak untuk digunakan oleh pengguna secara langsung.

REFERENSI

- [1] P. I. Solusindo, "Pengembangan Teknologi BPR Kembangkan Bisnis BPR Anda Dengan Teknologi"
- [2] Cahyadi, Dian. (2023). Memahami Konsep Desain: Menjadi Lebih Kreatif dan Efektif dalam Mendesain.
- [3] Nadillah, Muhammad & Voutama, Apriade. (2024). PERANCANGAN UI/UX APLIKASI DAUR ULANG SAMPAH BERBASIS MOBILE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika). 8. 2663-2671. 10.36040/jati.v8i3.9544.