

ABSTRAK

Peran desain website yang optimal semakin penting bagi sebuah brand dalam menciptakan kenyamanan dan pengalaman pengguna yang berkualitas di tengah perkembangan digital yang pesat. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, website tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai media interaksi yang harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan perilaku pengguna. Desain yang intuitif, responsif, dan mudah digunakan mampu meningkatkan kepuasan pengguna, mempermudah akses terhadap informasi, serta menciptakan pengalaman digital yang menyenangkan. Dengan demikian, website menjadi elemen penting dalam membangun hubungan yang berkelanjutan antara brand dan penggunanya. Desain website yang tepat sangat penting dalam membangun interaksi yang efektif antara pelanggan dan brand. Jakob Nielsen, seorang ahli usability, menyatakan bahwa desain yang menarik, responsif, dan intuitif mampu membantu pengguna dalam menemukan informasi dengan mudah, sehingga meningkatkan kenyamanan, kedekatan dengan brand, serta mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang diusung oleh brand tersebut. Asput, sebagai brand fashion muslim, memerlukan website dengan desain visual yang baik dan mudah digunakan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pengguna. Desain antarmuka yang intuitif tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna, tetapi juga menjadi kunci dalam menciptakan interaksi digital yang efisien dan menyenangkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan desain *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) website merek Asput dengan metode *Design Thinking*. Metode ini dipilih karena mampu membantu desainer memahami kebutuhan pengguna secara mendalam dan menghasilkan solusi yang sesuai. Dalam metode *Design Thinking*, tahapan yang dilakukan meliputi tahap *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Testing*. Pada tahap *Empathize*, penulis melakukan kegiatan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara. Selanjutnya pada tahap *Define*, dilakukan analisa inti permasalahan secara detail dari data yang telah dikumpulkan. Kemudian pelaksanaan tahap *Ideate*, yaitu mengumpulkan ide dan solusi untuk memecahkan permasalahan pada tahap *Define*. Langkah terakhir dalam proses desain adalah

pembuatan *Prototype*, yaitu rupa kerangka alur *website* berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan *website* dan pengguna. Pada tahap *Prototype*, selain dibuat dalam bentuk figma yang interaktif, penelitian ini juga dikembangkan sampai tahap *slicing* halaman *Fron-end* dan hasil akhirnya telah dilakukan *testing* menggunakan *Maze Usability Testing* dan *System Usability Scale (SUS)*. Hasil usability testing menunjukkan skor tinggi pada kedua desain *website*, dengan nilai Maze sebesar 83,8 poin pada desain *website* pelanggan dan 91,7 poin pada desain *dashboard admin*, serta skor SUS sebesar 87,75 poin pada desain *website* pelanggan dan 86 poin pada desain *dashboard admin* dan masuk kategori "*Excellent*" grade A dan dapat diterima, yang membuktikan bahwa kenyamanan pengguna berhasil ditingkatkan dan rancangan antarmuka telah berhasil diterima dengan baik oleh pengguna.

Kata Kunci: *Design Thinking, User Interface, User Experience, Online Shop, Asput*