

**PERANCANGAN *WEBSITE E-COMMERCE* UNTUK
PENJUALAN TOKO VAPOR ID MENGGUNAKAN
METODE *DESIGN THINKING*
(STUDI KASUS : VAPESTORE VAPOR ID)**

TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan
Program Strata 1, Program Studi Teknik Informatika,
Universitas Pasundan Bandung

oleh:

Agam Febriansyah
NRP. 19.304.0069



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG
JULI 2025**

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan Laporan Tugas Akhir, dari:

Nama : Agam Febriansyah
NRP : 19.304.0069

Dengan judul :

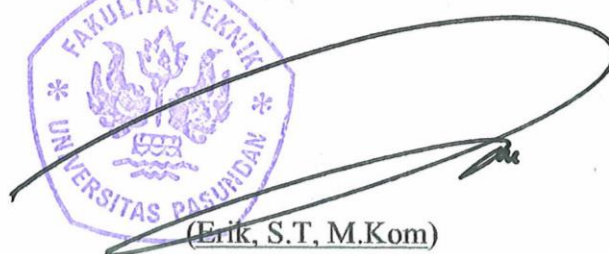
“Perancangan *Website E-Commerce* Untuk Penjualan Toko Vapor ID
Menggunakan Metode *Design Thinking*

Studi Kasus : *Vapestore Vapor ID*”

Bandung, 31 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama


(Erik, S.T, M.Kom)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Tugas akhir ini adalah benar-benar asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Pasundan Bandung maupun di Perguruan Tinggi lainnya
2. Tugas akhir ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim Dosen Pembimbing
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu dalam penulisan laporan Tugas Akhir yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dalam sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah, serta disebutkan dalam Daftar Pustaka pada tugas akhir ini
4. Kakas, perangkat lunak, dan alat bantu kerja lainnya yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya, bukan tanggung jawab Universitas Pasundan Bandung

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian laporan tugas akhir ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiarisme dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi akademik, termasuk pencabutan gelar akademik yang saya sandang sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Pasundan, serta perundang-undangan lainnya.

Bandung, 10 Januari 2025

Yang membuat pernyataan

(Agam Febriansyah)

NPM 19.304.0069

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana peningkatan efisiensi dan jangkauan pasar. Vapestore Vapor ID, sebagai salah satu pelaku usaha ritel kelengkapan vapor, menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *website e-commerce* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mampu mendukung kegiatan bisnis Vapestore Vapor ID. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking*, yang terdiri dari lima tahapan: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Melalui pendekatan ini, perancangan dilakukan dengan berfokus pada pengalaman pengguna dan kebutuhan bisnis.

Hasil dari penelitian ini adalah prototipe *website e-commerce* yang responsif, *user-friendly*, dan dilengkapi dengan fitur-fitur utama seperti katalog produk, sistem pencarian, keranjang belanja, dan metode pembayaran yang variatif. Pengujian dilakukan melalui user testing yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa terbantu dan puas dengan antarmuka serta alur transaksi yang disediakan. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi digital yang efektif bagi Vapestore Vapor ID dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital.

Kata kunci : Antarmuka pengguna, *Website E-Commerce*, *Design Thinking*, *Vape*

ABSTRACT

Advances in information technology are encouraging businesses to utilize digital platforms to increase efficiency and market reach. Vapestore Vapor ID, a retailer of vapor products, faces challenges in expanding its market and improving customer service. This research aims to design an e-commerce website that meets user needs and supports Vapestore Vapor ID's business activities. The research method used in this research is Design Thinking, which consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Through this approach, the design is carried out with a focus on user experience and business needs.

The result of this research is a responsive, user-friendly e-commerce website prototype equipped with key features such as a product catalog, search system, shopping cart, and various payment methods. User testing demonstrated that the majority of users found the interface and transaction flow helpful and satisfied. Therefore, this design is expected to be an effective digital solution for Vapestore Vapor ID in increasing business competitiveness in the digital era.

Keywords: User Interface, E-Commerce Website, Design Thinking, Vape

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, penulis merasa sangat berterima kasih atas segala rahmat dan karunia yang diberikan sehingga tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK PENJUALAN TOKO VAPOR ID MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING (STUDI KASUS : VAPESTORE VAPOR ID)” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan di program studi Teknik Informatika, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi yang berharga bagi dunia akademis maupun praktisi dalam bidang akuntansi.

Tidak lupa juga peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada Erik, S.T, M.Kom. selaku pembimbing yang senantiasa membimbing peneliti dengan baik, serta meluangkan waktu dan pikirannya kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini juga peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu saya selama proses penulisan Usulan Penelitian ini yaitu:

1. Bapak Erik, S.T, M.Kom selaku pembimbing.
2. Ayah, Ibu dan Keluarga tercinta yang telah memberi dukungan, do’a, moril, dan materil.
3. Seluruh civitas akademika Teknik Informatika di Universitas Pasundan Bandung, yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
4. Manajemen dan Staff Vapor ID yang telah memberikan dukungan untuk kelancaran tugas akhir.

Peneliti menyadari bahwa dalam Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan baik dalam hal penyajian data maupun analisis, oleh karena itu peneliti terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya dalam bidang Informatika.

Bandung, 31 Juli 2025

Agam Febriansyah

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
<i>ABSTRACT</i>	II
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR ISTILAH	VII
DAFTAR TABEL.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	X
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Tujuan Tugas Akhir	1-2
1.4 Lingkup Tugas Akhir.....	1-2
1.5 Metodologi Tugas Akhir.....	1-2
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	1-4
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU.....	2-1
2.1 Teori yang Digunakan.....	2-1
2.1.1 <i>Design Thinking</i>	2-1
2.1.2 Website	2-5
2.1.3 <i>User Interface</i>	2-5
2.1.4 <i>User Experience</i>	2-5
2.1.5 Figma	2-5
2.1.6 <i>E-Commerce</i>	2-6
2.2 Penelitian Terdahulu	2-6
BAB 3 SKEMA PENELITIAN	3-1
3.1 Alur Penyelesaian Masalah.....	3-1
3.2 Tempat Penelitian	3-2
3.2.1 Profil Tempat Penelitian	3-3
3.2.2 Visi dan Misi.....	3-3
3.2.3 Objek Penelitian.....	3-4
3.3 Perumusan Masalah	3-4
3.3.1 Analisis Sebab Akibat.....	3-5
3.3.2 Solusi Sebab Akibat	3-6
BAB 4 ANALISIS DAN PERANCANGAN PEMBUATAN WEBSITE <i>E-COMMERCE</i>	4-1
4.1 Analisis Alur Aktivitas	4-1

4.1.1 Daftar Pelaku.....	4-1
4.1.2 Penjelasan Alur Aktivitas.....	4-1
4.2 Analisis Menggunakan Design Thinking.....	4-2
4.2.1 <i>Empathize</i>	4-2
4.2.2 <i>Define</i>	4-6
4.2.3 <i>Ideate</i>	4-8
4.2.4 <i>Prototype</i>	4-15
4.2.4.1 <i>Low-fidelity</i>	4-15
4.2.4.2 <i>High-Fidelity</i>	4-43
BAB 5 PENUTUP.....	5-1
5.1 Kesimpulan.....	5-1
5.2 Saran.....	5-1
DAFTAR PUSTAKA.....	X
LAMPIRAN.....	5-A

DAFTAR ISTILAH

Bahasa asing	Penjelasan
Website	<i>Website</i> adalah platform digital yang dapat diakses melalui internet, yang berfungsi sebagai tempat dimana individu bisnis atau organisasi dapat hadir secara online
E-Commerce	Suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara online melalui media elektronik

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu	2-6
Tabel 3. 1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir	3-1
Tabel 4. 1 Daftar Pelaku.....	4-1
Tabel 4. 2 Penjelasan Alur Aktivitas.....	4-1
Tabel 4. 3 Empathy Map 1 Pelaku Penjual	4-2
Tabel 4. 4 Empathy Map 2 Pelaku Penjual	4-3
Tabel 4. 6 Empathy Map 1 Pelaku Pembeli	4-4
Tabel 4. 7 Empathy Map 2 Pelaku Pembeli	4-4
Tabel 4. 8 Empathy Map 3 Pelaku Pembeli	4-5
Tabel 4. 9 Persona 1 Penjual	4-6
Tabel 4. 10 Persona 2 Penjual	4-6
Tabel 4. 11 Persona 1 Pembeli	4-7
Tabel 4. 12 Deskripsi Sitemap pembeli	4-14
Tabel 4. 13 Deskripsi Sitemap penjual.....	4-15
Tabel 4. 14 Halaman Home sebelum login	4-16
Tabel 4. 15 Verifikasi umur.....	4-18
Tabel 4. 16 Halaman Login.....	4-19
Tabel 4. 16 Halaman Login.....	4-20
Tabel 4. 17 Halaman Daftar	4-21
Tabel 4. 16 Halaman Login.....	4-22
Tabel 4. 16 Halaman Login.....	4-23
Tabel 4. 16 Halaman Login.....	4-24
Tabel 4. 17 Halaman Daftar	4-25
Tabel 4. 17 Halaman Daftar	4-26
Tabel 4. 18 Halaman kategori produk.....	4-27
Tabel 4. 19 Halaman detail produk	4-28
Tabel 4. 19 Halaman detail produk	4-29
Tabel 4. 19 Halaman detail produk	4-30
Tabel 4. 19 Halaman detail produk	4-31
Tabel 4. 19 Halaman detail produk	4-32
Tabel 4. 19 Halaman detail produk	4-33
Tabel 4. 19 Halaman detail produk	4-34
Tabel 4. 20 Halaman side bar.....	4-35
Tabel 4. 21 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan.....	4-36

Tabel 4. 21 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan	4-37
Tabel 4. 22 Halaman pemesanan	4-38
Tabel 4. 23 Halaman edit profil	4-39
Tabel 4. 24 Halaman admin pemesanan	4-40
Tabel 4. 25 Halaman admin tambah barang	4-41
Tabel 4. 26 Halaman admin edit barang	4-42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Metodologi Penyelesaian Tugas Akhir	1-3
Gambar 2. 1 Design Thinking.....	2-1
Gambar 2. 2 Empathy Maps.....	2-2
Gambar 2. 3 Contoh hasil tahap Low-Fidelity Prototype	2-4
Gambar 2. 4 Contoh hasil tahap High-Fidelity Prototype.....	2-4
Gambar 2. 5 Figma.....	2-6
Gambar 3. 1 Vapor ID.....	3-3
Gambar 3. 2 Diagram Fishbone.	3-4
Gambar 4. 1 Analisis alur aktivitas	4-1
Gambar 4. 2 User Journey Map	4-8
Gambar 4. 3 Flowchart pembeli.....	4-10
Gambar 4. 4 Flowchart mencari vape	4-11
Gambar 4. 5 Flowchart pemesanan	4-12
Gambar 4. 6 Flowchart pembayaran	4-13
Gambar 4. 7 Sitemap Pembeli.....	4-14
Gambar 4. 8 Sitemap penjual	4-15
Gambar 4. 9 Halaman sebelum login.....	4-16
Gambar 4. 10 Verifikasi umur.....	4-17
Gambar 4. 10 Verifikasi umur.....	4-18
Gambar 4. 11 Halaman Login.....	4-19
Gambar 4. 11 Halaman Login.....	4-20
Gambar 4. 12 Halaman Daftar	4-21
Gambar 4. 11 Halaman Login.....	4-22
Gambar 4. 11 Halaman Login.....	4-23
Gambar 4. 11 Halaman Login.....	4-24
Gambar 4. 12 Halaman Daftar	4-25
Gambar 4. 12 Halaman Daftar	4-26
Gambar 4. 13 Halaman kategori produk.....	4-27
Gambar 4. 14 Halaman detail produk	4-28
Gambar 4. 14 Halaman detail produk	4-29
Gambar 4. 14 Halaman detail produk	4-30
Gambar 4. 14 Halaman detail produk	4-31
Gambar 4. 14 Halaman detail produk	4-32
Gambar 4. 14 Halaman detail produk	4-33

Gambar 4. 14 Halaman detail produk	4-34
Gambar 4. 15 Halaman side bar.....	4-35
Gambar 4. 16 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan	4-36
Gambar 4. 16 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan	4-37
Gambar 4. 17 Halaman pemesanan.....	4-38
Gambar 4. 18 Halaman edit profil	4-39
Gambar 4. 19 Halaman admin pemesanan.....	4-40
Gambar 4. 20 Halaman admin tambah barang.....	4-41
Gambar 4. 21 Halaman admin edit barang	4-42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Dokumentasi	1-A
Lampiran pengujian <i>Website e-commerce</i> Vapor ID.....	2-A

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar rokok elektrik atau vape telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan tren konsumen yang semakin mendukung penggunaan rokok elektrik, bersama dengan kebijakan peraturan yang berubah-ubah, telah menciptakan lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Salah satu pemain utama dalam industri vape adalah Vapestore Vapor ID, yang telah beroperasi dengan sukses dalam waktu tertentu.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, kemampuan bisnis untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat menjadi kunci dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Salah satu inovasi utama yang dapat mendukung perkembangan bisnis adalah melalui penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama dalam bentuk e-commerce.

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan dan konsumen. Salah satu sektor yang mengalami transformasi signifikan adalah industri rokok elektrik atau yang lebih dikenal dengan vape. Vape menjadi pilihan bagi individu yang mencari alternatif pengganti rokok konvensional, karena dianggap lebih aman dan kurang berbahaya bagi kesehatan.

Vapestore Vapor ID hadir sebagai pelaku bisnis yang fokus pada penjualan kelengkapan rokok elektrik, menyediakan berbagai produk vape, e-liquid, aksesoris, dan perangkat terkait.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, serta tuntutan konsumen yang semakin tinggi, perlu adanya peningkatan pengalaman konsumen melalui platform online. Vapor ID sendiri belum memiliki platform atau media yang dapat digunakan oleh konsumen untuk mendapatkan informasi terkait produk serta ketersediaan stock produk berikut dengan harga dari setiap produknya. Platform atau media yang dibuat nantinya juga diharapkan mendukung untuk melakukan penjualan kepada konsumen secara online.

Oleh karena itu, tugas akhir ini bertujuan untuk merancang sebuah website e-commerce yang memenuhi kebutuhan pengguna dalam pembelian produk kelengkapan rokok elektrik. Pendekatan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode Design Thinking, yang memungkinkan pengembang untuk memahami dengan lebih mendalam kebutuhan, keinginan, dan tantangan yang dihadapi oleh pengguna.

Dengan merancang website E-Commerce ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat posisi vapestore Vapor ID dalam industri rokok elektrik.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka permasalahan yang dimunculkan pada tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana caranya memberikan informasi mengenai produk yang tersedia?
2. Bagaimana caranya konsumen dapat membuat pesanan?
3. Bagaimana caranya konsumen dapat melacak status pesanan yang telah dibuat?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah :

1. Membuat desain antarmuka pemesanan kelengkapan vape secara online berbasis *website*.
2. Dihasilkannya strategi penjualan baru untuk mempermudah penjualan pada toko Vapor ID agar toko dapat memberikan informasi kepada pelanggan.
3. Adapun tujuan tugas akhir ini adalah untuk menghasilkan sebuah desain aplikasi antarmuka pemesanan kelengkapan vape berbasis *website* pada Vapor ID, sehingga konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang ketersediaan stok di Vapor ID.

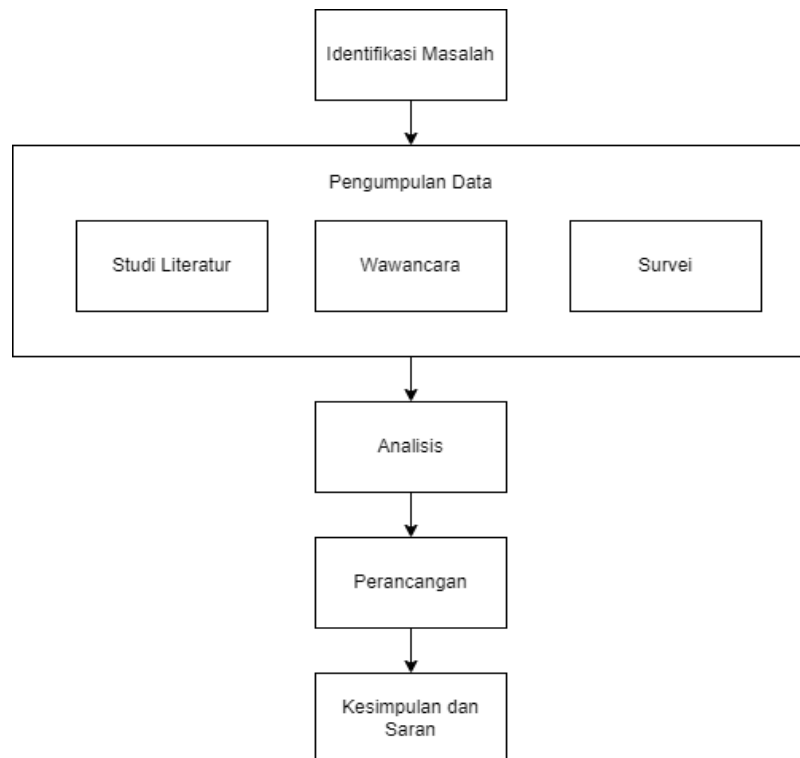
1.4 Lingkup Tugas Akhir

Lingkup Tugas akhir ini adalah :

1. Metodologi yang digunakan menggunakan metode *Design Thinking*.
2. Pembuatan antarmuka ini melingkupi pembuatan seperti informasi produk, cara pemesanan, dan melacak status pemesanan.
3. Penelitian ini dilakukan sampai dengan tahap pembuatan antarmuka *prototype*.

1.5 Metodologi Tugas Akhir

Berikut ini disampaikan alur penyelesaian tugas akhir yang dibagi menjadi ke dalam 5 tahap pekerjaan sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Metodologi Penyelesaian Tugas Akhir

Berikut ini merupakan rincian dari metodologi tugas akhir ini, diantaranya :

1. Identifikasi Masalah, pada tahap ini dilakukan pengidentifikasian masalah yang terjadi di organisasi, serta solusi sementara yang akan diusulkan untuk mengatasi masalah tersebut.
2. Pengumpulan Data, pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang relevan secara teoritis atau yang didapatkan dari organisasi tempat penelitian untuk menunjang tahap perancangan. Adapun cara-cara pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Studi Literatur Pengumpulan data dengan menggunakan atau mengumpulkan sumber-sumber tertulis, dengan cara membaca, mempelajari, dan mencatat hal-hal penting yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas guna memperoleh gambaran secara teoritis yang dapat menunjang pada penyusunan tugas akhir.
 - b. Wawancara pengumpulan data dengan cara mewawancarai secara langsung dengan pihak pengelola Toko Vapor ID
 - c. Survei, pengumpulan data dengan survei atau pengamatan langsung terhadap tempat penelitian yang sudah ditentukan.
3. Skema Penelitian, pada tahap ini dilakukan analisis terhadap sistem yang berjalan yang disusun berdasarkan tahap pengumpulan data yang sudah dilakukan.

4. Analisis dan Perancangan, pada tahap ini dilakukan perancangan aplikasi berdasarkan data yang sudah didapat, adapun cara-cara melakukan perancangan aplikasi *website* Vapor ID menggunakan metode *design thinking*. Pada tahap ini, dilakukan perancangan aplikasi *website* Vapor ID menggunakan metode *Design Thinking*. Dalam *Design Thinking* ini, akan dilakukan beberapa fase diantaranya yaitu:
 - a. *Empathize*
 - b. *Define*
 - c. *Ideate*
 - d. *Prototype*
 - e. *Test*
5. Kesimpulan dan saran pada tahap ini akan dilakukan penyimpulan dari penelitian yang telah dilakukan terkait dengan masalah yang sudah diidentifikasi, serta saran sebagai prospek penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Laporan tugas akhir dibuat untuk mendokumentasikan pengerjaan tugas akhir. Maka dari itu, diusulkan sistematika penulisan yang menjelaskan mengenai bab-bab pada laporan tugas akhir beserta isinya secara rinci, serta keterkaitan antara bab sebelum dan sesudahnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan umum mengenai usulan penelitian yang dilakukan dalam pengerjaan tugas akhir. Di dalamnya berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, lingkup tugas akhir, metodologi pengerjaan tugas akhir, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini berisi definisi, teori-teori serta konsep yang diperlukan dalam pengerjaan tugas akhir. Bab ini juga membahas mengenai jurnal-jurnal ilmiah terdahulu yang memiliki kemiripan dengan tugas akhir yang dikerjakan

BAB 3 SKEMA PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan alur penyelesaian tugas akhir, analisis persoalan dan manfaat tugas akhir, kerangka pemikiran teoritis, dan profil penelitian.

BAB 4 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai perancangan ui/ux aplikasi web mulai dari pengidentifikasian masalah hingga tampilan akhir berupa *prototype*.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian serta kesimpulan yang didapatkan berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan, serta keterkaitan dari semua tahap yang dilakukan dalam penelitian. Di dalamnya terdapat pula saran yang diberikan oleh penulis untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB 2

LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini berisi definisi, teori-teori serta konsep yang diperlukan dalam pengerjaan tugas akhir. Bab ini juga membahas mengenai jurnal-jurnal ilmiah terdahulu yang memiliki kemiripan dengan tugas akhir yang dikerjakan.

2.1 Teori yang Digunakan

Sub bab ini berisi sejumlah teori atau konsep yang relevan digunakan dalam penelitian atau tugas akhir. Sumber-sumber teori yang layak terutama adalah dari jurnal-jurnal yang relevan serta dukungan buku-buku teks tentang bahasan yang relevan.

2.1.1 *Design Thinking*

Design Thinking adalah proses iteratif yang berupaya memahami keinginan pengguna, menumbuhkan lahirnya berbagai asumsi, mendefinisikan kembali masalah, dan menciptakan solusi inovatif untuk membuat *prototype*, pengujian produk dan layanan untuk mengungkap cara-cara baru untuk memenuhi kebutuhan pengguna [LISE22].



Gambar 2. 1 Design Thinking

Dalam *Design Thinking*, terdapat 5 tahapan yaitu :

1) *Empathize*

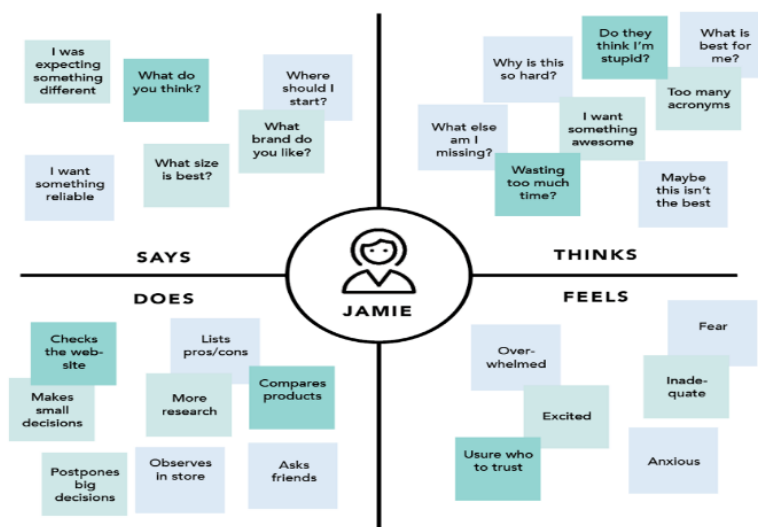
Tahap pertama yang berfokus pada penelitian yang berpusat pada *user*. Pada tahap ini, Anda harus mendapatkan pemahaman tentang masalah yang coba dipecahkan. Empati sangat penting untuk proses desain yang berpusat pada manusia seperti pemikiran desain karena memungkinkan Anda untuk mengesampingkan asumsi sendiri dan mendapatkan wawasan nyata tentang *user* dan kebutuhan mereka. Salah satu cara untuk memahami permasalahannya dengan wawancara, lalu hasilnya akan dipetakan dalam *Empathy Maps*.

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih, antara pewawancara dan narasumber, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya [HOFF00].

b. *Empathy Maps*

Empathy Map adalah alat visualisasi yang digunakan untuk mengartikulasikan apa yang diketahui tim produk mengenai pengguna. Empathy Map ini membantu tim produk untuk membangun pemahaman yang lebih luas mengenai aspek “mengapa” di balik kebutuhan dan keinginan pengguna [ERHI24].



Gambar 2. 2 Empathy Maps

Teknik ini sering digunakan dalam desain berbasis pengguna untuk membantu desainer dan pengembang produk memahami pengguna mereka dengan lebih baik, sehingga dapat membuat produk yang lebih relevan dan bermanfaat bagi pengguna [ERHI24].

2) *Define*

Pada tahap *Define*, informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *Empathize* akan diolah. Kemudian menganalisis pengamatan dan mensintesisnya untuk menentukan masalah inti yang telah diidentifikasi. Definisi ini disebut pernyataan masalah.

Jadi, setelah menemukan data-data pada tahap *Empathize*, selanjutnya kita dapat memilah data-data tersebut berdasarkan pertanyaan pada metode tersebut. Tahap *Define* akan membantu tim desain mengumpulkan ide-ide hebat untuk menetapkan fitur, fungsi, dan elemen lain untuk memecahkan masalah.

a. *User Persona*

User persona adalah representasi fiksi dari *user* yang ideal untuk produk atau layanan tertentu. *User persona* digunakan sebagai alat untuk membantu tim desain dan pengembangan untuk memahami siapa yang seharusnya menjadi fokus dalam pengambilan keputusan desain[LISE22].

b. *User Journey Maps*

User Journey Maps adalah peta visual yang menggambarkan pengalaman pengguna dari awal hingga akhir saat berinteraksi dengan produk atau layanan. *User Journey Maps* dapat membantu tim UX dalam memahami pengalaman pengguna secara keseluruhan dan mencari peluang untuk meningkatkan pengalaman pengguna melalui desain yang lebih baik [ERHI24].

3) *Ideate*

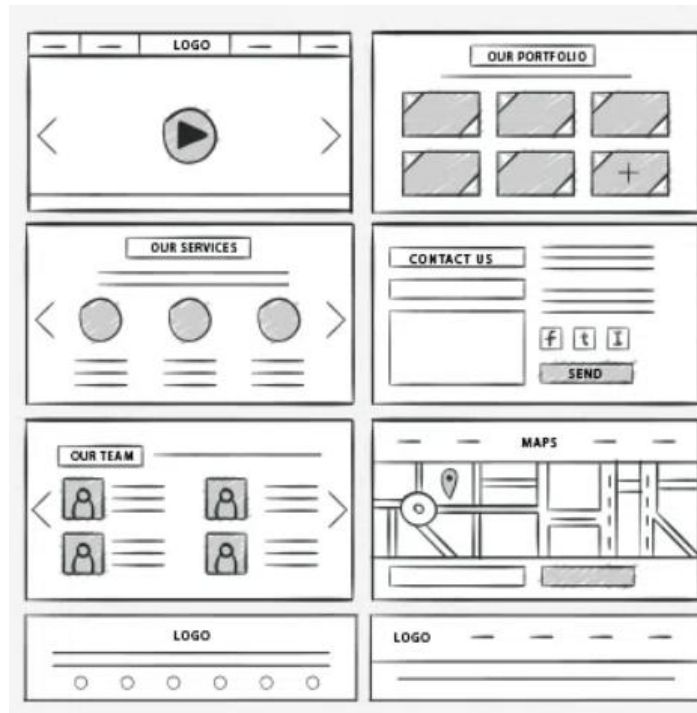
Pada tahap *Ideate*, mulai menghasilkan ide-ide. Latar belakang pengetahuan dari dua fase pertama yang berarti dapat mulai mencari cara alternatif untuk melihat masalah dan mengidentifikasi solusi inovatif untuk pernyataan masalah yang telah dibuat sebelumnya.

4) *Prototype*

Setelah tahap *ideate* selesai, selanjutnya produk mulai dirancang dalam fase *prototype*. Fase *prototyping* adalah fase percobaan yang krusial, sebab fase ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi solusi terbaik atas masalah yang muncul selama proses-proses sebelumnya. Selain itu, tujuan dibuatnya *prototype* adalah menjadi medium pengujian seberapa baik dan efektifkah rancangan desain yang kita buat termasuk perpindahan tampilan ataupun flow penggunaan yang dilakukan user. Lalu di tahap *Prototype* ini juga meliputi tahap *Low-Fidelity Prototype* dan *High-Fidelity Prototype* seperti gambar di bawah ini :

a. *Low-Fidelity Prototype*

Low-fidelity prototype adalah prototipe yang sengaja dirancang dengan tingkat detail yang rendah. Tujuannya adalah untuk mempercepat iterasi desain dan untuk memungkinkan user untuk memberikan umpan balik tanpa terlalu fokus pada aspek visual dari desain [AMAZ24].



Gambar 2. 3 Contoh hasil tahap Low-Fidelity Prototype

b. *High Fidelity Prototype*

High-fidelity prototype adalah prototipe yang menampilkan detail visual dan interaksi dengan akurasi yang tinggi. High-fidelity prototype sering kali meniru fungsi dari produk akhir, termasuk perilaku interaksi dan fitur-fiturnya. Prototipe jenis ini dapat digunakan untuk menguji interaksi produk dengan pengguna dan memvalidasi kecocokan antara antarmuka dan pengguna[AMAZ24].



Gambar 2. 4 Contoh hasil tahap High-Fidelity Prototype

5) *Test*

Test adalah proses verifikasi dan validasi terhadap komponen dan aturan desain yang telah dibuat, untuk memastikan bahwa desain sistem tersebut bekerja sesuai dengan yang diharapkan dan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Uji coba ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap komponen desain dapat berfungsi dengan baik dan dapat digunakan secara konsisten pada berbagai platform dan perangkat. Selain itu, pengujian juga dilakukan untuk memastikan kesesuaian desain sistem dengan prinsip-prinsip desain dan persyaratan bisnis yang telah ditetapkan.

2.1.2 Website

Website adalah sekumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet. Halaman web tersebut dapat berisi informasi seperti teks, gambar, video, atau animasi. Website dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti bisnis, pendidikan, hiburan, dan lainnya[HIDA16].

2.1.3 User Interface

User Interface adalah tampilan visual sebuah produk yang menghubungkan antara sistem dengan pengguna seperti tombol, menu, kotak isian, kotak dialog, animasi, *splash screen*, dan lain sebagainya. Itu semua dibuat agar pengguna produk digital merasa nyaman ketika menggunakannya[ILWR21]

2.1.4 User Experience

User Experience adalah perasaan dari para pengguna dalam menggunakan produk. Mencakup semua aspek interaksi pengguna akhir. Persyaratan pertama untuk *user experience* yang patut dicontoh adalah untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan tepat, tanpa adanya gangguan. Lalu, dapat menghasilkan produk yang menyenangkan untuk dimiliki dan digunakan[ILWR21].

2.1.5 Figma

Figma adalah sebuah perangkat lunak desain grafis berbasis web yang memungkinkan desainer untuk lebih mudah membuat desain antarmuka pengguna (UI) dan desain pengalaman pengguna (UX) [POLE22]



Gambar 2. 5 Figma

Figma dapat diakses secara online dan memudahkan tim untuk bekerja sama dalam membuat desain UI dan UX yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, Figma juga memiliki fitur *prototyping* yang memungkinkan desainer untuk membuat *prototype* interaktif dari desain mereka[POLE22]

2.1.6 E-Commerce

E-Commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, transfer atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan internet. Dengan e-commerce sebagai kegiatan bisnisnya, perusahaan dapat memperluas jangkauan dan menjangkau konsumen dengan lebih mudah. Mereka juga dapat melakukan proses transaksi Asia seperti India dan Indonesia, lebih bergantung pada interaksi sosial dibandingkan masyarakat Indonesia dengan jenis-jenis interaksi bisnisnya, maka sedikit banyak variasi bisnis e-commerce di Indonesia dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu listing, pusat perbelanjaan, marketplace, toko online di media sosial dan crowdsourcing/ penggalangan dana[MADH18].

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Alasan Digunakan	Hasil
1.	Pembuatan Website <i>E-Commerce</i> Pada Distro Java Trend[PEHP13]	Sri Peni Mugi Handayani, Bambang Eka Purnama	Perancangan sistem dan tahapan membuat sistem terstruktur	<i>Prototype</i> hasil sistem administrasi
2.	Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Produk Fashion Pria pada Toko Celcius di Kota Manado Menggunakan Design Thinking[KAMW23]	Istiqomah Br Karo Sekali, Christie E.J.C Montolalu	Metode <i>Design Thinking</i> pada perancangan sistem	<i>Prototype</i> rancangan aplikasiProduk Fashion Pria Berbasis Mobile

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Alasan Digunakan	Hasil
3.	Perancangan WebsiteCompany Profile Perusahaan CV. CUP10INDO Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i> [RAGH23]	Abdurrahman Ibnul Rasidi, Nur Ghaniaviyanto Ramadhan	Metode Penelitian Menggunakan <i>Design Thinking</i>	Web Informasi Profile Perusahaan
4.	Perancangan User Interfacedan User Experience Pada Website Komoditiku Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i> [HSSM23]	Nurul Huda, Hery Suwardi	Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i> Untuk memecahkan masalah berbasis solusi yang berfokus pada Pengalaman Pengguna	<i>Prototype</i> tampilan web
5.	Implementasi Metode <i>Design Thinking</i> pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes[IVAR23]	Siti Indriyana, Apriade Voutama, Azhari ali Ridha Siti Indriyana, Apriade Voutama,Azhari ali Ridha	Metode <i>Design Thinking</i> Sebagai Acuan Membuat <i>Prototype Web</i>	<i>Prototype</i> rancangan aplikasi berdasarkan kebutuhan pengguna untuk menguji kredibilitas

BAB 3

SKEMA PENELITIAN

3.1 Alur Penyelesaian Masalah

Penjelasan mengenai langkah-langkah yang diambil dalam menyelesaikan Tugas Akhir menjadi dasar untuk menggambarkan proses yang dilakukan serta kerangka analisis yang terkait dengan studi kasus yang akan diselesaikan dalam Tugas Akhir ini. Berikut ini adalah tahapan-tahapan yang terdapat dalam alur penelitian yang menjadi dasar dalam menyelesaikan Tugas Akhir, yang dijelaskan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir

Tahap dan Hasil	Langkah Penelitian	Literatur dan Referensi
Tahap 1: Menentukan topik tugas akhir dan mengidentifikasi masalah yang terdapat pada topik tugas akhir (Memahami masalah topik tugas akhir, tujuan tugas akhir, dan lingkup tugas akhir). Hasil: Dokumentasi masalah dan tujuan tugas akhir Kontribusi: Berguna sebagai acuan dalam menentukan teori dan teknologi dalam menyelesaikan masalah tugas akhir.	<pre> graph TD A[Menentukan topik tugas akhir] --> B[Membuat latar belakang terhadap topik yang dipilih] B --> C[Mengidentifikasi masalah yang akan diselesaikan berkaitan dengan tugas akhir] C --> D[Menentukan tujuan tugas akhir dan lingkup tugas akhir] </pre>	1. Aplikasi <i>website e-commerce</i> [HIDA16] 2. Vapestore [WKTA23]
Tahap 2: Pengumpulan data Hasil: Pola pemikiran teoritis Kontribusi: Berfungsi untuk memahami konsep-konsep yang akan digunakan dalam penelitian secara teoritis dan sebagai acuan penelitian.	<pre> graph TD E[Memahami konsep penelitian tugas akhir dengan cara mengumpulkan data data yang berhubungan dengan penelitian tugas akhir, dan mempelajari topik atau persoalan serupa] --> F{{1}} </pre>	1. <i>Design Thinking</i> [ERHI24], [KAMW23] 2. <i>User Experience</i> [NUFM22] 3. Vapestore [WKTA23] 4. Penelitian terdahulu [PEHP13], [KAMW23] [RAGH23], [HSSM23], [IVAR23]

Tahap dan Hasil	Langkah Penelitian	Literatur & Referensi
Tahap 3: Analisis Hasil: Model proses sistem yang sesuai dengan topik tugas akhir Kontribusi: Berguna sebagai acuan dalam perancangan website e-commerce Vapor ID	<pre> graph TD 1{{1}} --> A[Analisis model proses yang sesuai dengan topik tugas akhir.] A --> B[Analisis sistem yang sesuai dengan topik tugas akhir.] B --> C[Empathize] </pre>	
Tahap 4: Perancangan Hasil: Rancangan antarmuka website e-commerce Kontribusi: Berguna sebagai demonstrasi aplikasi dan mempermudah tahap pembangunan aplikasi web deteksi kecurangan ujian berbasis video.	<pre> graph TD C[Empathize] --> D[Define] D --> E[Ideate] E --> F[Prototype] F --> G[Test] G --> H[Kesimpulan dan saran penelitian] </pre>	1. <i>Design Thinking</i> [ERHI24],[KAMW23] 2. <i>E-Commerce</i> [HSSM23] 3. <i>User Experience</i> [NUFM22] 4. Penelitian terdahulu [PEHP13], [KAMW23], [RAGH23],[HSSM23], [IVAR23]
Tahap 5: Kesimpulan dan saran penelitian tugas akhir Hasil: Kesimpulan dan saran hasil tugas akhir. Rekomendasi dan saran prospek tugas akhir. Kontribusi: -		

3.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian penulis adalah Toko Vapestore Vapor ID, yang bertempat di Jl. Veteran No.17 C (dekat Vio Hotel) Kel.Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40112 no telp. 087721098796.

3.2.1 Profil Tempat Penelitian



Gambar 3. 1 Vapor ID

Toko Vapor ID yang merupakan usaha milik seorang bernama Deni Rahmat, telah menjadi salah satu destinasi utama bagi para penikmat rokok elektrik atau bisa disebut dengan vape yang didirikan sejak tahun 2014. Terletak di Jalan Veteran, toko ini memperoleh reputasi yang solid dalam persaingan dengan berbagai toko vape lainnya. Dengan penawaran berbagai rasa liquid yang beragam, serta pelayanan yang profesional. Toko Vapor ID didirikan dengan visi untuk menjadi pusat terdepan dalam industri vape di Indonesia. Kami memahami bahwa vape bukan hanya sekadar produk, tetapi juga gaya hidup bagi banyak orang. Oleh karena itu, kami berkomitmen untuk menyediakan pilihan produk berkualitas, informasi terkini, dan layanan pelanggan yang superior. Di Vape Vapor ID, Anda dapat menemukan berbagai produk vape dari merek terkemuka di seluruh dunia. Kami menyediakan modifikasi terbaru, liquid premium, pod sistem, aksesoris, dan banyak lagi. Setiap produk dijamin asli dan memenuhi standar keamanan internasional.

3.2.2 Visi dan Misi

1. Visi :

Menjadi toko vape store terdepan yang memberikan pengalaman belanja terbaik dengan produk berkualitas tinggi dan pelayanan yang profesional.

2. Misi :

- a. Memberikan Produk Berkualitas Tinggi: Menyediakan beragam produk vape berkualitas tinggi dan terjamin keasliannya kepada pelanggan.
- b. Menjaga Standar Keamanan: Memastikan semua produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan standar keamanan dan regulasi yang berlaku.
- c. Inovasi dan Penelitian: Terus mengembangkan pengetahuan tentang tren dan inovasi di industri vape untuk menawarkan produk terbaru dan terbaik kepada pelanggan.

- d. Kemitraan yang Berkelanjutan: Membangun hubungan yang kokoh dengan supplier dan mitra usaha untuk memastikan ketersediaan produk berkualitas dan harga kompetitif.
- e. Komitmen Lingkungan: Mengurangi dampak lingkungan dengan mempromosikan praktik ramah lingkungan dalam operasional toko.

Dengan visi dan misi ini, kami bertekad untuk menjadi mitra terpercaya bagi pecinta vape dalam memenuhi kebutuhan mereka dengan cara yang bertanggung jawab dan profesional.

3.2.3 Objek Penelitian

Toko Vapor ID merupakan usaha yang menjadi tempat pembelian kelengkapan vape di kota Bandung.

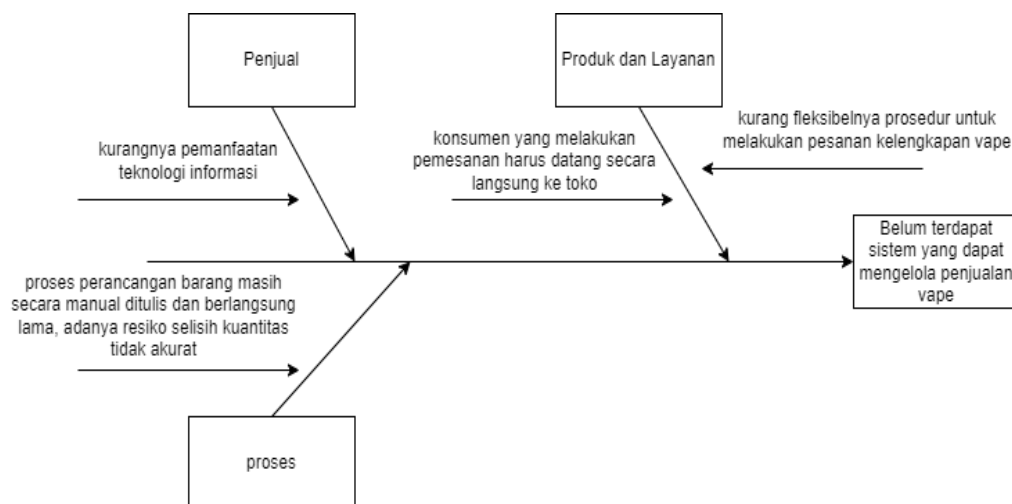
Toko Vapor ID akan bertanggung jawab mengelola *website* Vapor ID ini, yang nantinya akan digunakan sebagai media sebagai informasi.

3.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah secara umum terbagi kedalam 2 kelompok besar, yaitu :

1. Identifikasi efek atau akibat, dan penyebab masalah.
2. Solusi yang dimungkinkan terkait dengan penyebab-penyebab yang sudah berhasil dipetakan pada bagian pertama.

Pernyataan dari bab ini bisa disampaikan dengan menggunakan diagram fishbone.



Gambar 3. 2 Diagram Fishbone.

Berikut merupakan deskripsi dari penyebab yang terjadi :

1. Penjual

Penyebab masalah dari sisi penjual yaitu kurangnya memanfaatkan teknologi informasi, seperti tidak adanya informasi produk yang tersedia secara jelas.

2. Proses

Penyebab dari masalah proses yaitu proses penjualan barang masih secara manual ditulis tangan dan berlangsung lama, adanya resiko kesalahan dalam pembuatan kwitansi tidak akurat.

3. Produk dan layanan

Penyebab masalah dari produk dan layanan yaitu :

- a. Konsumen yang ingin membuat pemesanan harus datang ke toko secara langsung karena tidak adanya penjualan yang tersedia secara online.
- b. Kurang fleksibelnya prosedur untuk melakukan pesanan kelengkapan vape, saat pembeli akan melakukan pembelian kelengkapan vape, pembeli tentunya ingin mengetahui terlebih dahulu informasi seputar kelengkapan vape tersebut. Namun untuk mengetahui hal tersebut, pembeli harus menghubungi pihak Vapestore vapor ID pada waktu jam kerja.

3.3.1 Analisis Sebab Akibat

Analisis sebab akibat ini bertujuan untuk mengetahui ketepatan solusi terhadap permasalahan pada peneliti tugas akhir. Sehingga permasalahan yang disebutkan dapat diselesaikan dengan solusi yang tepat. Tahap analisis pada bagian ini menggunakan cause and effect diagram atau disebut juga dengan nama fishbone diagram. Berikut ini merupakan gambar fishbone diagram perancangan antarmuka website *E-commerce* untuk penjualan Kelengkapan Vape.

1. Vapor ID

Penyebab masalah dari sisi Vapor ID

- a. Informasi mengenai produk yang tersedia sulit ditemukan. Vapor ID tidak mempunyai *website* untuk menyebarluaskan informasi maupun dalam segi *marketing and business*, sehingga dalam penyebaran informasi mengenai produk tidak dapat dilihat dari manapun kecuali datang ke tempat
- b. Terlalu rumit mengenai pemesanan. Ketika *customer* memesan dengan via telfon, penjual terkadang masih keliru dengan kwitansi yang bercampur dengan pemesanan lainnya.

2. *Customer*

Informasi mengenai produk sulit ditemukan.

- a. Ketika memesan produk di Vapor ID kita hanya melalui via telfon dan belum pasti dalam mengetahui produk tersedia atau tidak.

3.3.2 Solusi Sebab Akibat

Solusi masalah merupakan solusi yang diajukan terkait dengan permasalahan yang telah diuraikan pada sub bab analisis sebab akibat.

Berikut di bawah ini merupakan uraian dari solusi masalah :

1. Vapor ID

Solusi yang diajukan dari sisi Toko Vapor ID yaitu :

- a. Dibuatkan website untuk menyebarkan informasi.
Dibuatkannya website Vapor ID untuk membantu menyebarkan informasi mengenai Toko Vapor ID agar penyeberan informasi makin jelas dan meluas.
- b. Dibuatkan halaman Dashboard agar dapat mengelola data dan melacak status pesanan.
Di dalam website Vapor ID dibuatkan halaman Dashboard untuk mengelola data yang ada di Vapor ID sehingga dapat mengelola pemesanan dan menampilkan status pelacakan mengenai produk yang sedang di beli.

2. *Customer*

Solusi yang diajukan dari sisi costumer yaitu :

- a. Menyediakan informasi pemesanan dalam Toko Vapor ID.
Di dalam website Vapor ID disediakan menu pemesanan, agar *customer* dengan penjual dapat dengan mudah melakukan pemesanan di Vapor ID.
- b. Sediakan Menu informasi terkait produk.

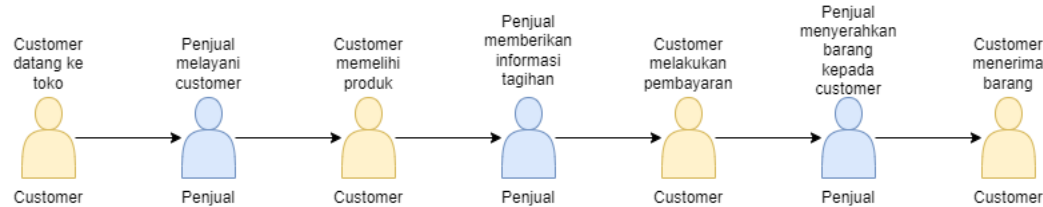
Di dalam website Vapor ID disediakan menu mengenai informasi produk yang dijual agar *customer* dapat melihat informasi mengenai produk yang tersedia.

BAB 4

ANALISIS DAN PERANCANGAN PEMBUATAN WEBSITE *E-COMMERCE*

Bab ini berisi penjelasan mengenai perancangan aplikasi *website e-commerce* yang dilakukan menggunakan metode *Design Thinking*.

4.1 Analisis Alur Aktivitas



Gambar 4. 1 Analisis alur aktivitas

Alur aktivitas penjualan di Vapor ID akan digambarkan dengan *workflow* yang dapat dilihat pada gambar 4.1

4.1.1 Daftar Pelaku

Berikut ini merupakan daftar pelaku dari aktivitas transaksi di Vapor ID:

Tabel 4. 1 Daftar Pelaku

No.	Nama Pelaku	Penjelasan
1	Penjual	Pelaku / orang yang menjual barang di toko Vapor ID
2	Customer	Orang yang melakukan pembelian di toko Vapor ID

4.1.2 Penjelasan Alur Aktivitas

Berikut ini merupakan rincian dari aktivitas transaksi di toko Vapor ID.

Tabel 4. 2 Penjelasan Alur Aktivitas

No.	Aktivitas	Pelaku	Penjelasan
1.	Customer datang ke toko	Customer	Customer datang ke toko untuk mendapatkan informasi tentang barang yang ingin dibeli dan melakukan konsultasi kepada penjual tentang produk yang cocok untuk customer
2.	Penjual melayani customer	Penjual	Penjual melayani customer yang datang ke toko. Memberikan informasi yang dibutuhkan customer dan memberikan rekomendasi produk yang cocok.
3.	Customer memilih produk	Customer	Customer memilih produk yang dirasa telah cocok
4.	Penjual memberikan informasi tagihan	Penjual	Penjual memberikan tagihan produk yang telah di pilih oleh customer
5.	Customer melakukan pembayaran	Customer	Customer melakukan transaksi tagihan yang telah disediakan oleh penjual untuk segera dibayarkan
6.	Penjual menyerahkan barang kepada customer	Penjual	Penjual menyerahkan barang yang telah di bayar oleh customer
7.	Customer menerima barang	Customer	Customer menerima barang yang telah dibayar dan melakukan pengecekan barang untuk mengatasi kekeliruan

Dari hasil analisis berdasarkan *workflow* yang didapatkan, untuk mendapatkan informasi ataupun melakukan transaksi, *customer* diharuskan untuk datang ke toko secara

tatap muka. Hal ini dirasa kurang efektif bilamana terdapat konsumen dari luar kota yang tertarik dengan produk toko Vapor ID.

4.2 Analisis Menggunakan Design Thinking

Berikut Merupakan analisis menggunakan *Design Thinking*

4.2.1 *Empathize*

Empathize merupakan langkah awal dalam *Design Thinking*. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dengan cara *Interview*, tujuan dari tahap ini yaitu untuk berempati dengan pengguna aplikasi. Kegiatan *Empathize* dilakukan kepada 6 peserta.

A. Wawancara

Secara umum hasil yang didapatkan dari wawancara yaitu pelaku penjual dan pembeli merasa kesulitan dalam melakukan jual beli dalam *marketplace*, yang menjadi kesulitan yaitu sulitnya mendapatkan informasi mengenai produk apa saja yang sedang dijual. Selain itu pelaku juga memiliki kendala saat melakukan transaksi dikarenakan saat ingin memesan sebuah produk secara online hanya dilakukan via telfon, hal tersebut memungkinkan penjual seringkali keliru dalam membuat kwitansi pemesanan dikarenakan bercampur dengan pemesanan lainnya.

B. *Empathy Map*

Peta Empati terdiri dari empat kuadran. Empat kuadran mencerminkan empati utama, yang ditunjukkan/ dimiliki pengguna selama tahap pengamatan/penelitian. Empat kuadran mengacu pada apa yang pengguna: *Said*, *Did*, *Thought*, dan *Felt*. Berikut merupakan peta empati yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi:

Tabel 4. 3 Empathy Map 1 Pelaku Penjual

<i>Said</i>	<i>Empathy Map 1 Penjual</i>	<i>Did</i>
1. <i>Marketing</i> merupakan hobi saya 2. Saya aktif di beberapa forum penjualan vape 3. Saya berharap adanya aplikasi yang mudah 4. Saya membutuhkan pengarahannya untuk B2B (<i>Business to Business</i>)		1. Memiliki toko <i>Vapystore</i> 2. Mengelola tim usaha Vapor ID 3. Banyak melakukan pemasaran di Whatsapp dan Instagram
<i>Thought</i>		<i>Felt</i>
1. Saya pikir toko saya masih kurang dalam melakukan pemasaran produk		1. Saya merasa kesulitan dalam mencari modal usaha 2. Saya merasa bimbingan/konsultasi hanya ada ketika ada evenet

Penjual ini memiliki ketertarikan dan dasar kuat dalam marketing digital—sudah menjalankan toko dan tim serta berpromosi di dua kanal utama. Namun, dia membutuhkan solusi yang lebih praktis (aplikasi) dan bimbingan berkelanjutan, terutama dalam strategi B2B dan akses pendanaan.

Tabel 4. 4 Empathy Map 2 Pelaku Penjual

Said	Empathy Map 2 Penjual	Did
1. Saya berfokus kepada pengembangan produk liquid 2. Saya berharap ada aplikasi yang dibantu memiliki sistem yang aktif 3. Permasalahan vape store yaitu pada bagian pemasaran produk		1. Pemasaran dilakukan oleh pihak ke 3 dan reseller 2. Mengikuti pelatihan cara membuat liquid 3. Melakukan kerjasama dengan vape store yang lain 4. Pemasaran dilakukan menggunakan Whatsapp dan Instagram
Thought	Empathy Map 2 Penjual	Felt
1. Saya pikir dengan membuat berbagai inovasi akan menarik perhatian calon pembeli 2. Saya pikir Vapor ID akan terbantu jika dibuatkan aplikasi <i>website</i> penjualan produk 3. Saya pikir perlu adanya aplikasi yang dapat memberikan layanan informasi terpusat mengenai penjualan produk		1. Saya merasa kesulitan dalam melakukan pemasaran produk 2. Saya akan merasa senang bilamana dibuatkan aplikasi yang sederhana dan mudah di gunakan

Penjual ini sangat berorientasi pada inovasi produk, aktif dalam pengembangan dan kolaborasi, namun menyadari kelemahan di sisi pemasaran. Ada kebutuhan yang kuat untuk solusi digital—baik aplikasi maupun platform—yang dapat mengintegrasikan sistem pemasaran, informasi penjualan, dan distribusi agar lebih praktis, terpusat, serta mempermudah aktivitas B2C maupun B2B.

Tabel 4. 5 Empathy Map 3 Pelaku Penjual

Said	Empathy Map 3 Penjual	Did
1. Saya gemar membuat konten namun kesulitan karena masih dikelola secara mandiri 2. Saya berharap aplikasi yang dibuat dapat terus berkembang seperti marketplace yang sudah berkembang pesat		1. Melakukan inovasi produk 2. Menjual produk di berbagai event 3. Melakukan pemasaran di Whatsapp dan Instagram
Thought	Empathy Map 3 Penjual	Felt
1. Saya pikir dengan adanya fitur pemesanan dan pelacakan dapat membantu dalam meningkatnya penjualan		1. Saya merasa kesulitan dalam mengelola sosial media 2. Saya merasa senang jika ada fitur pendaftaran pembeli

Penjual ini sangat berfokus pada pembuatan konten dan inovasi, namun kekurangan dukungan teknis untuk mengelola operasional digital (media sosial, pemesanan, pelacakan, dan database pelanggan). Ia berharap ada solusi yang mirip dengan platform marketplace

yang menyediakan sistem pemesanan, pelacakan, dan manajemen pelanggan yang terpadu dan terus berkembang.

Tabel 4. 6 Empathy Map 1 Pelaku Pembeli

Said	Empathy Map 1 Pembeli	Did
1. Saya sering menggunakan marketplace tokopedia, shopee, lazada 2. Platform yang saya gunakan disesuaikan dengan kondisi		1. Mencari promo produk yang ada di keranjang 2. Mencari produk yang diinginkan 3. Membandingkan harga produk yang diinginkan
Thought		Felt
1. Saya pikir dengan adanya website penjualan dapat memudahkan mencari banyak barang yang tidak tersedia, dan membuat branding harga lebih mudah 2. Saya pikir dengan dibuatkannya website e-commerce ini maka pembeli juga akan sering mengunjungi website tersebut		1. Saya merasa senang dengan aplikasi tokopedia karena setiap barangnya memiliki kualitas yang bagus dan desain yang bagus 2. Saya senang menggunakan aplikasi shopee karena banyak promo 3. saya senang menggunakan aplikasi lazada karena harga rokok elektrik yang terjangkau dan terdapat fitur cod

Pengguna sering menggunakan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, dan pemilihan platform disesuaikan dengan kebutuhan. Mereka aktif mencari promo, produk yang diinginkan, dan membandingkan harga.

Mereka berpikir bahwa website e-commerce dapat memudahkan pencarian produk yang tidak tersedia dan memperkuat branding harga, serta meningkatkan kunjungan pembeli.

Secara emosional, mereka merasa senang menggunakan Tokopedia karena kualitas dan desain produk, Shopee karena banyak promo, dan Lazada karena harga terjangkau serta adanya fitur COD.

Tabel 4. 7 Empathy Map 2 Pelaku Pembeli

Said	Empathy Map 2 Pembeli	Did
1. Aplikasi marketplace yang sering saya gunakan yaitu tokopedia 2. saya pernah beberapa kali menjual produk di beberapa situs jual beli seperti marketplace facebook		1. Mencari produk yang diinginkan 2. Membandingkan harga produk yang diinginkan 3. Menjual produk jika dibutuhkan 4. Mencari referensi mengenai informasi rokok elektrik
Thought		Felt
1. saya pikir branding aplikasi diperlukan agar calon pengguna dapat mengerti aplikasi sebelum menggunakannya		1. saya senang menggunakan aplikasi tokopedia karena desainnya yang to the point

Pengguna lebih sering menggunakan Tokopedia dan juga pernah menjual produk melalui marketplace seperti Facebook. Aktivitas utamanya meliputi mencari produk, membandingkan harga, menjual produk, serta mencari informasi tentang rokok elektrik.

Mereka berpikir bahwa branding aplikasi penting agar calon pengguna bisa memahami fungsi aplikasi sebelum menggunakannya.

Secara emosional, pengguna senang menggunakan Tokopedia karena desain aplikasinya sederhana dan langsung pada tujuan (to the point).

Tabel 4. 8 Empathy Map 3 Pelaku Pembeli

Said	Empathy Map 3 Pembeli	Did
1. Saya mendapatkan informasi e-commerce dari lingkungan sekitar saya 2. Aplikasi yang sering gunakan yaitu tokopedia		1. Mencari produk yang diinginkan 2. Membandingkan harga produk yang diinginkan 3. Menelusuri produk yang berkaitan 4. Saya sering membeli produk di official store
Thought		Felt
1. Saya pikir iklan sutau produk dan Brandambassador akan membuat seseorang dapat mengenal suatu produk dengan cepat 2. Dengan adanya wesbite e-commerce dapat mempermudah saya dalam melakukan banding harga, mengenal produk lebih cepat dan efisien		1. Saya merasa tertarik dengan produk yang memiliki foto produk yang bagus dan mudah dilihat 2. Saya senang menggunakan tokopedia karena aksesnya cepat, design yang menarik dan mudah di mengerti

Pengguna memperoleh informasi tentang e-commerce dari lingkungan sekitar dan paling sering menggunakan Tokopedia. Mereka aktif dalam mencari dan menelusuri produk, membandingkan harga, serta lebih suka berbelanja di official store.

Mereka berpikir bahwa iklan dan Brand Ambassador membantu orang cepat mengenal produk, dan website e-commerce mempermudah proses perbandingan harga serta mempercepat pemahaman produk.

Secara emosional, mereka tertarik pada produk dengan foto yang bagus dan merasa puas menggunakan Tokopedia karena akses cepat, desain menarik, dan mudah digunakan.

Berikut ini merupakan hasil dari fase *empathize* yang didapatkan yaitu antara lain:

1. Penjual merasa terbantu jika dibuatkan aplikasi *website e-commerce* pada toko Vapor ID
2. Penjual merasa terbantu jika dibuatkan aplikasi *website e-commerce* yang mudah digunakan serta memberikan informasi yang jelas dan akurat.
3. Penjual akan merasa terbantu jika terdapat informasi harga dan ketersediaan barang dan dapat melacak status pesanan.

4. Pembeli merasa kesulitan karena harus datang ke official store untuk menanyakan produk apa saja yang baru.
5. Pembeli merasa kesulitan untuk melakukan pesanan secara online karena hanya dilakukan via telfon dan *Direct Message* dari instagram.

4.2.2 Define

Define langkah awal dalam *Design Thinking*. Pada tahap ini dilakukan pendefinisian masalah-masalah yang penting untuk diselesaikan. Permasalahan akan digambarkan melalui *persona* dan *journey map*.

A. Persona

User persona adalah representasi fiktif dari pengguna. *User persona* membantu untuk memahami pengguna secara lebih dalam, sehingga dapat mengembangkan produk yang lebih relevan dan efektif bagi mereka.

Dari pengumpulan data yang dilakukan, didapatkan *user persona* sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Persona 1 Penjual

Persona	Persona 1 Penjual
Identitas pengguna	Nama : Fitriyani Usia : 26 tahun Pekerjaan : Vaporista di Toko Vapor ID Status : menikah
Deskripsi pengguna	Fitriyani merupakan Vaporista di Toko Vapor ID yang juga bekerja di sebuah apoteker di jalan inhoffank, kegiatan yang biasa dia lakukan yaitu bekerja dari jam 8 pagi sampai jam 5 sore, lalu melanjutkan bekerja menjadi Vaporista di Toko Vapor ID dari jam 5 sampai dengan jam 10 malam dibantu dengan suaminya
Sasaran/ goals	A. Produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat luas. B. Dapat melakukan pemasaran pada <i>website e-commerce</i>
Masalah/ tantangan	A. Tidak tahu bagaimana cara melakukan pesanan di <i>website-ecommerce</i> B. Informasi mengenai pemesanan dilakukan hanya via telfon
Media	Social Media : Whatsapp, Facebook, Instagram Marketplace: -

Tabel 4. 10 Persona 2 Penjual

Persona	Persona 2 Penjual
Identitas pengguna	Nama : Davi Ahmad Fairuz Usia : 25 tahun Pekerjaan : Vaporista di Toko Vapor ID Status : menikah
Deskripsi pengguna	Davi ahmad Fairuz merupakan Vaporista di Toko Vapor ID yang juga sedang menempuh pendidikan sarjana di Universitas Informatika dan Bisnis, kegiatan yang biasa dilakukan yaitu menjadi Vaporista di Toko Vapor ID dan merupakan suami dari Fitriyani, dia bekerja sebagai vaporista dari jam 1 siang sampai dengan jam 10 malam
Sasaran/ goals	A. Produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat luas B. Dapat melakukan pemasaran pada <i>website e-commerce</i>
Masalah/ tantangan	A. Tidak dapat menjangkau lebih luas lagi mengenai penjualan produk di Vapor ID B. Informasi mengenai pemesanan dilakukan hanya via telfon
Media	Social Media : Whatsapp, Facebook, Instagram Marketplace: -

Tabel 4. 11 Persona 1 Pembeli

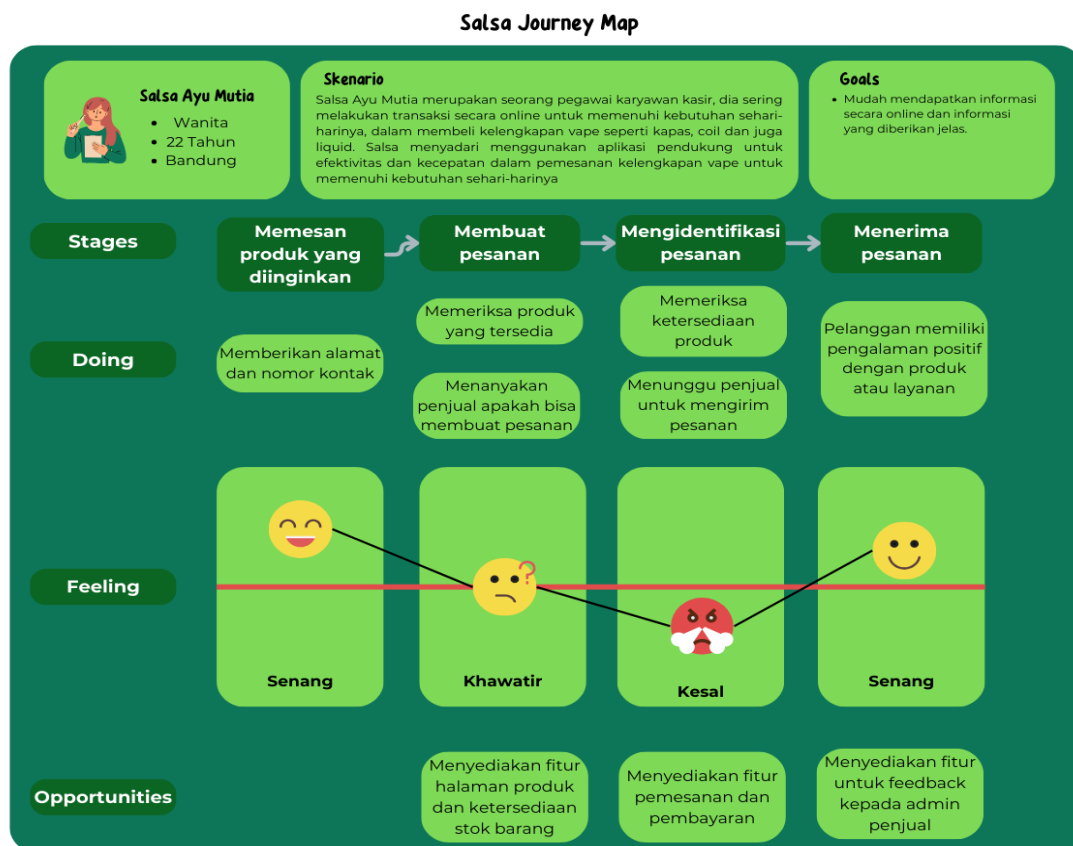
Persona	Persona 1 Pembeli
Identitas pengguna	Nama : Salsa Ayu Mutia Usia : 22 tahun Pekerjaan : Karyawan di Pasar Mikro Status : Belum menikah
Deskripsi pengguna	Salsa Ayu Mutia merupakan pegawai karyawan, dia sering melakukan transaksi secara online untuk membeli sebuah produk.
Sasaran/ goals	A. Dapat membeli kebutuhan dengan mudah dan cepat B. Dapat melakukan transaksi dengan mudah pada aplikasi <i>website e-commerce</i> Vapor ID
Masalah/ tantangan	A. Tidak memiliki waktu untuk datang ke official store karena sudah lelah bekerja
Media	Social Media : Whatsapp, Facebook, Instagram dan TikTok Marketplace: Tokopedia dan Shoppe

User Persona ini dijabarkan mengenai kebutuhan, kesulitan serta target dari pengguna yang akan menggunakan aplikasi *website e-commerce* Vapor ID. Pengguna aplikasi diharapkan dapat melakukan pemasaran produk yang lebih efektif dan efisien dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas , mendapatkan fasilitas informasi yang terintegrasi. Aplikasi *website e-commerce* Vapor ID mengharapkan pengguna mempermudah transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhan harian pengguna aplikasi.

B. *User Journey Map*

User journey map adalah representasi visual dari pengalaman pengguna atau proses yang dilakukan oleh pengguna yang dapat digunakan untuk memahami interaksi antara *user* dengan produk atau layanan. Dari penelitian ini, didapatkan *user journey map* sebagai

berikut:



Gambar 4. 2 User Journey Map

User journey map ini menggambarkan pengalaman pembeli dalam melakukan transaksi sebelum adanya aplikasi *website e-commerce*. Hal ini dapat membantu untuk memahami bagaimana produk akan membantu *user*, serta menemukan potensi masalah atau tantangan yang mungkin dihadapi oleh *user* sebelum penggunaan produk. Pada tahap ini, penjual menghadapi tantangan dalam segi penjualan yang tidak efisien dalam melakukan transaksi maupun memberikan informasi produk.

4.2.3 Ideate

Tahap *Ideate* merupakan tahap untuk menghasilkan ide berdasarkan tahap *Empathize* dan *Define*, untuk mencari cara alternatif dan mengidentifikasi solusi inovatif pernyataan masalah dapat menggunakan *brainstorming*, *banchmarking*, dan untuk memodelkan hasil dari ide dapat menggunakan *userflow* dan *sitemap*. Dari hasil tahapan *empathize* dan *define* maka didapatkan fokus kepada yaitu antara lain:

a. Brainstorming

Brainstorming dilakukan dengan pengguna aplikasi yaitu penjual dan pembeli. berikut ini merupakan hasil yang didapatkan dari brainstorming:

No	Permasalahan	Solusi
1	Penjual menginginkan penjelasan barang vape terhadap pembeli	Memberikan atau menampilkan ketersediaan stok barang yang tersedia
2	Calon pengguna menginginkan macam macam barang yang tersedia	
3	Penjual ingin menjual barang vape secara online tapi masih belum tau cara melakukannya	Pembuatan halaman vapestore penjualan untuk membantu penjual menjual barang
4	Calon pengguna menginginkan website yang mudah digunakan oleh calon pengguna	Membuat User Experience yang mudah digunakan oleh pembeli dengan mengoptimalkan alur User Flow pengguna
5	Calon pengguna menginginkan fitur report jika sesuatu terjadi dengan pesanannya	Membuat fitur kategori pada pemilihan barang vape
6	Calon pengguna menginginkan fitur lacak status pesanan jika barang sudah di antarkan	Membuat halaman fitur untuk melacak status pesanan

b. Benchmarking

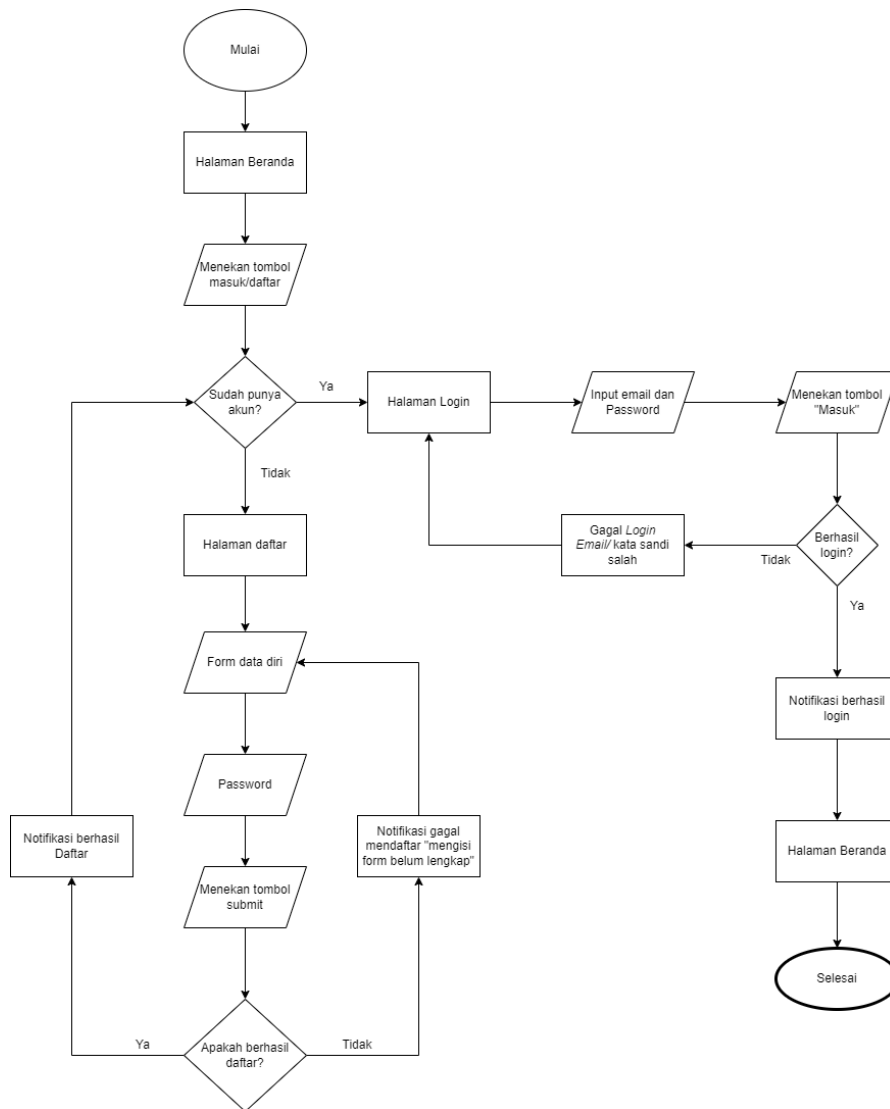
Benchmarking bertujuan untuk mengetahui apa yang dimiliki oleh pesaing, sehingga rancangan yang dibuat diharapkan bisa lebih mudah dan cepat dipahami oleh pengguna.

1. Juicestation toko liquid yang menyediakan berbagai macam liquid dengan informasi yang mudah di lihat dan dipahami.
2. Threemonkeys menyediakan fitur kategori yang menarik untuk dilihat dan konsisten design.

c. *Userflow*

Userflow merupakan diagram yang akan membawa pengguna melalui serangkaian alur saat sedang melakukan aktivitas pada sebuah website. Terdapat 3 user pada website Vapor ID yaitu penjual, pemasok dan pembeli.

1. *Userflow* pengguna masuk sebagai pembeli pada website *e-commerce* Vapestore VaporID.

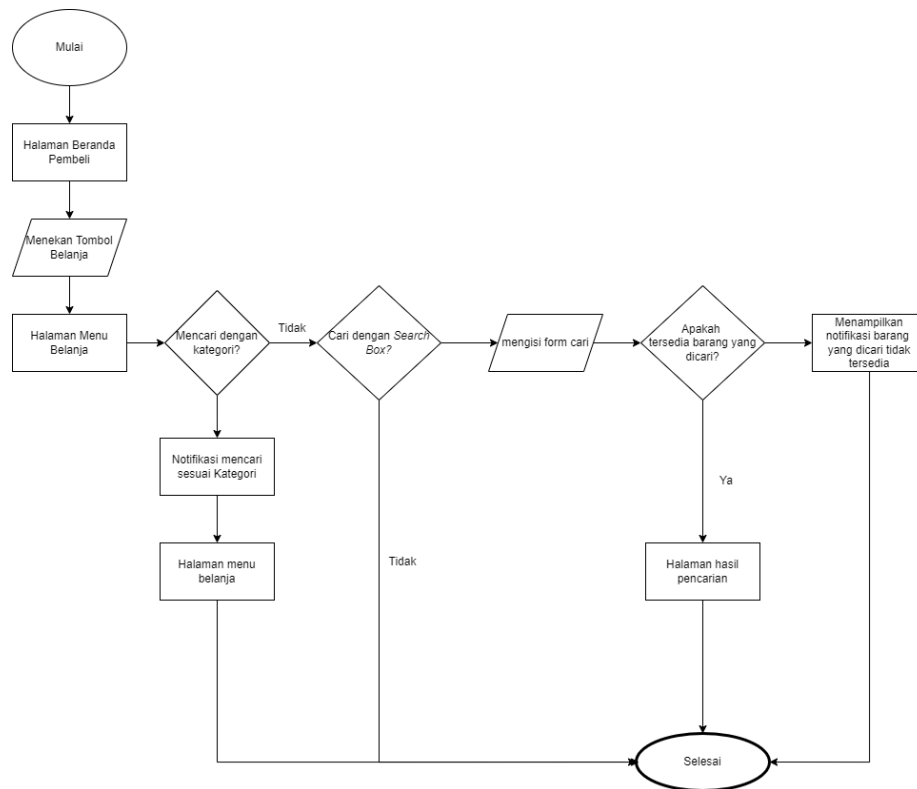


Gambar 4. 3 Flowchart pembeli

Proses *userflow Register* atau *Login* sebagai pembeli dimulai dengan tampilan beranda yang bisa diakses oleh umum sebelum *login*. Setelah memasuki halaman Login dengan menekan tulisan Daftar, selanjutnya pembeli terdapat pada form mengisi data diri, terdiri dari nama sampai password yang akan dibuat nantinya, setelah selesai pembeli dapat menekan tombol daftar.

2. Fitur Cari yang ada pada website *e-commerce* Vapestore VaporID

Berikut merupakan *userflow* ketika pengguna mencari vape pada website *e-commerce* Vapestore VaporID.



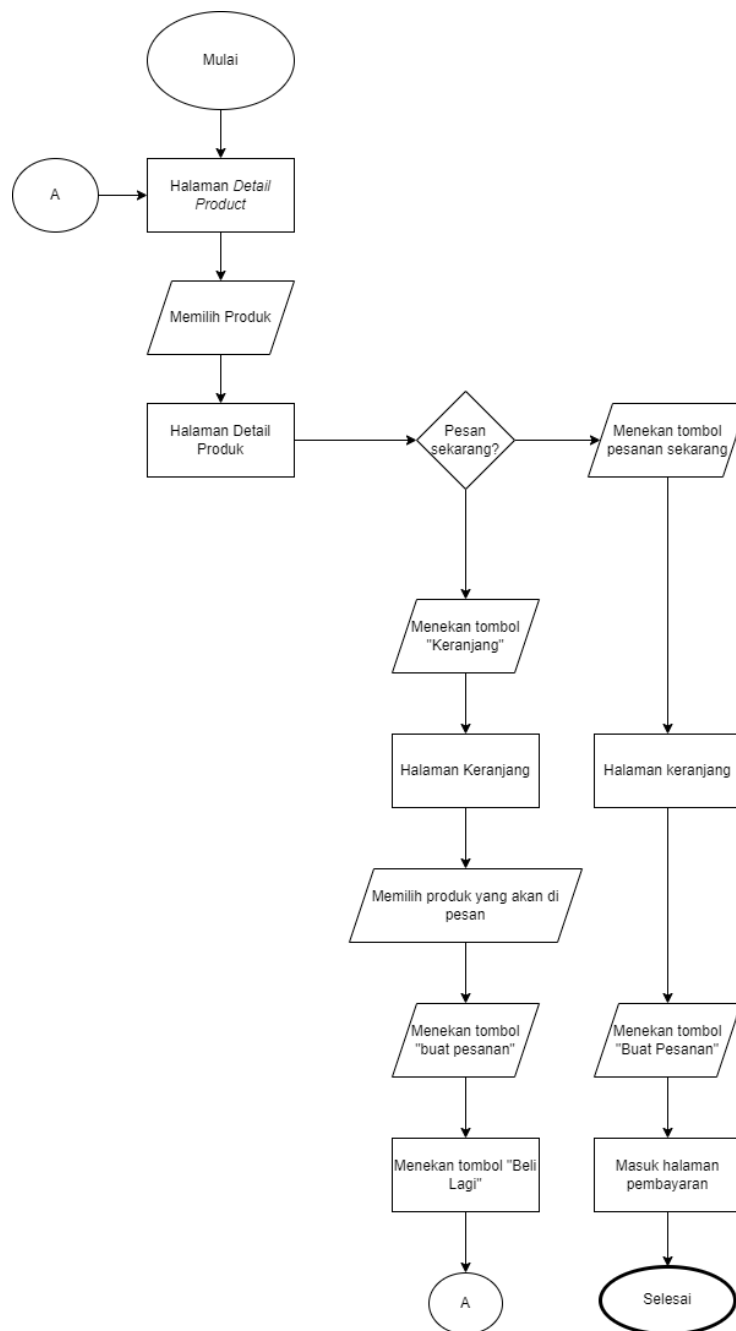
Gambar 4. 4 Flowchart mencari vape

Userflow pencarian barang vape pada website e-commerce vape store vapor ID dimulai dari halaman beranda, user menekan tombol menu belanja untuk sistem berganti ke halaman ke produk toko, lalu pengguna dapat mencari vape dengan cara menekan radio button pada samping menu untuk menampilkan barang vape sesuai dengan kategorinya.

Menariknya, penggunaan radio button memungkinkan pengguna untuk melakukan pemilihan kategori secara cepat dan intuitif tanpa perlu menavigasi terlalu banyak menu. Pengguna hanya perlu satu kali klik untuk langsung melihat produk sesuai dengan preferensi mereka. Ini sangat membantu menghemat waktu pencarian, terutama bagi pengguna yang ingin berbelanja secara efisien. Selain itu, desainnya yang sederhana dan familiar membuat fitur ini mudah digunakan bahkan bagi pengguna yang kurang terbiasa dengan teknologi.

3. Pemesanan Vape pada website Vapor ID

Berikut merupakan userflow ketika pemesanan vape pada website e-commerce Vapor ID.

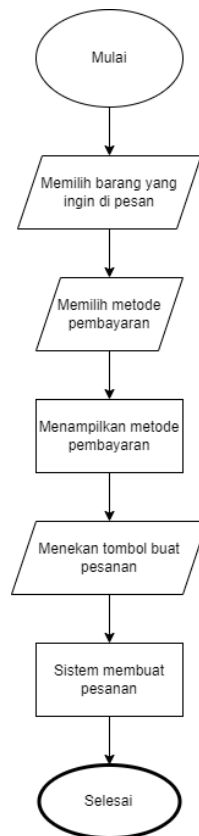


Gambar 4. 5 Flowchart pemesanan

Userflow pemesanan produk dimulai dengan pengguna memilih vape yang berada pada halaman menu belanja, selanjutnya pengguna dapat memilih untuk memesan vape secara langsung atau melewati halaman keranjang, setelah pengguna mengisi bagian pesanan vape dan memilih tanggal yang ditentukan maka sistem akan memberikan informasi pesanan melewati halaman transaksi kepada penjual vape. Untuk pembeli yang ingin memesan lebih dari dua barang vape akan diarahkan ke menu belanja kembali.

4. Pembayaran vape pada website Vapor ID.

Berikut merupakan userflow ketika pembayaran vape pada website e-commerce Vapor ID.



Gambar 4. 6 Flowchart pembayaran

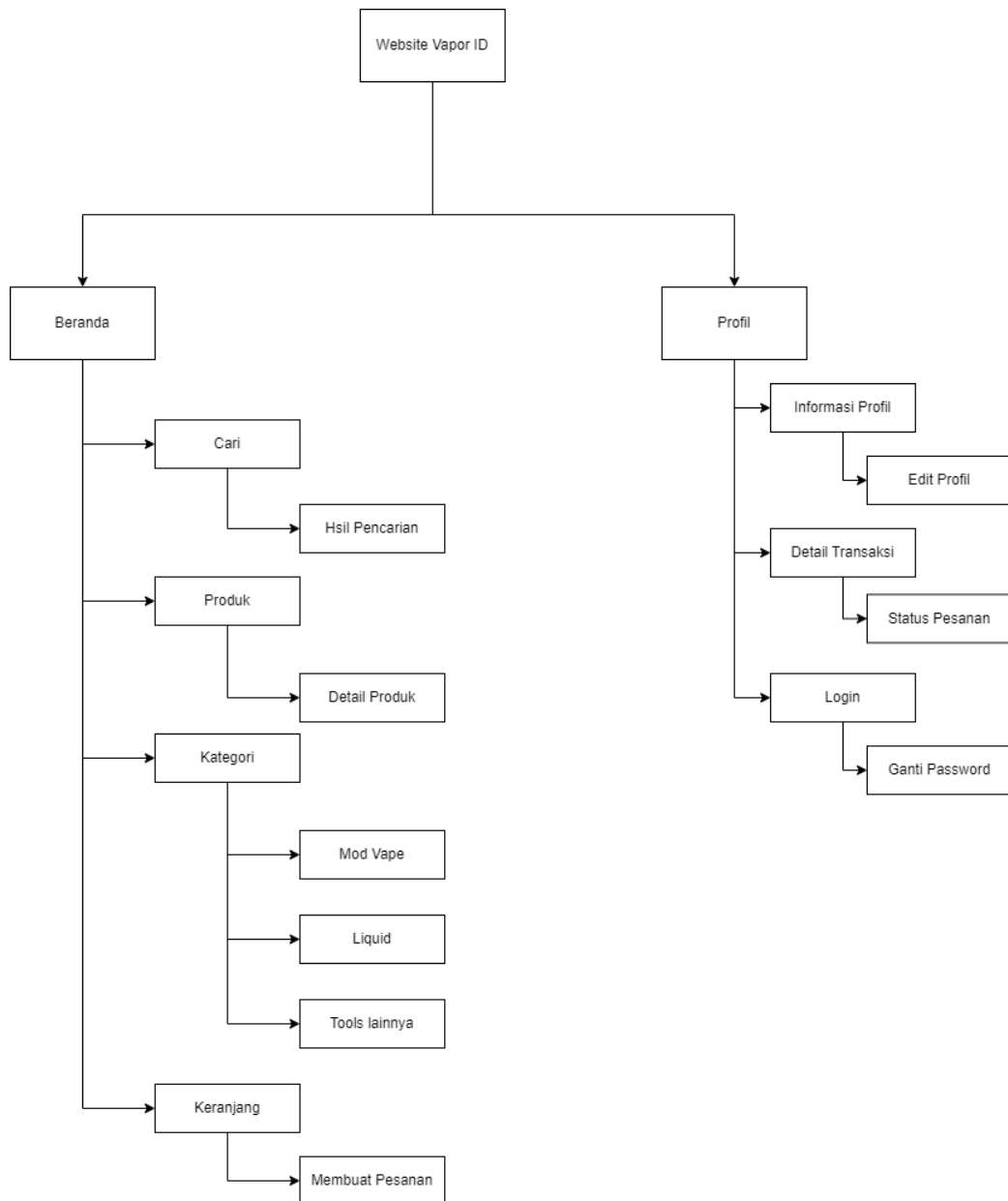
Userflow pembayaran vape dilakukan dalam halaman transaksi yang diawali dengan pembeli memilih pesanan yang akan dibeli, lalu pembeli memilih metode pembayaran apa yang ingin dilakukan lalu menampilkan metode pembayaran yang dipilih, setelah selesai memilih metode pembayaran, pembeli menekan tombol buat pesanan dan sistem akan langsung membuat pesanan.

d. *Sitemap*

Sitemap diagram adalah representasi visual dari struktur situs web yang menunjukkan bagaimana halaman-halaman di situs tersebut saling terhubung. Diagram ini membantu dalam perencanaan dan pengelolaan situs web dengan memberikan gambaran yang jelas tentang hierarki dan hubungan antar halaman.

1. *Sitemap* pembeli website e-commerce Vapor ID

Berikut ini merupakan *sitemap* untuk pembeli pada website e-commerce Vapor ID.



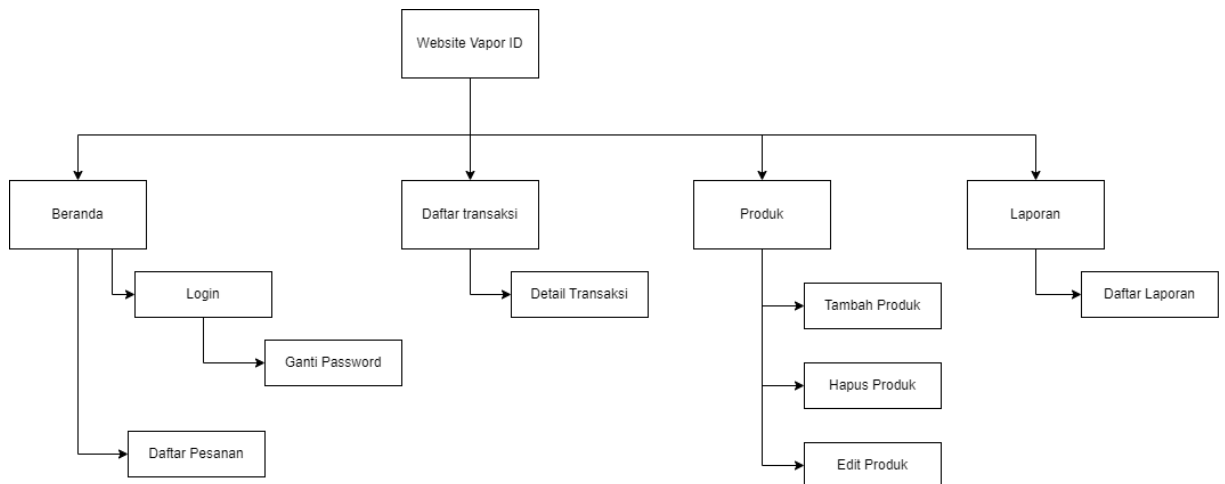
Gambar 4. 7 Sitemap Pembeli

Tabel 4. 12 Deskripsi Sitemap pembeli

No	Nama Halaman	Fungsi Halaman
1	Beranda	Halaman beranda merupakan halaman utama ketika pengguna menggunakan website <i>e-commerce</i> Vapor ID halaman ini memuat fitur
2	Fitur Cari	Fitur untuk pembeli untuk mencari barang
3	Fitur Produk	Fitur produk menampilkan produk di halaman utama yang ketika di klik akan menampilkan detail produk tersebut
4	Fitur Kategori	Fitur kategori yaitu fitur yang dapat menampilkan beberapa produk yang ingin dipilih dengan cepat misalkan jika hanya ingin memilih kategori liquid, maka hanya akan menampilkan semua kategori liquid
5	Halaman Profil	Halaman profil merupakan halaman ketika pengguna menyimpan data-data pribadi untuk kebutuhan <i>e-commerce</i>
6	Halaman Informasi Profil	Fitur untuk melihat dan merubah informasi data diri
7	Detail Transaksi	Fitur untuk melihat status pemesanan apakah sudah di buat atau belum
8	Fitur Login	Fitur untuk merubah kata sandi lama dengan kata sandi baru

2. Sitemap penjual aplikasi website e-commerce Vapor ID.

Berikut ini merupakan sitemap untuk penjual pada website e-commerce Vapor ID.



Gambar 4. 8 Sitemap penjual

Tabel 4. 13 Deskripsi Sitemap penjual

No	Nama Halaman	Fungsi Halaman
1	Beranda	Halaman ini merupakan halaman utama setelah penjual melakukan login pada website <i>e-commerce</i> Vapor ID, halaman ini memuat informasi toko, bagian kelola barang yang di jual
2	Login	Halaman ini merupakan halaman yang digunakan agar pengguna mendapatkan akses kata sandi pengguna webiste <i>e-commerce</i> Vapor ID
3	Ganti Password	Halaman ganti password merupakan halaman yang digunakan untuk memperbarui kata sandi pengguna website <i>e-commerce</i> Vapor ID
4	Daftar Pesanan	Halaman yang menampilkan sebagian daftar transaksi yang dilakukan
5	Detail Transaksi	Halaman yang menampilkan secara deail daftar transaksi yang dilakukan
6	Produk	Halaman yang menampilkan produk vape yang telah didaftarkan
7	Tambah Produk	Halaman yang berisikan form untuk penambahan produk vape
8	Hapus Produk	Halaman untuk menghapus data produk vape
9	Edit Produk	Halaman yang digunakan untuk mengubah informasi produk-produk vape
10	Laporan	Halaman terkait pengaduan yang telah dibuat oleh pengguna
11	Daftar Laporan	Halaman untuk menampilkan lebih detail pengaduan dari berbagai pengguna terkait produk vape

4.2.4 Prototype

Tahap *prototype* merupakan tahap untuk membuat rancangan antarmuka webiste *e-commerce* di Vapor ID berdasarkan tahap ideate, dalam tahap ini peneliti menggunakan low-fidelity dan high-fidelity.

4.2.4.1 Low-fidelity

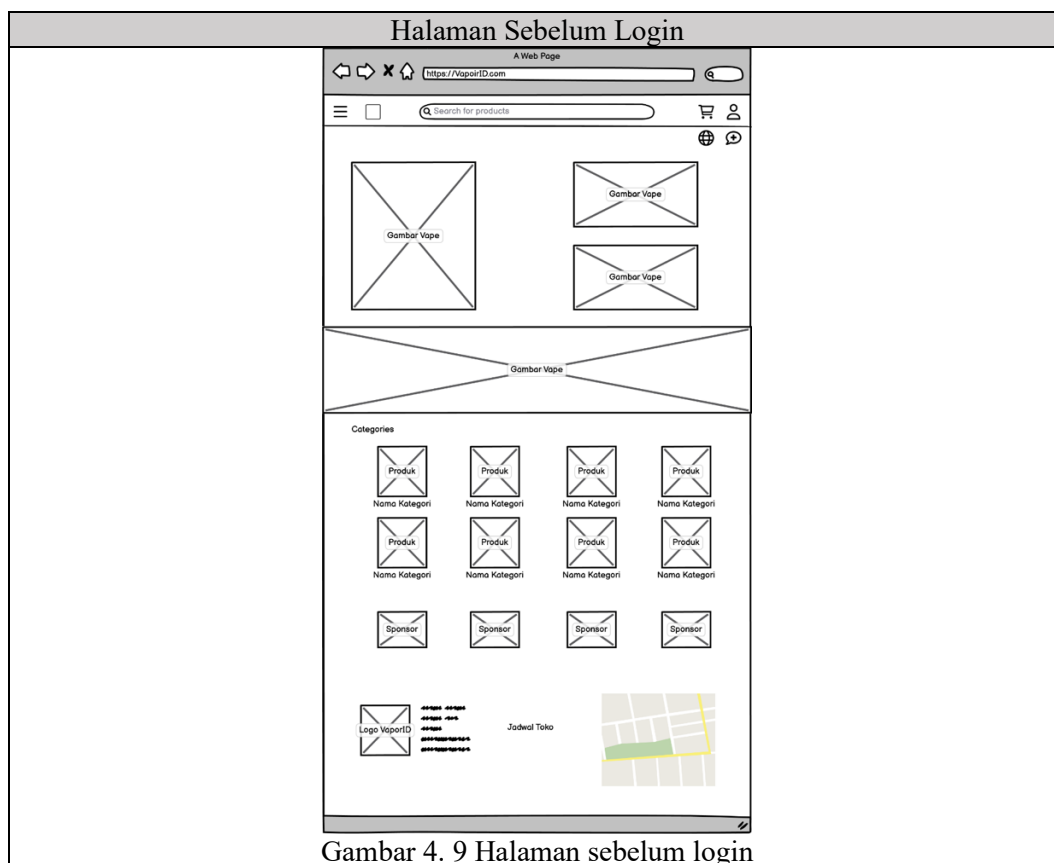
Low-fidelity prototype adalah versi awal atau konsep kasar dari sebuah prototipe yang dirancang dengan menggunakan bahan-bahan sederhana, seringkali berupa sketsa atau wireframes yang tidak terlalu mendetail. Prototipe ini bertujuan untuk menyampaikan ide-ide desain dengan cepat dan hemat biaya, sehingga dapat diuji dan dievaluasi lebih awal dalam proses pengembangan tanpa harus erfokus pada detail visual, estetika, atau fungsionalitas yang kompleks. Dalam tahap ini, tujuan utamanya adalah mengidentifikasi

masalah desain potensial, memperjelas alur pengguna, dan menguji interaksi dasar dari produk yang direncanakan.

Prototype saya dibuat menggunakan *Balsamiq Wireframes* versi 4.7.3, yang merupakan salah satu alat paling populer untuk membuat low-fidelity prototype. Balsamiq Wireframes menggunakan pendekatan desain yang menyerupai sketsa tangan, yang membuat desain terlihat sederhana dan informal. Ini memudahkan pemangku kepentingan untuk lebih fokus pada fungsi dan alur daripada detail visual. Saya juga menggunakan font Balsamiq Sans, font yang dirancang khusus untuk memberi kesan tangan yang sketsa dan tidak terlalu formal, sehingga menjaga suasana diskusi tetap terbuka untuk perbaikan dan masukan. Melalui penggunaan alat seperti Balsamiq, saya bisa dengan cepat membuat dan mengedit wireframes, melakukan uji coba ide-ide desain, serta menerima umpan balik dari tim atau klien tanpa terjebak pada hal-hal teknis yang lebih rumit.

1. Halaman Home sebelum login

Tabel 4. 14 Halaman Home sebelum login

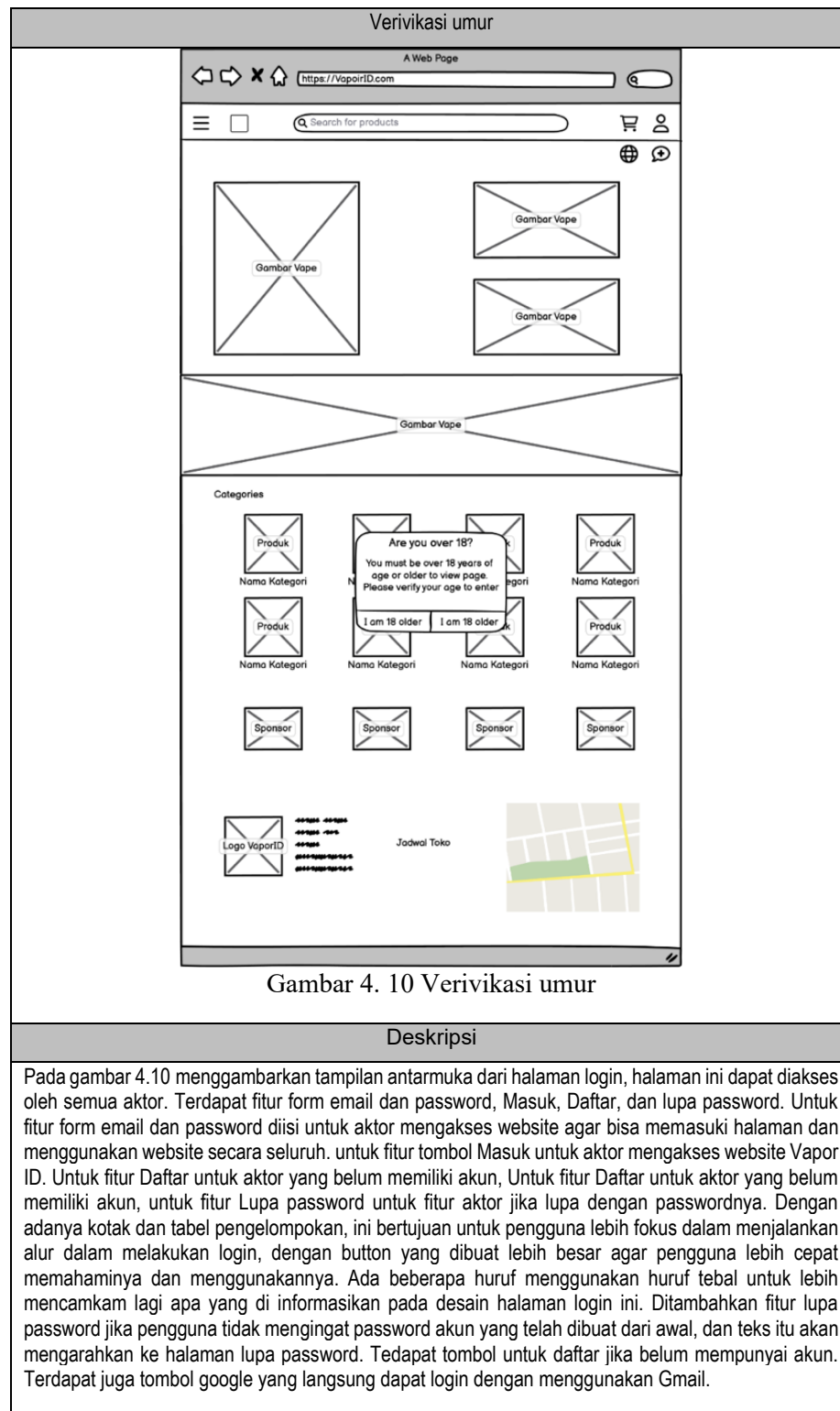


Gambar 4. 9 Halaman sebelum login

Deskripsi

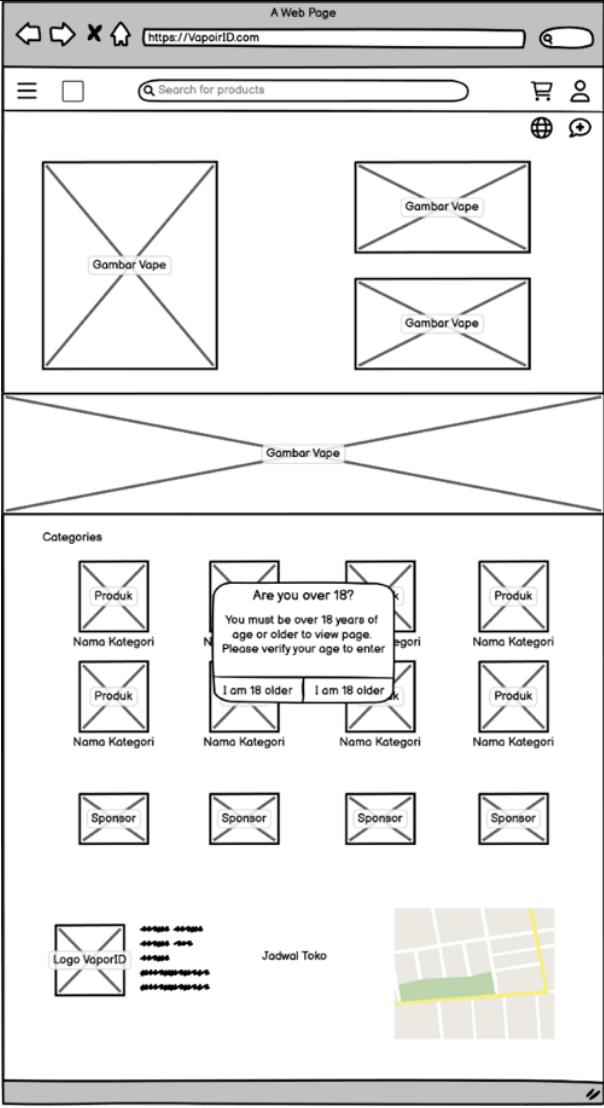
Pada gambar 4.9 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman beranda sebelum melakukan login, halaman ini dapat di akses oleh semua aktor. Pada halaman ini pengguna langsung di perlihatkan dengan gambar produk produk, Terdapat fitur verifikasi untuk memastikan bahwa pengguna yang berkunjung ke halaman ini sudah melebihi usia 18 tahun, untuk fitur login/register digunakan aktor memasuki website atau mendaftar sebagai pengguna

2. Verifikasi umur



3. Verifikasi umur

Tabel 4. 15 Verivikasi umur

Verivikasi umur  Gambar 4. 11 Verivikasi umur	Deskripsi Pada gambar 4.10 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form email dan password, Masuk, Daftar, dan lupa password. Untuk fitur form email dan password diisi untuk aktor mengakses website agar bisa memasuki halaman dan menggunakan website secara seluruh. untuk fitur tombol Masuk untuk aktor mengakses website Vapor ID. Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, untuk fitur Lupa password untuk fitur aktor jika lupa dengan passwordnya. Dengan adanya kotak dan tabel pengelompokan, ini bertujuan untuk pengguna lebih fokus dalam menjalankan alur dalam melakukan login, dengan button yang dibuat lebih besar agar pengguna lebih cepat memahaminya dan menggunakannya. Ada beberapa huruf menggunakan huruf tebal untuk lebih mencamkam lagi apa yang di informasikan pada desain halaman login ini. Ditambahkan fitur lupa password jika pengguna tidak mengingat password akun yang telah dibuat dari awal, dan teks itu akan mengarahkan ke halaman lupa password. Tedapat tombol untuk daftar jika belum mempunyai akun. Terdapat juga tombol google yang langsung dapat login dengan menggunakan Gmail.
--	---

4. Halaman *Login*.

Tabel 4. 16 Halaman Login.

Halaman Login	
A Web Page ← → ✕ 🏠 https://Vap 🔍 Sign In ✕ Close Username Or email Address Password ☐ Remember Me Forgot Passsword? Login OR LOGIN WITH G Google No Account Yet? Create An Account	

Gambar 4. 12 Halaman Login

Deskripsi

Pada gambar 4.11 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form email dan password, Masuk, Daftar, dan lupa password. Untuk fitur form email dan password diisi untuk aktor mengakses website agar bisa memasuki halaman dan menggunakan website secara seluruh. untuk fitur tombol Masuk untuk aktor mengakses website Vapor ID. Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, untuk fitur Lupa password untuk fitur aktor jika lupa dengan passwordnya. Dengan adanya kotak dan tabel pengelompokan, ini bertujuan untuk pengguna lebih fokus dalam menjalankan alur dalam melakukan login, dengan button yang dibuat lebih besar agar pengguna lebih cepat memahaminya dan menggunakannya. Ada beberapa huruf menggunakan huruf tebal untuk lebih mencangkam lagi apa yang di informasikan pada desain halaman login ini. Ditambahkan fitur lupa password jika pengguna tidak mengingat password akun yang telah dibuat dari awal, dan teks itu akan mengarahkan ke halaman lupa password. Tedapat tombol untuk daftar jika belum mempunyai akun. Terdapat juga tombol google yang langsung dapat login dengan menggunakan Gmail.

5. Halaman *Login*.

Tabel 4. 17 Halaman Login.

Halaman Login	
A Web Page ← → ✕ 🏠 https://Vap 🔍 Sign In ✕ Close Username Or email Address Password ☐ Remember Me Forgot Passsword? Login OR LOGIN WITH G Google 👤 No Account Yet? Create An Account	

Gambar 4. 13 Halaman Login

Deskripsi

Pada gambar 4.11 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form email dan password, Masuk, Daftar, dan lupa password. Untuk fitur form email dan password diisi untuk aktor mengakses website agar bisa memasuki halaman dan menggunakan website secara seluruh. untuk fitur tombol Masuk untuk aktor mengakses website Vapor ID. Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, untuk fitur Lupa password untuk fitur aktor jika lupa dengan passwordnya. Dengan adanya kotak dan tabel pengelompokan, ini bertujuan untuk pengguna lebih fokus dalam menjalankan alur dalam melakukan login, dengan button yang dibuat lebih besar agar pengguna lebih cepat memahaminya dan menggunakannya. Ada beberapa huruf menggunakan huruf tebal untuk lebih mencamkam lagi apa yang di informasikan pada desain halaman login ini. Ditambahkan fitur lupa password jika pengguna tidak mengingat password akun yang telah dibuat dari awal, dan teks itu akan mengarahkan ke halaman lupa password. Tedapat tombol untuk daftar jika belum mempunyai akun. Terdapat juga tombol google yang langsung dapat login dengan menggunakan Gmail.

3. Halaman Daftar

Tabel 4. 18 Halaman Daftar

Halaman Daftar	
A Web Page ⏮ ⏭ ✕ 🏠 https://VapoirID.com Q Register Address First Name Last Name Country / Region Province, City, District and Zipcode Pinpoint Location (Optional, Required for Gojek/ Grab) Full Address Phone Email Register	

Gambar 4. 14 Halaman Daftar

Deskripsi

Pada Gambar 4.12 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Pilih jenis kelamin, Alamat, Password dan Konfirmasi password, Fitur Tombol Daftar. Untuk fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Pilih jenis kelamin, Alamat, Password dan Konfirmasi password untuk aktor mengisi kelengkapan data diri akun. Fitur Tombol Daftar untuk aktor mengirim data form yang sudah diisi agar mendapat akun. Menggunakan formulir pengguna dengan menyimpan di tengah halaman agar pengguna tidak kesulitan membaca dan fokus dalam mengerjakan alur daftar akun. Tombol daftar dengan penebalan huruf untuk mempertegas tombol.

6. Halaman *Login*.

Tabel 4. 19 Halaman Login.

Halaman Login	
A Web Page ← → ✕ 🏠 https://Vap 🔍	
Sign In ✕ Close	
Username Or email Address	
Password	
☐ Remember Me	
Forgot Passsword?	
Login	
OR LOGIN WITH	
G Google	
👤	
No Account Yet?	
Create An Account	

Gambar 4. 15 Halaman Login

Deskripsi

Pada gambar 4.11 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form email dan password, Masuk, Daftar, dan lupa password. Untuk fitur form email dan password diisi untuk aktor mengakses website agar bisa memasuki halaman dan menggunakan website secara seluruh. untuk fitur tombol Masuk untuk aktor mengakses website Vapor ID. Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, untuk fitur Lupa password untuk fitur aktor jika lupa dengan passwordnya. Dengan adanya kotak dan tabel pengelompokan, ini bertujuan untuk pengguna lebih fokus dalam menjalankan alur dalam melakukan login, dengan button yang dibuat lebih besar agar pengguna lebih cepat memahaminya dan menggunakannya. Ada beberapa huruf menggunakan huruf tebal untuk lebih mencamkam lagi apa yang di informasikan pada desain halaman login ini. Ditambahkan fitur lupa password jika pengguna tidak mengingat password akun yang telah dibuat dari awal, dan teks itu akan mengarahkan ke halaman lupa password. Tedapat tombol untuk daftar jika belum mempunyai akun. Terdapat juga tombol google yang langsung dapat login dengan menggunakan Gmail.

7. Halaman *Login*.

Tabel 4. 20 Halaman Login.

Halaman Login	
A Web Page     https://Vap 	
Sign In X Close	
Username Or email Address	
Password	
☐ Remember Me Forgot Passsword?	
Login	
OR LOGIN WITH	
 Google	
	
No Account Yet?	
<u>Create An Account</u>	

Gambar 4. 16 Halaman Login

Deskripsi

Pada gambar 4.11 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form email dan password, Masuk, Daftar, dan lupa password. Untuk fitur form email dan password diisi untuk aktor mengakses website agar bisa memasuki halaman dan menggunakan website secara seluruh. untuk fitur tombol Masuk untuk aktor mengakses website Vapor ID. Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, untuk fitur Lupa password untuk fitur aktor jika lupa dengan passwordnya. Dengan adanya kotak dan tabel pengelompokan, ini bertujuan untuk pengguna lebih fokus dalam menjalankan alur dalam melakukan login, dengan button yang dibuat lebih besar agar pengguna lebih cepat memahaminya dan menggunakannya. Ada beberapa huruf menggunakan huruf tebal untuk lebih mencangkam lagi apa yang di informasikan pada desain halaman login ini. Ditambahkan fitur lupa password jika pengguna tidak mengingat password akun yang telah dibuat dari awal, dan teks itu akan mengarahkan ke halaman lupa password. Tedapat tombol untuk daftar jika belum mempunyai akun. Terdapat juga tombol google yang langsung dapat login dengan menggunakan Gmail.

8. Halaman *Login*.

Tabel 4. 21 Halaman Login.

Halaman Login	
A Web Page ← → ✕ 🏠 https://Vap Q	
Sign In ✕ Close	
Username Or email Address	
Password	
☐ Remember Me Forgot Passsword?	
Login	
OR LOGIN WITH	
G Google	
👤 No Account Yet?	
Create An Account	

Gambar 4. 17 Halaman Login

Deskripsi

Pada gambar 4.11 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form email dan password, Masuk, Daftar, dan lupa password. Untuk fitur form email dan password diisi untuk aktor mengakses website agar bisa memasuki halaman dan menggunakan website secara seluruh. untuk fitur tombol Masuk untuk aktor mengakses website Vapor ID. Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, untuk fitur Lupa password untuk fitur aktor jika lupa dengan passwordnya. Dengan adanya kotak dan tabel pengelompokan, ini bertujuan untuk pengguna lebih fokus dalam menjalankan alur dalam melakukan login, dengan button yang dibuat lebih besar agar pengguna lebih cepat memahaminya dan menggunakannya. Ada beberapa huruf menggunakan huruf tebal untuk lebih mencamkam lagi apa yang di informasikan pada desain halaman login ini. Ditambahkan fitur lupa password jika pengguna tidak mengingat password akun yang telah dibuat dari awal, dan teks itu akan mengarahkan ke halaman lupa password. Tedapat tombol untuk daftar jika belum mempunyai akun. Terdapat juga tombol google yang langsung dapat login dengan menggunakan Gmail.

9. Halaman Daftar

Tabel 4. 22 Halaman Daftar

Halaman Daftar	
A Web Page ⬅ ➡ ✕ 🏠 https://VapoirID.com 🔍 Register Address First Name Last Name Country / Region Province, City, District and Zipcode Pinpoint Location (Optional, Required for Gojek/ Grab) Full Address Phone Email Register	

Gambar 4. 18 Halaman Daftar

Deskripsi

Pada Gambar 4.12 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Pilih jenis kelamin, Alamat, Password dan Konfirmasi password, Fitur Tombol Daftar. Untuk fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Pilih jenis kelamin, Alamat, Password dan Konfirmasi password untuk aktor mengisi kelengkapan data diri akun. Fitur Tombol Daftar untuk aktor mengirim data form yang sudah diisi agar mendapatkan akun. Menggunakan formulir pengguna dengan menyimpan di tengah halaman agar pengguna tidak kesulitan membaca dan fokus dalam mengerjakan alur daftar akun. Tombol daftar dengan penebalan huruf untuk mempertegas tombol.

10. Halaman Daftar

Tabel 4. 23 Halaman Daftar

Halaman Daftar	
A Web Page	
 https://VopoirID.com Q	
Register Address	
First Name	Last Name
Country / Region	
Province, City, District and Zipcode	
Pinpoint Location (Optional, Required for Gojek/ Grab)	
Full Address	
Phone	
Email	
Register	

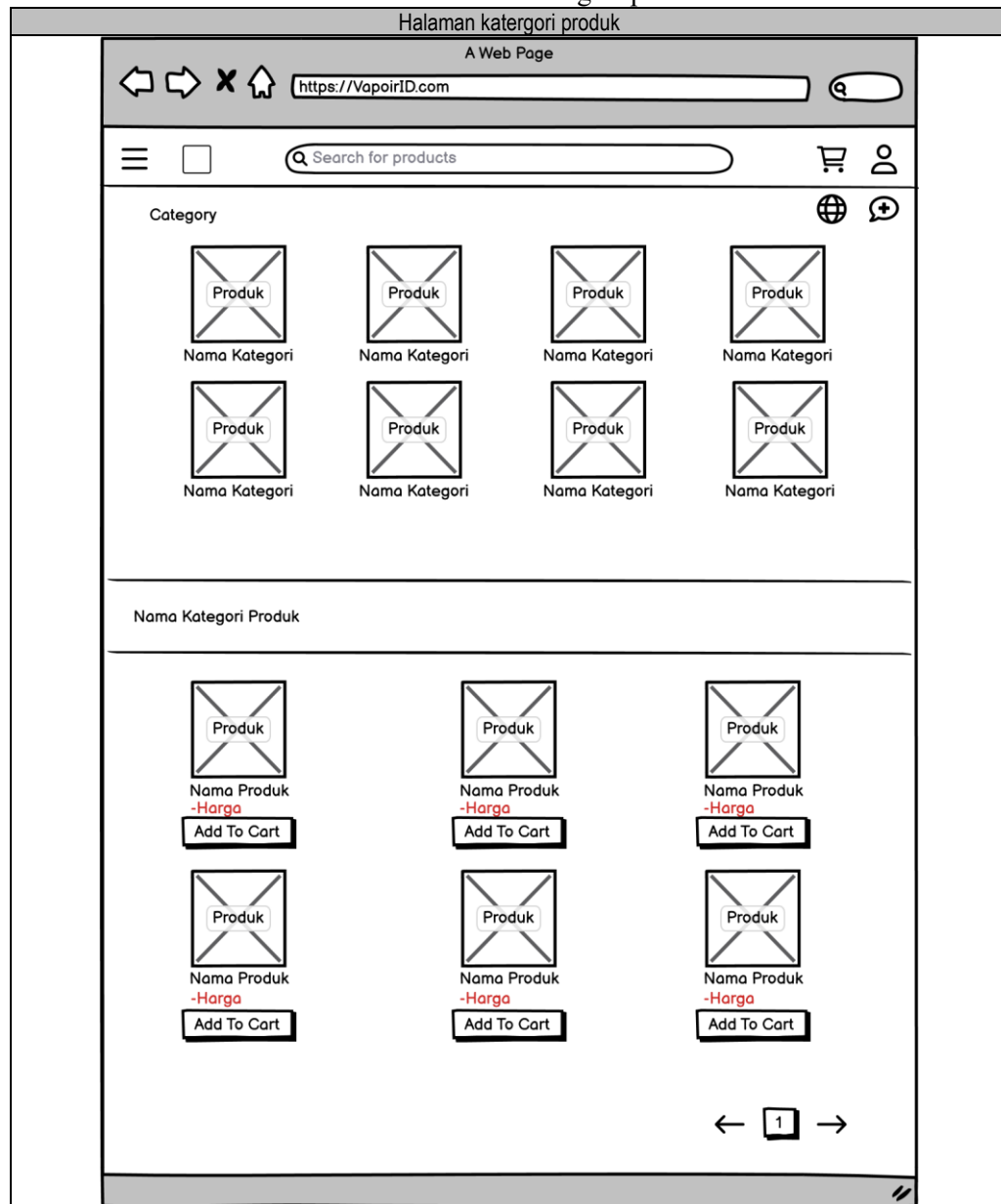
Gambar 4. 19 Halaman Daftar

Deskripsi

Pada Gambar 4.12 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Pilih jenis kelamin, Alamat, Password dan Konfirmasi password, Fitur Tombol Daftar. Untuk fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Pilih jenis kelamin, Alamat, Password dan Konfirmasi password untuk aktor mengisi kelengkapan data diri akun. Fitur Tombol Daftar untuk aktor mengirim data form yang sudah diisi agar mendapat akun. Menggunakan formulir pengguna dengan menyimpan di tengah halaman agar pengguna tidak kesulitan membaca dan fokus dalam mengerjakan alur daftar akun. Tombol daftar dengan penebalan huruf untuk mempertegas tombol.

11. Halaman kategori produk

Tabel 4. 24 Halaman kategori produk



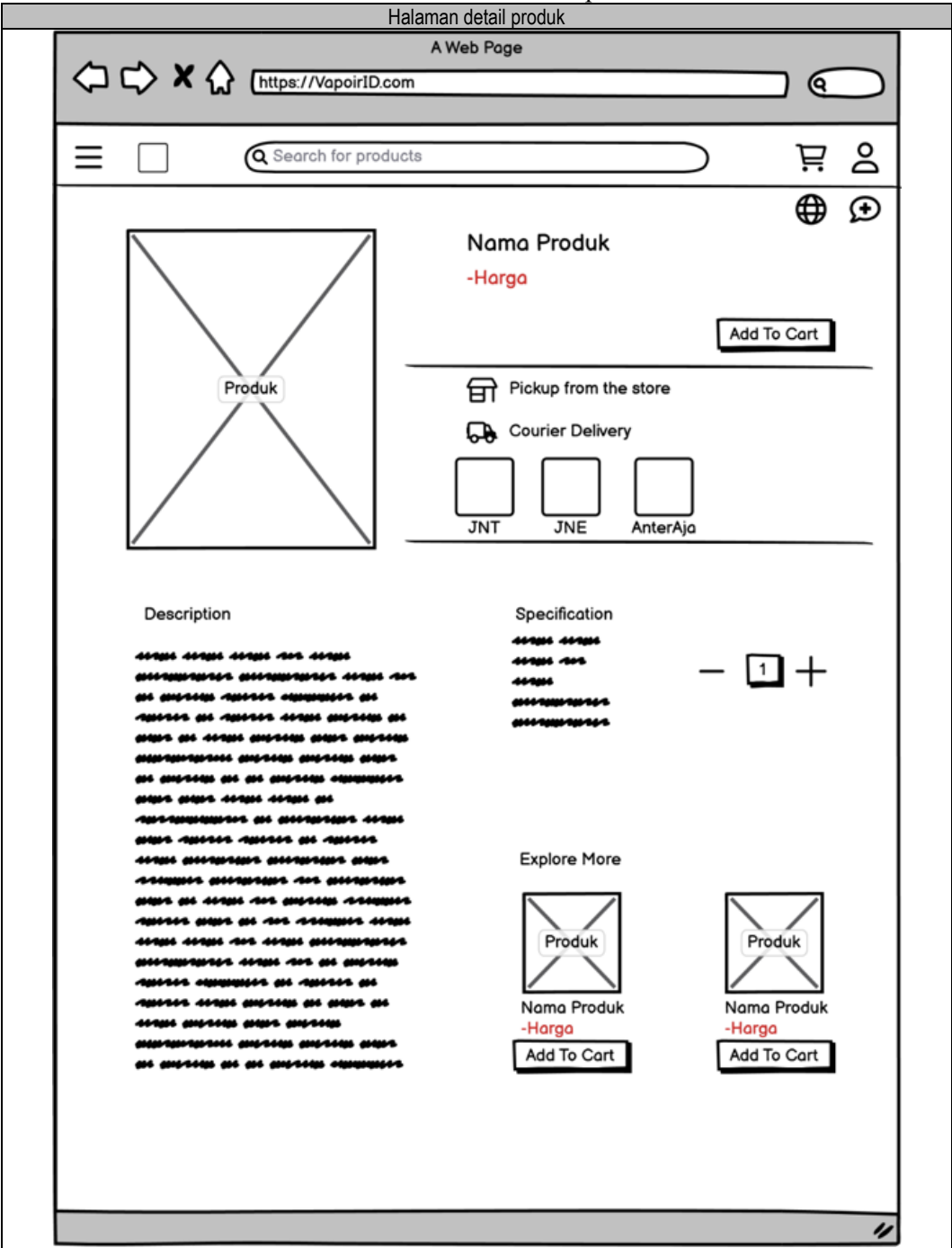
Gambar 4. 20 Halaman kategori produk

Deskripsi

Gambar 4.13 menunjukkan Halaman kategori produk ditampilkan setelah pengguna berhasil login dan melakukan verifikasi usia. Halaman ini menyajikan nama kategori produk, fitur pencarian (Search) untuk mencari produk tertentu, gambar produk sebagai tampilan visual yang menarik, opsi "Add to Cart" untuk menambahkan produk ke keranjang belanja sebelum pembelian, serta daftar nama produk beserta harganya. Selain itu, tersedia juga fitur navigasi menggunakan tombol "next" dan "back". Nama kategori produk berfungsi sebagai pengelompokan untuk membedakan berbagai jenis produk yang tersedia.

12. Halaman detail produk

Tabel 4. 25 Halaman detail produk
Halaman detail produk



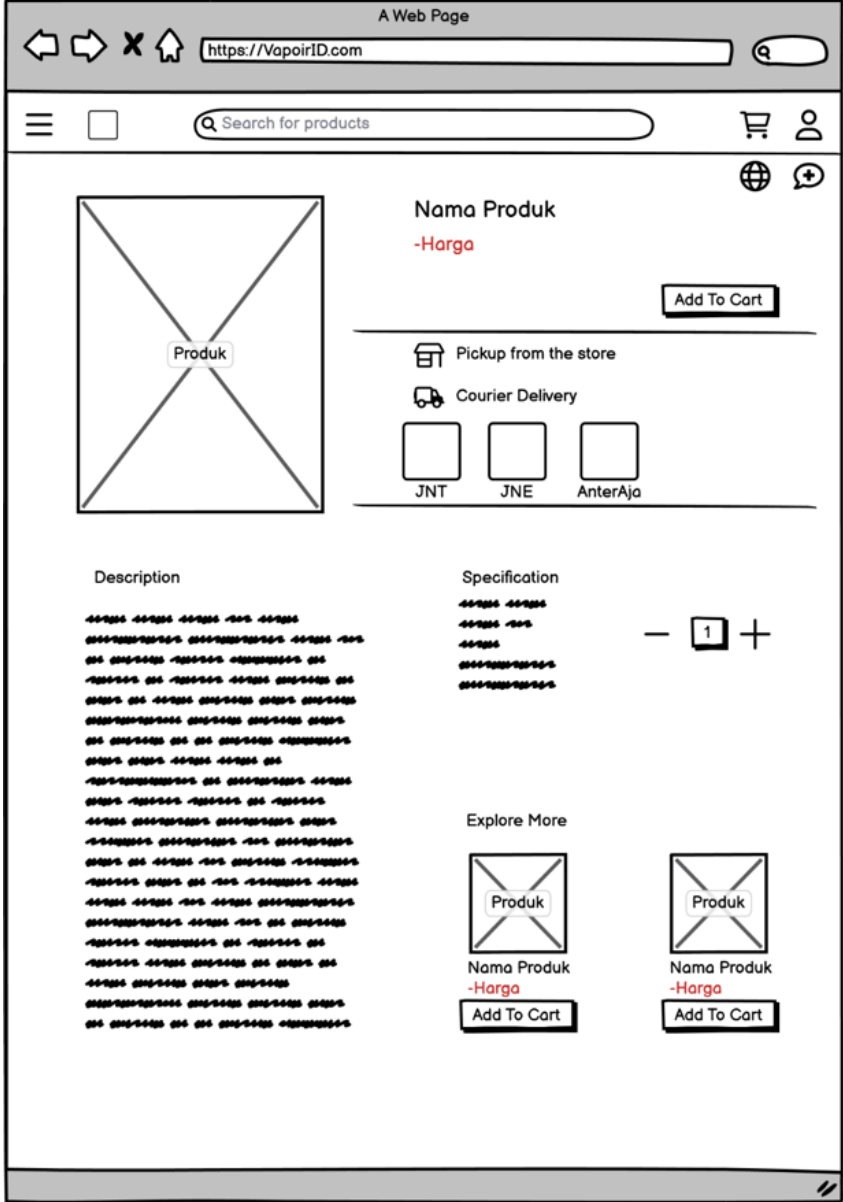
Gambar 4. 21 Halaman detail produk

Deskripsi

Gambar 4.14 Halaman detail produk berfungsi untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, mencakup gambar, nama produk, opsi pengambilan langsung di toko, harga, pilihan pengiriman melalui ekspedisi, serta fitur untuk menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli.

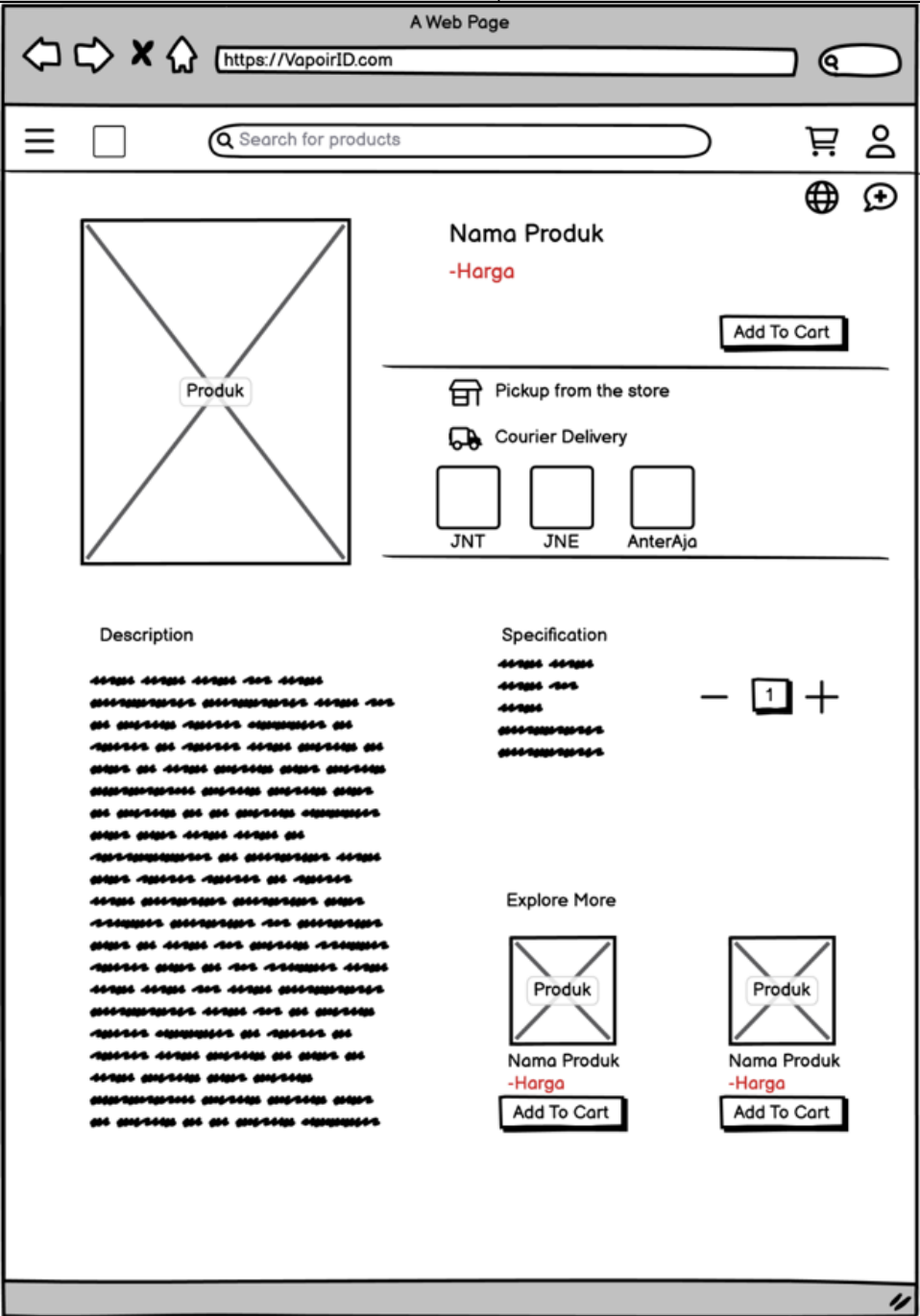
13. Halaman detail produk

Tabel 4. 26 Halaman detail produk

Halaman detail produk

Gambar 4. 22 Halaman detail produk
Deskripsi
Gambar 4.14 Halaman detail produk berfungsi untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, mencakup gambar, nama produk, opsi pengambilan langsung di toko, harga, pilihan pengiriman melalui ekspedisi, serta fitur untuk menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli.

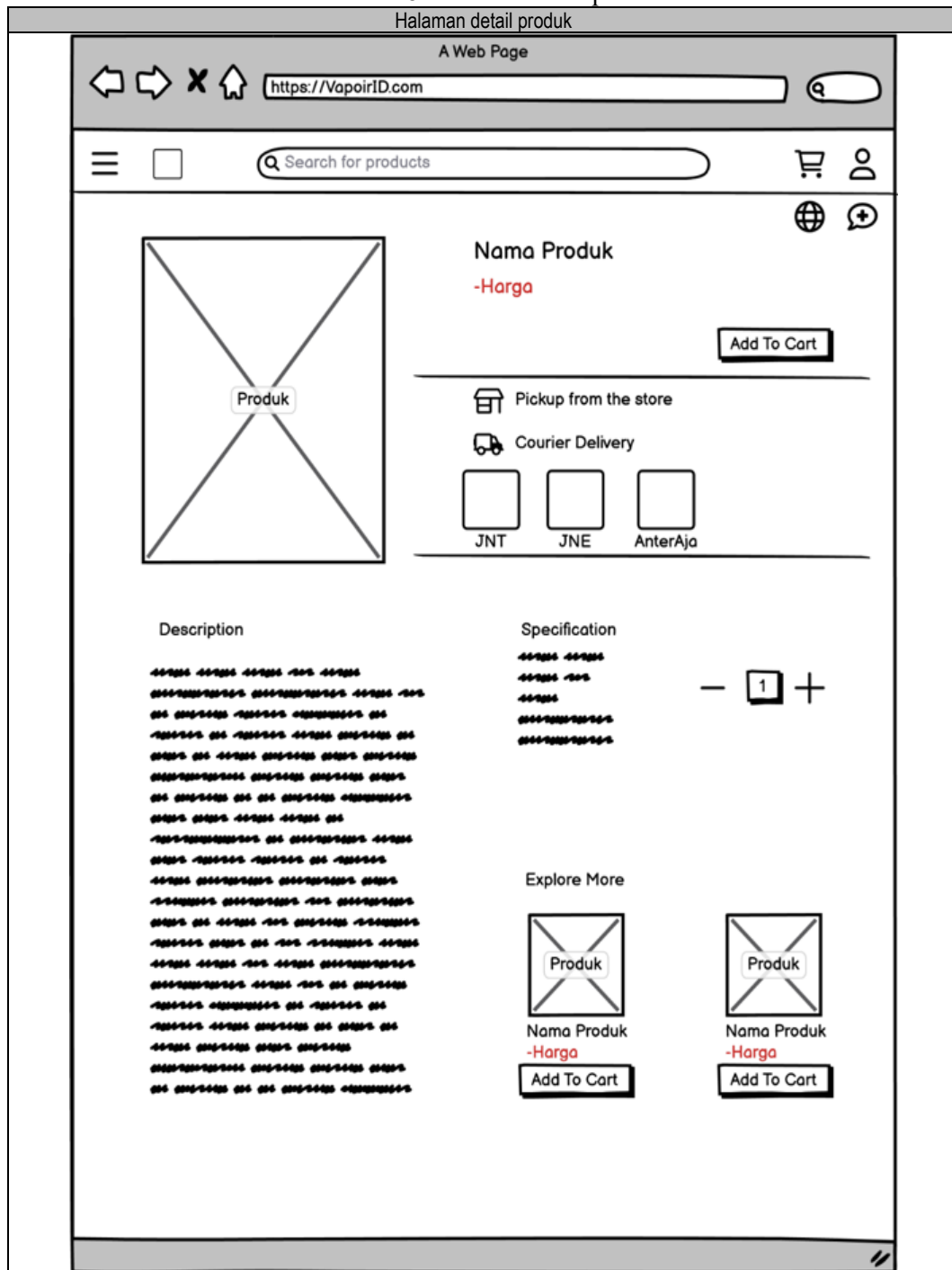
14. Halaman detail produk

Tabel 4. 27 Halaman detail produk

Halaman detail produk	
	
Deskripsi	
Gambar 4.14 Halaman detail produk berfungsi untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, mencakup gambar, nama produk, opsi pengambilan langsung di toko, harga, pilihan pengiriman melalui ekspedisi, serta fitur untuk menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli.	

15. Halaman detail produk

Tabel 4. 28 Halaman detail produk



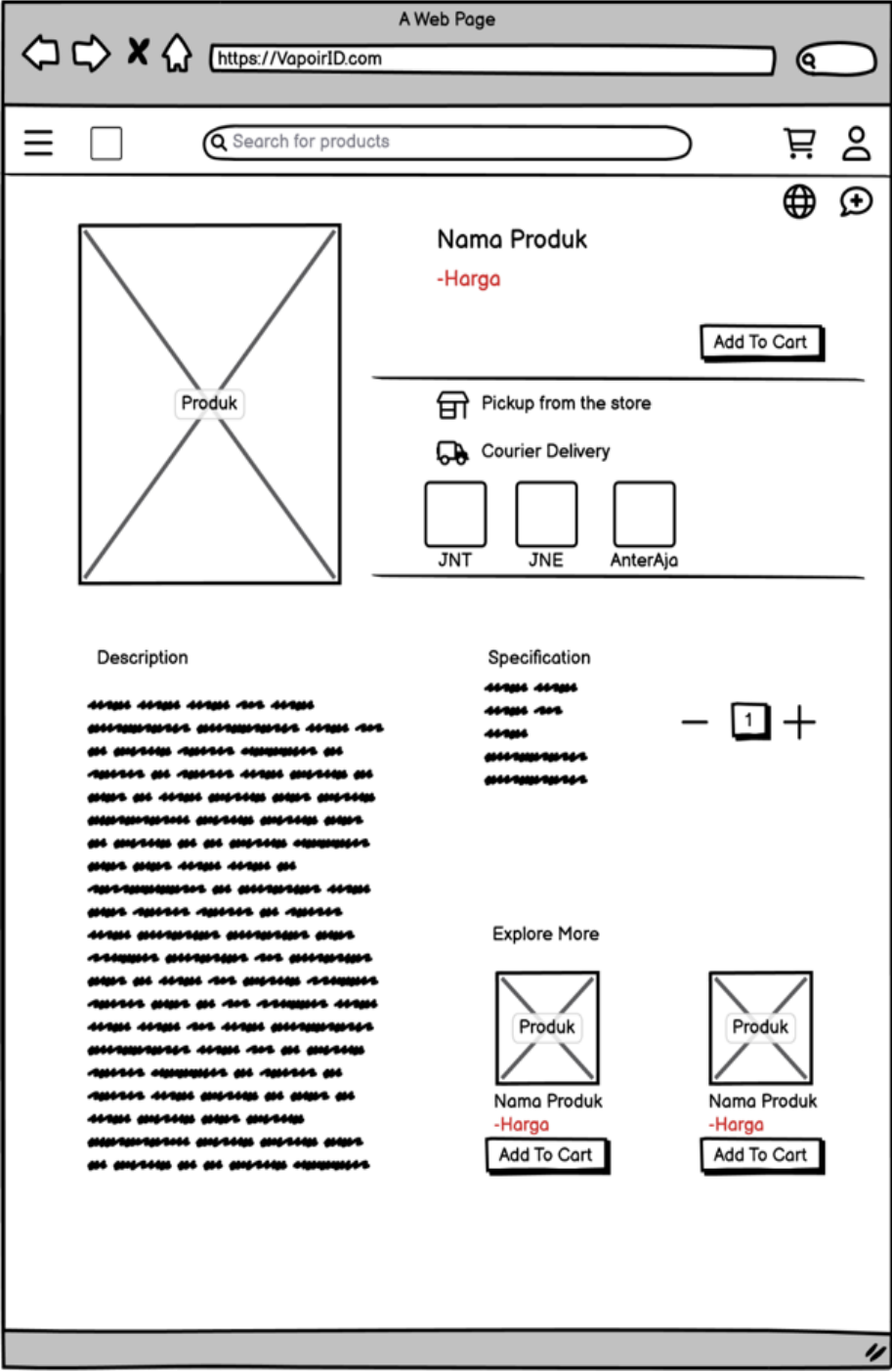
Gambar 4. 24 Halaman detail produk

Deskripsi

Gambar 4.14 Halaman detail produk berfungsi untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, mencakup gambar, nama produk, opsi pengambilan langsung di toko, harga, pilihan pengiriman melalui ekspedisi, serta fitur untuk menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli.

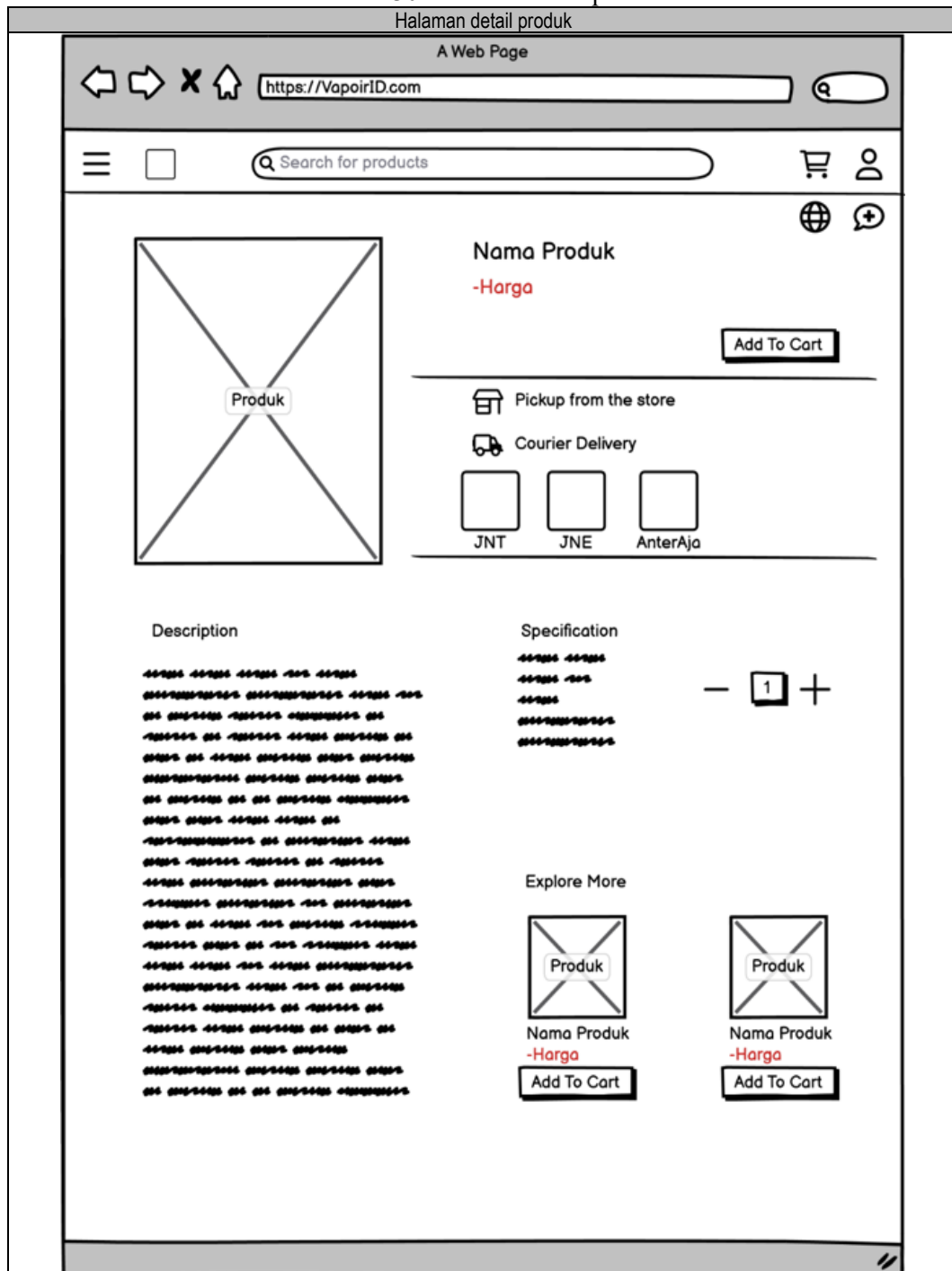
16. Halaman detail produk

Tabel 4. 29 Halaman detail produk
Halaman detail produk


Gambar 4. 25 Halaman detail produk Deskripsi Gambar 4.14 Halaman detail produk berfungsi untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, mencakup gambar, nama produk, opsi pengambilan langsung di toko, harga, pilihan pengiriman melalui ekspedisi, serta fitur untuk menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli.

17. Halaman detail produk

Tabel 4. 30 Halaman detail produk



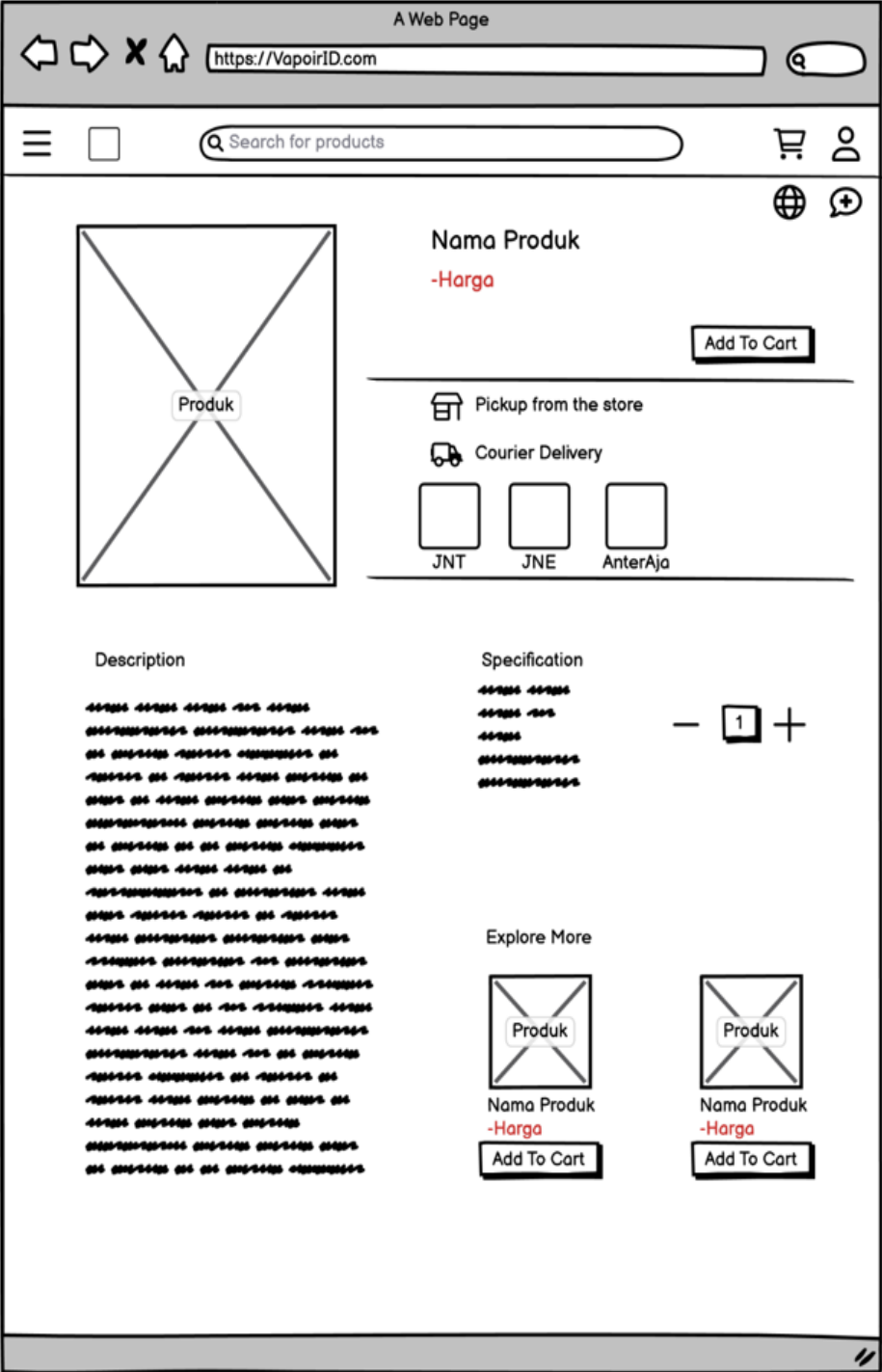
Gambar 4. 26 Halaman detail produk

Deskripsi

Gambar 4.14 Halaman detail produk berfungsi untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, mencakup gambar, nama produk, opsi pengambilan langsung di toko, harga, pilihan pengiriman melalui ekspedisi, serta fitur untuk menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli.

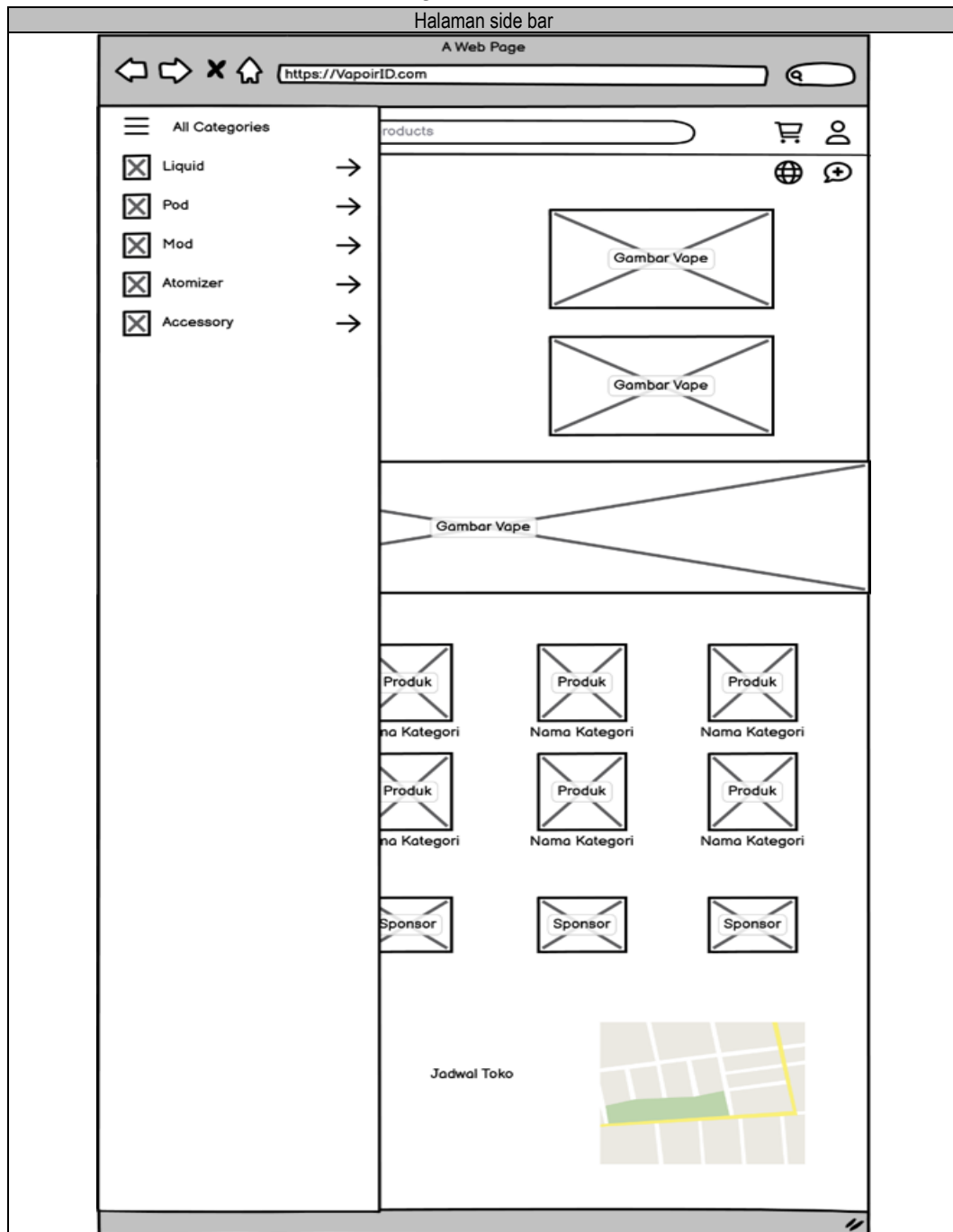
18. Halaman detail produk

Tabel 4. 31 Halaman detail produk

Halaman detail produk

Gambar 4. 27 Halaman detail produk
Deskripsi
Gambar 4.14 Halaman detail produk berfungsi untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, mencakup gambar, nama produk, opsi pengambilan langsung di toko, harga, pilihan pengiriman melalui ekspedisi, serta fitur untuk menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli.

19. Halaman side bar

Tabel 4. 32 Halaman side bar



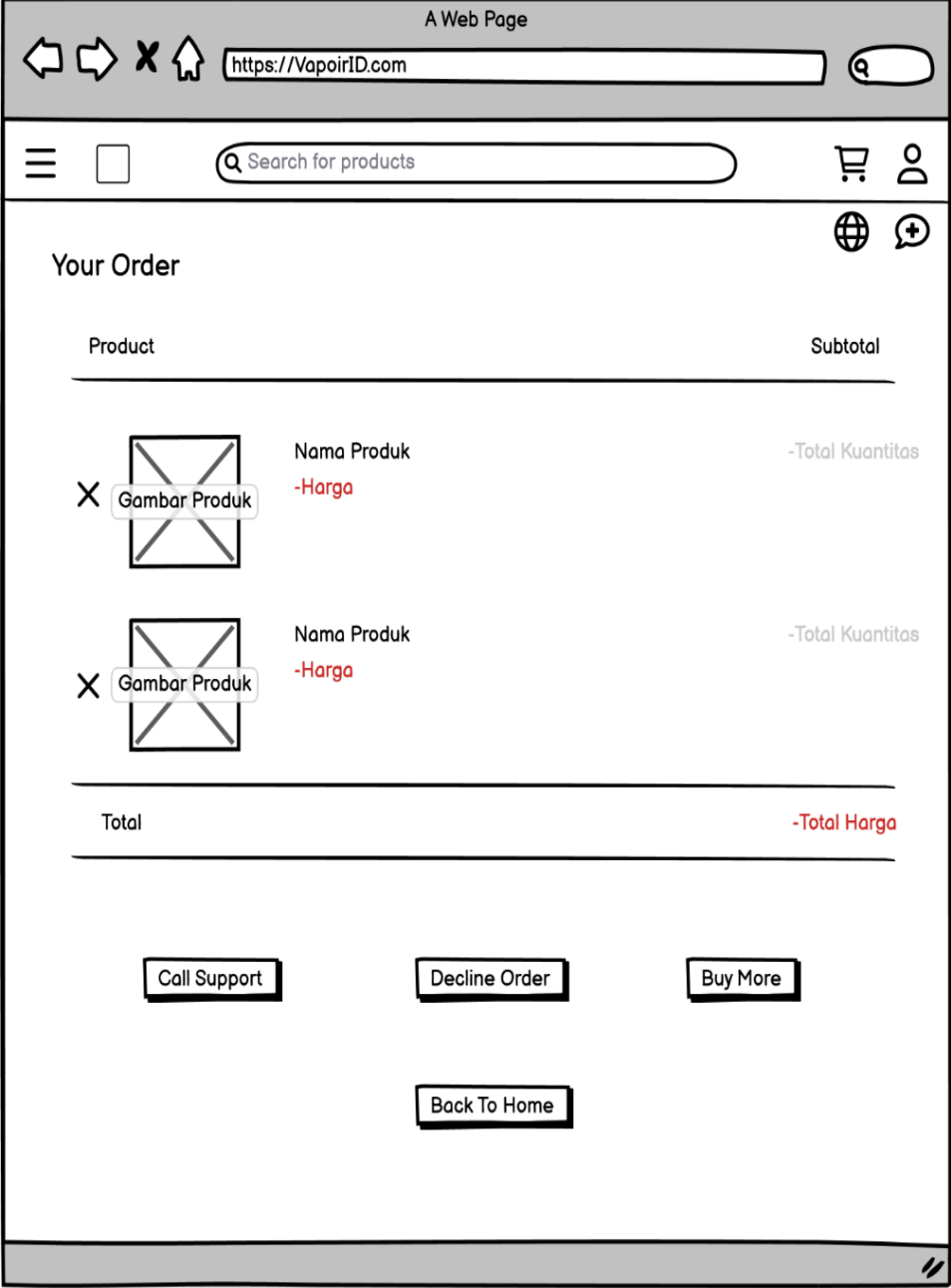
Gambar 4. 28 Halaman side bar

Deskripsi

Gambar 4.15 Halaman side bar menampilkan berbagai produk lainnya seperti Liquid/cairan yang digunakan dalam perangkat vape untuk menghasilkan uap yang dihirup oleh pengguna. POD jenis perangkat rokok elektrik yang dirancang untuk memberikan pengalaman vaping yang lebih sederhana dan portabel dibandingkan dengan vape konvensional. MOD vape adalah perangkat rokok elektrik yang dirancang untuk memberikan pengalaman vaping yang lebih personal dan dapat disesuaikan. Kata "MOD" berasal dari "modifikasi," yang mencerminkan kemampuan perangkat ini untuk diatur sesuai preferensi pengguna. Atomizer salah satu komponen utama dalam perangkat vape yang berfungsi untuk mengubah cairan vape (e-liquid) menjadi uap yang dapat dihirup. Accesory sebagai hiasan untuk Mod atau Pod yang digunakan oleh pengguna vape

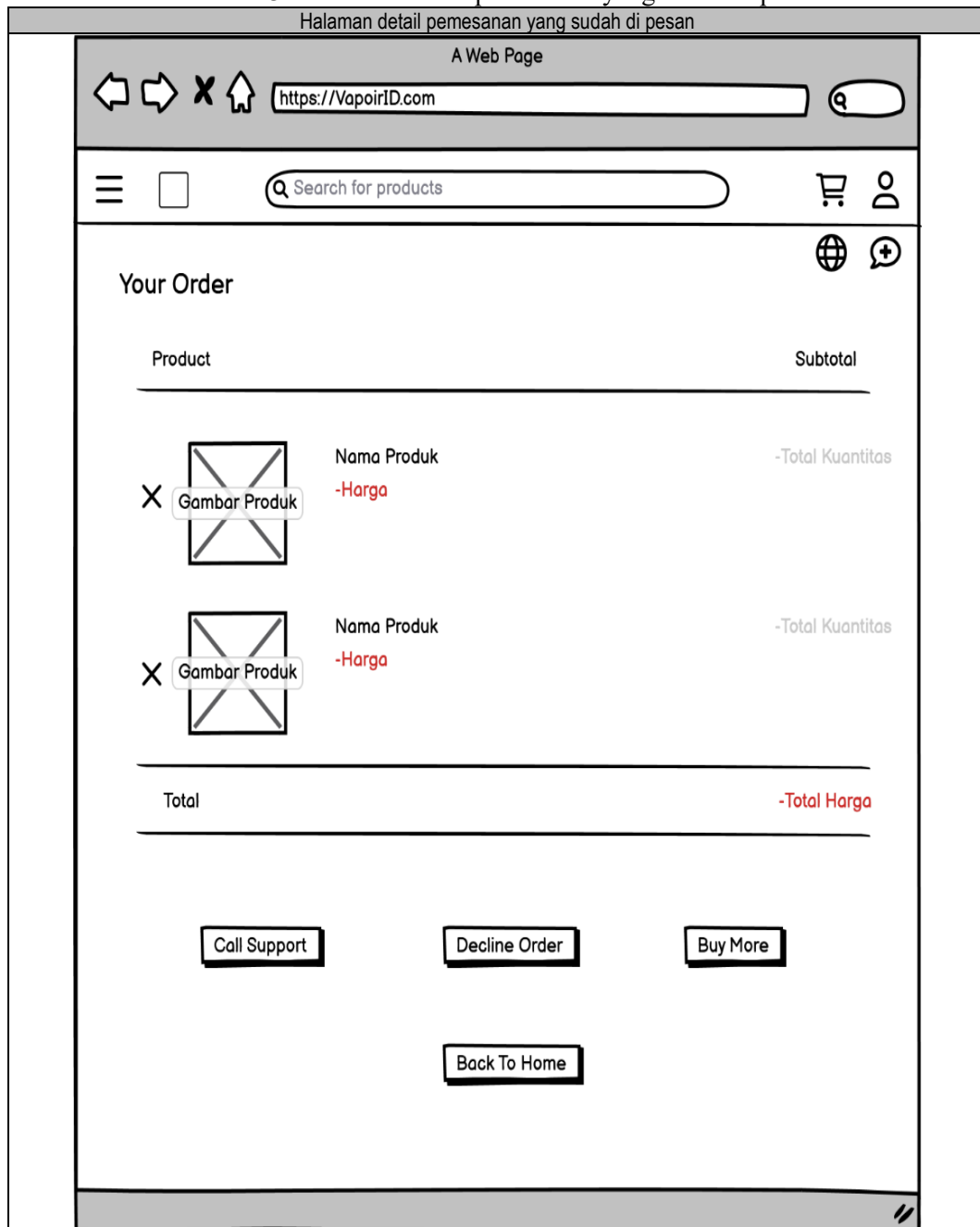
20. Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan

Tabel 4. 33 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan

Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan	
	
Gambar 4. 29 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan	
Deskripsi	
Gambar 4.16 Halaman detail pesanan yang telah dikonfirmasi akan menampilkan informasi lengkap tentang produk yang akan dibeli, termasuk gambar, nama, harga, jumlah barang yang dipesan, serta total biaya keseluruhan. Di bagian bawah halaman, tersedia fitur Call Support yang memungkinkan pelanggan menghubungi layanan dukungan melalui telepon untuk mendapatkan bantuan. Pesanan dapat mengalami penolakan dalam beberapa kondisi, seperti ketika toko atau layanan online tidak dapat memproses pesanan karena stok barang telah habis, pembayaran tidak berhasil, atau kebijakan perusahaan tidak mengizinkan transaksi tertentu. Selain itu, tersedia opsi Buy More yang memungkinkan pelanggan membeli produk tambahan, serta fitur Back to Home untuk kembali ke halaman kategori produk	

21. Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan

Tabel 4. 34 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan



Gambar 4. 30 Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan

Deskripsi

Gambar 4.16 Halaman detail pesanan yang telah dikonfirmasi akan menampilkan informasi lengkap tentang produk yang akan dibeli, termasuk gambar, nama, harga, jumlah barang yang dipesan, serta total biaya keseluruhan. Di bagian bawah halaman, tersedia fitur Call Support yang memungkinkan pelanggan menghubungi layanan dukungan melalui telepon untuk mendapatkan bantuan. Pesanan dapat mengalami penolakan dalam beberapa kondisi, seperti ketika toko atau layanan online tidak dapat memproses pesanan karena stok barang telah habis, pembayaran tidak berhasil, atau kebijakan perusahaan tidak mengizinkan transaksi tertentu. Selain itu, tersedia opsi Buy More yang memungkinkan pelanggan membeli produk tambahan, serta fitur Back to Home untuk kembali ke halaman kategori produk.

22. Halaman pemesanan

Tabel 4. 35 Halaman pemesanan

Halaman pemesanan

A Web Page

https://VapoirID.com

Search for products

Your Order

Product

Subtotal

X

Gambar Produk

Nama Produk

-Total Kuantitas

-Harga

X

Gambar Produk

Nama Produk

-Total Kuantitas

-Harga

Total

-Total Harga

Payment Information

Qris

VISA

OVO

MasterCard

DANA

Place Order

Gambar 4. 31 Halaman pemesanan

Deskripsi

Gambar 4.17 Halaman pemesanan lanjutan dari Halaman detail pemesanan yang sudah di pesan. Halaman ini merujuk untuk pembayaran melalui *E-money* atau *E-Wallet* seperti *Qris (Quick Response Code Indonesian Standard)* adalah standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi pembayaran digital di Indonesia. *VISA* Visa adalah dokumen resmi yang dikeluarkan oleh suatu negara yang memberikan izin kepada seseorang untuk masuk, tinggal, atau bepergian di negara tersebut dalam jangka waktu tertentu. *OVO* layanan dompet digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi pembayaran secara elektronik di Indonesia. *Mastercard* adalah perusahaan multinasional asal Amerika Serikat yang menyediakan layanan transaksi keuangan global. *DANA* adalah aplikasi dompet digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi non-tunai secara praktis dan aman

23. Halaman edit profil

Tabel 4. 36 Halaman edit profil

Halaman edit profil

A Web Page

https://VapoirID.com

Search for products

MY ACCOUNT

- Dashboard
- Orders
- Addresses
- Account Details
- About Us
- Logout

Hello Agam Febriansyah (Not Agam Febriansyah? Log Out)

My Address Tambah Alamat Baru

Agam Febriansyah | (+62) 897 9544 637

Alamat

Utama Edit

Gambar 4. 32 Halaman edit profil

Deskripsi

Gambar 4.18 Halaman edit profil menampilkan detail identitas akun pengguna berupa nama, Alamat. Fitur ini bisa menambahkan alamat tambahan, Nomer telepon yang dapat dihubungi atau sebagai verifikasi 2 langkah apabila lupa password akun. Logout untuk keluar dari akun pengguna vape.

24. Halaman admin pemesanan

Tabel 4. 37 Halaman admin pemesanan

Halaman admin pemesanan																																															
A Web Page https://VapoirID.com Search for products Orders Find Transactions <table><tr><th>No Transaksi</th><th>Tanggal</th><th>Status Transaksi</th><th>Status Layanan</th><th>Detail</th><th>Status Pengiriman</th></tr><tr><td>1</td><td>12-10-24</td><td>Sudah Bayar</td><td>Selesai</td><td></td><td>gojekmaps.com</td></tr><tr><td>1</td><td>12-10-24</td><td>Sudah Bayar</td><td>Selesai</td><td></td><td>gojekmaps.com</td></tr><tr><td>1</td><td>12-10-24</td><td>Sudah Bayar</td><td>GAGAL</td><td></td><td>gojekmaps.com</td></tr><tr><td>1</td><td>12-10-24</td><td>Sudah Bayar</td><td>Sedang Proses</td><td></td><td>gojekmaps.com</td></tr><tr><td>1</td><td>12-10-24</td><td>Belum Bayar</td><td>Gagal</td><td></td><td>gojekmaps.com</td></tr><tr><td>1</td><td>12-10-24</td><td>Sudah Bayar</td><td>Selesai</td><td></td><td>gojekmaps.com</td></tr></table> ← 1 →						No Transaksi	Tanggal	Status Transaksi	Status Layanan	Detail	Status Pengiriman	1	12-10-24	Sudah Bayar	Selesai		gojekmaps.com	1	12-10-24	Sudah Bayar	Selesai		gojekmaps.com	1	12-10-24	Sudah Bayar	GAGAL		gojekmaps.com	1	12-10-24	Sudah Bayar	Sedang Proses		gojekmaps.com	1	12-10-24	Belum Bayar	Gagal		gojekmaps.com	1	12-10-24	Sudah Bayar	Selesai		gojekmaps.com
No Transaksi	Tanggal	Status Transaksi	Status Layanan	Detail	Status Pengiriman																																										
1	12-10-24	Sudah Bayar	Selesai		gojekmaps.com																																										
1	12-10-24	Sudah Bayar	Selesai		gojekmaps.com																																										
1	12-10-24	Sudah Bayar	GAGAL		gojekmaps.com																																										
1	12-10-24	Sudah Bayar	Sedang Proses		gojekmaps.com																																										
1	12-10-24	Belum Bayar	Gagal		gojekmaps.com																																										
1	12-10-24	Sudah Bayar	Selesai		gojekmaps.com																																										
Gambar 4. 33 Halaman admin pemesanan																																															
Deskripsi																																															
Gambar 4.19 Halaman admin pemesanan Menampilkan informasi terkait pesanan pembeli yang sudah melakukan transaksi pembelian produk. Informasi mencakup nomor transaksi dari penjual, tanggal pemesanan, status pembayaran yang menunjukkan apakah pembeli sudah melakukan pembayaran atau belum, serta status layanan yang meliputi proses pengepakan dan pengiriman produk oleh penjual kepada pembeli. Detail produk tersedia untuk melihat deskripsi barang yang telah dibeli. Pengiriman dilakukan menggunakan jasa ekspedisi.																																															

25. Halaman admin tambah barang

Tabel 4. 38 Halaman admin tambah barang

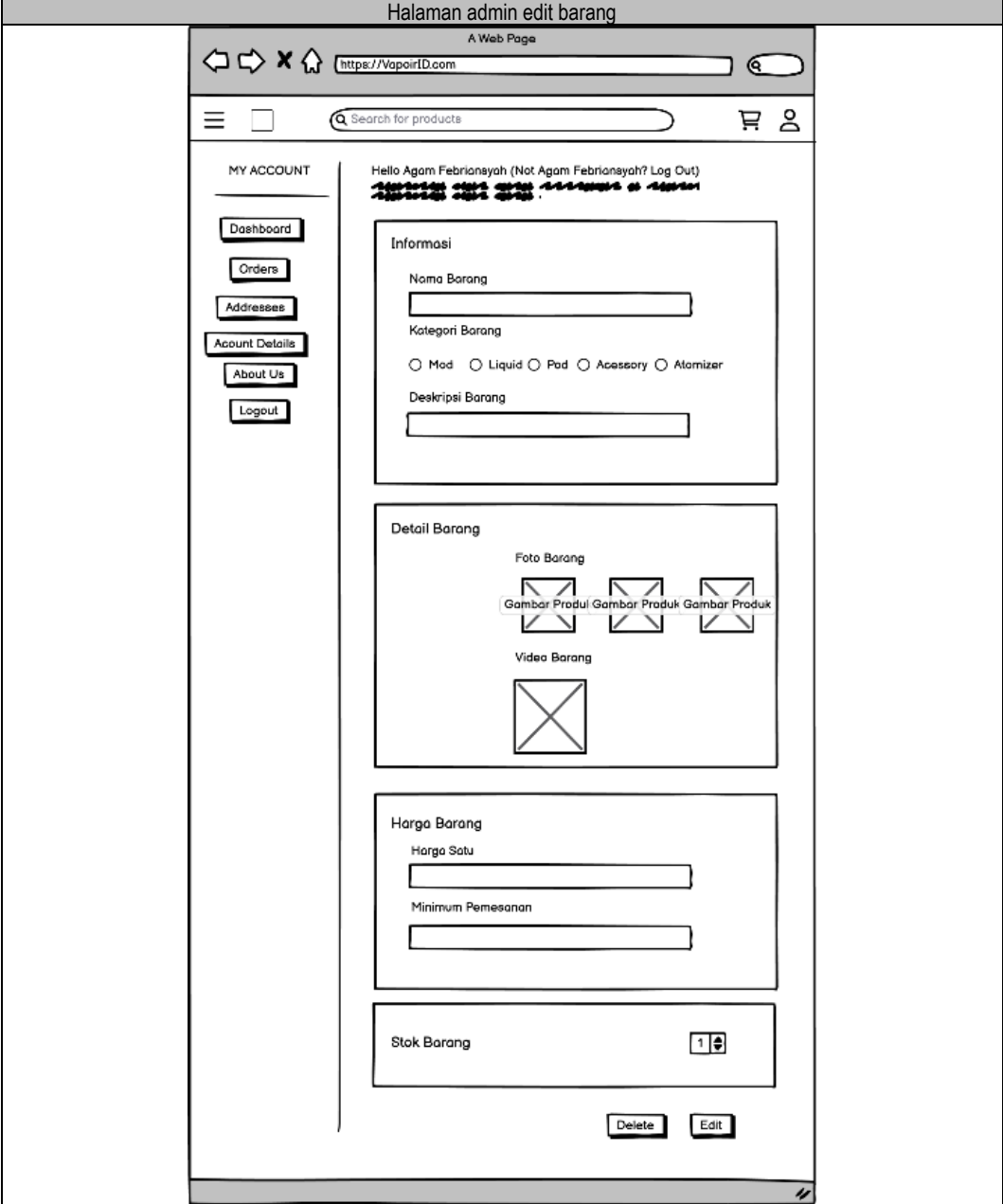
Gambar 4. 34 Halaman admin tambah barang

Deskripsi

Gambar 4.20 Halaman admin tambah barang bisa menambahkan barang/produk yang akan di jual, Nama barang untuk identitas barang, kategori barang sebagai pengelompokan produk berdasarkan jenis atau karakteristiknya, sehingga memudahkan pengaturan, pencarian, atau analisis. Deskripsi barang Deskripsi barang adalah informasi atau penjelasan rinci tentang suatu produk atau barang. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang jelas kepada pembeli atau pengguna mengenai apa yang barang tersebut tawarkan. Detail barang untuk visual produk yang menarik penjual. Harga barang untuk jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan atau membeli sebuah barang. Stok barang Stok barang adalah jumlah barang yang tersedia dalam inventaris atau persediaan, baik itu di gudang, toko, atau tempat penyimpanan lainnya.

26. Halaman admin edit barang

Tabel 4. 39 Halaman admin edit barang



Gambar 4. 35 Halaman admin edit barang

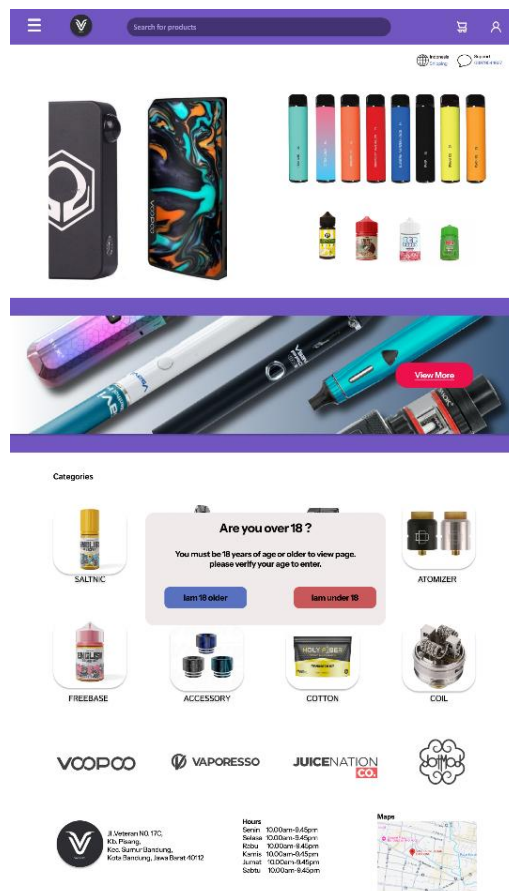
Deskripsi

Prototype Pada Gambar 4.21 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman Admin Tambah Produk halaman ini dapat diakses oleh Admin. fitur Form Informasi Produk, fitur Form Detail produk, fitur Form Harga produk, fitur Tombol stok, fitur tombol Nama, fitur Tombol Tambah, fitur Tombol Hapus. Fitur form informasi produk untuk admin mengisi form Nama vape, Kategori produk, Varian vape, fitur Form Detail produk untuk admin mengisi form foto vape, video produk, fitur Form Harga produk untuk admin mengisi form harga satuan, minimum pemesanan ,fitur Tombol Stok untuk menambahkan Stok vape yang tersedia. Fitur Tombol untuk admin memilih pemasok dari produk tersebut, Tombol Tambah Produk untuk memasuki halaman tambah kategori vape, fitur Tombol Hapus untuk admin menghapus produk tersebut.

4.2.4.2 High-Fidelity

Pada tahap ini, melanjutkan dari versi wireframe atau *low-fidelity* untuk versi yang lebih dekat dengan produk akhir.

4.2.4.2.1 Halaman Home sebelum login.



Gambar 4 22 Halaman Sebelum Login

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.22 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman beranda sebelum melakukan login pada Low-Fidelity gambar 4.14, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur Login/Register, Kategori, Belanja, gambar map, gambar 1 dan 2 . Untuk fitur login/register digunakan aktor memasuki website atau mendaftar sebagai pengguna, untuk fitur tentang kita digunakan untuk mengarahkan ke bagian kontak dan informasi mengenai lokasi toko, gambar 1 untuk menampilkan carousel dari f, gambar 2 untuk gambar flyer vape. Dan gambar map untuk informasi lokasi toko.

4.2.4.2.2 Halaman Login

Login

Username or email address*

Password*

Login

☐ Remember me [Forgot password?](#)

OR LOGIN WITH

Google

Register

Registering for this site allows you to access your order status and history. Just fill in the fields below, and we'll get a new account set up for you in no time. We will only ask you for information necessary to make the purchase process faster and easier.

Register

Vapor ID 2014 All rights reserved.

QRIS OVO VISA MasterCard DANA

Gambar 4.23 Halaman Login

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.22 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login pada Low-Fidelity gambar 4.16, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form email dan password, Masuk, Daftar, dan lupa password. Untuk fitur form email dan password diisi untuk aktor mengakses website agar bisa memasuki halaman dan menggunakan website secara seluruh. untuk fitur tombol Masuk untuk aktor mengakses website Vapor ID. Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, Untuk fitur Daftar untuk aktor yang belum memiliki akun, untuk fitur Lupa password untuk fitur aktor jika lupa dengan passwordnya.

Dengan tata letak berada diposisi *left* atau kiri untuk memberi fokus terhadap apa yang akan dilalui sebelum melakukan hak akses lebih didalam website Vapor ID. Dengan memberi gambar logo dari Vapor ID untuk memberi daya ingat terhadap pembeli agar sangat familiar dengan logo dari Vapor ID, sehingga akan teringat jika ia akan memesan kembali pada saat mencari kategori Vape.

Pemilihan warna button clear yang lain diperuntukan aspek usability dan memiliki prioritas tinggi atau memicu perubahan aksi tertentu.

4.2.4.2.3 Halaman Daftar

Register Address

First name * Last name *

Country / Region *

Province, City, District and Zipcode *

Pinpoint Location (Optional, Required for Gojek / Grab)

Full Address *

Phone *

Email Address *

Register

Vapor ID 2014 All rights reserved. IRIS OVO VISA MasterCard DANA

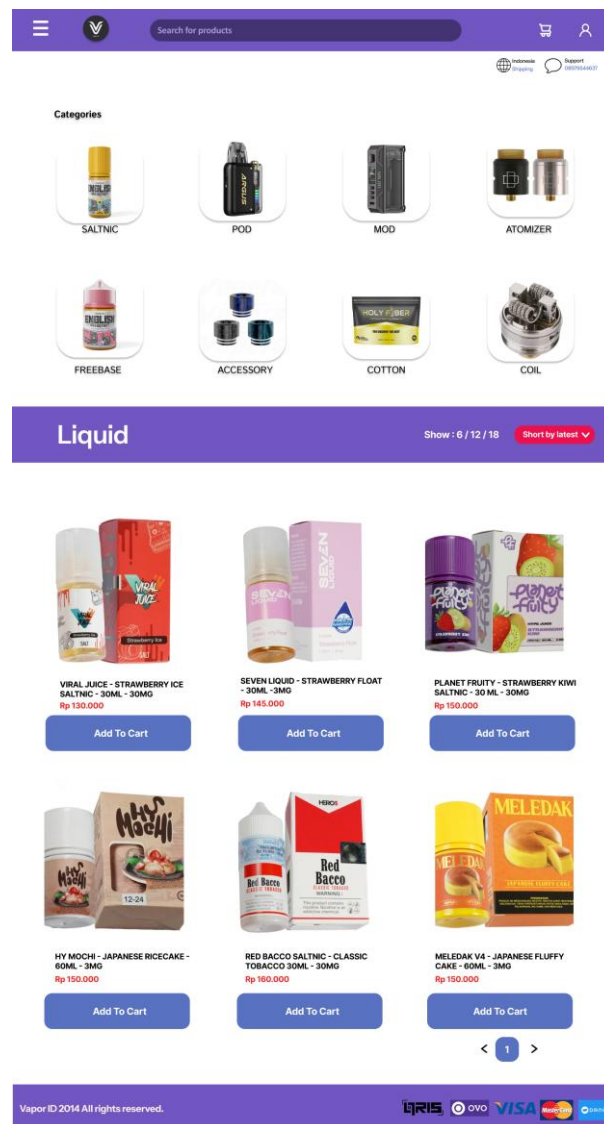
Gambar 4.24 Halaman Daftar

Prototype High-fidelity yang ditampilkan Pada Gambar 4.24 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman login pada Low-Fidelity gambar 4.17, halaman ini dapat diakses oleh semua aktor. Terdapat fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Alamat, Password dan Konfirmasi password, Fitur Tombol Daftar. Untuk fitur form Nama Lengkap, Alamat email, Nomor Handphone, Pilih jenis kelamin, Alamat, Password dan Konfirmasi password untuk aktor mengisi kelengkapan data diri akun. Fitur Tombol Daftar untuk aktor mengirim data form yang sudah diisi agar mendapati akun.

Posisi di tengah memungkinkan form menjadi fokus utama layar, yang sangat penting untuk tugas yang membutuhkan perhatian penuh, seperti pengisian data pribadi. Pengguna tidak akan terganggu oleh elemen lain di halaman karena form menjadi pusat perhatian visual.

Penggunaan ruang kosong di sekeliling form menciptakan kesan profesional dan tenang, mendukung pengalaman pengguna yang lebih baik, serta memanfaatkan standar desain yang sudah dikenal sehingga memudahkan pengguna memahami dan berinteraksi dengan form.

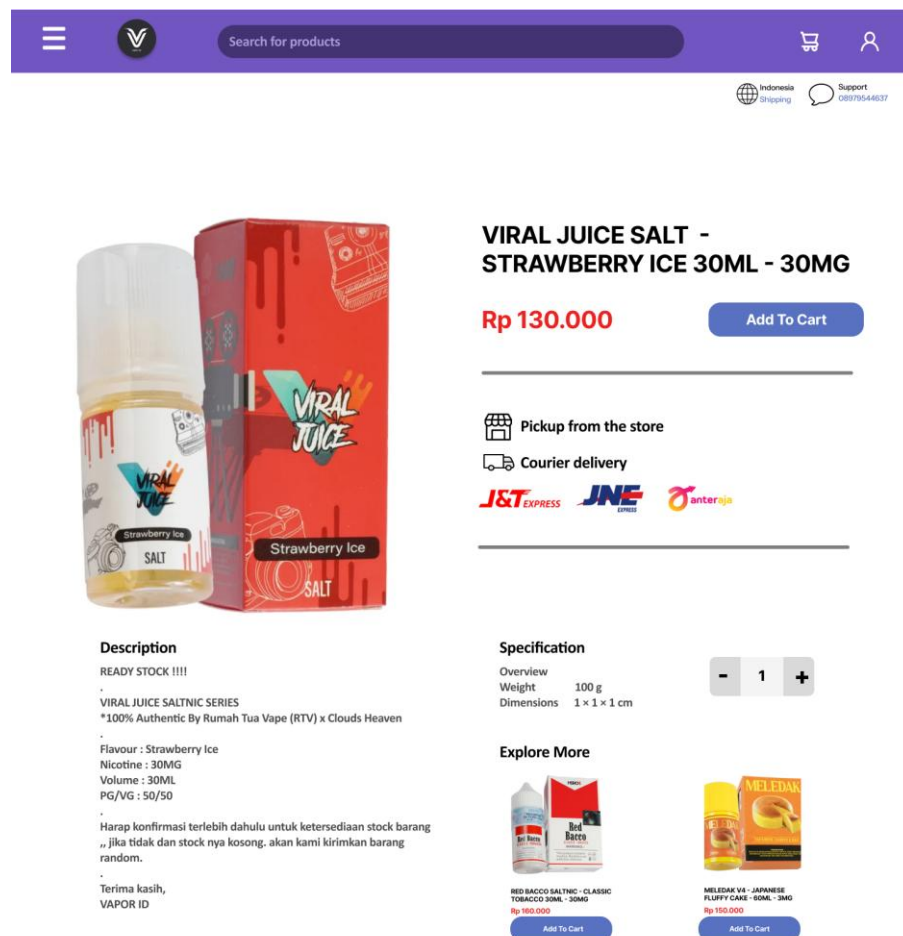
4.2.4.2.4 Halaman Belanja



Gambar 4.25 Halaman Belanja

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.25 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman Belanja pada Low-Fidelity gambar 4.18, halaman ini dapat diakses oleh pembeli. Terdapat fitur Kategori, Cari, Kartu Produk, Tombol Halaman. Fitur Kategori untuk memisahkan kategori tertentu dalam halaman Belanja, Fitur cari untuk memudahkan pembeli mengetahui produk yang diinginkan, Fitur Kartu Produk untuk memberi sedikit informasi Produk jika Pembeli memasuki Kartu Produk akan menampilkan halaman Detail Produk. Fitur Tombol halaman untuk menggeser halaman melihat Produk lainnya, Gambar utama untuk keperluan ketertarikan dan promosi kepada Pembeli.

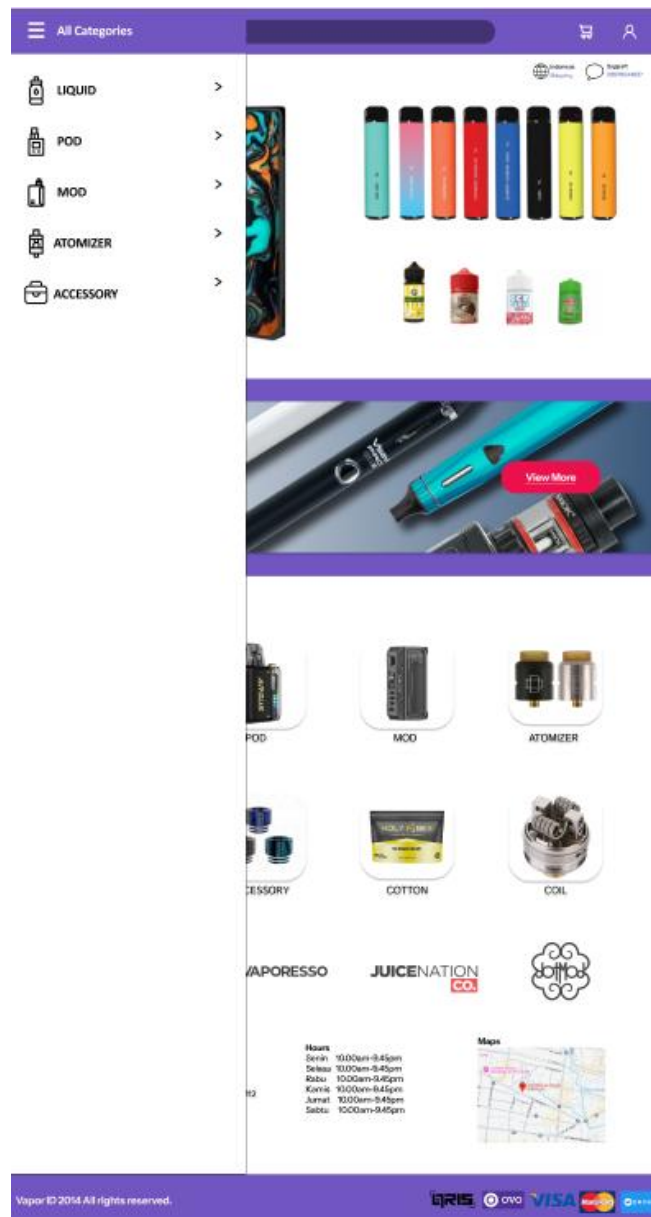
4.2.4.2.5 Halaman Detail Produk



Gambar 4.26 Halaman Detail produk

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.26 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman detail produk pada Low-Fidelity gambar 4.19, halaman ini dapat diakses oleh semua Pembeli. Terdapat fitur Deskripsi, fitur Tombol Permintaan, fitur Tombol tambah stok beli, fitur Tombol Tambahkan, Kartu Produk. fitur Deskripsi untuk Pembeli mendapatkan informasi mengenai produk, fitur Tombol permintaan untuk pembeli dapat memberi catatan mengenai produk yang akan dibeli, fitur Tombol tambah/kurang stok beli untuk pembeli yang ingin membeli produk lebih dari satu, fitur Tombol tambahkan untuk pembeli yang ingin memasukan produk kedalam keranjang dan mencari produk lain yang ingin dibeli.

4.2.4.2.6 Halaman Side Chart



Gambar 4.27 Side Chart

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.27 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman belanja pada Low-Fidelity gambar 4.20 yang ditambahkan dengan side bar, halaman ini dapat diakses oleh pembeli. Terdapat fitur kategori yang dapat memudahkan aktor dalam memilih kategori yang diinginkan.

4.2.4.2.7 Halaman Keranjang

Your Order

Product	Subtotal
x  VIRAL JUICE SALT - STRAWBERRY ICE 30ML - 30MG Rp.100.000 - 1 +	Rp.100.000
x  HOTCIG R234 PRO BOX MOD - HEAVY ARMY Rp.570.000 - 1 +	Rp.570.000
Total	Rp.670.000

Payment Information

☐ 
☐ 
☐ 
☐ 
☐ 

Your personal data will be used to process your order, support your experience throughout this website, and for other purposes described in our privacy policy.
 By using this payment method, you agree that all submitted data for your order will be processed by payment processor.

[Place Order](#)

Vapor ID 2014 All rights reserved.







Gambar 4.28 Halaman Keranjang

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.28 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman Keranjang pada Low-Fidelity gambar 4.22 halaman ini dapat diakses oleh pembeli. Terdapat fitur Kartu Pesan, terdapat Tombol Tambah/Kurang Stok Beli, fitur Tombol Tanggal Pesan, fitur Pembayaran, fitur Tombol Bank, fitur Form Catatan pembelian, Tombol Buat Pesanan. Fitur Kartu Pesan untuk Informasi mengenai produk yang sudah dipesan, Fitur Tombol Tombol tambah/kurang stok beli untuk pembeli yang ingin membeli produk lebih dari satu, fitur untuk pembeli memilih cara pesanan akan diambil ditempat atau diantarkan, fitur Tombol Pesan untuk pembeli yang sudah selesai dengan data pemesanan.

4.2.4.2.8 Halaman Transaksi

The screenshot displays the 'Your Order' section of the Vapor ID website. A blue overlay with the text 'Order Successful!' is centered over the order items. The order list includes:

Product	Subtotal
x VIRAL JUICE SALT - STRAWBERRY ICE 30ML - 30MG Rp.100.000	Rp.100.000
x HOT COLD ARMY Rp.570.000	Rp.570.000
Total	Rp.670.000

Below the order list is the 'Payment Information' section, which includes radio buttons for selecting a payment method: IRIS, VISA, OVO, MasterCard, and DANA. A 'Place Order' button is located at the bottom right of this section. A disclaimer states: 'Your personal data will be used to process your order, support your experience throughout this website, and for other purposes described in our privacy policy. By using this payment method, you agree that all submitted data for your order will be processed by payment processor.'

The footer of the page includes the text 'Vapor ID 2014 All rights reserved.' and logos for IRIS, OVO, VISA, MasterCard, and DANA.

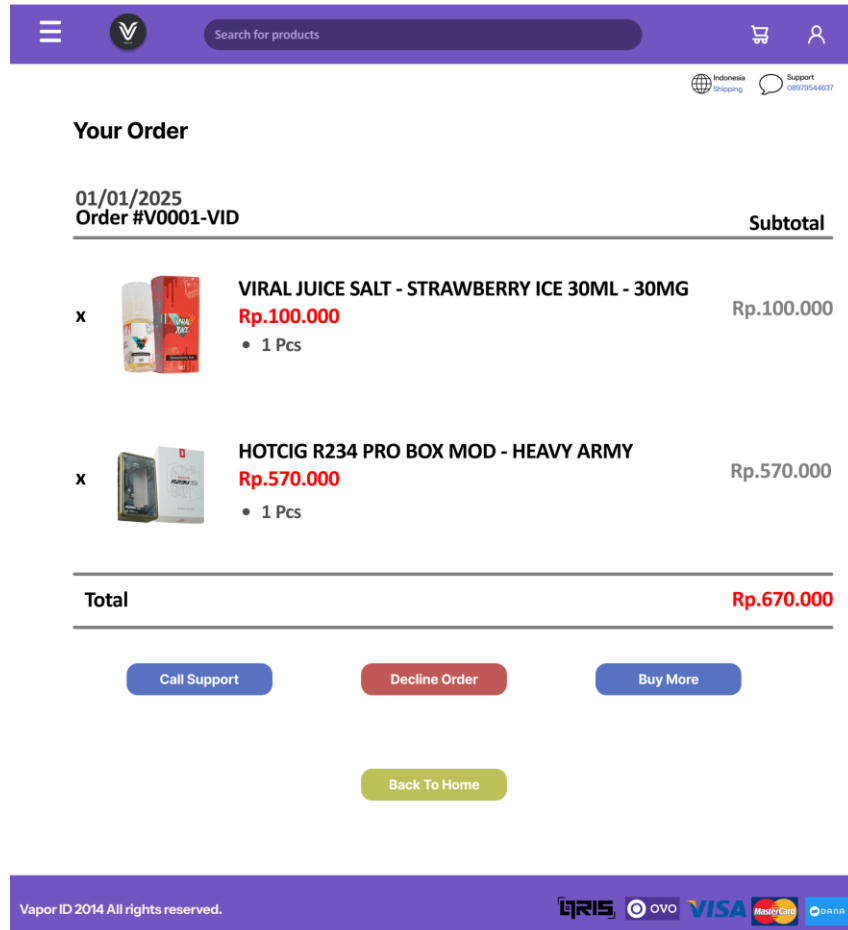
Gambar 4.29 Halaman Transaksi

Prototype High-fidelity Prototype High-fidelity pada Gambar 4.29 menampilkan desain antarmuka dari halaman transaksi pada Low-Fidelity gambar 4.19 yang dapat diakses oleh pembeli di website Vapor ID. Halaman ini dirancang untuk memudahkan pembeli dalam mengelola dan meninjau transaksi yang telah dilakukan. Salah satu fitur utama pada halaman ini adalah Tabel Transaksi, yang berfungsi untuk menampilkan berbagai informasi penting terkait transaksi, seperti nomor transaksi, tanggal pemesanan, status transaksi, dan status layanan. Dengan adanya Tabel Transaksi, pembeli dapat dengan mudah melihat dan memantau semua transaksi yang telah dilakukan, sehingga mereka dapat mengelola pesanan dengan lebih teratur dan efisien.

Selain Tabel Transaksi, terdapat juga fitur Cari Transaksi yang memudahkan pembeli dalam mencari transaksi tertentu berdasarkan kata kunci yang relevan, seperti nomor transaksi atau tanggal pemesanan. Fitur ini sangat berguna untuk mempercepat proses pencarian dan mengurangi waktu yang diperlukan pembeli dalam menelusuri riwayat transaksi mereka. Selain itu, ada fitur Detail yang memungkinkan pembeli untuk melihat

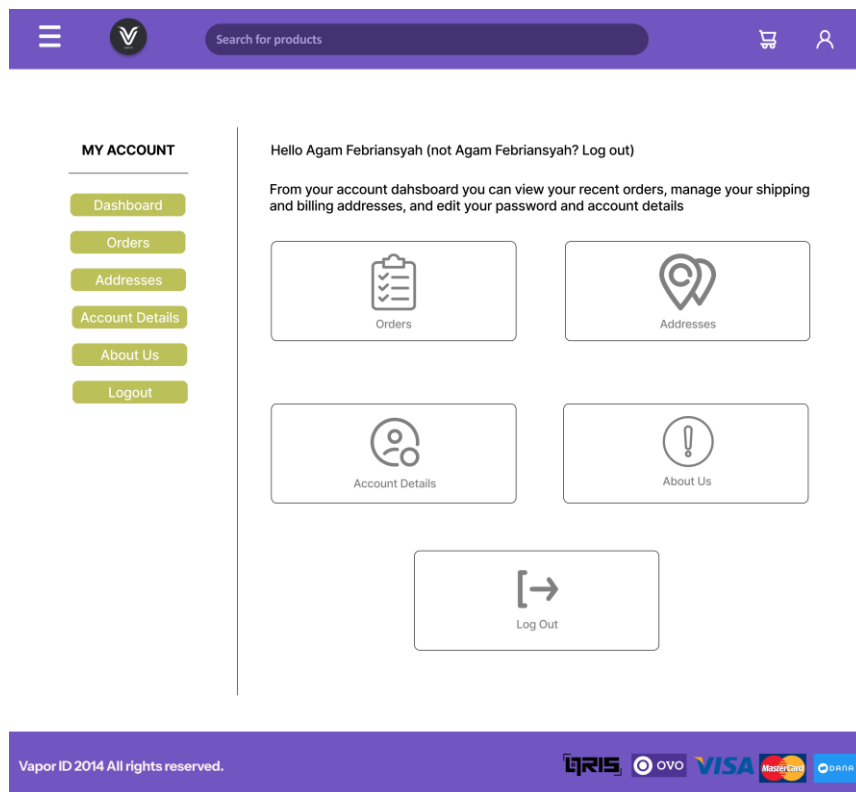
informasi lebih rinci tentang pemesanan mereka. Dengan mengklik fitur ini, pembeli dapat mengakses detail lengkap dari setiap transaksi, seperti item yang dipesan, jumlah, harga, dan status pengiriman. Halaman Keranjang ini dirancang untuk memberikan

4.2.4.2.10 Halaman Detail Pesanan



Gambar 4.30 Halaman Detail Pesanan

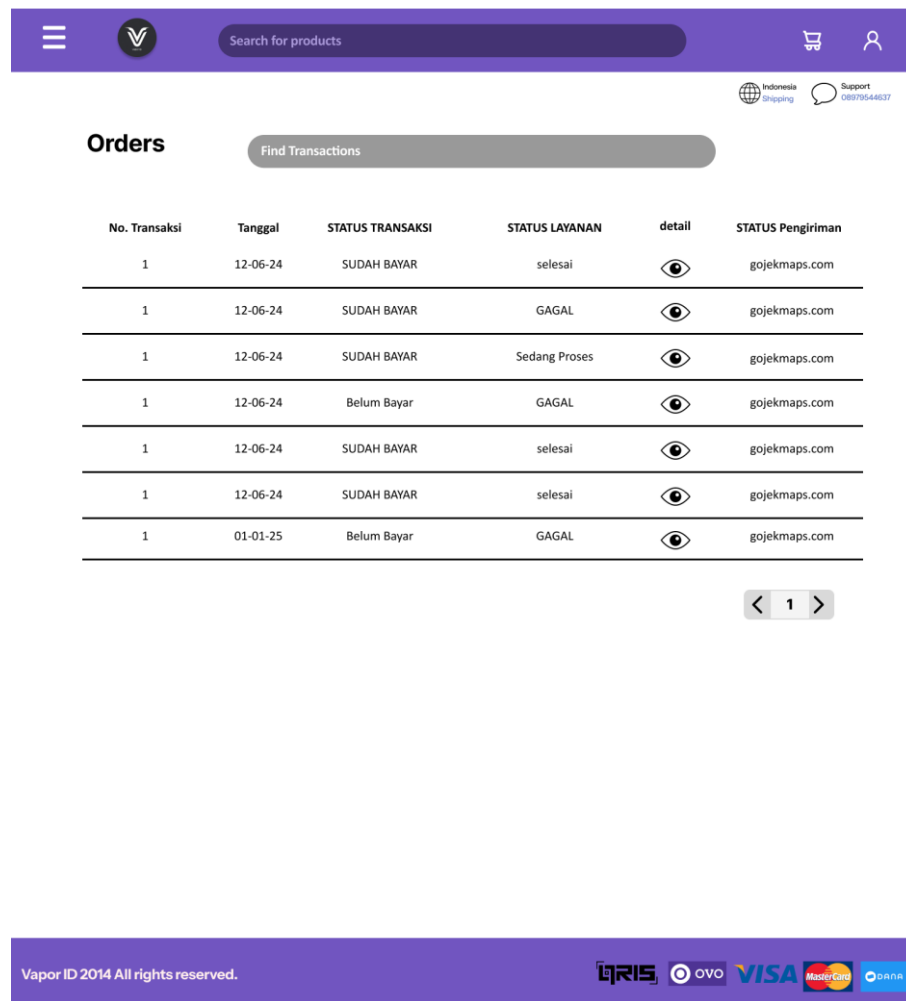
Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.30 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman Detail pesanan pada Low-Fidelity gambar 4.21 dapat diakses oleh pembeli. Terdapat fitur Gambar Proses Pesanan, fitur Detail Pesanan, fitur Tombol Hubungi penjual, fitur Beli lagi. Fitur Gambar proses pesanan adalah gambar yang memberi informasi mengenai pesanan, fitur detail pesanan yang berisikan informasi nama produk, kuantitas produk yang dibeli, total harga pesanan, fitur Tombol Hubungi Penjual untuk mengarahkan kontak penjual jika ada kendala, fitur Beli lagi mengarahkan pembeli ke halaman Belanja.

4.2.4.2.11 Halaman *Edit Profil*Gambar 4.31 *Edit Profil*

Prototype High-fidelity rototype High-fidelity pada Gambar 4.31 menunjukkan antarmuka halaman Profil pada Low-Fidelity gambar 4.17 yang dapat diakses oleh pembeli di website Vapor ID. Halaman ini memudahkan pengguna dalam mengelola informasi pribadi mereka dengan berbagai fitur yang tersedia. Salah satu fitur utamanya adalah Ganti Foto Profil, yang memungkinkan pengguna mengganti foto profil sesuai keinginan, serta fitur Ubah Password yang memudahkan pengguna mengganti kata sandi untuk alasan keamanan. Kedua fitur ini dirancang untuk memperbarui dan melindungi akun pengguna dengan cara yang mudah dan aman.

Selain itu, halaman Profil dilengkapi dengan form ganti data diri, yang memungkinkan pengguna memperbarui informasi seperti Nama Lengkap, Alamat Email, Nomor Handphone, Alamat, dan Tanggal Lahir. Setelah perubahan data dilakukan, pengguna dapat menyimpannya dengan menekan Tombol Simpan. Halaman ini dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan user-friendly, memberikan kemudahan bagi pembeli untuk mengelola dan memperbarui profil mereka kapan pun diperlukan.

4.2.4.2.12 Halaman beranda Admin



Gambar 4.32 Halaman Beranda Admin

Prototype High-fidelity Prototype High-fidelity pada Gambar 4.34 menampilkan desain antarmuka dari halaman transaksi pada Low-Fidelity gambar 4.16 yang dapat diakses oleh pembeli di website Vapor ID. Halaman ini dirancang untuk memudahkan pembeli dalam mengelola dan meninjau transaksi yang telah dilakukan. Salah satu fitur utama pada halaman ini adalah Tabel Transaksi, yang berfungsi untuk menampilkan berbagai informasi penting terkait transaksi, seperti nomor transaksi, tanggal pemesanan, status transaksi, dan status layanan. Dengan adanya Tabel Transaksi, pembeli dapat dengan mudah melihat dan memantau semua transaksi yang telah dilakukan, sehingga mereka dapat mengelola pesanan dengan lebih teratur dan efisien.

Selain Tabel Transaksi, terdapat juga fitur Cari Transaksi yang memudahkan pembeli dalam mencari transaksi tertentu berdasarkan kata kunci yang relevan, seperti nomor transaksi atau tanggal pemesanan.

Fitur ini sangat berguna untuk mempercepat proses pencarian dan mengurangi waktu yang diperlukan pembeli dalam menelusuri riwayat transaksi mereka. Selain itu, ada fitur Detail yang memungkinkan pembeli untuk melihat informasi lebih rinci tentang pemesanan mereka. Dengan mengklik fitur ini, pembeli dapat mengakses detail lengkap dari setiap transaksi, seperti item yang dipesan, jumlah, harga, dan status pengiriman. Halaman Keranjang ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang intuitif dan user-friendly, sehingga memudahkan pembeli dalam mengelola, mencari, dan meninjau transaksi dengan lebih mudah dan cepat.

4.2.4.2.13 Halaman Tambah Produk

MY ACCOUNT

- Dashboard
- Orders
- Addresses
- Account Details
- About Us
- Logout

Hello Agam Febriansyah (not Agam Febriansyah? Log out)

From your account dashboard you can view your recent orders, manage your shipping and billing addresses, and edit your password and account details

Informasi

Nama Barang

Kategori Barang

☐ Mod ☐ Liquid ☐ Pod ☐ Accessory ☐ Atomizer

Deskripsi Barang

sebelum mengirim barang yang akan dijual. *

Detail Barang

Foto Barang

Foto utama Foto 2 Foto 3

FORMAT HARUS png atau jpg. *

Harga Barang

Harga Satuan

Rp. (Masukkan Harga)

Diskon akan tidak menggunakan lebih dari 3 nama barang

Minimum Pemesanan

1

Stok Barang

- 1 +

Tambah

Vapor ID 2014 All rights reserved.

QRIS OVO VISA Mastercard

Gambar 4.33 Halaman Tambah Produk

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.42 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman Admin Tambah produk pada Low-Fidelity gambar 4.23 halaman ini dapat diakses oleh Admin. fitur Form Informasi Produk, fitur Form Detail produk, fitur Form Harga produk, fitur Tombol stok, fitur tombol Nama pemasok, fitur Tombol Tambah. Fitur form informasi produk untuk admin mengisi form Nama produk, Kategori produk, Varian produk, fitur Form Detail produk untuk admin mengisi form foto produk, video produk, fitur Form Harga produk untuk admin mengisi form harga satuan, minimum pemesanan ,fitur Tombol Stok untuk menambahkan Stok produk yang tersedia. Fitur Tombol Opsi Pemasok untuk admin memilih pemasok dari produk tersebut, Tombol Tambah Produk untuk memasuki halaman tambah produk.

4.2.4.2.14 Halaman ubah produk

Gambar 4.34 Halaman ubah produk

Prototype High-fidelity Pada Gambar 4.43 menggambarkan tampilan antarmuka dari halaman Admin Tambah Produk pada Low-Fidelity gambar 4.24 halaman ini dapat diakses oleh Admin. fitur Form Informasi Produk, fitur Form Detail produk, fitur Form Harga produk, fitur Tombol stok, fitur tombol Nama pemasok, fitur Tombol Tambah, fitur Tombol Hapus. Fitur form informasi produk untuk admin mengisi form Nama produk, Kategori produk, Varian produk, fitur Form Detail produk untuk admin mengisi form foto produk, video produk, fitur Form Harga produk untuk admin mengisi form harga satuan, minimum pemesanan ,fitur Tombol Stok untuk menambahkan Stok produk yang tersedia. Fitur Tombol Opsi Pemasok untuk admin memilih pemasok dari produk tersebut, Tombol Tambah Produk untuk memasuki halaman tambah produk, fitur Tombol Hapus untuk admin menghapus produk tersebut.

4.3 Testing

Tahapan akhir dalam penelitian ini adalah pengujian. Pada tahap ini, *prototype* yang telah dibuat oleh penulis diuji untuk mengevaluasi kualitas rancangan antarmuka website Vapor ID. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan usability testing untuk mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap *prototype* yang telah dikembangkan.

Ruang lingkup pengujian mencakup evaluasi *prototype* dari perspektif tiga jenis pengguna, yaitu Penjual dan Pembeli. Aspek-aspek yang diuji meliputi layanan informasi produk, alur pembelian, dan halaman monitoring dalam *prototype* tersebut. Pengujian dilakukan dengan menggunakan produksi yang diisi oleh pengguna setelah mereka berinteraksi dengan *prototype* website Vapor ID.

A. Usability Testing

Merupakan interaksi yang terjadi antara *user* dengan *interface* dengan memperhatikan kemudahan penggunaan, dapat dengan cepat dimengerti dan kepuasan *user* dalam menggunakan *interface*. [AMB10] Menurut Jacob Nielsen *Usability* baik mencakup hal-hal berikut:

a. *Learnability*

Seberapa mudah seorang user dapat mengoperasikan sebuah desain yang belum pernah digunakan sebelumnya.

b. *Efficiency*

Efisien yang dimaksud disini adalah seberapa cepat seorang user dapat memahami desain yang telah diberikan.

c. *Memorability*

Memorability ini merupakan ukuran bagi user terhadap desain yang telah dioperasikan ,apakah cara penggunaan dari desain tersebut dapat dengan baik diingat dalam rentang waktu tertentu.

d. *Error*

Error yang dimaksud adalah apabila terjadi kesalahan selama pengoperasian oleh user, user dapat mengerti dengan mudah memperbaiki.

e. *Satisfaction*

Satisfaction berbicara tentang seberapa tingkat kepuasan seorang user dengan desain yang telah dibuat. [AMB10]

B. Merancang alat ukur usability

Alat ukur yang digunakan untuk melakukan pengujian usability adalah berupa produksioner berisi serangkaian pertanyaan yang telah di kelompokkan dalam beberapa aspek usability. Metode produksioner telah banyak digunakan untuk mengevaluasi usability dari sebuah sistem yang bersifat interaktif.

Produksioner diisi oleh para responden setelah mereka mencoba menggunakan *prototype* e-commerce Vapor ID. untuk mengidentifikasi masalah usability pada sebuah aplikasi cukup melibatkan tiga pengguna dalam pengujian. Responden yang terlibat terdiri dari satu orang pemilik Vapor ID dua orang pihak pemasok dan dua orang pembeli.

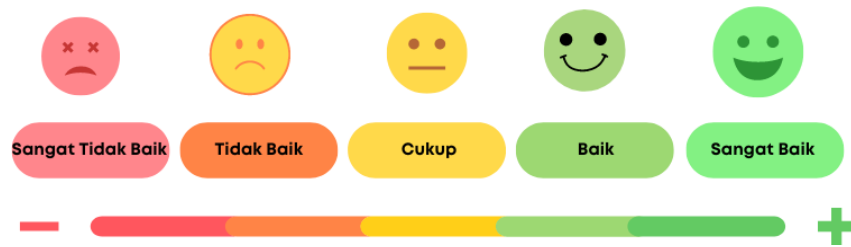
Dalam pengujian usability, hasil dari produksioner dievaluasi dengan menggunakan teknik analisis data persentase relatif. Metode ini menganalisis data dengan mengkomputasi persentase dari setiap respon yang diberikan oleh para responden. Agar memberikan makna pada persentase tersebut, kriteria yang digunakan didasarkan pada interval tertentu dan dihitung dengan rumus yang relevan.

$$I = \frac{\text{bobot tertinggi} - \text{bobot terendah}}{\text{Jumlah bobot}}$$

Sehingga perhitungan intervalnya adalah sebagai berikut :

$$I = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Dari perhitungan tersebut maka didapatkan jarak interval rentang skor persentase yang dapat dilihat pada tabel berikut :



Gambar 4.47 penilaian

Tabel 4.48 Tabel Interval kriteria Penilaian

Rentang	Penilaian
1.00 - 1.79	Sangat tidak baik
1.80 - 2.59	Tidak baik
2.60 - 3.39	Cukup
3.40 - 4.19	Baik
4.20 - 5.00	Sangat baik

Dari nilai – nilai di atas data produksioner akan dianalisis untuk mengidentifikasi presentasi tanggapan pada setiap pertanyaan yang terkait dengan indikator dan juga untuk menghitung rata-rata jawaban responden terhadap indikator tersebut, Untuk menghitung persentase, penulis menggunakan rumus berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

Dengan keterangan rumus adalah sebagai berikut :

P = Angka persentase

f = Freproduksi

N = Jumlah

Freproduksi 100 =

Nilai Konstanta

Lalu untuk menghitung hasil dari pengisian produksioner dilakukan perhitungan rata-rata untuk mendapatkan pemetaan dari setiap komponen usability testing, dengan rumus perhitungan adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\text{Total jumlah hasil jawaban}}{\text{Total jumlah jawaban}}$$

Dengan keterangan rumus adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \text{rata-rata penilaian}$$

Kemudian keterangan dari bobot jawaban adalah sebagai berikut :

No	Jawaban	Kode	Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup	C	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

C. Merancang observasi dengan produksioner

Observasi dilakukan terhadap pengguna yang bisa mewakilinya, setelah observasi responden akan diberikan. Penyebaran produksioner dilakukan kepada Pihak Penjual, Pemasok, dan Pembeli. Pertanyaan berdasarkan learnability, efficiency, memorability, dan satisfaction. Aspek errors tidak diajukan karena pengujian yang dilakukan terhadap *prototype* digital dengan menggunakan tools figma belum dapat menampilkan adanya kesalahan script atau algoritma. Berikut di bawah ini merupakan pertanyaan yang akan diujikan kepada responden :

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	ST	C	TS	STS
Learnability						
1.	Seberapa mudah anda mempelajari cara menggunakan website Vapor ID?					
2.	Apakah informasi mengenai navigasi dan penggunaan website sudah jelas dan mudah dipahami?					
3.	apakah anda merasa desain dan tata letak website Vapor ID mempermudah proses belajar pengguna?					

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	ST	C	TS	STS
Memorability						
1.	Seberapa mudah anda mempelajari cara menggunakan website Vapor ID?					
2.	Apakah informasi mengenai navigasi dan penggunaan website sudah jelas dan mudah di ingat?					
3.	Apakah ikon-ikon atau elemen desain pada halaman beranda mudah dikenali dan diingat saat Anda kembali menggunakan situs ini?					
Efficiency						
1.	Seberapa efisien proses pencarian produk diwebsite Vapor ID?					

2.	Tidak butuh lama untuk menyelesaikan proses pemesanan produk?					
3.	Apakah menu dan fitur tampilan antarmuka website ditemukan secara mudah?					
Satisfaction						
1.	Apakah anda merasa website Vapor ID memenuhi harapan anda terkait desain dan fungsionalitas?					
2.	Apakah anda nyaman dengan tata letak dan warna yang dibuat?					
3.	seberapa besar kemungkinan anda merekomendasikan website Vapor ID kepada orang lain?					
4.	Seberapa puas anda dengan keseluruhan pengalaman menggunakan website Vapor ID?					

D. Melakukan Pemilihan Fungsi

Pemilihan fungsi secara umum berdasarkan metode usability yaitu mudah mempelajari efisiensi, mudah di ingat, perlindungan terhadap kesalahan, dan kepuasan. [NIE23]. Dilakukan pembuatan tugas usability test agar pengujian yang dilakukan tidak melebihi batas waktu yaitu 30 menit. Tugas Usability Testing di bawah ini dimaksudkan untuk responden yang memiliki definisi sebagai orang yang menggunakan website Racana Pasundan :

1. Kategori Penjual Vapor ID

Penjual Vapor ID adalah user utama yang mengelola website Vapor ID.

No	Tugas
1.	Melihat tampilan informasi Vapor ID di halaman beranda
2.	Melihat tampilan informasi produk Vapor ID di halaman belanja
3.	Melakukan penambahan dan menghapus produk di etalase pada halaman produk
4.	Melakukan edit data produk di halaman admin
5.	Melihat informasi pesanan di halaman pesanan
6.	Melakukan konfirmasi penerimaan dan penolakan pesanan di halaman pesanan
7.	Melihat informasi yang ada di halaman dashboard admin
8.	Melihat transaksi pesanan di halaman transaksi
9.	Melihat laporan pembeli yang berada di halaman laporan

Masing-masing tugas di atas dapat dijelaskan seperti dibawah ini :

- | | |
|---------|--|
| Tugas 1 | Melihat tampilan informasi mengenai Vapor ID di halaman beranda. |
| Tugas 2 | Melihat informasi Vapor ID memberikan pihak penjual mengenai informasi produk yang dijual di halaman belanja. |
| Tugas 3 | Melakukan penambahan dan menghapus data di halaman belanja dilakukan oleh pihak penjual Vapor ID dapat menuliskan data baru yang ingin ditambahkan. |
| Tugas 4 | Melakukan edit data di halaman produk dilakukan oleh pihak zahra snack untuk melakukan edit data terhadap data yang ingin di ubah. |
| Tugas 5 | Melihat informasi pesanan yang dibuat oleh pembeli di halaman pesanan. |
| Tugas 6 | Melakukan penerimaan atau penolakan terhadap pesanan yang telah dibuat oleh pihak pembeli terhadap pennjual untuk melakukan penerimaan atau penolakan. |

- Tugas 7 Melihat informasi dihalaman beranda admin dilakukan oleh penjual untuk melihat informasi yang berada di halaman beranda admin.
- Tugas 8 Melihat riwayat transaksi di halaman transaksi.
- Tugas 9 Melihat laporan jika ada pembeli yang melakukan laporan mengenai produk di halaman produk.

2. kategori Pembeli Vapor ID

Pembeli Vapor ID adalah user yang akan memakai Vapor ID untuk membeli produk secara langsung maupun pemesanan.

No	Tugas
1.	Melihat informasi produk dan toko Vapor ID di halaman beranda
2.	Melihat informasi produk Vapor ID dihalaman belanja
3.	Melakukan pendaftaran akun di halaman login
4.	Melakukan login di halaman login
5.	Melakukan penambahan produk untuk keranjang
6.	Menentukan metode pembayaran di halaman keranjang
7.	Melakukan transaksi pesanan di halaman keranjang
8.	Melihat informasi transaksi pesanan di halaman pesanan saya
9.	Melakukan pembatalan pesanan dihalaman transaksi

Masing-masing tugas di atas dapat dijelaskan seperti dibawah ini :

- Tugas 1 Melihat informasi Vapor ID yang diberikan pihak penjual mengenai informasi produk dan Vapor ID kepada pihak pembeli di halaman Beranda.
- Tugas 2 Melihat tampilan informasi mengenai produk Vapor ID di halaman belanja.
- Tugas 3 Melakukan pendaftaran akun di halaman Daftar dilakukan oleh pihak pembeli dapat mengisi form yang diwajibkan untuk di isi.
- Tugas 4 Melakukan *login* akun di halaman Masuk menginput email yang sudah didaftarkan sebelumnya oleh pihak pembeli.
- Tugas 5 Melakukan penambahan produk yang akan dipesan oleh pihak pembeli ke halaman keranjang.
- Tugas 6 Melakukan pembayaran dan menentukan metode pembayaran dan metode penerimaan pesanan oleh pihak pembeli dihalaman Keranjang.

Tugas 7	Melakukan transaksi pesanan dihalaman keranjang oleh pihak pembeli.
Tugas 8	Melihat informasi transaksi pesanan di halaman Pesanan Saya oleh pihak pembeli.
Tugas 9	Melakukan pembatalan pesanan oleh pihak pembeli di halaman Transaksi.

E. Hasil *Usability Testing*.

Hasil *Usability Testing* dari 3 responden pada indikator *Learnability* adalah sebagai berikut.

a. Indikator *Learnability*.

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban indikator *learnability* :

Nomor pertanyaan	ss	st	c	ts	sts
P1	3	2	0	0	0
P2	3	2	0	0	0
P3	5	0	0	0	0
total	11	4	0	0	0

Dari tabel di atas didapatkan hasil jawaban dari indikator *learnability* adalah sebagai berikut.

1. Jumlah Responden yang memilih nilai 5 sebanyak 11 jawaban.
2. Jumlah Responden yang memilih nilai 4 sebanyak 4 jawaban.
3. Jumlah Responden yang memilih nilai 3 sebanyak 0 jawaban.
4. Jumlah Responden yang memilih nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah Responden yang memilih nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

b. Indikator *Memorability*.

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban indikator *Memorability* :

Nomor pertanyaan	ss	st	c	ts	sts
P1	3	2	1	0	0
P2	2	2	1	0	0
P3	1	2	1	0	0
total	6	6	3	0	0

Dari tabel di atas didapatkan hasil jawaban dari indikator *Memorability* adalah sebagai berikut.

1. Jumlah Responden yang memilih nilai 5 sebanyak 6 jawaban.
2. Jumlah Responden yang memilih nilai 4 sebanyak 6 jawaban.
3. Jumlah Responden yang memilih nilai 3 sebanyak 3 jawaban.
4. Jumlah Responden yang memilih nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah Responden yang memilih nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

c. Indikator *Effeciency*.

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban indikator *Effeciency* :

Nomor pertanyaan	ss	st	c	Ts	sts
P1	3	2	0	0	0
P2	2	3	0	0	0
P3	4	1	0	0	0
total	9	6	0	0	0

Dari tabel di atas didapatkan hasil jawaban dari indikator *Effeciency* adalah sebagai berikut.

1. Jumlah Responden yang memilih nilai 5 sebanyak 9 jawaban.
2. Jumlah Responden yang memilih nilai 4 sebanyak 6 jawaban.
3. Jumlah Responden yang memilih nilai 3 sebanyak 0 jawaban.
4. Jumlah Responden yang memilih nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah Responden yang memilih nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

d. Indikator *Satisfaction*.

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban indikator *Satisfaction* :

Nomor pertanyaan	ss	st	c	ts	sts
P1	5	0	0	0	0
P2	3	2	0	0	0
P3	4	1	0	0	0
P4	5	0	0	0	0
total	17	3	0	0	0

Dari tabel di atas didapatkan hasil jawaban dari indikator *Satisfaction* adalah sebagai berikut.

1. Jumlah Responden yang memilih nilai 5 sebanyak 17 jawaban.
2. Jumlah Responden yang memilih nilai 4 sebanyak 3 jawaban.
3. Jumlah Responden yang memilih nilai 3 sebanyak 0 jawaban.
4. Jumlah Responden yang memilih nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah Responden yang memilih nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

Setelah mendapatkan hasil jawaban dari masing-masing pertanyaan pada produksioner, kemudian akan dihitung prrsentase dari setiap penilaian dan rata-rata dari setiap indikator. Perhitungan tersebut seperti tabel dibawah ini :

a. indikator *Learnability*

dibawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator *learnability* :

Jawaban	Jumlah Jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban = Jumlah Jawaban x Bobot	Persentase	Rata-Rata
SS	11	5	55	73.33%	5
ST	5	4	20	26.67%	4
C	0	0	-	-	-
TS	0	0	0	0	0
STS	0	0	0	0	0
Total	16	-	75	100,00	4.68

Dari tabel di atas didapatkan hasil pada indikator learnability dengan rata-rata sebesar 4,25 yang jika dihubungkan pada rentang interval nilai tersebut memiliki penilaian yang tergolong sangat baik

b. indikator *Memorability*

dibawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator learnability :

Jawaban	Jumlah Jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban = Jumlah Jawaban x Bobot	Persentase	Rata-Rata
SS	6	5	30	71.43%	5
ST	6	4	24	28.57%	4
C	3	3	9	14%	3
TS	0	0	0	0	0
STS	0	0	0	0	0
Total	15	-	63	100,00	4.20

c. indikator *Efficiency*

dibawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator learnability :

Jawaban	Jumlah Jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban = Jumlah Jawaban x Bobot	Persentase	Rata-Rata
SS	9	5	45	65.22%	5
ST	6	4	24	34.78%	4
C	0	3	0	0	0
TS	0	0	0	0	0
STS	0	0	0	0	0
Total	15	-	69	100,00	4.60

Dari tabel di atas didapatkan hasil pada indikator learnability dengan rata-rata sebesar 4,25 yang jika dihubungkan pada rentang interval nilai tersebut memiliki penilaian yang tergolong sangat baik

indikator *Satisfaction*

dibawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator *Satisfaction* :

Jawaban	Jumlah Jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban = Jumlah Jawaban x Bobot	Persentase	Rata-Rata
SS	17	5	85	65.22%	5
ST	3	4	12	34.78%	4
C	0	0	0	0	0
TS	0	0	0	0	0
STS	0	0	0	0	0
Total	20		97	100,00	4.85

Dari tabel di atas didapatkan hasil pada indikator *Satisfaction* dengan rata-rata sebesar 4,85 yang jika dihubungkan pada rentang interval nilai tersebut memiliki penilaian yang tergolong sangat baik.

berdasarkan hasil akhir pada design dari pengujian diperoleh:

- Jumlah rata-rata pada aspek *Learnability* adalah 4,68. Maka dalam pengujian design nilai tersebut tergolong sangat baik dalam aspek *Learnability*,
- Jumlah rata-rata pada aspek *memorability* adalah 4,20. Maka dalam pengujian design nilai tersebut tergolong baik dalam aspek *Learnability*,
- Jumlah rata-rata pada aspek *efficiency* adalah 4,60. Maka dalam pengujian design nilai tersebut tergolong sangat baik dalam aspek *Learnability*,

Jumlah rata-rata pada aspek *Satisfaction* adalah 4,85. Maka dalam pengujian design nilai tersebut tergolong sangat baik dalam aspek *Learnability*.

BAB 5

PENUTUP

Pada bab 5 ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan, serta saran terkait penelitian selanjutnya..

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil. Kesimpulan yang didapat sebagai berikut:

1. Penelitian Perancangan Antarmuka Website *E-commerce* Untuk Penjualan Produk Studi Kasus Vapor ID dengan metode *Design thinking* yang dilakukan kini dapat menghasilkan tampilan antarmuka website *e-commerce* untuk penjualan Produk toko Vapor ID. Proses perancangan ini fokus pada kebutuhan pengguna dan solusi yang sesuai dengan konteks permasalahan yang dihadapi.
2. *Prototype* yang dikembangkan melalui satu kali perubahan *design*, berdasarkan metode *Design Thinking*, telah mempertimbangkan permasalahan pengguna, ide solusi rancangan, serta penambahan pemanfaatan teknologi di dalam metode pembayaran. Hasil ini telah menunjukkan bahwa rancangan tersebut berhasil memenuhi kebutuhan pengguna.
3. Hasil usability testing menunjukkan bahwa antarmuka yang dirancang memenuhi empat aspek utama: learnability, memorability, efficiency, dan satisfaction. Penjual kini dapat mengelola pesanan Produk secara lebih efisien, sementara pengguna dan pembeli dapat memperoleh kemudahan akses dan informasi pesanan secara real-time, sehingga beban kerja berkurang dan pengalaman pembelian menjadi lebih baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberi saran untuk penelitian selanjutnya, saran yang didapat terdiri dari berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan fitur-fitur yang lain untuk lebih memudahkan Pembeli dan Penjual Vapor ID.
2. Untuk penelitian selanjutnya rancangan antarmuka yang telah dibuat dapat digunakan untuk membuat *website e-commerce* penjualan Produk Vapor ID.

Untuk penelitian selanjutnya dapat mencakup pembuatan rancangan antarmuka versi aplikasi *mobile*.

DAFTAR PUSTAKA

- [AMAZ24] F. Arifandi, Mardainis, H. Asnal, and F. Zoromi, "Perancangan Aplikasi Rekapitulasi Bukti Pembayaran Uang Sekolah Berbasis Mobile," *Indones. J. Comput. Sci.*, vol. 13, no. 1, pp. 1379–1399, 2024, doi: 10.33022/ijcs.v13i1.3761.
- [CAND20] M. Candria, "Tabula Rasa, Point of View, and the Ideology of Feminism," *Anuva J. Kaji. Budaya, Perpustakaan, dan Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 33–41, 2020, doi: 10.14710/anuva.4.1.33-41.
- [ERHI24] D. H. Erikson and A. M. Hidayat, "Consumer Profile Analysis Using Empathy Map At Prove Fragrance Startup Analisis Profil Konsumen Menggunakan Empathy Map Pada Startup Prove Fragrance," *COSTINGJournal Econ. Bus. Account.*, vol. 7, no. 3, pp. 2597–5234, 2024.
- [HOFF00] D. W. Hoffman, "Analisis struktur kovarians indikator terkait kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah, dengan fokus pada rasa subjektif terhadap kesehatanTitle," pp. 1–59.
- [HIDA16] R. Hidayatullah, "Pembuatan Desain Website Sebagai Penunjang Company Profile CV. Hensindo.," pp. 11–25, 2016, [Online]. Available: http://sir.stikom.edu/id/eprint/2329/5/BAB_III.pdf
- [HSSM23] N. Huda, H. Suwardi, F. Syakti, and A. H. Mirza, "Perancangan User Interface Dan User Experience Pada Website Komoditiku Menggunakan Metode Design Thinking," *J. Ilm. Betrik (Besemah Teknol. Inf. dan Komputer)*, vol. 14, no. 3, pp. 479–489, 2023.
- [ILWR21] H. Ilham, B. Wijayanto, and S. P. Rahayu, "Analysis and Design of User Interface/User Experience With the Design Thinking Method in the Academic Information System of Jenderal Soedirman University," *J. Tek. Inform.*, vol. 2, no. 1, pp. 17–26, 2021, doi: 10.20884/1.jutif.2021.2.1.30.
- [IVAR23] S. Indriyana, A. Voutama,) Azhari, and A. Ridha, "Siti Indriyana, et, all Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes," *Juni*, vol. 4, no. 2, pp. 1487–1496, 2023.
- [KAMW23] I. B. Karo Sekali, C. E. J. . Montolalu, and S. A. Widiana, "Perancangan

- UI/UX Aplikasi Mobile Produk Fashion Pria pada Toko Celcius di Kota Manado Menggunakan Design Thinking,” *J. Ilm. Inform. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 2, pp. 53–64, 2023, doi: 10.58602/jima-ilkom.v2i2.17.
- [LISE22] K. H. Lim and N. Setiyawati, “Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Majuli Menggunakan Metode Design Thinking,” *J. Inf. Technol. Ampera*, vol. 3, no. 2, pp. 108–123, 2022, doi: 10.51519/journalita.volume3.issue2.year2022.page108-123.
- [MADH18] K. N. L. Mastra and R. F. Dharmawan, “Tinjauan User Interface Design Pada Website E-Commerce Laku6,” *Narada*, vol. 5, no. 1, pp. 83–94, 2018.
- [NUFM22] S. Nurbaiti Oktaviani, C. Fikri Aziz, and B. Maula Sulthon, “Analisa UI/UX Sistem Informasi Penjualan Berbasis Mobile Menggunakan Metode Prototype,” *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan Komput.*, vol. 2, no. 6, pp. 225–233, 2022, doi: 10.30865/klik.v2i6.401.
- [PEHP13] S. Peni, M. Handayani, and B. E. Purnama, “Pembuatan Website E-Commerce Pada Distro Java Trend,” *Semin. Ris. Unggulan Nas. Inform. dan Komput.*, pp. 18–24, 2013.
- [POLE22] A. Poerna Wardhanie and K. Lebdaningrum, “Pengenalan Aplikasi Desain Grafis Figma pada Siswa-Siswi Multimedia SMK PGRI 2 Sidoarjo (Introduction to the Figma Graphic Design Application for Multimedia Students at SMK PGRI 2 Sidoarjo),” *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 3, pp. 165–174, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.35912/jpm.v3i3.1536>
- [RAGH23] A. I. Rasidi and N. Ghaniaviyanto Ramadhan, “Perancangan Website Company Profile Perusahaan CV. CUP10INDO Menggunakan Metode Design Thinking,” *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan Komput. (Media Online)*, vol. 3, no. 5, pp. 457–465, 2023, [Online]. Available: <https://djournals.com/klik>
- [WKTA23] N. K. Widiatari, N. M. D. Kurniasari, I. G. M. G. S. C. Trapika, and P. A. S. Astuti, “Vape store density and proximity to schools in Denpasar, Bali, Indonesia,” *Tob. Control*, pp. 1–4, 2023, doi: 10.1136/tc-2023-058037.

LAMPIRAN

Lampiran Dokumentasi





Lampiran pengujian *Website e-commerce Vapor ID*

Flow alur pembeli dan penjual dokumentasi pop up interaksi *hover-button*.

