

RANCANGAN TAMPILAN UI/UX APLIKASI MOBILE E-COMMERCE MENGGUNAKAN ADOBE XD

M. Mansyuru Adin¹, Muhammad Khozin²

^{1,2,3} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Komputer dan Desain, Universitas Selamat Sri, Indonesia

¹m.mansyur0987@gmail.com, ²khozin.dsn@gmail.com

ABSTRAK

Sebuah sarana untuk melakukan jual beli barang sangat dibutuhkan orang secara luas. Dengan menggunakan teknologi informasi kita dapat mempermudah sarana jual beli tersebut. Aplikasi e-commerce merupakan salah satu dari contoh sarana yang menggunakan teknologi informasi tersebut. Secara tampilan dalam aplikasi ini fungsi UI/UX bisa membuat kemudahan pengguna secara umum. Dalam hal tersebut dapat ditampilkan rancangan aplikasi secara visual sebelum direalisasikan dengan utuh.

Kata Kunci: Perancangan, *E-commerce*, *User Interface*, *User Experience*, *Adobe XD*.

ABSTRACT

A platform for buying and selling goods is widely needed by many people. By using information technology, we can simplify this trading process. E-commerce applications are one example of a platform that utilizes such technology. In terms of appearance, the UI/UX function in this application can provide general ease of use for users. In this context, a visual design of the application can be presented before it is fully implemented.

Keywords: Planning, E-commerce, User Interface, User Experience, Adobe XD.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara kita berbelanja. *E-commerce* atau perdagangan elektronik kini telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan layanan dengan mudah melalui internet. Salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan *e-commerce* adalah kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan oleh platform-platform tersebut. Dalam ekosistem *e-commerce* yang berkembang pesat, pengalaman pengguna (*user experience/UX*)

dan antarmuka pengguna (*user interface/UI*) menjadi elemen krusial yang membedakan antara sebuah platform yang sukses dan yang gagal (Pujiastuti et al., 2022).

Salah satu contoh yang menarik dalam dunia *e-commerce* saat ini adalah platform bernama Best Shop, yang menawarkan berbagai produk dengan pendekatan desain *UI/UX* yang intuitif dan responsif. Best Shop hadir sebagai solusi bagi konsumen yang mencari cara mudah dan nyaman dalam berbelanja online. Sebagai platform *e-commerce* yang mengutamakan kenyamanan pengguna, Best Shop menekankan pentingnya rancangan antarmuka yang tidak

hanya menarik secara visual tetapi juga mudah digunakan, memastikan pengguna dapat menavigasi aplikasi dengan lancar dan efisien. Dalam konteks ini, desain *UI/UX* memainkan peranan yang sangat penting, karena dapat menentukan apakah pengguna merasa puas atau frustrasi saat menggunakan aplikasi (Apriliyanto, 2023).

Desain *UI/UX* yang baik pada aplikasi e-commerce bisa tidak hanya akan memberikan sebuah kenyamanan kepada pengguna, akan tetapi juga dapat meningkatkan konversi penjualan, memperpanjang waktu yang dihabiskan pengguna di platform, serta memperkuat loyalitas dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Best Shop sebagai salah satu pemain baru di pasar *e-commerce* yang berusaha untuk menghadirkan pengalaman pengguna yang optimal dengan mengedepankan desain *UI/UX* yang *user-friendly*, memudahkan untuk pengguna dalam menemukan produk, melakukan transaksi, serta mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tanpa hambatan (et al., 2024).

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. E-Commerce

E-commerce merupakan sebuah gaya bisnis baru yang dilakukan secara *online* dimana setiap kegiatan pemesanan dilakukan secara online, pengiriman barang juga dilakukan menggunakan perantara orang ketiga dan sistem pembayaran melalui via *online* (Putra & Apriliyanto, 2024).

B. User Interface (UI)

Merupakan sebuah perantara yang menjadi cara agar pengguna dan sistem dapat berinteraksi untuk melakukan operasi input data dan memanfaatkan konten yang terdapat dalam sistem. Sebuah desain *UI* seharusnya dapat membuat sebuah produk memiliki nilai estetika dari desain menu, desain input, desain *layout*, warna, dan gaya teks (*font*) (Abdullah & Junianingrum, 2024).

C. User Experience (UX)

Merupakan seluruh aspek yang berhubungan dengan interaksi pengguna terhadap sebuah produk atau layanan dari sebuah perusahaan. Untuk dapat mencapai kualitas *UX* yang baik dibutuhkan adanya integrasi antara lintas disiplin pengembangan teknologi, pemasaran, desain grafis, dan desain antarmuka (*user interface*) (Junianingrum et al., 2023).

D. Adobe XD

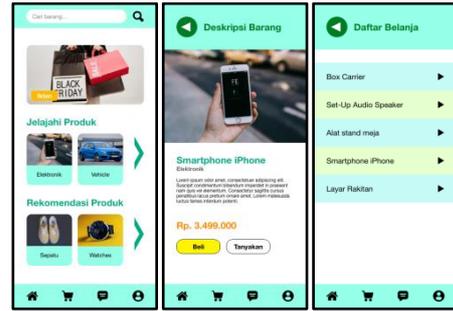
Adobe XD adalah perangkat lunak desain dan *prototyping* dari Adobe yang dirancang khusus untuk membantu desainer *UI/UX* dalam menciptakan antarmuka digital yang interaktif dan responsif. Adobe XD memungkinkan pembuatan *wireframe*, desain layar, dan prototipe dengan fitur *drag-and-drop* yang mudah dipelajari (Apriliyanto et al., 2024).

III. METODOLOGI

Metode Perancangan *User Interface (UI)*

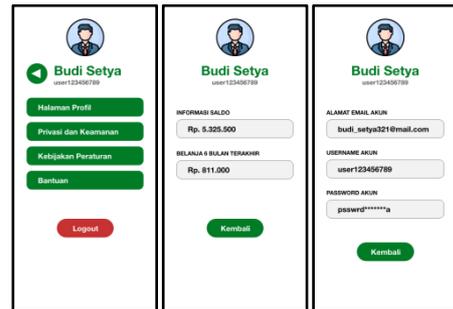
Dalam perancangan *UI*, terdapat berbagai metode yang dapat diterapkan untuk mencapai hasil yang lebih baik. Beberapa metode yang umum digunakan meliputi:

A. User-Centered Design (UCD)
 Metode ini menempatkan pengguna sebagai pusat dari proses desain. Dengan melibatkan pengguna sejak awal, desainer dapat memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna.



Gambar 2. Tampilan Beranda

B. Goal-Driven Design (GDD)
 Pendekatan ini berfokus pada tujuan yang ingin dicapai oleh pengguna. Dengan memahami tujuan-tujuan tersebut, desain dapat disesuaikan untuk memfasilitasi pencapaian target pengguna secara lebih efisien.

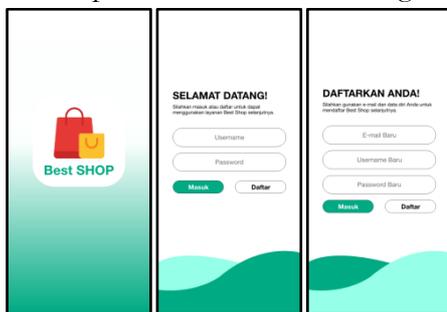


Gambar 3. Tampilan Profil

C. Design Thinkng
 Metode inovatif yang mendorong pemecahan masalah secara kreatif. Proses ini mencakup tahapan empati, definisi, ideasi, *prototyping*, dan pengujian, yang semuanya bertujuan untuk menghasilkan solusi yang memenuhi kebutuhan pengguna.

IV. HASIL TAMPILAN

Tampilan untuk user interface maupun user experience untuk *e-commerce best shop* terdiri dari beberapa bagian umum seperti tampilan masuk, login, daftar, profil, beranda, dan sebagainya.



Gambar 1. Tampilan Masuk

V. KESIMPULAN

Aplikasi berbasis *online* seperti E-Commerce dalam cakupan mobile memerlukan perancangan yang lebih dalam salah satunya adalah perancangan terkait tampilan aplikasi tersebut. Penggunaan aplikasi seperti *Adobe XD* untuk keperluan *user interface* atau *user experience* dapat mempermudah dan bisa memaparkan tampilan rancangan tentang aplikasi kita. *Adobe XD* membuat proses perancangan tampilan lebih cepat dan efisien dan mampu untuk hampir menyamakan tampilan untuk rancangan awal dengan hasil tampilan untuk rancangan akhir.

Dalam hal tersebut beberapa fungsi dapat digunakan seperti halnya aplikasi asli yang terdapat dalam *mobile* seutuhnya namun terdapat beberapa keterbatasan yang tidak dapat

diaplikasikan melalui perancangan dalam Adobe XD tersebut seperti keterbatasan mengenai fungsionalitas tombol, fungsionalitas sistem, tampilan dinamis, penanganan beberapa event, penyediaan animasi dan beberapa efek visual detail, terbatasnya peralatan bawaan dan sebagainya sehingga membuat perancangan UI/UX menjadi sangat mendasar dari segi kompleksitas terhadap rancangan aplikasi aslinya.

SARAN

Penggunaan aplikasi untuk perancangan tampilan UI/UX seperti menggunakan Adobe XD memudahkan dalam menambahkan beberapa fitur interaktif namun karena keterbatasan beberapa peralatan bawaan maka penggunaan hanya berfokus pada tampilan utama aplikasi tersebut. Penambahan efek visual jika diperlukan bisa menggunakan software atau aplikasi lain untuk menambahkan agar detail rancangan tampilan yang kita inginkan bisa tersampaikan secara lebih jelas terlebih lanjut lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Farhan Maulana Alja, Erna Daniati, Aidina Ristyawan. (2024). Perancangan Ui/ux E-commerce Menggunakan Metode User Centered Design (UCD). *Jurnal of Information System Management (JOISM)*, 6.
- Zainul Abidin, Mujib. (2024). Systematic Literature Review: Metode Perancangan Ui/ux pada Toko. *Jurnal Manajemen Informatika, Sistem Informasi dan Teknologi Komputer*, 3, 224–237.
- Fakhri Ilham Pradhana, Andhik Budi Cahyono. (2022). *Perancangan Desain Ui/ux Aplikasi Mobile Startup Sajiloka Dengan Lean UX*. Universitas Islam Indonesia.
- Aditya Permana Rosami, Gilang Ramadan, Sekko Sesatya. (2024). Perancangan UI/UX Designer Aplikasi Flash Coffee Menggunakan Software Adobe XD. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 6.
- Abdullah, L. Z., & Junianingrum, S. (2024). The Role Of Consumer Satisfaction In Mediating Factors Affecting Omnichannel-Based Repurchase Intention. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 13(2), 262–281. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i2.2142>
- Apriliyanto, N. (2023). Competitive Advantage As A Mediation Factor That Influences The Sustainability Of Halal SMEs. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 274–292. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1564>
- Apriliyanto, N., Gilang Kharisma Putra, & Kuwatno. (2024). Potential Purchasing Decision on Eco-friendly Products: A Study on Electric Motorcycle Consumers. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 11(1), 69–84.

<https://doi.org/10.31289/jkbm.v11i1.1242>

8

Junianingrum, S., Apriliyanto, N., & Abdullah, L. Z. (2023). Repurchase Intention Based On E-Service Quality And Customer Trust At Three Top Brand E-Commerce Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 226–240. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1513>

Pujiastuti, A., Saefudin, S., Yunita, R. D. S., & Astuti, Y. (2022). Capital Structure Adjustment Speed in Indonesia: Does Sharia Compliance Matter? *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(3), 239–252. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i3.483>

Pujiastuti, A., Yunita, R. D. S., & Astuti, F. Y. (2024). Esg Performance, Debt Equity Choices, and Rapid Adjustments in Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 21(1), 64–84. <https://doi.org/10.21002/jaki.2024.04>

Putra, G. K., & Apriliyanto, N. (2024). Factors Affecting MSMEs' Interest In Using Sharia Crowdfunding Mediated By Perception. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 13(2), 373–392. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i2.2168>

