

## ABSTRAK

Aplikasi Lelang Indonesia telah beroperasi sejak pertama kali diluncurkan, yaitu pada tahun 2017 dan telah beroperasi selama 6 tahun hingga saat penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2023, namun dalam fase sejak peluncuran pertamanya hingga saat ini aplikasi Lelang Indonesia telah menerima banyak keluhan dari penggunanya. Jika dilihat dari ulasan aplikasi Lelang Indonesia yang ada pada *google playstore*, kebanyakan pengguna mengeluhkan mengenai usability dari aplikasi seperti kebingungan dalam menggunakan aplikasinya, tampilan aplikasi yang menyulitkan pengguna untuk membaca informasi yang disediakan, dan terdapat *double feature* dalam aplikasi. Melihat beberapa keluhan pengguna maka perlu dilakukan perancangan ulang tampilan dengan tujuan untuk meningkatkan *usability* dari aplikasi Lelang Indonesia. *Usability* dalam model yang dikemukakan oleh Nielsen 2012 memiliki 5 metrik, yaitu *efficiency*, *learnability*, *satisfactions*, *errors*, *memorability*. Selanjutnya metode yang digunakan dalam perancangan ulang ini adalah metode *design thinking*. Metode *design thinking* memiliki 5 tahapan diantaranya *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *test*. Data yang didapatkan menunjukkan bahwa dari 8 *task* yang disediakan, responden membutuhkan waktu yang cukup lama untuk bisa menyelesaikan semua *task* yang disediakan. Dari informasi yang didapatkan ini dilakukan perancangan ulang tampilan dan selanjutnya dilakukan *usability testing* kembali untuk melihat apakah terjadi kenaikan *usability* dari 5 metrik yang ada, hasilnya menunjukkan penurunan waktu yang dibutuhkan pengguna untuk menyelesaikan setiap *task* pada tiga sesi yang berbeda. Metrik *efficiency* meningkat pada setiap *task* dibuktikan dengan kenaikan hasil perhitungan *time based efficiency*, sedangkan dalam metrik *learnability* waktu yang dibutuhkan pengguna sesi pertama penggunaan *prototype* menurun, pada metrik *satisfaction* skor *single ease questionnaire* meningkat dengan 7 dari 8 *task* mendapat skor rata – rata diatas 6, kesalahan klik menurun secara drastis dan tingkat *memorability* pengguna meningkat dibuktikan dengan penurunan waktu yang ditempuh dalam pengerjaan *task* pada ketiga sesi. Dari hasil yang didapat disimpulkan bahwa perancangan ulang tampilan mampu dan berhasil untuk meningkatkan *usability* dari aplikasi Lelang Indonesia.

**Kata Kunci** : *Redesign, Design Thinking, Lelang Indonesia, Mobile User Interface, Usability Testing*

## ABSTRACT

*Since its launch in 2017, the Indonesian auction application has been operational for six years up to the time of this study in 2023. Throughout its operation, however, it has garnered numerous complaints from its users. A review of the user feedback available on the Google Play Store reveals that the majority of users have raised concerns regarding the usability of the application. Common issues include confusion in navigating the application, a user interface that complicates the reading of provided information, and the presence of redundant features within the application. Given the various user complaints, it is necessary to undertake a redesign of the interface with the aim of improving the usability of the Indonesian Auction Application. Usability, as defined in the model proposed by Nielsen in 2012, includes five metrics: efficiency, learnability, satisfaction, errors, and memorability. The redesign process will utilize the design thinking method, which encompasses five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. This methodological approach will facilitate a user-centered redesign that addresses the core usability issues highlighted by the application's users. The data collected indicated that respondents required a considerable amount of time to complete the eight tasks provided. Based on this information, a redesign of the interface was carried out, followed by further usability testing to assess improvement across the five usability metrics. The results demonstrated a reduction in the time required for users to complete each task across three different sessions. Specifically, the efficiency metrics showed an increase for each task, evidenced by the rise in time-based efficiency scores, as measured by the single ease questionnaire, improved with 7 out of 8 tasks scoring an average above 6. Furthermore, click errors decreased significantly, and the memorability level of users increased as shown by the reduced time taken to complete tasks across the three sessions. From these results, it is concluded that the interface redesign was successful in enhancing the usability of the Indonesian Auction Application.*

**Keywords** : Redesign, Design Thinking, Indonesian Auction Application, Mobile User Interface, Usability Testing