



ANALISIS *USER EXPERIENCE* PADA *WEBSITE* GLYDA DELIGHT BAKERY (Studi Kasus : Desain Responsif dan Interaksi Pengguna)

Aryanto Nur¹, Pramesti Refita Cahyani², Luvine Daris Azahra³,
Devi Alief Fauziah⁴, Bagas Arifianto⁵

¹⁻⁵Fakultas Teknik Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika

¹aryantonur@gmail.com, ²pramestirefitacahyani@gmail.com, ³luvinezahra@gmail.com

⁴devialfahz15@gmail.com, ⁵bagasarifianto06@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pengguna (*user experience*) pada *website* Glyda Delight Bakery dengan fokus pada aspek desain responsif dan interaksi pengguna. Dalam era digital, *website* yang responsif dan memiliki interaksi yang baik sangat penting untuk pengalaman yang optimal bagi pelanggan, terutama dalam industri makanan seperti kue. *Website* dinamis dapat berubah secara otomatis dan menyesuaikan diri dengan pengguna mencakup keseluruhan perjalanan yang dilalui pengguna dari awal hingga akhir penggunaan, termasuk interaksi langsung dengan produk serta kemudahan dan kepuasan. *Website* adalah sekumpulan halaman yang dapat diakses melalui internet, berfungsi sebagai media untuk menyajikan informasi kepada pengguna. *Website* terdiri dari berbagai elemen seperti teks, gambar, video, dan link yang saling terhubung. Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi langsung terhadap *website*, wawancara dengan pengguna. Fokus penelitian terletak pada kemudahan, waktu respon, serta kesesuaian tampilan pada berbagai perangkat. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai kekuatan dan kelemahan desain *website* Glyda Delight Bakery dari perspektif pengguna. Temuan ini diharapkan dapat membantu pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan kenyamanan pengguna serta memaksimalkan interaksi dengan pelanggan. Secara keseluruhan, penelitian ini berkontribusi pada peningkatan kualitas *website* dalam mendukung bisnis *online* yang lebih efektif dan kompetitif.

Kata Kunci: *User Experience*, *Website*, Desain Responsif

Article History

Received: Oktober 2024
Reviewed: Oktober 2024
Published: Oktober 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :
10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



ABSTRACT

This research aims to analyze the user experience on the Glyda Delight Bakery website with a focus on aspects of responsive design and user interaction. In the digital era, a website that is responsive and has good interaction is very important for an optimal experience for customers, especially in the food industry such as cakes. The website can change dynamically automatically and adapt to the user covering the entire journey the user goes through from start to finish, including direct interaction with the product as well as convenience and satisfaction. A website is a collection of pages that can be accessed via the internet, functioning as a medium for presenting information to users. Websites consist of various elements such as text, images, videos and links that are connected to each other. This research uses a qualitative research method with a case study approach. Data was obtained through direct observation of the website, interviews with users. The focus of the research lies in ease, response time, and display comfort on various devices. It is hoped that the research results will provide insight into the strengths and weaknesses of the Glyda Delight Bakery website design from a user perspective. It is hoped that these findings can help further development to increase user comfort and maximize interactions with customers. Overall, this research contributes to improving website quality in supporting more effective and competitive online businesses.

Keywords: *User Experience, Website, Responsive Design.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan pesat dalam bidang teknologi *digital*, perilaku konsumsi masyarakat pun mengalami perubahan yang signifikan, termasuk dalam industri makanan, khususnya kue. Saat ini, kue tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan konsumsi semata, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup serta *tren* mode modern. Produk kue menjadi simbol status sosial dan gaya hidup sehat yang semakin diminati, khususnya di kalangan masyarakat urban. Namun, meskipun terjadi pergeseran preferensi konsumen yang semakin terbiasa dengan belanja digital, banyak pelaku bisnis kue masih mengandalkan metode pemasaran *konvensional* yang bergantung pada penjualan di toko fisik.

Strategi penjualan yang hanya mengandalkan toko fisik ini memiliki keterbatasan yang cukup besar, terutama dalam hal menjangkau konsumen yang lebih luas. Hal ini mengharuskan calon pembeli untuk secara langsung mengunjungi lokasi toko guna melihat dan membeli



produk yang ditawarkan. Bagi konsumen dengan mobilitas tinggi dan terbatasnya waktu, metode ini kurang efisien. Di sisi lain, bagi pemilik usaha, ketergantungan pada penjualan langsung di toko fisik dapat menyebabkan potensi bisnis tidak dimanfaatkan secara maksimal. Keterbatasan ini menimbulkan tantangan yang mendesak bagi pelaku usaha untuk mencari solusi alternatif yang lebih sesuai dengan perkembangan zaman.

Dalam konteks perkembangan zaman yang semakin *digital*, terjadi lonjakan signifikan dalam minat masyarakat terhadap produk kue, khususnya di Indonesia. Peningkatan minat ini membuka peluang bisnis yang sangat besar bagi pelaku usaha kue. Namun, untuk dapat tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika pasar, pelaku bisnis perlu menyesuaikan diri dengan *tren* terkini dan melakukan inovasi. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah melalui pemanfaatan teknologi informasi, khususnya penerapan sistem penjualan berbasis *website* atau *e-commerce*. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, bisnis dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan, menjangkau konsumen yang berada di luar area geografis yang biasanya dijangkau oleh toko fisik.

Selain memperluas akses pasar, *e-commerce* juga mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk, melihat koleksi terbaru, dan melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke toko. Dengan begitu, pelanggan tidak hanya dimudahkan dalam proses pembelian, tetapi juga mendapatkan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan efisien.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia sendiri telah menunjukkan tren yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh peningkatan jumlah pengguna internet serta semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem belanja *online*. Bagi konsumen, berbelanja melalui *e-commerce* memberikan banyak keuntungan, seperti kemudahan akses dari mana saja dan kapan saja, kenyamanan bertransaksi tanpa perlu repot keluar rumah, serta penghematan waktu. Sementara itu, bagi pelaku usaha, *e-commerce* memberikan sejumlah manfaat penting, termasuk penghematan biaya operasional seperti sewa toko fisik, peningkatan daya saing dengan akses ke pasar yang lebih luas, serta peluang untuk menarik konsumen baru dari berbagai wilayah, baik nasional maupun internasional.

Namun, adaptasi ke dalam sistem *e-commerce* bukanlah proses yang instan dan sederhana. Bagi banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UKM), khususnya di industri kue, transisi ke penjualan online memerlukan perencanaan yang matang serta investasi dalam teknologi dan pelatihan sumber daya manusia. Selain itu, ada kebutuhan untuk memahami bagaimana *platform digital* dapat digunakan secara optimal untuk meningkatkan eksposur produk dan interaksi dengan konsumen. Menyusun strategi pemasaran digital yang tepat juga menjadi kunci dalam memaksimalkan potensi dari penjualan online.

Keberhasilan dalam menjalankan bisnis berbasis *e-commerce* sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini dapat diwujudkan melalui berbagai fitur interaktif yang ditawarkan oleh *platform e-commerce*, seperti ulasan pelanggan, sistem loyalitas, hingga personalisasi produk. Misalnya, dalam bisnis kue, fitur kustomisasi pesanan memungkinkan pelanggan untuk memesan kue dengan desain atau cita rasa yang sesuai dengan preferensi pribadi mereka. Fitur semacam ini tidak hanya



meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga menciptakan peluang bagi pelaku usaha untuk mengenali dan merespon *tren* serta permintaan pasar secara lebih cepat dan tepat.

Salah satu contoh penerapan *e-commerce* yang berhasil adalah pada bisnis Toko Glyda Delights Bakery, yang telah beralih dari sistem penjualan *offline* ke penjualan *online* secara keseluruhan. Sebelumnya, toko ini hanya mengandalkan penjualan melalui toko fisik yang terbatas, tetapi setelah menerapkan sistem penjualan berbasis *website*, Glyda Delights Bakery mampu menjangkau pelanggan yang lebih luas, tidak hanya di area sekitar toko, tetapi juga dari berbagai wilayah yang lebih jauh. Dengan adanya sistem ini, pelanggan dapat dengan mudah mengakses katalog produk, melihat koleksi terbaru, serta melakukan pemesanan kapan saja tanpa perlu datang langsung ke toko fisik.

Yang membedakan sistem di Toko Glyda Delights Bakery dengan toko *online* lainnya adalah konsep “tanpa antri” yang diterapkan untuk meningkatkan efisiensi bagi pelanggan. Pelanggan dapat memesan produk kue melalui *website* yang telah disediakan, di mana mereka bisa memilih produk yang diinginkan, melihat rincian harga, dan melakukan pesanan secara *online*. Namun, alih-alih membayar secara digital seperti di kebanyakan *platform e-commerce*, pelanggan Toko Glyda Delights Bakery diharuskan untuk membayar pesanan mereka langsung di kasir ketika mereka datang untuk mengambil pesanan. Hal ini memadukan kenyamanan pemesanan *online* dengan fleksibilitas pembayaran *offline*, sehingga pelanggan tetap dapat menikmati kemudahan tanpa harus mengantri untuk memesan di toko. Mereka hanya perlu datang ke kasir untuk membayar sesuai dengan rincian pesanan yang telah mereka buat sebelumnya di *website*.

Sistem ini tidak hanya mengurangi waktu yang dihabiskan di toko tetapi juga memungkinkan pelanggan untuk lebih terorganisir dalam memesan produk yang mereka inginkan, sehingga ketika mereka tiba di toko, mereka hanya perlu menyelesaikan *transaksi* dan langsung mengambil pesanan. Penggabungan antara pemesanan berbasis *website* dan pembayaran langsung di toko ini menawarkan solusi yang praktis dan efisien bagi konsumen yang mungkin merasa lebih nyaman dengan pembayaran *offline* tetapi tetap ingin menikmati kemudahan pemesanan *online*.

Selain itu, penerapan sistem *e-commerce* juga memberikan kesempatan bagi Toko Glyda Delights Bakery untuk menawarkan berbagai metode pembayaran yang lebih fleksibel di kasir, seperti pembayaran tunai, transfer bank, atau dompet *digital*. Hal ini memberikan kemudahan lebih bagi pelanggan yang ingin menyesuaikan metode pembayaran dengan preferensi mereka. Pada akhirnya, ini meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi dan berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Tantangan lain yang mungkin dihadapi dalam transisi ke *e-commerce* adalah menjaga kualitas layanan dan produk. Dalam industri kue, di mana kepuasan pelanggan sering kali bergantung pada keandalan pengiriman serta kualitas produk yang diterima, penting bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa setiap pesanan dikemas dengan baik dan dikirim tepat waktu. Pengelolaan logistik yang baik menjadi salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis *e-commerce* yang sukses. Oleh karena itu, bisnis seperti Glyda Delights Bakery perlu



bekerja sama dengan jasa pengiriman yang andal serta membangun sistem manajemen pesanan yang efisien.

Melihat latar belakang tersebut, kelompok kami mengambil inisiatif untuk mengembangkan sistem penjualan berbasis *website* yang dirancang khusus untuk mendukung bisnis kue seperti Glyda Delights Bakery. Glyda Delights Bakery sebelumnya mengandalkan metode penjualan *offline*, namun seiring berjalannya waktu, toko ini telah sepenuhnya beralih ke penjualan *online*. Sistem penjualan berbasis *website* yang kami kembangkan diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, dengan sistem ini, pengalaman berbelanja pelanggan diharapkan menjadi lebih personal dan menyenangkan, dengan akses yang mudah ke informasi produk, fitur interaktif yang memungkinkan personalisasi pesanan, hingga berbagai metode pembayaran yang memudahkan transaksi.

Secara keseluruhan, penerapan sistem *e-commerce* pada bisnis kue seperti Glyda Delights Bakery tidak hanya menjawab tantangan masa kini, tetapi juga membuka peluang yang lebih besar untuk pertumbuhan di masa depan. Transformasi *digital* ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing bisnis sekaligus menjawab kebutuhan konsumen yang semakin cenderung menginginkan kenyamanan, efisiensi, dan kecepatan dalam berbelanja produk-produk yang mereka inginkan.

Dari latar belakang merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara bisnis kue dapat memanfaatkan teknologi *digital*, khususnya *e-commerce*, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh bisnis kue konvensional yang hanya mengandalkan penjualan di toko fisik, dan bagaimana solusi berbasis *website* dapat mengatasinya?
3. Bagaimana sistem pemesanan tanpa antri melalui *website* dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pelanggan dalam proses pembelian kue di Toko Glyda Delights Bakery?
4. Apa dampak penerapan sistem *e-commerce* terhadap loyalitas pelanggan dan pengelolaan bisnis kue di Indonesia, terutama dalam hal pengelolaan pesanan dan pembayaran?

Ruang lingkup analisis *User Experience (UX)* pada *website* Glyda Delight Bakery dalam studi kasus desain responsif dan interaksi pengguna bisa mencakup hal-hal berikut:

1. ***User Experience (UX)*** Penelitian akan mengeksplorasi bagaimana pengalaman pengguna (*user experience*) dalam menggunakan *website* penjualan kue dapat ditingkatkan. Fokusnya adalah pada kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan navigasi yang intuitif agar pengguna dapat dengan mudah memesan produk tanpa perlu antri. Analisis ini mencakup studi terhadap preferensi pelanggan dalam menggunakan antarmuka pemesanan yang simpel dan efisien.
2. ***Website*** Pengembangan *website* untuk penjualan kue akan dianalisis dari segi fungsionalitas dan performa. Ini termasuk bagaimana *website* dapat memberikan informasi produk secara jelas, memungkinkan proses pemesanan yang cepat, dan mengintegrasikan sistem pembayaran yang aman dan transparan di kasir sesuai dengan rincian pesanan yang dibuat pelanggan secara online.



3. **Desain Responsif** Penelitian ini akan membahas pentingnya desain responsif yang dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti desktop, tablet, dan smartphone. Desain yang responsif memungkinkan pengguna untuk memesan kue dengan nyaman di berbagai *platform*, memastikan tampilan yang konsisten dan optimal di semua ukuran layar.
4. **Interaksi Pengguna** Penelitian ini juga akan meninjau bagaimana interaksi pengguna dengan *website*, seperti proses pencarian produk, kustomisasi pesanan, dan interaksi saat *checkout*. Fokusnya adalah menciptakan pengalaman yang lancar, meminimalkan gangguan, dan meningkatkan kepuasan pengguna dengan proses pemesanan yang lebih interaktif dan efisien.

TINJAUAN PUSAKA

User Experience (UX) adalah salah satu aspek penting dalam pengembangan produk-produk digital di era modern saat ini, seperti website, aplikasi pada *smartphone*, hingga *software* yang ada di dalam komputer, dan lainnya.

Website adalah salah satu sarana penting yang bisa dimanfaatkan oleh bisnis maupun individu untuk berbagai tujuan. Baik untuk perusahaan kecil, perusahaan besar, maupun freelancer, *website* bisa menjadi senjata efektif untuk memperkenalkan diri Anda di internet.

E-Commerce adalah proses jual beli produk atau layanan secara online melalui internet. Situs *e-commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja langsung dari rumah mereka melalui perangkat *digital* seperti komputer, tablet, atau ponsel. Dalam pengembangan *e-commerce*, desain, fungsi, dan tampilan sangat penting untuk menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan efisien.

Desain Responsif Responsif Design adalah suatu pendekatan dalam pengembangan desain web yang memungkinkan tampilan halaman web menyesuaikan diri dengan berbagai perangkat dan ukuran layar. Dengan pertumbuhan pesat penggunaan perangkat seluler dan variasi ukuran layar, responsif design menjadi kunci untuk memberikan pengalaman pengguna yang konsisten dan optimal. Artikel ini akan membahas konsep, manfaat, prinsip, dan implementasi responsif design dalam detail.

METODE PENELITIAN

Desain UI/UX yang rapi sangat penting untuk memastikan produk digital dapat memberikan interaksi dan pengalaman pengguna yang optimal. Ini membantu memudahkan penggunaan produk serta meningkatkan kepuasan pengguna. *User Interface (UI)* merujuk pada semua komponen sistem interaktif, baik perangkat lunak maupun perangkat keras, yang menyediakan informasi dan cara untuk mengelolanya. UI memungkinkan pengguna melakukan tugas-tugas tertentu dengan bantuan sistem untuk mencapai tujuan yang spesifik. Dalam konteks aplikasi atau *website*, elemen UI meliputi tombol, menu, ikon, dan elemen visual lainnya yang berkontribusi pada pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Di sisi lain, *User Experience (UX)* mencakup respons yang dihasilkan atau diharapkan dari suatu produk, sistem, atau layanan. Persepsi pengguna meliputi emosi, preferensi, kenyamanan, perilaku, dan pencapaian, baik sebelum, selama, maupun setelah penggunaan Vlasenko et al.,



(2022). Pengalaman pengguna tidak hanya ditentukan oleh interaksi langsung dengan produk, tetapi juga oleh konteks di mana produk tersebut digunakan. Misalnya, kecepatan loading halaman, kemudahan navigasi, dan kualitas informasi yang disajikan semuanya berkontribusi pada pengalaman pengguna yang menyeluruh.

Salah satu metode yang sering digunakan dalam desain UI/UX adalah *Design Thinking*. Metode ini merupakan pendekatan untuk mendesain sesuai kebutuhan pengguna melalui proses empati. Terdapat lima langkah utama dalam metode ini: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing* Silvianti et al., (2023). *Design Thinking* adalah metode kolaboratif yang mengumpulkan ide dari berbagai disiplin ilmu untuk menemukan solusi paling efektif dan efisien untuk masalah yang kompleks, dengan fokus tidak hanya pada tampilan tetapi juga pengalaman pengguna Sari et al., (2020). Metode ini mengedepankan pemahaman mendalam tentang pengguna dan menciptakan solusi yang benar-benar memenuhi kebutuhan mereka.

Dalam beberapa penelitian, metode *Design Thinking* dimodifikasi menjadi enam langkah dengan tambahan tahapan implementasi. Berikut adalah penjelasan dari setiap tahap dalam metode Design Thinking:

1. *Empathize*

Langkah pertama untuk memahami pengguna dan masalah yang dihadapi. Desainer berusaha menempatkan diri di posisi pengguna untuk memahami pengalaman dan kebutuhan mereka. Ini bisa dilakukan melalui observasi, wawancara, dan analisis data. Teknik ini membantu desainer untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang perilaku dan harapan pengguna, yang menjadi dasar bagi langkah-langkah selanjutnya.

2. *Define*

Menentukan masalah yang akan dipecahkan berdasarkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan masalah pengguna. Fase ini membantu mengarahkan langkah-langkah selanjutnya dalam proses desain. Dengan mendefinisikan masalah secara jelas, tim dapat memastikan bahwa solusi yang dihasilkan relevan dan dapat menyelesaikan isu yang dihadapi pengguna.

3. *Ideate*

Pada fase ini, tim menghasilkan berbagai ide kreatif dan inovatif untuk memecahkan masalah yang telah diidentifikasi. Teknik yang digunakan meliputi *brainstorming*, *mind mapping*, *rapid prototyping*, dan *bodystorming*. Fase ini penting karena memungkinkan berbagai perspektif dan gagasan muncul, yang dapat mengarah pada solusi yang lebih baik dan lebih kreatif.

4. *Prototype*

Tim membuat prototipe solusi untuk diuji dan dievaluasi. *Prototype* dapat berupa sketsa, model *digital*, atau bahkan model sederhana dari aplikasi. Ini adalah tahap penting untuk mengevaluasi ide dan memahami kelebihan serta kekurangan solusi. *Prototype* memungkinkan tim untuk menguji asumsi dan mendapatkan umpan balik awal dari pengguna sebelum mengembangkan produk akhir.



5. *Testing*

Pada tahap ini, solusi yang dibuat diuji dan dievaluasi berdasarkan masukan dari pengguna. Umpan balik digunakan untuk memperbaiki solusi agar lebih memenuhi kebutuhan pengguna dan mencapai tujuan bisnis. Proses pengujian ini sering melibatkan pengujian *usability*, di mana pengguna diobservasi saat berinteraksi dengan produk untuk mengidentifikasi potensi masalah dan area yang perlu diperbaiki.

6. *Implement*

Setelah melalui semua tahapan di atas dan mendapatkan umpan balik yang cukup, tahap implementasi dilakukan untuk meluncurkan produk ke pasar. Fase ini mencakup penerapan solusi yang telah diuji, serta pelatihan bagi pengguna jika diperlukan. Implementasi yang efektif memastikan bahwa pengguna dapat memanfaatkan produk dengan optimal dan merasakan manfaat dari desain yang telah dilakukan.

Tahapan-tahapan ini membantu memastikan bahwa produk akhir benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna, serta memberikan pengalaman yang optimal. Dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, desainer tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga memperhatikan aspek emosional dan sosial dari pengalaman pengguna. Metode ini juga menekankan pentingnya kolaborasi antar tim yang berbeda, termasuk pengembang, desainer, dan pemangku kepentingan lainnya, untuk menciptakan solusi yang lebih holistik.

Secara keseluruhan, penerapan prinsip-prinsip desain UI/UX yang baik, bersama dengan metode *Design Thinking*, berpotensi meningkatkan efektivitas produk *digital* dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam era digital saat ini, di mana pengguna memiliki banyak pilihan, pengalaman pengguna yang positif menjadi kunci untuk memenangkan hati pelanggan dan menjaga loyalitas mereka terhadap suatu produk atau layanan. Sejalan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu "Analisis *User Experience* pada *Website Glyda Delights Bakery* (Studi Kasus: Design Responsif Dan Interaksi Pengguna)", penulis mengambil lokasi penelitian di Jakarta.

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama yang ingin dicapai dalam pengembangan sistem penjualan berbasis web untuk bisnis kue, khususnya di Toko Glyda Delights Bakery. Tujuan penelitian ini meliputi:

1. Menganalisis dan memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan dalam pengalaman berbelanja kue secara online, agar sistem yang dikembangkan dapat memenuhi ekspektasi mereka.
2. Mengembangkan *website* penjualan kue yang fungsional dan *user-friendly*, yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara efisien tanpa harus mengantri, serta mempermudah akses informasi produk.
3. Mendesain *website* dengan pendekatan responsif, sehingga dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, dan smartphone, untuk meningkatkan kenyamanan pengguna.

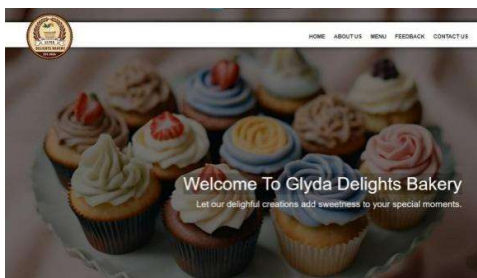
4. Menciptakan interaksi pengguna yang optimal melalui fitur-fitur interaktif pada website, seperti kustomisasi produk dan sistem *checkout* yang mudah, guna meningkatkan kepuasan pelanggan dalam proses pembelian.
5. Menilai dampak penerapan sistem *e-commerce* terhadap peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan loyalitas pelanggan di Toko Glyda Delights Bakery.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan berikutnya yang dilakukan adalah membuat prototipe produk dari website Glyda Delights Bakery sesuai dengan alur dari user flow yang sudah dibuat pada tahapan prototipe. Prototipe ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal tentang bagaimana website akan berfungsi dan berinteraksi dengan pengguna. Prototipe juga berfungsi sebagai alat untuk menguji ide dan mendapatkan umpan balik sebelum pengembangan lebih lanjut.

A. Halaman Beranda

Pada laman beranda, terdapat berbagai navigasi seperti `Home, About Us, Menu, Feedback, dan Contact Us`. Desain halaman beranda sangat penting karena merupakan pintu masuk bagi pengguna untuk menjelajahi *website*. Navigasi yang jelas dan intuitif mempermudah pengguna dalam berinteraksi, baik dalam proses pemesanan maupun dalam melihat menu produk yang ditawarkan. Elemen visual yang menarik dan penempatan informasi yang strategis di halaman beranda juga dapat meningkatkan daya tarik pengguna. Selain itu, desain responsif di halaman beranda memastikan bahwa tampilan website tetap optimal di berbagai perangkat, baik di desktop maupun mobile.



Gambar 1.1 Beranda

B. Halaman *Welcome To Glyda Delights Bakery*

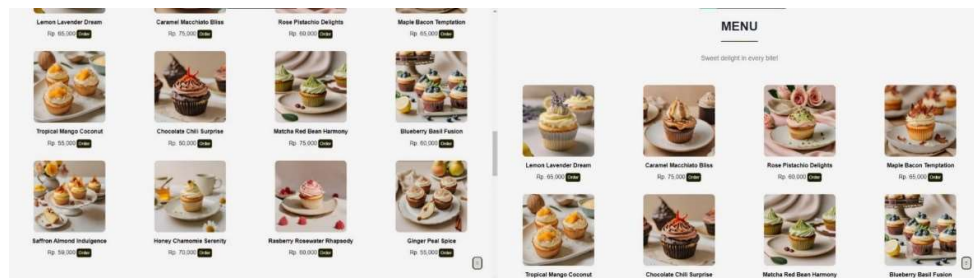
Pada halaman ini, pengguna dapat melihat sejarah awal berdirinya toko kue Glyda Delights Bakery. Penjelasan mengenai latar belakang dan visi misi toko dapat memberikan koneksi emosional dengan pengguna, serta membangun kepercayaan. Menyediakan informasi yang transparan tentang asal-usul dan nilai-nilai bisnis juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Halaman ini dapat dilengkapi dengan gambar-gambar menarik dari produk dan suasana toko untuk menciptakan pengalaman visual yang lebih mendalam.



Gambar 1.2 *About Us*

C. Halaman Menu

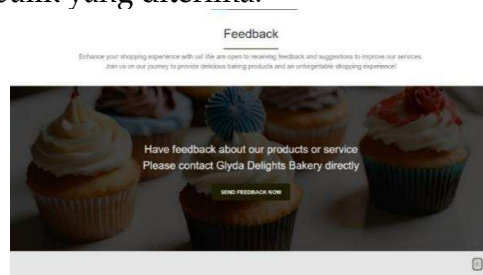
Pada halaman ini, pengguna dapat melihat berbagai jenis cupcake yang ditawarkan. Terdapat deskripsi singkat untuk setiap jenis cupcake, serta harga yang tersedia. Penempatan gambar yang menggugah selera dari setiap produk juga sangat penting untuk menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Hal ini juga dapat memanfaatkan teknik desain seperti grid layout untuk menampilkan produk secara teratur dan menarik. Informasi tentang bahan baku atau keunikan dari setiap cupcake bisa ditambahkan untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan.



Gambar 1.3 Menu

D. Halaman Feedback

Pada halaman ini, pengguna dapat mengklik umpan balik yang dialami selama proses pemesanan maupun layanan yang telah diberikan. Memberikan ruang bagi pelanggan untuk menyampaikan pendapat mereka sangat penting dalam upaya perbaikan berkelanjutan. Di halaman ini, pengguna juga dapat memasukkan saran untuk toko ini ke depannya. Desain formulir yang sederhana dan intuitif akan memudahkan pengguna untuk memberikan umpan balik tanpa merasa tertekan. Mengintegrasikan sistem rating atau skala penilaian dapat mempermudah analisis umpan balik yang diterima.

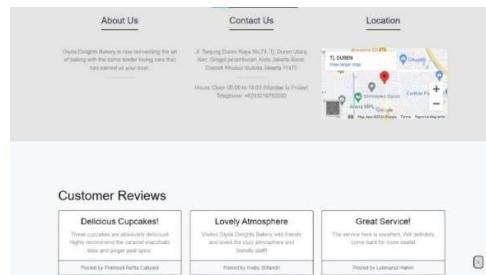


Gambar 1.4 Feedback



E. Halaman *Contact Us, Customer Review*

Pada halaman ini, pengguna dapat melihat kontak toko kue Glyda Delights Bakery, informasi jadwal toko, lokasi, maupun komentar pada produk. Halaman ini berfungsi sebagai titik komunikasi antara bisnis dan pelanggan, sehingga penting untuk menyajikan informasi dengan jelas dan akurat. Menyediakan peta interaktif yang menunjukkan lokasi toko dapat mempermudah pelanggan untuk menemukan toko secara fisik. Selain itu, menampilkan testimonial dari pelanggan yang puas juga dapat meningkatkan kredibilitas dan menarik minat calon pembeli.



Gambar 1.5 *Contact Us, Rewiew*

F. Halaman Formulir Feedback

Pada halaman ini, pengguna dapat memberikan masukan mengenai produk dan layanan yang dialami. Mendesain formulir yang mudah diisi dan tidak membingungkan adalah kunci agar pelanggan merasa nyaman untuk berbagi pendapat mereka. Menyediakan berbagai jenis pertanyaan, seperti pilihan ganda dan kolom komentar, dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai kepuasan pelanggan. Setelah formulir diisi, mengkonfirmasi penerimaan umpan balik dengan pesan terima kasih juga penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna.



Gambar 1.6 *Formulir Feedback*

G. Halaman Riwayat Order

Pada halaman ini, pengguna akan mendapatkan rincian pembayaran produk yang harus diserahkan kepada admin, mengenai produk yang telah dipesan. Halaman ini menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki catatan yang jelas tentang pembelian mereka. Rincian ini dapat mencakup informasi seperti tanggal pemesanan, item yang dibeli, harga, dan total pembayaran. Menyediakan opsi untuk mengunduh atau mencetak riwayat pesanan juga dapat menjadi nilai tambah. Kemudian, pengguna akan membayar di kasir



sejumlah rincian pembayaran tersebut. Proses pembayaran yang aman dan transparan adalah aspek krusial yang harus diperhatikan dalam desain halaman ini untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.



Gambar 1.7 Riwayat Order

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian *Analisis User Experience pada Website Glyda Delight Bakery* menunjukkan bahwa desain responsif pada website masih kurang optimal, terutama di perangkat mobile. Hal ini berdampak pada pengalaman pengguna yang tidak konsisten di berbagai ukuran layar, menyebabkan kesulitan dalam navigasi dan aksesibilitas. Meskipun pengguna menyukai tampilan visual website, mereka mengalami hambatan dalam menemukan produk dan menyelesaikan proses checkout, yang disebabkan oleh navigasi yang tidak intuitif. Fitur pencarian dan filter juga belum berfungsi dengan maksimal, sehingga pengguna membutuhkan lebih banyak waktu untuk menemukan produk yang mereka cari. Semua kekurangan ini berpengaruh terhadap penurunan tingkat konversi, karena pengguna sering meninggalkan keranjang belanja sebelum menyelesaikan transaksi.

Berdasarkan umpan balik pengguna, penelitian ini menekankan pentingnya melakukan perbaikan yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Perbaikan desain responsif sangat disarankan, terutama untuk perangkat mobile, agar website dapat berfungsi dengan baik di semua jenis layar. Penyederhanaan navigasi perlu dilakukan untuk mempermudah pengguna dalam menjelajahi website, terutama bagi pengguna baru. Selain itu, fitur pencarian dapat memastikan perbaikan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan tren yang berkembang, serta menambah fitur umpan balik real-time agar pengguna bisa memberikan masukan langsung setelah menggunakan website disederhanakan untuk mengurangi kemungkinan pengguna meninggalkan keranjang belanja. Melakukan uji coba pengguna secara berkala dan filter harus ditingkatkan agar lebih cepat dan intuitif. Proses checkout juga sebaiknya

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, keluarga, teman-teman, dan semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penulisan penelitian ini untuk dijadikan jurnal ilmiah.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardiana, Y., & Suryadi, M. (2021). Perkembangan *E-commerce* dan Pengaruhnya terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 8(3), 55-67. (Diakses 4 Oktober 2024).
- [2] Baraja Coding. (2024). Memahami Responsif Design: Membangun Pengalaman Pengguna yang Universal dan Menyenangkan (Online). Tersedia: <https://www.barajacoding.or.id/memahami-responsif-design-membangun-pengalaman-pengguna-yang-universal-dan-menyenangkan/> (Diakses 15 Oktober 2024).
- [3] Brown, Tim. "Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation." HarperBusiness, 2019. (Diakses 4 Oktober 2024).
- [4] Cross, Nigel. "Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work." Bloomsbury Academic, 2017. (Diakses 15 Oktober 2024).
- [5] Hostinger (2022). Apa Itu Website? Pengertian, Fungsi, dan Cara Kerjanya (Online). Tersedia: <https://www.hostinger.co.id/tutorial/website-adalah> (Diakses 15 Oktober 2024).
- [6] Jagoan Hosting. (2022). Apa Itu User Experience? Panduan Lengkap UX Desain (Online). Tersedia: <https://www.jagoanhosting.com/blog/user-experience-adalah/> (Diakses 15 Oktober 2024).
- [7] Kumar, Vijay. "101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization." Wiley, 2019. (Diakses 15 Oktober 2024).
- [8] Lewrick, Michael, Patrick Link, dan Larry Leifer. "The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems." Wiley, 2018. (Diakses 15 Oktober 2024).
- [9] Plattner, Hasso, Christoph Meinel, dan Larry Leifer (Eds). "Design Thinking: Understand – Improve – Apply." Springer, 2018. (Diakses 4 Oktober 2024).
- [10] Putri, R., & Wijaya, A. (2020). Pemanfaatan Website E-commerce dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kue di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(2), 112-123. (Diakses 4 Oktober 2024).
- [11] Rahman, A., & Setiawan, F. (2022). Peran Teknologi Informasi dalam Peningkatan Penjualan melalui Sistem Penjualan Online (E-commerce). *Jurnal Sistem Informasi*, 9(1), 67-76. (Diakses 4 Oktober 2024).
- [12] Santoso, D., & Nugroho, R. (2021). Strategi Pemasaran Berbasis E-commerce untuk UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(3), 95-105. (Diakses 15 Oktober 2024).
- [13] Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. (Diakses 4 Oktober 2024).
- [14] Sharp, Helen, Jennifer Preece, dan Yvonne Rogers. "Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction." Wiley, 2019. (Diakses 15 Oktober 2024).
- [15] Shneiderman, Ben, dan Catherine Plaisant. "Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction." Pearson, 2017. (Diakses 15 Oktober 2024).



- [16] Silvianti, Rizky, K., & Wardani, N. (2023). DESAIN UI UX paket tari khas Batak pada sanggar Dalihan Natolu
- [17] Sigapiton berbasis. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 84–99. (Diakses 4 Oktober 2024).
- [18] Vlasenko, K. V., Lovianova, I. V., Volkov, S. V., Sitak, I. V., Chumak, O. O., Krasnoshchok, A. V., Bohdanova, N. G., & Semerikov, S. O. (2022). UI/UX design of educational on-line courses. *CEUR Workshop Proceedings*, 3085, 184–199. <https://doi.org/10.55056/cte.114> (Diakses 4 Oktober 2024).
- [19] Wulandari, S., & Sari, N. (2022). Implementasi Sistem Penjualan Online pada Bisnis Kuliner Kecil: Studi Kasus Toko Kue Rumahan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 10(4), 78-89. (Diakses 4 Oktober 2024).