

PERANCANGAN PEMBUATAN WEBSITE TOKO ONLINE PADA LOVE JOURNEY

Daud Aldo Santoso¹, Edwin Alexander²

Universitas Katolik Darma Cendika

E-mail: daudaldosantoso@gmail.com¹, edwin.alexander@ukdc.ac.id²

Abstrak

Artikel jurnal ini menyajikan eksplorasi mendalam tentang proses desain di balik pembuatan situs web toko online untuk Love Journey, sebuah perusahaan yang mengkhususkan diri dalam pengalaman perjalanan yang disesuaikan. Studi ini menggali langkah-langkah rumit dan pertimbangan yang terlibat dalam membuat platform online yang menarik dan fungsional yang mengintegrasikan daya tarik pengalaman perjalanan dengan praktik e-commerce. Ini menguji konvergensi identitas merek, desain pengalaman pengguna, dan implementasi teknologi dalam menciptakan toko digital yang koheren yang memenuhi kebutuhan unik audiens target Love Journey. Dengan menyelidiki strategi yang diterapkan dalam desain responsif, optimalisasi antarmuka pengguna, dan integrasi fungsionalitas e-commerce, penelitian ini memberikan pemahaman yang dalam tentang interaksi halus antara estetika, fungsionalitas, dan keterlibatan pengguna dalam konteks ruang ritel online. Selain itu, artikel ini menyoroti penggunaan analitika data dan metodologi desain iteratif, menekankan sifat adaptif situs web dalam merespons perilaku konsumen yang berkembang dan tren pasar. Pada akhirnya, temuan dan wawasan yang disajikan menjadi sumber daya berharga bagi para profesional dan penggemar di bidang desain web, e-commerce, dan strategi merek, menawarkan pemahaman komprehensif tentang rumitnya proses merancang situs web toko online yang disesuaikan untuk penawaran pengalaman unik seperti yang dimiliki oleh Love Journey.

Kata Kunci — Pengalaman Desain Pengguna, Analitika Data, Identitas Merek.

1. PENDAHULUAN

Dalam era di mana perjalanan dan pengalaman digital saling terkait, e-commerce telah menjadi fondasi bagi perusahaan yang menawarkan pengalaman perjalanan yang disesuaikan. Melalui perpaduan desain yang menarik dan fungsionalitas yang lancar, situs web menjadi jendela utama bagi pelanggan potensial. Latar belakang ini memberikan dasar bagi eksplorasi mendalam yang bertujuan untuk memahami pengembangan situs web untuk Love Journey, sebuah perusahaan imajiner yang menawarkan petualangan unik.

Tujuan utama dalam perjalanan merancang situs web ini adalah untuk mengungkapkan esensi dari Love Journey melalui elemen desain yang dipilih, mengekspresikan daya tarik petualangan secara visual, dan menawarkan pengalaman pengguna yang mulus. Namun, di tengah ambisi untuk menciptakan pengalaman yang memikat, terdapat tantangan tersembunyi, seperti menyatukan identitas merek yang kuat dengan antarmuka yang ramah pengguna, serta memastikan integrasi yang halus antara pengalaman perjalanan yang didambakan dan fitur-fitur e-commerce yang esensial.

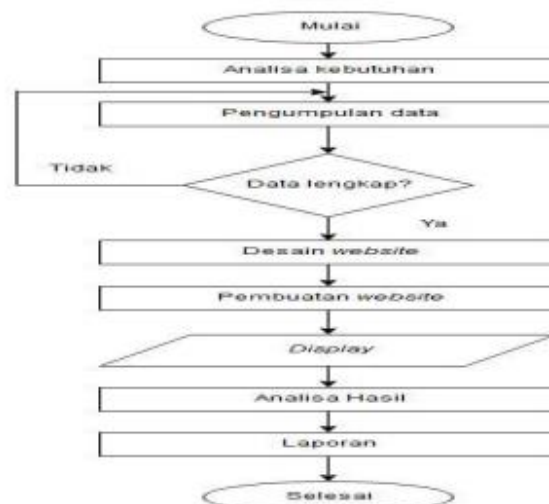
Metode penelitian yang diamati secara implisit dalam pengembangan situs web ini mencakup analisis mendalam akan preferensi pengguna potensial Love Journey, penerapan prinsip desain responsif, dan penggunaan alat analitik untuk menyusun strategi peningkatan

berkelanjutan. Pada dasarnya, fokus penelitian ini adalah untuk merumuskan pendekatan yang komprehensif untuk mengatasi kompleksitas dalam penggabungan pengalaman perjalanan yang menawan dengan kerumitan fungsionalitas e-commerce.

Diharapkan bahwa pembahasan implisit ini akan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi praktisi desain web dan e-commerce dalam menghadapi tantangan desain yang terselubung, serta menawarkan strategi untuk merancang situs web yang menggabungkan keindahan visual dengan kebutuhan praktis konsumen dalam ruang digital yang tak terbatas.

2. METODE PENELITIAN

Metode pada website ini dilakukan dengan metode Waterfall yang memiliki beberapa tahapan yaitu: Analisa, Desain, Implementasi, Testing, dan Maintenance. Hasil sistem diperoleh dengan berdasarkan pengumpulan data dan wawancara. Gambaran tentang tahapan waterfall digambarkan pada diagram alir dan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

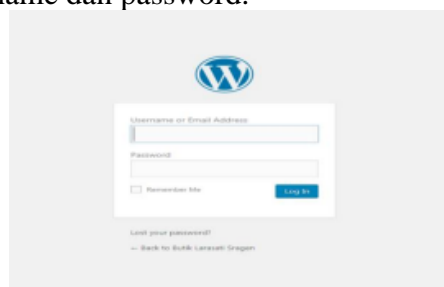
Penelitian ini menghasilkan sebuah alamat website yang terdiri dari 2 halaman, yaitu halaman untuk admin serta halaman untuk user/calon pembeli.

A. Halaman admin

Halaman admin adalah halaman yang di gunakan admin untuk mengatur atau memmanagement sistem dari website.

1. Halaman login admin

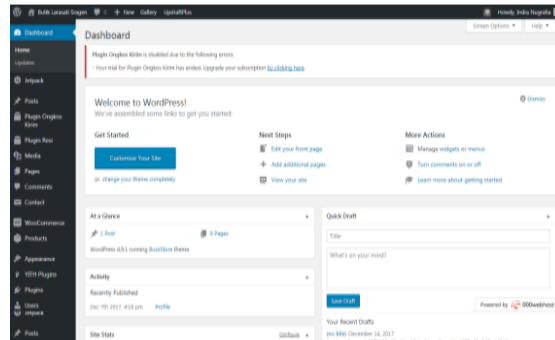
Halaman login di tunjukkan pada Gambar 2, adalah halaman untuk login admin. Dengan memasukkan username dan password.



Gambar 2. Halaman Login admin

2. Halaman Dashboard

Halaman dashboard di tunjukkan pada Gambar 8, adalah halaman untuk mengatur semua isi dari website Love Journey. Berikut adalah tampilan dari halaman dashboard Love Journey.



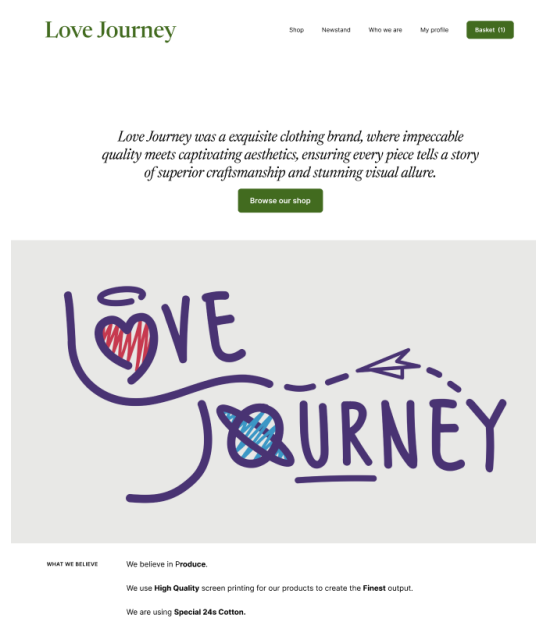
Gambar 3. Halaman Dashboard

B. Halaman User

Halaman User adalah halaman yang akan di akses oleh user atau pembeli. Pada halaman ini user dapat melihat serta memilih macam-macam produk yang di tawarkan pada website Love Journey

1. Halaman Home

Halaman home/beranda di tunjukkan pada Gambar 9, adalah halaman yang pertama kali di akses oleh user/pembeli. Di sini user dapat melihat tentang berbagai macam produk yg di jual.



Gambar 4. Halaman Home

2. Halaman Products

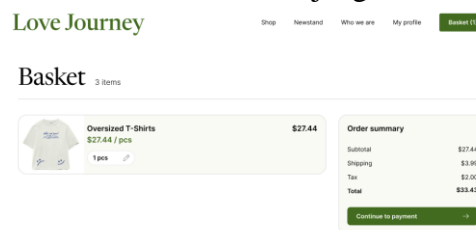
Halaman produk di tunjukkan pada Gambar 10, adalah halaman yang berisi tentang produk terbaru yang ada di Love Journey.



Gambar 5. Halaman Products

3. Halaman Basket

Halaman basket di tunjukkan pada Gambar 11, adalah halaman yang berisi tentang produk-produk yang sudah di tambahkan ke keranjang untuk checkout.



Gambar 6. Halaman Basket

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Woocommerce yang terintegrasi di wordpress memberi kemudahan untuk bisa memmanagement penjualan website Love Journey.
- Website Love Journey dapat membantu user atau calon pembeli yang ingin membeli produk pakaian dengan mudah.
- Kemudahan untuk mengakses website dari desktop atau mobile, membuat calon pembeli tidak perlu datang ke toko offline.
- Tampilan user interface pada website wordpress yang menarik, memberi kemudahan kepada calon pembeli yang akan melakukan pemesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Pressman, Roger. (2019). Software Engineering A Practitioner's Approach 7th Edition. New York : McGraw-Hill.
- Sarwono, J. (2018). Teori E-Commerce. Yogyakarta: Gava Media.
- Supriyono, H., Noviandri, A. M., & Purnomo, Y. E. (2019). Penerapan Sistem Informasi Berbasis Komputer Untuk Pengelolaan Aset Bagi SMP Muhammadiyah 1 Kartasura. Journal The 6th University Research Colloquium 2017. Universitas Muhammadiyah Magelang. ISSN 2407-9189 , 59-70.
- Supriyono, H., Sutopo, A., Nursyahid, H., Kurniawan, B. A., Fahrudin, I. N., Handoko, D., et al. (2022). Penerapan Teknologi WEB Sekolah Bagi SMP dan SMA Muhammadiyah Kartasura. Jurnal Warta, Vol. 19, No. 1, ISSN : 1410-9344.

Wahyuningrum, T., & Januarita, D. (2022). Implementasi dan Pengujian Web E-Commerce untuk Produk Unggulan Desa. *Jurnal Komputer Terapan* Vol. 1, No. 1, 57-66.