



PERANCANGAN UI/UX WEBSITE MARKETPLACE IKAN MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

UI/UX DESIGN OF FISH MARKETPLACE WEBSITE USING DESIGN THINKING METHOD

Muhamad Deni Ramdani¹, Fathoni Mahardika²

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Sebelas April

Email: 220660121068@student.unsap.ac.id¹, fathoni@unsap.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 02-01-2026

Revised : 03-01-2026

Accepted : 05-01-2026

Published : 07-01-2026

Abstract

Indonesia possesses significant maritime potential; however, traditional fish markets often face challenges related to limited price transparency and uncertain stock availability. This study aims to design the User Interface (UI) and User Experience (UX) of the web-based marketplace Ruang Ikan as a digital solution for fishery product marketing in Desa Jatihurip, employing the Design Thinking methodology consisting of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observation and in-depth interviews with five respondents, comprising both fish traders and consumers. The findings indicate that the main user concerns involve doubts about product freshness and difficulties in accessing seller locations. The proposed design solutions include an informative product catalog, integration of store location maps, and a direct communication feature (chat) to enhance trust and interaction. Usability testing using the System Usability Scale (SUS) placed the prototype in the "good" category, confirming its feasibility for implementation. Overall, this design successfully provides transparent and efficient fish trading transactions for the community in Desa Jatihurip.

Keywords : *Design Thinking, Fish Marketplace, UI/UX.*

Abstrak

Indonesia memiliki potensi maritim yang besar, namun praktik pemasaran ikan di pasar tradisional masih menghadapi kendala berupa kurangnya transparansi harga dan ketersediaan stok. Penelitian ini bertujuan merancang antarmuka (User Interface) dan pengalaman pengguna (User Experience) pada marketplace berbasis web Ruang Ikan sebagai solusi digitalisasi pemasaran hasil perikanan di Desa Jatihurip dengan menggunakan metode Design Thinking yang meliputi lima tahapan: empathize, define, ideate, prototype, dan test. Data diperoleh melalui observasi serta wawancara mendalam terhadap lima responden yang terdiri dari pedagang dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan utama pengguna terletak pada keraguan terhadap kesegaran produk dan kesulitan akses lokasi. Solusi desain yang ditawarkan mencakup katalog produk yang informatif, integrasi peta lokasi toko, serta fitur komunikasi langsung (chat) untuk meningkatkan kepercayaan dan interaksi. Pengujian menggunakan System Usability Scale (SUS) menempatkan prototipe dalam kategori baik dan layak diimplementasikan, sehingga rancangan ini mampu memberikan kemudahan transaksi ikan secara transparan dan efisien bagi masyarakat Desa Jatihurip.

Kata Kunci: *Design Thinking, Marketplace Ikan, UI/UX.*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara maritim memiliki potensi besar dalam sektor perikanan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip oleh Aditama dkk. (2025) menunjukkan bahwa sektor ini mengalami pertumbuhan signifikan sebesar 23,43% pada triwulan pertama tahun 2024. Kendati



demikian, pemanfaatan potensi tersebut belum sepenuhnya terintegrasi dengan teknologi digital, khususnya pada pasar tradisional dan pelaku UMKM. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan sistem pemasaran konvensional atau melalui perantara, sehingga menimbulkan rantai distribusi yang panjang, harga yang kurang transparan, serta keuntungan yang relatif rendah bagi nelayan lokal (Aditama dkk., 2024).

Dari sisi konsumen, tuntutan terhadap efisiensi belanja pangan semakin meningkat. Namun, pengalaman berbelanja di pasar ikan tradisional kerap terkendala oleh aspek kenyamanan dan ketidakpastian ketersediaan produk. Digitalisasi melalui platform marketplace dipandang sebagai solusi yang mendesak. Penelitian Nababan & Kuswanto (2025) menegaskan bahwa hambatan utama dalam digitalisasi sektor perikanan terletak pada kualitas antarmuka (User Interface) yang kurang menarik serta pengalaman pengguna (User Experience) yang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan desain berorientasi manusia untuk menjembatani kesenjangan antara teknologi dan kebutuhan nyata masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada perancangan marketplace ikan berbasis web yang menawarkan aksesibilitas luas tanpa memerlukan instalasi aplikasi tambahan. Metode Design Thinking dipilih karena menekankan empati terhadap pengguna (Ramadhan, 2024). Walaupun penelitian ini menggunakan data kualitatif dari observasi terbatas terhadap lima responden, pendekatan tersebut tetap relevan dengan prinsip utama Design Thinking, yakni mengidentifikasi pain points secara mendalam guna menghasilkan solusi desain yang intuitif, fungsional, serta mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk perikanan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Design Thinking sebagai kerangka kerja utama dalam perancangan antarmuka (User Interface) dan pengalaman pengguna (User Experience) pada marketplace perikanan. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya menghasilkan solusi inovatif yang berpusat pada kebutuhan real pengguna melalui proses iteratif yang sistematis (Ramadhan, 2024). Tahapan penelitian mengikuti lima fase utama Design Thinking, yaitu:

1. Empathize: Tahap awal penelitian difokuskan pada upaya memahami secara mendalam kebutuhan serta kendala yang dihadapi pengguna. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam (in-depth interview) terhadap lima responden, yang terdiri atas calon konsumen dan pedagang ikan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip User-Centered Design, yang menekankan pentingnya eksplorasi titik masalah (pain points) secara kualitatif guna membangun landasan perancangan yang kuat (Nababan & Kuswanto, 2025).
2. Define: Tahap analisis dilakukan setelah proses empati untuk mengidentifikasi permasalahan inti yang dihadapi pengguna. Pada fase ini, peneliti menyusun User Persona sebagai representasi profil target pengguna, serta mengembangkan User Journey Map guna memetakan alur interaksi pengguna dengan sistem yang ada. Pemetaan tersebut bertujuan untuk menyoroti hambatan utama yang dialami, antara lain kesulitan dalam memverifikasi kesegaran ikan serta alur pemesanan yang kurang efisien (Aditama dkk., 2025).



3. Ideate: Berdasarkan hasil perumusan masalah, tahap ideasi dilakukan melalui proses curah pendapat (brainstorming) untuk menghasilkan alternatif solusi desain. Pada fase ini, peneliti menyusun Arsitektur Informasi (Information Architecture) serta alur pengguna (User Flow) guna memastikan navigasi web yang lebih intuitif dan mudah dipahami. Fokus utama ideasi diarahkan pada pengembangan fitur-fitur kunci, antara lain filter kategori produk, deskripsi kesegaran ikan secara detail, serta sistem transaksi yang sederhana dan efisien.
4. Prototype: Solusi desain yang telah dikembangkan kemudian diwujudkan dalam bentuk High-Fidelity Prototype menggunakan perangkat lunak Figma. Prototipe ini dirancang secara interaktif dengan tampilan menyerupai produk akhir, sehingga memungkinkan pengguna memperoleh pengalaman yang mendekati kondisi nyata dalam menggunakan platform marketplace ikan yang diusulkan. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji aspek antarmuka dan alur interaksi secara lebih komprehensif sebelum implementasi sistem secara penuh.
5. Testing: Tahap akhir penelitian dilakukan melalui Usability Testing terhadap lima responden yang sama pada fase awal. Pengujian ini bertujuan untuk menilai tingkat efektivitas serta kepuasan pengguna dalam menggunakan prototipe marketplace ikan. Untuk memperoleh data kuantitatif yang objektif, penelitian ini menerapkan metode System Usability Scale (SUS) sebagai instrumen evaluasi standar. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa rancangan yang dihasilkan telah memenuhi kebutuhan fungsional sekaligus memberikan kenyamanan bagi pengguna (Natsir & Sihombing, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Empathize

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam terhadap lima responden, teridentifikasi bahwa permasalahan utama dalam proses pembelian ikan secara konvensional terletak pada minimnya transparansi harga serta keterbatasan informasi mengenai kesegaran produk. Selain itu, pengguna menghendaki adanya platform yang mampu menyediakan navigasi sederhana serta informasi stok yang akurat untuk mendukung pengalaman belanja yang lebih efisien. Temuan tersebut kemudian dirangkum dalam bentuk User Persona, yang berfungsi sebagai acuan dalam proses perancangan desain agar solusi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan nyata pengguna.

a. Pertanyaan Wawancara

Untuk menggali pengalaman dan kendala pengguna dalam membeli ikan segar, peneliti menggunakan pertanyaan terbuka sebagai berikut:

- 1) Bagaimana cara Anda biasanya membeli ikan segar? Apakah melalui pasar tradisional atau pedagang keliling?
- 2) Apa kendala utama yang Anda rasakan ketika berbelanja di pasar ikan tradisional?
- 3) Apakah Anda mengalami kesulitan dalam membandingkan harga ikan antar pedagang untuk memperoleh harga terbaik?
- 4) Pernahkah Anda mencari jenis ikan tertentu, namun stoknya tidak tersedia ketika tiba di lokasi?"



- 5) Bagaimana cara Anda memastikan ikan yang dibeli benar-benar segar apabila tidak dapat melihatnya secara langsung?
- 6) Apakah informasi mengenai lokasi penangkapan atau waktu kedatangan ikan penting bagi Anda dalam menentukan keputusan pembelian?
- 7) Jika tersedia platform berbasis web untuk pemesanan ikan, fitur apa yang paling Anda harapkan?
- 8) Bagaimana pendapat Anda mengenai kemudahan melakukan transaksi secara online untuk memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari?

b. Hasil Wawancara

Setelah melakukan wawancara kepada 5 responden tersebut ditemukanlah masalah seperti berikut:

No	Informan	Temuan Utama	Keterangan
1	Pembeli 1	Kesulitan meluangkan waktu ke pasar karena kondisi pasar yang kurang nyaman (becek dan bau).	Membutuhkan efisiensi belanja tanpa harus datang ke lokasi fisik.
2	Pembeli 2	Ketidakpastian stok jenis ikan tertentu dan harga yang sering berubah secara tidak transparan.	Membutuhkan fitur informasi stok secara <i>real-time</i> dan katalog harga.
3	Pembeli 3	Keraguan terhadap tingkat kesegaran ikan jika membeli secara daring karena tidak bisa melihat produk langsung.	Membutuhkan visualisasi produk yang jelas dan informasi waktu tangkap.
4	Penjual Ikan 1	Jangkauan pemasaran sangat terbatas karena hanya bergantung pada pembeli yang datang ke lapak.	Membutuhkan media promosi digital yang sederhana untuk memperluas pasar.
5	Penjual Ikan 2	Ketergantungan pada tengkulak dalam penentuan harga hasil tangkapan.	Membutuhkan sistem yang memfasilitasi transaksi langsung kepada konsumen.

2. Tahap Define

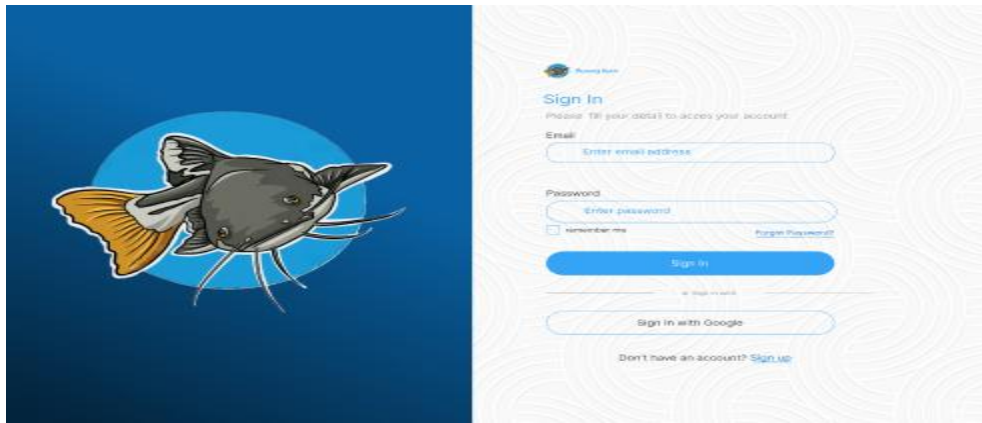
Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa permasalahan utama yang perlu diperhatikan dalam perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna pada marketplace ikan berbasis web, yaitu:

- a. Navigasi Sederhana : Mengingat tingkat literasi digital pengguna yang beragam, desain antarmuka harus menekankan penggunaan ikon yang intuitif serta teks yang mudah dipahami untuk meminimalisasi hambatan dalam interaksi.
- b. Transparansi Data : Penyajian informasi yang akurat mengenai harga, jenis ikan, dan ketersediaan stok pada halaman utama menjadi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kejelasan dan kepercayaan pengguna terhadap platform.
- c. Fitur Kepercayaan : Ketersediaan fitur komunikasi, seperti chat, diperlukan untuk memfasilitasi negosiasi maupun tanya jawab terkait detail produk. Hal ini berfungsi sebagai mekanisme membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli.



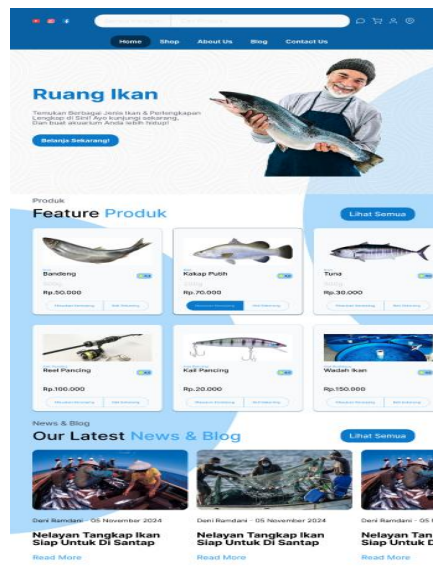


Information Architecture (IA) merupakan proses penyusunan dan pemetaan informasi yang bertujuan untuk memastikan pengguna dapat mengakses serta menemukan data secara sistematis dan efisien. Fokus utama IA terletak pada pengelompokan konten serta perancangan navigasi, sehingga alur pencarian informasi menjadi lebih logis, terstruktur, dan mudah dipahami oleh pengguna.



Gambar 3. Tampilan Sign In

Gambar ini merupakan tampilan pertama dari website marketplace ruang ikan tertera disana user yang sudah memiliki akun bisa langsung login ke website, namun bagi user yang belum mempunyai akun bisa daftar terlebih dahulu di bagian sign up.

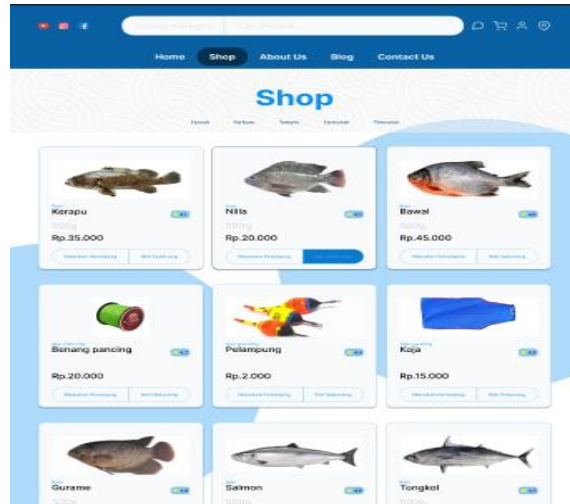


Gambar 4. Tampilan Beranda Ruang Ikan

Gambar diatas menunjukkan halaman beranda sebuah website Ruang Ikan. Pada bagian atas terdapat header navigasi yang berisi kolom pencarian, ikon akun atau keranjang, serta menu Home, Shop, About Us, Blog, dan Contact Us. Bagian hero section menampilkan judul Ruang Ikan, deskripsi singkat layanan penjualan ikan dan perlengkapan, disertai tombol ajakan Belanja Sekarang dan ilustrasi penjual ikan untuk menarik perhatian pengguna. Di bawahnya terdapat section Feature Produk yang menampilkan kartu produk seperti ikan bandeng, kakap putih, tuna, reel pancing, kail pancing, dan wadah ikan, lengkap dengan gambar, berat, harga,



serta tombol aksi. Pada bagian paling bawah ditampilkan section News & Blog yang memuat artikel terbaru seputar nelayan dan perikanan. Secara keseluruhan, desain halaman ini menunjukkan alur marketplace yang informatif, visual-friendly, dan berfokus pada kemudahan pengguna dalam menjelajah produk dan konten.



Gambar 5. Shop

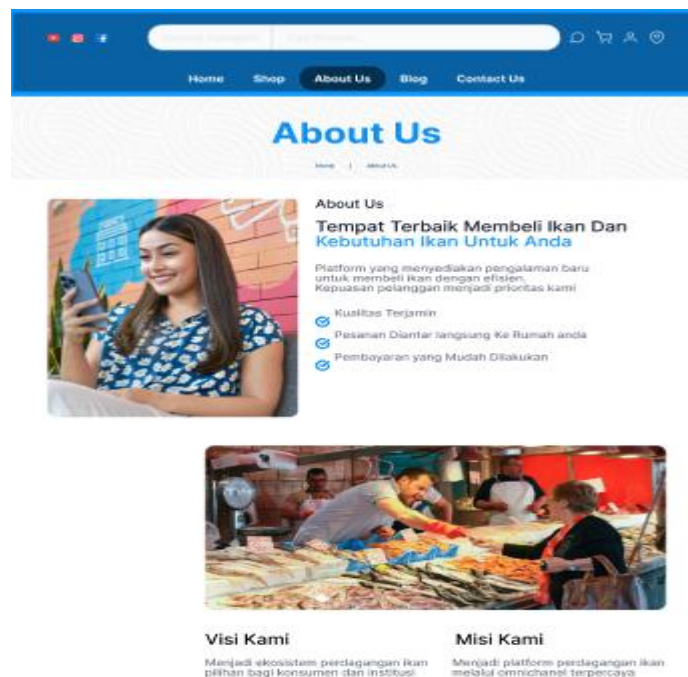
Gambar berikutnya menunjukkan halaman Shop pada website marketplace *Ruang Ikan* berfungsi sebagai pusat utama untuk menampilkan seluruh produk yang tersedia. Pada bagian atas halaman terdapat judul Shhop beserta filter kategori yang memudahkan pengguna menyaring produk berdasarkan jenis tertentu. Selanjutnya, daftar produk ditampilkan dalam bentuk grid kartu yang berisi gambar, nama produk seperti kerapu, nila, bawal, gurame, salmon, tongkol, serta perlengkapan seperti benang pancing, pelampung, dan kotak, informasi berat atau satuan, harga, serta tombol aksi seperti Masukkan Keranjang dan Beli Sekarang. Dengan tata letak yang rapi dan konsisten, halaman ini memudahkan pengguna untuk membandingkan produk, menemukan barang sesuai kebutuhan, serta melanjutkan proses pembelian secara praktis, sehingga mendukung aspek usability pada sistem marketplace.



Gambar 6. Keranjang Saya



Gambar diatas menunjukan halaman Keranjang Saya pada marketplace *Ruang Ikan* berfungsi sebagai ruang tinjauan produk sebelum proses checkout, di mana pengguna dapat melihat daftar item yang telah dipilih, seperti salmon, tuna, dan kakap putih, lengkap dengan gambar, informasi berat, harga satuan, serta pengaturan jumlah yang dapat disesuaikan. Pada bagian bawah halaman ditampilkan ringkasan biaya yang mencakup subtotal produk, biaya pengiriman, dan total pembayaran, sehingga transparansi harga dapat terjaga. Selain itu, tersedia tombol “*Buat Pesanan*” sebagai aksi utama untuk melanjutkan ke tahap checkout. Secara keseluruhan, tampilan halaman ini dirancang untuk memberikan kejelasan informasi sekaligus memudahkan pengguna dalam mengelola keranjang belanja sebelum melakukan transaksi.



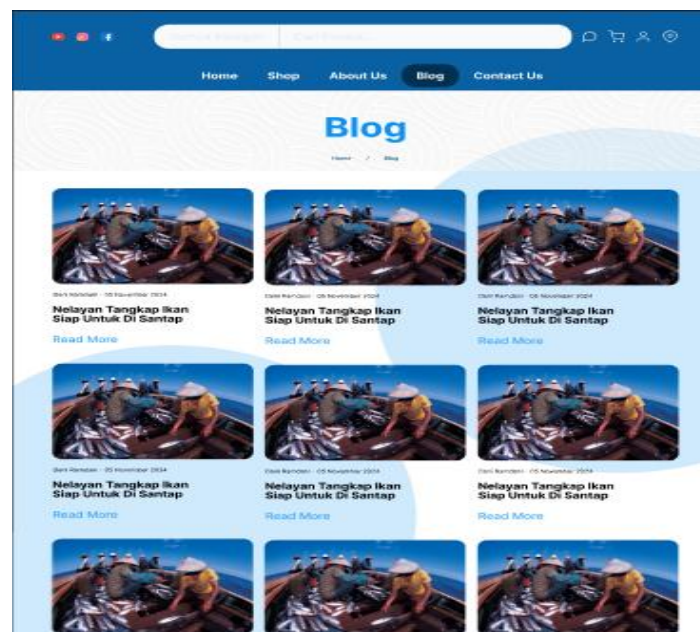
Gambar 7. About Us

Gambar berikutnya menunjukan halaman About Us pada marketplace Ruang Ikan dirancang untuk menyampaikan informasi mengenai profil dan tujuan platform secara komprehensif. Pada bagian atas ditampilkan judul “About Us” yang diikuti dengan deskripsi singkat tentang Ruang Ikan sebagai platform digital untuk pembelian ikan dan kebutuhan perikanan dengan penekanan pada aspek kualitas, kepercayaan, serta kemudahan layanan. Konten utama halaman ini memuat penjelasan mengenai keunggulan layanan, seperti jaminan kualitas produk, pengantaran pesanan langsung ke rumah, serta kemudahan dalam proses pembayaran, yang diperkuat dengan ikon visual untuk memperjelas informasi. Selain itu, halaman ini juga menyajikan bagian Visi dan Misi yang menegaskan komitmen jangka panjang Ruang Ikan dalam membangun ekosistem perdagangan ikan yang andal dan terpercaya. Secara keseluruhan, halaman About Us berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan pengguna sekaligus memperkuat citra profesional platform marketplace tersebut.



Gambar 8. Contact Us

Gambar selanjutnya menunjukkan halaman Contact Us pada marketplace *Ruang Ikan* berfungsi sebagai sarana komunikasi antara pengguna dengan pengelola platform. Pada bagian atas halaman ditampilkan judul Contact Us yang diikuti dengan informasi kontak utama, seperti alamat kantor, nomor telepon, dan alamat email resmi. Selain itu, halaman ini menyediakan formulir kontak yang memungkinkan pengguna mengisi nama, alamat email, subjek, serta pesan untuk menyampaikan pertanyaan atau keluhan secara langsung. Untuk memperkuat kepercayaan, ditambahkan pula peta lokasi yang menunjukkan posisi kantor atau pusat layanan *Ruang Ikan*. Secara keseluruhan, halaman ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menjalin komunikasi, memperoleh informasi, serta memastikan adanya saluran resmi yang responsif terhadap kebutuhan maupun masukan pelanggan.



Gambar 9. Blog



Gambar berikutnya menunjukkan tampilan halaman Blog pada marketplace Ruang Ikan berfungsi sebagai media informasi dan edukasi bagi pengguna dengan menampilkan konten seputar dunia perikanan. Pada bagian atas halaman terdapat judul “Blog” beserta navigasi breadcrumb yang menunjukkan posisi pengguna dalam situs. Selanjutnya, daftar artikel ditampilkan dalam bentuk card layout yang tersusun rapi dalam beberapa kolom, di mana setiap kartu artikel memuat gambar thumbnail, nama penulis, tanggal publikasi, judul artikel seperti “Nelayan Tangkap Ikan Siap Untuk Disantap”, serta tautan “Read More” untuk mengakses isi artikel secara lengkap. Desain ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menjelajahi konten berita dan artikel, sekaligus meningkatkan nilai informatif serta memperkuat kredibilitas website marketplace.

Ruang Ikan Checkout

Alamat Pengirim
 Jeri Jeriani (+62) 082243652231 | Jl. Mayor Abdurahman 02/04 Sumedang Jawa Barat 4321 | Utama | Ubah

Produk Dipesan
 Taurus12Store | Chat Sekarang

	Harga Satuan	Jumlah	Subtotal
 Ikan Bandeng Per KG	Rp. 40.000	2	Rp. 80.000

Pesan :

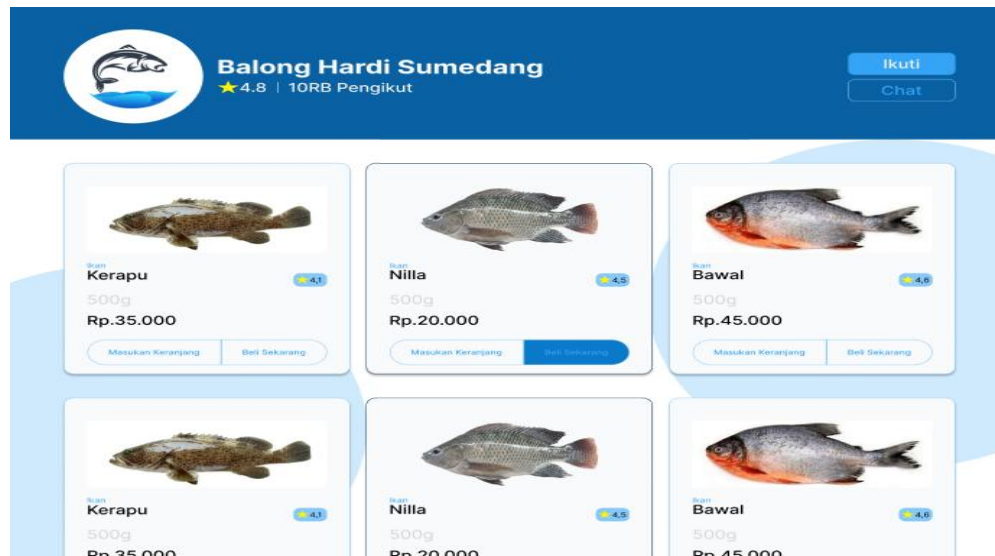
Metode Pembayaran : Cod Transfer Mitra/Agen

Subtotal Produk	Rp.80.000
Subtotal Pengiriman	Rp.20.000
Total Pembayaran	Rp.100.000

[Buat Pesanan](#)

Gambar 10. Checkout

Gambar 10 menunjukkan halaman checkout pada marketplace Ruang Ikan berfungsi sebagai tahap akhir dalam proses pemesanan sebelum pembayaran dilakukan. Pada bagian atas ditampilkan judul “Ruang Ikan Checkout” sebagai penanda alur transaksi. Bagian alamat pengirim memuat informasi penerima, meliputi nama, nomor telepon, alamat lengkap, serta opsi untuk melakukan perubahan alamat. Selanjutnya, bagian produk dipesan menampilkan detail pesanan dari toko terkait, seperti Ikan Bandeng per kilogram, yang dilengkapi dengan harga satuan, jumlah pembelian, dan subtotal. Halaman ini juga menyediakan kolom pesan untuk menyampaikan catatan khusus kepada penjual. Pengguna kemudian dapat memilih metode pembayaran, antara lain Cash on Delivery (COD), transfer bank, atau melalui mitra/agen. Pada bagian bawah halaman ditampilkan ringkasan biaya yang mencakup subtotal produk, biaya pengiriman, dan total pembayaran, serta tombol “Buat Pesanan” sebagai aksi utama untuk mengonfirmasi dan menyelesaikan transaksi.



Gambar 11. Toko

Halaman profil toko (seller page) pada marketplace Ruang Ikan ditujukan untuk menampilkan identitas serta informasi penjual, dalam contoh toko bernama “Balong Hardi Sumedang”. Pada bagian header, ditampilkan logo, nama toko, rating bintang 4,8, serta jumlah pengikut sebagai indikator tingkat kepercayaan dan reputasi penjual. Di sisi kanan tersedia tombol “Ikuti” dan “Chat” yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengikuti toko maupun berkomunikasi langsung dengan penjual. Bagian konten utama menampilkan daftar produk yang ditawarkan dalam bentuk kartu, seperti ikan kerapu, nila, dan bawal, yang dilengkapi dengan gambar produk, informasi berat, harga, serta rating masing-masing produk. Setiap kartu juga menyediakan tombol “Masukkan Keranjang” dan “Beli Sekarang” guna mendukung proses pembelian secara praktis. Secara keseluruhan, halaman profil toko ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi penjual sekaligus melakukan transaksi pembelian dari toko tertentu.



Gambar 12. Map Toko

Gambar tersebut menampilkan antarmuka peta lokasi pada platform marketplace Ruang Ikan yang berfungsi untuk memberikan visualisasi geografis mengenai posisi toko penjual, khususnya toko 'Balong Hardi Sumedang'. Melalui integrasi fitur peta ini, sistem menyajikan penanda lokasi (marker) yang presisi disertai informasi detail mengenai infrastruktur jalan dan area di sekitarnya, seperti wilayah Pasarean, guna memberikan konteks lokasi yang jelas bagi



pengguna. Secara fungsional, fitur ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi informasi dan kredibilitas penjual, sekaligus memudahkan konsumen dalam mengestimasi jarak serta jangkauan pengiriman produk perikanan secara akurat.

4. Test

No	Tampilan UI Design	Pembeli	Penjual	Saran Perbaikan
1	Halaman Sign In	Terlalu banyak kolom input membuat saya malas mendaftar saat ingin cepat membeli ikan.	Bahasa teknis pada formulir pendaftaran terkadang sulit dipahami oleh penjual tradisional	Menggunakan sistem <i>Single Sign-On</i> (Google) dan penyederhanaan bahasa formulir menjadi lebih umum.
2	Peta Lokasi Toko	Peta sangat membantu, namun saya butuh tombol navigasi langsung ke Google Maps untuk <i>self-pickup</i> .	Khawatir lokasi gudang/rumah pribadi terlihat terlalu detail di peta publik	Menambahkan fitur "Buka di Maps" dan opsi radius lokasi (bukan titik koordinat rumah persis) untuk privasi penjual.
3	Katalog & Detail Produk	Gambar ikan seringkali hanya ilustrasi. Saya butuh melihat kondisi kesegaran ikan saat ini (foto asli)	Sulit bagi saya untuk terus memperbarui foto setiap hari jika stok ikan datang dalam jumlah banyak	Menambahkan label "Foto Diambil Hari Ini" dan kolom "Waktu Tangkap" untuk meningkatkan kepercayaan pembeli.
4	Informasi Harga & Stok	Sering kecewa jika sudah memesan tapi ternyata stok di lapak fisik sudah habis	Membutuhkan tombol cepat untuk mengubah status stok menjadi 'Habis' tanpa harus mengedit seluruh produk	Integrasi tombol <i>Toggle</i> (On/Off) stok yang bisa diakses langsung dari halaman profil penjual.
5	Fitur Chat	Ingin fitur <i>chat</i> yang bisa mengirim gambar/video singkat untuk memastikan ikan masih hidup/segar	Membutuhkan fitur <i>Quick Reply</i> (balasan cepat) karena saya sering sibuk melayani pembeli di pasar fisik.	Penambahan fitur kirim media (foto/video) dan <i>template</i> balasan otomatis untuk menjawab pertanyaan stok.

KESIMPULAN

Perancangan UI/UX marketplace Ruang Ikan dengan metode Design Thinking menunjukkan bahwa pendekatan berorientasi manusia mampu menjembatani potensi sektor perikanan dengan kebutuhan digitalisasi masyarakat. Solusi desain yang dihasilkan berhasil menjawab masalah utama pengguna, yaitu keterbatasan transparansi harga dan ketidakpastian informasi kesegaran produk. Integrasi Information Architecture (IA) yang terstruktur serta visualisasi lokasi penjual terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempermudah estimasi logistik. Implementasi dalam bentuk high-fidelity prototype menegaskan pentingnya antarmuka sederhana dan intuitif bagi pengguna dengan literasi digital beragam. Fitur komunikasi



langsung (*chat*) dan pembaruan stok real-time menjadi elemen kunci dalam membangun ekosistem perdagangan digital yang efisien dan terpercaya.

Untuk pengembangan selanjutnya, sistem disarankan menambahkan pelacakan pengiriman real-time, memperluas opsi pembayaran digital, serta mengembangkan algoritma pada fitur *News & Blog* untuk edukasi kualitas ikan. Uji coba dengan responden yang lebih luas juga diperlukan guna memvalidasi efektivitas desain pada skala penggunaan yang lebih besar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan yang tulus kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih khusus ditujukan kepada para informan, baik pedagang ikan maupun konsumen di Desa Jatihurip, atas kesediaan mereka memberikan waktu dan informasi berharga melalui wawancara serta observasi lapangan. Masukan mengenai kondisi nyata pemasaran ikan di wilayah tersebut menjadi landasan penting dalam perumusan solusi desain pada platform *Ruang Ikan*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, D., Mufid, M. R., Ikawati, Y., Chafid, M., & setyadi, A. T. (2025). Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile untuk Mendukung Pemasaran Ikan di Desa Rejosari, Kabupaten Lamongan. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 7(4), 456-471.
- Aditama, D., Wibowo, A., Turmuzi, M., Damastuti, F. A., & Sarinastiti, W. (2024). Perancangan UI/UX Pemasaran Ikan Berbasis Web di Desa Rejosari Kabupaten Lamongan. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(4), 503-518.
- Arumdapta, G. A., Permatasari, R., & Fitri, A. S. (2024). UI/UX Design Of Marketplace Service Mobile and Laptop Applications Using Design Thinking Method. *Journal of Elektronik Sistem Informasi (JESII)*, 2(1).
- Jiwangga, L. (2022). *Desain Interaksi Marketplace Penjualan Hasil Tani Menggunakan Metode Design Thinking*. (Tugas Akhir, Universitas Islam Indonesia).
- Nababan, M. S. (2025). *Perancangan UI/UX Design Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web pada Toko Benih Ikan Bekasi Fish Farm*. (Tugas Akhir, Universitas Nusa Mandiri).
- Nababan, M. S., & Kuswanto, H. (2025). Perancangan UI/UX Design Berbasis Web dengan Metode Design Thinking pada Toko Benih Ikan Bekasi Fish Farm. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1).
- Natsir, F., & Sihombing, R. A. (2022). Penerapan Metode User Centered Design pada Rancangan User Interface Marketplace Pemasaran Produk Olahan Perikanan. *Journal of Practical Computer Science (JPCS)*, 2(2).
- Ramadhan, M. N. N. (2024). *Penerapan Metode Design Thinking dalam Pembuatan UI/UX Aplikasi Marketplace Ikan Hias*. (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur).
- Rusanty, D. A., Tolle, H., & Fanani, L. (2019). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Lelenesia (Marketplace Penjualan Lele) Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(8).



Sanjaya, A. N. (2025). *Redesain UI/UX Aplikasi Fishinfojatim.net Menggunakan Metode Design Thinking untuk Mempermudah Penjualan Hasil Kelautan dan Perikanan*. (Tugas Akhir, Universitas Dinamika).