

Perancangan Antarmuka *Q-Commerce Multi-Vertical* Dengan Pendekatan *Human-Centered Design* Untuk Digitalisasi UMKM

Designing a Multi-Vertical Q-Commerce Interface Using a Human-Centered Design Approach for MSME Digitalization

¹Saliyah Macky

¹Universitas Singaperbangsa Karawang
E-mail: saliyahmacky8@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan E-commerce di Indonesia mendorong lahirnya model bisnis Quick Commerce (Q-commerce) yang menawarkan pengiriman instan berbasis lokasi. Namun, layanan yang ada masih terbatas pada kategori produk tertentu dan belum mampu mengakomodasi kebutuhan mendesak secara multi-vertical. Penelitian ini bertujuan merancang antarmuka aplikasi Q-commerce multi-vertical menggunakan pendekatan Human-Centered Design (HCD) yang terdiri dari tiga fase: inspirasi, ide, dan implementasi. Fase inspirasi dilakukan melalui studi komparatif, wawancara, dan kuesioner pengguna. Fase ide menghasilkan kebutuhan fungsional dan prototipe visual menggunakan Figma. Fase implementasi menguji prototipe menggunakan kuesioner System Usability Scale (SUS). Hasil pengujian menghasilkan skor SUS sebesar 75,92 yang termasuk dalam kategori Good dan Acceptable, mengindikasikan bahwa antarmuka yang dirancang dapat diterima dan digunakan dengan baik oleh pengguna.

Kata kunci: Q-commerce, Human-Centered Design, UI/UX, System Usability Scale, UMKM

Abstract

The growth of E-commerce in Indonesia has driven the emergence of Quick Commerce (Q-commerce), a location-based business model offering instant delivery services. However, existing platforms remain limited to specific product categories and are unable to accommodate urgent multi-vertical needs. This study aims to design a multi-vertical Q-commerce application interface using the Human-Centered Design (HCD) approach, consisting of three phases: inspiration, ideation, and implementation. The inspiration phase was conducted through comparative studies, interviews, and user questionnaires. The ideation phase produced functional requirements and a visual prototype using Figma. The implementation phase evaluated the prototype using the System Usability Scale (SUS) questionnaire. The results produced a SUS score of 75,92, falling under the Good and Acceptable category, suggesting that the designed interface is well-received and usable by the target users

Keywords: Q-commerce, Human-Centered Design, UI/UX, System Usability Scale, MSME

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia memainkan peran penting dalam melahirkan fenomena digitalisasi ekonomi di era ini. Pada tahun 2024, APJII mencatat bahwa tingkat penetrasi di Indonesia telah mencapai 79,5% dari total populasi, yang diikuti dengan meningkatnya volume transaksi pada E-commerce [1]. E-commerce memberikan konsumen pengalaman berbelanja yang lebih efisien serta

nyaman sebab dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, ditambah dengan ragam produk yang lebih luas.

Seiring perkembangannya, fitur-fitur yang ditawarkan juga terus berevolusi sehingga semakin memanjakan konsumen dan pada akhirnya mendorong pergeseran perilaku berbelanja konsumen digital, dimana konsumen cenderung menginginkan berbagai produk atau layanan sesegera mungkin (disebut sebagai *instant gratification*). Hal inilah yang mendasari lahirnya model bisnis Quick Commerce (*Q-commerce*), layanan berbelanja *online* dengan pengiriman instan, menjadikannya solusi bagi masyarakat *urban* yang menempatkan efisiensi waktu pada prioritas tertinggi mereka [2]. Hal ini juga diperkuat oleh hasil studi Arora (2025) yang menunjukkan bahwa sebanyak 56,2% responden lebih sering menggunakan *Q-commerce* dalam situasi mendesak [3].

Di Indonesia, implementasi model ini sudah terlihat melalui layanan *on-demand*, seperti GoFood dan GrabFood, kemudian diikuti oleh penyedia segmen *grocery* seperti Astro dan GoMart. Konsep *hyperlocal fulfillment* merupakan kunci dalam mewujudkan layanan ini, dimana lokasi pengguna menjadi acuan dalam menentukan toko atau UMKM terdekat yang akan menjadi penyedia produk permintaan konsumen, menjamin pengiriman cepat yang dijanjikan.

Meski demikian, *Q-commerce* yang ada, baik di Indonesia maupun secara global, masih terpusat pada kategori *grocery* dan makanan siap saji. Seluruh *platform Q-commerce* yang beroperasi di Indonesia, mulai dari Astro hingga layanan turunan seperti Tokopedia NOW!, hanya berfokus pada produk kebutuhan harian dan bahan makanan, dengan ragam produk terbatas sekitar 2.000 *item* [anisa]. Di sisi lain, faktor utama penggunaan *Q-commerce* adalah kebutuhan akan kecepatan dan urgensi. Namun, sebagian besar kajian terkait *Q-commerce* masih berfokus pada konteks produk pangan.

Padahal, di situasi tertentu konsumen dapat dihadapi dengan urgensi produk tidak terbatas pada bahan makanan saja, contohnya kabel charger yang tiba-tiba rusak, obat-obatan yang habis di tengah malam, atau anak yang membutuhkan perlengkapan sekolah mendadak menunjukkan adanya urgensi lintas kategori yang belum terakomodasi oleh platform maupun penelitian yang ada [3][4]. Meskipun saat ini telah ada layanan *personal shopping* seperti GoShop yang mampu mengakomodasi pembelian di luar mitra resmi, sistem tersebut masih memiliki kelemahan pada ketiadaan visibilitas stok barang secara *real-time* dan katalog produk yang tidak terstruktur membuat konsumen sering kali menghadapi ketidakpastian saat memesan.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, diperlukan sebuah evolusi *Q-commerce* yang mampu menggabungkan luasnya ragam produk pada *E-commerce (multi-vertical)* dengan transparansi stok dan katalog *merchant* yang terorganisir sebagaimana layanan *on-demand*. Penelitian ini mengadaptasi konsep *hyperlocal fulfillment*, yang telah terbukti efektif pada layanan seperti GoFood dan GrabFood dalam kategori kuliner, ke dalam berbagai kategori produk lainnya, sehingga memungkinkan

UMKM lokal menjangkau konsumen secara *real-time* tidak hanya pada sektor pangan, tetapi juga kebutuhan mendesak lainnya.

Dalam mewujudkan model *Q-commerce* tersebut, diperlukan perancangan antarmuka aplikasi yang mengedepankan kebutuhan dan kepuasan penggunaannya. Oleh sebab itu, penelitian ini berfokus pada pengembangan antarmuka aplikasi *Q-commerce multi-vertical* menggunakan pendekatan *Human-Centered Design* (HCD), dengan harapan mampu memberikan solusi terhadap hambatan nyata pengguna melalui proses evaluasi pengguna [3].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan *Human-Centered Design* (HCD) yang dipopulerkan oleh IDEO, dimana kebutuhan dan perilaku pengguna ditempatkan sebagai landasan utama pada setiap tahap perancangan [4]. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa setiap keputusan desain benar-benar selaras dengan kebutuhan pengguna, bukan semata-mata asumsi pengembang. Proses HCD dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga fase utama, yaitu inspirasi, ide, dan implementasi [5].

Tahap pertama, inspirasi, bertujuan untuk membangun pemahaman mendalam mengenai konteks, kebutuhan, dan pengalaman pengguna sebelum proses perancangan dimulai, sehingga solusi yang dihasilkan dapat menjawab permasalahan nyata di lapangan [6]. Pengumpulan informasi pada tahap ini dilakukan melalui dua cara. Pertama, studi komparatif terhadap platform *E-commerce* dan *Q-commerce* yang telah ada, guna mengevaluasi fitur dan fungsionalitasnya secara objektif serta mengidentifikasi kesenjangan yang belum terpenuhi [7]. Kedua, kuesioner untuk mengukur sejauh mana kebutuhan pengguna terhadap solusi baru, sekaligus memperkuat temuan kualitatif dengan data yang lebih terukur.

Tahap kedua, ide, merupakan tahap pengolahan seluruh temuan dari tahap inspirasi menjadi kerangka perancangan yang konkret. Diawali dengan pendefinisian kebutuhan fungsional, yaitu fitur-fitur inti yang wajib dimiliki aplikasi, tahap ini berlanjut pada penyusunan use case yang menggambarkan alur interaksi pengguna dengan aplikasi. Pemetaan alur ini bertujuan memastikan penggunaan aplikasi berjalan secara logis, selaras dengan kemungkinan perilaku nyata pengguna yang telah diidentifikasi sebelumnya. Seluruh kerangka tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk prototipe visual menggunakan *Figma*.

Tahap ketiga, implementasi, merupakan tahap pengujian prototipe kepada pengguna nyata. Prototipe dibagikan kepada partisipan yang dipilih secara cermat agar umpan balik yang diperoleh relevan dan representatif. Partisipan diajak mencoba prototipe yang telah disusun, sehingga dapat dirancang secara langsung bagaimana mereka berinteraksi dengan aplikasi serta hambatan apa saja yang muncul. Tingkat kebergunaan aplikasi kemudian diukur menggunakan kuesioner *System Usability Scale* (SUS), yang terdiri dari sepuluh pernyataan dengan skala 1 hingga 5. Setiap pernyataan bernomor ganjil dinilai dengan mengurangi skor

responden dengan 1, sedangkan pernyataan bernomor genap dinilai dengan mengurangi 5 dari skor responden. Seluruh nilai tersebut kemudian dijumlahkan dan dikalikan 2,5 untuk menghasilkan skor akhir dalam rentang 0 hingga 100 [8]. Hasil evaluasi ini selanjutnya menjadi landasan untuk penyempurnaan desain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil penelitian yang diperoleh melalui tiga fase utama pendekatan *Human-Centered Design* (HCD). Setiap fase menghasilkan temuan yang saling berkaitan dengan secara berurutan membentuk landasan dalam membuat keputusan di tahap perancangan berikutnya.

3.1. Tahap Inspirasi

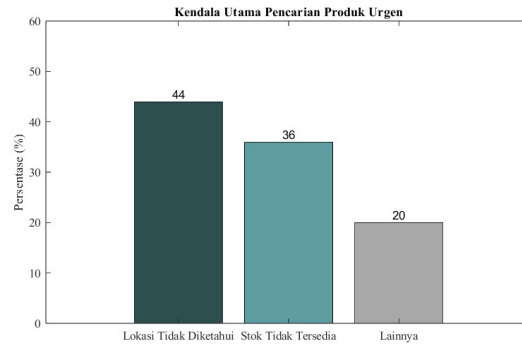
Studi komparatif dilakukan terhadap lima platform yang telah beroperasi di industri *E-commerce* maupun *Q-commerce*, meliputi Shopee, Tokopedia, GoFood, dan GrabFood. Setiap platform dipelajari secara objektif berdasarkan fitur dan fungsionalitas yang relevan dengan konsep layanan berbasis lokasi dan permintaan instan, guna mengidentifikasi kesenjangan yang belum terpenuhi sebagai ruang potensi pengembangan.

Hasil kajian menunjukkan bahwa platform-platform tersebut, khususnya GoFood dan GrabFood telah mendemonstrasikan bagaimana sistem rekomendasi toko terdekat berbasis *GPS* dapat diimplementasikan secara efektif. Fitur yang dimiliki kedua platform ini mencakup penampilan status operasional toko secara *real-time*, katalog dan kategori produk, status pesanan, hingga pelacakan kurir selama proses pengantaran berlangsung. Sementara itu, Shopee dan Tokopedia menjadi acuan dalam hal keluasan ragam kategori produk yang ditawarkan kepada pengguna.

Mengacu pada temuan tersebut, fitur-fitur inti yang dibutuhkan pada dasarnya telah terbukti berjalan dengan baik pada platform yang sudah ada. Oleh karena itu, yang perlu dilakukan dalam perancangan aplikasi ini adalah perluasan cakupan kategori produk, yang merupakan fokus utama penelitian ini, dengan mengadopsi keluasan ragam produk dari Shopee dan Tokopedia, serta mengintegrasikannya dengan pendekatan GoFood dan GrabFood dalam menampilkan rekomendasi toko terdekat berdasarkan kata kunci yang di-*input*-kan pengguna, lengkap dengan katalog dan kategori produk pada beranda toko.

Guna memperkuat temuan kualitatif dengan data yang lebih terukur, kuesioner disebarkan secara daring melalui *Google Form* kepada pengguna umum yang aktif menggunakan platform *E-commerce* dan *Q-commerce* sejumlah 30 orang.

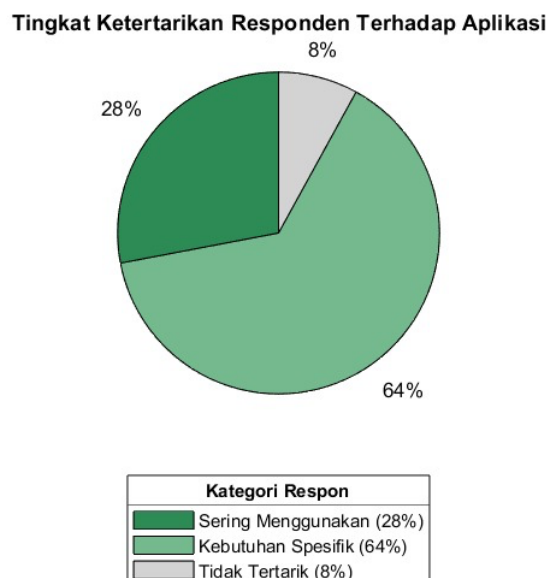
Kendala utama yang paling banyak dialami dalam mencari produk di kondisi *urgent* adalah ketidaktahuan mengenai di mana harus mencari, yang diungkapkan oleh 44% responden, diikuti oleh masalah ketersediaan produk di *walk-in store* sebesar 36%.



Gambar 1. Grafik Kendala Utama Pencarian Produk *Urgent*

Temuan ini mengindikasikan bahwa keterbatasan visibilitas secara *online* penjual lokal menjadi permasalahan yang paling dominan di kalangan pengguna. Adapun dalam hal cara pencarian yang biasa dilakukan, sebanyak 76% responden menelusuri *marketplace* menggunakan kata kunci tertentu, yang menunjukkan tingginya ketergantungan pada mesin pencari. Dari sisi preferensi jarak dan waktu, mayoritas responden menganggap wajar jarak toko antara 3 hingga 5 km, yakni sebesar 40%, diikuti oleh jarak kurang dari 3 km dan 5 hingga 10 km yang masing-masing dipilih oleh 28% responden. Sementara itu, untuk estimasi waktu pengiriman yang masih dapat diterima dalam kondisi mendesak, 48% responden menyatakan batas maksimum 2 hingga 3 jam dan 40% menginginkan pengiriman di bawah 1 jam.

Sebanyak 92% responden menyatakan ketertarikan terhadap aplikasi, dengan rincian 28% menyatakan akan sering menggunakannya dan 64% akan menggunakannya ketika membutuhkan produk yang spesifik.



Gambar 2. Tingkat Ketertarikan Responden terhadap Aplikasi

Angka ini secara langsung memperkuat validitas bahwa konsep dasar aplikasi ini memang dibutuhkan oleh pengguna.

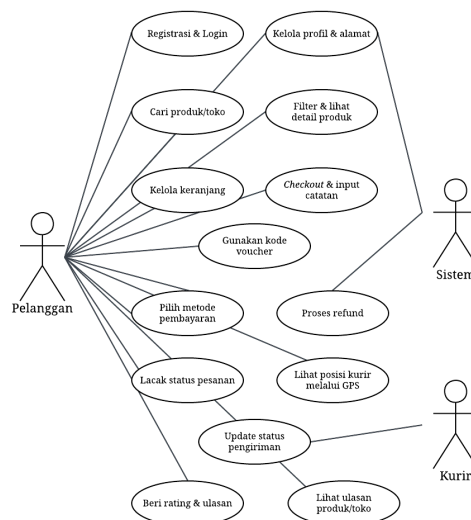
3.2. Tahap Ide

Kebutuhan fungsional berikut disusun berdasarkan fitur yang sudah terbukti efektif pada platform-platform yang sudah ada, ditambah dengan kebutuhan baru yang teridentifikasi dari hasil kuesioner pengguna.

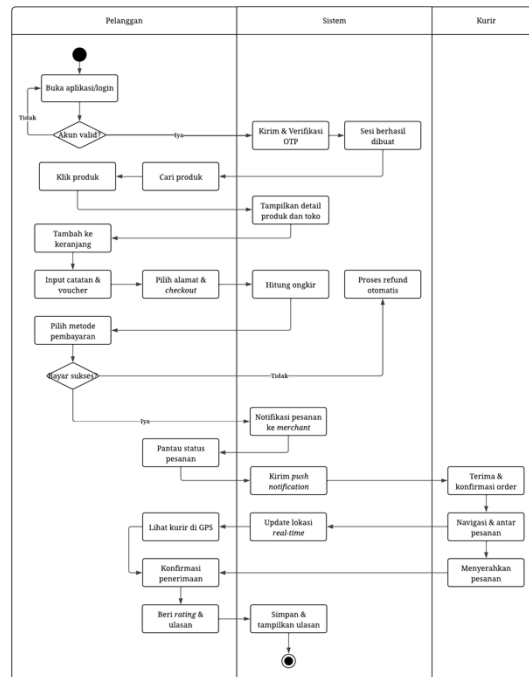
Tabel 1. Kebutuhan Fungsional

ID_Kebutuhan	Kebutuhan Fungsional
KF_1_1	Registrasi & login via email/nomor telepon
KF_1_2	Verifikasi OTP
KF_1_3	Manajemen profil (termasuk simpan alamat)
KF_2_1	Cari produk/toko berdasarkan kata kunci atau kategori
KF_2_2	Filter berdasarkan jarak, harga, dan rating toko
KF_2_3	Tampilkan detail produk dan profil toko
KF_3_1	Tambah/ubah/hapus item di keranjang
KF_3_2	Checkout item dengan pilihan alamat pengiriman
KF_3_3	Input catatan pada pesanan dan kode voucher
KF_4_1	Mendukung beberapa metode pembayaran (dompet digital, transfer bank, Cash on Delivery)
KF_4_2	Kalkulasi ongkos kirim otomatis berdasarkan jarak
KF_4_3	Proses refund jika pesanan dibatalkan
KF_5_1	Status pesanan secara real-time (diproses → dikemas → diantar → diterima)
KF_5_2	Lacak posisi kurir melalui GPS secara langsung
KF_5_3	Notifikasi push setiap adanya perubahan status
KF_6_1	Beri rating dan ulasan untuk produk, toko, dan kurir setelah pesanan selesai

Kebutuhan fungsional tersebut kemudian dipetakan ke dalam *use case diagram* dan *activity diagram* sebagai gambaran alur aktivitas secara rinci pada aplikasi.



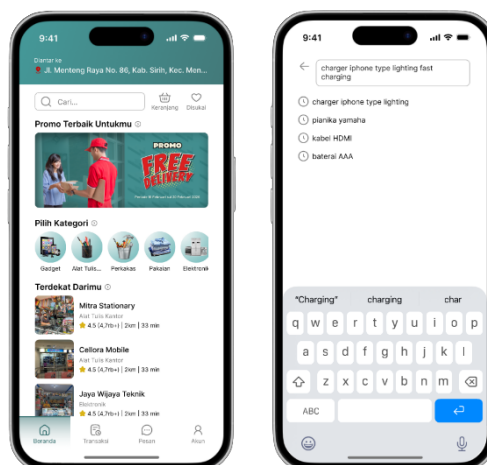
Gambar 3. Use Case Diagram dengan Tiga Aktor Utama: Pelanggan, Sistem, dan Kurir



Gambar 4. Activity Diagram

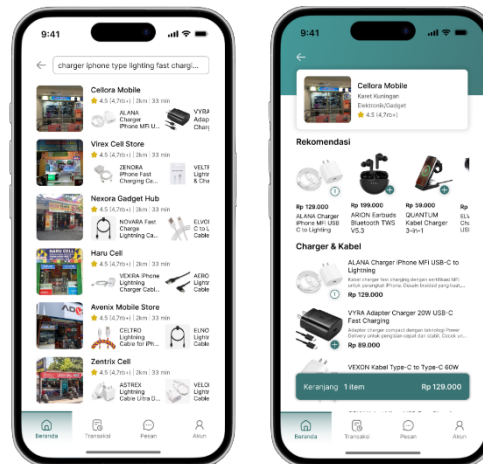
Sesuai kebutuhan fungsional dan alur yang telah dibuat, diwujudkan bentuk prototipe visual menggunakan *Figma*, yang mencakup halaman-halaman utama, yaitu beranda, pencarian, hasil pencarian, katalog toko, *checkout* pesanan, dan status pesanan.

Halaman beranda dirancang untuk langsung menampilkan daftar toko terdekat berdasarkan lokasi pengguna. Pilihan kategori produk juga ditampilkan di bawah kolom pencarian guna mempermudah pengguna yang belum memiliki kata kunci spesifik, sekaligus mencerminkan konsep *multi-vertical* aplikasi ini.



Gambar 5. Tampilan Beranda dan Kolom Pencarian

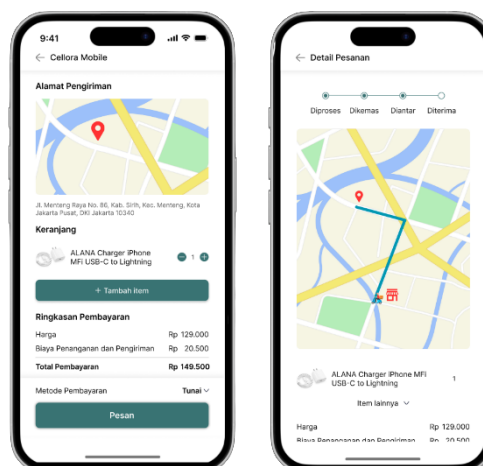
Halaman hasil pencarian menampilkan daftar toko dengan produk relevan sesuai kata kunci yang dimasukkan oleh pengguna, beserta informasi jarak, *rating*, dan status operasional secara sekilas untuk membantu pengguna membandingkan pilihan toko secara cepat. Setiap toko memiliki halaman katalog produk dilengkapi dengan pengkategorian produk.



Gambar 6. Tampilan Hasil Pencarian dan Katalog Toko

Halaman finalisasi pesanan dirancang untuk merangkum seluruh informasi pesanan secara ringkas dalam satu layar, mencakup alamat pengiriman, rincian *item*, kalkulasi ongkos kirim otomatis berdasarkan jarak, serta pilihan metode pembayaran, untuk pengguna dapat meninjau dan mengonfirmasi pesanan setelahnya.

Halaman status pesanan menampilkan progres pengiriman secara *real-time* melalui empat tahapan, yaitu diproses, dikemas, diantar, dan diterima, disertai dengan pelacakan posisi kurir pada peta.



Gambar 7. Tampilan Finalisasi Pesanan dan Status Pesanan

3.3. Tahap Implementasi

Prototipe yang telah dirancang pada tahap sebelumnya kemudian diuji oleh 30 total pengguna aktif platform *E-commerce* dan *Q-commerce* yang sebelumnya juga

mengisi kuesioner pada tahap inspirasi. Tautan prototipe dicantumkan langsung di dalam kuesioner Google *Form* yang dibagikan kepada partisipan, sehingga mereka dapat meninjau prototipe sebelum memberikan penilaian.

Tingkat kebergunaan aplikasi diukur menggunakan kuesioner *System Usability Scale* (SUS) dengan daftar pertanyaan sebagai berikut.

Tabel 2. Daftar Pertanyaan pada Kuesioner *System Usability Scale* (SUS)

No.	Pertanyaan
1.	Saya akan sering menggunakan aplikasi ini
2.	Saya pikir aplikasi ini bisa dibuat lebih sederhana
3.	Saya pikir sistem ini mudah digunakan
4.	Saya membutuhkan bantuan orang teknis untuk menggunakan aplikasi ini
5.	Saya pikir beragam fungsi pada aplikasi ini terintegrasi dengan baik
6.	Saya pikir ada banyak hal yang tidak konsisten dalam aplikasi ini
7.	Saya merasa kebanyakan orang akan memahami cara menggunakan aplikasi ini dengan cepat
8.	Saya merasa aplikasi ini akan rumit untuk digunakan
9.	Saya merasa percaya diri menggunakan aplikasi ini
10.	Saya perlu mempelajari banyak hal sebelum bisa menggunakan aplikasi ini dengan lancar

Masing-masing angka yang dipilih oleh responden berdasarkan rentang (1-5) dilakukan perhitungan dengan aturan bahwa skor pernyataan bernomor ganjil dihitung dengan mengurangi nilai responden dengan satu ($x - 1$), sedangkan skor pernyataan genap dihitung dengan mengurangi nilai responden dari lima ($5 - x$). Seluruh hasil kemudian dijumlahkan untuk setiap responden, lalu dikalikan dengan 2,5 untuk menghasilkan skor SUS invidual dalam rentang 0 hingga 100.

$$\text{Skor SUS} = \text{Total Skor Responden} \times 2,5$$

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
R1	5	2	3	3	4	4	3	1	5	4
R2	5	5	5	2	5	1	5	1	5	1
R3	4	4	4	2	3	2	2	3	4	2
R4	4	3	4	1	4	3	4	2	4	2
R5	4	4	4	4	4	3	3	1	4	3
R6	5	2	5	2	5	3	5	1	5	2
R7	4	3	4	2	4	3	5	2	4	2
R8	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3
R9	5	5	5	1	5	3	4	1	5	3
R10	5	1	5	2	5	2	5	1	5	1
R11	3	3	4	3	5	3	4	1	4	1
R12	4	4	5	4	5	2	5	2	5	3
R13	4	2	4	2	3	2	4	1	4	1
R14	5	2	5	2	5	1	4	1	5	1
R15	5	3	4	3	5	2	4	2	4	5
R16	3	3	4	2	3	3	3	2	4	2
R17	4	3	4	2	5	2	4	1	4	2
R18	5	3	5	1	4	2	5	1	5	2
R19	5	5	5	4	4	1	5	2	5	4
R20	4	3	4	2	4	3	4	2	4	2
R21	4	5	5	2	4	1	5	1	5	1
R22	5	3	5	1	5	1	5	1	5	1
R23	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4
R24	5	5	5	2	5	2	5	1	5	2
R25	4	4	5	1	5	2	3	4	5	2
R26	4	3	4	2	5	2	5	1	5	2
R27	4	5	4	2	5	2	5	2	5	3
R28	5	2	5	1	4	1	5	1	4	1
R29	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5
R30	5	2	5	1	4	1	5	1	5	1

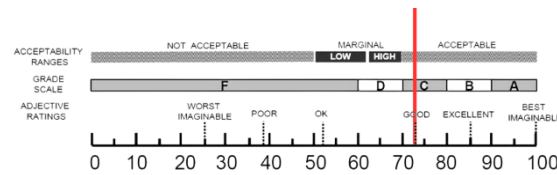
Gambar 8. Skor Ditentukan oleh Responden

Berdasarkan perhitungan terhadap 30 responden tersebut, diperoleh total keseluruhan *raw score* sebesar 911, sehingga rata-rata *raw score* per responden adalah 30,37. Dengan demikian:

$$\begin{aligned} \text{Skor SUS} &= 30,37 \times 2,5 \\ \text{Skor SUS} &= 75,92 \end{aligned}$$

Hasil pengukuran menunjukkan bahwa skor SUS rata-rata yang diperoleh adalah 75,92. Berdasarkan skala interpretasi SUS yang umum digunakan, skor tersebut berada pada kategori *Good*, yang menandakan bahwa sebagian besar pengguna

dapat menggunakan aplikasi dengan baik tanpa mengalami hambatan yang signifikan.



Sumber: [4]

Gambar 9. Skala Penilaian Skor SUS

Secara keseluruhan, ketiga fase HCD terbukti saling melengkapi, dimana temuan pada tahap inspirasi membentuk kebutuhan fungsional di tahap ide, yang kemudian menghasilkan prototipe dengan tingkat kebergunaan yang dapat diterima pada tahap implementasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rembulan dkk. [3] yang menyatakan bahwa pendekatan secara konsisten menghasilkan peningkatan *usability* pada aplikasi *mobile* berbasis lokasi.

3.4. Keterbatasan Penelitian dan Peluang Pengembangan

Meskipun hasil penelitian ini telah menunjukkan potensi dalam menjawab kebutuhan pengguna terhadap layanan belanja instan *multi-vertical*, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Proses pengumpulan data preferensi pengguna dan pengujian *usability* dilakukan pada jumlah responden yang relatif terbatas serta didominasi oleh kelompok usia muda (19-24 tahun). Kondisi tersebut menyebabkan analisis terhadap variasi perilaku konsumen urban secara lebih luas belum dapat sepenuhnya terakomodasi.

Selain itu, evaluasi yang dilakukan dalam penelitian ini masih berfokus pada pengujian kepuasan pengguna terhadap rancangan antarmuka berbasis prototipe *high-fidelity* dan belum mencapai tahap implementasi sistem secara nyata. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan responden dengan rentang demografi yang lebih beragam, mengembangkan integrasi data secara *real-time*, serta menambahkan aspek evaluasi *usability* yang lebih mendalam, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap pengalaman pengguna.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil merancang antarmuka aplikasi *Q-commerce multi-vertical* menggunakan pendekatan *Human-Centered Design* (HCD) yang terdiri dari tiga fase utama, yaitu inspirasi, ide, dan implementasi. Ketiga fase tersebut terbukti saling melengkapi secara berurutan, dimana temuan pada setiap tahap menjadi landasan bagi tahap berikutnya.

Pada tahap inspirasi, studi komparatif terhadap platform *E-commerce* dan *Q-commerce* yang telah ada mengidentifikasi kesenjangan utama berupa keterbatasan visibilitas penjual lokal secara *online*. Hal ini diperkuat oleh hasil kuesioner terhadap 30 responden, dimana 44% menyatakan ketidaktahuan mengenai lokasi

produk sebagai kendala utama dalam kondisi mendesak, dan 92% menyatakan ketertarikan terhadap konsep aplikasi yang diusulkan.

Pada tahap ide, kebutuhan fungsional disusun berdasarkan temuan tersebut dan diwujudkan dalam prototipe visual menggunakan *Figma*, mencakup halaman beranda berbasis lokasi, pencarian multi-kategori, katalog toko, finalisasi pesanan, dan pelacakan status pengiriman secara *real-time*.

Pada tahap implementasi, pengujian prototipe menggunakan kuesioner *System Usability Scale* (SUS) terhadap 30 pengguna menghasilkan skor rata-rata sebesar 75,92, yang berada pada kategori *Good*. Hasil ini menunjukkan bahwa antarmuka yang dirancang dapat digunakan dengan baik oleh pengguna tanpa hambatan yang signifikan, sekaligus memvalidasi bahwa pendekatan HCD efektif dalam menghasilkan solusi yang selaras dengan kebutuhan nyata pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dr. Shefali, "The Impact Of *E-commerce* On Gross Regional Domestic Product," *European Economic Letters (EEL)*, vol. 15, no. 1, pp. 22-31, 2025.
- [2] K. M., D. T. George, and D. A. K. K., "The Rise of Quick Commerce: A Study on Consumer Intentions and Influencing Factors," *International Journal of Research Publication and Reviews*, vol. 6, no. 4, pp. 15108-15113, Apr. 2025.
- [3] L. Arora, "An in-depth analysis on the Psychology behind the success of Quick Commerce," *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, vol. 9, no. 3, pp. 1-23, Mar. 2025.
- [4] M. Anisa and M. S. Purwanegara, "Unraveling the rise and fall of quick commerce in Indonesia: insights from industry experts," *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, vol. 6, no. 1, pp. 19-31, 2024.
- [5] G. D. Rembulan, P. M. Akhirianto, D. Priyono, D. K. Pramudito, and D. Irwan, "Evaluation and Improvement of *E-Grocery Mobile Application* User Interface Design Using *Usability Testing* and Human Centered Design," *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, vol. 5, no. 3, pp. 41-45, Sep. 2023.
- [6] IDEO.org, *The Field Guide to Human-Centered Design*, edisi ke-1. Canada: IDEO.org, 2015.
- [7] IDEO U, "What is *Human-Centered Design*?" [ideou.com. https://www.ideo.com/blogs/inspiration/what-is-human-centered-design](https://www.ideo.com/blogs/inspiration/what-is-human-centered-design) (diakses pada 10 Mar. 2026).
- [8] N. P. Rohmah and H. Yulianton, "Sistem Analis UI/UX *Mobile* JKN dengan Pendekatan *Design Thinking* (Studi Kasus Peningkatan Akses dan Kepuasan Pengguna)," *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, vol. 7, no. 6, pp. 2194-2202, Des. 2024.
- [9] M. Jatmiko and S. Amelia, "Perancangan UI-UX Menggunakan Pendekatan HCD (*Human-Centered Design*) pada Website Thriftdoor," *Jurnal Ilmiah Teknologi Komputer dan Sistem Informasi*, vol. 3, no. 1, pp. 12-21, Jan. 2025.
- [10] J. Brooke, "SUS: A Retrospective," *Journal of Usability Studies*, vol. 8, no. 2, pp. 29-40, Feb. 2013.

- [11] S. F. Widyono, N. Hendrakusma, and M. A. Akbar, "Perancangan User Interface Aplikasi Travelingyuk Berbasis *Mobile* Menggunakan Metode Human Centered *Design* (HCD)," Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, vol. 3, no. 8, pp. 7415-7424, Agu. 2019.
- [12] W. S. A. Pratama and A. D. Indriyanti, "Perancangan *Design* UI/UX *E-commerce* TRINITY Berbasis Website dengan Pendekatan *Design Thinking*," *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, vol. 04, no. 01, pp. 50-61, 2023.
- [13] Uxia, "A Practical Guide to the *System Usability Scale*," 2 Januari 2026. [Online]. Available: <https://www.uxia.app/blog/system-usability-scale>. [Diakses 12 Maret 2026].