

Pengembangan website e-commerce khusus untuk penyedia jasa penjualan hampers dengan metode *design thinking*

Rian Andrian¹, Ananda Sekar Putri², Firly Wiryandhani³, Nur Indah Nopriska⁴

¹²³⁴Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

¹rianandrian@upi.edu, ²anandasekar@upi.edu, ³firly@upi.edu, ⁴nurindahnr@upi.edu

Abstract-*Giving gifts is something that most people often do, it's not uncommon for someone to be confused about what gift is right to give to a special person in their life. Therefore we are trying to develop an information system based on an E-Commerce Website that aims to make it easier to choose gifts based on certain categories and events. In addition, this E-Commerce Website also aims to assist in getting a wider range of sales and ease of transactions with consumption on the E-Commerce Website. The research method we use is design thinking. The design thinking method is used to understand consumer needs and expectations, and create solutions that suit those needs. In addition, we will also use the latest technology to ensure the websites we create are responsive and easy to use. The designed features will be poured into the UI/UX and implemented on the website. In the process of developing this website, we will continue to carry out trials and testing to ensure that the website runs smoothly and meets consumer expectations. We will also conduct periodic evaluations to evaluate the effectiveness of the website and take necessary actions if necessary. With all that, it is hoped that this e-commerce website can be the right solution for hampers sales service providers and can increase their business significantly."*

Keywords- *E-Commerce, Gift, Category, UI/UX*

Abstrak-Hadiah merupakan hal yang sering dilakukan oleh sebagian besar orang, tak jarang seseorang bingung memilih hadiah apa yang tepat diberikan untuk orang spesial di hidupnya. Oleh karena itu kami berupaya mengembangkan sistem informasi berbasis *Website E-Commerce* yang bertujuan agar memudahkan dalam memilih kado berdasarkan kategori dan *event* tertentu. Selain itu *Website E-Commerce* ini juga bertujuan untuk membantu dalam mendapatkan jangkauan penjualan lebih luas dan kemudahan bertransaksi dengan konsumsi dalam *Website E-Commerce*. Metode penelitian yang kami gunakan adalah *design thinking*. Metode *design thinking* digunakan untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen, serta menciptakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan tersebut. Selain itu, kami juga akan menggunakan teknologi terbaru untuk memastikan *website* yang kami buat responsif dan mudah digunakan. Fitur yang dirancang akan dituangkan ke dalam UI/UX dan diimplementasikan ke dalam *website*. Dalam proses pengembangan *website* ini, kami akan terus melakukan uji coba dan pengujian untuk memastikan bahwa *website* berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan konsumen. Kami juga akan melakukan evaluasi berkala untuk mengevaluasi efektivitas *website* dan mengambil tindakan yang diperlukan jika diperlukan. Dengan semua itu, diharapkan *website e-commerce* ini dapat menjadi solusi yang tepat untuk penyedia jasa penjualan hampers dan dapat meningkatkan bisnis mereka secara signifikan."

Kata kunci- *E-Commerce, Kado, Kategori, UI/UX*

I. PENDAHULUAN

Kebanyakan orang seringkali merasa bingung ketika ingin memberikan sebuah kado kepada orang spesial di hidupnya [1]. Selain itu untuk memberikan sebuah kado tentunya kita membutuhkan isi kado menarik beserta bungkus kado dan kartu ucapannya. Untuk mempermudah pengiriman kado yang siap langsung dikirim kepada penerima kado yang dituju, maka dari itu kami menawarkan sebuah solusi dengan adanya *website* yang menjual berbagai jenis kado menarik dengan pemilihan kotak kado dan kartu ucapan yang dapat dipesan sekaligus dengan isi kadonya. Tentunya dengan harapan bahwa *website* ini akan mempermudah banyak orang [2] untuk

berbagi kado tanpa harus kesulitan memilih kado, juga untuk mengefisienkan pengiriman kado yang dapat langsung dikirim kepada penerimanya dengan packaging yang menarik sesuai permintaan dan pilihan customer. Selain itu pada sistem informasi ini akan dilengkapi dengan fitur kategori yang relevan sehingga menambah variasi kado sesuai dengan event dan kebutuhan pelanggan. Misalnya pada bulan Maret terdapat season "Woman's Day" dengan pilihan barang yang relate dengan tema tersebut.

Selain itu juga kategori dapat diklasifikasikan sesuai dengan jenis kelamin, kategori ulang tahun, pernikahan, anniversary dll. Sesuai dengan latar belakang masalah

yang telah disampaikan diatas maka rumusan masalah yang akan kami kembangkan adalah:

- Bagaimana membuat sebuah sistem informasi berbasis *website* untuk membantu masyarakat memilih kado?
- Bagaimana membuat sebuah sistem informasi berbasis *website* untuk membeli dan mengirim kado langsung ke penerima

Pada artikel ini, tim pengembang merekomendasikan konsep *website e-commerce* untuk memudahkan dalam memilih kado berdasarkan kategori. Kategori tersebut berfungsi sebagai mesin pencari, dimana pengguna dapat melihat variasi kado yang sesuai dengan kebutuhannya.

II. METODE PENELITIAN

Menurut [Glinski, 2012] Metode *Design Thinking* merupakan sebuah pola pemikiran seperti desainer yang menggunakan pendekatan human oriented dalam pemecahan masalahnya. Pada metode *design thinking* ini akan dilakukan pengumpulan inspirasi, interpretasi, penggalian ide, eksperimen, evaluasi dan evolusi. Untuk melakukan tahapan-tahapan tersebut melibatkan beberapa responden untuk membantu menanggapi permasalahan yang telah kami temukan beserta solusi yang ditawarkan. Metode ini akan membantu pengembangan *website e-commerce* dalam menemukan solusi dari permasalahan yang akan dipecahkan dengan proses membangun ide yang terstruktur.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan disajikan berupa data dan informasi yang didapatkan pada setiap tahapan *design thinking* yang dilakukan [3], [4], [5]. Tahapan tersebut dilakukan secara sistematis seperti yang sudah dijelaskan pada bagian method. Hasil dan diskusi yang didapatkan melibatkan beberapa jawaban responden yang kemudian diolah oleh tim pengembang sehingga akan menghasilkan platform *website* yang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan di masyarakat. Hasil dan diskusi tersebut dirangkum dalam tahapan-tahapan sebagai berikut:

3.1. Empathize

Pada tahapan ini kita akan mengamati apa saja yang akan *user* lakukan ketika berinteraksi dengan sistem informasi yang dibuat. Selain itu pada tahapan ini akan memungkinkan baik *user* maupun pihak pengembang untuk saling mengasumsikan nilai-nilai dari pengalaman yang mereka miliki sehingga timbulah kebutuhan yang dirasa perlu diselesaikan. Untuk membantu para responden atau *user* untuk mengungkapkan pengalaman pribadinya, maka kami memberikan survei terkait dengan *problem solving* yang akan ditawarkan. Data-data tersebut berupa:

1. Responden

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini tidak membutuhkan spesifikasi khusus hanya cukup memenuhi syarat dapat mengoperasikan gawai serta memiliki pengalaman berbelanja *online*.

2. Sampel

Pada bagian ini akan memberikan gambaran secara umum mengenai keadaan sampel yang didapatkan ditinjau dari jenis kelamin dan status. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 dan 2 dibawah ini:

Tabel 1 Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Sampel	Presentase
1.	Laki-laki	8	61,5%
2.	Perempuan	5	38,5%
Jumlah		13	100%

Tabel 2 Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Status	Jumlah Sampel	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	11	84,7%
2.	Pekerja	2	15,3%
Jumlah		13	100%

Pekerjaan seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam keputusannya. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk jasa. Komposisi sampel menurut tingkat pendidikan disajikan pada tabel 3.1.2. Berdasarkan tabel 3.1.2 diatas dapat diketahui bahwa responden memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda, dengan responden yang sebagai Pelajar/Mahasiswa jumlahnya lebih dominan yaitu sebanyak 84,7%, sementara responden yang bekerja sebanyak 15,3%.

3. Research Question

- Apakah Anda kerap memberikan kado kepada kerabat terdekat anda?
- Apakah Anda pernah bingung untuk mencari dan memilih kado untuk seseorang?
- Apa yang anda lakukan ketika bingung mencari kado?
- Seberapa penting jenis barang yang di kadokan?
- Apakah Anda merasa kesulitan ketika harus membeli, membungkus dan mengirim kado secara satu per satu?

- Perlukah platform yang mengakomodir kebingungan dan kerepotan Anda untuk memberi hadiah dan bungkusnya?
 - Platform seperti apa yang anda butuhkan ketika merasa kebingungan dan kerepotan?
4. Hasil Survei

Berikut adalah rekapitulasi hasil survei yang diberikan kepada beberapa responden yang telah kami rangkum pada tabel 3 dibawah ini:

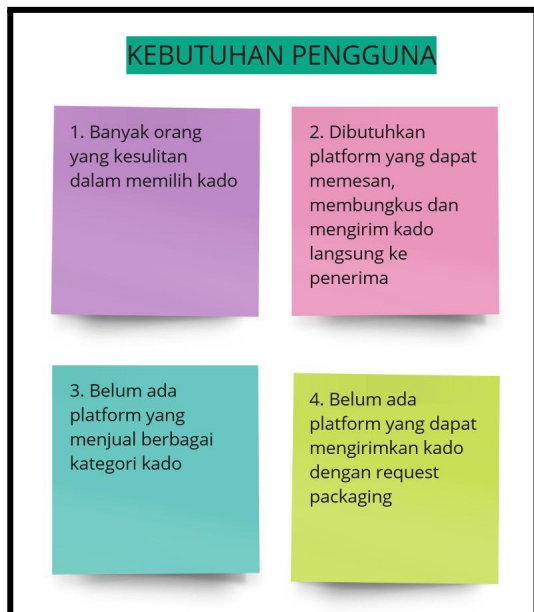
Tabel 3 Hasil Survei Responden

No.	Pertanyaan	Respon		Jumlah
1.	Apakah Anda kerap memberikan kado kepada kerabat terdekat Anda?	Ya	6	13
		Tidak	7	
2.	Apakah Anda pernah bingung untuk mencari dan memilih kado untuk seseorang?	Ya	10	13
		Tidak	1	
		Mungkin	2	
3.	Apa yang anda lakukan ketika bingung mencari kado?	Sebagian besar responden mengatasi permasalahan ini dengan mencari referensi kado melalui internet		13
4.	Seberapa penting jenis barang yang di kadokan?	Sangat Penting	3	13
		Penting	8	
		Biasa Saja	2	
		Tidak Penting	0	
5.	Apakah Anda merasa kesulitan ketika harus membeli, membungkus dan mengirim kado secara satu per satu?	Ya	9	13
		Tidak	3	
		Mungkin	1	
6.	Perlukah platform yang mengakomodir	Ya	11	13
		Tidak	2	

	kebingungan dan kerepotan Anda untuk memberi hadiah dan bungkusnya?			
7.	Platform seperti apa yang anda butuhkan ketika merasa kebingungan dan kerepotan?	Sebagian besar responden menjawab bahwa mereka membutuhkan platform penyedia berbagai jenis kado beserta bungkusnya agar lebih efisien		13

3.2 Define Problem

Pada tahapan ini dikumpulkan beberapa permasalahan yang ditemukan oleh tim pengembang melalui survei ke beberapa responden seperti pada data yang tertera di atas. Setelah data tersebut diolah, tim pengembang menyimpulkan ada beberapa kebutuhan pengguna yang dapat ditampung sehingga menghasilkan beberapa ide. Kebutuhan pengguna yang kami tampung sebagian besar menanggapi bahwa mereka kebingungan dalam memilih variasi hadiah apa saja yang dapat diberikan kepada orang terdekatnya. Selain itu mereka juga merasa membutuhkan sistem informasi yang dapat mengakomodasi kebutuhan pemesanan juga pengiriman kado yang dapat langsung dikirimkan ke penerima. Kebutuhan-kebutuhan tersebut nantinya akan diimplementasikan ke dalam *website* dengan beberapa fitur yang dapat mengakomodasi kebutuhan pengguna. Gambar 1 berikut adalah daftar penentuan permasalahan kebutuhan pengguna:



Gambar 1. Kumpulan Kebutuhan Pengguna
<https://miro.com/app>

3.3 Ideate

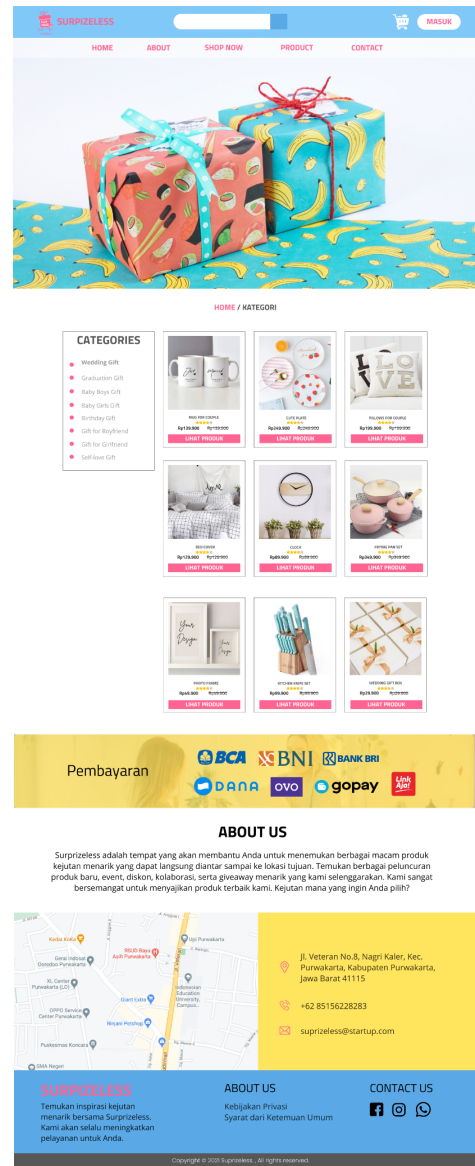
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat ketika seringkali merasa bingung saat memilih kado apa yang tepat seperti yang telah didefinisikan di atas, maka berdasarkan hasil brainstorming tim pengembang merekomendasikan pengembangan *Website E-Commerce Khusus Untuk Penyedia Jasa Penjualan Hampers. Website* dikembangkan dengan fitur-fitur sebagai berikut:

1. Menyediakan fitur pengelompokan barang berdasarkan karakteristik penerima kado.
2. Menyediakan fitur pengelompokan barang berdasarkan event/season yang sedang terjadi.
3. Menyediakan fitur pemilihan bungkus kado yang diinginkan.
4. Menyediakan jasa pembungkusan kado sesuai yang diinginkan.
5. Menyediakan fitur pembayaran dengan metode cashless.

3.4 Prototype

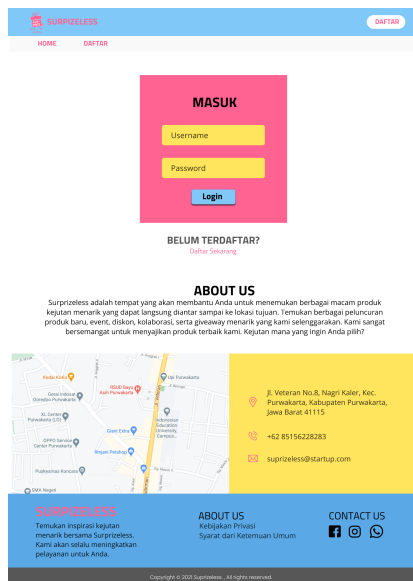
Berikut ini adalah beberapa mockup *prototype* dari *Website E-Commerce Khusus Untuk Penyedia Jasa Penjualan Hampers Suprizeless*:

- Tampilan Halaman Utama terdapat pada gambar 2 berikut.



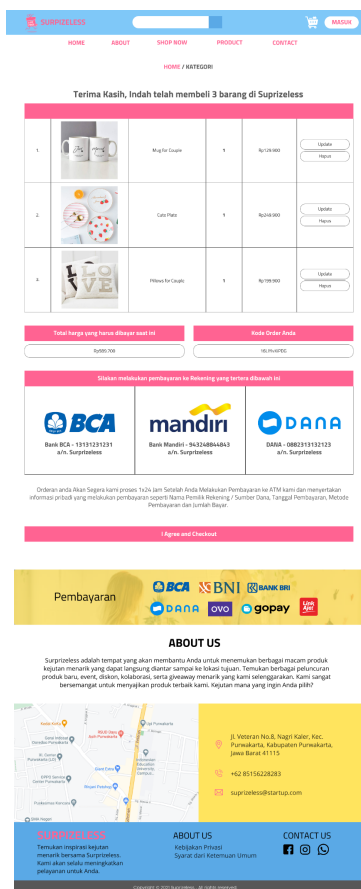
Gambar 2. Tampilan Halaman Utama

- Tampilan *Login* terdapat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Tampilan Halaman Masuk

- Tampilan *Checkout* terdapat pada gambar 4 berikut



Gambar 4. Tampilan Halaman *Checkout*

3.5 Test

Pada tahap kelima yakni tahap testing atau pengujian. Selama tahap testing, tim pengembang melihat bagaimana *user* berinteraksi dengan *prototype* yang telah dibuat. Pada tahap pengujian ini kami memperoleh beberapa *feedback* yang sangat berharga guna meningkatkan performa *Website*. Dari hasil user testing yang telah kami lakukan, kami mendapatkan beberapa *feedback* dari *user* berdasarkan gambar 5 berikut. Kami masih perlu mengembangkan fitur yang tersedia pada *website Surpriseless*, beberapa fitur yang perlu dikembangkan adalah fitur *chat* pengguna dan admin, fitur berupa tutorial tahapan penggunaan *website*, serta pengembangan lanjutan agar dapat kompatibel dengan tampilan layar telepon pintar pengguna.



Gambar 5. Hasil User Testimonial
<https://miro.com/app>

IV. PENUTUP

Dari proses *design thinking* yang telah dilakukan oleh tim pengembang, kami dapat menyimpulkan bahwasanya banyak sekali masyarakat yang seringkali merasa kebingungan ketika ingin membelikan hadiah untuk orang tersayang selain itu permasalahan juga terletak ketika mereka sudah berhasil mendapatkan hadiah yang dimaksud akan tetapi merasa kerepotan jika harus membungkus sendiri kado yang ingin diberikan. Dari hasil *user testing*, Pengembangan *Website E-Commerce Khusus Untuk Penyedia Jasa Penjualan Hampers* dianggap bisa menjadi solusi untuk beberapa permasalahan yang dihadapi.

V. REFERENSI

- [1] Rahmat, E. Analisa dan Perancangan Aplikasi Kadoku untuk Penjualan Kado. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi dan E-Bisnis)*, 1(1).2019.
- [2] Andriyan, Wendy, Sarwan Septiawan Septiawan, and Annisa Aulya. "Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Peningkatan Citra Pada Smk Dewi Sartika Tangerang." *Jurnal Teknologi Terpadu 6.2* (2020): 79-88.
- [3] Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45-55..2020.
- [4] AM, P. A., & Papatungan, I. V. Pembuatan Aplikasi Ayosparring dengan Pendekatan Design Thinking. *AUTOMATA*, 1(2).2020.
- [5] Batmetan, J. R., Komansilan, T., & Parera, A. Model design thinking pada perancangan aplikasi mobile learning. *Ismart Edu: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(02).2020.