

Perancangan User Interface Website Berbasis E-Commerce dalam Upaya Memperluas Market pada Toko Bless Shoes

Alfian Kholifatu Rahmansyah¹, Dimas Irawan Ihya'Ulumuddin²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
114202003347@mhs.dinus.ac.id, dimas.irawan@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 5 Maret 2026

Disetujui : 30 Maret 2026

Kata Kunci :

E-Commerce, User Interface, User
Centered Design.

ABSTRAK

Toko Bless Shoes merupakan tempat penjualan sepatu offline ataupun online. Sepatu yang dijualnya pun beraneka macam merek, dan jenisnya. Seperti pada umumnya sebuah usaha, toko Bless Shoes ini memiliki kendala yang menjadi fokus utama dalam penjurannya terutama pada online store, yaitu adanya seller nakal yang mengambil foto produk dari Bless Shoes sehingga mengakibatkan turunnya omset bulanan Toko Bless Shoes, turunnya kepercayaan Toko Bless Shoes terhadap *buyer* online. Dari permasalahan tersebut perlunya Website berbasis *e-commerce* official sebagai terobosan baru untuk menaikkan Kembali kepercayaan terhadap para *buyer*, serta menjawab kekhawatiran *buyer* dalam berbelanja pada Toko Bless Shoes. Metode penelitian yang digunakan adalah *User Centered Design* dan Perancangan *User Interface*-nya sendiri menggunakan aplikasi *Figma*. Diharapkan perancangan ini mampu membantu memperluas market, dan menumbuhkan kembali kepercayaan terhadap para *buyer*.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : March 5, 2026

Accepted : March 30, 2026

Keywords:

E-Commerce, User Interface, User
Centered Design.

ABSTRACT (*Times New Roman 11, Bold, spasi 1*)

Bless Shoes store is a place to sell shoes offline or online. The shoes it sells also vary in brand and type. As in general a business, this Bless Shoes shop has obstacles that are the main focus in its sales, especially in the online store, namely the existence of rogue sellers who take photos of products from Bless Shoes, resulting in a decrease in the monthly turnover of Bless Shoes Stores, a decrease in the trust of Bless Shoes Stores to online buyers. Due to these problems, the need for an official e-commerce-based website is a breakthrough to increase customer trust and response to their concerns about shopping at Bless Shoes. The research method used is User-Centered Design, and the User Interface uses the Figma application. It is hoped that this design can help to expand the market and regain the trust of customers.

1. PENDAHULUAN

Internet konvensional adalah suatu jaringan koneksi yang bertujuan mengatur koneksi antara pengguna dan sumber daya digital. Seperti halnya situs website, aplikasi, maupun server. Sehingga sudah tidak perlu diragukan lagi bahwa pengguna internet di Indonesia sangatlah banyak dari kalangan pemuda – pemuda sampai orang tua. Menurut *Cindy* (2023) pengguna internet di tanah air telah naik sebesar 5,44% dari tahun-tahun sebelumnya. Insightsnya dibandingkan dengan pengguna internet dari awal tahun 2022 yakni sebanyak 202 juta orang. Sehingga banyaknya pengguna yang terus meningkat membuat para pekerja dengan basis online dapat lebih mudah dan dikenal banyak kalangan. Dikarenakan perkembangan *E-Commerce* DiIndonesia per tahun 2022 berdasarkan market insights, jumlah pengguna E-Commerce mencapai di angka 178,94 juta orang. Serta jumlah tersebut telah meningkat sebanyak 12,79% dibandingkan dari tahun sebelum-sebelumnya yaitu 158,65 Juta pengguna.

Website berbasis *e-commerce* memberikan berbagai keuntungan mulai dari, tidak adanya batasan jarak, wilayah, serta tidak adanya minimal transaksi. Dalam pengelolaan website e-commerce juga tidak terlalu rumit, sehingga hal ini juga dapat memangkas beberapa biaya. Menurut *Wibowo* (2014) Electronic Commerce merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, yang merupakan bagian dari E-Business dimana cangkupannya sendiri lebih luas, tidak hanya untuk komersial namun dapat juga sebagai program kolaborasi. Menurut *Zakiah, dkk* (2022) Kehadiran *E-Commerce* dapat memudahkan para konsumen untuk mendapatkan barang tersebut dengan praktis dan cepat dengan transaksi dimanapun dan kapanpun, konsumen juga bisa cepat mendapatkan informasi mengenai ketersediaan produk yang diinginkannya. Menurut *Irmawati, D.* (2011) *E-Commerce* dapat merubah segala bentuk kegiatan promosi marketing serta dapat memangkas beberapa biaya operasional dalam kegiatan *trading* (perdagangan). Oleh karena itu dengan adanya perancangan website e-commerce dari *Bless Shoes* dapat memaksimalkan penjualan serta memudahkan proses pendataannya.

Toko *Bless Shoes* merupakan toko yang menjual berbagai jenis sepatu dengan beraneka ragam merk dan tipe sepatu yang telah berdiri sejak 2019, di toko tersebut menyediakan berbagai macam merk sepatu serta tipe yang berbeda-beda, mulai dari sepatu *Vans*, *Converse*, *Adidas*, masih banyak merk lainnya. Toko *Bless Shoes* membuka layanan pembelian offline store serta online store di Instagram, serta marketplace *Shopee*. Omset keseluruhan yang didapat oleh *Bless Shoes* dari online store maupun offline store adalah Rp. 10 Juta hingga Rp. 15 Juta perbulan, dengan target omset yaitu Rp. 23 Juta – Rp. 30 Juta dalam sebulan. Saat ini transaksi online dari toko *Bless Shoes*, seperti produsen lainnya yaitu hanya menunggu customer yang minat untuk memiliki sepatu tersebut dari toko *Bless Shoes*. Menurut *Lestari, dkk* (2022) Perkembangan electronic marketplace di Indonesia masih mempunyai kelemahan utama, yaitu rendahnya kepercayaan. Sesuai dengan konsepnya electronic marketplace tidak bertanggung jawab atas produk yang dijual dalam electronic marketplace, karena tugas dari mereka (Penyedia marketplace) hanya memfasilitasi bagi penjual. Menurut *Aji, dkk* (2019) Terdapat beberapa hukum hak cipta karya yang dapat dilindungi dalam bentuk gambar seperti foto, gambar, dan sebagainya. Hal ini membuat *Bless Shoes* harus kerja dua (2) kali dalam upload foto di marketplace serta menanggapi beberapa chat dari customer yang minta foto kepada pihak *Bless Shoes*, agar bisa memberikan sebuah kepercayaan terhadap customer sehingga kurang efektifnya karena di Kelola sendiri.

Faktor kekurangan dalam menggunakan marketplace yaitu tidak semua marketplace memberikan sanksi terhadap pelanggaran-pelanggaran yang ada. Salah satunya aplikasi *shopee*, yang mana ia telah memberikan sebuah statement, menurut *Shopee* (2023) penggunaan sebuah foto atau video tanpa izin dari pemilik asli, *shopee* dapat menghapus pelanggaran produk tersebut atas, laporan dari pemilik asli tersebut. Namun realita dilapangan saat *Bless Shoes* mengirimkan sebuah banding laporan dengan menyertakan dokumen-dokumen pendukung kepada pihak *shopee*, pihak *shopee* tidak ada balasan atau respon, sehingga hal ini yang membuat pihak *Bless Shoes* merasa dirugikan dari segi foto/video.

Objek penelitian pada Toko Bless Shoes ini dikarenakan sekarang banyaknya para remaja, menjadikan sepatu sebagai ajang untuk fashion. Menurut *Mongisidi, dkk* (2019) Gaya hidup atau lifestyle yang *fashionable* mampu merepresentasikan bahwa dirinya merupakan seorang yang mengikuti gaya hidup modern, sehingga dari gaya hidup tersebut dapat membantu menentukan sikap serta menunjukkan status sosial seseorang. Didasarkan pada hasil wawancara dengan pemilik Toko Bless Shoess, yang mengatakan bahwa meningkatnya pembeli merupakan anak-anak muda yang sangat peduli dengan sebuah fashion.

Dengan adanya website *E-Commerce* pada Toko Bless Shoes dapat dihandle dengan mudah karena owner dapat memberikan beberapa fitur yang memudahkan calon pembeli dalam bertransaksi pada *e-commerce*. (1) Adanya katalog produk, (2) up to date mengenai stock produk, (3) Terdapat promo tersendiri apabila bertransaksi melalui website. Serta mengurangi kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh para pihak yang tidak bertanggung jawab seperti, adanya website *e-commerce* semua akan terjadi secara real time dalam jumlah stock, pemberian rating dari customer, serta testimoni dari para pembeli.

Berdasarkan permasalahan diatas, perlunya perancangan user interface yang menarik serta memenuhi kebutuhan dari para *user*. Perancangan ini penting dan bertujuan untuk mengurangi rasa kekhawatiran dari para *buyer* yang ingin membeli produk khususnya Sepatu pada Toko Bless Shoes. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat menjawab dari kekhawatiran para *buyer* dalam bertransaksi dimarketplace, serta website official ini dapat memberikan impact yang positif terhadap *buyer* dan owner.

Dilihat dari permasalahan tersebut perlunya rancangan *user interface* website berbasis *e-commerce* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna atau *user*, dengan tujuan untuk memperluas market pada Toko Bless Shoes.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam guna mendapatkan informasi data. Wawancara dilakukan dengan owner Toko Bless Shoes yaitu Acmad Indra Reinaldy, Setelah itu terdapat studi literatur, serta kuesioner sebagai pengumpulan data tambahan yang juga dipakai dalam perancangan website berbasis *e-commerce* ini.

Setelah semua data terkumpul dilakukan sebuah analisis perancangan dengan menggunakan metode *user centered design* (UCD). Proses analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan utama, mengidentifikasi jenis market dengan klien utama yaitu Toko Bless Shoes.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Data Client

Toko Bless Shoes merupakan sebuah toko Sepatu bekas yang didirikan oleh Acmad Indra Reinaldy sejak 2019. Bless shoes menjualkan berbagai macam jenis dan merek Sepatu mulai dari, Vans, Converse, Nike, dan lainnya. Toko bless shoes beralamat pada Jl. Karangingas, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50196.

3.2 Data Pemasaran

Terdapat beberapa data pemasaran yang penulis peroleh dari toko Bless Shoes yaitu, seperti produk yang dijual oleh toko Bless Shoes seperti yang terdapat pada Gambar 1, dan Gambar 2. Terdapat list harga beberapa Sepatu yang dijual toko Bless Shoes seperti pada Tabel 1 Pada Gambar 3 merupakan toko offline dari Bless Shoes.



Gambar 1. Produk Sepatu toko Bless Shoes
 [Sumber: https://www.instagram.com/bless_shoess/]



[/www.instagram.com/bless_shoess/](https://www.instagram.com/bless_shoess/)

Tabel 1. Daftar harga produk.
 [Sumber: Wawancara Bersama Owner]

Jenis Produk	Nama Produk	Harga Bekas	Harga Baru
Parfume	Aroma Bubble Gum	-	Rp. 14.950
	Aroma Coffee	-	Rp. 14.950
Cleaner	Cleaner Shoes	-	Rp. 15.950
Sepatu	New Balance 574	Rp. 320.000	Rp. 1.499.000
	Air Max 97 Silver	Rp. 500.000	Rp. 989.000
	Air Force 1	Rp. 350.000	Rp. 1.909.000
	New Balance 550	Rp. 480.000	Rp. 2.099.000
	Nike SB Dunk Panda	Rp. 430.000	Rp. 2.999.000
	Nike AF 1	Rp. 350.000	Rp. 1.909.000



Gambar 3. Produk pelengkap kebutuhan sepatu
 [Sumber: Dokumentasi Pribadi]

3.3 Metode Analisa Data

Metode Analisa data yang digunakan oleh penulis yaitu, 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, How) dimana metode ini membantu penulis untuk menggali lebih dalam tentang permasalahan yang dihadapi oleh toko Bless Shoes:

1. What : Apa masalah yang diangkat? (Kurangunya kepercayaan *buyer* dalam membeli produk di marketplace).
2. Who : Siapa yang dirugikan dalam permasalahan tersebut? (Pemiliki toko dan pelanggan).
3. Where : Dimana permasalahan tersebut terjadi? (Pada marketplace online).
4. When : Kapan permasalahan tersebut terjadi? (Ketika *buyer* dari luar kota ingin membeli produk secara online, namun foto produk dengan identitas Toko marketplace berbeda).
5. Why : Kenapa masalah tersebut dapat terjadi? (Adanya seller nakal yang menjual produk yang bukan milik mereka).
6. How : Bagaimana cara mengatasi permasalahan tersebut? (Dengan membuat website berbasis e-commerce official untuk mengurangi kecurangan dan memberikan control penuh kepada pemilik toko).

3.4 Metode Perancangan

Metode perancangan *user interface* website berbasis *e-commerce* ini, Metode yang digunakan *user centred design* (UCD). UCD merupakan metode perancangan *user interface* yang berfokus pada kebutuhan *user*. Metode ini memiliki 4 tahapan perancangan yaitu *Specify the context of use, Specify the user requirements, produce design solution, and Evaluate the design againts requirements*. Berikut adalah penjelasan dari empat tahapan dalam metode perancangan UCD.

1. *Specify the context of use*

Merupakan tahapan pengumpulan data dari pemilik toko, dan pelanggan. Untuk mengetahui kebutuhan utama dari website dan meyesuaikan desain agar dapat sesuai dengan target pengguna atau *user*.

Dalam menentukan calon pengguna, penulis melakukan observasi dengan kuesioner yang menghasilkan beberapa kriteria. Tabel 2 menunjukkan kriteria para calon pengguna.

Tabel 2. Daftar pertanyaan pada google form.
[Sumber: Google form]

No	Pertanyaan
01	Apakah anda pernah membeli produk sepatu melalui online store?
02	Seberapa sering anda berbelanja online?
03	Menurut anda, apa keuntungan utama berbelanja sepatu online dibandingkan dengan toko fisik?
04	Apa yang menjadi kekhawatiran utama anda saat berbelanja sepatu secara online?
05	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih produk sepatu pada online store?
06	Faktor apa yang paling mempengaruhi keputusan anda untuk membeli sepatu di online store?
07	Apa saja kelebihan yang anda rasakan ketika bertransaksi pada online store?
08	Keluhan apa yang anda alami ketika bertransaksi pada online store?
09	Apabila toko sepatu sudah memiliki Website pribadi, apakah akan menjadikan toko tersebut terlihat lebih memiliki kepercayaan tersendiri dengan marketnya?
10	Apakah web E-Commerce bisa menjadi sebuah solusi untuk menghilangkan sebuah keraguan anda dalam Online store?
11	Fitur apa yang perlu ada didalam sebuah web E-Commerce terkhusus pada produk sepatu?
12	Apa metode pembayaran yang biasa anda gunakan ketika bertransaksi pada online store?

2. *Specify the user requirements*

Tahapan ini diperlukannya pembuatan rancangan *sitemap*, *userflow*, dan *wireframe*. Untuk memetakan bagaimana website ini dapat berjalan dan bagaimana *user* akan berinteraksi dengan website tersebut.

3. *Produce design solution*

Tahapan ini merupakan tahapan *prototype* dimana sketsa dari *wireframe* yang telah dibuat, serta bagan atau halaman-halaman yang memiliki fungsi utama seperti, halaman produk, halaman checkout, dan halaman profil.

4. *Evaluate the design against requirements*

Tahapan yang terakhir ini, menjadi tahapan penutup dan pengujian dimana semua desain *interface* yang telah selesai dirancangan dilakukan pengujian pada para calon *user*. Hal ini bertujuan untuk memastikan desain dalam perancangan ini telah memenuhi kebutuhan dari pengguna atau *user*.

3.5 Perancangan

Pada perancangan ini merupakan implementasi dari 4 tahapan dari UCD yang telah dijabarkan diatas. Hasil implementasinya adalah sebagai berikut:

1. *Specify the context of use*

Seperti apa yang telah dijabarkan pada penjelasan subbab 3.4, penulis melakukan wawancara terhadap 13 calon pengguna atau *user*. Berdasarkan datatersebut penulis merangkum beberapa inti dari permasalahan seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.

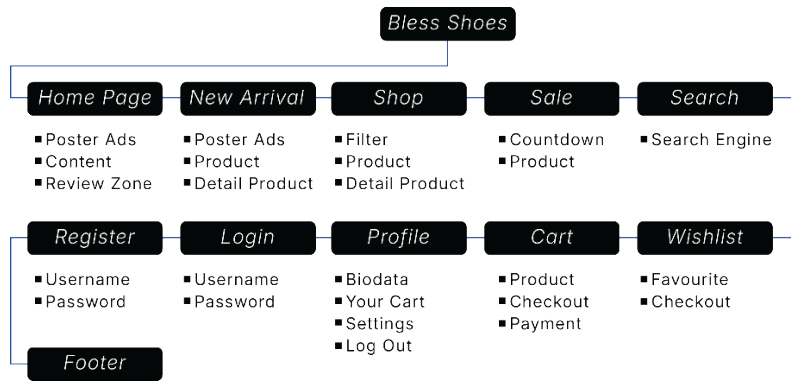
Tabel 3. Daftar inti permasalahan
[Sumber: Google form]

No	Inti Permasalahan
01	Masih banyaknya yang memiliki keluhan seperti tertipu karena barang yang tidak sesuai dengan apa yang ada dideskripsi produk, admin slow respon, pengemasan lama, dan kurang detailnya deskripsi produk.
02	Kualitas, Harga, merek, Rating, banyak pilihan, serta ulasan pelanggan menjadikan faktor pertimbangan mereka dalam berbelanja online.
03	Kurangnya respon dari platform marketplace dalam menangani permasalahan yang terjadi yang diakibatkan oleh seller yang tidak jujur.

Setelah itu, penulis menggunakan data inti permasalahan ini bahan untuk melihat sudut pandang seseorang atau *user*, terhadap marketplace online.

2. *Specify the user requirements*

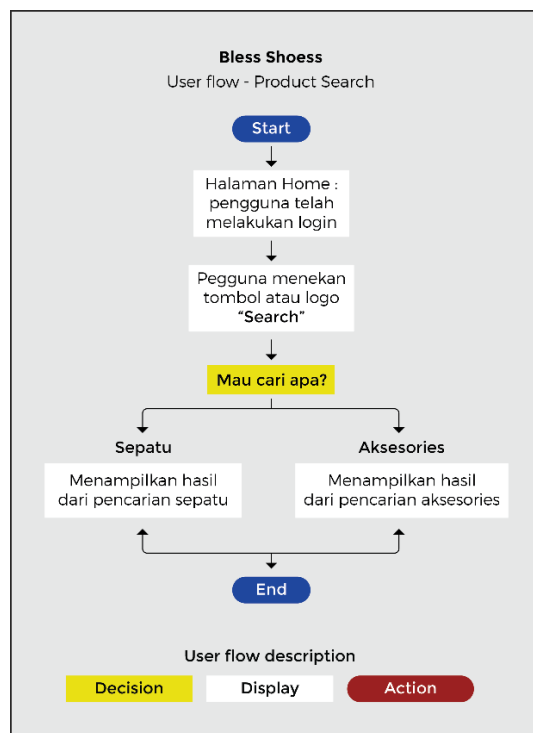
Tahapan kedua ini terdapat 3 langkah yang harus dikerjakan yaitu membuat *site map*, *user flow*, dan *Wireframe*. Para pembuatan ini penulis menggunakan bantuan Adobe Illustrator. Gambar 4 menunjukkan bagian *site map* pada situs website toko Bless Shoes.



Gambar 4. Site map
[Sumber: Created by Adobe Illustrator]

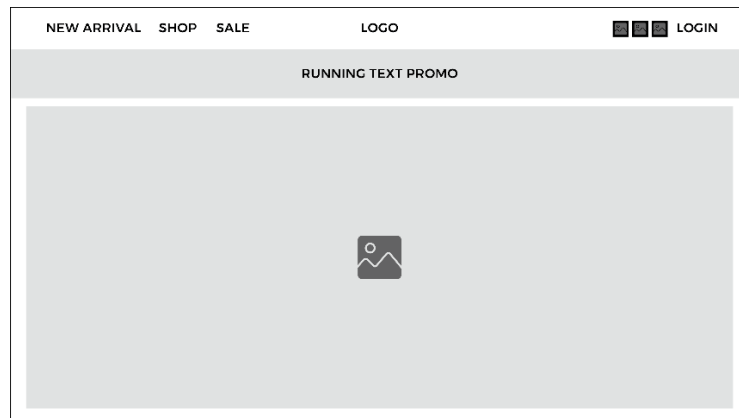
Site map diatas berisikan informasi halaman-halaman pada situs website toko Bless Shoes. Terdapat 10 halaman yaitu, *Home page*, *New Arrivval*, *Shop*, *Sale*, *Search*, *Wishlist*, *Cart*, *Profile*, *Login Page*, *Register Page*.

Langkah berikutnya adalah membuat *user flow*. Gambar 5 menunjukkan salah satu *user flow* pada situs website toko Bless Shoes yaitu, *user flow product search*.



Gambar 5. User flow
[Sumber: Created by Adobe Illustrator]

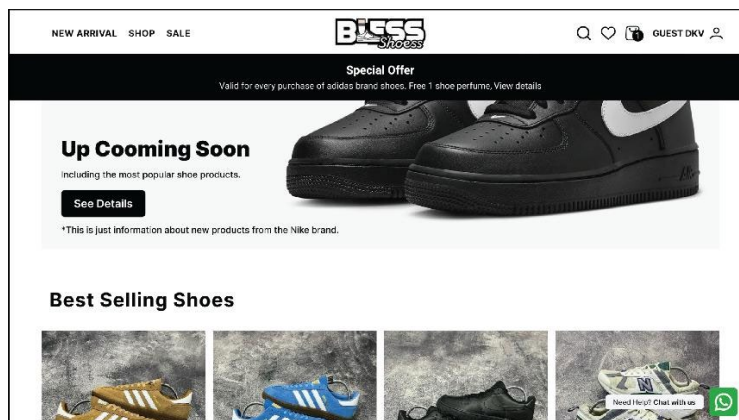
Setelah membuat *user flow*, Langkah terakhir yaitu membuat rancangan *wireframe*. Gambar 6 Menunjukkan salah satu *wireframe* yaitu *wireframe home landing page* pada situs website toko Bless Shoes.



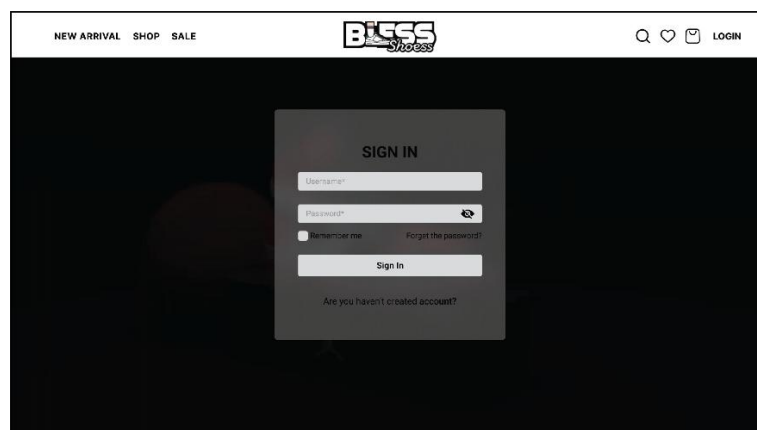
Gambar 6. *Wireframe Landing page*
[Sumber: Created by Adobe Illustrator]

3. *Produce design solution*

Tahapan ketiga ini merupakan Solusi desain berbentuk *prototype*. Dalam tahapan ini penulis hanya menunjukkan desain *interface* yang memiliki fitur utama dari website Toko Bless Shoes. Berikut adalah desain *interface* pada toko Bless Shoes:

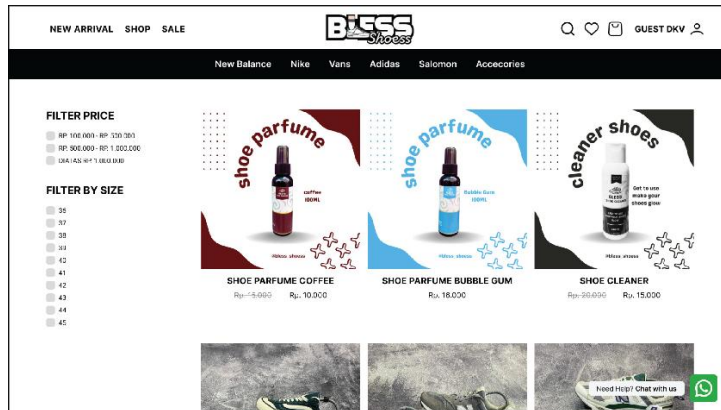


Gambar 7. *Landing page* toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]

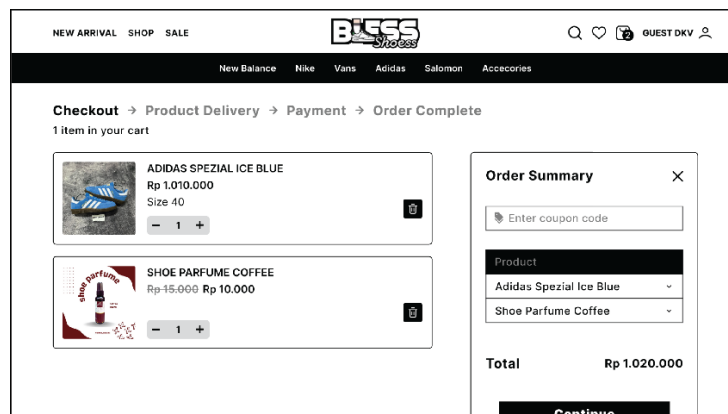


Gambar 8. *Login page* toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]

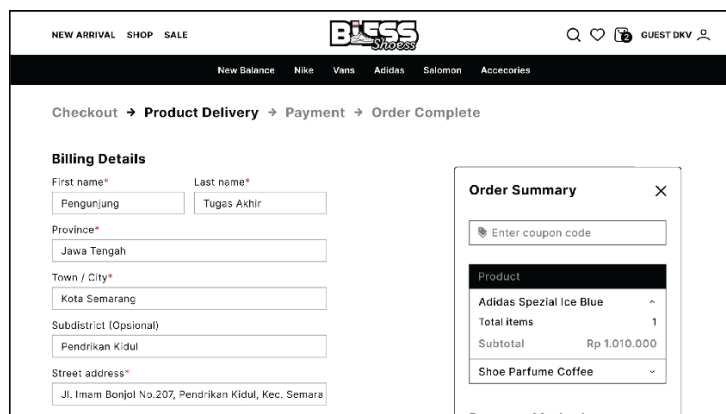
Gambar 7 menunjukkan halaman utama atau *landing* page dari website toko Bless Shoes. Sebelum menjelajah lebih jauh *user* dapat melakukan login seperti yang ditunjukkan pada Gambar 8.



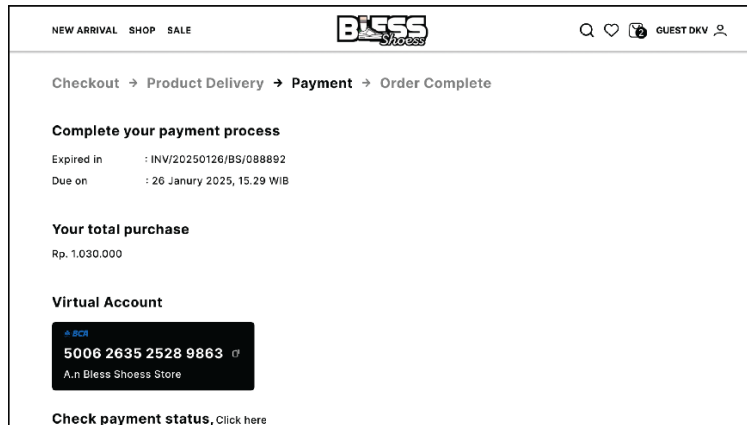
Gambar 9. *Shop* page toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]



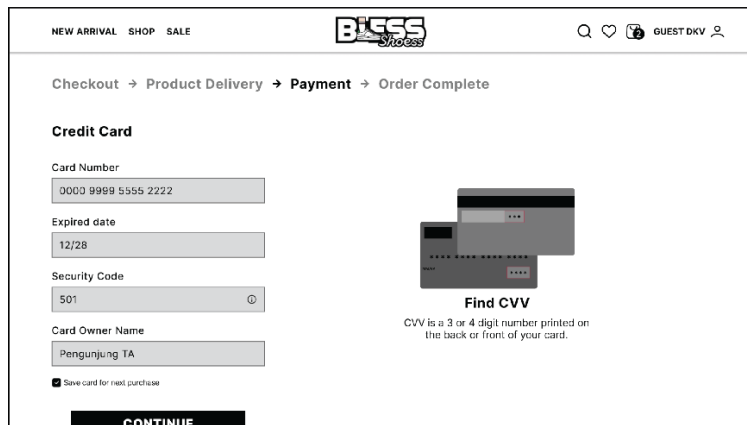
Gambar 10. *Checkout* page toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]



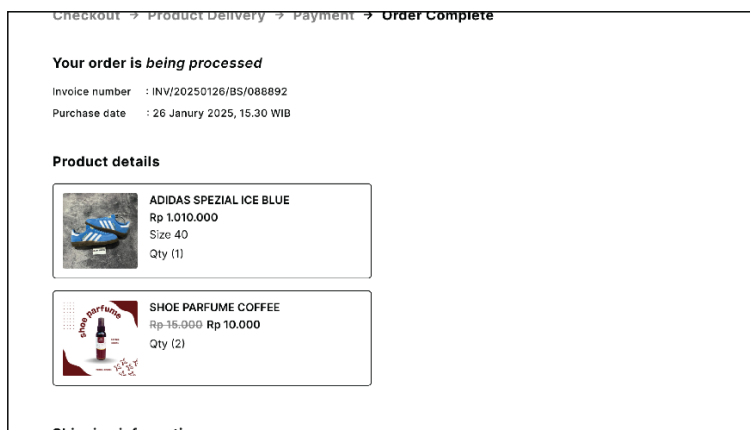
Gambar 11. *Product Delivery* toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]



Gambar 12. *Payment with VA* toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]



Gambar 13. *Payment with Credit Card* toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]



Gambar 14. *Complete page* toko Bless Shoes
[Sumber: Export Figma]

Buyer dapat melakukan pembelian produk yang tersedia pada Gambar 9 Setelah *buyer* mendapatkan produk-nya, *buyer* akan dibawa ke laman *checkout* yang ditunjukkan pada Gambar 10 Setelah *buyer* yakin dengan produk yang ingin dibelinya, *buyer* dapat melanjutkan pada tahap laman *product delivery* yang telah ditunjukkan pada Gambar 11

Buyer yang sudah mengisi seluruh identitas yang diperlukan dan memilih metode pembayarannya, *buyer* akan dibawa ke laman selanjutnya seperti yang ada pada Gambar 12 dan Gambar 13 terakhir yaitu laman *complete* Dimana laman ini menunjukkan rincian dari produk yang *buyer* beli dan total pembayaran yang telah sukses, ditunjukkan pada Gambar 14.

4. Evaluate the design against requirements

Pada tahapan terakhir ini, penulis melakukan sebuah pengujian *usability testing* terhadap website toko Bless Shoes. Proses pengujian ini dilakukan dengan 5 calon pengguna atau *user*. Dalam *usability testing* ini penulis memberikan beberapa scenario yang harus diselesaikan *user*. Tabel 4 menunjukkan alur scenario *usability testing*.

Tabel 4. Daftar alur skenario pengujian

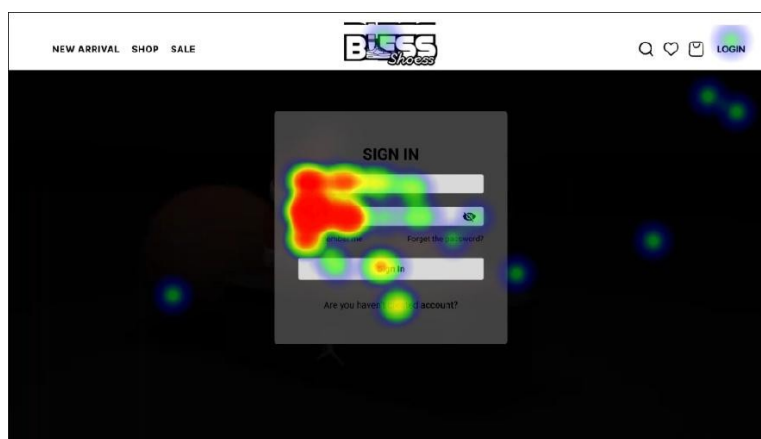
No	Scenario	Goals
01	“Anda sebagai pengguna yang ingin Log In atau Sign In pada e-commerce Bless Shoess”	Pengguna dapat masuk atau Log In dengan mudah pada E-Commerce Bless Shoess.
02	“Anda sebagai pengguna yang mencari Sepatu Adidas Ice Blue dengan ukuran 40”	Pengguna dapat menemukan sepatu yang dicarinya dengan mudah.
03	“Anda sebagai pengguna ingin membeli Shoe Parfume Coffee sekaligus”	Pengguna dapat menemukan Produk Shoe parfume dengan mudah dan cepat.
04	“Anda sebagai pengguna yang ingin menambahkan Quantity produk Shoe Parfume (2)”	Pengguna dapat mudah menambahkan quantity dari produk yang diinginkan.
05	“Anda sebagai pengguna yang ingin membeli 2 item yang sudah ada pada laman Cart tersebut”	Pengguna dapat membeli produk dari E-Commerce Bless Shoess dengan mudah.

Setelah membuat alur scenario pengujian, penulis menyebarkan *link* maze.co kepada para calon *user* untuk melakukan pengujian pada platform tersebut. *User* menyelesaikan scenario yang sudah disediakan, selanjutnya penulis merangkum data hasil akhir dari pengujian tersebut. Tabel 5 Menunjukkan hasil akhir dari pengujian.

Tabel 5. Hasil *usability testing*

Scenario Ke -	Average Success	Average Time	Average Missclick
1	100%	48.7s	86.8%
2	100%	15.1s	44.4%
3	100%	15.2s	21.7%
4	80.0%	8.2s	65.4%
5	100%	31.8s	90.3%

Berdasarkan table 5, skenario pertama menghasilkan 100% kesuksesan user dalam mencapai goals, rata-rata waktu *user* dalam menyelesaikan skenario tersebut adalah 48.7 detik, dan rata-rata missclick *user* yaitu sebesar 86.8%. Skenario kedua menghasilkan 100% kesuksesan user dalam mencapai goals, rata-rata waktu *user* dalam menyelesaikan skenario tersebut adalah 15.1 detik, dan rata-rata missclick *user* yaitu sebesar 44.4%. Skenario ketiga menghasilkan 100% kesuksesan user dalam mencapai goals, rata-rata waktu *user* dalam menyelesaikan skenario tersebut adalah 15.2 detik, dan rata-rata missclick *user* yaitu sebesar 21.7%. Skenario keempat menghasilkan 80.0% kesuksesan user dalam mencapai goals, rata-rata waktu *user* dalam menyelesaikan skenario tersebut adalah 8.2 detik, dan rata-rata missclick *user* yaitu sebesar 65.4%. Skenario terakhir atau kelima menghasilkan 100% kesuksesan user dalam mencapai goals, rata-rata waktu *user* dalam menyelesaikan skenario tersebut adalah 31.8 detik, dan rata-rata missclick *user* yaitu sebesar 90.3%. Dari data pengujian tersebut masih ada beberapa *user* yang mengalami *missclick* terhadap website toko Bless Shoes khususnya pada input *textfield sign in* dan *textfield product delivery*. Gambar 15 dan Gambar 16 menunjukkan *headmap missclick user*.



Gambar 15. *Headmap pada sign in*
 [Sumber: <https://maze.co>]



Gambar 16. Headmap pada product delivery
[Sumber: <https://maze.co>]

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

User interface website berbasis *e-commerce* untuk Bless Shoes diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada dengan menyediakan platform yang lebih profesional dan terpercaya. Dengan menggunakan metode *user centered design*, website ini diharapkan dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan aman, serta membantu dalam meningkatkan kredibilitas toko dan menarik lebih banyak lagi pelanggan.

4.2. Saran

Penulis menyarankan untuk terus melakukan evaluasi terhadap desain dan interface website untuk meningkatkan *user experience*, serta memperbaiki promosi online agar lebih terstruktur. Pemilik toko Bless Shoes juga diharapkan untuk berinovasi lebih lanjut untuk mengatasi permasalahan yang ada dan meningkatkan kepercayaan pembeli.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. F. R., & Rosando, A. F. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Hasil Foto Pribadi Yang Digunakan Orang Lain Di Instagram. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 66-76.
- Cindy Mutia Annur. 2023. *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Di unduh 15 Oktober 2023
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis–ISSN, 2085(1375)*, 161-171.
- Lestari, Merryana, Eko Sedyono, and Irwan Sembiring. "Analisis Pengaruh Minat Berbelanja Pada E-Marketplace Menggunakan Success Model System Berdasarkan Perspektif Pengguna." *Jurnal Mnemonic 5.1* (2022): 14-21.
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Wibowo, E. A. (2014). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *EQUILIBIRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 1(1).
- Zakiah, R. Z., & Islam, M. A. (2022). *USER INTERFACE WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI VILOVY DESIGN. BARIK*, 3(3), 174-185.