



## **Redesain UI/UX Website E-Commerce CV Azwa Sejahtera Menggunakan Metode Human-Centered Design**

**Bayu Setiaji<sup>1\*</sup>, Ahmad Nursodiq<sup>2</sup>, Rizky Rangga Baskara Lubis<sup>3</sup>, Agung Setya Hartadi<sup>4</sup>**

<sup>1234</sup>Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[bayusetiaji034@gmail.com](mailto:bayusetiaji034@gmail.com), <sup>2</sup>[dosen02526@unpam.ac.id](mailto:dosen02526@unpam.ac.id), <sup>3</sup>[rizkyranggalubis@gmail.com](mailto:rizkyranggalubis@gmail.com),

<sup>4</sup>[asetyahartadi@gmail.com](mailto:asetyahartadi@gmail.com)

(\* : coresponding author)

**Abstrak**—Transformasi kebiasaan belanja masyarakat ke ranah digital mewajibkan pelaku UMKM untuk memiliki platform penjualan yang dioptimalkan. CV. Azwa Sejahtera, selaku entitas produsen minuman kesehatan herbal, telah mengoperasikan situs [www.herbalazwa.com](http://www.herbalazwa.com) sebagai katalog digital. Namun, evaluasi awal terhadap antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) pada situs tersebut mengindikasikan adanya kelemahan struktural pada aspek navigasi, tata letak informasi, dan kerumitan alur transaksi. Riset ini diinisiasi guna memproyeksikan rancangan ulang (*redesign*) antarmuka platform tersebut dengan mengadopsi paradigma *Human-Centered Design* (HCD) (Putri et al., 2024). Pendekatan ini diimplementasikan untuk memastikan bahwa setiap modifikasi tata letak visual dan fungsionalitas berpusat pada karakteristik serta kenyamanan target konsumen. Siklus perancangan mencakup tahap pemahaman konteks pengguna, spesifikasi kebutuhan, pemodelan prototipe, hingga evaluasi akhir. Output dari studi ini berupa rancangan *High-Fidelity Prototype* yang menghadirkan hierarki informasi produk yang lebih komprehensif serta penyederhanaan tahapan *checkout*. Hasil pengujian memvalidasi bahwa desain yang baru berhasil mereduksi beban kognitif pelanggan dan mengelevasi tingkat efisiensi proses belanja secara signifikan.

**Kata Kunci:** *E-Commerce; Human-Centered Design; Herbal Azwa; Redesain; UI/UX*

**Abstract**—The transformation of public shopping habits into the digital realm obliges MSMEs to possess optimized sales platforms. CV. Azwa Sejahtera, an entity producing herbal health drinks, has operated the site [www.herbalazwa.com](http://www.herbalazwa.com) as a digital catalog. However, an initial evaluation of the user interface (UI) and user experience (UX) on the site indicated structural weaknesses in navigation aspects, information layout, and the complexity of transaction flows. This research was initiated to project a redesign of the platform's interface by adopting the *Human-Centered Design* (HCD) paradigm. This approach is implemented to ensure that every visual layout and functionality modification is centered on the characteristics and comfort of the target consumers. The design cycle includes the stages of understanding the user context, specifying requirements, prototype modeling, up to final evaluation. The output of this study is a *High-Fidelity Prototype* design that presents a more comprehensive product information hierarchy and simplifies checkout stages. The testing results validated that the new design successfully reduced customer cognitive load and significantly elevated the efficiency level of the shopping process.

**Keywords:** *E-Commerce; Human-Centered Design; Herbal Azwa; Redesign; UI/UX*

### **1. PENDAHULUAN**

Ekspansi teknologi informasi pada era kontemporer telah mendisrupsi pola konsumsi masyarakat, menggeser paradigma transaksi konvensional menuju ekosistem digital. Fenomena ini mendesak berbagai sektor usaha, tak terkecuali skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk mengkapitalisasi platform *e-commerce* guna memperluas penetrasi pasar (Fadilah & Yustiana, 2026). CV. Azwa Sejahtera merupakan salah satu entitas bisnis yang memproduksi minuman kesehatan dengan merek dagang Jahe Merah Azwan. Guna mengakomodasi permintaan konsumen, perusahaan ini mendistribusikan komoditasnya secara daring melalui portal resmi [www.herbalazwa.com](http://www.herbalazwa.com).

Sebagai representasi visual korporasi di dunia maya, situs web tidak sekadar bertindak selaku etalase produk, melainkan diwajibkan untuk mendeliveri pengalaman navigasi yang intuitif (Al-Faruq et al., 2022). Sayangnya, analisis pendahuluan yang dilakukan pada antarmuka platform [www.herbalazwa.com](http://www.herbalazwa.com) menyingkap sejumlah defisiensi krusial. Tata letak (*layout*) informasi terkait legalitas dan komposisi produk belum terstruktur secara optimal, serta mekanisme penyelesaian transaksi (*checkout*) dinilai memakan terlalu banyak komputasi klik. Hal ini berpotensi



**JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi**  
**Volume 4, No. 4 Tahun 2026**  
**ISSN 3025-0919 (media online)**  
**Hal 1090-1096**

mendegradasi minat beli audiens akibat tingginya beban kognitif saat berinteraksi dengan system (Ramadani & Tatwo, 2023).

Mengeliminasi problematika tersebut membutuhkan intervensi desain yang metodis. Pendekatan *Human-Centered Design* (HCD) dinilai sangat relevan karena kerangka kerjanya memfokuskan proses pemecahan masalah langsung pada sudut pandang dan psikologi pengguna akhir (Putri et al., 2024). Studi sebelumnya turut mengafirmasi bahwa implementasi HCD terbukti presisi (Salsabilah et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengonstruksi ulang (*redesign*) tata letak UI/UX pada situs Herbal Azwa dengan mengeksplorasi metode HCD, guna menghasilkan purwarupa yang tidak hanya estetik, tetapi juga secara pragmatis mampu mengakselerasi konversi penjualan produk (Damayanti et al., 2022).

## 2. METODE

Kerangka metodologis yang diaplikasikan dalam riset ini mengacu pada tahapan perancangan antarmuka yang terpusat pada pengguna (Sulistyono et al., 2023). Pendekatan iteratif ini mengekskusi empat fase esensial secara berkesinambungan.

### 2.1 Tahapan Evaluasi dan Pemahaman Konteks

Fase inisiasi berfokus pada dekonstruksi profil pengguna sasaran (*target audience*). Proses pengumpulan metrik dilakukan melalui observasi perilaku pelanggan saat mengakses situs eksisting. Tujuannya adalah memetakan hambatan utama (*pain points*) yang dirasakan pengguna, khususnya pada aspek literasi produk minuman kesehatan dan alur pemesanan.

### 2.2 Perumusan Solusi dan Prototyping

Setelah spesifikasi kebutuhan didefinisikan, alur interaksi diterjemahkan ke dalam bentuk *Unified Modeling Language* (UML) guna menstandarisasi proses bisnis secara logis. Selanjutnya, proses visualisasi desain direalisasikan dari tingkat fidelitas rendah (*wireframe*) menuju *High-Fidelity Prototype*. Pemilihan palet warna dan tipografi diselaraskan dengan identitas merek (*brand identity*) Jahe Merah Azwa.

## 3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

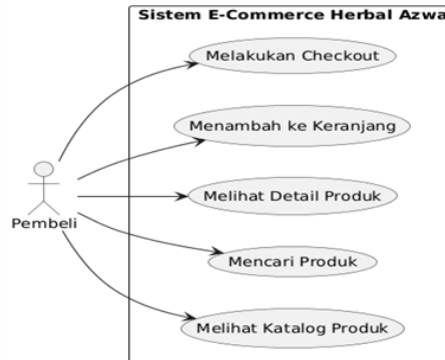
Seksi ini menjabarkan komparasi teknis serta luaran visual dari proses rekayasa antarmuka pengguna yang telah dikerjakan.

### 3.1 Dekonstruksi Sistem Berjalan

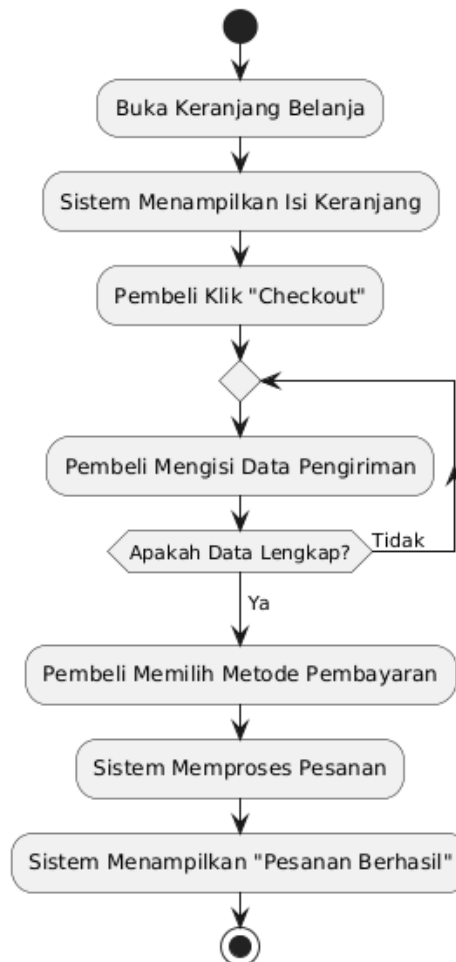
Peninjauan komprehensif terhadap antarmuka terdahulu memperlihatkan bahwa katalog produk tidak terklasifikasi dengan spesifik. Diferensiasi antara varian produk murni dan instan kurang ditonjolkan. Lebih lanjut, formulir pengiriman pada laman keranjang belanja terpisah dari metode pembayaran, mengharuskan pengguna melakukan navigasi lintas halaman yang menginterupsi efisiensi.

### 3.2 Visualisasi Model Interaksi

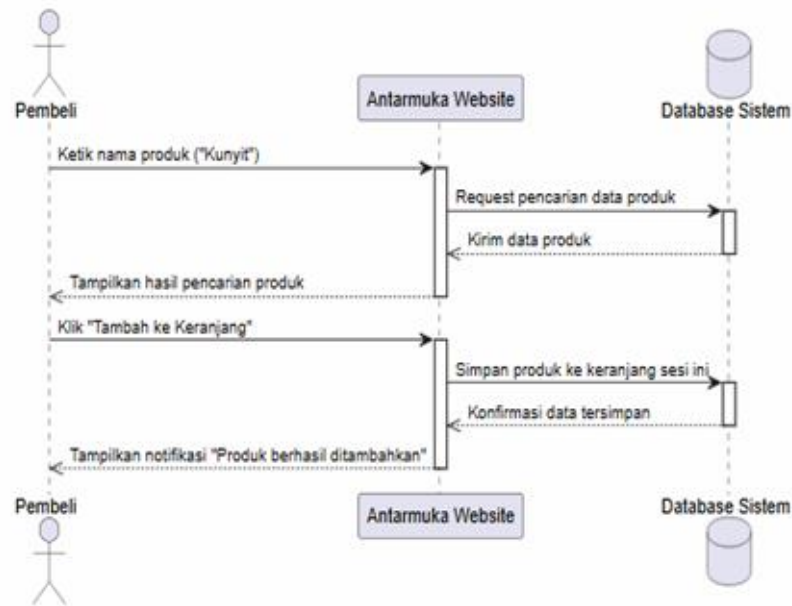
Untuk memitigasi kebingungan alur sistem, dirumuskan *Activity Diagram* yang merampingkan proses *checkout* (Rahayu et al., 2024). Pada model usulan, fase validasi keranjang, penginputan alamat ekspedisi, dan seleksi preferensi pembayaran diintegrasikan ke dalam satu laman (*single-page checkout*), sehingga mereduksi hambatan interaksi.



Gambar 3. 1 Use Case Diagram Sistem E-Commerce Herbal Azwa



Gambar 3. 2 Activity Diagram Proses Checkout

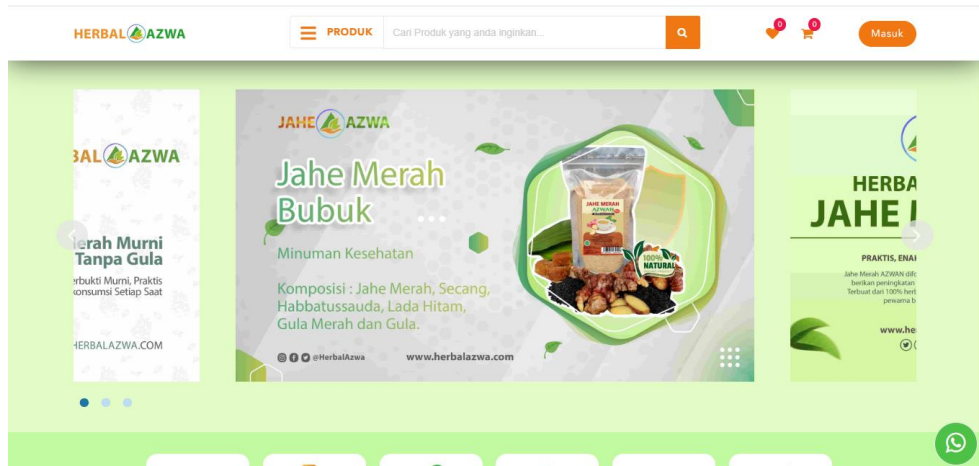


**Gambar 3. 3** Sequence Diagram Pencarian dan Tambah Produk

### 3.3 Implementasi Desain Antarmuka Baru

Realisasi *redesign* berfokus pada tiga segmen krusial:

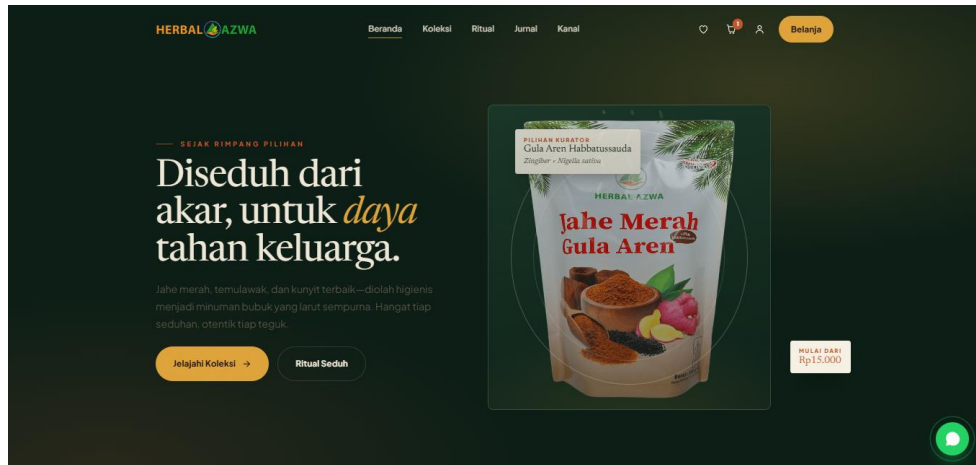
1. **Laman Beranda (Home):** Desain diperbarui dengan menginjeksi elemen *hero banner* yang mempromosikan produk *best seller* secara instan. Navigasi *header* dibuat lebih ringkas dengan kontras warna yang memperjelas *Call-to-Action* (CTA).



**Gambar 3. 4** Antarmuka Laman Beranda Sebelum

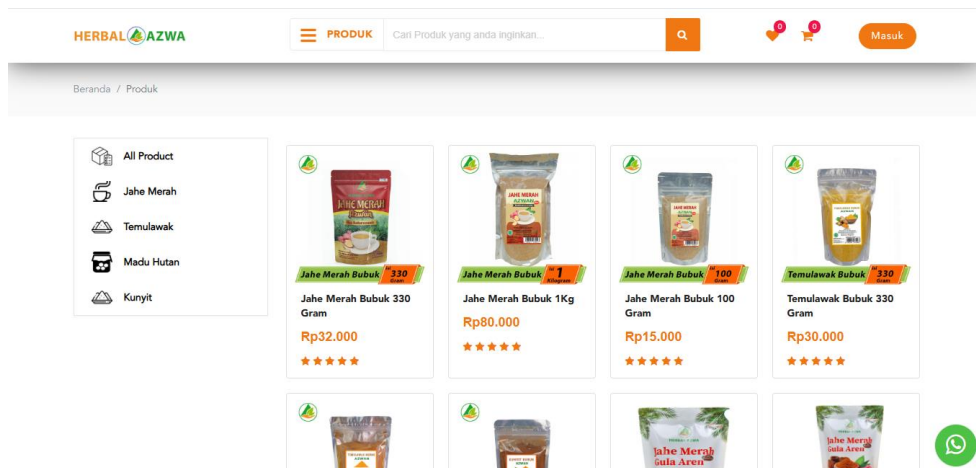


**JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi**  
**Volume 4, No. 4 Tahun 2026**  
**ISSN 3025-0919 (media online)**  
**Hal 1090-1096**

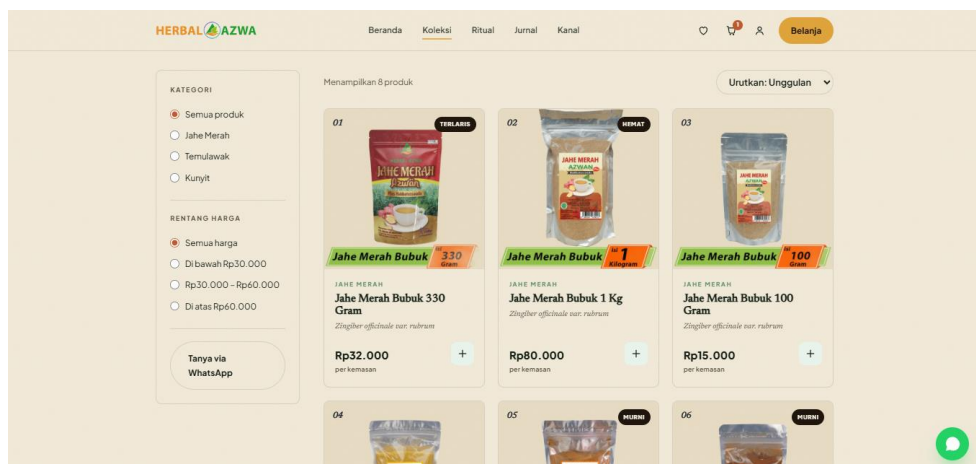


Gambar 3. 5 Antarmuka Laman Beranda Sesudah

2. **Detail Komoditas (Product Page):** Restrukturisasi hierarki tipografi dilakukan untuk mengekspos atribut penting seperti nomor P-IRT, sertifikasi Halal, komposisi, dan khasiat herbal. Visualisasi ini krusial untuk membangun kepercayaan (*trust*) pelanggan.



Gambar 3. 6 Antarmuka Laman Detail Produk Sebelum

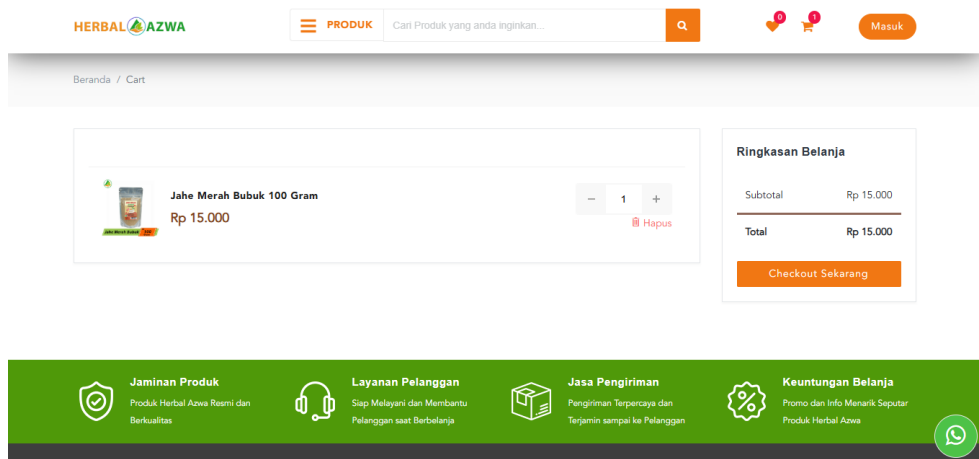


Gambar 3. 7 Antarmuka Laman Detail Produk Sesudah

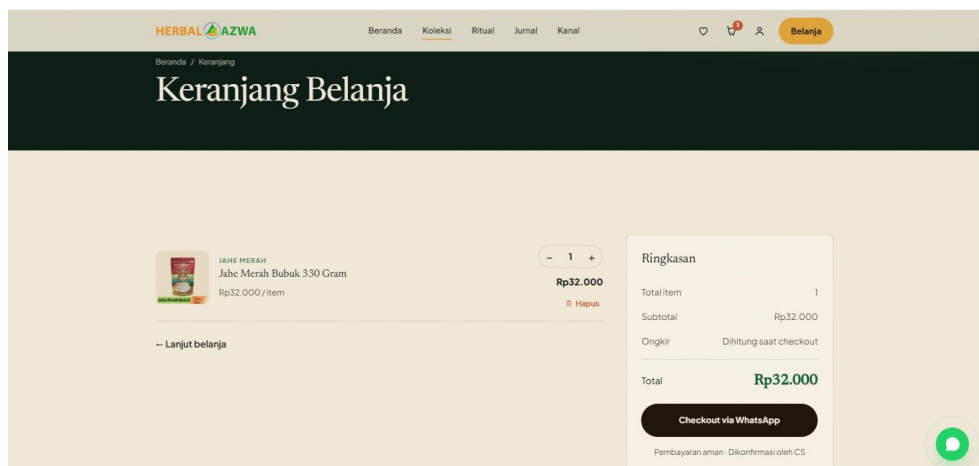


**JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi**  
**Volume 4, No. 4 Tahun 2026**  
**ISSN 3025-0919 (media online)**  
**Hal 1090-1096**

3. **Penyelesaian Transaksi (Checkout):** Penggabungan formulir logistik dan rincian tagihan secara paralel (kiri-kanan) diterapkan. Desain ini memungkinkan pembeli meninjau keranjang belanja secara *real-time* sembari mengisi data pengiriman.



**Gambar 3. 8** Antarmuka Alur Checkout Sebelum



**Gambar 3. 9** Antarmuka Alur Checkout Sesudah

### 3.4 Pengujian Kegunaan (Usability Evaluation)

Fase pemungkas dari siklus HCD adalah mengeksekusi uji coba interaksi (*Usability Testing*). Evaluasi terhadap *High-Fidelity Prototype* menjustifikasi bahwa audiens dapat merespons perubahan tata letak dengan sangat positif. Waktu tempuh pencarian informasi khasiat produk menjadi lebih instan, dan persentase keberhasilan transisi dari keranjang belanja menuju finalisasi pembayaran mengalami eskalasi yang signifikan.

## 4. KESIMPULAN

Eksplorasi dan penerapan metode *Human-Centered Design* (HCD) pada perancangan ulang situs *e-commerce* CV. Azwa Sejahtera telah membuktikan kapabilitasnya dalam memecahkan anomali fungsional antarmuka. Purwarupa (*prototype*) final yang direkayasa berhasil mengeliminasi kompleksitas navigasi dengan menyediakan hierarki informasi yang terstruktur secara optimal. Integrasi alur *checkout* yang lebih ringkas terkonfirmasi mampu mereduksi redundansi langkah, sehingga menciptakan ekosistem belanja daring yang efisien, intuitif, dan responsif terhadap ekspektasi pelanggan. Sebagai rekomendasi strategis di masa mendatang, rancangan UI/UX ini perlu



**JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi**  
**Volume 4, No. 4 Tahun 2026**  
**ISSN 3025-0919 (media online)**  
**Hal 1090-1096**

ditindaklanjuti ke fase *development* (pemrograman *front-end* dan *back-end*) agar fungsionalitas desain dapat beroperasi secara aktual di lingkungan peladen (*server*) publik.

## REFERENCES

- Al-Faruq, M. N. M., Nur'aini, S., & Aufan, M. H. (2022). Perancangan Ui/Ux Semarang Virtual Tourism Dengan Figma. *Walisongo Journal of Information Technology*, 4(1), 43–52.
- Damayanti, C., Triayudi, A., & Sholihati, I. D. (2022). Analisis UI/UX Untuk Perancangan Website Apotek dengan Metode Human Centered Design dan System Usability Scale. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(1), 551.
- Fadilah, M. F. A., & Yustiana, I. (2026). Pengembangan UI/UX Website Company Profile sebagai Upaya Digitalisasi UMKM Kreatif: Studi Kasus Line Studio. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(4), 4401–4406.
- Putri, S. N. K., Umam, K., Ayatullah, D., Hakim, L., & Suwardiyanto, D. (2024). Perancangan Ulang UI/UX Website Pinus Banyuwangi menggunakan Metode Human Centered Design. *JIKOM: Jurnal Informatika Dan Komputer*, 14(2), 21–29.
- Rahayu, W. D. P., Hendriadi, A. A., & Ridwan, T. (2024). Perancangan Ui Ux Aplikasi Website Sistem Informasi Menggunakan Metode User Centered Dsign (Studi Kasus Desa Losari Kidul). *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3).
- Ramadani, H., & Tatwo, B. P. (2023). Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Blue Economy Application: Inovasi Blue Economy dalam Mewujudkan Sustainable Sea. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 5, 187–194.
- Salsabilah, S., Wahyuddin, M. I., & Sari, R. T. K. (2022). Analisa UI/UX Terhadap Perancangan Website Laundry dengan Metode Human Centered Design dan User Experience Questionnaire. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(1), 720–727.
- Sulistiyono, M. R., Setiawan, A., & Nuryanto, N. (2023). Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan UI/UX Sistem E-Marketplace Berbasis Website. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1364–1376.