

Perancangan E-Commerce Penjualan Produk Hijab Dengan Metode Design Thinking Pada Toko Qayla

Faisal Reza Pradhana, Triana Harmini, Muhammad Khoirurrosyid
Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Darussalam Gontor
Jl. Raya Siman, Kec.Siman, Kab.Ponorogo
faisalrezapradhana@unida.gontor.ac.id

Abstrak— Aktivitas bisnis e-commerce di Indonesia dapat dikatakan relatif baru, sehingga masih banyak kekurangan yang ditemui dalam implementasinya. Pada toko Qayla mempunyai masalah yaitu kurangnya media promosi pada media online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan eksistensi dan penjualan produk hijab menggunakan aplikasi e-commerce pada toko Qayla. Metode yang digunakan adalah metode *Design Thinking* dengan memanfaatkan framework laravel. Hasil dari penelitian ini adalah rancangan aplikasi e-commerce berbasis web pada toko Qayla. Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan eksistensi produk dan penjualan produk.

Kata kunci—Toko Qayla; E-Commerce; Hijab; Design Thinking;

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini, tingkat penggunaan teknologi semakin lama semakin meningkat. Dalam beberapa waktu terakhir, begitu merebaknya media internet dimana-mana, khususnya di Indonesia. E-commerce atau disebut juga perdagangan elektronik merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemasaran barang ataupun jasa dengan memanfaatkan sistem elektronik seperti internet ataupun jaringan komputer. E-commerce juga melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan proses transaksi elektronik seperti transfer dana elektronik dan pertukaran data elektronik. Melalui sistem penjualan berbasis web, toko tersebut memiliki peluang yang sama agar dapat bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya [1]. Aktivitas bisnis e-commerce di Indonesia dapat dikatakan relatif baru, sehingga masih banyak kekurangan yang ditemui dalam implementasinya. Kekurangan-kekurangan tersebut mulai dari infrastruktur dan teknologi informasi serta jaringan internet yang kurang memadai, pengaturan/regulasi yang masih belum menjangkau secara komprehensif, hingga ke permasalahan pemungutan pajak atas transaksi e-commerce [2].

Sabika Amalia dalam penelitiannya dengan menggunakan metode pendekatan design thinking memudahkan pembuat keputusan baik inovator maupun desainer untuk menghasilkan inovasi yang akan dapat menjadi solusi dari sebuah masalah [3]. Aria Arrazi dalam penelitiannya melalui penerapan metode design thinking dalam perancangannya, aplikasi mobile “kembaliin” berupaya menjawab berbagai tantangan atas permasalahan tersebut. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah sebuah model perancangan dalam bentuk aplikasi mobile pada smartphone yang merupakan native mobile application [4].

Di dalam bidang teknologi tidak lepas dan akan selalu terikat dengan ilmu keislaman yang terkandung dalam Al-Qur’an dan Hadist. Islam memahami bahwa perkembangan sistem dan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasarkan kaedah fiqh, terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur dharar (bahaya), jahalah (ketidakjelasan) dan zhulum (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak). Berbagai kajian dalam literatur Islam khususnya kajian fiqh dan ushul fiqh ditemukan bahwa termasuk Maqashid al-Syariah sering digunakan dalam tiga bentuk redaksi yaitu maqasid al-syar’i, maqasid al-syari’ah, dan al-syari’ah. Untuk menemukan satu maqashid dan ‘illat yang menjadi titik persamaan seperti kulliyatul al-khomsah yang dihasilkan dari istiqrq tersebut. Maqashid syari’ah yang digunakan adalah Hifdzu Mal (melindungi harta) karena dalam jual beli dituntut untuk mengatur keluar masuknya uang dan menjaga harta.

Toko hijab Qayla merupakan toko online yang berjualan produk hijab dan menjual baju Muslimah pada media sosial yaitu Instagram. Proses penjualan hijab pada Toko Qayla masih memiliki keterbatasan atau kekurangan. Penjualan yang dilakukan hanya sebatas pada Instagram yang mereka miliki. Dampak dari penjualan seperti ini adalah produk yang dijual terbatas pada pelanggan tertentu saja. Pelanggan yang ingin membeli suatu produk harus mengunjungi akun sosial media tersebut kemudian pesan melalui whatsapp ataupun melalui cash on delivery (COD). Tujuan dari penelitian ini untuk meningkatkan eksistensi produk untuk toko Qayla.

II. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *design thinking*. Metode *Design Thinking* merupakan metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh solusi. Design thinking tidak hanya berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan, namun juga berfokus pada pengalaman pengguna. Design thinking digunakan untuk mencari solusi yang paling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks. *Design thinking* memiliki 5 tahapan yaitu:

A. *Emphatize (Empati)*

Pada tahapan pertama ini bermaksud untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang sedang dihadapi [5]. *Emphatize* sangat penting untuk proses desain yang berpusat pada manusia seperti *design thinking*, dan memungkinkan pemikir desain untuk mengesampingkan asumsi mereka sendiri tentang dunia untuk mendapatkan wawasan tentang pengguna dan kebutuhan mereka

B. *Define (Mendefinisikan)*

Tahapan yang kedua yaitu *Define*. Pada tahapan ini mengumpulkan informasi yang telah dibuat dan dikumpulkan selama tahap *emphatize*. Setelah mengumpulkan informasi tersebut kemudian menggolongkan masalah dan juga menganalisis data tersebut untuk menjadikan sebuah *point of view*. Proses menganalisa masalah akan membantu mengumpulkan ide-ide yang akan di gunakan untuk memecahkan masalah secara efektif [5].

C. *Ideate (Ide)*

Ideate merupakan tahap pengembangan ide atau biasa disebut dengan *brainstorming*. Dalam proses ini akan muncul banyak ide yang memungkinkan untuk menjadi solusi masalah. Seluruh ide-ide tersebut bernilai dan tidak ada ide yang tidak berguna.[3] Teknik yang dapat digunakan untuk menggali ide adalah *brainstorming*, *brain white*, *scamper*, *mind mapping* dan *worst possible idea*.

D. *Prototype (Prototipe)*

Pada tahapan ini mengimplementasikan ide yang sudah didapatkan dari tahapan sebelumnya menjadi sebuah aplikasi dan produk yang dapat diuji coba. Tahapan ini menghasilkan produk jadi dan skenario penggunaan aplikasi.[6]

E. *Test (Uji coba)*

Uji coba dilakukan untuk mengumpulkan berbagai *feedback* pengguna dari berbagai rancangan akhir yang telah dirumuskan dalam proses prototipe sebelumnya. Proses ini merupakan tahap akhir namun bersifat *life cycle* sehingga memungkinkan perulangan dan kembali pada tahap perancangan sebelumnya apabila terdapat kesalahan.

Proses *design thinking* tidak harus linear, karena bertujuan untuk memvalidasi ide lebih cepat dan lebih sering, dengan begitu dapat gagal lebih cepat dan memperbaiki diri dengan cepat.

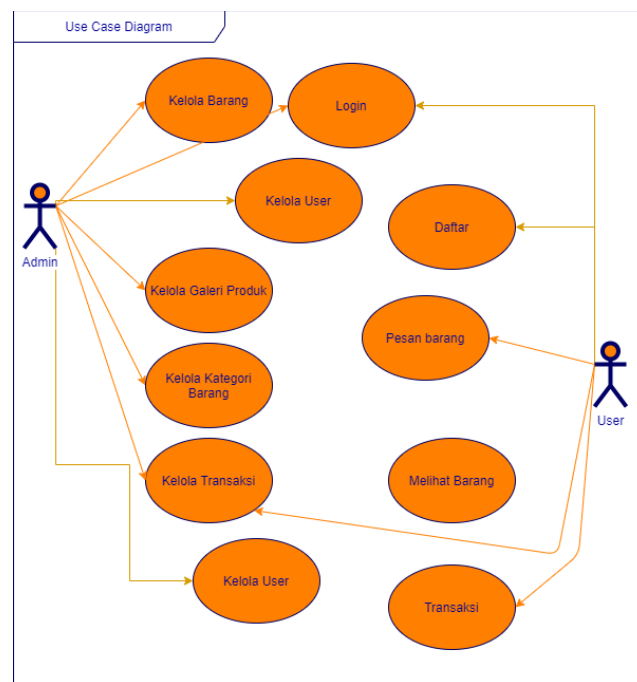
III. HASIL DAN DISKUSI

A. *Use Case Diagram*

Use case diagram menggambarkan interaksi admin dan user dengan sistem yaitu apa saja yang dapat dilakukan admin dan user pada sistem ini. Pada penelitian ini terdapat 2 aktor yaitu admin dan user. Seorang admin memiliki akses untuk melakukan login, mengupdate informasi, mengelola barang, mengelola transaksi dan mengelola laporan. Kemudian untuk user dapat melakukan pendaftaran akun, login, memesan barang, melihat barang dan melakukan transaksi pembayaran. Deskripsi aktor-aktor yang ada dalam sistem informasi penjualan ini dijelaskan dalam Tabel 1. Sementara *Use Case Diagram* dijelaskan oleh Gambar 1.

TABEL 1. TABEL USE CASE DIAGRAM

No	Aktor	Deskripsi	Keterangan
1	Admin	Admin adalah pihak yang memiliki hak akses penuh dalam sistem	Pemilik Toko Qayla
2	User	User adalah pihak yang dapat membeli barang dan melakukan transaksi pembayaran	Muslimah



Gambar 1. Use Case Diagram

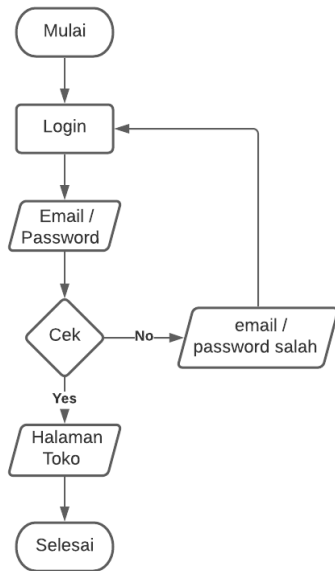
Pada Gambar 1 menjelaskan tentang *use case diagram* yang merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Admin dan User. Admin dapat melakukan Login kemudian mengelola barang, mengelola galeri produk, mengelola kategori, mengelola transaksi dan mengelola user, sedangkan untuk user dapat melakukan pendaftaran akun, login, memesan barang, melihat barang dan melakukan transaksi pembayaran.

B. *Flowchart*

Flowchart adalah suatu bagan dengan simbol-simbol tertentu yang menggambarkan urutan proses secara mendetail dan hubungan antara suatu proses dengan proses lainnya dalam suatu program.

1. Flowchart Login

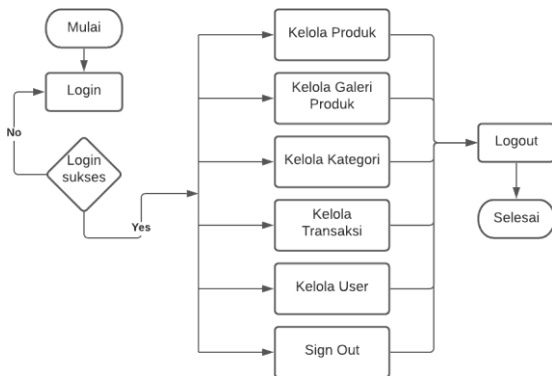
Gambar 2 berikut menjelaskan tentang alur untuk melakukan login untuk admin dan user. Pertama login kemudian memasukkan email dan password, apabila email atau password salah maka akan kembali ke halaman login kembali, apabila benar maka langsung ke halaman utama toko.



Gambar 2. Flowchart Login

2. Flowchart Admin

Gambar 3 merupakan Flowchart Admin, yang menjelaskan tentang alur kegiatan yang dapat dilakukan oleh admin. Yang pertama login kemudian apabila login sukses akan langsung menuju halaman dashboard admin, kemudian admin dapat mengelola produk, galeri produk, kategori, transaksi, user dan log out.

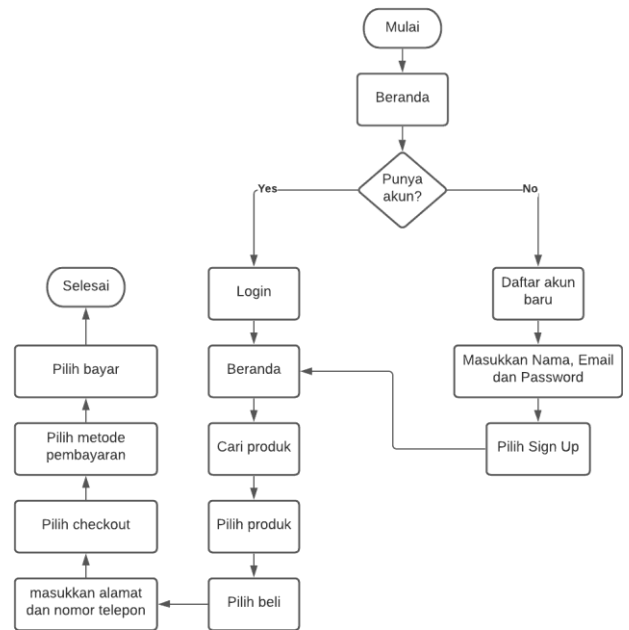


Gambar 3. Flowchart Admin

3. Flowchart User

Gambar 4 menjelaskan tentang flowchart user. Yang pertama user melakukan login, apabila belum memiliki akun maka harus mendaftar terlebih dahulu, apabila sudah memiliki akun maka akan diarahkan ke halaman utama toko, kemudian mencari produk yang akan dibeli, kemudian pilih produk, pilih beli kemudian masukkan alamat dan nomor telepon kemudian

pilih checkout kemudian pilih metode pembayaran dan yang terakhir pilih bayar.

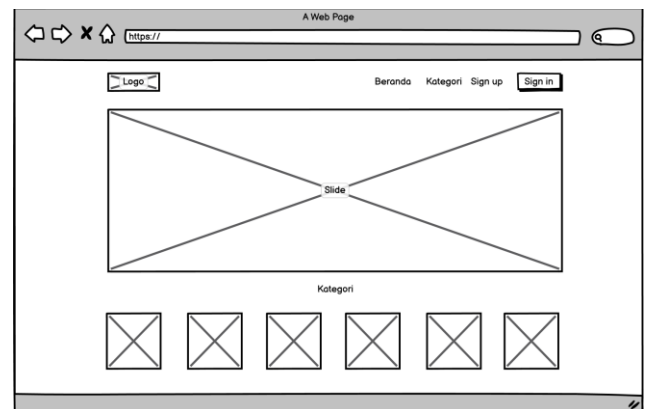


Gambar 4. Flowchart User

C. Rancangan Tampilan

1. Rancangan halaman utama toko

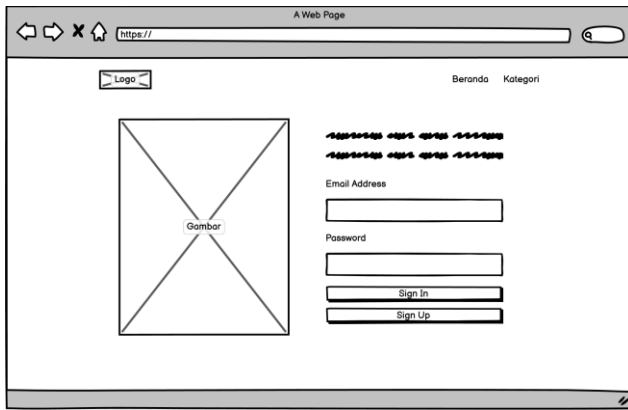
Pada Gambar 5 merupakan tampilan halaman utama toko yang terdiri dari slide foto, kemudian macam macam kategori produk dan produk baru toko.



Gambar 5. Tampilan halaman Utama Toko

2. Rancangan halaman login

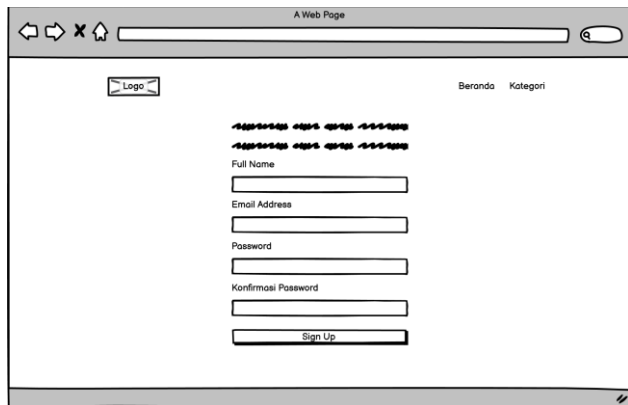
Pada Gambar 6 merupakan tampilan halaman login yang terdiri dari kolom untuk memasukkan email address kemudian kolom untuk memasukkan password, password yang dimasukkan harus terdiri dari 8 huruf atau angka, kemudian tombol sign in dan sign up.



Gambar 6. Tampilan halaman Login

3. Rancangan halaman sign up

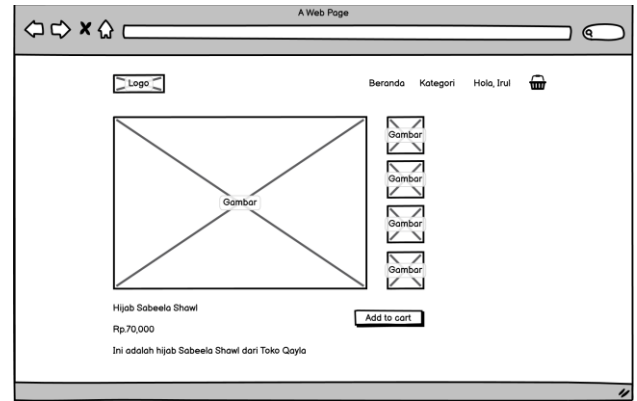
Pada Gambar 7 merupakan halaman Sign Up atau halaman untuk mendaftar akun. Pada gambar 7 terdiri dari kolom untuk memasukkan nama lengkap kemudian *email address*, apabila email yang dimasukkan sudah terdaftar pada sistem maka akan muncul pop up bahwa email tidak tersedia, kemudian *password*, konfirmasi *password*, kemudian tombol *sign up*.



Gambar 7. Halaman Sign Up

4. Halaman detail barang

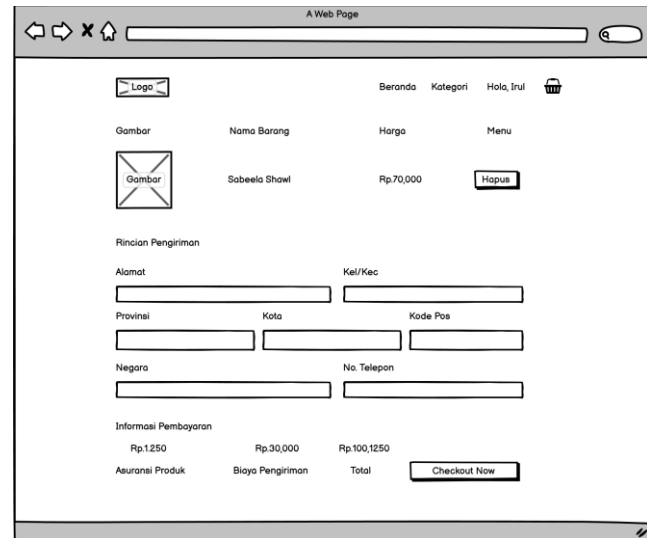
Pada Gambar 8 merupakan tampilan halaman detail produk yang terdiri dari gambar utama produk kemudian sub gambar, nama produk, harga produk, keterangan gambar dan tombol *add to cart*.



Gambar 8. Tampilan halaman Detail Produk

5. Halaman transaksi

Pada Gambar 9 merupakan tampilan halaman transaksi pembayaran, yang terdiri dari tampilan gambar, nama barang, harga dan tombol untuk menghapus barang apabila ingin menghapus barang. Kemudian kolom untuk mengisi alamat pengiriman dan nomor telepon. Kemudian informasi pembayaran dan tombol *checkout*.



Gambar 9. Tampilan Transaksi Pembayaran

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan metode *design thinking* yang menghasilkan rancangan prototipe *e-commerce* untuk toko Qayla berbasis web. Diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan eksistensi produk untuk toko Qayla. Tahap berikutnya akan mengimplementasikan prototipe ini ke dalam framework laravel.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada prodi Teknik Informatika Universitas Darussalam Gontor yang telah membiayai penelitian ini dan kepada toko Qayla yang berkenan memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian dan pengambilan data.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] [L. D. Ummah, “Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management,” *Nuansa Inform.*, vol. 12, no. 2, pp. 10–17, 2018, doi: 10.25134/nuansa.v12i2.1350.
- [2] A. Firmansyah, “Kajian Kendala Implementasi E-Commerce Di Indonesia,” *Masy. Telemat. Dan Inf. J. Penelit. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 8, no. 2, p. 127, 2018, doi: 10.17933/mti.v8i2.107.
- [3] S. Amalina, F. Wahid, V. Satriadi, F. S. Farhani, and N. Setiani, “Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking,” *Semin. Nas. Apl. Teknol. Inf.*, no. October, pp. 50–55, 2017.
- [4] A. A. Razi, I. R. Mutiaz, and P. Setiawan, “Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer,” *Desain Komun. Vis. Manaj. Desain dan Periklanan*, vol. 3, no. 02, p. 219, 2018, doi: 10.25124/demandia.v3i02.1549.
- [5] M. R. Wibowo and H. Setiaji, “Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking,” 2020.
- [6] E. Susanti, E. Fatkhiyah, and E. Efendi, “Pengembangan Ui / Ux pada aplikasi M-Voting,” *Simp. Nas. RAPI*, vol. XVIII, no. ISSN 1412-9612, pp.364–370, 2019.