

# Penerapan Metode *Design Thinking* dalam Perancangan *Prototype Website “Sunrise Street Tropical Bar”* *Implementation of the Design Thinking Method in the Prototype Design of “Sunrise Street Tropical Bar”*

Amanda Devi Nur Anggraini<sup>1</sup>, Erminolda Nababan<sup>2</sup>, Dwianak Elisa Putridarhi<sup>3</sup>, Haura Aquila<sup>4</sup>, Ersya Mevadianti<sup>5</sup>, Difa Anindya Safira<sup>6</sup>, Alexsandra<sup>7</sup>, Lina Fatimah Lishobrina<sup>8</sup>, , Yosita Dwiani<sup>9</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Rekayasa Industri dan Desain, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

e-mail: <sup>1</sup>[2311111117@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:2311111117@ittelkom-pwt.ac.id), <sup>2</sup>[yosita@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:yosita@ittelkom-pwt.ac.id),  
<sup>3</sup>[2311111118@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:2311111118@ittelkom-pwt.ac.id), <sup>4</sup>[2311111137@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:2311111137@ittelkom-pwt.ac.id),  
<sup>5</sup>[2311111144@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:2311111144@ittelkom-pwt.ac.id), <sup>6</sup>[2311111146@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:2311111146@ittelkom-pwt.ac.id),  
<sup>7</sup>[2311111149@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:2311111149@ittelkom-pwt.ac.id), <sup>8</sup>[2311111150@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:2311111150@ittelkom-pwt.ac.id)

**Abstrak** – Saat ini sudah banyak usaha yang menggunakan website sebagai salah satu sarana informasi bisnis yang lebih lengkap, mulai dari informasi produk, katalog produk, dan info promosi. Pada kasus ini, kami memilih salah satu UMKM yang berada di Purwokerto yakni “Sunrise Street Tropical Bar” untuk dibuatkan inovasi berupa perancangan website dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari beberapa tahapan seperti *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Penelitian ini menghasilkan sebuah *prototype website* yang tidak hanya menarik tetapi juga intuitif dan fungsional. Evaluasi awal menunjukkan bahwa desain tersebut berhasil meningkatkan pengalaman pengguna dengan peningkatan signifikan dalam navigasi yang lancar dan ketersediaan informasi yang relevan. Diharapkan bahwa implementasi desain ini akan membantu “Sunrise Street Tropical Bar” untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi terkait produk dan memperkuat identitas usaha ‘Sunrise Street Tropical Bar dalam pasar digital yang kompetitif.

Kata kunci – Website, Prototype, Berpikir Desain, Inovasi

**Abstract** - Nowadays, there are many businesses that use websites as a means of more complete business information, ranging from product information, product catalogs, and promotional information. In this case, we chose one of the UMKM in Purwokerto, namely “Sunrise Street Tropical Bar” to make innovations in the form of Purwokerto, namely “Sunrise Street Tropical Bar” to make innovations in the form of website design using the *Design Thinking* approach which consists of several stages such as *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, and *test*. This research resulted in a *prototype website* that is not only attractive but also intuitive and functional. Initial evaluation showed that the design successfully improved the user experience with significant improvements in smooth navigation and availability of relevant information. It is expected that the implementation of this design will help “Sunrise Street Tropical Bar” to make it easier for customers to obtain product-related information and strengthen the business identity of ‘Sunrise Street Tropical Bar in a competitive digital market.

Keywords – Website, Prototype, Design Thinking, Innovation

## I. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, kehadiran sebuah *website* bukan lagi sekadar sebuah keharusan, melainkan sebuah kebutuhan yang strategis bagi banyak bisnis. *Website* adalah halaman web yang dapat diakses melalui internet. Sebuah web biasanya akan menyediakan sebuah informasi yang tersedia secara perorangan, kelompok, ataupun organisasi. *Website* tidak hanya berfungsi sebagai wajah virtual perusahaan, tetapi juga sebagai alat untuk menjangkau dan berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial di seluruh dunia. Di tengah persaingan yang semakin ketat di pasar global, penting bagi setiap bisnis untuk memastikan bahwa *website* mereka tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga fungsional dan memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik. Menurut *Global Web Index*, 62% pelanggan mengunjungi *website* hanya untuk mencari informasi mengenai merek maupun produk.

Dalam kasus ini peneliti memilih UMKM yang berada di Purwokerto, yakni “*Sunrise Street Tropical Bar*” untuk diinovasi agar produk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat hingga meningkatkan penjualan. Peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada pelanggan dan didapatkan hasil bahwa mereka ingin tahu mengenai informasi yang lengkap tentang “*Sunrise Street Tropical Bar*”, termasuk daftar menu, komposisi, dan keunggulan komposisi minuman tersebut. Dari keluhan pelanggan tersebut maka peneliti mengeluarkan inovasi dengan membuat situs web “*Sunrise Street Tropical Bar*”. Dengan adanya situs tersebut maka peneliti yakin bahwa itu akan membantu para pelanggan untuk mengetahui secara detail mengenai komposisi tradisional apa saja yang ada dalam minuman mocktail yang mereka beli. Selain itu, dengan adanya situs web tersebut juga akan memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan sunrise mocktail secara online menggunakan aplikasi Gojek, Grab, dan ShopeeFood.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang *prototype website* yang dapat mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk, menggunakan metode *Design Thinking*. Metode *Design Thinking* yang digunakan meliputi tahap *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Metode ini tidak hanya menekankan pada aspek visual dari desain, tetapi juga memperhatikan proses kreatif untuk memecahkan masalah dan memahami pengguna secara mendalam. Studi yang dilakukan oleh Lockwood (2010) dan Arnold serta Randall (2015) juga menegaskan bahwa pendekatan yang terfokus pada pengguna dapat menghasilkan perbaikan yang signifikan dalam pengalaman pengguna dan keseluruhan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam konteks perancangan *website*, penerapan metode *Design Thinking* dapat menjadi kunci untuk menciptakan pengalaman online yang mengesankan dan efektif dalam mencapai tujuan bisnis.

### I. Tinjauan Pustaka

#### 2.1 Design Thinking

*Design thinking* ialah pendekatan yang memiliki fokus utama pada manusia untuk mengintegrasikan kebutuhan manusia, teknologi, dan persyaratan bisnis untuk menciptakan inovasi. *Design thinking* menawarkan pendekatan berbasis solusi guna memecahkan masalah dengan memahami kebutuhan manusia yang terlibat.

*Design thinking* adalah interaksi yang berorientasi pada manusia dan melibatkan proses berempati, pemikiran integratif, optimisme, eksperimentalisme dan kolaborasi. *Design thinking* juga dapat diartikan sebagai proses penggabungan

secara sistematis yang berpusat pada manusia untuk mendapatkan hasil terkait perubahan perilaku dan kondisi yang diharapkan.

Langkah-Langkah *Design Thinking*:

1. *Empathize*

Pada tahap ini dilakukan pendekatan langsung kepada pelanggan. Tahap ini meliputi pertemuan tatap muka, wawancara, dan bahkan berperan seolah-olah menjadi mereka. Tujuannya ialah untuk memahami permasalahan pelanggan dengan lebih baik agar solusi yang diberikan efektif.

2. *Define*

Data yang dikumpulkan pada proses sebelumnya akan dianalisis untuk mengidentifikasi masalah inti. Tahap ini membantu dalam mengatasi masalah pelanggan, karena sudah ada fokus terhadap masalah utamanya.

3. *Ideate*

Tahap ini untuk mengumpulkan ide sebanyak mungkin. Kemudian ide-ide tersebut akan ditampung terlebih dahulu. Selanjutnya, memeriksa dan menguji satu persatu ide yang sudah dikumpulkan untuk menemukan cara terbaik guna memecahkan masalah.

4. *Prototype*

Tahap ini bertujuan untuk membuat representasi visual dari ide yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya. *Prototype* ini nantinya akan diuji terlebih dahulu, guna meminimalisir kesalahan sebelum nantinya *launching*.

5. *Test*

Tahap *testing*, akan melibatkan masyarakat untuk menguji dan melakukan evaluasi berdasarkan *feedback* dari *user testing*.

## 2.2 Mocktail

*Mocktail* merupakan minuman campuran yang tidak mengandung alkohol. Minuman ini dibuat dari berbagai bahan dasar sehingga menghasilkan rasa nikmat bagi pelanggan. Selain menawarkan alternatif bebas alkohol, minuman segar ini juga memiliki berbagai manfaat kesehatan. Didukung dengan penggunaan bahan-bahan alami seperti buah dan sayuran, menjadikan *mocktail* sumber vitamin dan antioksidan bagi tubuh (Brown, 2019).

## II. METODE

*Design thinking* adalah metode merancang *user interface*. *Design thinking* menyusun proses pengembangan secara bertahap, jadi kehati-hatian harus diberikan saat melanjutkan secara bertahap.

1. *Emphasize*, adalah langkah pertama dalam *design thinking*. Pada level ini, perlu memahami permasalahan pengguna dan tentunya mencari solusi atas permasalahan tersebut.
2. *Define*, hasil *emphasize* dinyatakan dalam tahap *define*. Pada fase ini, masalah pengguna

didefinisikan dan dianalisis, serta beberapa pertanyaan inti dihasilkan.

3. *Ideate*, pada fase ini dirumuskan solusi berdasarkan hasil masalah yang diperoleh pada fase *emphatize* dan *define*. Solusi ini dijelaskan dalam langkah pengembangan *user interface* selanjutnya, dan ide serta saran menarik yang diterapkan dalam pembuatan *prototype* juga disebutkan.
4. *Prototype*, setelah melalui ketiga tahapan tersebut diatas, peneliti mengambil langkah-langkah untuk membuat rancangan yang dibutuhkan sesuai dengan data pada tahap sebelumnya.
5. *Test*, digunakan selama tahap pengujian untuk menyelesaikan hasil rancangan. Tujuan pengujian adalah untuk mengevaluasi apakah hasil *prototype* yang dibuat dapat diterima oleh pengguna atau perlu adanya perbaikan. Metode pengujian termasuk mendistribusikan survei kepada pengguna dan menggunakan skala kegunaan sistem.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN (11 POINT)

#### 4.1 Emphatize

Fase *emphatize* adalah tahap awal dalam proses desain pengalaman pengguna (UX), dimana pada tahap ini desainer berusaha untuk memahami pengguna secara mendalam dengan berempati. Pada tahap *emphatize* peneliti menemukan sebuah masalah yang ingin dipecahkan yaitu pada saat ini banyaknya masyarakat yang gemar mengonsumsi termasuk minuman bersoda seperti mojito yang mengandung alkohol, hal ini berdampak terganggunya Kesehatan seseorang. Seiring berkembangnya *food and baverages* peneliti mendapat ide ingin membuat minuman yang ramah oleh Kesehatan tetapi masih tetap menyegarkan, oleh karena itu peneliti mendapat ide dengan mengkombinasikan konsep mojito dengan bahan-bahan yang lebih ramah oleh Kesehatan. Ide ini juga bermanfaat bagi orang-orang yang tidak bisa mengonsumsi soda namun “*fomo*” dengan minuman kekinian.

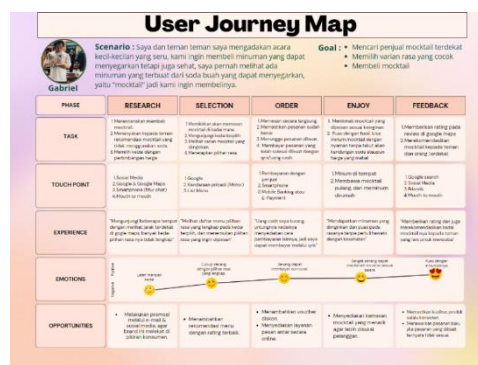
Dalam kasus ini peneliti perlu adanya inovasi guna mendorong kesadaran masyarakat akan minuman sehat namun tetap menyegarkan dan tidak membosankan. Pada tahap awal peneliti mengunjungi UMKM yang memproduksi minuman mocktail. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan tahap wawancara dengan empat (4) pelanggan dan *owner* sebagai pelengkap, tahap wawancara dilakukan dalam waktu 1 hari dengan metode 5W + 1H. Melalui jawaban yang diperoleh, peneliti megklasifikasikannya dalam kategori apa yang dipikirkan, dirasakan, dikatakan, dan yang dilakukan oleh pelanggan. Tahap *emphatize* dilakukan agar peneliti dapat mengenali permasalahan dari sisi pelanggan terhadap UMKM yang sedang diteliti. Hasil dari tahap wawancara dituangkan oleh peneliti dalam sebuah *emphaty map* untuk menggambarkan pengguna dengan memahami kebutuhan, sikap, dan perilaku hal ini akan membuat pemahaman lebih dalam terkait pelanggan. Masalah yang dirumuskan, tujuan, dan hipotesis penelitian dibahas dalam hasil penelitian. Tahap ini berfokus pada bagaimana (*How*), mengapa (*Why*), dan relevansi kesesuaian hasil penelitian yang relevan.



Gambar 1. Empathy Map

#### 4.2 Define

Pada tahap ini, hasil dari tahap *emphasize* sebelumnya telah menentukan data masalah pengguna yang akan dibahas. Kemudian data tersebut dianalisis dengan tujuan untuk memahami lebih dalam permasalahan dan kebutuhan pelanggan. Sehingga diperoleh *problem statement* dari salah satu pelanggan yang merupakan seorang mahasiswa bernama Gabriel yang mengeluh karena masih terbatasnya variasi minuman kekinian, unik dan segar, namun tetap sehat di sekitar Purwokerto. Kemudian Gabriel memberikan solusi berupa penambahan varian rasa minuman mocktail dengan mengkombinasikan konsep mocktail dengan bahan-bahan tradisional khas Indonesia yang lebih ramah untuk kesehatan.



Gambar 2. User Journey Map

Hasil pada tahap ini kemudian dituangkan dalam bentuk *user journey map*. Dengan *user journey map*, penulis mampu memahami permasalahan dan kebutuhan *customer* sehingga didapatkan pemahaman mengenai inovasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan persoalan yang ada.

#### 4.3 Ideate

Tahap ini dilakukan untuk mencari ide dan solusi untuk masalah saat ini. Dari data yang telah didapat dari tahap sebelumnya, peneliti mengetahui bahwa masih terbatasnya varian minuman kekinian, unik dan segar namun tetap menyehatkan. Oleh karena itu, peneliti membuat beberapa kemungkinan solusi yaitu:

1. Membuat varian rasa baru dengan menyesuaikan lidah konsumen

2. Mengkombinasikan dengan bahan tradisional
3. Menggunakan bahan yang lebih sehat
4. Menggunakan kemasan berbahan kaca guna meningkatkan nilai estetika
5. Memperbanyak cabang *store* mocktail di Purwokerto
6. Mendaftarkan kemitraan dengan aplikasi online seperti Gojek, Grab dan Shopeefood agar lebih mudah untuk dikenal dan dicari oleh masyarakat
7. Memberikan harga yang terjangkau
8. Memberikan tempat dengan fasilitas yang memadai
9. Membuat sistem informasi mengenai kedai mocktail tersebut

Dari solusi-solusi tersebut, peneliti menganalisis dan memilih beberapa solusi yang paling memungkinkan yaitu:

1. Menambahkan varian rasa baru dengan menyesuaikan lidah konsumen dan mengkombinasikan beberapa konsep mocktail dengan bahan tradisional yang lebih sehat,
2. Mendaftarkan kemitraan dengan aplikasi online seperti Gojek, Grab, dan Shopeefood agar lebih dikenal masyarakat,
3. Membuat sistem informasi mengenai kedai mocktail tersebut.



Gambar 3. Dokumentasi Ideate



Gambar 4. NABC

Tabel 1. Tabel solusi dan alasan tidak dipilih

| No | Solusi                                                  | Alasan Tidak Dipilih                                                                                      |
|----|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Memperbanyak cabang <i>store</i> mocktail di Purwokerto | Sebab saat ini <i>store</i> mocktail tersebut masih memiliki banyak kekurangan dan belum memenuhi standar |

|   |                                                                    |                                                                         |
|---|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                    | perluasan cabang                                                        |
| 2 | tempat dengan fasilitas yang mewah                                 | Karena membutuhkan banyak dana                                          |
| 3 | Memberikan harga yang terjangkau                                   | Karena kita perlu mempertimbangkan harga bahan baku yang kita gunakan   |
| 4 | Menggunakan kemasan berbahan kaca guna meningkatkan nilai estetika | Karena kemasan berbahan kaca mudah pecah dan harga nya juga lebih mahal |

#### 4.4 Prototype

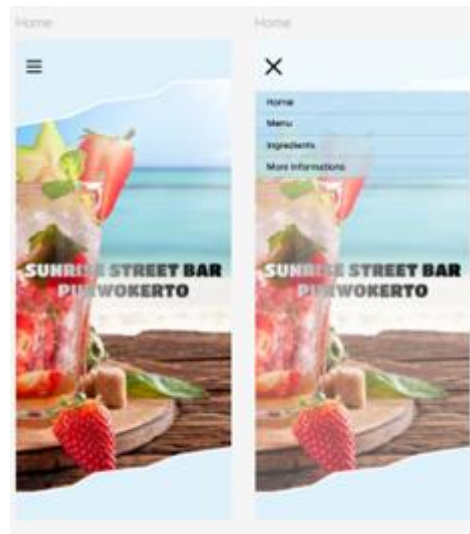
Pada tahap ini peneliti membuat solusi dari keluhan pelanggan yaitu dengan cara membuat situs web. Sebelum pembuatan situs web peneliti membuat desain pada gelas produk minuman mocktail, pada bagian belakang gelas terdapat barcode yang dapat di scan agar langsung terhubung pada situs web yang disediakan oleh peneliti. Tujuan peneliti menyediakan situs web yaitu dapat membantu pelanggan untuk memberikan secara detail mengenai komposisi yang terkandung dalam minuman mocktail, dan dengan adanya situs web kedai ini peneliti berharap dapat mempermudah calon pelanggan maupun pelanggan sebelumnya dengan mudah memesan produk. Dalam *prototype* ini peneliti membuat desain web melalui aplikasi Figma dan pada desain peneliti memberikan fitur-fitur yang sudah tidak asing bagi khalayak banyak.



Gambar 5. Desain gelas produk mocktail



Gambar 6. Desain web produk



Gambar 7. Tampilan beranda web



Gambar 8. Tampilan menu web





Gambar 9. Tampilan ingredients web



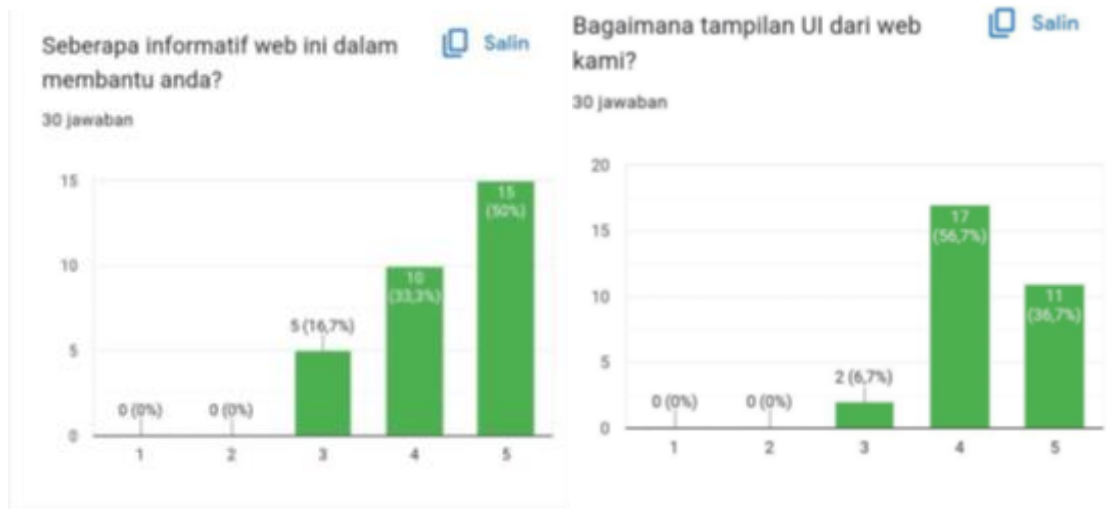
Gambar 10. Tampilan About Us



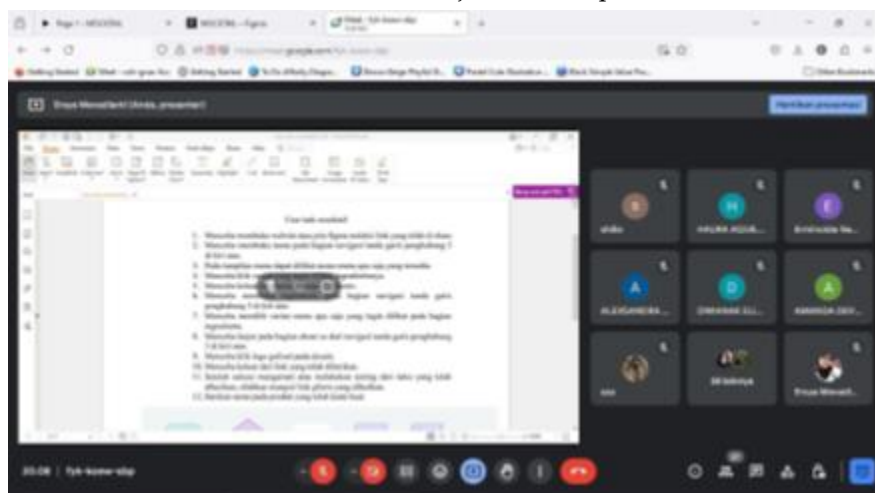
Gambar 11. Prototype web

## 4.5 Testing

Pada tahapan ini peneliti melakukan testing dari *website* yang telah disediakan sebelumnya, pada testing web peneliti tidak memberikan scan barcode dari gelas produk namun peneliti memberikan berupa link web. Testing dilakukan oleh 36 orang melalui google meet, peneliti memberikan user task pada yang melakukan testing. Setelah melakukan testing peneliti memberikan berupa link google form yang akan diisi oleh responden. Pada google form peneliti memberikan 7 pertanyaan berbentuk skala dan juga penjelasan.



Gambar 12. Grafik jawaban responden



Gambar 13. Penjelasan testing pada google meet

#### IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan ini yaitu setiap tahapan pada metode design thinking dapat membantu dalam menganalisis kebutuhan dan permasalahan pengguna dengan tepat. Pada penelitian ini, kami menciptakan suatu *inovasi di bidang digitalnya yaitu berupa pembuatan web* yang nantinya akan membantu konsumen mendapatkan informasi terkait produk dan kedainya.

Pada penelitian ini kami membuat suatu prototype berupa “Web Sistem Informasi” terkait produk mokctail ini. Kami juga melakukan testing dengan memberikan link prototype kami kepada responden agar bisa diakses sehingga kita bisa tahu pengalaman responden ketika menggunakan prototype kami. Selanjutnya, kami juga memberikan link g-form yang didalamnya berisi seputar pengalaman ia selama menggunakan desain web kami. Dari hasil testing tersebut, didapatkan

bahwa hampir sebagian besar responden merasakan manfaat ketika menggunakan desain kami. Dilihat dari rata-rata respon yang menunjukkan angka 5 (terkait seberapa informatif web) dan angka 4 (terkait UI web). Maka dapat disimpulkan bahwa Web Sistem Informasi untuk Mocktail Sunrise Street Bar ini sudah memuaskan.

Saran kami terkait objek yang kami teliti yaitu bisnis ini harus mulai memperhatikan kebutuhan konsumen dan beradaptasi dengan digitalisasi yang telah ada. Hal ini akan memudahkan, bukan hanya dari segi konsumen, namun owner (pemilik bisnis) juga mendapatkan keuntungan. Selain itu, bagi kelompok peneliti selanjutnya, kami memberikan masukan dimana nantinya kami harap kelompok peneliti ini dapat membuat digitalisasi dari bisnis ini, seperti pembuatan web yang kami lakukan, namun dengan memperbaiki dan mengembangkan web tersebut agar lebih ramah pengguna. Disamping itu, kami juga berharap kelompok peneliti selanjutnya akan memberikan inovasi yang lebih baru dan mengembangkannya sesuai dengan potensi pasar, serta mendengarkan keluhan dari para calon konsumen.

### **Daftar Pustaka**

- [1] Brown, L. (2019). "Health Benefits of Non-Alcoholic Beverages." *Journal of Food and Nutrition*.
- [2] Johnson, M. (2021). "The Rise of Non-Alcoholic Drinks." *Global Beverage Report*.