

## **Perancangan UI/UX Website Point of Sale (POS) Menggunakan Metode Design Thinking di PT Hayaa Investama Group**

Naesya Azhara<sup>1\*</sup>, Pradita Eko Prasetyo Utomo<sup>1</sup>, Muhammad Razi A<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Universitas Jambi, Jambi, Indonesia*

[naesyaazzhr@unja.ac.id](mailto:naesyaazzhr@unja.ac.id)<sup>\*</sup>

*| Received: 04/12/2025 | Revised: 14/01/2026 | Accepted: 19/01/2026 |*

*Copyright©2026 by authors. Authors agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons*

### **Abstrak**

Proses pengelolaan transaksi penjualan, inventaris, dan catatan keuangan di PT Hayaa Investama Group masih dilakukan secara manual. Hal ini menyebabkan proses kerja menjadi kurang efisien dan berisiko menimbulkan kesalahan pencatatan. Kondisi ini menunjukkan perlunya implementasi sistem *Point of Sale* (POS) berbasis web yang dapat mendukung aktivitas operasional perusahaan secara lebih efektif, terutama dari segi kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendesain antarmuka dan pengalaman pengguna sistem *Point of Sale* berbasis web di PT Hayaa Investama Group menggunakan metode *Design Thinking*. Metode ini diimplementasikan melalui lima tahapan, yaitu Empati, Definisi, Ide, Prototipe, dan Pengujian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan karyawan dan pemilik perusahaan untuk mendapatkan gambaran kebutuhan pengguna. Hasil penelitian ini berupa *prototype High-Fidelity* yang dilengkapi dengan fitur untuk mengelola transaksi, inventaris, pemasok, pembelian, penjualan, dan laporan. Pengujian prototype dilakukan menggunakan *Maze Usability Testing* dan menghasilkan skor 80% dari 9 responden dengan 7 misi blok. Hasil pengujian menunjukkan bahwa desain sistem yang dikembangkan cukup mudah digunakan dan dapat dipahami oleh pengguna.

Kata kunci: UI/UX, *Point of Sale*, *Design Thinking*, *Usability Testing*, Website

### **Abstract**

*The process of managing sales transactions, inventory, and financial records at PT Hayaa Investama Group is still done manually. This causes the work process to be less efficient and risks causing recording errors. This condition indicates the need for the implementation of a web-based Point of Sale (POS) system that can support the company's operational activities more effectively, especially in terms of ease of use. This study aims to design the interface and user experience of the web-based Point of Sale system at PT Hayaa Investama Group using the Design Thinking method. This method is implemented through five stages, namely Empathy, Definition, Ideation, Prototype, and Testing. Data collection was carried out through observation and interviews with employees and company owners to obtain*

*an overview of user needs. The result of this study is a High-Fidelity prototype equipped with features for managing transactions, inventory, suppliers, purchases, sales, and reports. Prototype testing was conducted using Maze Usability Testing and resulted in a score of 80% from 9 respondents with 7 block missions. The test results indicate that the developed system design is quite easy to use and can be understood by users.*

**Keywords:** *UI/UX, Point of Sale, Design Thinking, Usability Testing, Website*

## Pendahuluan

Di era revolusi digital ini, sistem informasi memberikan kontribusi yang besar dalam berbagai bidang kehidupan manusia, termasuk di lingkungan bisnis. Dalam konteks perusahaan, sistem informasi bukan sekadar alat pendukung, melainkan elemen dasar untuk perkembangan organisasi, karena mampu meningkatkan efisiensi dan ketepatan dalam proses pengumpulan serta pemrosesan data. Sebagai ilustrasi, sistem *Point of Sale* (POS) merupakan salah satu jenis sistem informasi yang mendukung kelancaran operasi harian suatu perusahaan. Sistem POS memiliki peranan penting dalam dunia bisnis, terlihat dari kemampuannya dalam melakukan pengumpulan data pendapatan dan memproses transaksi secara akurat. Penerapan sistem POS mampu meningkatkan efisiensi proses penjualan dan memberikan data yang lebih akurat untuk analisis penjualan (Yessayabella dan Adys 2022).

Industri percetakan merupakan teknologi yang memungkinkan proses memproduksi dokumen maupun gambar secara cepat pada berbagai jenis media, seperti kertas, kain, kayu, dan material lainnya (Fauzi *et al.* 2018). PT Hayaa Investama Group adalah perusahaan yang beroperasi di bidang percetakan dan konveksi, serta melayani beragam pelanggan, mulai dari sekolah, yayasan, instansi pemerintah, UMKM, hingga perusahaan. Dengan perkembangan bisnis dan meningkatnya jumlah pelanggan, kegiatan operasional transaksi yang dilakukan secara manual seringkali mengalami kendala. Data dari PT Hayaa Investama Group menunjukkan bahwa dalam sehari rata-rata produk yang terjual dapat mencapai ratusan hingga ribuan produk per item dengan omset mencapai 100-150 juta per bulan atau sekitar 1,2-1,8 miliar per tahun. Permasalahan yang timbul meliputi kesalahan penghitungan sisa stok barang, kesulitan mencari arsip transaksi, serta data yang dicatat secara manual rentan terhadap kehilangan dan kerusakan.

Dengan menyusun rancangan prototipe untuk aplikasi *Point Of Sale* (POS), proses pengembangan dilakukan melalui kerja sama dengan calon pengguna guna menemukan solusi yang tepat, sehingga produk akhir benar benar memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka. Pendekatan *Design Thinking* tidak hanya menekankan aspek visual dan kesan pengguna, tetapi juga memperhatikan keseluruhan pengalaman pengguna. Metode ini digunakan untuk menemukan solusi yang paling efektif dalam menyelesaikan permasalahan yang bersifat kompleks (Sunda dan Thinking 2013). Pemikiran yang diterapkan adalah yang mampu menangkap dengan baik untuk mendapatkan sebuah solusi melalui lima tahap, yaitu menekankan, mendefinisikan, menciptakan, prototipe, dan menguji, yang bermanfaat untuk memenuhi persyaratan pengguna untuk inovasi. Dengan menerapkan *Design Thinking*, diharapkan sistem POS mampu memberikan antarmuka yang lebih menarik, meningkatkan efisiensi proses transaksi, serta memenuhi kebutuhan pengguna secara menyeluruh.

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan desain UI/UX sistem *Point of Sale* (POS) umumnya berfokus pada pengembangan fungsi sistem atau evaluasi kegunaan secara umum. Beberapa telah menerapkan metode seperti *User-Centered Design* dan *Design Thinking*, tetapi masih terbatas pada tahap perancangan dan belum sepenuhnya melibatkan pengguna secara aktif di setiap tahap proses. Selain itu, pengujian usability yang dilakukan pada penelitian sebelumnya sebagian besar bergantung pada kuesioner atau penilaian pengguna yang subjektif, sehingga hasilnya belum mampu menggambarkan tingkat kemudahan penggunaan sistem secara nyata.

Berdasarkan tinjauan ini, dapat disimpulkan bahwa terbatasnya penelitian yang secara khusus merancang UI/UX sistem POS berbasis web yang menggunakan pendekatan *Design Thinking* dengan keterlibatan pengguna dari tahap empati hingga pengujian. Selain itu, masih sedikit penelitian yang menerapkan pengujian menggunakan tool *Maze Usability Testing* sebagai alat evaluasi kuantitatif terhadap prototype yang dihasilkan.

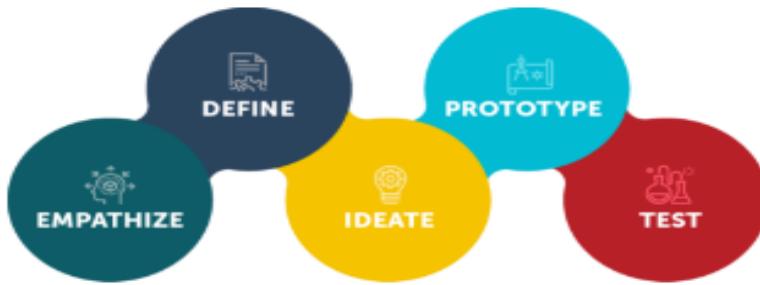
Dengan mengganti sistem kasir manual dengan Point of Sales (POS) adalah langkah bijak dalam meningkatkan efisiensi operasional bisnis, meminimalkan kesalahan, dan memungkinkan pemilik bisnis untuk mengelola inventaris dan transaksi dengan lebih baik. Ini juga memungkinkan pemilik bisnis untuk memiliki visibilitas yang lebih baik atas kinerja bisnis mereka dan mengambil keputusan yang lebih baik berdasarkan data (Sanjaya *et al.* 2024). Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna pada sistem informasi *Point of Sale* berbasis website yang sesuai dengan kebutuhan operasional di PT Hayaa Investama Group, serta melakukan pengujian prototype sistem menggunakan tool *Maze Usability Testing*. Pemilihan metode *Design Thinking* didasarkan pada kemampuannya untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam melalui tahap *empathize*, sehingga solusi yang dikembangkan benar-benar sesuai dengan harapan dan permasalahan yang dihadapi. Proses iterasi dan prototyping dalam metode ini memungkinkan perbaikan yang cepat dan fleksibel berdasarkan umpan balik pengguna. Dibandingkan dengan metode *User Centered Design* yang lebih menekankan pada siklus analisis dan evaluasi berulang, atau metode *Lean UX* yang fokus pada umpan balik cepat dengan dokumentasi minimal, *Design Thinking* menawarkan pendekatan holistik yang menggabungkan empati mendalam terhadap pengguna, definisi masalah yang jelas, ideasi kreatif, pembuatan *prototype*, dan pengujian iteratif. Metode ini sangat cocok untuk pengembangan UI/UX sistem POS yang memerlukan pengalaman pengguna yang efisien, mudah digunakan, dan mampu mengatasi kompleksitas bisnis percetakan dan konveksi.

## **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode *Design Thinking* sebagai pendekatan utama. *Design Thinking* merupakan metodologi perancangan yang berfokus pada penyelesaian masalah melalui pemahaman mendalam terhadap kebutuhan manusia, khususnya dalam konteks perancangan antarmuka. Metode ini terdiri dari *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Hamdandi *et al.* 2022). *Design Thinking* merupakan pendekatan pemecahan masalah yang berpusat pada manusia dengan menekankan empati, kreativitas, serta proses iteratif. Pendekatan ini menekankan pentingnya memahami kebutuhan pengguna secara menyeluruh dan menghasilkan solusi inovatif yang relevan serta efektif. Metode ini banyak digunakan di berbagai bidang seperti desain produk,

pengembangan perangkat lunak, bisnis, dan pendidikan karena kemampuannya dalam menciptakan solusi yang intuitif dan berdampak bagi pengguna. Secara keseluruhan, *Design Thinking* menggabungkan pola pikir kreatif dan analitis untuk menghadapi tantangan kompleks melalui eksplorasi ide dan proses eksperimen berulang, sehingga solusi yang dihasilkan lebih matang dan sesuai kebutuhan.

Tahapan dari metode *design thinking* ada 5, dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Proses *Design Thinking*

Tahap pertama dalam *design thinking* adalah *empathize*, pada tahap ini dilakukan wawanara kepada calon pengguna tentang kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi dalam transaksi di PT Hayaa. Tahap kedua adalah *define*, pada tahap ini kebutuhan dan masalah yang diperoleh dikelompokkan, dipilah dan disusun menjadi daftar kebutuhan pengguna. Tahap ketiga adalah *ideate*, pada tahap ini diproses daftar kebutuhan pengguna. Berdasarkan daftar kebutuhan pengguna, dibuatlah rancangan model berupa website *Point of Sale*. Pada tahap keempat, yaitu pembuatan prototipe, kebutuhan pengguna mulai diterapkan ke dalam bentuk rancangan awal sistem (Nurussanah *et al.* 2023)

### ***Empathize***

Pada tahap *empathize*, peneliti melakukan proses pemahaman pengguna dengan cara mendengarkan, mengamati, dan menelaah informasi yang diberikan oleh calon pengguna (Fachrian *et al.* 2021). *Empathize* merupakan kemampuan untuk memahami serta merasakan apa yang dialami orang lain. Melalui tahap ini, peneliti dapat menangkap output dari permasalahan yang dirasakan pengguna dalam situasi tertentu. *Output* yang didapat berupa daftar kebutuhan pengguna, permasalahan yang sering dihadapi, serta gambaran awal perilaku pengguna yang menjadi dasar dalam perumusan masalah pada tahap berikutnya.

### ***Define***

Tahap *define* dilakukan setelah peneliti memperoleh pemahaman yang jelas mengenai permasalahan pengguna, berdasarkan kebutuhan serta hasil pengamatan pada tahap *empathize*. Informasi yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi inti permasalahan yang dihadapi pengguna (Sari *et al.* 2020). Pada tahap ini, peneliti menyusun daftar kebutuhan dan hambatan pengguna sebagai dasar dalam merumuskan ide dan solusi. Pernyataan masalah disusun melalui proses pengamatan dan penelaahan kebutuhan pengguna, kemudian dianalisis untuk menemukan akar permasalahan. Hasil analisis dari tahap *define* berupa pernyataan masalah yang menggambarkan kesenjangan antara kondisi sistem yang digunakan saat ini dengan kebutuhan

pengguna yang diharapkan. Pernyataan masalah ini selanjutnya digunakan sebagai acuan pada tahap *ideate* dalam merancang solusi dan fitur sistem yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

### **Ideate**

Tahap *ideate* dilakukan untuk merumuskan solusi, menantang asumsi yang ada, serta menghasilkan inovasi yang nantinya digunakan pada proses pembuatan *prototipe*. Solusi yang diperoleh akan menjadi dasar dalam pengembangan sistem. Pada tahap ini dilakukan kegiatan brainstorming dengan mencatat seluruh ide yang dianggap penting secara keseluruhan. Peneliti memanfaatkan kreativitas serta analisis untuk menemukan solusi yang tepat dan sesuai kebutuhan pengguna, yang kemudian akan dituangkan ke dalam *user flow* dan *Architecture Information* (AI).

### **Prototype**

*Prototype* merupakan gambaran awal atau versi percobaan dari sebuah produk, sistem, atau layanan yang berfungsi untuk menguji dan menilai konsep sebelum masuk ke tahap pengembangan yang lebih lanjut. *Prototype* kemudian diuji oleh responden yang terdiri dari karyawan dan pemilik PT Hayaa Investama Group sebagai calon pengguna sistem. Instrumen yang digunakan pada tahap ini berupa skenario tugas (*task scenario*) yang harus diselesaikan oleh responden saat berinteraksi dengan prototype. Dalam pembuatan *prototype*, terdapat prinsip penting yaitu menemukan kegagalan secepat mungkin. Prinsip ini memungkinkan penentuan langkah perbaikan lebih cepat serta mencegah tim terjebak dalam pengerjaan hal-hal rumit yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan (Sabika *et al.* 2017).

### **Test**

Pengujian dilakukan untuk menilai kinerja *prototype* serta memastikan bahwa produk berfungsi dengan baik. Pada tahap ini, *prototype* diuji langsung kepada pengguna untuk mengetahui pengalaman mereka, tanggapan, serta kekurangan dari rancangan website sebelumnya. (Mustaghfiqh *et al.* 2024) Proses ini menggunakan metode *Remote Usability Testing* dengan bantuan *Maze*. Setelah *prototype* selesai, pengguna diminta memberikan umpan balik yang akan digunakan untuk meningkatkan kualitas produk. Tahap ini memegang peranan penting dalam memastikan bahwa solusi yang dirancang benar-benar efektif serta selaras dengan kebutuhan pengguna. Umpan balik yang diperoleh pada fase ini digunakan untuk memperbaiki, menyempurnakan, dan mengoptimalkan desain sebelum memasuki tahap implementasi akhir. Meskipun berada pada urutan terakhir, memungkinkan dilakukannya pengulangan atau kembali ke tahap sebelumnya jika ditemukan kekeliruan atau ketidaksesuaian.

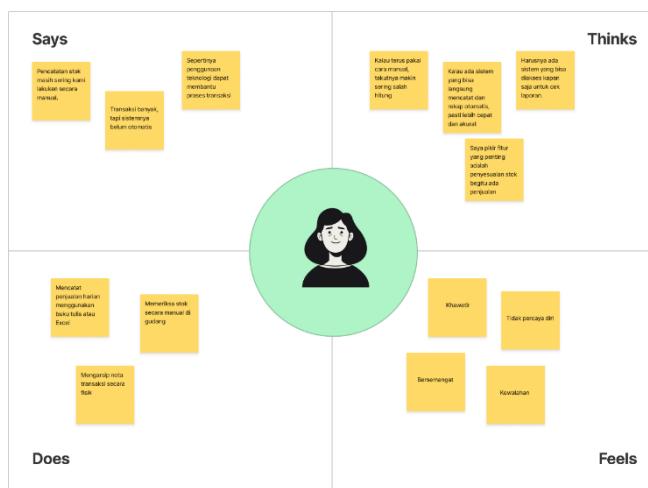
## **Hasil dan Pembahasan**

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode *Design Thinking* untuk menganalisis dan merancang UI/UX sistem informasi *Point of Sales* (POS) berbasis website di PT Haaya Investama Group. Metode ini mengintegrasikan kebutuhan bisnis, teknologi, dan pengguna sehingga dapat membantu penulis menyesuaikan kebutuhan pengguna dan menghasilkan produk yang mampu menyelesaikan permasalahan mereka. Dalam proses perancangannya, beberapa tahapan akan dilakukan. Adapun tahapan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

### ***Empathize***

Pada tahap ini dilakukan upaya mendalami masalah atau pengumpulan data lebih lanjut dengan cara wawancara dengan karyawan dan juga owner dari PT Haaya Investama Group, dengan demikian dapat diperoleh inti dari permasalahan yang dijadikan pedoman untuk merancang sistem *Point Of Sale* (POS) dalam penelitian ini

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi disusunlah sebuah *empathy map* untuk memahami lebih dalam perspektif calon pengguna. Pemetaan ini bertujuan untuk menangkap kebutuhan, perasaan, pemikiran, serta perilaku pengguna yang berkaitan dengan penggunaan sistem presensi. Dengan adanya *empathy map*, proses perancangan desain dapat disesuaikan dengan kebutuhan nyata pengguna. Berikut merupakan *empathy map* yang dibuat berdasarkan hasil pengumpulan data.



Gambar 2. Empathy Map

### ***Define***

Pada fase ini, permasalahan yang ditemukan pada tahap *empathize* ditetapkan dan dirumuskan secara tepat. Rumusan masalah harus benar-benar mencerminkan kondisi yang sebenarnya, karena menjadi akar dari persoalan yang dihadapi. Untuk menggambarkan permasalahan pengguna, digunakan alat bantu berupa *user persona*. *User persona* menyajikan pengelompokan informasi pengguna, seperti data demografis, perilaku, hambatan, tujuan, serta kebutuhan pengguna (Dewa *et al.* 2024).



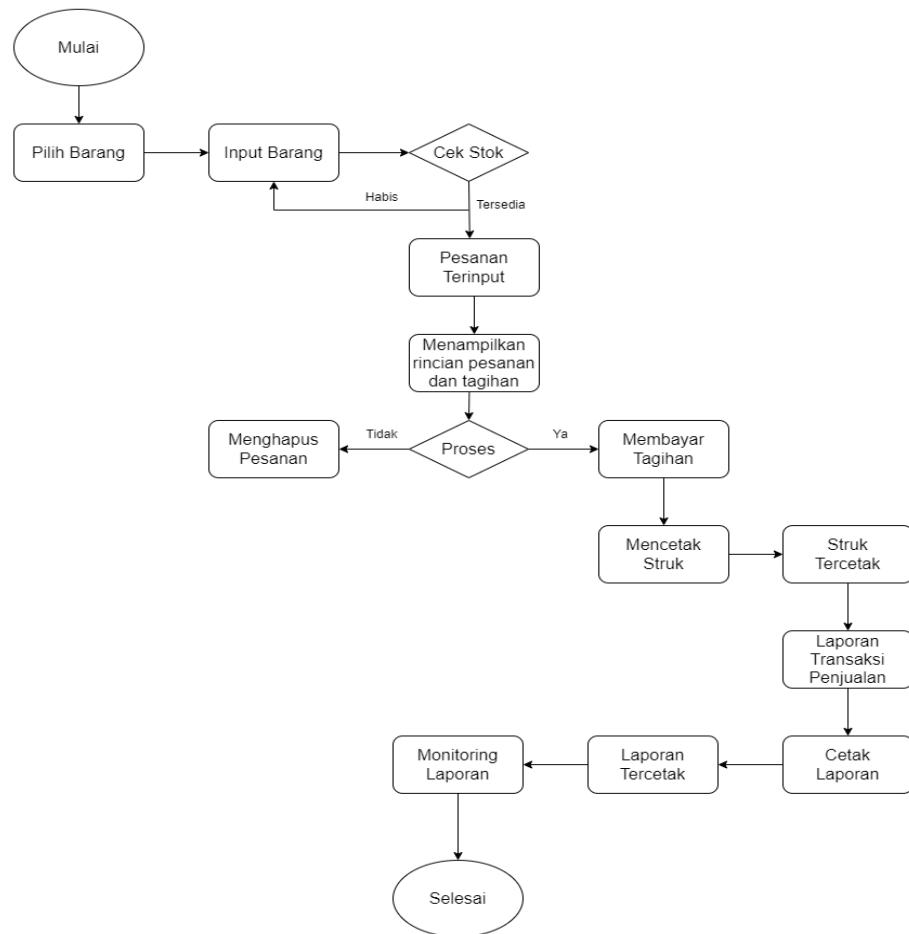
Behavior	Goals/Needs	Obstacles
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lebih fokus pada pengawasan dan pengambilan keputusan strategis</li> <li>Tidak aktif terlibat langsung dalam transaksi harian, namun sering meminta laporan keuangan dan penjualan.</li> <li>Mengakses data bisnis dari laptop atau ponsel secara berkala</li> <li>Mengandalkan laporan staf untuk menilai performa bisnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ingin memantau seluruh transaksi penjualan dan stok barang secara real-time</li> <li>Ingin memiliki sistem yang rapi, otomatis, dan efisien</li> <li>Ingin mengurangi ketergantungan terhadap laporan manual dari staf</li> <li>Mendapatkan laporan bulanan otomatis yang siap cetak atau unduh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bergantung pada staf untuk input data dan pelaporan manual</li> <li>Kurangnya waktu untuk mempelajari aplikasi baru secara mendalam</li> </ul>

Gambar 3. User Pesona Ower

Berdasarkan hasil *User Persona* yang telah dibuat, terlihat bahwa owner PT Hayaa Investama Group memiliki beberapa kebutuhan utama dalam penggunaan sistem *Point of Sale*. Membutuhkan sistem POS yang cepat, sederhana, dan mudah digunakan agar proses transaksi dapat berlangsung tanpa hambatan, terutama pada jam operasional yang padat. Selain itu, owner juga menginginkan tampilan yang jelas serta alur transaksi yang tidak membingungkan sehingga dapat beradaptasi dengan aplikasi baru.

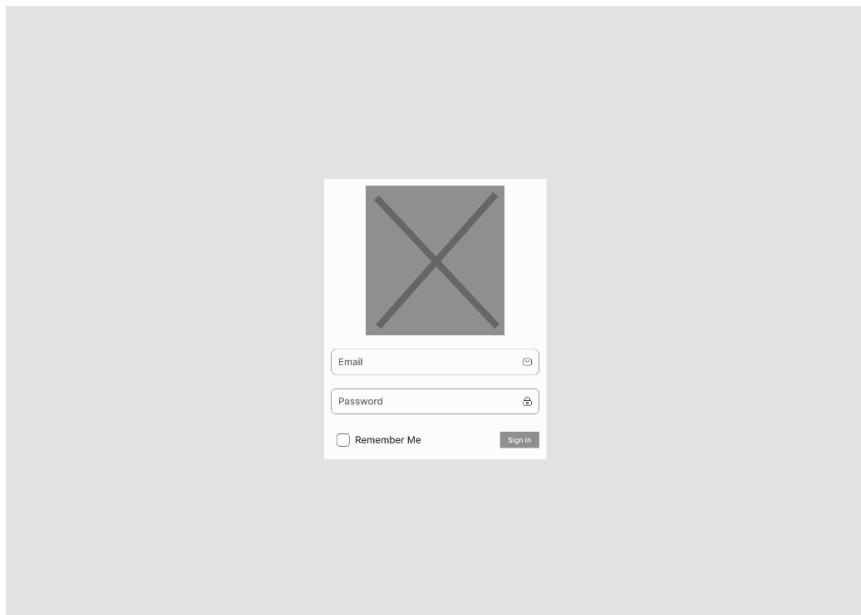
### ***Ideate***

Pada tahap ini, peneliti memanfaatkan kreativitas dan kemampuan analisis untuk merumuskan solusi yang tepat dan memenuhi kebutuhan pengguna. Tujuan utama fase *Ideate* adalah menghasilkan berbagai alternatif solusi secara luas dan mengumpulkan sebanyak mungkin ide. Selanjutnya, dibuat *user flow* untuk menggambarkan alur interaksi yang dilakukan pengguna dalam sistem.



Gambar 4. User Flow

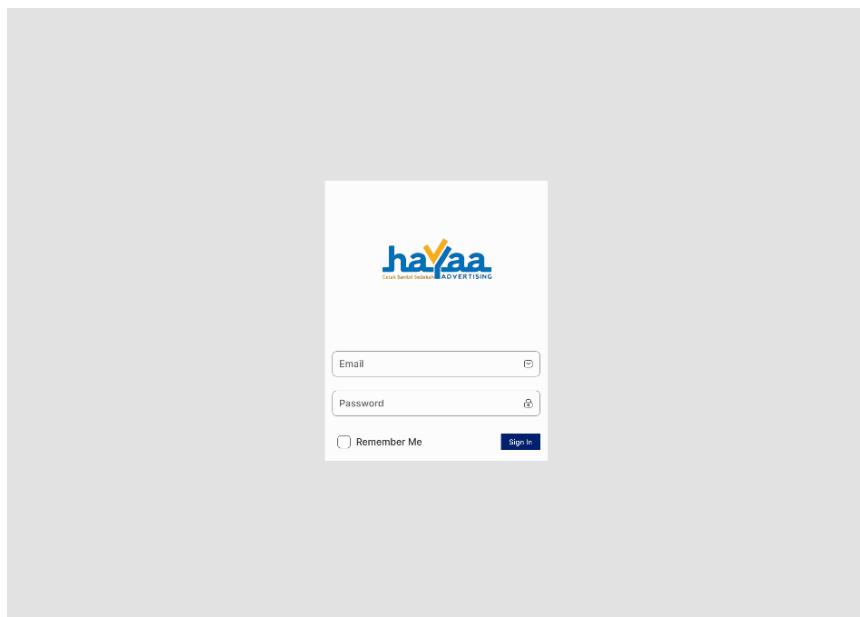
Berdasarkan hasil *user flow*, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan alur tersebut ke dalam bentuk *wireframe*. *Wireframe* adalah kerangka untuk menata suatu elemen di halaman website atau aplikasi yang akan dibuat. Pembuatan High-Fidelity bertujuan untuk menjelaskan susunan layout, navigasi, struktur, dan organisasi konten. *Wireframe* ini berfungsi sebagai kerangka awal dari desain produk. Meskipun hanya menampilkan elemen dasar dengan warna hitam, putih, atau abu-abu, rancangan ini tetap memberikan gambaran yang jelas mengenai bentuk dan struktur desain akhir.



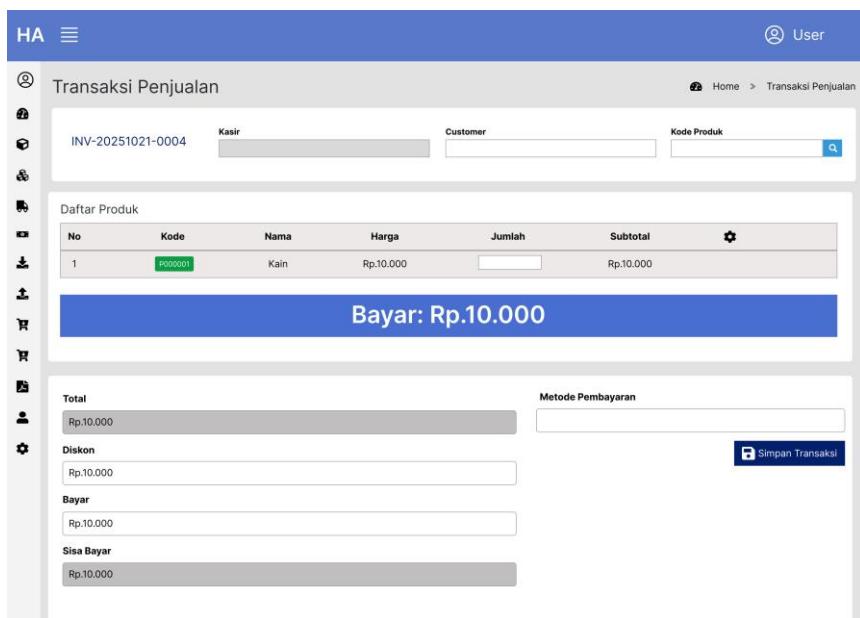
Gambar 5. Wireframe

### **Prototype**

Tahap ini merupakan proses transformasi ide menjadi sebuah *prototype* dalam bentuk *mockup website* yang nantinya akan diuji oleh calon pengguna. Lebih spesifiknya, *prototype* adalah desain awal yang dibuat untuk menguji konsep, ide, atau desain sistem yang dikembangkan selama tahap *ideate*. Pembuatan *prototype* memastikan bahwa konsep atau desain dapat diuji dan disempurnakan sebelum produk atau layanan dikembangkan sepenuhnya. Melalui proses pengujian ini, desain sistem dapat dievaluasi berdasarkan berbagai aspek, seperti kegunaan, kinerja, interaksi antarmuka, dan fungsionalitas lainnya. Lebih lanjut, *prototype* membantu mengidentifikasi potensi masalah atau kesalahan sejak dini sehingga dapat diperbaiki sebelum sistem diimplementasikan sepenuhnya. *Prototype* berperan sebagai model awal yang digunakan untuk menilai konsep, gagasan, maupun rancangan sistem yang telah dikembangkan pada tahap *ideate*. *High-Fidelity (Hi-fi) prototype* adalah bentuk *prototype* dengan tingkat kedetailan tinggi, dilengkapi warna, tipografi, gambar, dan elemen interaktif yang menyerupai tampilan produk akhir. Hi-fi umumnya dibuat setelah *wireframe* dan *mockup* selesai direvisi dan disempurnakan. Berikut merupakan tampilan hi-fi dari website *Point of Sale*:



Gambar 6. Hi-Fid Halaman Login



Gambar 7. Hi-Fid Halaman Transaksi Penjualan

Pada gambar 6. merupakan bagian dari desain *high-fidelity* sistem *Point of Sale* yang menampilkan halaman login. Halaman ini menampilkan form masuk yang terdiri dari isian email dan password, serta tombol ‘Masuk’ untuk melakukan proses login pengguna. Dan pada gambar 7. Merupakan halaman transaksi pembelian. Informasi penting nama customer dan kode produk ditempatkan berurutan di bagian atas untuk memudahkan pengguna saat memulai transaksi. Tabel produk disusun rapi dengan penekanan pada data utama. Bagian ringkasan pembayaran—total, diskon, bayar, sisa bayar, dan metode pembayaran—dibuat lebih jelas dan terstruktur sehingga mempermudah proses input. Selain itu, tampilan nilai pembayaran ditampilkan dalam panel yang lebih informatif, sehingga pengguna dapat langsung memahami jumlah yang perlu dibayar.

### **Test**

Pada tahap testing, proses pengujian difokuskan pada pengumpulan umpan balik terkait rancangan desain website *Point of Sales*. Hasil pengujian digunakan untuk menilai apakah solusi desain yang dibuat sudah mampu menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan pengguna, atau masih memerlukan penyempurnaan (Aulia *et al.* 2021). Tahap testing merupakan fase terakhir dalam metode *design thinking*. Pengujian dilakukan menggunakan prototype website *Point of Sale*. Pada tahap ini, penulis memberikan tugas kepada pengguna untuk mencoba fitur-fitur utama yang tersedia pada website, menyesuaikan dengan keterbatasan penggunaan platform Maze.



Gambar 7. Hasil Pengujian Maze

Berdasarkan hasil pengujian prototype melalui *Maze* dapat dilihat pada gambar 11, website *Point of Sale* memperoleh skor 80% dari 9 responden dengan 7 mission blocks. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna dapat menyelesaikan setiap tugas dengan baik dan memahami alur navigasi yang telah dirancang. Selain itu, skor tersebut menandakan bahwa *prototype* memiliki tingkat usability yang cukup baik. Meski demikian, masih terdapat beberapa aspek kecil yang dapat diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan dan efektivitas penggunaan sistem secara keseluruhan.

### **Kesimpulan**

Dari hasil dan pembahasan rancangan UI/UX website *Point Of Sale (POS)* pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa PT Hayaa Investama Group membutuhkan suatu sistem transaksi berbasis web yang dapat memudahkan proses transaksi. Penggunaan metode *design thinking* dalam analisis dan perancangan UI/UX memberikan konsep dan langkah yang tepat dalam penyelesaian masalah pengguna. Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan UI/UX untuk sistem *Point of Sale (POS)* berbasis website di PT Hayaa Investama Group melalui metode *Design Thinking* mampu memberikan solusi yang sesuai

dengan kebutuhan pengguna. Tahapan mulai dari memahami pengguna hingga melakukan pengujian membantu peneliti mengetahui kebutuhan kasir, admin gudang, dan owner, lalu menerjemahkannya ke dalam fitur seperti transaksi, pengelolaan stok, supplier, pembelian, penjualan, dan laporan. *Prototype high-fidelity* yang dibuat kemudian diuji menggunakan *Maze Usability Testing* dan memperoleh skor 80% dari 9 responden dengan *7 block missions*. Hasil ini menunjukkan bahwa desain yang dikembangkan sudah cukup mudah digunakan dan dapat dipahami oleh pengguna. Secara keseluruhan, rancangan UI/UX ini berpotensi meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi kesalahan pencatatan, dan membantu perusahaan dalam mengelola data dengan lebih baik. Desain yang dihasilkan juga dapat menjadi dasar untuk pengembangan sistem POS pada tahap selanjutnya.

Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan seperti jumlah responden yang terlibat dalam pengujian usability masih terbatas, yaitu 9 responden yang terdiri dari karyawan dan pemilik PT Hayaa Investama Group. Jumlah tersebut dinilai cukup untuk evaluasi awal desain, namun belum dapat merepresentasikan seluruh variasi perilaku pengguna dalam skala yang lebih luas. Kemudian, metode pengujian usability pada penelitian ini menggunakan *Maze Usability Testing* yang berfokus pada penyelesaian tugas dan tingkat keberhasilan pengguna dalam menjalankan skenario tertentu. Aspek lain seperti kepuasan pengguna secara mendalam, beban kognitif, serta pengalaman penggunaan dalam jangka panjang belum dievaluasi secara menyeluruh.

## Saran

Untuk pengembangan sistem *Point of Sale* ke depan juga dapat mempertimbangkan integrasi dengan metode pembayaran digital seperti QRIS atau transfer otomatis, sehingga transaksi dapat dicatat langsung. Penyediaan fitur reminder bagi pesanan yang sedang diproses juga penting untuk mendukung manajemen produksi, sehingga pesanan dapat dikerjakan sesuai urutan dan mengurangi potensi keterlambatan. Terakhir, sistem POS sebaiknya dirancang responsif untuk perangkat *mobile* serta dilengkapi panduan penggunaan singkat agar pengguna dapat mempelajari sistem dengan cepat. Dengan mempertimbangkan pengembangan tambahan tersebut, sistem POS diharapkan tidak hanya mempermudah pencatatan transaksi, tetapi juga mampu meningkatkan efisiensi kerja, transparansi proses, serta kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

## Daftar Pustaka

- Aulia, N., Andryana, S., & Gunaryati, A. (2021). Perancangan user experience aplikasi mobile charity menggunakan metode design thinking user experience design of mobile charity application using design thinking method. *J. Sisfotenika*, 11(1), 26-36.
- Dewa RF, Suratno T, Eko P dan Utomo P. (2024). Analisis dan Perancangan UI/UX Sistem Recal Dengan Metode Design Thinking dan Remote Usability Testing. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*. 12(2), 277–286.
- Fachrian M, Kusumo DS, Hadikusuma A, Telkom U, Programming E, Thinking D, Phase E, Programming E, Thinking D dan Phase E. (2021). Pengaruh Metode Design Thinking yang digabungkan dengan metode Extreme Programming Dalam Membangun Inovasi pada Website “ Kerjayuk ” Untuk Mahasiswa Universitas Telkom. *E-Proceeding of*

*Engineering.* 8(5), 10962–10969.

- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. (2018). Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5-11.
- Lais, N., Chandra, R., Hamdandi, M., Bachtiar, F., Sastika, D. A., & Pribadi, M. R. (2022, January). Perancangan Uiux Pada Aplikasi Bapakkost Dengan Metode Design Thinking. In *MDP Student Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 392-397).
- Mustaghfiyah L, Bijanto dan Proborini E. 2024. Metode Design Thinking Sebagai Solusi Pengelolaan, Pemilahan Dan Pengiriman Sampah Di Kabupaten Pati. *IC-Tech*, 19(1), 9–17. <https://doi.org/10.47775/ictech.v19i1.292>
- Nurussanah N, Sofie M, Batita R, Ulfa S, Praherdhiono H dan Sari IN. 2023. Design Thinking Sebagai Metode Inovatif dalam Perancangan Aplikasi. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*. 4, 2457–2464.
- Sabika A, Wahid F, Saphira FF dan Setiani N. 2017. Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*.
- Sanjaya A, Mustika WP dan Rifai B. 2024. Analisis Design UI/UX Point Of Sales Berbasis Web Pada Raja Samudra Pokok Menggunakan Metode. *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta*. 4(2), 238.
- Sari IP, Kartina AH, Pratiwi AM, Oktariana F, Nasrulloh MF dan Zain SA. 2020. Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Cl. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55.
- Yessayabella D dan Adys Y. (2022). Implementasi Sistem Informasi Manajemen Kasir Berbasis Aplikasi Moka Pos (Point Of Sales) Pada Kafe X Tahun 2022. *Jurnal Mahasiswa Akutansi Unita*. 1(2), 54–71.