



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Renav Goods Company merupakan *brand* sepatu kulit dan *boots* asal Indonesia. Brand ini telah berhasil menarik minat pasar Internasional tetapi masih kurang diminati oleh pasar dalam negeri karena adanya persepsi akan harga produk yang terlalu mahal. Setelah melakukan wawancara dan riset terhadap media yang dimiliki oleh Renav Goods Company, diketahui bahwa persepsi tersebut muncul akibat keterbatasan informasi mengenai *brand* dan produk Renav Goods Company. Berdasarkan permasalahan dan data yang telah dikumpulkan, penulis memutuskan untuk merancang *UI/UX website e-commerce* Renav Goods Company yang dapat memberikan informasi mengenai *brand* serta produk secara lebih lengkap, sekaligus sebagai media transaksi bagi *brand* Renav Goods Company.

Dalam proses perancangan ini, penulis membuat skenario utama dengan fitur *made to order* yang membuat *user* dapat melakukan pemesanan sepatu secara *customize* dengan cara memilih berbagai spesifikasi sepatu hingga menambahkan detail pribadi. Fitur ini dibuat dengan menyesuaikan layanan utama dari *brand* Renav Goods Company dan memudahkan *customer* untuk memesan sepatu tanpa harus memiliki pengetahuan yang dalam tentang sepatu kulit atau sepatu *boots*. Setelah memilih spesifikasi, *user* dapat melanjutkan proses transaksi dengan menentukan alat pengiriman, jasa pengiriman, metode pembayaran, melakukan konfirmasi, dan melacak pesanan. Fitur untuk melacak pesanan tersebut, dibuat dengan mempertimbangkan proses pembuatan produk yang lama sehingga dibutuhkan informasi mengenai perkembangan status pesanan untuk meyakinkan *customer*. Kemudian, terdapat juga halaman tentang *brand* dan detail produk. halaman tentang *brand* dibuat untuk mengenalkan dan memberikan informasi *brand* Renav Goods Company kepada *customer*, sedangkan halaman detail produk dibuat untuk menampilkan rincian produk, melakukan pemesanan produk, dan melihat *review* dari *customer* lain.

Dalam proses perancangan ini, penulis telah melakukan *user testing* terhadap hasil perancangan solusi desain yang dibuat. *User test* pertama atau *alpha test*, dilakukan dengan 26 peserta secara *online* melalui Zoom. *Alpha test* tersebut dilakukan untuk mendapatkan *feedback* yang berkaitan dengan visual / *interface*, konten, *interaktivitas*, dan penilaian secara keseluruhan. Dari data hasil *alpha test* tersebut, penulis melakukan beberapa perbaikan terhadap solusi desain agar dapat membuat perancangan menjadi lebih baik bagi target segmentasi yang telah ditetapkan. Setelah melakukan perbaikan, penulis kembali melakukan *user test* dengan mengadakan *beta test* terhadap target *user* yaitu pria dan wanita yang berusia 30-35 tahun. *Beta test* ini diadakan pada tanggal 4 dan 6 Desember 2021, secara *online* melalui Zoom. Pada proses *beta test* ini, penulis mendapatkan 22 responden yang berpartisipasi dalam menguji dan menilai hasil perancangan. Dari hasil *beta test* tersebut, diketahui bahwa *user* sudah merasa nyaman dengan tampilan *website* yang dirancang, dapat melakukan transaksi, dan memahami informasi yang disampaikan dengan mudah.

## 5.2 Saran

Dalam perancangan *website e-commerce* yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat penulis ajukan kepada pembaca. Saran ini ditujukan kepada pembaca yang berminat untuk mengangkat topik dengan tema sejenis ini atau untuk keperluan akademik lainnya. Berikut saran yang dapat disampaikan penulis:

1. Dalam melakukan *user testing*, terutama *beta test*, sebaiknya tidak hanya dilakukan dengan kuesioner tetapi juga secara lebih mendalam melalui FGD (*focus group discussion*) agar dapat lebih menganalisis *usability* dari hasil perancangan melalui perspektif *user*.
2. Pemesanan *customize* dapat dibuat dengan lebih efektif dengan menampilkan gambaran hasil jadinya.
3. Disarankan untuk mencari narasumber ahli yang memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam mendesain *website e-commerce*.

4. Jika pembuatan fitur *search*, ditampilkan menggunakan garis, pastikan garis tersebut tidak melebihi area *search* dan melewati area fitur lain agar area fitur *search* tidak membingungkan.
5. Pembuatan *website ecommerce* untuk luar negeri, membutuhkan fitur *wishlist* dan *cart* yang dibuat secara terpisah. Fitur *wishlist* digunakan untuk menambah produk yang minati tetapi belum tentu dibeli, sedangkan fitur *cart* dibuat untuk memasukan produk yang akan dibeli dan bisa langsung *dcheckout* untuk melanjutkan ke proses pembayaran. Tetapi pada fitur *cart*, dibutuhkan *checkbox* agar dapat memilih lebih dari 1 *item* saat melakukan *checkout*.
6. Dalam perancangan desain *website*, *page troubles* seperti *404 not found*, *out of stock*, dan barang yang dicari tidak tersedia, juga harus dirancang dan dibuat.
7. Sebelum memulai perancangan, dapat dilakukan riset terhadap *website brand* serupa yang juga biasa digunakan oleh *customer*.

