

# INOVASI DESAIN *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* DALAM *TIKTOK SHOP* : PENGALAMAN PENGGUNA DALAM PEMBELIAN PRODUK MENGGUNAKAN SISTEM *RANKING*

Septyanika Alamanda <sup>1</sup>, Mira Wulandari<sup>2</sup>, Muhammad Faqih Dzulqarnain<sup>3</sup>

## INTISARI

Latar Belakang: *E-commerce* telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi jual beli. TikTok, dengan popularitasnya yang tinggi di kalangan anak muda, telah memperkenalkan *TikTok Shop* sebagai fitur *e-commerce* yang memungkinkan transaksi jual beli langsung dalam aplikasi. Meskipun *TikTok Shop* menawarkan kemudahan dan berbagai promo menarik, tampilan antarmuka pengguna (UI) masih menjadi tantangan, terutama bagi pengguna pemula. Inovasi dalam desain UI/UX *TikTok Shop* memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepuasan pengguna, kepercayaan, dan pangsa pasar *TikTok Shop* di Indonesia. Metode: Penelitian ini menggunakan metode *prototype* dengan perangkat lunak Figma. Hasil dan Kesimpulan: Penelitian ini menghasilkan desain UI/UX yang ramah pengguna dan mudah digunakan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna saat berbelanja di *TikTok Shop*.

**Kata Kunci** : *E-commerce*, *TikTok Shop*, *User Interface* (UI), *User Experience* (UX), *Prototype*

**Kepustakaan** : 1 Buku; 17 Jurnal (Tahun 2019 - 2024)

**Jumlah Halaman** : xi; 59 Halaman; Tabel 2.1 s.d Tabel 4.2; Gambar 3.1 s.d Gambar 4.9

POLITEKNIK 'AISYIYAH PONTIANAK

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Prodi D-III Teknologi Informasi Politeknik 'Aisyiyah Pontianak

<sup>2</sup> Dosen Politeknik 'Aisyiyah Pontianak

**INNOVATIVE USER INTERFACE AND USER EXPERIENCE DESIGN IN  
TIKTOK SHOP: USER EXPERIENCE IN PRODUCT PURCHASES  
USING A RANKING SYSTEM**

Septyanika Alamanda <sup>1</sup>, Mira Wulandari<sup>2</sup>, Muhammad Faqih Dzulqarnain<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

Introduction: *E-commerce* has become an essential part of daily life in Indonesia, offering convenience and efficiency in buying and selling transactions. TikTok, with its high popularity among young people, has introduced TikTok *Shop* as an *e-commerce* feature that allows *users* to make purchases directly within the app. Although TikTok *Shop* offers convenience and attractive promotions, its *user interface* (UI) remains a challenge, especially for new users. Innovations in TikTok *Shop's* UI/UX design have significant potential to enhance user satisfaction, trust, and market share in Indonesia. Method: This research employs a *prototype* method using Figma software. Result and Conclusion: The study resulted in a user-friendly and easy-to-use UI/UX design, improving user comfort when shopping on TikTok *Shop*.

**Keywords** : *E-commerce, TikTok Shop, User Interface (UI), User Experience (UX), Prototype*

**Literature** : 1 book; 17 Journals (2019 - 2024)

**Pages** : xi; 59 Pages; Table 2.1 to Table 4.2; Figure 3.1 to Figure 4.9

POLITEKNIK 'AISYIYAH PONTIANAK

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Prodi D-III Teknologi Informasi Politeknik 'Aisyiyah Pontianak

<sup>2</sup> Dosen Politeknik 'Aisyiyah Pontianak