JATIKOM: Jurnal Aplikasi dan Teori Ilmu Komputer
ISSN: 2615-577X (Online)

Implementasi *Double Diamond* Dalam Pengembangan *User Experience Website* Pada UMKM Guyam Gayem

Farah Dwi Ameliani[1], Herbert Siregar[2], Muhamad Nursalman[3], Rosa Ariani Sukamto[4]

Departemen Ilmu Komputer, Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Pendidikan Indonesia
Bandung, Indonesia
[1]farahdwi@upi.edu
[2]herbert@upi.edu
[3]mnursalman@upi.edu
[4]rosa.ariani@upi.edu

Abstract— ***Guyam Gayem is an MSME in Bandung that is engaged in home-scale food processing and offers various types of snacks for all ages. Along with technology and business development, Guyam Gayem utilizes social media Instagram and e-commerce platform Shopee for product promotion and marketing. To expand market reach and strengthen branding, they have also developed a website as a means of promotion. However, the website is still simple and even currently cannot function properly. This research aims to redesign Guyam Gayem's website by developing more functional features using the Double Diamond method which consists of four phases namely Discover, Define, Develop, and Deliver. Through the application of all these phases, the website interface underwent significant changes. To evaluate the effectiveness of the redeveloped website, the User experience Questionnaire (UEQ) method was used to assess the user experience aspect and the System Usability Scale (SUS) to measure the usability aspect. The evaluation results show that the UEQ score on each scale is in the Excellent category, with the lowest average value of 2.05 on the Novelty scale. In addition, SUS testing resulted in a score of 89, which is also in the Excellent category. This proves that the redesigned website has high quality and is able to meet the needs and expectations of users.***

Keywords— Double Diamond, MSME, SUS, UEQ, Website

Abstrak— **Guyam Gayem merupakan UMKM di Kota Bandung yang bergerak di bidang pengolahan makanan skala rumahan dan menawarkan berbagai jenis cemilan untuk semua kalangan usia. Seiring perkembangan teknologi dan bisnis, Guyam Gayem memanfaatkan media sosial Instagram dan platform *e-commerce* Shopee untuk promosi dan pemasaran produk. Untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat branding, mereka juga telah mengembangkan *website* sebagai salah satu sarana promosi. Namun, *website* yang dimiliki masih sederhana bahkan saat ini tidak dapat berfungsi dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang *website* Guyam Gayem dengan mengembangkan fitur yang lebih fungsional menggunakan metode *Double Diamond* yang terdiri dari empat fase yaitu *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Melalui penerapan keseluruhan fase tersebut, antarmuka *website* mengalami perubahan signifikan. Untuk mengevaluasi efektivitas *website* yang dikembangkan ulang, digunakan metode *User experience Questionnaire* (UEQ) untuk menilai aspek pengalaman pengguna dan *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur aspek kegunaan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa skor UEQ pada setiap skala berada dalam kategori *Excellent*, dengan nilai rata-rata terendah sebesar 2,05 pada skala *Novelty*. Selain itu, pengujian SUS menghasilkan skor 89, yang juga berada dalam kategori *Excellent*. Hal ini membuktikan bahwa *website* yang telah dirancang ulang memiliki kualitas tinggi dan mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna.**

Kata kunci*— *Double Diamond*, SUS, UEQ, UMKM, *Website

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Saat ini terdapat banyak sekali kategori UMKM yang ada di Indonesia salah satunya adalah sektor makanan. Pada tahun 2021, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, terdapat 1.637.701 UMKM kategori makanan yang ada di Jawa Barat. Angka tersebut menunjukkan bahwa di Jawa Barat, kategori UMKM di bidang makanan menduduki peringkat kedua dalam kategori jumlah UMKM terbanyak setelah kategori kuliner [1]. Perkembangan pesat UMKM di Jawa Barat mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih luas guna menghadapi persaingan di era digital [2].

Di era digital yang semakin berkembang, penggunaan internet telah menjadi bagian dalam strategi bisnis, termasuk pemasaran produk. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, sekitar 63,52% pelaku usaha memanfaatkan internet untuk memasarkan produknya [3]. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha menyadari pentingnya

menjangkau pasar yang lebih luas untuk meningkatkan penjualan.

Guyam Gayem adalah salah satu contoh UMKM yang memanfaatkan peluang ini. Guyam Gayem merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan berskala rumahan dari Kota Bandung yang menyediakan cemilan berbahan dasar tepung yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan usia. Guyam Gayem memulai usahanya sejak tahun 2018. Guyam Gayem menjual berbagai produk cemilan yaitu keripik molring, mie lidi, seblak kering dan makaroni goreng yang tersedia dalam berbagai varian rasa. Guyam Gayem telah memanfaatkan media sosial Instagram, Whatsapp serta *e-commerce* Shopee sebagai media promosi dan penjualan. Selain itu, mereka memiliki *website* yang digunakan untuk *branding* dan promosi. Namun *website* yang dimiliki masih sangat sederhana dan tidak bisa digunakan untuk pemesanan produk. Pada *website* pemesanan masih diarahkan melalui Whatsapp, hal ini menimbulkan keterbatasan dalam proses pemesanan. Selain itu informasi yang tersedia dalam *website* pun belum secara detail menjelaskan produk dari Guyam Gayem. Bahkan saat ini, kondisi *website* tersebut sudah tidak berfungsi karena kurangnya infrastruktur pengawasan terhadap situs *website*.

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang digunakan dalam aspek pemasaran adalah *website* [4]. *Website* memiliki peran yang cukup penting dalam perdagangan di era digital [5]. *Website* terhadap penjualan produk UMKM secara signifikan berpengaruh positif terhadap pemprosesan informasi produk dan meningkatkan penjualan terutama bagi UMKM [4]. Oleh karena itu diperlukan pengembangan ulang terhadap *website* UMKM Guyam Gayem dengan tujuan untuk meningkatkan fungsionalitas, memberikan informasi produk yang lebih detail, dan memungkinkan pemesanan produk secara langsung melalui platform tersebut. Pengembangan ini diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi penjualan.

Dalam pengembangan *website* ini, metode *Double Diamond* digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan merancang solusi dengan melibatkan pengguna. Metode ini menitikberatkan pada analisis masalah sebagai landasan untuk membuat solusi serta dapat memberikan kesempatan pada pengguna sendiri untuk turut memberikan ide dan saran sehingga mendapatkan hasil akhir yang diinginkan oleh pengguna [6]. Fokus utama pengembangan adalah peningkatan pengalaman pengguna (*user experience*), yang penting untuk memastikan *website* memberikan kemudahan dan kepuasan kepada pengguna [7].

Setelah pengembangan selesai, evaluasi dilakukan untuk memastikan *website* berfungsi optimal dan memenuhi kebutuhan pengguna. Evaluasi ini digunakan dengan metode *User experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS). Metode UEQ digunakan untuk menguji pengalaman pengguna ketika menggunakan suatu produk [8]. SUS merupakan sebuah pengukuran berupa sepuluh pertanyaan kuesioner yang dapat digunakan untuk mengetahui persepsi subjektif seseorang mengenai kegunaan suatu sistem [9].

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. UMKM

Definisi dari UMKM tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam UU tersebut didefinisikan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Dan Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini [10].

B. Website

Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan berbagai informasi termasuk teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara atau gabungan dari semua elemen tersebut yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman [11].

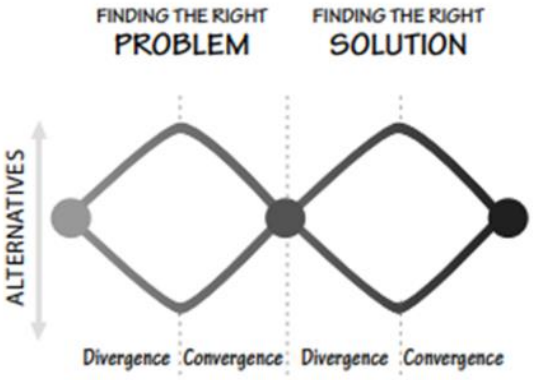
C. User Experience

Menurut definisi dari *International Organization for Standardization* (ISO) 9241-210, *User Experience* (UX) adalah persepsi dan respon seorang pengguna yang timbul dari penggunaan suatu produk sistem ataupun layanan. *User experience* mencakup semua aspek interaksi pengguna akhir dengan perusahaan, layanan dan produknya [12]. UX memiliki tanggung jawab untuk memahami bagaimana pengguna merasakan dan menghadapi suatu hambatan saat menggunakan program. Oleh karena itu, diperlukan adanya data pendukung sebelum proses perancangan UX dapat dimulai [6].

UX memiliki peranan penting dalam sebuah desain antarmuka, karena UX dapat memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan tidak hanya efektif dan bermanfaat, tetapi dapat juga memberikan pengalaman yang menyenangkan dan positif bagi pengguna. Oleh karena itu, produk atau layanan yang memberikan pengalaman positif saat digunakan akan berdampak pada pengalaman pengguna sehingga akan membuat pengguna terus menerus menggunakan produk [13].

D. Double Diamond

Double Diamond adalah representasi visual dari proses desain dan inovasi yang diperkenalkan oleh British Design Council pada tahun 2005 berdasarkan pada pola divergensi dan konvergensi. *Double Diamond* merupakan salah satu framework design thinking yang terdiri dari empat fase yaitu tahap *discover* dan *define* untuk menemukan masalah, dan tahap *develop* dan *deliver* untuk menemukan solusi yang tepat (lihat Gambar 1) [14].



Gambar 1. Alur Penelitian

Tahap *discover* dan *define* disebut *first diamond*, tahap *develop* dan *deliver* disebut *second diamond*. Kedua *diamond* tersebut mewakili proses mengeksplorasi sebuah isu secara lebih luas dan mendalam *(divergent thinking*) dan mengambil tindakan yang terfokus atau menemukan solusi yang tepat (*convergent thinking*) [15].

E. User experience Questionnaire

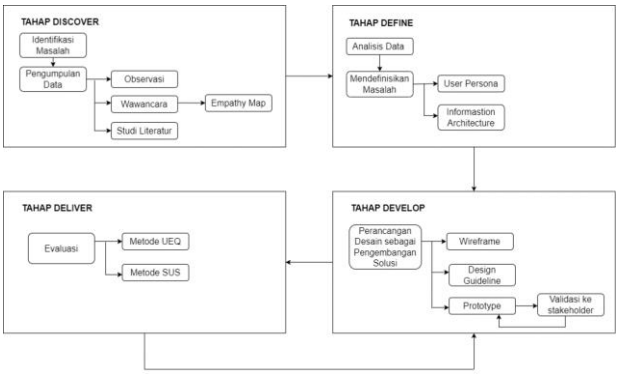
UEQ adalah salah satu metode untuk melakukan pengukuran yang cepat dan langsung dari pengalaman pengguna. UEQ dapat digunakan untuk beberapa skenario yaitu untuk membandingkan *user experience* antara dua versi produk, membandingkan *user experience* dengan produk pesaing, menguji *user experience* suatu produk dan menentukan bagian-bagian yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki [8]. UEQ mempunyai 6 skala pengukuran yaitu Daya Tarik (*Attractiveness*), Kejelasan (*Perspicuity*), Efisiensi (*Efficiency*), Ketepatan (*Dependability*), Stimulasi (*Stimulation*) dan Kebaruan (*Novelty*), yang dibagi menjadi 26 item pertanyaan [8].

F. System Usability Scale

System Usability Scale (SUS) adalah alat pengukuran yang dikenal dengan "*quick-and-dirty*" dan terdiri dari sepuluh item pernyataan yang memberikan pandangan mengenai penilaian terhadap kegunaan suatu sistem atau layanan [9]. SUS terdiri dari 10 item pernyataan yang menggunakan skala penilaian bernilai 1 sampai 5 yang terdiri dari sangat tidak setuju (*strongly disagree*) sampai sangat setuju (*strongly agree*).

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *Double Diamond*. Proses desain pada *Double Diamond* dibagi ke dalam empat fase yaitu fase *discover* dan *define* untuk menemukan permasalahan yang tepat, kemudian untuk *develop* dan *deliver* untuk mencari atau menemukan solusi yang tepat dari permasalahan tersebut seperti yang terlihat pada Gambar 2).



Gambar 2. Alur Penelitian

A. Discover

Tahapan ini dilakukan untuk memahami masalah dan kebutuhan pengguna serta untuk mengumpulkan informasi atau wawasan secara mendalam. Pada tahap ini dapat dilakukan dengan wawancara, observasi ataupun melakukan pengamatan kepada pengguna atau orang-orang yang berpengaruh dengan masalah tersebut [15].

B. Define

Tahapan ini dilakukan untuk memahami temuan atau informasi yang diperoleh dari tahap sebelumnya (*discover*), memahami bagaimana kebutuhan pengguna dan masalah yang ada saling berhubungan serta menentukan ide atau tantangan yang dirasa penting untuk diselesaikan. Proses ini dapat dilakukan dengan mengolah dan menganalisis hasil dari temuan yang didapat. Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap tujuan dan lingkungan mengenai sistem yang akan dibuat [16].Output yang dihasilkan yaitu *User Persona & Information Architecture* [7].

C. Develop

Tahap ini fokus pada pengembangan solusi dari masalah yang telah didefinisikan dengan merancang desain untuk sistem yang akan dibangun, pengujian dan penyempurnaan dari solusi yang dibuat [15]. *Wireframe*, dan *prototipe* merupakan hasil dari tahap *develop* [17].

D. Deliver

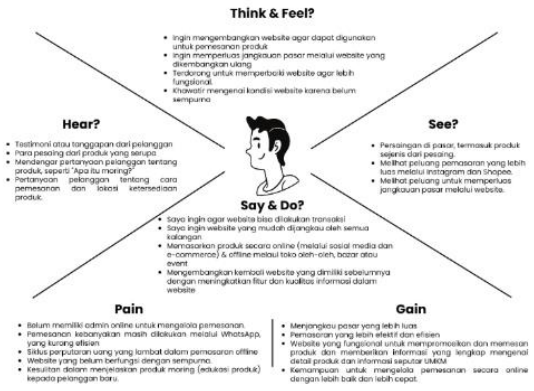
Deliver merupakan tahapan akhir pada metode *Double Diamond*. Pada tahap ini akan dilakukan pengujian dari solusi yang telah dikembangkan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana solusi yang telah dikembangkan dapat mengatasi masalah yang sebelumnya telah ditentukan. Pada tahap ini akan dilakukan usability testing kepada pengguna dengan meminta pengguna untuk

melakukan eksplorasi terhadap *website* yang dikembangkan, kemudian pengguna akan diminta pendapatnya mengenai *website* tersebut. Kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui nilai *website* dengan menggunakan metode UEQ dan SUS sebagai feedback dari pengguna terhadap *website* yang telah dikembangkan [15].

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Discover*

Pada tahapan ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara kepada pemilik dari Guyam Gayem yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan mendapatkan informasi seputar Guyam Gayem. Hasil wawancara ini kemudian diimplementasikan kedalam bentuk *empathy map*. *Empathy map* dapat membantu dalam memahami tentang lingkungan, perilaku, aspirasi dan kekhawatiran pelanggan. Terdapat enam area pada *empathy map* yaitu apa yang dilihat pengguna (*see*), apa yang dikatakan dan dilakukan pengguna (*say and do*), apa yang dipikirkan dan dirasakan pengguna (*think and feel*), bagaimana lingkungan mempengaruhi pengguna (*hear*), ketidaknyamanan atau frustrasi yang dialami pengguna (*pain*), dan apa yang diinginkan pengguna untuk mencapai tujuannya (*gain*), seperti pada Gambar 3 [18].



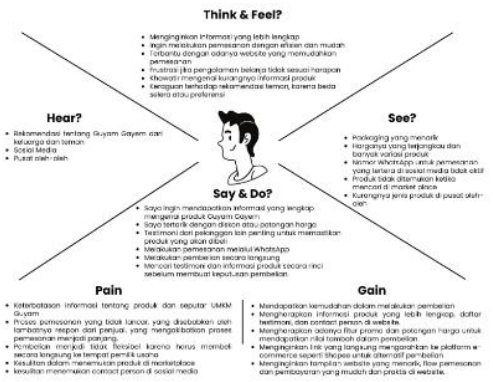
Gambar 3. *Empathy map* Pemilik UMKM

Berdasarkan *empathy map* diatas, pemilik usaha terdorong untuk mengembangkan *website* nya kembali untuk memperluas jangkauan pasar dan agar lebih fungsional sehingga dapat digunakan mempromosikan produk dan melakukan pemesanan produk melalui *website* tersebut. Hal ini dikarenakan selama ini pemesanan yang dilakukan kebanyakan masih melalui WhatsApp pribadi, hal ini juga dikarenakan belum adanya admin online. Selain itu, beliau berusaha ingin memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi pemesanan melalui pengembangan *website* dan pemasaran digital.

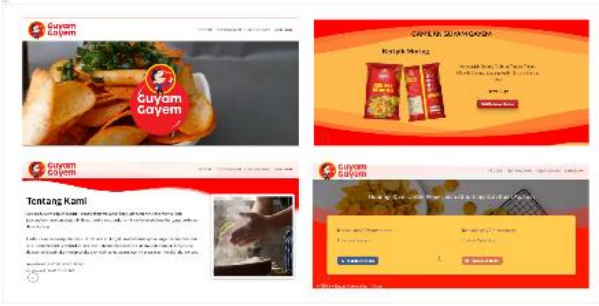
Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pelanggan Guyam Gayem untuk mengetahui kendala dan kebutuhan pengguna ketika melakukan berinteraksi dengan UMKM ini. Berikut merupakan hasil wawancara dengan responden yang telah divisualisasikan ke dalam *empathy map* (Gambar 4).

Selain itu, peneliti melakukan observasi melalui *website* yang dimiliki sebelumnya oleh UMKM Guyam Gayem. Observasi telah dilakukan sebelum *website* Guyam Gayem tidak dapat diakses. Berikut merupakan tampilan dari *website* Guyam Gayem.

Gambar 5 merupakan tampilan *website* yang dimiliki oleh UMKM Guyam Gayem sebelumnya. Pada *website* tersebut hanya terdapat fitur dasar seperti" Produk" yang mencakup informasi mengenai produk yang diperjualbelikan. Namun, informasi yang tersedia dalam fitur produk ini pun belum secara detail menjelaskan produk dari usaha ini, sehingga menyebabkan keterbatasan dalam informasi yang diberikan kepada pengujung *website*. Oleh karena itu, terdapat potensi untuk dapat meningkatkan kualitas konten pada fitur ini agar menjadi lebih detail dan informatif.



Gambar 4. *Empathy map* Pelanggan



Gambar 5. Tampilan *Website* Sebelumnya

Kemudian terdapat juga fitur "Tentang Kami" yang menjelaskan latar belakang dan informasi dasar dari usaha ini. Informasi yang disajikan dalam fitur ini kurang mendalam dan tidak memberikan gambaran yang komprehensif mengenai nilai-nilai, visi dan misi usaha Guyam Gayem. Hal ini bisa menjadi penghambat dalam membangun kepercayaan dengan pelanggan. Fitur "Hubungi Kami" juga sangat terbatas, hanya mencakup informasi kontak dasar dari pemilik usaha tanpa adanya peta lokasi atau tautan langsung yang dapat mengarahkan ke sosial media atau *e-commerce* lainnya. Ini mengakibatkan potensi pelanggan kesulitan dalam menemukan informasi lebih lanjut tentang usaha ini. Yang terakhir fitur "Bahasa" yang dapat memungkinkan

pengunjung *website* untuk memilih bahasa yang akan digunakan, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Proses pembelian produk masih diarahkan ke WhatsApp pemilik usaha. Hal ini menyulitkan pelanggan untuk melakukan pembelian secara langsung dan efisien melalui *website*, sehingga mengurangi kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi.

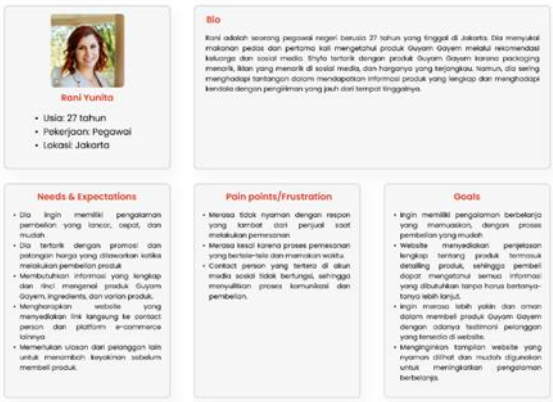
Secara keseluruhan, hasil observasi terhadap *website* sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat beberapa kelemahan yang memerlukan perbaikan signifikan. *Website* tersebut masih memerlukan pembaruan dalam aspek konten serta penambahan fitur agar lebih fungsional. Setiap fitur perlu dilengkapi dengan konten yang lebih lengkap dan informatif untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas *website* secara keseluruhan.

B. Define

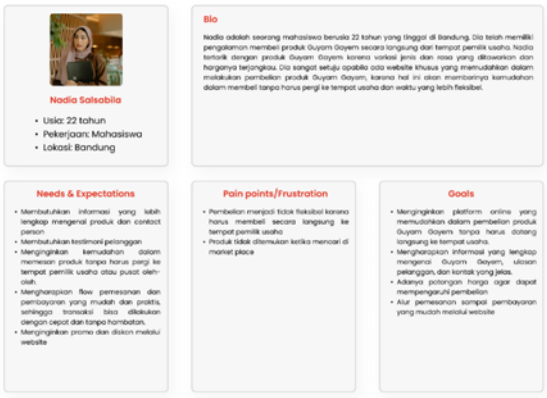
Pada tahap ini dilakukan analisis informasi dan data yang didapat dari tahapan *discover*. Hasil dari pengumpulan dan analisis tersebut dirangkum dalam bentuk *user persona* dan *Information Architecture*.

1. User Persona

User persona digunakan untuk menggambarkan profil atau karakteristik dari pengguna. User persona berfokus kepada kebutuhan dan tujuan pengguna dalam menggunakan aplikasi.



Gambar 6. User Persona Pelanggan 1

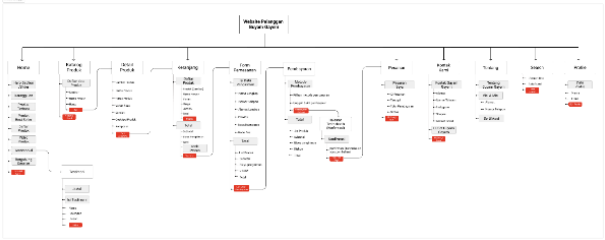


Gambar 7. User Persona Pelanggan 2

Gambar 6 dan 7 merupakan *user persona* dari beberapa pelanggan UMKM Guyam Gayem. *User Persona* pelanggan diatas menginginkan kemudahan dan fleksibilitas dalam proses pemesanan produk Guyam Gayem melalui platform online yang menyediakan informasi yang lengkap mengenai detail produk, testimoni pelanggan, serta kontak yang jelas. Mereka juga mengharapkan alur pemesanan serta pembayaran yang mudah dan praktis tanpa harus datang langsung ke tempat usaha.

2. Information Architecture

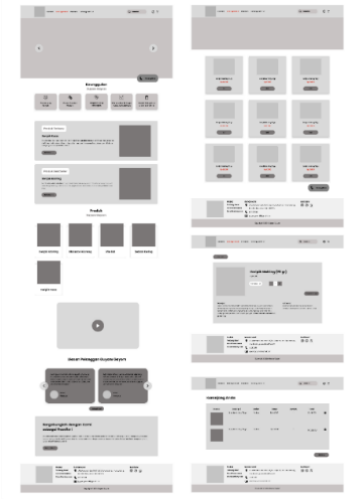
Information Architecture digunakan untuk mengetahui menu atau fitur apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna dan akan diimplementasikan pada *website* yang dikembangkan [7]. Pada Gambar 8 menunjukkan gambaran *architecture information* dari *website* Guyam Gayem. Prototipe *website* Guyam Gayem memiliki delapan fitur yaitu halaman beranda, katalog produk, pesanan saya, tentang, kontak, pencarian keranjang dan *profile*.



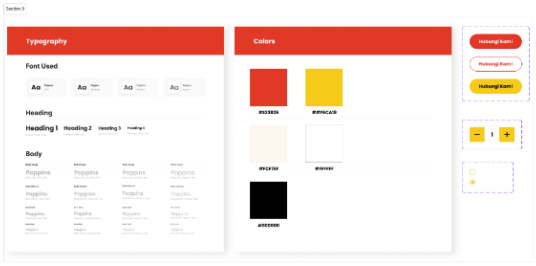
Gambar 8. *Information Architecture Website*

C. Develop

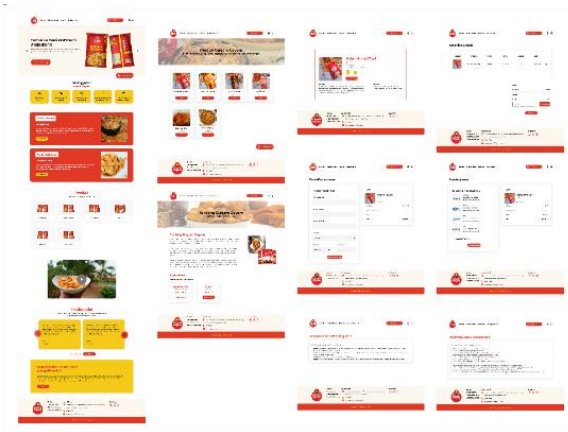
Pada tahapan ini, berfokus pada perancangan ide dan solusi dari kebutuhan pengguna. Pada tahap ini dibuat *wireframe*, *design guideline* dan *prototype*, masing-masing terlihat pada Gambar 9-11.



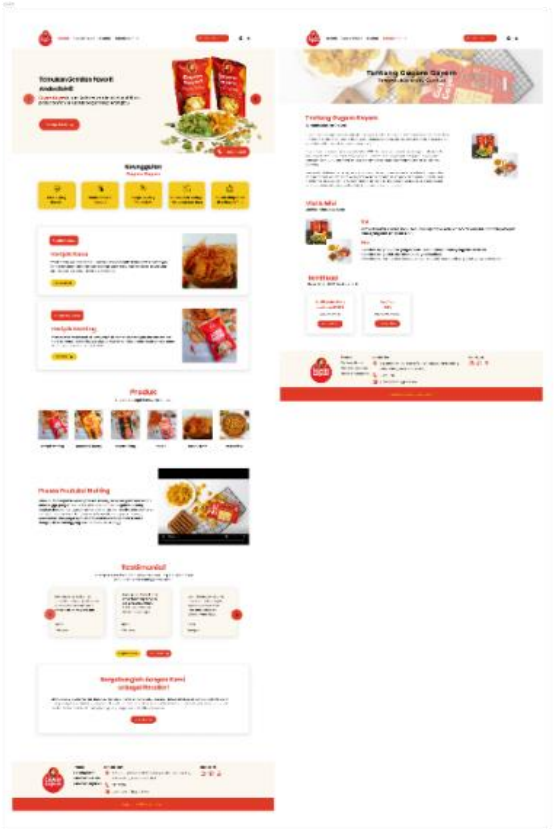
Gambar 9. Wireframe *Website*



Gambar 10. Design Guideline



Gambar 11. *Prototype Website*



Gambar 12. Tampilan Halaman Home dan Tentang Setelah di Perbaiki

D. Deliver

Tahap ini merupakan bagian terakhir pada *Double Diamond*. Pada tahapan ini dilakukan evaluasi mengenai hasil *prototype* yang sudah dirancang sebelumnya pada tahap *develop*. Sebelum dilakukan penilaian atau evaluasi menggunakan UEQ dan SUS, pengguna diberikan beberapa task yang harus dikerjakan ketika menggunakan *website*. Pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang telah dibuat pada google form. Terdapat 29 responden yang berpartisipasi dalam pengujian ini. Namun data yang di olah untuk penilaian UEQ hanya digunakan 28 data responden. Hal ini dikarenakan adanya jawaban yang tidak konsisten dari 1 responden. Berikut merupakan hasil pengujian dengan menggunakan UEQ.

Tabel I
Hasil UEQ

Scale	***Mean***	***Comparisson to benchmark***
Attractiveness	2.54	*Excellent*
Perspicuity	2.63	*Excellent*
Efficiency	2.52	*Excellent*
Dependability	2.39	*Excellent*
Stimulation	2.36	*Excellent*
Novelty	2.05	*Excellent*

Tabel I merupakan hasil perhitungan untuk 6 skala UEQ. Secara keseluruhan skala dari penilaian UEQ yaitu *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation* dan *Novelty* mendapatkan nilai *mean* yaitu > 0,8. Hal ini menunjukkan bahwa semua nilai 6 skala UEQ mendapatkan nilai yang positif yaitu termasuk kategori *Excellent.*

Selain menggunakan UEQ peneliti juga menggunakan kuesioner SUS. Penilaian SUS dilakukan untuk menilai kegunaan atau fungsionalitas pada *website*. Kuesioner ini disebarkan melalui google form seperti pada UEQ sebanyak 29 responden. Namun data yang diolah hanya 25 orang, karena ditemukan jawaban yang tidak konsisten pada 4 orang responden. Berikut merupakan hasil perhitungan SUS.

Tabel II
Hasil SUS

Skor Hasil Hitung										**Jumlah**	**Nilai (Jumlah x 2.5)**
Q1	**Q2**	**Q3**	**Q4**	**Q5**	**Q6**	**Q7**	**Q8**	**Q9**	**Q10**		
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37	93
4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	36	90
4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	36	90
4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	34	85
3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	33	83
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37	93
4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	35	88
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	90
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	95

Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2.5)
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38	95
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32	80
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38	95
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38	95
4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	28	70
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38	95
2	4	4	1	3	2	4	3	3	3	29	73
3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36	90
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37	93
3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	32	80
2	1	2	1	2	3	2	3	3	1	20	50
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)											**89**

Tabel II merupakan hasil perhitungan dari kuesioner SUS. Berdasarkan data yang didapatkan pada 10 item pernyataan kuesioner SUS dari 25 responden, rata-rata responden memberikan nilai skor 1 untuk pernyataan genap (Q2, Q4, Q6, Q8) yang berarti "Sangat Tidak Setuju", kecuali pada pernyataan 10 (Q10). Sementara itu, untuk semua pernyataan ganjil (Q1, Q3, Q5, Q7, Q9), rata-rata responden memberikan nilai skor 5 yang berarti "Sangat Setuju". Hal ini menunjukkan bahwa setiap aspek yang diuji mendapatkan nilai positif dari mayoritas responden. Secara keseluruhan kuesioner SUS dari 25 responden mendapatkan hasil yang baik yaitu dengan nilai 89, dimana nilai tersebut termasuk kedalam kategori "*Excellent*" dan "*Acceptable*". Hal ini menunjukkan bahwa secara usability, *website* tersebut dapat digunakan dan diterima dengan baik oleh pengguna.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini menerapkan metode *Double Diamond* dalam pengembangan *User experience* (UX) untuk *website* UMKM Guyam Gayem dan mengevaluasi menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur fungsionalitas *website* dan *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk mengukur pengalaman pengguna ketika menggunakan *website*. Pada tahap *Discover* dan *Define*, penelitian mengidentifikasi kebutuhan dan masalah pengguna melalui wawancara dan observasi, yang menunjukkan bahwa pengguna membutuhkan informasi produk yang jelas, dan menginginkan proses pembelian yang mudah. Selanjutnya, pada tahap *Develop* dan *Deliver*, peneliti merancang prototipe *website* dan melakukan iterasi berdasarkan umpan balik dari stakeholder, dan melakukan evaluasi untuk memastikan solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

Hasil evaluasi UEQ menunjukkan bahwa *website* memiliki skor tinggi dalam seluruh aspek dan termasuk kedalam kategori *Excellent*. *Attractiveness* mendapatkan rata-rata sebesar 2.54, *Perspicuity* sebesar 2.63, *Efficiency* sebesar 2.52, *Dependability* sebesar 2.39, *Stimulation* sebesar 2.36 dan *Novelty* sebesar 2.05. Sedangkan hasil SUS menunjukkan bahwa *website* ini sangat mudah digunakan dengan mendapat rata-rata sebesar 89 dan termasuk kedalam kategori *Excellent* dan *Acceptable*. Pendekatan *Double Diamond* terbukti efektif dalam menghasilkan rekomendasi desain yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang positif dan mudah digunakan.

REFERENSI

[1] D. Koperasi, "Jumlah usaha mikro kecil menengah (UMKM) berdasarkan kategori usaha di Jawa Barat," Open Data Jabar.

[2] A. Primatami and N. Hidayati, "Perkembangan usaha mikro kecil (UMK) di provinsi Jawa Barat tahun 2006-2016," *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, vol. 21, no. 3, pp. 203–212, 2019.

[3] F. R. Humaira, "Pemanfaatan internet oleh pelaku usaha digital," 2022.

[4] N. P. N. Anggraini, N. W. Rustiarini, and I. K. S. B. Satwam, "Pemanfaatan website sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha mikro kecil dan menengah," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 7, no. 1, p. 381, 2023, doi: 10.31764/jmm.v7i1.12150.

[5] T. Haryadi, D. I. Ihya'Ulumuddin, D. P. Prabowo, and A. M. Ihwan, "Adaptasi digital marketing berbasis website untuk produk UMKM Fatikha Sweet Honey," *Jurnal Informatika Upgris*, vol. 8, no. 1, 2022.

[6] I. Priswara, T. Sagirani, and N. Wahyuningtyas, "Analisis dan perancangan user interface/user experience aplikasi mnc trade new menggunakan metode double diamond pada PT. Mnc Sekuritas," *Jurnal Sistem informasi dan Komputer Akuntansi*, vol. 10, no. 4, pp. 78–83, 2021.

[7] E. F. Rahmawati, A. Ayuningtyas, T. Sagirani, and others, "Penerapan metode double diamond pada desain user interface website," *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, vol. 11, no. 1, pp. 11–22, 2022.

[8] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Applying the user experience questionnaire (UEQ) in different evaluation scenarios," in *Design, User Experience, and Usability. Theories, Methods, and Tools for Designing the User Experience: Third International Conference, DUXU 2014, Held as Part of HCI International 2014, Heraklion, Crete, Greece, June 22-27, 2014, Proceedings, Part I 3*, 2014, pp. 383–392.

[9] J. Brooke, "SUS: a "quick and dirty'usability," *Usability evaluation in industry*, vol. 189, no. 3, pp. 189–194, 1996.

[10] "Undang-undang (UU) nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah."

[11] R. Hidayat, *Cara praktis membangun website gratis*. Elex Media Komputindo, 2010.

[12] D. Norman and J. Nielsen, "The definition of user experience (UX)," *Nielsen Norman Group Publication*, vol. 1, pp. 1–2, 2016.

[13] S. Rajeshkumar, R. Omar, and M. Mahmud, "Taxonomies of user experience (UX) evaluation methods," in *2013 international conference on research and innovation in information systems (icriis)*, 2013, pp. 533–538.

[14] D. Norman, *The design of everyday things: Revised and expanded*

edition. Basic books, 2013.
[15] D. Council, "Framework for innovation."
[16] M. T. Jauhari and Y. Prayudi, "Implementasi metode double diamond dalam perancangan prototipe aplikasi sistem erp berbasis website," *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, vol. 5, no. 1, pp. 85–98, 2023, doi: 10.54783/jin.v5i1.699.
[17] N. E. N. Putra, "Desain perancangan user interface dan user experience pada website PT Reka Entertainment dengan model double diamond untuk meningkatkan kepuasan pengguna," Universitas Dinamika, 2023.
[18] B. Ferreira, W. Silva, E. Oliveira, and T. Conte, "Designing personas with empathy map," in *SEKE*, 2015.