

RANCANG BANGUN KATALOG ELEKTRONIK KERAJINAN ROTAN BERBASIS WEBSITE PADA CV AESTHETIC RATTAN MENGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN

Petrus Sokibi, Muhammad Irfan, Chairun Nas
Teknik Informatika, Universitas Catur Insan Cendekia
Jalan Kesambi No 202 Cirebon, Indonesia
petrussokibi@cic.ac.id

ABSTRAK

CV Aesthetic Rattan, sebuah perusahaan kerajinan rotan, menghadapi tantangan dalam pemasaran dan promosi produknya yang saat ini hanya mengandalkan media sosial Instagram. Keterbatasan ini menyebabkan kesulitan dalam pengelolaan pesanan dan penyediaan informasi produk yang efektif kepada pelanggan. Untuk mengatasi masalah tersebut, penelitian ini bertujuan merancang sebuah e-katalog produk berbasis website yang dapat meningkatkan visibilitas produk dan efisiensi pemasaran perusahaan. Perancangan e-katalog dilakukan menggunakan metode User Centered Design (UCD) untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengembangan website menggunakan bahasa pemrograman PHP, HTML, CSS, JavaScript, framework Laravel, dan database MySQL. Fitur-fitur utama yang diimplementasikan meliputi katalog produk online, sistem pengelolaan produk untuk admin, dan layanan live chat untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Hasil implementasi menunjukkan bahwa e-katalog berbasis website berhasil menyediakan platform pemasaran yang lebih efektif bagi CV Aesthetic Rattan. Namun, diperlukan pengembangan lebih lanjut untuk mengintegrasikan fitur e-commerce langsung ke dalam website. Secara keseluruhan, e-katalog ini berhasil meningkatkan visibilitas produk dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dalam menjelajahi produk-produk CV Aesthetic Rattan.

Kata kunci : *E-Katalog, User Centered Design, Website, Pemasaran Digital, Kerajinan, Rotan.*

1. PENDAHULUAN

Industri kerajinan rotan merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi besar dalam pengembangan perekonomian di Indonesia. CV Aesthetic Rattan adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri ini, yang secara konsisten menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi dari bahan baku rotan. Namun, dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan memerlukan strategi pemasaran dan promosi yang lebih efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka.

Dalam era digital yang semakin berkembang, keberadaan website menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kehadiran dan visibilitas online mereka. Namun, hingga saat ini, CV Aesthetic Rattan masih mengandalkan platform media sosial, khususnya Instagram, sebagai satu-satunya media untuk kegiatan pemasaran dan promosi mereka. Meskipun Instagram dapat menjadi media yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada khalayak luas, hal ini juga dapat membawa sejumlah masalah yang perlu diatasi. Salah satunya adalah kesulitan bagi admin Instagram dalam menyortir pesanan yang masuk melalui *direct message* (DM) Instagram, karena tidak adanya sistem yang terintegrasi untuk mengelola pesanan tersebut dengan efisien sehingga dapat memperlambat respons terhadap pelanggan. Selain itu, pelanggan yang tertarik untuk melihat katalog produk sering kali harus meminta file PDF katalog melalui DM, yang tidak hanya memakan waktu tetapi juga memperumit proses pemesanan dan dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, adopsi sebuah website perusahaan sebagai platform pemasaran dan promosi dapat menjadi solusi yang efektif dalam mengatasi masalah-masalah ini, serta memberikan pengalaman yang lebih terstruktur dan menyeluruh bagi pengguna yang tertarik dengan produk-produk CV Aesthetic Rattan. Dengan memanfaatkan website, perusahaan dapat menyediakan katalog produk yang lengkap dan mudah diakses secara online, serta menyediakan fitur-fitur interaktif yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dengan lebih mudah dan nyaman.

Seperti pada Jurnal dengan judul “Perancangan Sistem Informasi E-Catalogue Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall”. Menyatakan bahwa Sistem informasi E-Catalogue Cv. Ramos Ponsel ini memberikan kemudahan pihak Cv. Ramos Ponsel dalam mengelola kategori data barang, data barang, data pesanan, data user, laporan penjualan, dan invoice yang sebelumnya di tulis di kertas. Sistem informasi E-Catalogue Cv. Ramos Ponsel memberikan kemudahan pihak Cv. Ramos Ponsel dalam memberikan update informasi barang yang akan dilihat oleh pelanggan secara realtime sehingga pelanggan memperoleh informasi yang tepat dan akurat. Sistem informasi E-Catalogue Cv. Ramos Ponsel menghilangkan penggunaan katalog kertas yang tidak dapat diupdate secara informasi barang yang ditampilkan [1].

Dan berdasarkan penelitian tentang perancangan e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma dengan metode User Centered Design untuk meningkatkan layanan kualitas promosi berbasis web dan mobile

Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-katalog promosi yang dirancang dengan metode User Centered Design dapat menghasilkan e-katalog yang lebih menarik, mudah digunakan, dan informatif [2].

Juga dari jurnal berjudul “E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web”. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa website penjualan kopi sapit dengan menggunakan metode penelitian Research and Development (R&D) dinyatakan valid setelah melalui tahap evaluasi oleh ahli materi, ahli media maupun pengguna. Pada tahap evaluasi, kevalidan website penjualan kopi sapit dinilai dari segi ahli materi didapatkan bahwa rata-rata persentase sebesar 93% dengan kategori Sangat Layak. Dalam penilaian oleh ahli media didapatkan rerata persentase sebesar 71% dengan kategori layak. Kevalidan website penjualan kopi sapit yang diperoleh dari angket pengguna dengan rerata persentase sebesar 75% dengan kategori Layak [3].

Metode perancangan yang akan digunakan untuk merancang e-katalog produk CV Aesthetic Rattan adalah Metode User Centered Design (UCD). UCD adalah pendekatan desain antarmuka yang berfokus pada pengguna, dengan mengambil kesimpulan dari pengalaman pengguna melalui observasi efisien, analisis kebutuhan, dan karakteristik pengguna. Proses perancangan interface ini akan difokuskan pada tujuan kegunaan, karakteristik pengguna, tugas, dan alur kerja yang terintegrasi dalam desain interface. Dengan pendekatan ini, e-katalog produk akan dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman pengguna yang optimal, bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna dalam menjelajahi dan mempelajari produk rotan dari CV Aesthetic Rattan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Setelah mengkaji beberapa penelitian ditemukan bahwa beberapa di antaranya berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan.

Jurnal dengan judul “Perancangan Sistem Informasi *E-Catalogue* Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall”. Menyatakan bahwa Sistem informasi *E-Catalogue* Cv. Ramos Ponsel ini memberikan kemudahan pihak Cv. Ramos Ponsel dalam mengelola kategori data barang, data barang, data pesanan, data user, laporan penjualan, dan *invoice* yang sebelumnya di tulis di kertas. Sistem informasi *E-Catalogue* Cv. Ramos Ponsel memberikan kemudahan pihak Cv. Ramos Ponsel dalam memberikan update informasi barang yang akan dilihat oleh konsumen secara realtime sehingga konsumen memperoleh informasi yang tepat dan akurat. Sistem informasi *E-Catalogue* Cv. Ramos Ponsel menghilangkan penggunaan katalog kertas yang tidak dapat di-update secara informasi barang yang ditampilkan.

Berdasarkan penelitian tentang perancangan e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma dengan metode User Centered Design untuk meningkatkan

layanan kualitas promosi berbasis web dan mobile Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-katalog promosi yang dirancang dengan metode User Centered Design dapat menghasilkan e-katalog yang lebih menarik, mudah digunakan, dan informatif.

Dari jurnal berjudul “E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web”. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa website penjualan kopi sapit dengan menggunakan metode penelitian Research and Development (R&D) dinyatakan valid setelah melalui tahap evaluasi oleh ahli materi, ahli media maupun pengguna. Pada tahap evaluasi, kevalidan website penjualan kopi sapit dinilai dari segi ahli materi didapatkan bahwa rerata persentase sebesar 93% dengan kategori Sangat Layak. Dalam penilaian oleh ahli media didapatkan rerata persentase sebesar 71% dengan kategori layak. Kevalidan website penjualan kopi sapit yang diperoleh dari angket pengguna dengan rerata persentase sebesar 75% dengan kategori Layak.

2.1. Perancangan

Perancangan sistem adalah langkah krusial dalam pengembangan perangkat lunak. Pada tahap ini, desainer sistem menggambarkan dan mendokumentasikan berbagai aspek fungsional dan struktural dari sistem yang akan dibangun [4].

2.2. Katalog Elektronik

Katalog elektronik merupakan katalog versi digital dan katalog merupakan sejenis brosur yang berisikan informasi produk serta dilengkapi dengan gambar [5]. E-katalog merupakan evolusi dari katalog tradisional yang disajikan dalam format digital.

2.3. Website

Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*) [6].

2.4. User Interface

User interface (UI) atau antarmuka pengguna adalah titik interaksi antara manusia dan mesin dalam perangkat lunak atau perangkat keras komputer. UI memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan sistem secara efisien dan efektif. UI dapat mencakup layar tampilan, papan ketik, tetikus, dan lainnya [7].

2.5. PHP

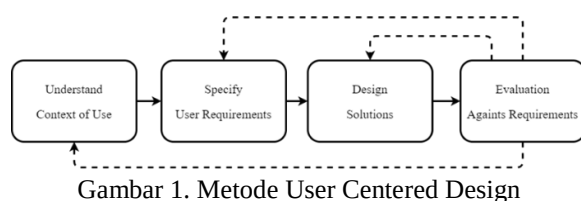
Sebagai bahasa yang memiliki hak cipta yang dikenal dengan open source, yang mana pengguna data dapat mengembangkan kode kode pemrograman sesuai dengan fungsi dan kebutuhannya [8].

2.6. Javascript

JavaScript adalah bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat halaman web lebih dinamis dan interaktif. JavaScript memungkinkan penambahan fungsionalitas yang lebih kompleks seperti pembuatan aplikasi, alat (tools), dan bahkan game langsung di dalam web [9].

3. METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *User Centered Design* (UCD). UCD berfokus pada kebutuhan, preferensi, dan perilaku pengguna dalam proses pembuatan produk atau layanan [10]. Tujuan dari UCD adalah menciptakan produk yang mudah digunakan, bermanfaat, dan memberikan pengalaman pengguna yang positif. Terdapat empat tahap utama dalam proses UCD:



Gambar 1. Metode User Centered Design

3.1. Understand Context of Use

Pada tahap ini, dilakukan proses untuk memahami jenis pengguna dari website e-katalog produk, serta mengidentifikasi stakeholder yang terlibat dalam pengembangan sistem, termasuk pemilik CV Aesthetic Rattan. Fokus utama pada tahap ini adalah mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan memahami masalah yang mereka hadapi. Berikut adalah hasil wawancara mengenai kegunaan aplikasi:

- Apa masalah utama yang Anda hadapi saat mencari informasi produk? Masalah utama yang dihadapi adalah kebingungan pelanggan dalam mencari informasi produk, sehingga mereka harus mengirim pesan melalui Instagram untuk meminta detail produk.
- Apa yang Anda harapkan dari e-katalog produk ini? Pemilik menginginkan e-katalog dengan fitur seperti kategori produk, informasi tentang perusahaan, kontak perusahaan, dan fitur live-chat.
- Bagaimana Anda ingin berinteraksi dengan e-katalog tersebut? Pemilik ingin adanya menu produk yang memudahkan pelanggan mencari informasi produk, serta menu tentang perusahaan dan kontak perusahaan sebagai informasi tambahan di dalam e-katalog. Live-chat juga diharapkan sebagai media komunikasi real-time.

3.2. Specify User Requirements

Pada langkah ini, fokus diberikan pada pengembangan aplikasi e-katalog produk yang memperhitungkan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi [11]. Berdasarkan wawancara dengan pemilik CV Aesthetic Rattan, beberapa kebutuhan pengguna telah ditetapkan sebagai berikut:

- Sistem harus menyediakan kategori produk yang jelas untuk memudahkan pelanggan mencari informasi produk yang diinginkan.
- Informasi tentang perusahaan (*About Us*) harus mudah diakses dalam e-katalog untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelanggan tentang CV Aesthetic Rattan.
- Kontak perusahaan harus tercantum dengan jelas agar pelanggan dapat dengan mudah menghubungi perusahaan untuk pertanyaan atau pembelian.
- Fitur *live-chat* harus tersedia untuk memungkinkan komunikasi real-time antara pelanggan dan perusahaan.

3.3. Design Solution

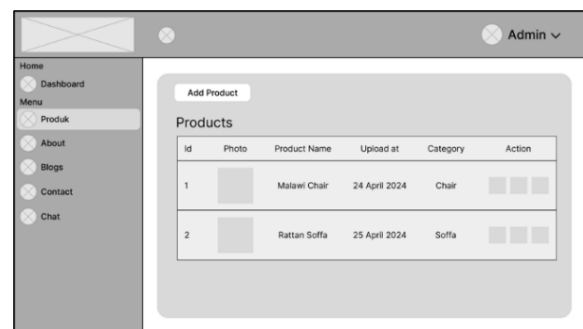
Setelah memahami kebutuhan pengguna, langkah selanjutnya adalah merancang solusi untuk aplikasi e-katalog produk [12]. Ini termasuk menghasilkan desain antarmuka pengguna (*User Interface*) yang intuitif dan mudah digunakan, serta mengintegrasikan fitur-fitur yang diinginkan seperti:

3.4. Low Fidelity

Low fidelity adalah bentuk prototipe yang sederhana dan minimalis, yang biasanya menggunakan sketsa tangan atau wireframes dasar. Tujuan utamanya adalah untuk menggambarkan struktur dan aliran informasi dasar tanpa memasukkan detail visual yang kompleks [13]. *Low-fi* digunakan pada tahap awal proses desain untuk menguji konsep dan mendapatkan umpan balik cepat dari pengguna atau pemangku kepentingan.

3.5. Kelola Produk

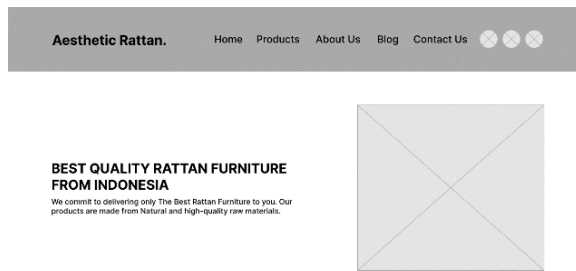
Tampilan utama dari kelola produk yang berisi daftar produk yang sudah di tambahkan.



Gambar 2. Low Fidelity Kelola Produk

3.6. Tampilan Utama User

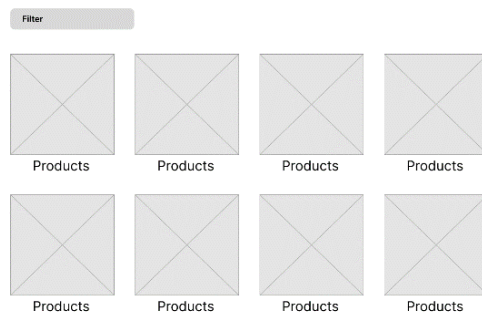
Bagian utama di halaman depan yang dirancang untuk menarik perhatian pengunjung saat pertama kali masuk situs.



Gambar 3. Low Fidelity Tampilan Utama User

3.7. Daftar Produk

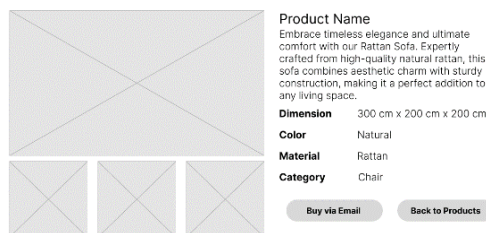
Halaman yang memperlihatkan daftar semua produk yang bisa dipesan.



Gambar 4. Low Fidelity Daftar Produk

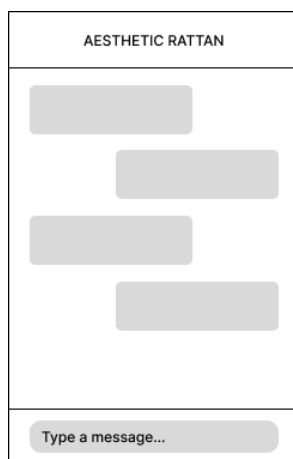
3.8. Detail Produk

Halaman yang menjelaskan secara lengkap tentang satu produk tertentu untuk pembeli.



Gambar 5. Low Fidelity Detail Produk

3.9. Live Chat

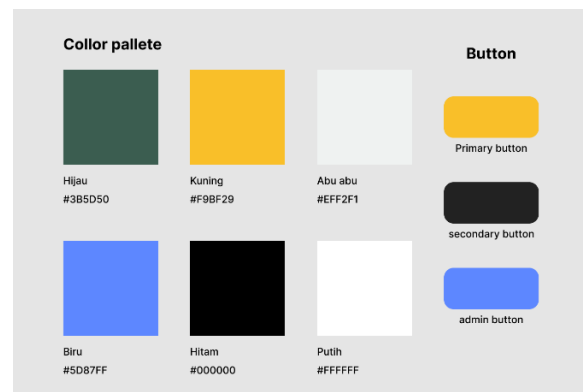


Gambar 6. Low Fidelity Live Chat

Fitur yang memungkinkan pengunjung berbicara langsung dengan layanan pelanggan melalui pesan singkat.

3.10. Desain Guideline

Desain *guideline* website didasarkan pada elemen visual yang menekan keseragaman dan konsistensi dalam pemilihan warna, logo, icon dan button untuk prototype website [7]. Pemilihan warna tersebut berasal dari hasil riset kepada responden tentang warna yang sesuai, mudah dan nyaman pada saat ditampilkan. berikut adalah hasil dari desain *guideline* untuk prototype website.



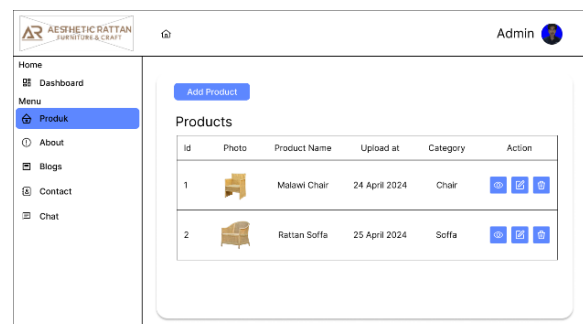
Gambar 7. Color Palette

3.11. High Fidelity

High fidelity adalah bentuk prototipe yang sangat rinci dan realistis, yang menyerupai produk akhir dalam hal tampilan dan fungsionalitas. Prototipe *high-fi* mencakup elemen visual lengkap seperti warna, tipografi, dan gambar, serta interaktivitas yang mendekati atau sama dengan produk akhir. *High-fi* digunakan untuk pengujian pengguna akhir, validasi desain, dan mendapatkan persetujuan dari pemangku kepentingan sebelum pengembangan produk final.

3.12. Kelola Produk

Tampilan utama dari kelola produk yang berisi daftar produk yang sudah di tambahkan.



Gambar 8. High Fidelity Kelola Produk

3.13. Tampilan Utama User

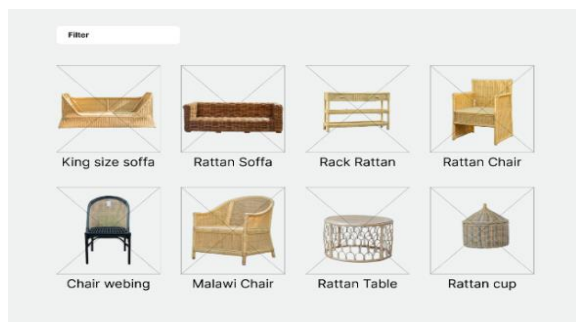
Bagian utama di halaman depan pengunjung saat pertama kali masuk situs.



Gambar 9. High Fidelity Tampilan Utama User

3.14. Daftar Produk

Halaman yang memperlihatkan daftar semua produk yang bisa dipesan.



Gambar 10. High Fidelity Daftar Produk

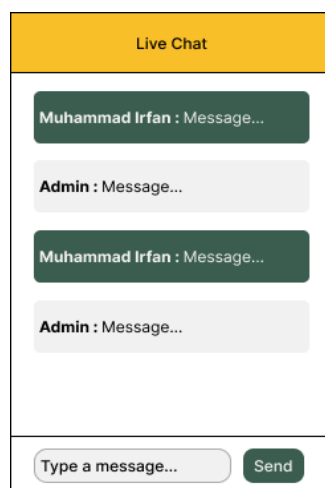
3.15. Detail Produk

Halaman yang menjelaskan secara lengkap tentang satu produk tertentu untuk pembeli.



Gambar 11. High Fidelity Detail Produk

3.16. Live Chat



Gambar 12. High Fidelity Live Chat

Fitur yang memungkinkan pengunjung berbicara langsung dengan layanan pelanggan melalui pesan singkat.

3.17. Evaluation Against Requirements

Langkah terakhir adalah mengevaluasi solusi yang dirancang untuk memastikan bahwa aplikasi e-katalog produk memenuhi persyaratan pengguna yang telah ditetapkan sebelumnya [14]. Pada tahap ini dilakukan proses rekrutmen responden terkait kebutuhan wawancara dan user testing sebagai berikut dibawah ini.

Tabel 1. Daftar Responden User Testing

Kode	Nama Responden	Pekerjaan	Jenis Kelamin
UST1	Chaerul Arifin	Pemilik	L
UST2	Muhammad Ivan Setiawan	Mahasiswa	L
UST3	Muamar Aldi Dafiqih	Pedagang	L
UST4	Diah Pitaloka	Mahasiswi	P

Kemudian dilakukan proses wawancara kepada responden tersebut dengan daftar pertanyaan dibawah ini.

Tabel 2. Daftar pertanyaan

Kode	Pertanyaan
Q1	Bagaimana menurut Anda kategori produk dalam e-katalog ini? Apakah sudah cukup jelas dan mudah diakses?
Q2	Seberapa mudah Anda menemukan kategori produk dalam e-katalog ini? Apakah ada saran untuk perbaikan?
Q3	Apakah informasi tentang perusahaan (About Us) mudah diakses dan informatif?
Q4	Apakah ada saran untuk meningkatkan e-katalog ini agar lebih efektif dalam promosi dan pemasaran?

Pada proses wawancara dan testing prototype terhadap responden, didapatkan hasil wawancara sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil user testing

Kode	Pertanyaan			
	Q1	Q2	Q3	Q4
US T1	Kategori produk dalam e-katalog ini sangat jelas dan mudah diakses.	Sangat mudah untuk menemukan kategori produk	Informasi tentang perusahaan sangat mudah diakses	Saya sarankan untuk menambahkan lebih banyak testimonial dari pelanggan.
US T2	Bisa lebih baik jika ada	Saya bisa menemukan	Saya menemukan informasi	Mungkin bisa ditambahkan fitur

Kode	Pertanyaan			
	Q1	Q2	Q3	Q4
	penambahan kategori untuk lebih memudahkan pencarian.	kategori produk dengan cukup mudah, namun mungkin penambahan fitur filter bisa membantu.	i About Us cukup mudah diakses	video produk untuk menunjukkan detail dan kualitas produk secara lebih baik.
US T3	Kategori produk sudah cukup baik	Menemukan kategori produk cukup mudah.	Informasi About Us mudah diakses	Saya pikir promosi bisa lebih efektif jika ada fitur untuk membandingkan produk.
US T4	Saya mengalami kesulitan saat mencari beberapa kategori produk.	Mungkin bisa ditambahkan menu drop-down	Bagian about us mudah di akses.	Menambahkan blog atau artikel tentang tren rattle bisa menarik lebih banyak pengunjung

Berdasarkan hasil wawancara kepada responden kemudian diolah dan menghasilkan kesimpulan seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4. Hasil evaluasi

Kode	Pertanyaan	Hasil
Q1	Bagaimana menurut Anda kategori produk dalam e-katalog ini? Apakah sudah cukup jelas dan mudah diakses?	Secara umum, kategori produk dalam e-katalog sudah jelas dan mudah diakses bagi sebagian besar pengguna. Namun, ada beberapa saran untuk perbaikan, seperti penambahan sub-kategori, peningkatan tampilan visual, dan pengaturan ulang untuk kemudahan navigasi.
Q2	Seberapa mudah Anda menemukan kategori produk dalam e-katalog ini? Apakah ada saran untuk perbaikan?	Pengguna menemukan kategori produk dalam e-katalog ini cukup mudah diakses. Namun, beberapa pengguna menyarankan penambahan fitur filter, ikon yang lebih besar, menu drop-down.
Q3	Apakah informasi tentang perusahaan (About Us) mudah	Informasi tentang perusahaan (About Us) umumnya mudah diakses dan informatif. Namun,

Kode	Pertanyaan	Hasil
	diakses dan informatif?	ada beberapa saran untuk peningkatan, seperti penyajian informasi yang lebih rinci, penambahan visual atau video.
Q4	Apakah ada saran untuk meningkatkan e-katalog ini agar lebih efektif dalam promosi dan pemasaran?	Pengguna memberikan berbagai saran untuk meningkatkan efektivitas e-katalog dalam promosi dan pemasaran, termasuk penambahan testimonial pelanggan dan konten blog atau artikel tentang tren rattle.

Pada tahap *evaluate against requirement* juga dilakukan dengan cara membagikan kuesioner dengan daftar pertanyaan menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)*, kepada 4 pengguna dan 10 acak sebagai responden.

Tabel 5. Hasil dari responden acak

JK	Skor									
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
P	5	2	4	4	4	3	4	4	5	4
L	5	1	5	1	5	2	5	5	5	5
L	5	2	5	1	5	1	5	5	5	4
L	4	2	4	4	4	2	3	4	5	4
L	5	2	5	3	4	2	4	4	4	4
P	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4
L	3	2	3	3	5	2	5	5	5	3
L	4	1	3	2	5	2	4	4	5	4
L	4	2	4	3	4	2	3	4	4	4
P	4	1	3	2	5	2	4	4	4	5

Setelah melakukan penyebaran kuesioner SUS didapat data asli hasil kuesioner, data tersebut nantinya akan dihitung untuk diberikan pembobotan sesuai dengan SUS score [15]. Namun terdapat aturan dalam menghitung SUS score, berikut ini aturan-aturan saat pembobotan skor pada data skor asli hasil kuesioner:

- Setiap pertanyaan bernomor ganjil, skor akhirnya merupakan hasil pengurangan skor responden (x) dikurangi 1.
- Setiap pertanyaan bernomor genap, skor akhirnya didapat hasil pengurangan 5 dikurangi skor responden (x).
- Pembobotan SUS score didapat dari hasil penjumlahan keseluruhan skor responden dikali 2,5.

Untuk perhitungan selanjutnya, SUS score dari masing-masing responden diambil rata-rata skor dengan cara menjumlahkan keseluruhan skor dan dibagi dengan jumlah responden, berikut rumusnya:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

$$x = \text{skor rata rata}$$

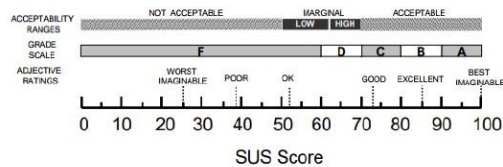
$$\sum x = \text{Jumlah skor SUS}$$

$$n = \text{Jumlah responden}$$

Tabel 6. Hasil Perhitungan Acak

No	Jumlah	Jumlah x 2,5
1	33	83
2	33	83
3	32	80
4	30	75
5	31	78
6	29	73
7	30	75
8	28	70
9	28	70
10	28	70
Hasil		76

Dari hasil perhitungan diatas didapat skor rata-rata untuk prototype E-katalog sebesar 76 atau lebih tepatnya 75,5 dengan kategori “acceptable” dan rating “Good”.



Gambar 13. SUS Score

Hasil ini mengindikasikan bahwa E-katalog tidak hanya dapat diterima oleh pengguna, tetapi juga dinilai baik dalam hal kegunaan dan pengalaman pengguna. Skor ini berada di atas rata-rata standar kegunaan SUS yang umumnya sekitar 68, menunjukkan bahwa telah berhasil melampaui ekspektasi dasar pengguna.

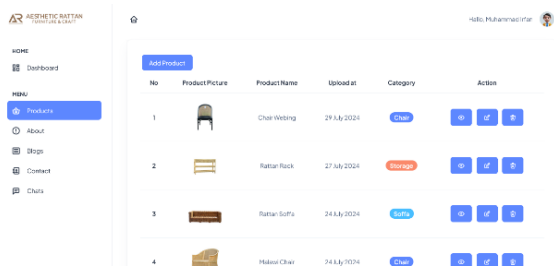
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Tampilan Program

Bagian ini akan menjelaskan berbagai tampilan yang ada dalam program e-katalog produk rattan yang telah dibangun. Tampilan-tampilan ini mencakup berbagai aspek interaksi antara pengguna dengan sistem, termasuk tampilan input, output, dan user.

4.2. Kelola Produk

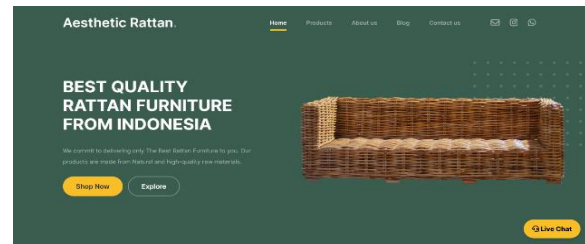
Tampilan utama dari kelola produk yang berisi daftar produk yang sudah di tambahkan.



Gambar 14. Kelola produk

4.3. Tampilan Utama User

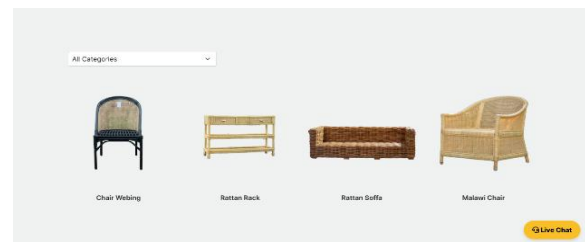
Bagian utama di halaman depan pengunjung saat pertama kali masuk situs.



Gambar 15. Tampilan utama

4.4. Daftar Produk

Halaman yang memperlihatkan daftar semua produk yang bisa dipesan.



Gambar 16. Daftar produk

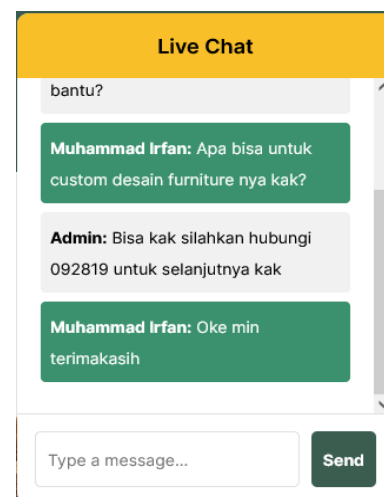
4.5. Detail Produk

Halaman yang menjelaskan secara lengkap tentang satu produk tertentu untuk pembeli.



Gambar 17. Detail produk

4.6. Live Chat



Gambar 18. Live chat

Fitur yang memungkinkan pengunjung berbicara langsung dengan layanan pelanggan melalui pesan singkat.

4.7. Pengujian

Pengujian Black Box berfokus pada pengujian fungsionalitas sistem tanpa melihat kode internal. Berikut adalah kasus pengujian untuk setiap tampilan input yang telah dijelaskan:

a. Tambah Produk

Kasus Uji : Menambah produk baru dengan informasi lengkap dan tidak lengkap.

Tabel 7. Blackbox kelola produk

Nama produk	Terisi	Terisi
Thumbnail	Terisi	Terisi
Foto	Terisi	Terisi
Deskripsi	Kosong	Terisi
Dimensi	Terisi	Terisi
Warna	Terisi	Terisi
Hasil	Deskripsi kosong, tetap di halaman tambah produk dengan pesan error	Produk ditampilkan di halaman produk

b. Kelola Chat

Kasus Uji : Mengirim pesan chat dengan informasi lengkap dan tidak lengkap.

Tabel 8. Blackbox kelola pesan

Pesan	Kosong	Terisi
Hasil	Pesan kosong, tetap di halaman chat dengan pesan eror	Pesan ditampilkan di kolom chat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan website e-katalog CV Aesthetic Rattan telah meningkatkan efektivitas pemasaran dan aksesibilitas informasi produk, serta memperbaiki interaksi dengan pelanggan melalui fitur live chat. Untuk pengembangan ke depan, disarankan integrasi sistem e-commerce, penerapan analitik yang lebih canggih, evaluasi berkala terhadap kinerja website, serta eksplorasi integrasi dengan platform media sosial lain untuk memperluas jangkauan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. M. Butarbutar, D. Darmansah, and R. N. S. Amriza, "Perancangan Sistem Informasi E-Catalogue Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall," *J. Sist. Komput. dan Inform.*, vol. 3, no. 4, p. 438, 2022, doi: 10.30865/json.v3i4.4165.
- [2] A. Azlan and J. Prayudha, "Perancangan E-Katalog Promosi STMIK Triguna Dharma Dengan Metode User Centered Design Untuk Meningkatkan Layanan Kualitas Promosi Berbasis Web dan Mobile," *J. Media Inform. Budidarma*, vol. 4, no. 4, pp. 1140–1152, 2020, doi: 10.30865/mib.v4i4.2367.
- [3] D. Yulistina and B. D. D. Arianti, "E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web," *EDUMATIC J. Pendidik. Inform.*, vol. 3, no. 2, pp. 45–52, 2019, doi: 10.29408/edumatic.v3i2.1766.
- [4] R. Adam and V. Asih, "Ui/Ux Sistem Informasi Layanan Posyandu Rajawali Dengan Metode User Centered Design," *J. Graf.*, vol. 1, no. 2, pp. 27–34, 2023.
- [5] S. R. U. A. S. Andy Antonius Setiawan, Arie S.M. Lumenta, "Rancang Bangun Aplikasi Unsrat E-Catalog," *J. Tek. Inform.*, vol. 14, no. 4, pp. 1–9, 2019.
- [6] I. P. Sari, A. Jannah, A. M. Meuraxa, A. Syahfitri, and R. Omar, "Perancangan Sistem Informasi Penginputan Database Mahasiswa Berbasis Web," *Hello World J. Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 2, pp. 106–110, 2022, doi: 10.56211/helloworld.v1i2.57.
- [7] A. Putu, Y. M. Mas, P. Andi Reza, and M. A.-Z. Hanifah, "Perancangan Antarmuka Website E-commerce UMKM Pertenunan Pelangi Dengan Metode Design Thinking," *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 10, no. 4, pp. 453–466, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.mdp.ac.id>
- [8] D. Purnama Sari and R. Wijanarko, "Implementasi Framework Laravel pada Sistem Informasi Penyewaan Kamera (Studi Kasus di Rumah Kamera Semarang)," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 2, no. 1, p. 32, 2020, doi: 10.36499/jinrpl.v2i1.3190.
- [9] S. Mariko, "Aplikasi website berbasis HTML dan JavaScript untuk menyelesaikan fungsi integral pada mata kuliah kalkulus," *J. Inov. Teknol. Pendidik.*, vol. 6, no. 1, pp. 80–91, 2019, doi: 10.21831/jitp.v6i1.22280.
- [10] I. Kresna A, "Perancangan Sistem Irigasi Berbasis IoT pada Sawah Padi di Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas," *LEDGER J. Inform. Inf. Technol.*, vol. 1, no. 3, pp. 1–9, 2022, doi: 10.20895/ledger.v1i3.736.
- [11] R. T. Maulana, "Perancangan User Interface User Experience Dengan Metode User Centered Design Pada Aplikasi Mobile Auctentik," *Informatics Eng.*, p. 60, 2020, [Online]. Available: <https://dspace.uui.ac.id/123456789/28891>
- [12] N. M. C. Utami and F. P. P. Setyawan, "Redesign User Interface Dengan Metode Design Thinking: Studi Kasus," *Invent. Ind. Vocat. E-Journal Agroindustry*, vol. 4, no. 2, p. 87, 2023, doi: 10.52759/inventory.v4i2.138.
- [13] D. S. Mubiarto, R. Rizal Isnanto, and I. P. Windasari, "Menggunakan Metode User Centered Design (UCD)," *J. Tek. Komput.*, vol. 1, no. 4, pp. 209–216, 2023, doi: 10.14710/jtk.v1i4.37686.
- [14] I. B. Nayottami, B. Zaman, and E. Hariyanti, "Evaluasi Dan Desain Ulang Antarmuka

Menggunakan Metode User Centered Design (Ucd) (Studi Kasus: Aplikasi Kampus Kita Tendik),” *J. Inform. dan Komput.*, vol. 91, no. 1, pp. 91–101, 2024, doi: 10.35508/jicon.v12i1.13287.

[15] M. Yaputra, “Peran User-Centered Design terhadap Perancangan User Experience Aplikasi Community Marketplace,” *JDMIS J. Data Min. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 48–55, 2023, doi: 10.54259/jdmis.v1i1.1525.