

**PERANCANGAN *USER INTERFACE* APLIKASI TOKO ONLINE  
“MORMO STORE” BERBASIS *MOBILE APPLICATION***

**Rahmad taufiq<sup>1</sup>, Dini Faisal<sup>2</sup>**  
**Universitas Negeri Padang**  
**Universitas Negeri Padang**  
**Email: rahmadtaufiq.15027098@gmail.com**

**ABSTRAK**

Perancangan *user interface* halaman aplikasi *mobile* toko online “*mormo store*” bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan penjualan produk *mormo* secara *online* sehingga bisa memperluas jangkauan tempat pemasaran produk diluar kota Padang. Pembeli juga dipermudah untuk melakukan pembelian produk tanpa harus datang langsung ke toko *offline*, sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga pembeli. Metode *glass box* merupakan metode yang berfikir secara logis dan rasional yang digunakan dalam perancangan *user interface* halaman aplikasi *mobile* toko online “*mormo store*”. Dalam proses pemecahan masalah menggunakan analisis 5W+1H (*what, who, where, when, why, how*) untuk menemukan solusi dari masalah yang dihadapi. Dalam menyusun alur interaksi dengan aplikasi dilakukan observasi terhadap perilaku dan keinginan pengguna, lalu hasil studi dan pengamatan disusun dengan tata letak yang sesederhana mungkin. Media utama yang dihasilkan dalam perancangan ini adalah *user interface* halaman aplikasi toko online *mormo store*. Untuk mendukung media utama, dibuatlah media pendukung yaitu *motion graphic, x-banner, kantong plastik, label packaging, notebook, tumbler, dan acrylic display stand*. Agar rancangan yang dihasilkan memiliki hasil yang baik, maka dilakukan uji kelayakan rancangan yang dilakukan kepada lima belas sampel. Pengujian rancangan yang dilakukan mencakup pada tampilan, kemudahan, dan kenyamanan *user* dalam menggunakan aplikasi. Berdasarkan uji kelayakan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *user interface* halaman aplikasi toko online *mormo store* ini sangat baik dinilai dari tampilan, kemudahan, dan kenyamanan *user* dalam pengoperasian halaman aplikasi.

**Keywords:** *mobile application, online store, mormo store, user interface*

***USER INTERFACE DESIGN ONLINE SHOP APPLICATION  
"MORMO STORE" BASED ON MOBILE APPLICATION***

**Rahmad taufiq<sup>1</sup>, Dini Faisal<sup>2</sup>**  
**Universitas Negeri Padang**  
**Universitas Negeri Padang**  
**Email: rahmadtaufiq.15027098@gmail.com**

**ABSTRACT**

The design of the user interface page of the mobile application page of the online shop "Mormo Store" aims to develop and increase sales of Mormo products online so that it can expand the reach of product marketing places outside the city of Padang. Buyers are also made easy to make product purchases without having to come directly to an offline store, so as to save the time and effort of buyers. The glass box method is a method that thinks logically and rationally used in the user interface design of the mobile application page of the online store "Mormo Store". In the process of solving problems using 5W + 1H analysis (what, who, where, when, why, how) to find solutions to the problems encountered. In compiling the flow of interactions with the application an observation is made of the user's behavior and desires, then the results of the study and observations are arranged in a layout that is as simple as possible. The main media produced in this design is the user interface application page online store mormo store. To support the main media, supporting media were created, namely motion graphics, x-banners, plastic bags, label packaging, notebooks, tumblers, and acrylic display stands. In order for the resulting design to have good results, a design feasibility test was carried out on fifteen samples. Design tests conducted include the appearance, convenience, and comfort of the user in using the application. Based on the feasibility test that has been done, it can be concluded that the user interface of the mormo store online store application page is very well judged from the appearance, ease and comfort of the user in operating the application page.

**Keywords:** *mobile application, online store, mormo store, user interface*

## A. Pendahuluan

Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Media internet telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *online shop* sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan.

Salah satu pelaku bisnis *online* yang ada di Indonesia adalah *mormo worldwide*. *Mormo worldwide* merupakan sebuah *brand* lokal asal kota Padang yang didirikan oleh Teguh Setiawan dan berdiri pada tanggal 18 Agustus 2015. *Mormo worldwide* memproduksi berbagai macam produk seperti gelang karet, baju, topi, dan gantungan kunci. *Mormo Worldwide* lebih memfokuskan penjualan pada gelang karet. Dalam mengembangkan aktivitas bisnisnya, *mormo worldwide* melakukan transaksi *online* dengan pembeli melalui aplikasi media sosial yaitu *instagram* dan *line*. Namun dikarenakan aplikasi media sosial tidak dirancang khusus untuk proses pemasaran suatu produk, aplikasi media sosial memiliki tampilan dan interaksi yang tidak memudahkan *mormo worldwide* melakukan proses jual beli secara *online* dengan pembeli.

Aplikasi yang dirancang khusus untuk penjualan produk *mormo* secara *online* kepada pembeli yang baik ditinjau dari tampilan *user interface* dan *user experience* yang tidak menyulitkan pembeli. Menurut Lastiansah (2012), *user interface* adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Istilah *user interface* terkadang digunakan sebagai pengganti

istilah Human Computer Interaction (HCI) yaitu semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer. Semua yang terlihat dilayar, membaca dalam dokumentasi dan dimanipulasi dengan keyboard (atau mouse) juga merupakan bagian dari *user interface*, sedangkan *user experience* Menurut definisi dari ISO 9241-210 dalam Wiryawan (2011), *user experience* adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. *User Experience (UX)* menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa.. Jika sebuah aplikasi memiliki *user interface* dan *user experience* yang baik, maka menimbulkan kenyamanan bagi pengguna saat mencari produk dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

Sebelumnya Rahmadanti J. Putri, juga telah membuat rancangan tentang aplikasi *mobile* pada tahun 2017. Secara umum rancangan yang akan dibuat tidak terlalu berbeda dengan karya Rahmadanti J. Putri, yaitu perancangan aplikasi yang dapat digunakan didalam *smartphone*. Namun perancang lebih memfokuskan rancangan pada semua aplikasi *mobile* android maupun aplikasi *mobile* iOS. Tampilan informasi dan fitur yang ada didalam aplikasi juga akan berbeda karena perancang akan membuat aplikasi untuk melakukan jual beli secara *online*.

Aplikasi ini diharapkan nantinya menjadi media yang bersifat pribadi dan tepat bagi *mormo* untuk melakukan penjualan produk secara *online*, aplikasi yang digunakan oleh pembeli dapat menampilkan semua informasi produk yang dijual oleh *mormo* . Aplikasi ini dirancang khusus untuk proses penjualan produk secara *online* bagi *mormo* yang memiliki tampilan dan alur yang mudah dimengerti oleh pengguna.. Dengan demikian,

judul dari karya akhir ini adalah “Perancangan *User Interface* Aplikasi Toko *Online* “*Mormo Store* ” Berbasis *Mobile Application*”.

## **B. Metode Perancangan**

Metode dalam perancangan desain user interface aplikasi mobile ini menggunakan metode pengorganisasian diri menurut J. Christopher Jones (Raharja. 2008:13) metode yang metode glass box dan black box.. Perancangan *user interface* halaman aplikasi toko *online* “*mormo store*”, metode yang digunakan adalah metode glass box (kotak kaca). Metode glass box merupakan metode yang berfikir secara rasional dan logis. Metode yang merancang berdasarkan analisis dan data yang dihasilkan oleh output desain. Metode yang digunakan dalam perancangan ini dilakukan dengan cara pengumpulan data yang didapatkan secara langsung yaitu melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi dan secara tidak langsung melalui buku, jurnal dan e-book.

Analisis yang digunakan dalam Perancangan halaman *user interface* aplikasi toko *online mormo store* yakni menggunakan analisis 5 W + 1H, yaitu *what, who, where, when, why, how* atau dalam bahasa Indonesia apa, siapa, dimana, kapan, kenapa, dan bagaimana.

### 1. *What* (Apa) :Apa masalah yang diangkat?

Masalah yang diangkat untuk karya akhir ini adalah belum adanya media yang bersifat pribadi atau media khusus untuk pelaku bisnis *mormo worldwide* dalam memperluas jangkauan penjualan produk secara *online* diluar kota Padang.

### 2. *Who* (Siapa): Siapa yang mengalami masalah tersebut?

Pelaku bisnis *mormo worldwide* dan pembeli produk *mormo worldwide* yang berada

diluar kota Padang.

**3. *Where* (Dimana) : Dimana masalah tersebut cenderung terjadi?**

Akses penjualan produk secara *online* seperti aplikasi *mobile* toko *online*.

**4. *When* (Kapan) : Pada waktu seperti apa masalah tersebut dialami?**

Ketika pelaku bisnis *mormo worldwide* melayani secara manual pesanan *online* yang masuk dan ketika pembeli produk berada jauh dari toko *offline mormo worldwide*.

**5. *Why* (Kenapa) : Kenapa masalah tersebut dapat terjadi?**

Masalah tersebut dapat terjadi karena belum ada media yang bersifat pribadi atau khusus bagi *mormo worldwide* dalam melakukan penjualan produk secara *online*

## 6. *How (Bagaimana): Bagaimana cara pemecahan masalah tersebut?*

Masalah tersebut akan diberi jalan keluarnya dengan cara merancang halaman *user interface* aplikasi *mobile* khusus untuk toko *online mormo store* yang baik, praktis, dan terjamin.

### C. Pembahasan 1.

#### Media Utama

Menurut Lennartz dan Friedman dalam bukunya *The Smashing Book* tahun 2011 untuk membuat tampilan *User Interface* yang baik diperlukan beberapa elemen untuk menentukan kualitas diantaranya, *clarity, concision, familiar, responsive, consistency, aesthetic, efficiency, dan forgiveness.*

*Clarity* dalam perancangan ini dapat dilihat penerapannya dari sebuah halaman yang memiliki kejelasan alur untuk dapat *discroll* secara vertical maupun horizontal, karena penataan *layout* pada konten sengaja di tampilkan seperti terpotong dipinggiran layar *smarthphone.*

*Concision* dalam perancangan dapat dilihat penerapannya pada tombol deskripsi produk dan tombol beli pada halaman detail untuk memenuhi kebutuhan *user* jika ingin melihat keterangan lebih lanjut tentang produk maupun kebutuhan untuk langsung membeli produk dari halaman tersebut,.

*Familiar* atau kesamaan yang mudah dikenali oleh *user* karena beberapa elemen memiliki kemiripan dengan aplikasi lain. Dapat dilihat dari ikon-ikon yang digunakan dalam aplikasi. *Responsive* dapat dilihat salah satu contoh

penerapannya dari halaman detail produk yang memiliki kecepatan untuk berinteraksi jika *user* ingin membeli dan menambahkan produk dalam daftar keinginan.

*Feedback* interaksi yang terjadi jika *user* telah menekan salah satu tombol juga akan ditampilkan secara singkat dibagian tengah layar untuk memberikan informasi pada *user* jika telah berhasil melakukan suatu proses dalam aplikasi.

*Consistency* dalam perancangan ini dapat ditunjukkan penerapannya dari setiap alur proses yang dilakukan oleh *user* akan memiliki pola yang sama dalam aplikasi.

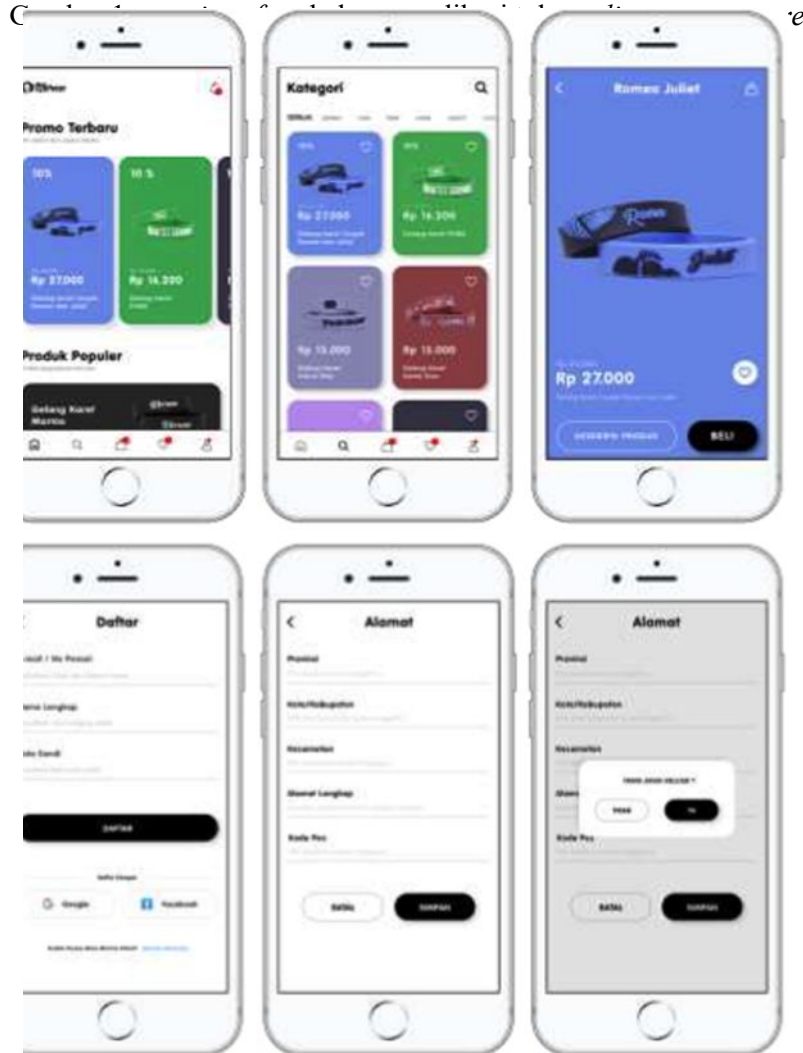
*Aesthetic* dalam penerapannya yang menampilkan warna-warna beragam dari setiap warna produk yang berfungsi untuk menghilangkan kebosanan saat melihat tampilan aplikasi saat *user* menghabiskan waktu menggunakan aplikasi.

*Efficiency* dalam penerapannya dapat dilihat pada halaman pendaftaran akun yang memudahkan *user* dan mempercepat *user* menyelesaikan proses pendaftaran karena tampilan dan data yang harus diisi tidak terlalu panjang karena dibagi dalam dua halaman, yang pertama halaman profil yang berisi nama, *e-mail*, dan no hp, sedangkan halaman kedua berisi informasi lengkap alamat yang harus diisi oleh *user*.

*Forgiveness* dalam penerapannya dapat dilihat pada halaman sunting profil, alamat, dan ganti kata sandi. Jika *user* melakukan kesalahan atau tidak sengaja



dal am penekanan tombol batal, maka akan muncul peringatan berupa pop-up yang akan men any akan kepada *user* “ apakah yakin akan keluar?”.



Media utama dal am perancangan ini adalah halaman aplikasi toko *online mormo store*. Aplikasi toko *online "mormo store"* dirancang untuk *mormo worldwide* agar dapat memperluas jangkauan penjualan produk diluar

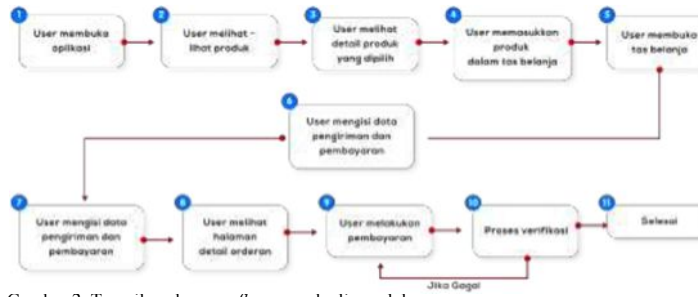
kota Padang, dan dirancang untuk pembeli produk *mormo worldwide* agar tidak kesulitan untuk membeli produk secara *online* dimanapun dan kapanpun pembeli ingin membeli produk *mormo worldwide*. Perancangan dimulai dari observasi mengenai produk *mormo store*, lalu mengolah data yang telah dikumpulkan dengan membuat rancangan *user flow* dan *wireframe* halaman aplikasi yang termasuk dalam bagian *user experience* sebuah aplikasi. Perancangan dilanjutkan dengan membuat desain *user interface* halaman aplikasi dengan lengkap sesuai fitur dan *layout* yang telah dirancang di *wireframe*, **a. User Experience**

Tampilan awal aplikasi toko *online mormo store* jika di buka akan menampilkan ikon logo dari *mormo worldwide* dan secara otomatis akan berlanjut ke halaman utama atau beranda dari aplikasi toko *online mormo store*. Pada halaman utama atau beranda aplikasi akan menampilkan beberapa informasi produk yang di bagi menjadi 3 bagian konten seperti, konten promo terbaru, produk populer, dan stok terbatas. Promo terbaru menampilkan informasi dari beberapa produk yang ada diskon, produk populer menampilkan 3 produk yang paling banyak dibeli oleh user lainnya, stok terbatas menampilkan 5 produk yang memiliki stok produk yang hampir habis.

Gambar 5. Tampilan alur *user flow* masuk akun

Perancangan *user interface* aplikasi toko *online mormo store* diperlukan tahap-tahap perancangan seperti berikut:

1) *User flow* membeli produk



Gambar 2. Tampilan alur *user flow* membeli produk

2) *User flow* mencari produk



Gambar 3. Tampilan alur *user flow* mencari produk

3) *User flow* mengganti kata sandi



Gambar 4. Tampilan alur *user flow* mengganti kata sandi

4) *User flow* masuk akun



Gambar 5. Tampilan alur *user flow* masuk akun

5) **User flow mendaftarkan**



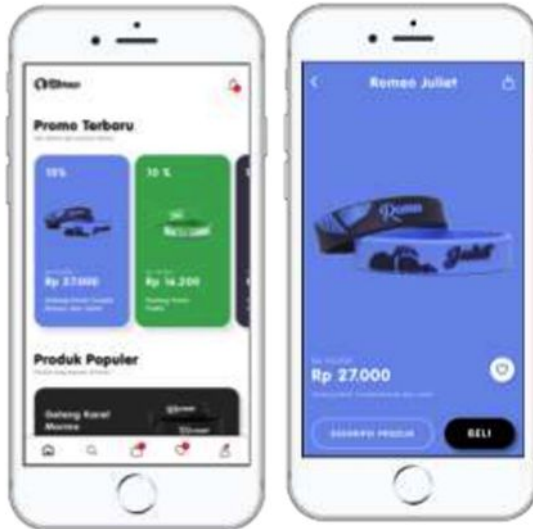
Gambar 6. Tampilan alur *user flow* mendaftarkan akun

**b. User Interface**

Perancangan *user interface* pada halaman aplikasi toko *online mormo store* dibuat dengan tampilan bersih dan simple, tidak terlalu banyak ornamen pada tampilan visual hingga tidak memusingkan pengguna dalam alur penggunaan aplikasi.

**1) Layout**

Gambar besar yang diikuti dengan *head line* dan keterangan gambar ditampilkan dengan porsi yang lebih kecil. Dengan *layout* yang tepat *user* dapat dengan mudah berpindah ke fitur yang lain melalui navigasi yang baik, mudah, dan informatif.



Gambar 7. Tampilan halaman beranda dan detail produk

## 2) Warna

Suteja, Bernard Renaldi & Agus Fitri Arjoko (2008: 4) mengatakan bahwa menurut ketentuan W3C (*World Wide Web Consortium*), warna diterapkan dengan nama, format heksadesimal atau satuan grafis RGB. Contohnya untuk warna merah digunakan : *red* (nama), #FF0000 (heksadesimal) atau 255,0,0 (RGB).

Warna yang dipakai padaperancangan *user interface* ini adalah warna yang diambil dari warna logo *mormo worldwide* yang menjadi warna utama dan warna yang ada pada setiap warna dasar produk yang dibuat oleh *mormo worldwide*. Warna putih 100% dengan format warna *hexadecimal* (#FFFFFF) dan format warna *RGB* (R:255, G:255, B:255)

digunakan untuk tampilan keseluruhan halaman aplikasi sebagai latar

belakang. Warna hitam 100% dengan format warna *hexadecimal* (#000000) dan format warna *RGB* (R:0, G:0, B:0) dipakai untuk warna tombol utama dari setiap langkah-langkah yang dilakukan oleh *user* di setiap halaman aplikasi. Warna merah 100% dengan format warna *hexadecimal* (#FF0000) dan format warna *RGB* (R:255, G:0, B:0) dipakai untuk warna informasi pemberitahuan yang dianggap penting dalam aplikasi.

«FFFFFF  
 #000000  
 Gam bar 3. Palet warna utama dalam aplikasi dengan format *Hexadecimal*



### 3) Tipografi

Jenis huruf sans serif tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya. Melambungkan kesederhana, lugas, masa kini dan futuristik. Huruf ini cocok disandingkan dengan karya yang memiliki kesan modern. (Anggraini dan Nathalia, 2014:52).

Huruf jenis sans serif yang digunakan adalah huruf Volkswagen yang kokoh tetapi tidak terlalu kaku dan cocok digunakan pada aplikasi agar dapat menghilangkan rasa bosan saat *user* menggunakan aplikasi ini.

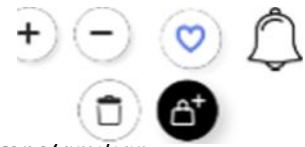
volkswagen-light  
 volkswagen-regular  
 volkswagen-medium A8COCFGHUKIAANOPQRSTUVWXYZ  
**volkswagen-demibold** Z  
**volkswagen-bold** obcdcfQhiiklmrvopqrstuvwX/  
 1234567890

Gam bar 9.  
 Penggunaan huruf Volkswagen

#### 4) Ikon

Ikon yang digunakan dalam aplikasi ini merupakan ikon yang sudah *familiar* atau memiliki kesamaan pada aplikasi-aplikasi lain yang umum digunakan oleh pengguna *smartphone*. Sehingga *user* akan mudah dalam menggunakan serta beradaptasi dengan aplikasi ini dan tidak akan membuat *user* kesulitan.

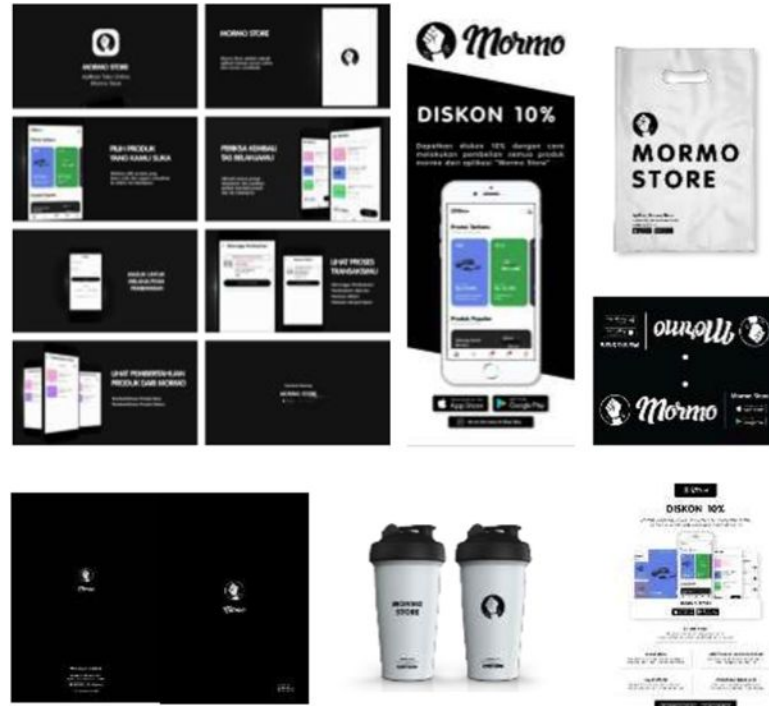
Q Q O &



Gambar 10. Penggunaan ikon yang *familiar*

## 2. Media Pendukung

Dalam perancangan *user interface* aplikasi toko *online mormo store*, dimana media utamanya adalah halaman *user interface* aplikasi berbasis *mobile* yang akan ditunjang dengan beberapa media pendukung dalam kegiatan promosi yang dilakukan perancang. Pada media pendukung, informasi yang disampaikan masih seputar bagaimana cara mengenalkan aplikasi toko *online mormo store* kepada pembeli produk *mormo worldwide*. Beberapa media pendukung yang digunakan memiliki fungsi masing-masing. Media pendukung promosi aplikasi toko *online mormo store* antara lain *motion graphic*, *x-banner*, *kantong piastik*, *label packaging notebook*, *tumbler*, dan *acrylic display stand* .:



Gambar 11. media pendukung aplikasi toko *online mormo store*

### 3. Uji Kelaj'akan

Uji kelayakan merupakan penelitian terhadap suatu ide agar dapat mengetahui apakah ide tersebut layak untuk dilaksanakan atau tidak. Uji kelayakan dilakukan pada aplikasi toko *online mormo store* dengan tujuan untuk mengetahui apakah desain *user interface* yang dirancang dapat menyampaikan informasi dengan efektif dan membuat nyaman pengguna dalam mencari informasi.



**Tabel 1. Uji kelavakan**

No	Penilai	Jumlah	<i>User interface</i> (tampilan halaman aplikasi)				
			Skala				
			Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat baik
1	Mahasiswa Desain	3				v	w
2	<i>Owner mormo</i>	1					V
3	Pembeli ditoko <i>offline mormo</i>	8				w	WWW
4	Siswa	3					vvv

Berdasarkan data table diatas, tiga mahasiswa desain Universitas Negeri Padang, satu mahasiswa desain memberi penilaian “baik” dan dua lainnya memberikan penilaian “sangat baik”. Satu *owner* atau pemilik *brand mormo* memberi penilaian “sangat baik”. Dari delapan pembeli yang berkunjung ke toko *offline mormo* yang berada di Jl. kampung kelawi barat no 37, Kuranji, Lubuk Lintah, Kuranji, Padang, Sumatera Barat, dua pembeli memberi penilaian “baik” dan enam pembeli lainnya memberikan penilaian “sangat baik”. Dari tiga pembeli yang berpakaian seragam siswa yang berada ditoko *offline mormo* memberikan penilaian “sangat baik”. Dari penilaian yang telah diberikan oleh semua sampel pengujian yang berjumlah lima belas sampel dapat disimpulkan bahwa *user interface* halaman aplikasi toko *online mormo store* ini sangat baik dari tampilan , kemudahan, dan kenyamanan *user* saat menggunakan aplikasi.

#### **D. Simpulan**

Di zaman digital yang serba instan ini, pelaku bisnis *mormo worldwide* masih belum memiliki media pribadi dalam penjualan produk secara *online*. Padahal dengan adanya media pribadi berupa aplikasi toko *online mormo store* dapat menjangkau pasar yang lebih jauh dan dapat meningkatkan penjualan produk di berbagai daerah diluar kota Padang. Maka untuk mengatasi masalah tersebut dirancanglah halaman aplikasi toko *online mormo store* yang memiliki tampilan dan kenyamanan penggunaan aplikasi yang baik.

Perancangan *user interface* halaman aplikasi toko *online mormo store* ini diharapkan menjadi media pribadi yang lebih efektif dalam penjualan produk, memudahkan *user* dalam melakukan pembelian produk *mormo worldwide* tanpa harus dibatasi waktu dan jarak, karena aplikasi toko *online* dapat diakses 24 jam dan dapat diakses dimanapun *user* berada. Disamping mempermudah *user* untuk melakukan pembelian produk *mormo worldwide* secara *online*, aplikasi toko *online mormo store* juga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan memperluas jangkauan pasar *mormo worldwide*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendekia
- J. Putri, Rahmadanti, Dra, M.Sn Zubaidah, dan S.Ds, M.Ds Dini Faisal. "Perancangan Aplikasi Android Museum Adityawarman. DEKAVE Yol 5, No 2 (2017)
- Lastiansah, Sena. 2012. *Pengertian User Interface*, jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Raharja. 2008. *Buku Ajar Metode Penelitian Desain*. Denpasar : FSRD ISI Denpasar
- Suteja, Bernard Renaldy & Agus Harjoko. 2008. *Jurnal Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*. Yogyakarta.
- Wiryawan, Mendiola B.. 2011. *Jurnal User Experience sebagai Bagian dari Pemikiran Desain dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual*. Jakarta.