

Perancangan Ui/Ux untuk Meningkatkan Konversi E-commerce

Nana Suryana^{1*}, Rohminatin², Santoso³

¹Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, Bandung, Indonesia

^{2,3}Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

Email: ^{1*} nsuryana@ukri.ac.id, ²rohminatin2019@gmail.com, ³massantoso78@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: nsuryana@ukri.ac.id

Abstrak– Gerai RG Donut ialah bisnis kuliner yang bergerak di bidang penjualan donat dan berupaya memperluas pasar melalui platform e-commerce. Untuk meningkatkan konversi penjualan, diperlukan perancangan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang efektif dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk merancang UI/UX yang mampu memfasilitasi pengalaman berbelanja yang intuitif, memudahkan navigasi, dan meningkatkan minat beli pelanggan. Metodologi perancangan UI/UX pada RG Donut melibatkan analisis persona pengguna, pemetaan customer journey, serta pengujian beberapa elemen desain, seperti tata letak, palet warna, kualitas gambar produk, dan fitur pencarian. Fokus utama dari perancangan ini adalah untuk menciptakan tampilan antarmuka yang responsif pada perangkat mobile dan desktop, serta merancang proses checkout yang sederhana dan efisien untuk memudahkan pengguna. Hasil dari penerapan UI/UX ini menunjukkan peningkatan pada beberapa metrik konversi utama, seperti rasio konversi penjualan, penurunan bounce rate, serta peningkatan loyalitas pengguna. Temuan ini memperlihatkan bahwa penerapan desain UI/UX yang tepat dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap performa e-commerce RG Donut, meningkatkan daya tarik dan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi.

Kata Kunci: UI/UX, E-commerce, Penjualan, Desain antarmuka, loyalitas pengguna.

Abstract– Abstract– RG Donut Outlet is a culinary business that operates in the field of selling donuts and seeks to expand the market through e-commerce platforms. To increase sales conversions, it is necessary to design an effective and attractive user interface (UI) and user experience (UX). This research aims to design UI/UX that is able to facilitate an intuitive shopping experience, make navigation easier, and increase customer buying interest. The UI/UX design methodology at RG Donut involves user persona analysis, customer journey mapping, and testing several design elements, such as layout, color palette, product image quality, and search features. The main focus of this design is to create a responsive interface on mobile and desktop devices, as well as designing a simple and efficient checkout process to make it easier for users. The results of implementing this UI/UX show an increase in several key conversion metrics, such as sales conversion ratio, reduced bounce rate, and increased user loyalty. These findings show that implementing appropriate UI/UX design can make a significant contribution to RG Donut's e-commerce performance, increasing the attractiveness and convenience of users in making transactions.

Keywords: UI/UX, E-commerce, Sales, Interface design, user loyalty.

1. PENDAHULUAN

Pada era digital yang semakin berkembang, e-commerce telah menjadi elemen penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Transformasi teknologi yang pesat memberikan peluang besar bagi bisnis untuk memperluas jangkauan pasar mereka, termasuk Gerai Rg Donut. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Gerai Rg Donut menyadari bahwa beralih dari metode penjualan konvensional ke platform daring adalah langkah strategis untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. E-commerce bukan lagi sekadar saluran distribusi tambahan, tetapi telah menjadi tulang punggung bagi banyak bisnis. Namun, untuk memenangkan hati konsumen di pasar digital yang kompetitif, menawarkan produk berkualitas atau harga yang kompetitif saja tidaklah cukup. Pengalaman pengguna (User Experience/UX) yang optimal dan antarmuka pengguna (User Interface/UI) yang menarik menjadi elemen esensial untuk membangun daya saing.

Desain UI/UX yang baik memainkan peran kunci dalam menarik perhatian pengguna dan memandu mereka dalam proses berbelanja. Di dunia e-commerce, konversi merupakan indikator utama keberhasilan, yang mengacu pada perubahan pengunjung situs atau aplikasi menjadi pelanggan yang melakukan transaksi. Proses ini sangat bergantung pada sejauh mana pengguna merasa nyaman dan puas dengan interaksi mereka di platform. Ketika desain UI/UX tidak hanya menarik secara visual tetapi juga intuitif dalam navigasi, pengalaman belanja menjadi lebih lancar dan efisien. Sebaliknya, antarmuka yang rumit atau interaksi yang tidak memuaskan dapat menyebabkan pengguna meninggalkan platform sebelum menyelesaikan pembelian. Oleh karena itu, memahami kebutuhan dan preferensi pengguna menjadi langkah krusial dalam perancangan UI/UX e-commerce yang efektif.

Lebih dari sekadar estetika, desain UI/UX yang optimal dapat mengurangi friksi atau hambatan dalam pengalaman pengguna. Setiap elemen desain, mulai dari tata letak yang sederhana hingga responsivitas platform, berkontribusi pada terciptanya pengalaman belanja yang menyenangkan. Selain itu, kemudahan navigasi dan proses transaksi yang seamless menjadi faktor penting yang mendorong pengguna untuk melakukan pembelian. Dalam konteks ini, personalisasi menjadi aspek yang tak terpisahkan dari desain UX. Rekomendasi produk yang relevan, pencarian yang cerdas, dan interaksi yang dipersonalisasi tidak hanya meningkatkan peluang pembelian tetapi juga memperkuat hubungan antara pengguna dan platform. Dengan pendekatan ini, bisnis dapat menciptakan pengalaman yang bukan hanya fungsional tetapi juga bermakna bagi pengguna.

Tidak hanya aman, tetapi juga nyaman, serta aplikasi e-commerce membantu menjangkau lebih banyak pelanggan, bahkan di luar wilayah lokal tempat usaha itu berdomisili. Ini berarti peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis,

yang sangat penting untuk menghadapi tantangan ekonomi saat ini. Jadi, aplikasi e-commerce adalah alat yang sangat penting bagi pengusaha untuk menjaga bisnis mereka tetap sukses dan berkembang (Maulana et al. 2023).

Selain meningkatkan konversi, UI/UX yang dirancang dengan baik juga memiliki dampak jangka panjang terhadap citra dan keberlanjutan bisnis. Pengalaman pengguna yang konsisten dan memuaskan membantu membangun kepercayaan, yang merupakan fondasi penting dalam bisnis e-commerce. Ketika pengguna merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang relevan dengan kebutuhan mereka, loyalitas terhadap merek pun meningkat. Dalam jangka panjang, kepercayaan ini akan mendorong pertumbuhan bisnis melalui pembelian berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, fokus pada kebutuhan pengguna dan adaptasi terhadap perubahan preferensi pasar menjadi strategi yang sangat penting untuk mempertahankan relevansi di era digital yang dinamis ini.

Dengan semakin banyaknya orang yang beralih ke belanja online, pengalaman pengguna (UI/UX) dalam situs web e-commerce menjadi krusial dalam menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan. Dalam konteks ini, desain UI/UX yang efektif dapat menjadi faktor penentu keberhasilan sebuah platform e-commerce (Amelia et al. 2024). Lebih dari itu, desain UI/UX harus mampu membangun hubungan yang kuat antara pelanggan dengan merek, menciptakan pengalaman yang intuitif dan menyenangkan selama interaksi dengan situs tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya akan berfokus pada aspek visual dari desain, tetapi juga akan memperhatikan aspek fungsional dan psikologis dari pengalaman pengguna.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran dan strategi dalam merancang UI/UX yang efektif guna meningkatkan konversi dalam e-commerce. Dengan pendekatan yang berpusat pada pengguna, perusahaan dapat menciptakan pengalaman belanja yang efisien, menyenangkan, dan mendorong jumlah transaksi yang berhasil. Melalui pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan penerapan inovasi desain yang relevan, bisnis e-commerce, seperti Gerai Rg Donut, dapat memaksimalkan potensi mereka dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan metode *User Centered Design* (UCD), yang terdiri dari tahapan sebagai berikut :

1. *User Research*

Tahapan awal ini digunakan untuk mengetahui dan membentuk pemahaman terhadap pengembangan dan desainer agar sesuai dengan target yang menjadi pengguna produk ini.

2. *Gathering Solution*

Tahapan kedua adalah mengumpulkan solusi. Tahap ini menentukan cara penyelesaian masalah secara desain dan teknis. Dengan mendefinisikan kebutuhan desain dan bisnis

3. *Create desain solution*

Tahapan ketiga ini adalah membuat solusi desain. Dengan melakukan *wireframing* pada desain yang akan dibuat. *wireframing* adalah penyusunan kerangka desain awal

4. *Prototype*

Tahapan akhir dari penelitian ini adalah membuat rancangan tampilan desain aplikasi. (Idris 2021)

2.1 UI/UX Design

UI Design adalah proses mendesain tampilan visual dari sebuah produk digital. UI bertanggung jawab pada elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, ikon, tata letak, dan animasi yang mempengaruhi cara pengguna berinteraksi dengan produk. Tujuan dari UI adalah menciptakan antarmuka yang estetik, konsisten, dan mudah dipahami pengguna. Tujuan utama dari UI *design* adalah membuat *interface* yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga intuitif dan mudah digunakan. Proses ini melibatkan pemilihan warna, desain *layout*, pemilihan *font*, dan pembuatan elemen interaktif seperti tombol, ikon, serta *slider* (Edward 2024).

UX Design adalah proses mendesain pengalaman keseluruhan pengguna saat berinteraksi dengan produk. Fokus UX adalah pada kemudahan, kepuasan, dan efisiensi penggunaan. UX memprioritaskan kenyamanan dan kebutuhan pengguna agar mereka dapat mencapai tujuan dengan lancar, tanpa hambatan atau kebingungan. Tujuan *UX design* yaitu memastikan *user* menemukan *value* dalam apa yang mereka alami saat berinteraksi dengan produk, baik itu aplikasi maupun *website*. Proses ini melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan keterbatasan *user*, serta konteks penggunaan produk (Kaunang, Tulenan, and Sengkey 2024).

Perbedaan utama antara UI vs UX *design* terletak pada fokusnya. UI *design* mengutamakan tampilan dan perasaan saat berinteraksi dengan produk. Di sisi lain, UX *design* menekankan pada efektivitas dan efisiensi pengalaman pengguna secara keseluruhan. Keduanya saling melengkapi dan sama pentingnya dalam keberhasilan pengembangan produk.

2.2 E-commerce

E-commerce atau singkatan dari Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), merupakan kegiatan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, service providers dan jual beli barang melalui platform digital dan jaringan internet. (Hutahaean, Mulyani, and Azhar 2020) (Widiyantoro et al. 2022) Dalam e-commerce, seluruh proses perdagangan, mulai dari pemasaran, transaksi, hingga layanan purna jual, dilakukan secara online. Hal ini

memungkinkan konsumen untuk mengakses berbagai produk dan layanan dengan mudah, tanpa terbatas oleh lokasi geografis, serta memberikan peluang bagi bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas.(Hutahaean et al. 2024) Keuntungan-keuntungan e-commerce yaitu terbuka aliran pendapatan baru(revenue stream) yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui disistem transaksi tradisional, meningkatkan market exposure, menurunkan biaya operasional (operating cost), melebarkan jangkauan(global reach), meningkatkan kesetiaan pelanggan (costumer loyalty), meningkatkan manajemen pemasok (supplier management), memperpendek waktu produksi dan meningkatkan rantai nilai (value chain).(Muhazir et al. 2021)

2.3. Karakteristik E-commerce

1. Global Reach

E-commerce memungkinkan bisnis menjangkau pasar global tanpa batasan geografis. Konsumen dari berbagai negara dapat mengakses dan bertransaksi di platform e-commerce kapan saja.

2. Interaktivitas dan Kustomisasi

E-commerce menyediakan ruang bagi penjual untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui berbagai alat komunikasi digital, seperti chat atau fitur ulasan. Selain itu, e-commerce memungkinkan kustomisasi pengalaman pengguna berdasarkan preferensi konsumen(Adam and Hasugian 2019).

3. Transparansi Informasi

Dalam e-commerce, pelanggan dapat mengakses informasi produk, harga, dan ulasan pelanggan lain dengan mudah. Hal ini meningkatkan transparansi dan memungkinkan pelanggan membuat keputusan yang lebih informatif.

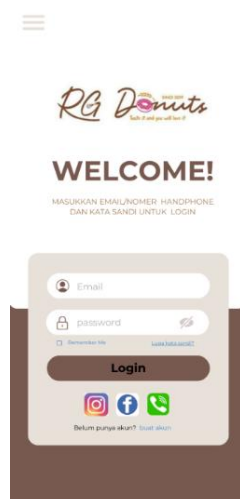
4. Efisiensi Transaksi

Seluruh proses pembelian, mulai dari pemilihan produk hingga pembayaran, dapat dilakukan secara cepat dan mudah secara online, mengurangi waktu yang diperlukan dalam proses transaksi.

5. Personalisasi dan Data-Driven

E-commerce dapat mengumpulkan data konsumen untuk memberikan rekomendasi produk yang relevan dan kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran. Hal ini membantu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih personal.

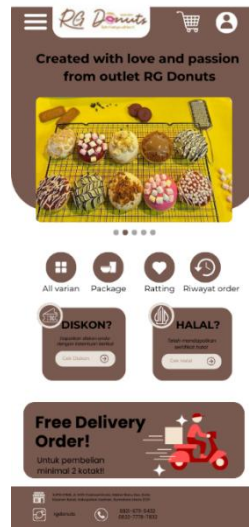
3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1 Form Login

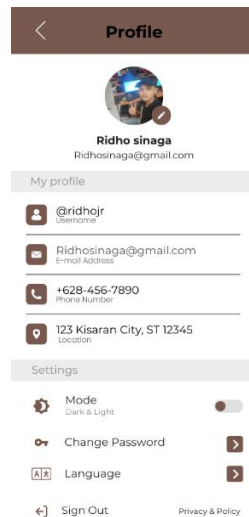
1. Halaman login form login adalah antarmuka masuk ke akun yang sudah ada, pada design ini terdapat garis tiga pada desain untuk membuka bar menu. Pada login terdapat email dan password yang sudah terdaftar/sudah melakukan register. Button lupa kata sandi berguna untuk mereset sandi apabila pengguna lupa kata sandi. Button buat akun berguna untuk antarmuka yang memungkinkan pengguna untuk membuat akun baru, ini adalah langkah pertama dalam proses pendaftaran pengguna, di mana pengguna diminta untuk memasukkan informasi pribadi mereka untuk membuat akun baru. Pada bar email, nama panjang, username, masukkan ulang password

merupakan proses pembuatan akun. fitur mata berfungsi untuk menutup atau menampilkan sandi yang di input(Syariah and Ilmu n.d.).



Gambar 2 Tampilan Utama

2. Tampilan home merupakan tampilan utama dari desain aplikasi, merupakan induk dari beberapa button sebagai media dari fitur aplikasi. Garis tiga pada desain untuk membuka bar menu. Elemen keranjang untuk masuk ke keranjang pengguna, elemen seperti gambar orang untuk membuka tampilan profile, pada tampilan popup gambar terdapat titik-titik sebagai fitur swipe gambar apabila digeser dan berada pada gambar dia akan menebal dan yang lain akan abu-abu. Pada navbar paling bawah merupakan media informasi untuk pengguna seperti Alamat, nomer dan social media.



Gambar 3 Profile

3. Tampilan menu profile merupakan data account dari pengguna, Elemen pensil berguna untuk mengedit atau update data pengguna, terdapat username, email, nomor telephone, dan alamat customer. Dan di menu settings terdapat mode gelap terang, change password/ubah password symbol panah akan membuka halaman form change password, Lalu terdapat language atau bahasa, di bagian akhir terdapat menu keluar dari account.

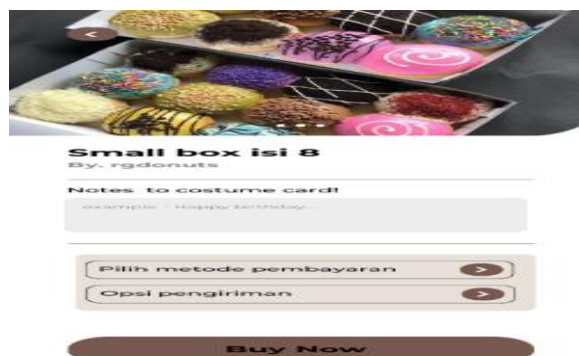


Gambar 4 Tampilan Produk



Gambar 5 All Varian

4. Design tampilan ini menunjukkan pilihan dan harga berdasarkan ukuran. Terdapat 4 kolom pilihan dengan warna (#78594F), setiap kolom diberi elemen logo donat, button tambah untuk melanjutkan halaman checkout, elemen keranjang untuk membuka ke halaman keranjang. Pada design paling bawah merupakan pop up elemen tanda silang berfungsi untuk menghapus pop up.
5. Tampilan all varian merupakan katalog jenis rasa yang akan dipilih oleh pengguna. Pada design ini terdapat elemen keranjang dan apabila diklik akan membuka halaman keranjang, bar search untuk memudahkan pengguna mencari varian yang diinginkan, Pada design varian rasa kami menambahkan gambar dan text donut sesuai rasa, lalu button medium dan small untuk pilih ukuran, elemen tambah akan memasukkan opsi ke keranjang dan elemen panah kebawah merupakan tool untuk scroll dan mencari varian yang lain.

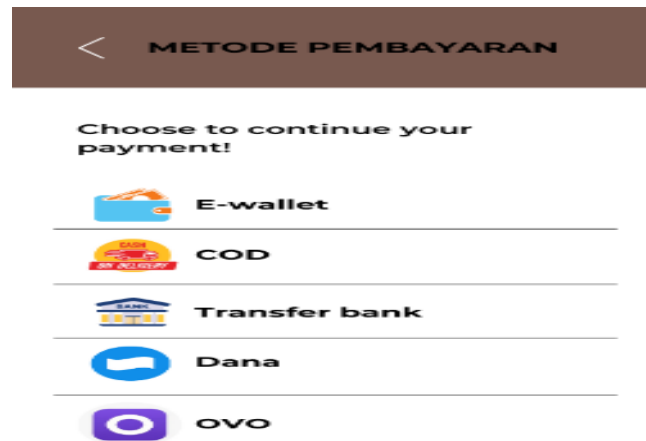


Gambar 6 Check Out

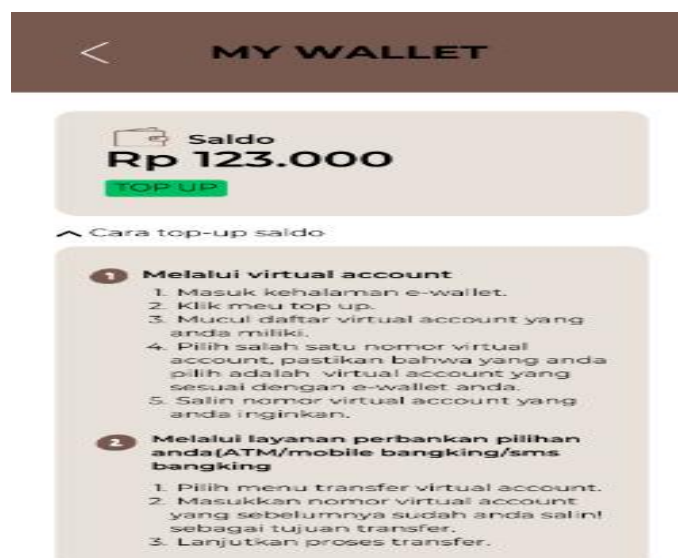


Gambar 7 Riwayat Order

6. Tampilan halaman package merupakan detail pembelian. Pada design ini kami menambahkan gambar pesanan dan text ukuran. Kami menambahkan kolom catatan untuk pengguna yang ingin meninggalkan catatan pesanan atau costum ucapan. Pada desain terdapat 2 bar pilhan yang akan melanjutkan ke halaman metode pembayaran dan opsi pengiriman. Button buy now untuk mengkonfirmasi pembelian.
7. Tampilan riwayat order akan menampilkan riwayat orderan selesai dan riwayat orderan dibatalkan. Pada tampilan order selesai dan batal didesain dengan menampilkan urutan riwayat. Pada tampilan order selesai memiliki satu button nilai, yang akan menampilkan form ratting dan pada tampilan dibatalkan memiliki satu button beli lagi, yang akan menampilkan form peckage.



Gambar 8 Metode Pembayaran



Gambar 9 E-Wallet

8. Tampilan design ini memiliki lima baris kolom pilihan metode pembayaran yang dapat diklik untuk melanjutkan pembayaran. E-wallet akan membuka halaman my wallet, Pada bagian transfer bank akan membuka halaman daftar bank. Jika pengguna memilih aplikasi dompet digital akan menampilkan halaman tautkan akun pengguna (Priyo Dwi Cahyo, Febrianta Surya Nugraha, and Lilik Sugiarto 2023).
9. Tampilan halaman my wallet ini merupakan kantong digital dari aplikasi ini untuk pembayaran pesanan, button topup untuk isi saldo my wallet, lalu akan diarahkan kepada daftar bank. Pada tampilan my wallet sudah terdapat tutorial cara topup saldo untuk memudahkan pengguna, symbol tanda panah kebawah untuk membuka cara topup.

4. KESIMPULAN

Desain UI/UX yang optimal memiliki dampak besar terhadap performa e-commerce. Melalui implementasi tata letak yang intuitif, visual yang menarik, dan proses interaksi yang efisien, pengalaman pengguna dapat ditingkatkan secara signifikan. Hal ini tidak hanya mempermudah pengguna dalam menavigasi platform, tetapi juga mendorong mereka untuk melakukan pembelian, yang pada akhirnya meningkatkan rasio konversi dan loyalitas pelanggan. Dengan desain yang responsif dan fokus pada kebutuhan pengguna, e-commerce mampu menciptakan pengalaman belanja yang lebih nyaman dan memuaskan. Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan desain UI/UX yang tepat dapat menjadi strategi kunci dalam memperkuat daya saing bisnis di era digital. Agar keberlanjutan dari desain ini tetap optimal, disarankan untuk melakukan pengujian berkala terhadap elemen desain secara berkala serta adaptasi terhadap tren dan preferensi pengguna perlu dilakukan agar platform tetap relevan dan kompetitif. Dengan mengoptimalkan pengalaman pengguna, bisnis e-commerce dapat terus berkembang dan menjangkau lebih banyak pelanggan.

REFERENCES

- Adam, Helmi Banu, and Humisar Hasugian. 2019. "Penerapan Sistem E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Toko Pada Februari Elektronik." *IDEALIS : InDonEsiA journal Information System* 2: 176–82. <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2591>.
- Amelia, U, M L Hakiem, W Saputra, and ... 2024. "Perancangan Ui/Ux Pada Web E-Commerce 'But First Coffee' Menggunakan Aplikasi Figma." ... : *Jurnal Ilmiah Sains* ... 2: 368–76. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/1903%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/download/1903/1836>.
- Edward, MA Algifari. 2024. "Implementation of Ui Ux on the Toko Kue Bunda Al Site Using Thinking Design Method." *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan* 12(1). doi:10.23960/jitet.v12i1.3600.
- Hutahaean, Jeperson, Neni Mulyani, and Zulfi Azhar. 2020. "Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Kokedama (Pelatihan Daring) Bagi Kumpulan Marga Rajagukguk Se-Kisaran Kabupaten Asahan." *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2): 41–45. <https://djournals.com/jpm/article/view/93>.
- Hutahaean, Jeperson, Neni Mulyani, Zulfi Azhar, Adinda Salsabila, and Dewi Ananda. 2024. "PERANAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN Mengakses Serta Melakukan Pesanan Dari Berbagai Tempat . Dengan Adanya Suatu Fasilitas Akses Internet Hanya Dengan Menggunakan Laptop / Notebook." 8(1): 1–2.
- Idris, Muhammad arif. 2021. "PERANCANGAN USER INTERFACE & USER EXPERIENCE PADA APLIKASI E-COMMERCE IVENT MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN (UCD)." *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* 44(8): 1–59. doi:10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- Kaunang, Stephani G, Virginia Tulenan, and Daniel F Sengkey. 2024. "Application Using Design Thinking Method." 19(4): 329–40.
- Maulana, Muhammad Sony, Agung Sasongko, Richo Dwi, and Wardiyanto Romadhon. 2023. "HERBAL JAMUPURI MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN (UCD)." 4(2): 128–31.
- Muhazir, A, A Z Syah, Y Siagian, and ... 2021. "Motivasi Penerapan E-Commerce Dalam Membangun Minat Berwirausaha Siswa Di SMK Negeri 6 Tanjung Balai." *Journal of Social* ... 1(3): 70–77. <https://ejournal.seminar-id.com/index.php/jrespro/article/view/708>.
- Priyo Dwi Cahyo, Febrianta Surya Nugraha, and Lilik Sugiarto. 2023. "Perancangan UI/UX Aplikasi e-Wallet 'MyBank.'" *Jurnal Penelitian Sistem Informasi (Jpsi)* 1(3): 09–22. doi:10.54066/jpsi.v1i3.615.
- Syariah, Kelembagaan Bank, and Graha Ilmu. "PERANCANGAN UI/UX APLIKASI E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE PADA TOKO AEMA KACAMATA SURABAYA MENGGUNAKAN MODEL LEAN USER EXPERIENCE." (september 2016): 1–6.
- Widiyantoro, Muhammad Fiqri, Nono Heryana, Apriade Voutama, and Nina Sulistiyowati. 2022. "Perancangan UI / UX Aplikasi Toko Kue Dengan Metode Design Thinking." *INFORMATION MANAGEMENT FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS : Journal of Information Management* 7(1): 1. doi:10.51211/imbi.v7i1.1949.