

PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN ATOPIA SHOP PLATFORM *E-COMMERCE* UNTUK FASHION DAN AKSESORIS

Nur Ani Haryani¹, Layyi NatulMaisaroo², Alfalva Shelma Firoos Savero³, Alvian Nur Romadhoni⁴, David Ryan Wijaya⁵, Hendri Noviyanto⁶, Abdullah Zailani⁷
Fakultas Teknologi Informatika, Universitas Surakarta^{1,2,3,4,5,6}
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tunas Pembangunan⁷

E-mail: ¹haryaninurani6@gmail.com, ²layyinatulmaysaroh@gmail.com, ³falapardi@gmail.com,
⁴alviannurroma12@gmail.com, ⁵wijayadavidrian@gmail.com, ⁶hendrinoviyantoo@gmail.com,
⁷zailani.utp@gmail.com

Abstract

This community service aims to help Toko Atopia. this business started from home in Sambu, Boyolali, in facing the challenges of limited market reach and difficulties in the in-person shopping process. To overcome these problems, this community service focuses on creating an e-commerce website designed to make it easier for customers to shop online and expand Toko Atopia's market reach. With the launch of this website, it is expected to improve product accessibility, transaction efficiency, and customer shopping experience. This service method includes designing and developing an e-commerce website that includes a product catalog and important features to improve interaction with customers. In addition, the integration of WhatsApp services is designed to facilitate direct communication between customers and the store, allowing customers to ask for product information, place orders, and get help more easily.

Keywords : *atopia store, e-commerce, website, online shop, marketing*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk cara berbelanja. *E-commerce* atau perdagangan elektronik telah menjadi salah satu bentuk bisnis yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir (Syafnur, A. dkk., 2021).

Toko Atopia, yang awalnya hanya beroperasi sebagai warung konvensional, melihat peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan layanan melalui platform *online*. Sebagai bisnis yang awalnya bermodalkan penjualan langsung dari toko fisik tanpa dukungan media digital, Atopia menghadapi berbagai tantangan dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas. Namun, dengan perkembangan teknologi, Atopia berkomitmen untuk bertransformasi menjadi bisnis berbasis digital yang mampu bersaing di era modern ini.

Toko Atopia memutuskan mengembangkan AtopiaShop, sebuah platform *e-commerce* yang dirancang khusus untuk menyediakan fashion dan aksesoris, sebagai bagian dari transformasi ini. Selain bertujuan menjual produk secara *online*, platform ini juga diharapkan dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan. Fitur-fitur seperti *navigation bar* yang intuitif, halaman produk yang informatif, *wishlist* untuk menyimpan produk favorit, keranjang belanja yang mudah

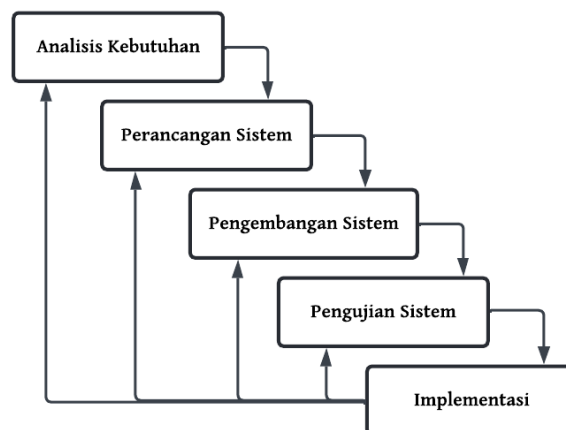
digunakan, serta proses *checkout* yang simpel dan jelas dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Selain itu, integrasi dengan media komunikasi seperti *e-mail* dan *WhatsApp* menjadi aspek penting dalam pengembangan AtopiaShop. Integrasi ini bertujuan untuk mempermudah komunikasi antara pelanggan dan penjual, memberikan layanan pelanggan yang responsif, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Melalui integrasi ini, pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan informasi produk, melakukan pemesanan, dan menyelesaikan transaksi dengan lebih efisien.

Proses pengembangan AtopiaShop dilakukan dengan menggunakan metode *Waterfall*. Metode *Waterfall* adalah pendekatan sistematis yang digunakan dalam pengembangan perangkat lunak yang terdiri dari beberapa tahap yang harus diselesaikan secara berurutan menurut Saputri, R. D., & Setyadi, R. (2023). Dengan menggunakan metode *Waterfall*, pengembangan AtopiaShop dapat dilakukan secara terstruktur dan sistematis, sehingga setiap tahap dapat diselesaikan dengan baik sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Hal ini memastikan bahwa platform *e-commerce* yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

METODE PELAKSANAAN

Metode *Waterfall* adalah pendekatan sistematis yang digunakan dalam pengembangan perangkat lunak yang terdiri dari beberapa tahap yang harus diselesaikan secara berurutan menurut Saputri, R. D., & Setyadi, R. (2023). Berikut adalah penerapan metode *Waterfall* dalam penelitian ini:



Gambar 1 Metode *Waterfall*

1. Analisis Kebutuhan:
 - a. Identifikasi dan dokumentasi kebutuhan Toko Atopia untuk situs web *e-commerce* dan integrasi *WhatsApp*.

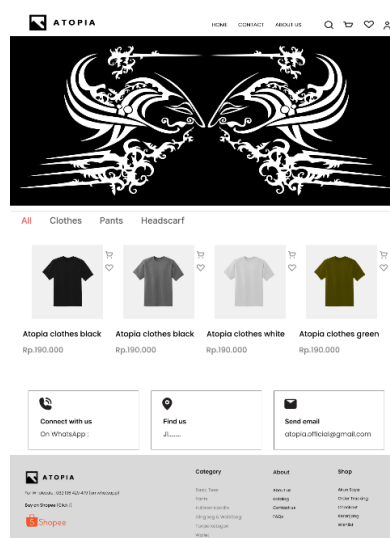
- b. Mengumpulkan informasi dari pemilik toko dan pelanggan mengenai fitur yang diinginkan dan masalah yang perlu diatasi.
2. Perancangan Sistem:
 - a. Mendesain struktur dan antarmuka situs web *e-commerce*, termasuk katalog produk, sistem pembayaran, dan fitur komunikasi.
 - b. Merancang integrasi layanan *WhatsApp* untuk memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan.
3. Pengembangan Sistem:
 - a. Membangun situs web *e-commerce* sesuai dengan desain yang telah disetujui.
 - b. Mengimplementasikan integrasi layanan *WhatsApp* ke dalam situs web.
4. Pengujian Sistem:
 - a. Melakukan pengujian untuk memastikan bahwa situs web *e-commerce* berfungsi dengan baik dan integrasi *WhatsApp* beroperasi secara efektif.
 - b. Mengidentifikasi dan memperbaiki masalah atau bug yang ditemukan selama pengujian.
5. Implementasi:

Mengintegrasikan layanan *Whatsapp* ke dalam sistem dan menyerahkan *website* kepada pemilik toko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

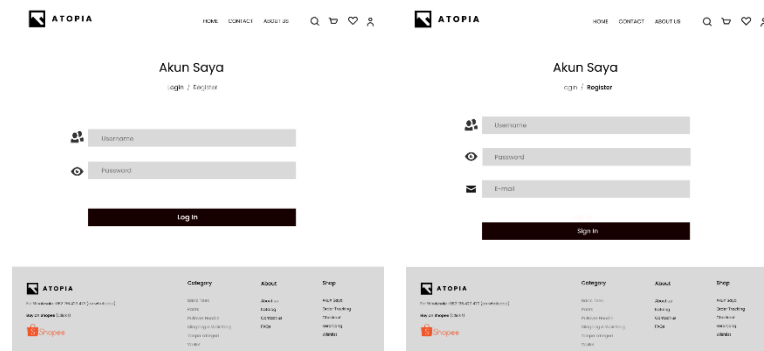
Pengembangan situs web *e-commerce* AtopiaShop menghasilkan beberapa halaman utama yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memenuhi kebutuhan bisnis. Berikut adalah halaman-halaman yang telah dibuat:

- a. *Home*: Halaman ini merupakan halaman utama yang menyambut pengunjung dengan tampilan yang menarik. *Home* menampilkan berbagai promosi, produk unggulan, dan informasi terbaru dari Toko Atopia. Desain yang responsif memastikan tampilan yang optimal di berbagai perangkat.



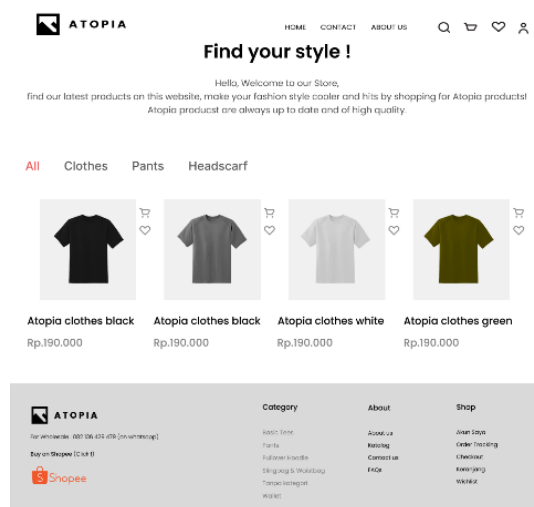
Gambar 2 Halaman *Home*

- b. *Register dan Login*: Halaman ini memungkinkan pelanggan baru untuk mendaftar akun dan pelanggan yang sudah ada untuk masuk ke akun mereka. Fitur ini memastikan bahwa pelanggan dapat menyimpan informasi pribadi mereka dengan aman dan mengakses riwayat pembelian mereka.



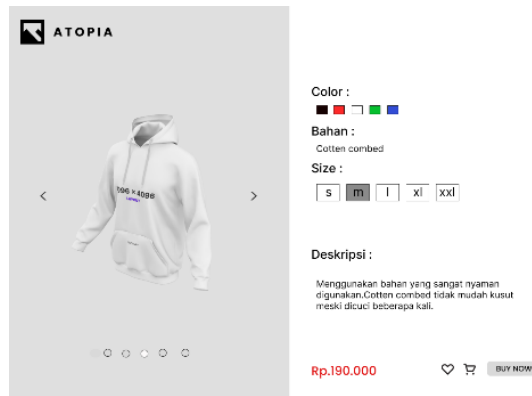
Gambar 3 Login dan Register

- c. *Produk*: Halaman ini menampilkan seluruh katalog produk yang tersedia di AtopiaShop. Produk-produk dikelompokkan dalam kategori yang jelas untuk memudahkan pelanggan menemukan barang yang mereka inginkan.



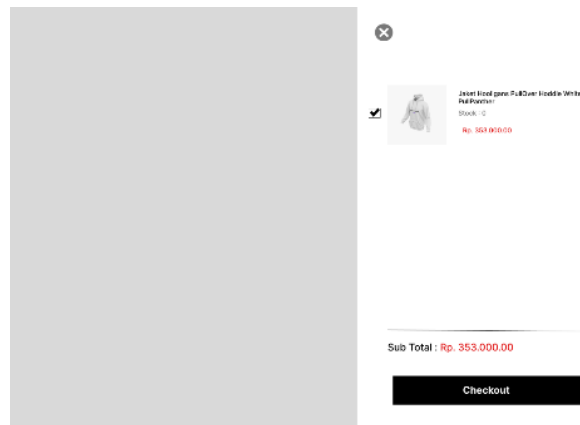
Gambar 4 Produk

- d. *Tampilan Produk*: Setiap produk memiliki halaman detail yang menyediakan informasi lengkap tentang produk tersebut, termasuk deskripsi, harga, pilihan ukuran atau warna, dan ulasan pelanggan. Gambar-gambar produk ditampilkan dengan resolusi tinggi untuk memberikan gambaran yang jelas kepada pelanggan.



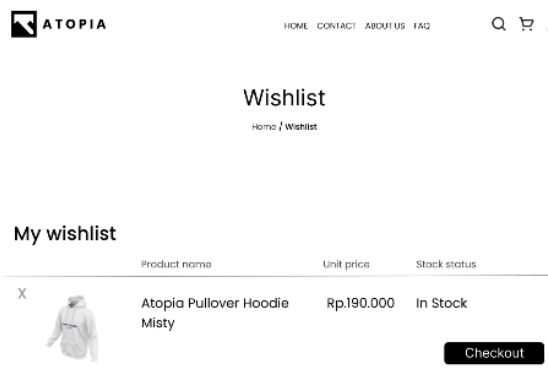
Gambar 5 Tampilan Produk

- e. *Checkout*: Halaman ini memungkinkan pelanggan untuk menyelesaikan pembelian mereka dengan mudah. Proses *checkout* dirancang agar sederhana dan efisien, dengan pilihan pembayaran yang aman dan berbagai metode pengiriman.



Gambar 6 Checkout

- f. *Wishlist*: Fitur ini memungkinkan pelanggan untuk menyimpan produk favorit mereka dan membelinya di kemudian hari. Halaman *wishlist* memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengelola barang-barang yang mereka minati.



Gambar 7 Wishlist

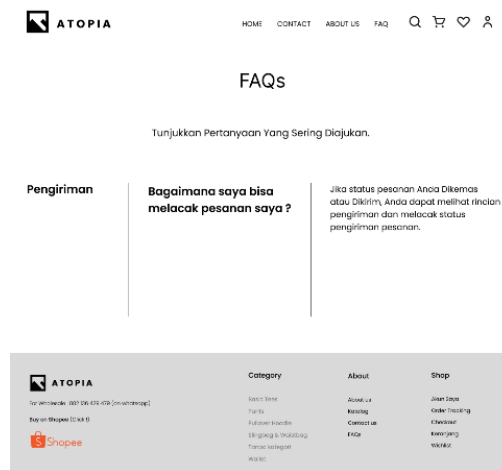
- g. **Contact:** Halaman ini menyediakan informasi kontak Toko Atopia dan formulir untuk pelanggan yang ingin mengajukan pertanyaan atau membutuhkan bantuan. Integrasi dengan layanan WhatsApp juga disertakan untuk komunikasi yang lebih cepat dan langsung.

Gambar 8 Contact

- h. **About Us:** Halaman ini berisi informasi tentang sejarah Toko Atopia, visi dan misi, serta nilai-nilai yang dipegang oleh toko. Halaman ini bertujuan untuk membangun kepercayaan pelanggan dan memberikan latar belakang yang jelas tentang toko.

Gambar 9 About Us

- i. **FAQ:** Halaman ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan beserta jawabannya. FAQ dirancang untuk memberikan informasi yang cepat dan efisien mengenai berbagai aspek belanja di AtopiaShop, seperti proses pemesanan, pengiriman, metode pembayaran, dan kebijakan pengembalian barang.



Gambar 10 FAQ

Pengembangan setiap halaman di AtopiaShop dirancang dengan fokus pada kemudahan navigasi, kenyamanan pengguna, dan efisiensi transaksi. Berikut adalah pembahasan mengenai masing-masing halaman dan fitur yang telah dibuat:

1. *Home*: Halaman beranda adalah titik awal bagi pelanggan dan harus mencerminkan identitas merek serta menawarkan pengalaman pertama yang positif. Desain yang bersih dan navigasi yang intuitif membantu menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka untuk menjelajahi lebih lanjut.
2. *Register* dan *Login*: Sistem pendaftaran dan *login* yang aman dan mudah digunakan adalah kunci untuk menjaga data pelanggan tetap aman. Dengan memberikan akses yang mudah ke akun mereka, pelanggan dapat mengelola informasi pribadi dan riwayat pembelian mereka dengan nyaman.
3. *Produk*: Katalog produk yang terorganisir dengan baik memastikan bahwa pelanggan dapat menemukan produk yang mereka cari tanpa kesulitan. Pengelompokan produk berdasarkan kategori membantu mengurangi waktu pencarian dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. *Tampilan Produk*: Informasi yang lengkap dan gambar berkualitas tinggi pada halaman produk membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang lebih baik. Ulasan pelanggan juga memberikan wawasan tambahan yang bermanfaat bagi calon pembeli.
5. *Checkout*: Proses *checkout* yang sederhana dan efisien mengurangi hambatan dalam menyelesaikan pembelian. Dengan menawarkan berbagai metode pembayaran dan pengiriman, AtopiaShop dapat memenuhi berbagai preferensi pelanggan.
6. *Wishlist*: Fitur *wishlist* memberikan fleksibilitas bagi pelanggan untuk menyimpan produk favorit mereka dan membelinya nanti. Ini meningkatkan peluang penjualan dengan memungkinkan pelanggan kembali ke produk yang mereka minati.

7. *Contact*: Menyediakan informasi kontak yang jelas dan opsi komunikasi yang cepat melalui Whatsapp meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa lebih dihargai ketika mereka dapat dengan mudah menghubungi toko untuk mendapatkan bantuan.
8. *About Us*: Halaman tentang kami membantu membangun hubungan yang lebih dalam dengan pelanggan dengan memberikan latar belakang dan cerita di balik Toko Atopia. Ini juga menambah elemen personal yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
9. *FAQ*: Halaman *FAQ* dirancang untuk mengurangi beban layanan pelanggan dengan menyediakan jawaban cepat untuk pertanyaan umum. Ini membantu pelanggan menemukan informasi yang mereka butuhkan tanpa harus menghubungi layanan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, pengembangan AtopiaShop dengan menggunakan metode *Waterfall* telah menghasilkan platform *e-commerce* yang lengkap dan *user-friendly*. Setiap halaman dan fitur dirancang untuk memberikan pengalaman belanja yang optimal, meningkatkan efisiensi transaksi, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman pengguna di *website* Atopia sangat memuaskan bagi pelanggan. Faktor-faktor seperti kemudahan navigasi, kecepatan *loading* halaman, proses *checkout* yang sederhana, layanan pelanggan yang responsif, dan desain responsif berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Strategi yang diterapkan oleh Atopia dalam mengoptimalkan UX *website* mereka terbukti efektif dalam memenuhi ekspektasi pelanggan. Penelitian lebih lanjut dapat difokuskan pada inovasi UX dan teknologi baru yang dapat lebih meningkatkan pengalaman pengguna di platform *e-commerce*.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah beberapa saran untuk peningkatan pengalaman pengguna di *website* Atopia:

1. Peningkatan Personalisasi: Implementasi teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan rekomendasi produk yang lebih personal dan relevan bagi setiap pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan konversi.
2. Optimalisasi *Mobile Experience*: Meskipun desain responsif sudah diterapkan, optimalisasi lebih lanjut pada pengalaman *mobile* dapat dilakukan dengan fokus pada navigasi yang lebih mudah dan proses *checkout* yang lebih cepat di perangkat *mobile*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adicandra, T. F., & Rusli, M. (2023). Perancangan *website e-commerce* pada Toko Online Alvia Store. *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 9(2), 436-450
- Komalasari, D., & Seprina, I. (2018). Penerapan *e-commerce* pada Toko Mawar Songket Palembang berbasis web. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 09(01), 1-12.
- Kuswanto, & Suryadi, L. (2021). Implementasi *e-commerce* pada Toko Hbcollection. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 15(2), 45-60.
- Saputri, R. D., & Setyadi, R. (2023). Perancangan *website e-commerce* IFSTORE dengan metode *Waterfall*. *Infoman's: Jurnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen*, 17(2), 100-115.
- Syafnur, A., Aulia, R., Apridonol, Y., Suhendra, A., & Lubis, N. A. (2021). Pemanfaatan teknologi informasi bidang *e-commerce* di Toko Mulia Jaya. *Jurnal Abdimas ADPI Sains dan Teknologi*, 2(4), 201-206. DOI: <https://doi.org/10.47841/saintek>