

PERANCANGAN USER INTERFACE WEBSITE SEBAGAI SARANA PERNJUALAN PADA KYZER PRINTING

Suhadi Parman¹, Ine Rachmawati², Dzulfiqar Fickri Rosyid³, Yuni Awalaturrohmah Solihah⁴, Viar Dwi Kartika⁵, Tiara Khodijah⁶, Farid Asrosamba Bangun⁷
Universitas Catur Insan Cendekia
Jl. Kesambi No. 202, Drajat Kesambi Kota Cirebon, (0231)200418
suhadi.parman@cic.ac.id¹, ine.rachmawati@cic.ac.id², dzulfiqar.fickrirosyid@cic.ac.id³,
yuniasolihah@cic.ac.id⁴, viar.dk@cic.ac.id⁵, tiara.khodijah@cic.ac.id⁶, farid.bangun.dkv.20@cic.ac.id⁷

Abstrak

Kyzer Printing merupakan sebuah percetakan rumahan milik perorangan yang berlokasi di Jalan Hos Cokroaminoto, Rt.19/Rw.6, Dusun 3, Desa Lemahabang, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45183, dan sudah berjalan selama 2 tahun. Kyzer printing menawarkan beberapa produknya mulai dari undangan pernikahan cetak, undangan pernikahan digital, kartu nama, undangan khitanan dan sebagainya, akan tetapi Kyzer Printing berfokus pada produk Undangan Pernikahan cetak. Selama ini, media informasi produk kyzer printing hanya menggunakan media sosial seperti Facebook dan Whatsapp untuk informasi produknya. Hal tersebut membuat calon konsumen tidak leluasa untuk mengakses informasi produk undangan pernikahan yang disediakan Kyzer Printing dikarenakan informasi produk tidak lengkap, dan konsumen harus menghubungi penjual secara langsung untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dari produk yang kyzer printing sediakan. Dari analisis permasalahan yang dimiliki oleh Kyzer Printing yaitu membutuhkan sebuah desain User Interface website untuk sarana penjualan dan media pengembangan baru untuk informasi produk menggunakan website, dan juga memudahkan calon konsumen memilih produk dan mengakses informasi terkait produk yang ditawarkan oleh Kyzer Printing tanpa harus menghubungi owner untuk mendapatkan informasi produk lebih lanjut dari produk undangan pernikahan. Metode yang akan dipakai penulis untuk merancangan sebuah desain User Interface website yaitu menggunakan sebuah metode Design Thinking, yang merupakan sebuah metode yang menyediakan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah (Dam, 2024). Metode Design Thinking memiliki 5 tahap yaitu, Empati (empathize), Pendefinisian (Define), Ide (Ideate), Purwarupa (Prototype), Pengujian (Test). Metode ini di gunakan agar desain User Interface yang akan dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Keywords: *Percetakan Digital, Desain Web, User Interface, Website, Design Thinking.*

Abstract

Kyzer Printing is a home printing company owned by an individual located on Jalan Hos Cokroaminoto, Rt.19/Rw.6, Dusun 3, Lemahabang Village, Lemahabang District, Cirebon Regency, West Java 45183, and has been running for 2 years. Kyzer printing offers several products ranging from printed wedding invitations, digital wedding invitations, business cards, circumcision invitations and so on, but Kyzer Printing focuses on printed wedding invitation products. So far, Kyzer Printing's product information media has only used social media such as Facebook and Whatsapp for product information. This makes it difficult for prospective consumers to freely access information on wedding invitation products provided by Kyzer Printing because the product information is incomplete, and consumers must contact the seller directly to get more information on the products provided by Kyzer Printing. From the analysis of the problems owned by Kyzer Printing, it requires a website User Interface design for sales facilities and new development media for product information using the website, and also makes it easier for prospective consumers to choose products and access information related to products offered by Kyzer Printing without having to contact the owner to get more product information from wedding invitation products. The method that will be used by the author to design a website User Interface design is to use a Design Thinking method, which is a method that provides a solution-based approach to solving problems (Dam, 2024). The Design Thinking method has 5 stages, namely Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test. This method is used so that the User Interface design that will be designed is in accordance with user needs.

Keywords: *Digital Printing, Web Design, User Interface, Website, Design Thinking.*

1. Pendahuluan

Percetakan digital (digital printing) merupakan sebuah teknologi cetak modern untuk mencetak gambar digital yang di olah oleh computer ke permukaan material atau media fisik oleh mesin cetak (printer). Industry percetakan pada saat ini berjalan dengan kondisi normal, meskipun saat ini berada pada era teknologi informasi, tetapi untuk usaha percetakan digital pada saat ini masih tetap bertahan. Kini teknologi percetakan digital bergerak dengan cepat untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Hal itu dapat dibuktikan dengan adanya mesin digital printing dengan teknologi canggih, seperti mesin multifungsi copier dan print based, mesin pemindai atau scanner dokumen (saharja dan aisyah, 2020). Pada usaha digital printing juga memiliki ancaman yakni persaingan harga, kualitas produk serta perkembangan teknologi salah satunya perkembangan printer 3D (Ziari, 2024).

Kyzer Printing merupakan sebuah percetakan rumahan milik perorangan yang berlokasi di Jalan Hos Cokroaminoto, Rt.19/Rw.6, Dusun 3, Desa Lemahabang, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45183, dan sudah berjalan selama 2 tahun. Kyzer printing menawarkan beberapa produknya mulai dari undangan pernikahan cetak, undangan pernikahan digital, kartu nama, undangan khitanan dan sebagainya, akan tetapi Kyzer Printing berfokus pada produk Undangan Pernikahan cetak. Kyzer Printing sudah menjangkau banyak konsumen mulai dari dalam kota Cirebon hingga luar kota Cirebon, Kyzer printing juga menawarkan jasa antar ketempat, jasa antar kurir, serta pembayaran COD, dan juga menawarkan desain undangan custom dan template. Kyzer Printing memiliki Facebook yang bernama “Kyzer Printing” sebagai media informasi produk serta sarana penjualan produknya. Kyzer Printing juga berharap untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi, serta ingin menjadi layanan yang profesional.

Selama ini, media informasi produk kyzer printing hanya menggunakan media sosial seperti Facebook dan Whatsapp untuk informasi produknya. Hal tersebut membuat calon konsumen tidak leluasa untuk mengakses informasi produk undangan pernikahan yang disediakan Kyzer Printing dikarenakan informasi produk tidak lengkap, dan konsumen harus menghubungi penjual secara langsung untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dari produk yang kyzer printing sediakan. Oleh karena itu, penggunaan website dibutuhkan untuk media pengembangan baru sebagai wadah informasi produk guna mempermudah konsumen untuk melihat pilihan desain serta informasi terkait dari produk Undangan Pernikahan yang di tawarkan. Dari analisis permasalahan yang dimiliki oleh Kyzer Printing yaitu membutuhkan sebuah desain User Interface website untuk sarana penjualan dan media pengembangan baru untuk informasi produk menggunakan website, dan juga memudahkan calon konsumen memilih produk dan mengakses informasi terkait produk yang ditawarkan oleh Kyzer Printing tanpa harus menghubungi owner untuk mendapatkan informasi produk lebih lanjut dari produk undangan pernikahan. Metode yang akan dipakai penulis untuk merancang sebuah desain User Interface website yaitu menggunakan sebuah metode Design Thinking, yang merupakan sebuah metode yang menyediakan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah (Dam, 2024). Metode Design Thinking memiliki 5 tahap yaitu, Empati (empathize), Pendefinisian (Define), Ide (Ideate), Purwarupa (Prototype), Pengujian (Test). Metode ini di gunakan agar desain User Interface yang akan dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dapat disimpulkan dari latar belakang di atas serta permasalahan yang ada pada Kyzer Printing, maka sebab itu penulis tertarik untuk membahas tentang Perancangan User Interface Website sebagai Sarana Penjualan pada Kyzer Printing.

2. Metode Penelitian

Pada perancangan ini penulis berfokus pada model Design Thinking Handbook (2019) karya Eli Woolery. berikut penjelasan dan tahapan yang penulis lakukan.

a. Empati (Empathize)

Penulis melakukan proses empati dengan cara wawancara dan observasi kepada pemilik Kyzer Printing. Hasil wawancara yang di dapat yaitu bahwa User Interface website yang akan dibuat bertujuan untuk mempermudah calon konsumen mengakses informasi produk undangan yang disediakan Kyzer Printing. Fokus utama desain akan mencakup keunggulan produk, bonus dari Kyzer Printing, dan informasi terkait produk undangan. User interface Website nanti akan memiliki halaman utama, produk, tentang, dan kontak, serta dirancang untuk pengguna desktop atau laptop. Pengalihan media promosi ke website direncanakan sekitar Juli 2023. Warna background akan mengacu pada warna logo, seperti kuning atau putih.

- b. Pendefinisian (Define)
 Pada tahap Define penulis mendefinisikan sebuah permasalahan dari hasil data wawancara yaitu Membutuhkan sebuah desain User Interface website untuk sarana penjualan dan media pengembangan baru untuk informasi produk yang disediakan oleh kyzer printing.
- c. Ide (Ideate)
 Pada tahap ide (Ideate) penulis merancang sebuah konsep perancangan visual desain User Interface seperti User Flow, Information Architecture, wireframe, User Interface Guidelines, dan pengguna dapat mengakses website dari perancangan ini dari media sosial media Facebook Kyzer Printing yang nanti akan disediakan link pada deskripsi profile Facebook.
- d. Purwarupa (Prototype)
 Pada tahap ini penulis merealisasikan dari wireframe yang telah dibuat dengan menggunakan sebuah software berupa figma.
- e. Pengujian (Test)
 Penulis menyimpulkan dari hasil pengujian tersebut yaitu pengguna merasa tidak kesulitan dan merasa puas dari perancangan desain user interface website Kyzer Printing, akan tetapi masih ada perbaikan dari tampilan desain seperti tata pada menu best seller yang harus di beri judul undangan custom dan undangan template, tombol produk pada halaman Home, detail produk yang kurang menarik dalam hal gambar produk, serta perubahan penempatan bagian konten pada halaman home.

2.1 Data

Data yang dibutuhkan dalam perancangan ini penulis membutuhkan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pemilik Kyzer Printing yang berlokasi di Jalan Hos Cokroaminoto, Rt.19/Rw.6, Dusun 3, Desa Lemahabang, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45183. Berikut hasil dari wawancara tersebut.

Tabel 1. Data Wawancara
Sumber: Penulis

No	Pertanyaan	Jawaban
1	apa tujuan user interface yang nanti saya buat?	tujuannya untuk memudahkan calon konsumen saya mengakses informasi produk undangan
2	apa yang nanti akan diutamakan dalam user interface website?	keunggulan,bonus mencetak di kyzer printing dan informasi terkait produk undangan saya
3	halaman apa saja yang akan diterapkan pada ui website?	seperti umumnya website halaman utama, halaman produk, halaman tentang, dan kontak
4	apakah anda akan menjadikan website yang sebenarnya ketika desain user interface sudah jadi?	saya sudah merencanakan ingin membuat website akan tetapi saya tidak bisa menentukan untuk kapan kapannya
5	mengapa user interface website dipilih sebagai pengganti media promosi anda di fb?	karena saya ingin sebuah website dan saya ingin bersaing dengan percetakan lain yang menggunakan website juga dan tidak ingin ketinggalan jaman
6	sejak kapan anda ingin mengalihkan media promosi anda?	mungkin sekitar pertengahan tahun 2023 bulan juli
7	dimana keunggulan kyzer printing akan ditetapkan pada desain ui?	Mungkin lebih diutamakan di halaman awal
8	dimana pengguna akan melihat atau menggunakan UI ini (misalnya, di HP, desktop, atau tablet)?	saya rasa untuk desktop atau laptop, karena sebagian besar konsumen saya itu orang" produktif yang dominan menggunakan laptop saat kerja
9	siapa target dari desain ui ini?	laki-laki dan perempuan pekerja produktif yang dominan menggunakan laptop

- 10 bagaimana saya memilih warna background pada user interfacenya? kalau saya sih ingin seperti logo saya yang berwarna kuning atau mungkin bisa warna putih, kalo hitam itu kayanya kurang cocok

2. Observasi

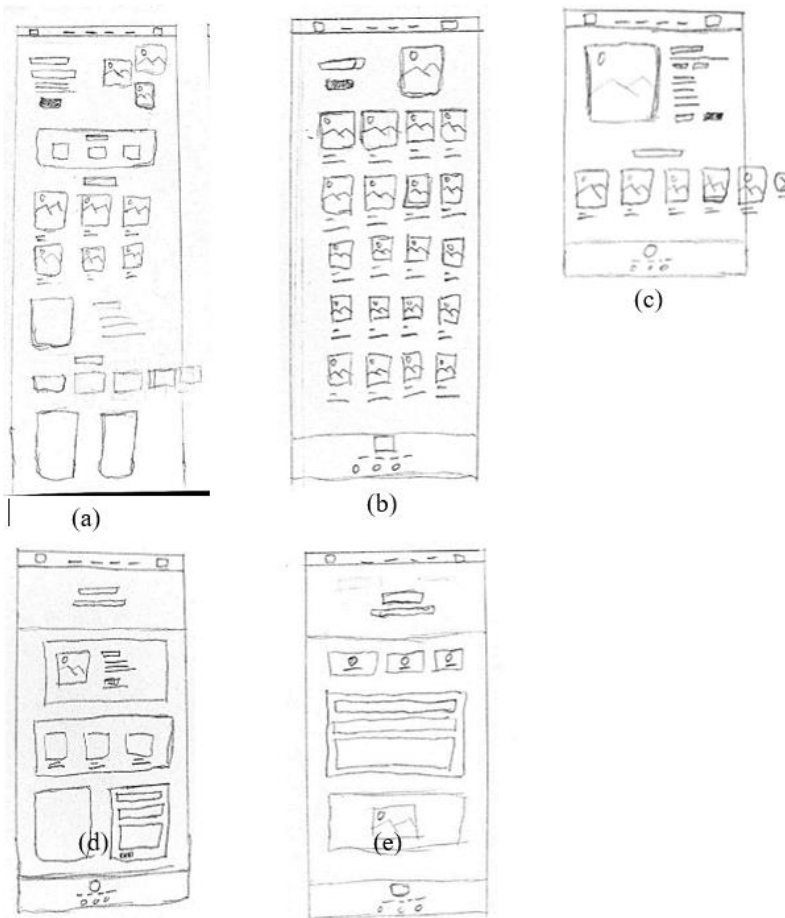
Observasi merupakan sebuah kegiatan untuk mengamati secara langsung suatu objek guna memperoleh sebuah data dan informasi terkait yang dibutuhkan. Observasi yang dilakukan penulis yaitu dengan cara datang langsung ke tempat Kyzer Printing serta melihat sosial media milik Kyzer Printing untuk memperoleh data berupa visual branding.

3. Hasil Pembahasan

3.1. Visualisasi

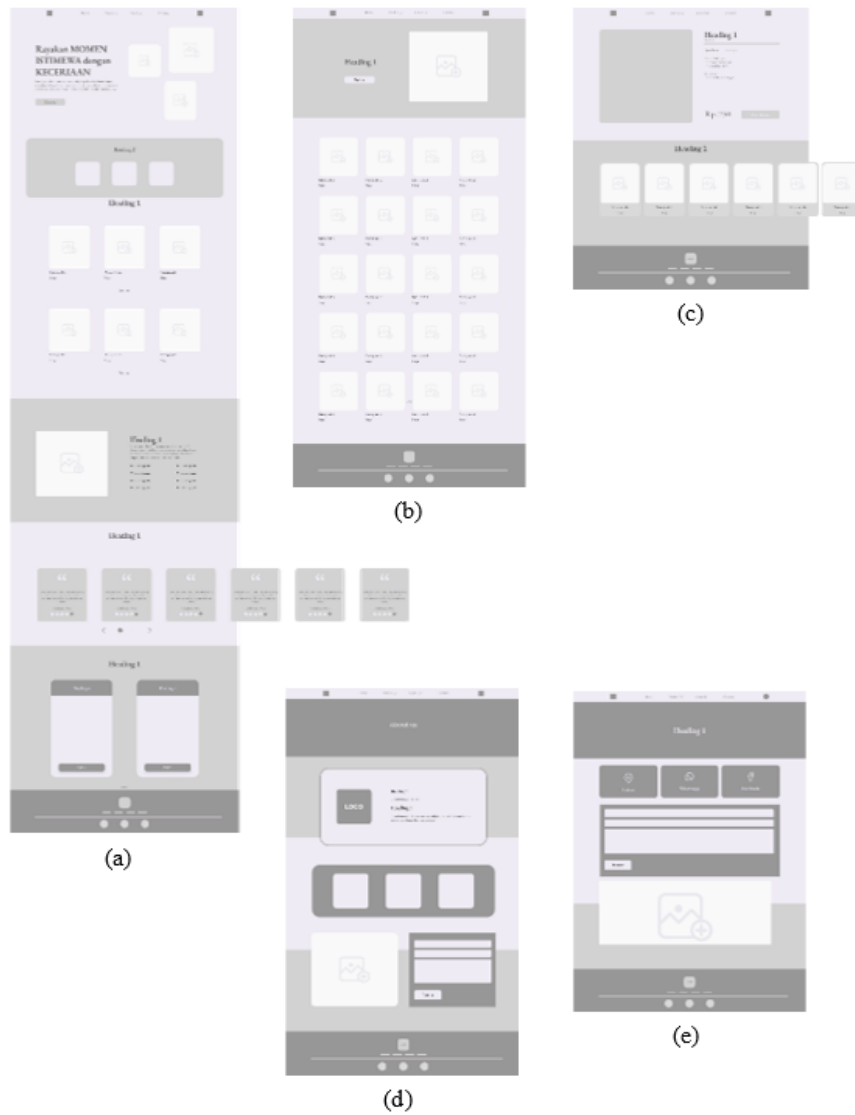
Pada tahap ini penulis merancang beberapa tahap visual, yaitu terdiri dari sketsa, Wireframe, dan desain final.

1. Sketsa manual



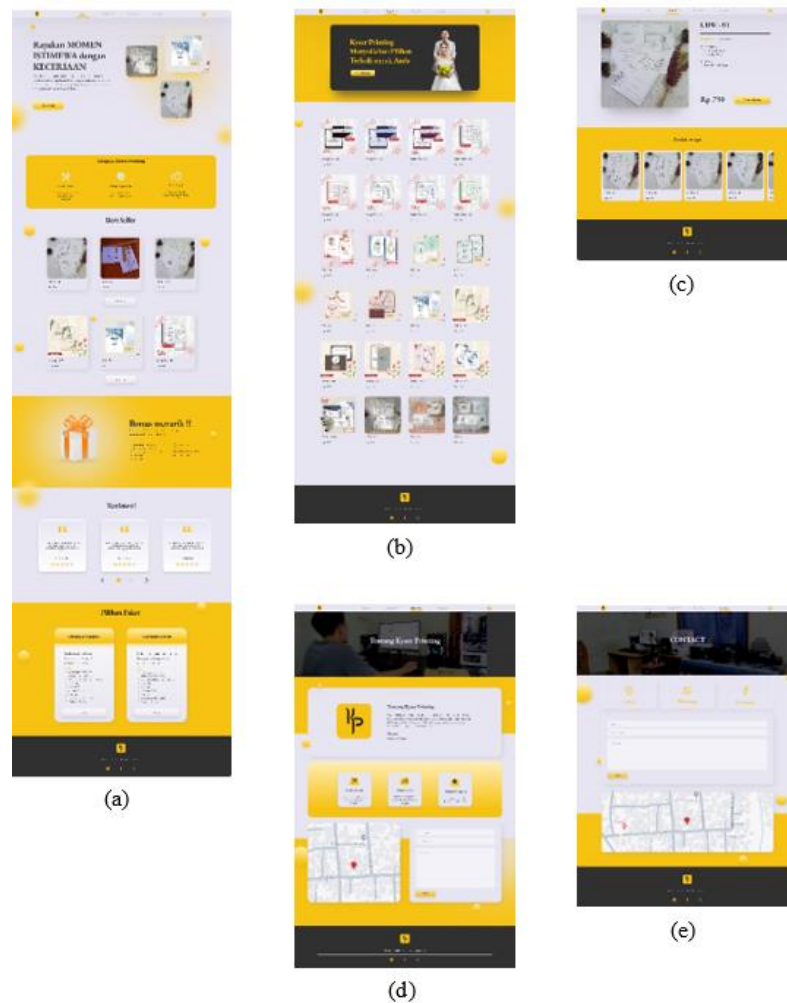
Gambar 1. (a) Sketsa Home Page, (b) Sketsa Halaman Produk, (c) Sketsa Detail Produk, (d) Sketsa Halaman About Us, (e) Sketsa Halaman Contact Us
Sumber: Dokumentasi Penulis 2024

2. Wireframe



Gambar 1. (a) Sketsa Home Page, (b) Sketsa Halaman Produk, (c) Sketsa Detail Produk, (d) Sketsa Halaman About Us, (e) Sketsa Halaman Contact Us
Sumber: Dokumentasi Penulis 2024

3. Desain Final



Gambar 3. (a) Desain Final Home Page, (b) Desain Final Halaman Produk, (c) Desain Final Detail Produk, (d) Desain Final Halaman About Us, (e) Desain Final Halaman Contact Us
Sumber: Dokumentasi Penulis 2024

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini yang dapat penulis simpulkan yaitu Bagaimana cara membuat media pengembangan baru sebagai informasi produk yang disediakan Kyzer Printing yang sebelumnya menggunakan sosial media facebook, serta cara merancang sebuah halaman tampilan produk yang efisien guna mempermudah calon konsumen mengakses informasi deskripsi dan spesifikasi terkait produk yang di tawarkan oleh Kyzer Printing. pada saat merancanganya, penulis melewati beberapa tahapan pada sebuah metode Design Thinking yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Malewicz, M. dan Malewicz, D. (2018). Designing User Interface. Woolery, (2019). Design Thinking Handbook.
- [2]. Juliansyah, Ichsan A dan Papatungan, Irving V (2022). Perancangan User Experience pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking.
- [3]. Gani, Rafi P. Puspita Ika Arum dan Tripiawan, W. (2021) Perancangan UI/UX Design pada Dashboard Monitoring Proyek Menggunakan Metode Design Thinking untuk Penerapan Sistem Earned Value Management pada PT. XYZ.
- [4]. Putra, D. Haryuda (2021). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company.
- [5]. Jamilah, Y. Siti. dan Padmasari, A. Candra (2022). Perancangan User Interface dan User Experience Aplikasi SAY.CO.
- [6]. Windarto, Grace P. Sutanto, Ryan P dan Prayanama, A. (2021). Perancangan Prototype Website E-Commerce UD Sumber Hasil Pangan.
- [7]. Indahsari Rina D dan Setyati (2012). Desain Sempel dan Modern dalam perancangan Website Penjualan.
- [8]. Yusuf, Nugroho, I. Ma'ruf dan Alam (2023). Perancangan User Interface Dan User Experience Fitur Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Krealogi dengan Metode Design Thinking.
- [9]. Ziari, J. Fredy. (2024). Analisis SWOT Terhadap Usaha Digital Printing: Mengungkap Kelebihan dan tantangan <https://tambahpinter.com/analisis-swot-terhadap-usaha-digital-printing/>
- [10]. Dam, Rustam S (2024). 5 Tahapan dalam Proses Design Thinking | IxDF (interaction-design.org) <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- [11]. Faradilla, A (2024). Apa Itu Website? Ini Pengertian Website dan Jenis-Jenisnya (hostinger.co.id) <https://www.hostinger.co.id/tutorial/website-adalah>
- [12]. Joosten, D (2024) Customer Journey Stages (GrowthLoop.com) <https://www.growthloop.com/university/article/customer-journey-stages#what-are-the-stages-of-the-customer-journey>