

Redesain *User Interface Website CV. Laksana* untuk Meningkatkan Kenyamanan Pengguna

Dido Naufal Arjuna¹, Puri Sulistiyawati²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro

e-mail: ¹114202003411@mhs.dinus.ac.id, ²Puri.sulistiya@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 25 Februari 2026

Disetujui : 30 Maret 2026

Kata Kunci :

Redesain, *User Interface*, C.
Laksana Karoseri , Design
Thinking

ABSTRAK

CV.Laksana Karoseri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan karoseri bus dan kendaraan komersial lainnya. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya ekspektasi pengguna, diperlukan pembaruan tampilan dan fungsionalitas situs web untuk memenuhi kebutuhan yang semakin beragam. Tujuan dari pembaruan ini adalah untuk meningkatkan kemudahan penggunaan dan memfasilitasi interaksi dengan program visual yang menarik, sehingga pengguna dapat mengakses layanan dan informasi dengan nyaman. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif yang dianalisis dengan pendekatan 5W+1H. Data dikumpulkan melalui analisis situasi, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Metode design thinking digunakan dalam proses perancangan dan hasilnya telah dilakukan pengujian kepada pengguna untuk memastikan efektivitas dan kenyamanan yang optimal

Article History :

Received : February 25, 2026

Accepted : March 30 2026

Keywords:

Redesign, *User Interface*,
CV. Laksana Karoseri,
Design Thinking

CV. Laksana Karoseri is a company engaged in the manufacturinsudah sesuaig of bus and commercial vehicle bodies. With the advancement of technology and increasing user expectations, updating the website's appearance and functionality is essential to meet the growing and diverse needs of users. The goal of this redesign is to improve ease of use and facilitate interaction through an attractive visual program, allowing users to access services and information comfortably. This design utilizes a qualitative method analyzed with the 5W +1H approach. Data was collected through situational analysis, interviews, observations, and literature studies. The design thinking method was employed in the design process and tested on users to ensure optimal effectiveness and comfort.

1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, *website* merupakan salah satu media yang paling umum digunakan untuk berbagai keperluan seperti informasi, bisnis, hiburan, dan sebagainya. Karena itu, kualitas dari *website* menjadi sangat penting, terutama dalam hal. *User interface (UI)* yang baik dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih nyaman, efisien, dan interaktif. Jakob Nielsen, adalah seorang *usability* dan desain interaksi, mengatakan bahwa *website* yang efektif adalah *website* yang mudah digunakan dan membantu pengguna untuk menyelesaikan tugas mereka dengan cepat dan mudah (Jacob Nielsen, 2012).

CV. Laksana adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan karoseri kendaraan, seperti bus, truk, dan mobil pengangkut dengan mitra dari berbagai operator transportasi, perusahaan swasta, dan instansi pemerintah. Perjalanan Laksana dimulai pada akhir tahun 1960-an sebagai bengkel otomotif sederhana. Seiring pertumbuhan yang pesat, perusahaan ini kini menjadi karoseri besar dengan area bengkel seluas 15 hektare di Ungaran, Jawa Tengah, yang tanpa henti memproduksi 1.500 armada baru setiap tahunnya (Manufaktur, 2023). Perusahaan tersebut beradaptasi dengan berbagai tantangan serta perkembangan pesat teknologi transportasi darat, salah satunya yaitu dengan memberikan layanan dan informasi produk, serta membangun citra profesional kepada kolega dengan menyediakan *website*. Melalui *website* yang dimiliki CV. Laksana dapat menampilkan portofolio, spesifikasi armada, serta keunggulan yang dimiliki sehingga memudahkan calon klien dalam mengenal dan mempertimbangkan produk tanpa harus datang langsung. Selain itu, dengan adanya *website* tersebut dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kredibilitas perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin digital.

Akan tetapi *Website CV. Laksana* sebagai media utama informasi dan komunikasi dengan kolega masih memiliki kendala pada aspek pengalaman pengguna (*user experience*). Tampilan *homepage* yang terlalu padat informasi serta struktur navigasi yang kurang intuitif terutama penggunaan submenu tersembunyi (ikon tiga garis) pada taskbar bagian kanan *website* menyulitkan pengguna dalam menemukan informasi secara cepat dan efisien. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya konten yang ditampilkan secara bersamaan pada halaman awal (profil, produk, interior, slogan, pengalaman, hingga news & event) tanpa hirarki visual yang jelas, serta penempatan menu utama yang tidak seluruhnya terlihat secara langsung sehingga pengguna harus melakukan klik tambahan untuk mengakses informasi penting. Disamping itu penggunaan warna pada *website* terlalu kontras dan penggunaan font yang terlalu tipis sehingga menyebabkan beberapa informasi memiliki tingkat keterbacaan yang rendah. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan kenyamanan, memperlambat akses informasi, serta mengurangi efektivitas *website* dalam mendukung citra profesional dan kebutuhan komunikasi perusahaan. Padahal bagi sebuah usaha *website* berfungsi untuk membantu memperkenalkan diri dengan jangkauan lebih luas serta mempromosikan produk maupun layanan yang ditawarkan dan mampu memperkuat branding perusahaan (Lestari et al., 2021).

Sejalan dengan permasalahan tersebut, aspek *user interface* memegang peranan yang sangat krusial dalam menentukan kualitas interaksi antara pengguna dan *website*. *User interface* berfokus pada bagaimana elemen visual seperti tata letak, warna, tipografi, ikon, serta konsistensi desain disusun agar mudah dipahami dan digunakan. Antarmuka yang dirancang dengan baik tidak hanya meningkatkan estetika tampilan, tetapi juga mampu mengarahkan perhatian pengguna, memperjelas hierarki informasi, serta meminimalkan kebingungan saat navigasi (Koten et al., 2024). Hal ini juga diperkuat oleh berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas *user interface* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan perilaku pengguna. Penelitian oleh Agastian

Rizki menegaskan bahwa desain antarmuka yang sederhana dan intuitif dapat meningkatkan *usability* serta mempercepat dalam sistem pemungutan suara atau *E-voting* (Agastian Rizki, 2023). Selain itu, dalam studi yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa elemen visual seperti konsistensi layout, pemilihan warna, dan keterbacaan teks berkontribusi langsung terhadap tingkat kenyamanan pengguna saat mengakses website Area Traffic Control System, sehingga dapat membantu dalam mengelola manajemen lalu lintas (Mandala et al., 2021). Oleh karena itu, redesain antarmuka pengguna (*user interface*) pada website CV. Laksana Karoseri diperlukan dengan menitikberatkan pada peningkatan keterlibatan pengguna serta kemudahan akses dan navigasi informasi. Tujuan dari perancangan ini untuk memberikan solusi dan rekomendasi dalam meningkatkan kualitas *website* CV. Laksana Karoseri, sehingga dapat memberikan pengalaman kemudahan pengguna yang lebih baik dan meningkatkan kinerja bisnis perusahaan serta layanan akses untuk *customer*. Diharapkan dengan penelitian ini, dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas *website* dan pengalaman pengguna untuk perusahaan CV. Laksana Karoseri.

2. METODE

2.1 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Proses kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah yang terdapat dalam website CV. Laksana Karoseri. Fokus pembahasan mencakup masalah-masalah yang terkait dengan setiap halaman, pengalaman dan interaksi pengguna, serta keluhan-keluhan secara umum. Penelitian kualitatif melibatkan proses penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena manusia atau sosial dengan membuat gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat diungkapkan melalui kata-kata. Penelitian ini melibatkan laporan rinci mengenai pandangan yang diperoleh dari informan yang menjadi sumber informasi, dan dilakukan dalam konteks yang alami (Walidin et al., 2015).

Pengumpulan data dalam merancang ulang *website* CV. Laksana melibatkan penggunaan dua jenis sumber informasi yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian (Ahyar et al., 2020). Data ini diperoleh melalui analisis situasi sebagai proses untuk memahami kondisi atau keadaan yang sedang berlangsung dalam konteks tertentu. Untuk mengidentifikasi atau menyelidiki perilaku non-verbal adalah dengan menggunakan teknik observasi. Sugiyono menjelaskan bahwa observasi adalah metode pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan metode lainnya (Sugiyono, 2018). Sebagai bentuk validasi data yang dikumpulkan maka dilakukan wawancara. Menurut Esterberg seperti yang dikutip oleh (Sugiyono, 2015) wawancara adalah pertemuan antara dua individu untuk bertukar informasi dan ide melalui dialog tanya jawab, yang bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan atau makna terfokus dalam suatu topik tertentu.

Berikutnya data Sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang mana melibatkan analisis teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang hadir dalam situasi sosial yang sedang diteliti (Sugiyono, 2017). Sementara itu dari berbagai data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan metode 5W+1H (*What, Who, Where, When, Why, dan How*).

2.2 Metode perancangan

Dalam tahapan perancangan ulang *user interface* pada website CV. Laksana Karoseri yaitu metode *design thinking*. *Design Thinking* yaitu metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dan mengembangkan ide-ide inovatif. Pada redesain *User Interface* (UI), Metode *Design Thinking* melihat masalah dari sudut pandang pengalaman para pengguna (Rachman & Sutopo, 2023).

Design Thinking menciptakan perubahan dan perbaikan yang signifikan dalam pengalaman pengguna sehingga memberikan solusi yang benar benar dapat memnuhi kebutuhan para pengguna (Adha et al., 2023). Tahapan dalam metode *design thinking* diantaranya meliputi *empathize, define, ideate, prototype dan testing*.

a). Tahap *Empathize*

Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan serta kebutuhan untuk mengembangkan perancangan ulang *user interface* website CV. Laksana.

b). Tahap *Define*

Dalam tahap *define*, output yang diperoleh dari proses wawancara kemudian dijelaskan secara lebih rinci agar dapat difokuskan pada inti permasalahan. Setiap masalah yang diidentifikasi dalam tahap empati akan mendapatkan solusi melalui proses pendefinisian.

c). Tahap *Ideate*

Tahapan ini merupakan proses brainstorming untuk mengumpulkan ide penyelesaian masalah yang ada. Ideate juga menyeleksi beberapa ide yang sudah dilakukan pada proses *empathize* dan *define* sebelumnya.

d). Tahap *Prototype*

Setelah melalui tahapan ideate, dilanjutkan membuat *prototype* redesain website CV. Laksana Karoseri. Dalam tahapan ini dibuat melalui *Adobe XD* dengan tujuan agar dapat memvisualkan ide-ide yang sebelumnya sudah dirancang. *Prototype* dibuat agar pengguna dapat berinteraksi dengan antarmuka yang diharapkan, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses website yang mudah dipahami. Tahapan dari *prototype* yaitu membuat *user flow, style guideline* dan *wireframe*.

e). Tahap *Testing*

Yaitu melakukan uji coba hasil perancangan prototype yang telah dibuat sebelumnya untuk mendapatkan umpan balik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perancangan ini visualisasi website CV Laksana karoseri dilakukan sesuai dengan tahapan metode perancangan yang telah ditetapkan, yaitu dengan metode *design thinking*.

3.1 Tahap *Empathize*

Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan serta kebutuhan untuk mengembangkan perancangan ulang *user interface* website CV. Laksana. Hasil dai wawancara dan observasi yang telah dilakukan ditemukan beberapa permasalahan dinataranya yaitu :

a). *Layout*

User interface pada website CV. Laksana tidak terstruktur mengakibatkan pengguna kesulitan memahami informasi yang dicari. Layout yang kurang sistematis dan sedikit membingungkan.

b). *Fitur*

Dibutuhkan optimalisasi fungsionalitas website CV. Laksana Karoseri diatarnya seerti pada halaman *homepage website* sebenarnya masih bisa untuk dimaksimalkan dengan menambahkan fitur-fitur pada *space* yang kosong seperti penambahan fitur Model Details pada *homepage* dan Fitur Maps pada halaman *contact us*.

c). *Aksesibilitas*

Penggunaan model dan ukuran *font* yang terlalu tipis dan kecil seringkali menyebabkan pengunjung pada usia tertentu kesusahan dalam membaca. Terdapat juga *action button* yang tidak berfungsi dengan baik yaitu pada *button download brochure*. Selain itu navigasi yang sulit dioperasikan mempengaruhi kinerja website CV.Laksana. Untuk memperluas perspektif penyelesaian masalah, penulis mengadopsi metode 5W+1H. Pendekatan ini diimplementasikan dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara-cara penyelesaian.

3.2 Tahap *Define*

Dalam tahap *define, output* yang diperoleh dari proses wawancara kemudian dijelaskan secara lebih rinci agar dapat difokuskan pada inti permasalahan. dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh pengguna situs web CV. Laksana Karoseri adalah ketidaknyamanan dalam mengakses situs dan kesulitan dalam mencari informasi. Masalah ini dirasakan oleh pihak CV. Laksana Karoseri dan para pengguna situs web tersebut. Permasalahan ini terjadi di situs web CV. Laksana Karoseri dan sering kali dialami pengguna saat mencari informasi terkait. Penyebab masalah ini meliputi tata letak yang kurang optimal, navigasi yang membingungkan, fitur yang tidak maksimal, keterbacaan yang rendah, action button yang tidak berfungsi, dan kurangnya ikon tambahan.

3.3 Tahap *Ideate*

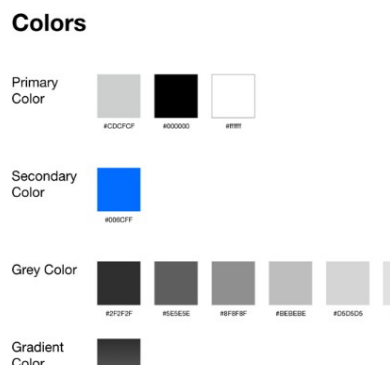
Ide solusi yang dikembangkan dibagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan kategorinya. Kategori Antarmuka merupakan ide solusi terkait tampilan *web* yang berisi solusi atau permasalahan antarmuka. Kategori informasi yang tercantum dalam diagram adalah ide solusi terhadap masalah terkait informasi. Informasi di sini mengacu pada konten yang ditampilkan pada *website*, yang dapat berupa teks atau komponen desain yang mendukung informasi tersebut.

a). *Layout*

Setelah melakukan *brainstorming*, hasil yang didapat mengerucut pada penggunaan *layout horizontal scrolling* untuk memudahkan pengguna dalam mendapatkan informasi yang kompleks mengenai CV. Laksana Karoseri. Untuk membantu pengguna dalam menggunakan serta mendapatkan informasi dari *website* yang akan diredesain, pendukung desain dimasukkan ke dalam halaman utama dan isi *website*, seperti bidang yang berfungsi sebagai penjelas atau *sub-menu*. *Layout* dari hasil *brainstorming* ini juga diharapkan menjadi simbol perusahaan CV. Laksana Karoseri yang mengutamakan efisiensi.

b). *Warna*

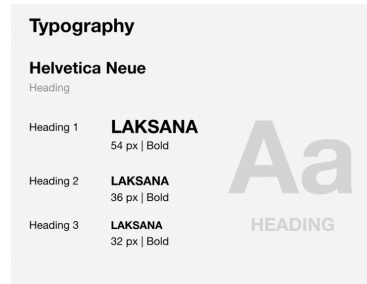
Penggunaan warna yang digunakan dalam perancangan redesain *website* CV. Laksana Karoseri didominasi dengan warna hitam, abu dan putih yang terdapat warna dynamic gradasi untuk mendukung kesan elegan yang ditampilkan oleh logo CV. Laksana Karoseri. Warna warna tersebut dipilih juga sebagai langkah dalam meremajakan tampilan *website* supaya lebih mengikuti perkembangan desain desain terkini.



Gambar 1. Colours
[Sumber : Penulis]

c). Tipografi

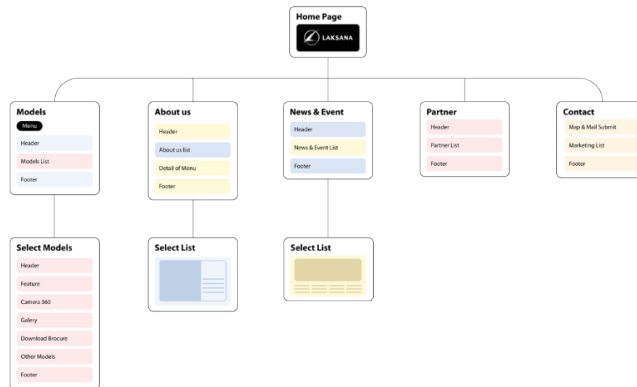
Dalam usaha memadukan warna dan layout *website* yang elegan. Tipografi yang digunakan lebih condong ke arah *sans-serif* agar kesan tegas dan mewah dapat tersampaikan. Helvetica dipilih karena memiliki standar industri dan keterbacaan yang baik serta menggambarkan prinsip desain *web* yang modern. Hal ini diharapkan dapat mendukung dua point diatas yaitu warna dan layout *website* yang elegan.



Gambar 2. *Typography*
[Sumber : Penulis]

c). *Site Map*

Pada perancangan redesain ini *user flow* dibuat dengan alur yang dapat dilalui pengguna untuk menyelesaikan beberapa pekerjaan pada sistem yang akan dibuat.



Gambar 3. *Site Map*
[Sumber : Penulis]

3.4 Tahap *Prototype*

Setelah melalui tahapan *ideate*, dilanjutkan membuat *prototype* redesain *website* CV. Laksana Karoseri. Dalam tahapan ini dibuat melalui *Adobe XD* dengan tujuan agar dapat memvisualkan ide-ide yang sebelumnya sudah dirancang. *Prototype* dibuat agar pengguna dapat berinteraksi dengan antarmuka yang diharapkan, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses *website* yang mudah dipahami. Tahapan dari *prototype* yaitu membuat *user flow*, *style guideline* dan *wireframe*.

a). *Wireframe / Low Fidelity Design*

Low Fidelity atau *wireframe* sendiri merepresentasikan *design* secara sederhana dengan tingkat ketepatan tata letak yang masih rendah guna dijadikan acuan selama proses *re-design website* CV. Laksana. Tampak *low fidelity* atau *wireframe* ini umumnya berbentuk elemen-elemen grafis sederhana yang ditata sedemikian rupa. Berikut merupakan desain *low fidelity* atau *wireframe* dalam *re-design*

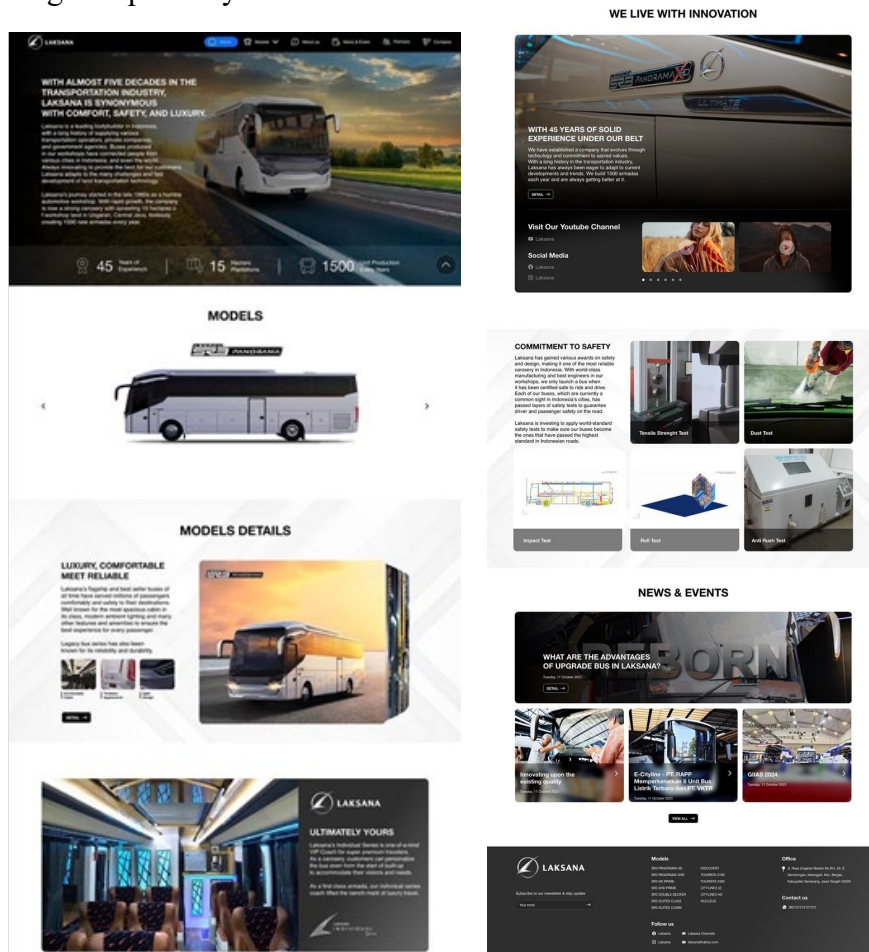
website CV. Laksana yang meliputi *homepage*, *menu dropdown*, *about us*, *news event*, *partners*, dan *contact us*



Gambar 4. Wireframe
[Sumber : Penulis]

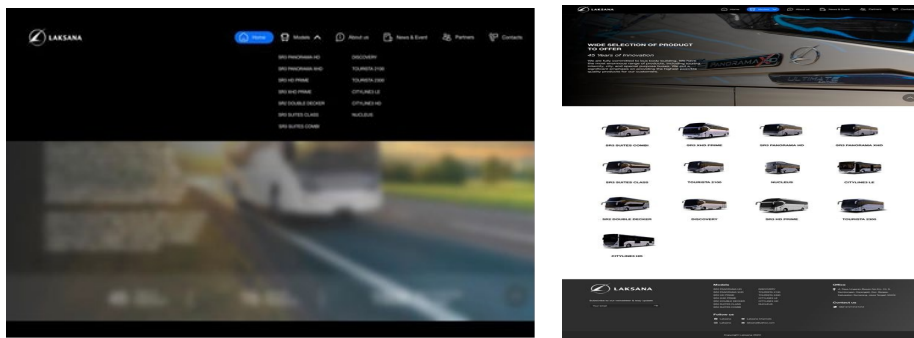
b). High Fidelity Design

Wireframe yang sudah disempurnakan berikutnya dilanjutkan dalam merancang *prototype high-fidelity*. *Prototype* ini merupakan desain yang disempurnakan dengan wujud akhir yang sudah digambarkan dengan sepenuhnya interaktif.



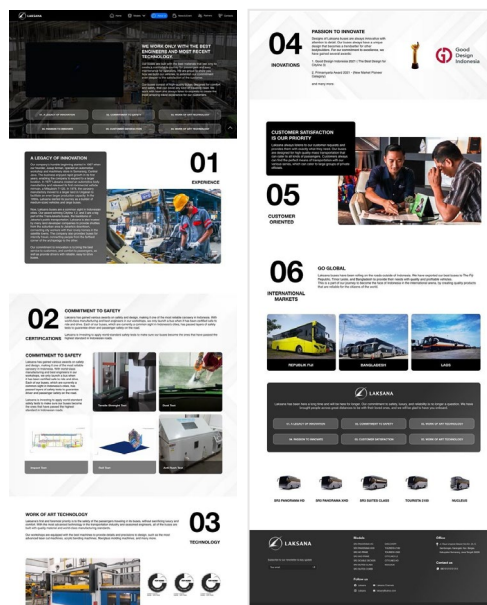
Gambar 5. High Fidelity Design Home
[Sumber : Penulis]

Pada desain prototype user interface *website* CV. Karoseri tersebut halaman utama atau Home dibuat dengan konsep fixed- scrolling page, menjadikan halaman utama memiliki ruang yang cukup luas untuk pengunjung mendapatkan seluruh overview informasi yang ada pada *website* tanpa meninggalkan menu navigasi untuk membawa pengunjung ke laman-laman berikutnya guna mendapatkan informasi yang lebih mendalam. Dengan penambahan Models Detail sehingga informasi yang ada pada homepage lebih lengkap dan detail. Sementara itu Menu Dropdown yang disematkan pada setiap halaman dibuat dengan prinsip hover sehingga memudahkan pengunjung dalam menavigasikan *website*, menu dropdown menjadi portal untuk pengunjung ketika membutuhkan informasi mengenai spesifikasi model bus secara detail yang disajikan pada halaman lain tanpa perlu melakukan scroll di halaman utama.

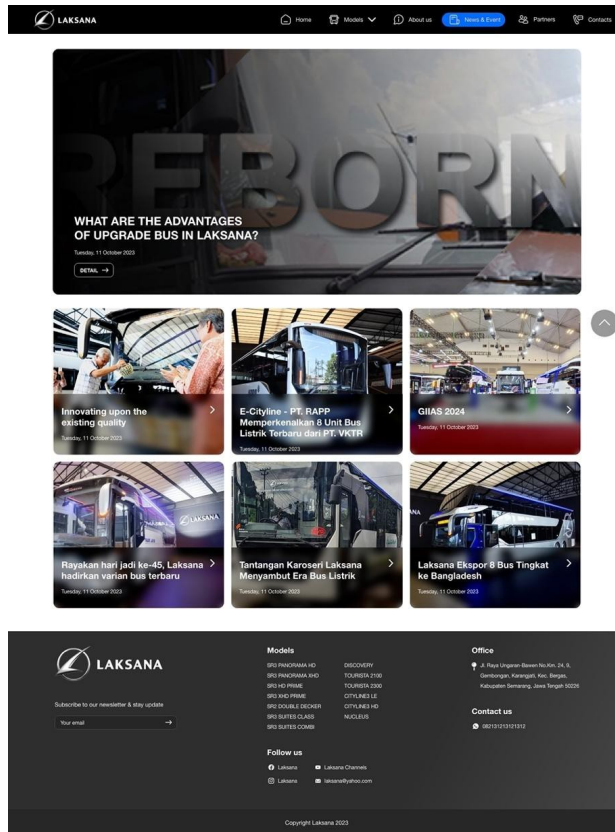


Gambar 6. High Fidelity Design Drop Down Menu dan High Fidelity Design Models
[Sumber : Penulis]

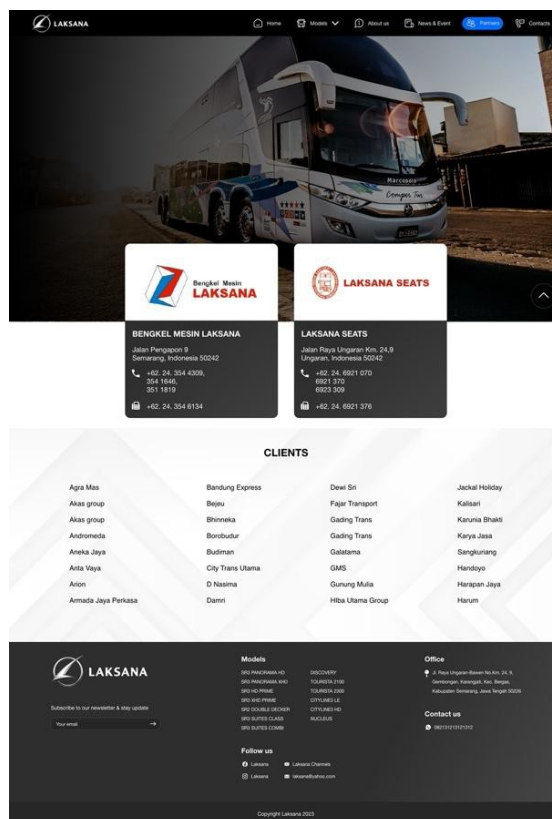
Halaman *Models* menjadi bagian yang paling penting guna menyajikan informasi mengenai jenis-jenis dan spesifikasi dari tiap produk CV.Laksana. Halaman ini dikemas dengan gambar 3d model masing-masing bus sebagai navigasi menuju halaman yang memuat spesifikasi detailnya, model-model bus tersebut diantaranya seri SR3 Suites Combi, XHD Prime, Panorama HD, Panorama XHD, Suites Class dan seri lain seperti Tourista, Nucleus, Cityline dan lain sebagainya Pada halaman about us, disajikan bilik persegi beris video company profile CV.Laksana beserta 6 visi laksana lengkap dengan penjelasan dan ilustrasi dibawahnya guna menunjukkan integritas CV. Laksana dalam melayani calon pembeli prospektif maupun memberikan informasi umum kepada pengunjung secara luas.



Gambar 7. High Fidelity Design About Us
[Sumber : Penulis]

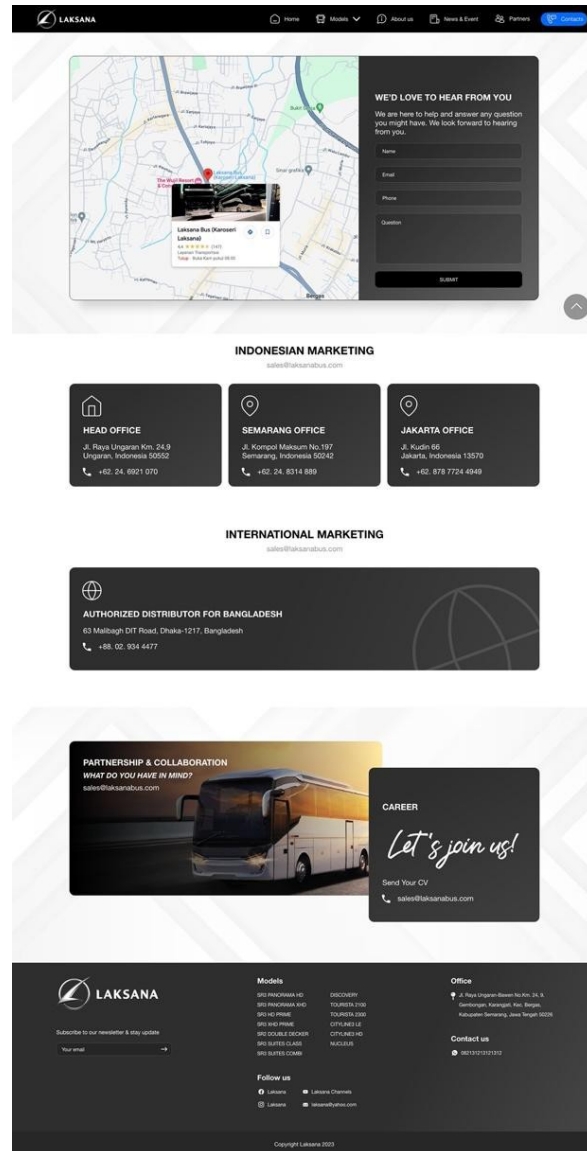


Gambar 8. High Fidelity Design News & Event
[Sumber : Penulis]



Gambar 9. High Fidelity Design Partners
[Sumber : Penulis]

Pada halaman partners hanya disematkan dua bilik persegi yang didedikasikan kepada 2 mitra laksana yaitu bengkel mesin laksana dan laksana *seats*. bilik-bilik tersebut berisi informasi alamat dan nomor telepon dari masing-masing mitra sehingga pengunjung *website* baik calon pembeli prospektif maupun masyarakat umum dapat mengetahui mitra CV.Laksana dalam pelaksanaan usahanya.



Gambar 10. High Fidelity Design Contact
[Sumber : Penulis]

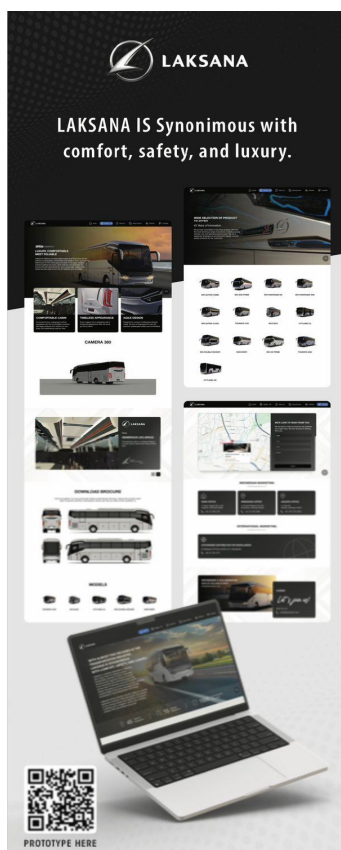
Di halaman *contact us*, ditampilkan informasi mengenai alamat dari CV. Laksana. Mengintegrasikannya dengan Google Map sehingga pengunjung dapat langsung diarahkan menuju aplikasi terkait. Apabila pengunjung *website* memiliki pertanyaan lebih lanjut mengenai CV Laksana, mereka juga dapat mengisi *question box* disampingnya. Tidak hanya itu, halaman ini juga berisi kontak marketing apabila pengunjung hendak menghubungi CV Laksana guna melakukan order baik di dalam negeri maupun luar negeri serta menjalin kemitraan dan kolaborasi.

c). Mockup

Pada tahap prototype, pengembangan tidak hanya berfokus pada media utama, tetapi juga mencakup perancangan mockup untuk media pendukung yang berfungsi memperkuat penyampaian informasi dan pengalaman pengguna. Mockup media pendukung ini dirancang sebagai representasi visual dari elemen tambahan yang melengkapi user interface (UI) *website* CV. Karoseri, yang berperan dalam meningkatkan daya tarik serta kejelasan komunikasi. Adapun mockup media tetap mengacu pada konsep desain utama agar tercipta konsistensi visual secara menyeluruh



Gambar 11. *Mockup media website*
[Sumber : Penulis]



Gambar 12. *Mockup media Banner*
[Sumber : Penulis]



Gambar 13. *Mockup media mug dan tumbler*
[Sumber : Penulis]



Gambar 14. *Mockup media kaos*
[Sumber : Penulis]

3.5 Testing

Pada tahapan ini, setelah prototype selesai dibuat, dilakukan proses pengujian dan evaluasi menggunakan aplikasi Maze sebagai media pengujian dengan metode *usability testing*. *Moderated usability testing* dipilih sebagai jenis pengujian yang dimana dalam prosesnya melibatkan moderator dengan tugas memandu responden sebagai pengunjung/pengguna selama menjalani proses pengujian. Seorang pengamat juga dilibatkan dalam proses ini guna mencatat apabila ada respon tertentu dari responden seperti tingkah laku, masukan, maupun pertanyaan lebih lanjut mengenai proses pengujian. Pengujian dilakukan kepada 6 (enam) orang responden yang terdiri dari 4 (empat) orang mahasiswa, 2 (dua) orang pegawai CV. Laksana Karoseri, diantaranya Reza Daffa, Muhammad Arfan, Shabrina Shalsabila, Brachiano, Adam, dan Fafan. Pada task 1, semua responden berhasil menyelesaikan task sesuai dengan *goals* yang sudah ditentukan dengan tingkat keberhasilan langsung sebesar 100% dan rata-rata tingkat kemudahan yang dinilai pengunjung sebesar 8,5 dari 10. Selain itu, didapatkan waktu rata-rata pengerjaan task dari keenam responden selama 11,1 detik. Pada task 2, didapatkan hasil dari keenam responden menyelesaikan task sesuai dengan *goals* yang sudah ditetapkan dengan tingkat keberhasilan langsung sebesar 83,3% dan rata-rata tingkat kemudahan yang dinilai pengunjung sebesar 9 dari 10. Selain itu, didapatkan waktu rata-rata pengerjaan task dari keenam responden selama 35,9 detik.

Dari 2 (dua) task yang telah diujikan kepada keenam responden, didapatkan rata-rata tingkat keberhasilan langsung sebesar 91,65% sehingga pengujian *usability testing* pada redesign *website* CV. Laksana Karoseri dapat dinyatakan berhasil dengan sangat baik merujuk pada tabel skala *usability testing*. Beberapa kekurangan yang didapat dari respon serta keluhan responden pada saat melaksanakan *usability testing* adalah sebagai berikut :

- a. Responden merasa gambar detail mengenai penjelasan produk yang ada pada fitur Model Details yang tersemat pada *homepage* kurang besar.

- b. Tidak adanya tombol *dedicated* untuk menggeser model bus pada fitur Model Details yang tersemat pada *homepage*.
- c. Ada model bus yang tidak bisa dipilih atau diakses halamannya pada tab “*Models*”

Adapun kekurangan yang paling banyak disebutkan oleh responden adalah kekurangan minor pada desain fitur Model Details dan navigasi halaman model bus yang membuat beberapa pengunjung merasa sedikit kebingungan. Maka dari itu peneliti merekomendasikan penambahan tombol *dedicated* untuk menggeser tipe bus pada fitur Model Details serta menghubungkan kembali navigasi yang sempat *error*.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Bedasarkan hasil redesain User Interface *website* CV.Laksana Karoseri, sehingga dapat ditarik kesimpulannya bahwa meredesain User Interface *website* CV.Laksana merupakan langkah yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dan memudahkan *user* untuk menggunakan *website*. Dengan mengimplementasikan perancangan redesain UI ini, diharapkan *website* CV. Laksana Karoseri dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik melalui tampilan yang lebih modern, navigasi yang lebih intuitif. Redesain ini juga menjadi langkah strategis dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan fitur-fitur interaktif, seperti integrasi media sosial. Semua ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan *user website*, mendorong konversi penjualan, dan mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan dengan memperkuat citra merek dan membedakan perusahaan dari kompetitor di industri karoseri bus.

4.2. Saran

Diharapkan hasil redesain *user interface* pada *website* CV. Laksana Karoseri ini dapat terus dikembangkan dengan mempertimbangkan kebutuhan *user* secara berkelanjutan melalui evaluasi dan pengujian *usability* secara berkala. Sementara itu untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji aspek *user experience* secara lebih mendalam, seperti integrasi responsivitas lintas perangkat dan optimalisasi kecepatan akses *website*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, I. A., Voutama, A., & Ridha, A. A. (2023). PERANCANGAN UI / UX APLIKASI OGAN LOPIAN DISKOMINFO. *JOISIE Journal Of Information System And Informatics Engineering*, 7(1), 55–70.
- Agastian Rizki. (2023). PERANCANGAN USER INTERFACE & USER EXPERIENCE WEBSITE E-VOTING MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING WEBSITE E-VOTING MENGGUNAKAN METODE DESIGN. *Universitas Islam Indonesia*.
- Ahyar, J., Nurdin, M., & Saharuddin. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Rajawali Pers.
- Jacob Nielsen. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- Koten, G. R., Mudjihartono, P., & Indriasari, T. D. (2024). Perancangan User Interface dan User Experience Website Library UAJY Menggunakan Metode User-Centered Design. *Jurnal Informatika Atma Jogja*, 47–56.
- Lestari, N., Mair, Z. R., & Afrizal, A. S. (2021). *Company Profile Pada Kantor Desa Lumpatan 1 Berbasis Web*. 2(3), 160–179.
- Mandala, W. S., Yuniarto, D., & Setiadi, D. (2021). PERANCANGAN USER INTERFACE WEBSITE AREA TRAFFIC CONTROL SYSTEM DENGAN METODE USER-CENTERED DESIGN User Interface Design of Area Traffic Control System Website With User-Centered Design Method. *Jurnal Informatika Multimedia Dan Teknik*, 1(2), 153–158.
- Manufaktur, P. L. B. (2023). *A Legacy Of Innovation*. PT. Laksana Bus Manufaktur. <https://www.laksanabus.com/>
- Rachman, A., & Sutopo, J. (2023). Penerapan metode design thinking dalam pengembangan ui/ux: tinjauan literatur. *SemanTIK*, 9(2), 139–148.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi, Mix Methods*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Walidin, W., Idris, S., & ZA, T. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.