

PROPOSAL PENELITIAN

**PENGEMBANGAN WEBSITE KATALOG DENGAN UI/UX SEBAGAI
BRANDING PRODUK STREETWEAR PADA TOKO SIX6TREET**



Dosen Pengampu:

Hardiansyah Putra, S.T.,M.Kom.

Disusun oleh:

Dian Nabila Putri (2214372022)

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI FAKULTAS SAINS DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI 2025**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penelitian ini berjudul: “Pengembangan Website Katalog Dengan Desain UI/UX Sebagai Branding Produk Streetwear Pada Toko Six6street”. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Hamdani, S.T., MT selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Dr. Rian Farta Wijaya, S.Kom., M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknologi Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
4. Bapak Hardiansyah Putra, S.T., M.Kom. selaku pembimbing yang dengan sabar membimbing dan mengoreksi penelitian penulis serta memberikan berbagai saran agar penelitian yang dihasilkan menjadi semakin lebih baik.
5. Para Dosen dan Staff Pengajar Prodi Teknologi Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Panca Budi Medan atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Terkhusus kepada ayah penulis tercinta yaitu Bapak M.Yasir yang selalu dan tiada henti-hentinya mendoakan saya, menyemangati dan menjadi penyemangat perjuangan penulis selama ini. Dari beliau, saya belajar tentang arti ketangguhan, kejujuran, dan bagaimana menghadapi setiap tantangan dengan senyuman. Semoga karya ini dapat menjadi bentuk penghormatan atas jasa-jasa beliau.
7. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Teknologi Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan Proposal Mini Riset ini.

Saya menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I.....	6
PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang.....	6
1.2 Rumusan Masalah.	6
1.3 Batasan Masalah.	7
1.4 Tujuan Penelitian.	7
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.6 Keaslian Penelitian.....	8
BAB II	9
1.1 Review Penelitian Sebelumnya.	9
1.7 Dasar Teori.	11
1.8 Website Katalog.	11
1.9 User Interface (UI).....	13
1.10 User Experience (UX).....	13
1.11 Branding Produk.	13
1.1.1 Sistem Pemesanan <i>Online</i>.	15
1.1.2 Komponen Utama Sistem Pemesanan <i>Online</i>.	16
1.1.3 Katalog Produk Digital.....	16
1.1.4 Sistem Keranjang Belanja.....	16
1.1.5 Manajemen Data Pelanggan	16
1.1.6 Gateway Pembayaran.....	17
1.1.7 Keunggulan Operasional.....	17
1.1.8 Manfaat Strategis untuk Pengembangan Bisnis.	18
1.1.9 Dampak pada Pengalaman Pelanggan.....	18
BAB III.....	19
1.1 Diagram Alir Penelitian.....	19
1.2 Jenis Penelitian.....	21
1.3 Metode Pengumpulan Data.....	22

1.4	Analisis Kebutuhan Sistem.	23
1.5	Perancangan Antarmuka.	25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Perkembangan dunia fashion, khususnya dalam segmen streetwear, menunjukkan tren yang semakin meningkat di kalangan generasi muda. Toko SIX6STREET sebagai salah satu pelaku usaha fashion lokal menghadapi tantangan untuk membangun identitas merek yang kuat dan menjangkau konsumen secara lebih luas. Salah satu cara efektif untuk memperkuat citra dan daya saing brand adalah melalui media digital yang menarik dan fungsional.

Website katalog bukan hanya menjadi alat untuk menampilkan produk, namun juga menjadi representasi visual dari identitas merek. Oleh karena itu, penting bagi toko SIX6STREET untuk memiliki website dengan desain UI (User Interface) dan UX (User Experience) yang optimal. UI yang estetis dan UX yang intuitif dapat meningkatkan pengalaman pengguna serta memperkuat citra profesional brand di mata konsumen.

Proyek ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah website katalog berbasis desain UI/UX yang tidak hanya menampilkan produk secara visual menarik, tetapi juga memperkuat branding toko SIX6STREET.

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang UI/UX website katalog yang sesuai dengan karakter brand Six6street?
2. Bagaimana mengembangkan website katalog produk yang efektif dan menarik bagi pengguna?
3. Bagaimana website dapat meningkatkan branding dan visibilitas toko di ranah digital?

1.3 Batasan Masalah.

Agar perancangan aplikasi lebih terfokus dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Website hanya berfungsi sebagai katalog produk tanpa fitur transaksi pembelian online.
2. Desain UI/UX akan disesuaikan dengan karakter streetwear dan identitas brand.
3. Konten produk akan menggunakan data yang tersedia dari pihak Six6street.
4. Website dikembangkan dalam skala sederhana untuk kepentingan studi kasus.

1.4 Tujuan Penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Merancang antarmuka website katalog yang menarik dan user-friendly.
2. Mengembangkan website yang mampu menampilkan produk secara visual dan informatif.
3. Menyediakan Solusi digital yang memperkuat branding Six6street melalui website katalog.

1.5 Metode Penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) dengan pendekatan Waterfall dalam tahapan pengembangan:

1. Analisis Kebutuhan.
2. Desain UI/UX.
3. Implementasi.
4. Pengujian dan Evaluasi.

1.6 Keaslian Penelitian.

Penelitian ini merupakan hasil dari gagasan dan pengembangan orisinal yang dilakukan oleh penulis. Meskipun telah terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas pengembangan website katalog maupun desain UI/UX untuk branding, namun penelitian ini memiliki keunikan tersendiri karena:

1. Fokus pada brand lokal yaitu SIX6STREET, yang memiliki identitas produk streetwear dengan gaya khas dan target pasar tersendiri.
2. Mengintegrasikan pendekatan desain UI/UX sebagai bagian dari strategi branding digital, bukan sekadar menampilkan produk dalam katalog.
3. Penelitian ini menekankan pada pengalaman pengguna (user experience) untuk meningkatkan persepsi nilai merek (brand value) melalui tampilan dan interaksi pada website.
4. Seluruh proses desain, mulai dari perencanaan, pembuatan wireframe, hingga prototipe, dilakukan berdasarkan pendekatan user-centered design (UCD), yang disesuaikan dengan preferensi target pengguna SIX6STREET.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

1.1 Review Penelitian Sebelumnya.

Untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan penelitian yang relevan dan mengidentifikasi celah (*novelty*) dalam topik perancangan website katalog sebagai branding produk, berikut disajikan tabel ringkasan penelitian terdahulu beserta metodologi, *platform*, dan hasil utamanya.

Table 0.1.1 Review penelitian sebelumnya

Nama	Judul	Metode Pengembangan	Platform	Hasil
Rini Astuti, Budi Santoso	Desain Website Katalog Produk Fashion Lokal Berbasis Web Responsive	<i>Waterfall Model</i>	<i>Web</i>	Website membantu pengguna melihat katalog koleksi dan meningkatkan pengalaman belanja online.
Syarif Hidayat, Lusi Apriani	Perancangan UI/UX Website untuk Branding Produk UMKM Fashion Berbasis Figma dan Web.	<i>Design Thinking</i>	<i>Web</i>	Memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan memperkuat identitas brand secara visual.
Ahmad Rizki Maulana, Siti Nuraini	Perancangan Website Katalog Produk Pakaian Menggunakan Pendekatan UML	<i>Unified Modeling Language (UML)</i>	<i>Web</i>	Menghasilkan desain sistem yang terstruktur dan efisien melalui pemodelan use case, class, dan activity diagram, serta mempermudah proses pengembangan antarmuka.

1.7 Dasar Teori.

Kajian teori berisi landasan teoritis yang mendukung penelitian ini, meliputi konsep-konsep dasar yang relevan dengan pengembangan website katalog dan desain antarmuka pengguna (UI/UX) sebagai bagian dari strategi branding produk streetwear. Adapun teori-teori yang digunakan antara lain:

1.8 Website Katalog.

Aplikasi berbasis *website katalog* merupakan jenis perangkat lunak yang dirancang khusus untuk menampilkan informasi produk dalam bentuk visual dan terstruktur melalui *web browser*, tanpa memerlukan proses instalasi pada perangkat pengguna. Website katalog berfungsi sebagai etalase digital yang memungkinkan pelanggan untuk melihat, menelusuri, dan memahami detail produk yang ditawarkan oleh sebuah brand atau toko secara online.

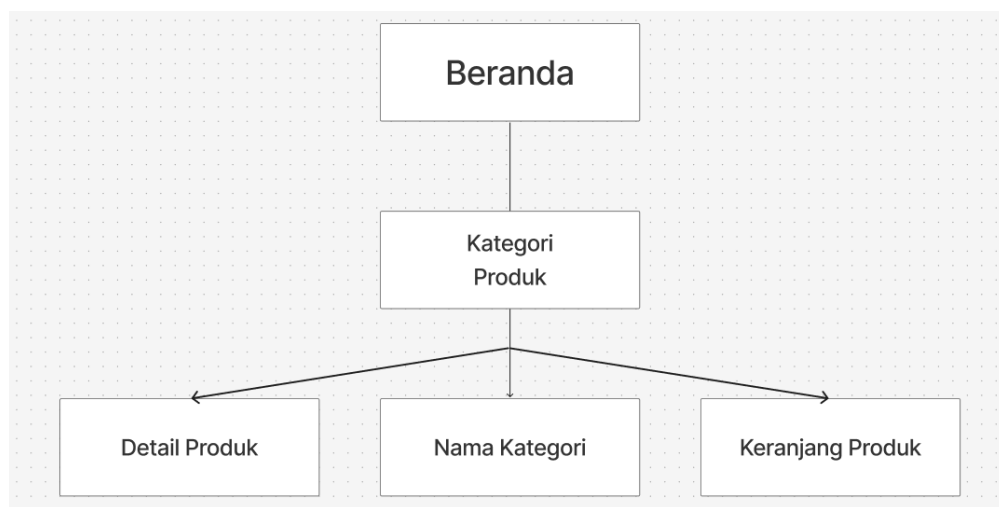
Dalam konteks toko streetwear seperti SIX6STREET, website katalog berperan penting dalam membangun citra merek (branding), meningkatkan eksposur produk, dan memberikan pengalaman pengguna (user experience) yang menarik serta konsisten dengan identitas visual merek. Aplikasi ini dapat diakses langsung melalui URL tertentu dan bersifat platform-independent, sehingga dapat dijalankan pada berbagai sistem operasi dan perangkat seperti Windows, macOS, Android, maupun iOS.

Cara kerja website katalog mengikuti model komunikasi *client-server*, di mana browser pengguna bertindak sebagai *client* yang mengirimkan permintaan HTTP ke *server*. Server kemudian memproses permintaan tersebut, mengakses *database* produk jika diperlukan, dan mengirimkan respons dalam bentuk *HTML*, *CSS*, dan *JavaScript* yang akan ditampilkan kepada pengguna.

Untuk mendukung fungsi katalog, teknologi yang umum digunakan pada sisi *front-end* mencakup *HTML*, *CSS*, dan *JavaScript*, sedangkan untuk *back-end* digunakan bahasa pemrograman seperti *PHP*, *Python*, atau *Node.js*, serta sistem manajemen basis data seperti *MySQL* atau *MongoDB*. Desain antarmuka pengguna (*User Interface*) dan pengalaman pengguna (*User Experience*) yang optimal sangat krusial agar pengguna dapat dengan mudah menemukan, memahami, dan tertarik pada produk yang ditampilkan.

Keunggulan utama dari pengembangan website katalog untuk toko SIX6STREET adalah sebagai berikut:

- a. Menyediakan media visual yang menarik untuk menampilkan produk streetwear secara professional.
- b. Meningkatkan daya tarik merek melalui pendekatan desain UI/UX yang konsisten dengan identitas toko.
- c. Mempermudah konsumen dalam mencari dan mengenali produk sesuai kategori, ukuran, dan preferensi gaya.
- d. Memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital yang mudah diakses kapan saja dan Dimana saja.



Gambar 0.1 Sketsa Kasar

1.9 User Interface (UI).

User Interface adalah tampilan visual dari sistem yang berperan penting dalam membentuk persepsi pertama pengguna terhadap produk digital. Elemen-elemen UI seperti layout, warna, ikon, dan tipografi harus dirancang secara konsisten untuk meningkatkan kenyamanan dan daya tarik pengguna.

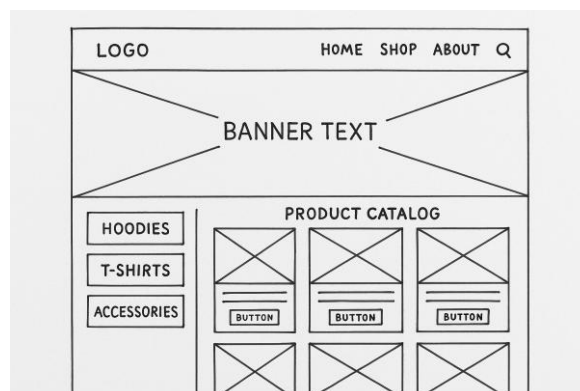
1.10 User Experience (UX).

User Experience merujuk pada pengalaman pengguna secara keseluruhan saat berinteraksi dengan sistem. UX yang baik ditentukan oleh kemudahan navigasi, kecepatan akses, dan kepuasan pengguna terhadap informasi dan layanan yang tersedia dalam website.

1.11 Branding Produk.

Branding merupakan proses menciptakan identitas dan citra produk yang kuat di benak konsumen. Dalam konteks digital, branding tidak hanya terbatas pada logo dan warna, tetapi juga mencakup pengalaman pengguna terhadap platform online seperti website.

Tujuan utama dari *User Interface* adalah menciptakan pengalaman pengguna yang optimal melalui desain yang nyaman, efisien, dan intuitif. *UI* yang baik memungkinkan pengguna untuk memahami cara kerja sistem tanpa memerlukan pembelajaran yang rumit atau waktu adaptasi yang lama. Hal ini sangat penting dalam era digital saat ini, di mana pengguna mengharapkan aplikasi dan sistem yang dapat langsung digunakan dengan mudah tanpa hambatan teknis yang berarti.



Gambar 0.2 User Interface

Terdapat empat prinsip fundamental yang harus diterapkan dalam merancang *UI* yang efektif:

1. **Konsistensi** - Elemen-elemen *UI* harus memiliki tampilan, perilaku, dan penempatan yang seragam di seluruh sistem, sehingga pengguna dapat memprediksi cara kerja *interface* berdasarkan pengalaman sebelumnya.
2. **Visibilitas** - Informasi dan fungsi yang penting harus mudah ditemukan dan terlihat jelas oleh pengguna, tanpa perlu pencarian yang rumit atau tersembunyi dalam menu yang dalam.
3. **Umpan Balik** - Sistem harus memberikan respons yang jelas dan tepat waktu terhadap setiap aksi yang dilakukan pengguna, sehingga pengguna memahami hasil dari tindakan mereka.
4. **Kesederhanaan** - Desain *UI* harus menghindari kompleksitas yang tidak perlu, fokus pada fungsi utama, dan menyajikan informasi dengan cara yang mudah dipahami.

Implementasi prinsip-prinsip ini dalam desain *UI* sangat penting untuk menciptakan sistem yang user-friendly dan dapat meningkatkan produktivitas pengguna. *UI* yang dirancang dengan baik tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga fungsionalitas, aksesibilitas, dan kebutuhan spesifik dari target pengguna. Dengan demikian, *UI* menjadi faktor kunci yang menentukan kesuksesan sebuah aplikasi atau sistem dalam memberikan nilai dan kepuasan kepada penggunanya.

Elemen-elemen *UX* yang perlu dioptimalkan meliputi:

- a. ***Onboarding Process*** – *Penyambutan* awal pengguna dengan navigasi dan panduan yang jelas mengenai katalog produk dan fitur.
- b. ***Search & Filter*** – *Fitur* pencarian produk streetwear yang akurat berdasarkan kategori, ukuran, harga, dan warna.
- c. ***Checkout Flow*** – *Proses* transaksi yang cepat, mudah, dan aman termasuk pilihan metode pembayaran.
- d. ***Product Presentation*** – *Visual* produk yang menarik dengan foto berkualitas tinggi, deskripsi produk yang jelas, dan layout yang bersih.
- e. ***Personalization*** – *Rekomendasi* produk sesuai minat pengguna berdasarkan riwayat pencarian atau pembelian.
- f. ***Dampak Strategis Kombinasi UI/UX Optimal*** – Memperkuat citra brand dan meningkatkan loyalitas pengguna terhadap toko Six6treet.

Implementasi desain *UI/UX* yang efektif dalam aplikasi pemesanan produk juga harus mempertimbangkan konteks penggunaan yang beragam, seperti pemesanan dalam kondisi terburu-buru, penggunaan di berbagai perangkat, dan preferensi demografis yang berbeda. Hal ini menuntut pendekatan *design thinking* yang *user-centric* dan *data-driven* untuk memastikan setiap elemen desain memberikan value yang optimal bagi pengguna dan bisnis.

1.1.1 Sistem Pemesanan *Online*.

Sistem pemesanan *online* merupakan *platform* digital yang dirancang untuk memudahkan proses transaksi antara konsumen dan toko streetwear secara efisien tanpa kehadiran fisik di toko. Dalam konteks toko SIX6STREET, sistem ini memungkinkan pelanggan untuk melihat katalog produk, memilih item fashion sesuai preferensi, serta melakukan pemesanan secara langsung melalui website.

Melalui sistem ini, pengalaman pengguna (*user experience*) menjadi lebih terpersonalisasi karena pelanggan dapat mengeksplorasi koleksi streetwear yang tersedia dengan navigasi antarmuka yang intuitif dan responsif. Fitur seperti keranjang belanja, form pemesanan cepat, serta integrasi dengan platform komunikasi (misalnya WhatsApp atau email) menjadi bagian penting dalam mendukung proses pemesanan secara efisien dan praktis.

Sistem pemesanan *online* ini tidak hanya mendukung sisi penjualan, tetapi juga memperkuat citra merek (*branding*) toko melalui desain *UI/UX* yang konsisten dengan karakter streetwear: berani, dinamis, dan ekspresif. Pengguna dapat mengakses layanan ini kapan saja dan dari mana saja, selama terdapat koneksi internet, sehingga menjangkau lebih banyak konsumen potensial di luar wilayah fisik toko.

1.1.2 Komponen Utama Sistem Pemesanan *Online*.

Arsitektur sistem pemesanan *online* pada website katalog SIX6STREET terdiri dari beberapa komponen utama yang saling terintegrasi untuk membentuk pengalaman belanja digital yang efisien dan menarik. Setiap modul memiliki peran khusus dalam mendukung alur transaksi dan memperkuat branding produk streetwear.

1.1.3 Katalog Produk Digital.

Katalog ini berfungsi sebagai *showcase virtual* yang menampilkan seluruh koleksi produk streetwear SIX6STREET, lengkap dengan gambar, nama produk, ukuran, deskripsi, harga, dan varian warna. Desain UI/UX yang atraktif dan responsif membantu pengunjung menjelajahi produk secara visual dan intuitif.

1.1.4 Sistem Keranjang Belanja.

Modul ini memungkinkan pengguna memilih dan mengelola produk yang ingin dibeli, menyesuaikan kuantitas, serta meninjau total harga secara otomatis, termasuk estimasi ongkos kirim. Sistem ini terhubung dengan modul checkout yang mempercepat proses transaksi.

1.1.5 Manajemen Data Pelanggan

Sistem ini mencatat dan menyimpan informasi penting pelanggan seperti nama, alamat pengiriman, email, nomor kontak, serta preferensi ukuran atau warna. Data ini digunakan untuk mempersonalisasi layanan dan mempercepat proses pembelian berikutnya.

1.1.6 Gateway Pembayaran

Mendukung berbagai metode pembayaran modern seperti e-wallet, transfer bank, kartu debit/kredit, serta opsi *cash on delivery*. Setiap transaksi dilindungi oleh sistem enkripsi untuk menjamin keamanan data pelanggan.

Table 0.2 Komponen Utama Sistem Pemesanan Online

Tahapan	Aktivitas Pelanggan	Proses Sistem
<i>Browsing</i>	Menelusuri katalog streetwear	Menampilkan data produk sesuai kategori
<i>Selection</i>	Memilih item dan menentukan kuantitas	Validasi ketersediaan stok dan kalkulasi harga
<i>Customization</i>	Menambahkan catatan khusus atau modifikasi	Menyimpan preferensi dan instruksi tambahan
<i>Checkout</i>	Mengisi data dan pengiriman pembayaran	Verifikasi data dan proses <i>payment gateway</i>
<i>Confirmation</i>	Menerima konfirmasi pesanan	<i>Generate order ID</i> dan notifikasi ke <i>merchant</i>

1.1.7 Keunggulan Operasional.

Implementasi sistem pemesanan *online* melalui website katalog SIX6STREET memberikan berbagai *benefits* bagi *stakeholders* yang terlibat. Efisiensi operasional tercapai melalui otomatisasi proses pemesanan yang mengurangi ketergantungan pada interaksi manual, sehingga tidak diperlukan tenaga tambahan hanya untuk mencatat dan memverifikasi transaksi.

Dengan sistem digital yang terintegrasi, staf dapat lebih fokus pada proses pengemasan dan pengiriman produk, serta pelayanan pelanggan yang lebih personal. Antrian fisik di toko dapat ditekan, mengingat pelanggan dapat melakukan pemesanan kapan saja dan dari mana saja. Selain itu, integrasi sistem pembayaran dan pelacakan pesanan turut mempercepat siklus pemenuhan order, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas operasional secara keseluruhan.

1.1.8 Manfaat Strategis untuk Pengembangan Bisnis.

Salah satu nilai tambah terpenting dari pengembangan website katalog dengan desain UI/UX yang baik adalah kemampuannya dalam mengumpulkan dan menganalisis data perilaku pengguna. Data ini mencakup pola kunjungan, interaksi terhadap elemen visual produk, durasi kunjungan, serta halaman yang paling sering diakses, yang dapat dianalisis untuk:

- a) Personalized Marketing – Mengembangkan kampanye promosi yang ditargetkan berdasarkan minat dan kebiasaan pengguna.
- b) Inventory Planning – Memprediksi permintaan terhadap produk tertentu berdasarkan tren kunjungan dan klik pada katalog.
- c) Product Development – Mengidentifikasi preferensi desain streetwear yang paling diminati sebagai dasar inovasi produk.
- d) Customer Engagement – Meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengalaman interaktif yang menyenangkan dan sesuai identitas brand.
- e) Strategi Penetapan Harga – Menyesuaikan harga berdasarkan daya tarik dan interaksi pengguna terhadap produk tertentu.

1.1.9 Dampak pada Pengalaman Pelanggan.

Penggunaan website katalog interaktif secara signifikan meningkatkan pengalaman pelanggan, dengan memberikan kontrol dan fleksibilitas tinggi dalam menjelajahi produk SIX6STREET. Pelanggan dapat melihat detail produk, memilih ukuran, membaca ulasan, serta menambahkan ke wishlist tanpa tekanan dari pihak penjual.

Transparansi visual dan navigasi yang intuitif membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya terhadap brand. Estimasi stok, info promo real-time, serta tampilan yang mobile-friendly juga meningkatkan kepuasan pelanggan, memungkinkan proses pembelian berjalan lancar, cepat, dan efisien.

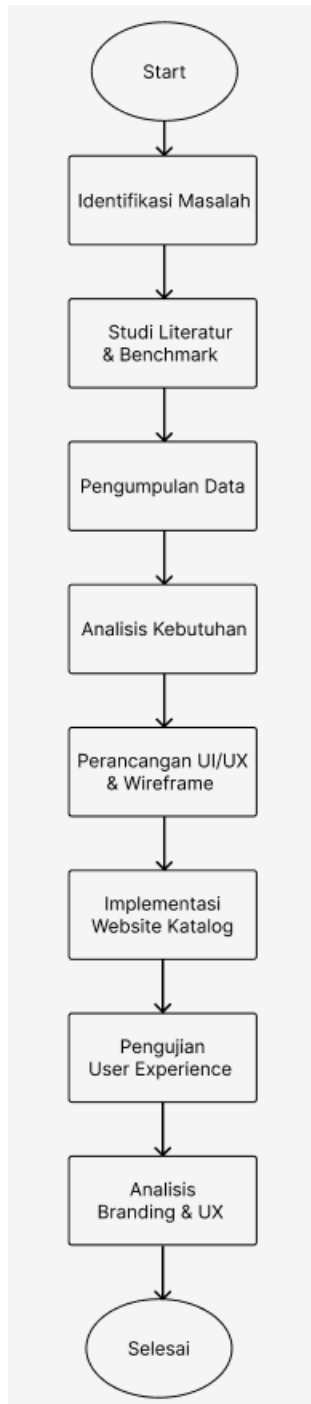
BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Diagram Alir Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam pengembangan website katalog dengan desain UI/UX sebagai branding produk streetwear pada toko SIX6STREET mengadopsi pendekatan sistematis yang mencakup aspek teoritis dan praktis dalam pengembangan perangkat lunak. Tujuan dari metodologi ini adalah untuk memastikan bahwa desain website yang dikembangkan tidak hanya fungsional dan menarik, tetapi juga mampu memperkuat identitas merek dan meningkatkan pengalaman pengguna.

Diagram alir penelitian menggambarkan tahapan yang dimulai dari identifikasi kebutuhan hingga analisis hasil akhir yang dapat dijadikan dasar pengembangan sistem lanjutan dan evaluasi branding.



Gambar 0.1 Diagram Alir Metode Penelitian

1.2 Jenis Penelitian.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang dikombinasikan dengan pendekatan rekayasa perangkat lunak (software engineering). Penelitian deskriptif berfungsi sebagai pondasi untuk memahami kondisi eksisting dari branding dan pemasaran digital toko SIX6STREET, termasuk analisis alur interaksi pelanggan, identifikasi hambatan visual dan navigasi, serta mapping kebutuhan pengguna dan bisnis dalam konteks pengembangan website katalog.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk membangun pemahaman menyeluruh terhadap brand identity dan kebutuhan pengguna sebelum merancang solusi digital. Tahap deskriptif ini mencakup proses observasi, wawancara pengguna, serta studi literatur terkait UI/UX dan strategi branding digital untuk produk streetwear.

Aspek rekayasa perangkat lunak memberikan framework sistematis untuk mentransformasi temuan dari penelitian deskriptif menjadi solusi berbasis teknologi yang konkret. Pendekatan ini memastikan bahwa proses pengembangan website mengikuti praktik terbaik dalam software engineering, termasuk requirement analysis, user interface design, prototyping, implementation, dan usability testing.

Kombinasi kedua pendekatan ini menciptakan metodologi yang seimbang antara pemahaman konteks branding dan perilaku pengguna, serta implementasi teknis dari desain antarmuka yang mendukung daya tarik visual dan identitas brand SIX6STREET.

1.3 Metode Pengumpulan Data

a) *Observasi Langsung.*

Observasi langsung dilakukan dengan mengamati kondisi aktual toko SIX6STREET, baik dari segi tampilan fisik brand, aktivitas promosi offline, maupun perilaku pengguna saat mengakses media sosial dan katalog produk yang ada. Pengamatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen visual yang mencerminkan identitas brand, serta hambatan yang dialami pengguna dalam menemukan informasi produk secara efektif.

Melalui observasi langsung, peneliti dapat memahami bagaimana branding diterapkan di lingkungan nyata dan bagaimana pengalaman pengguna dapat ditingkatkan melalui pendekatan UI/UX berbasis digital.

b) *Observasi Platform Digital.*

Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara mengamati website dan media sosial dari kompetitor sejenis maupun toko streetwear lainnya yang telah memiliki sistem katalog berbasis web. Observasi mencakup elemen desain antarmuka, navigasi, sistem pencarian produk, interaksi pengguna, hingga strategi visual branding yang ditampilkan.

Observasi ini memberikan wawasan tentang praktik terbaik (*best practice*) dalam penyusunan layout katalog, penggunaan warna dan tipografi, hingga integrasi fitur pemesanan atau call-to-action yang efektif. Hasil pengamatan ini menjadi referensi dalam merancang solusi UI/UX yang relevan dan kompetitif bagi SIX6STREET.

1.4 Analisis Kebutuhan Sistem.

Analisis kebutuhan sistem bertujuan untuk mengidentifikasi dan merumuskan secara rinci kebutuhan fungsional dan non-fungsional yang diperlukan dalam pengembangan website katalog sebagai media branding dan penjualan produk streetwear pada toko SIX6STREET. Pendekatan ini dilakukan dengan mempertimbangkan perspektif pengguna akhir (end-user), pemilik bisnis, serta tren desain UI/UX yang relevan dengan target pasar streetwear.

a) Kebutuhan Fungsional.

Table 1.4 Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan Fungsional	Deskripsi
Halaman Beranda	Menampilkan tampilan awal dengan highlight produk, promo, dan identitas visual brand.
Halaman Katalog Produk	Menyediakan daftar produk lengkap dengan kategori, harga, dan detail visual (gambar berkualitas tinggi).
Fitur Filter & Pencarian	Memungkinkan pengguna mencari produk berdasarkan kategori, ukuran, warna, dan harga.
Halaman Detail Produk	Menampilkan informasi detail produk, ukuran, bahan, stok, dan tombol “Pesan Sekarang” atau CTA.
Formulir Pemesanan Online	Memfasilitasi pengguna untuk melakukan pemesanan langsung melalui website.

b) Kebutuhan Non-Fungsional.

Kebutuhan non-fungsional berkaitan dengan performa, estetika, dan kualitas layanan website. Adapun kebutuhan non-fungsional yang ditentukan antara lain:

Table 1.5 Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan Non-Fungsional	Deskripsi
Responsif	Website harus bisa diakses dengan baik melalui perangkat desktop, tablet, dan smartphone.
User-Friendly	Navigasi dan tampilan harus intuitif, mudah digunakan, dan tidak membingungkan pengguna.
Visual Branding Konsisten	Desain harus mencerminkan karakter streetwear: bold, urban, dan kreatif.
Kecepatan Akses	Website harus ringan dan memuat halaman dalam waktu kurang dari 3 detik.
Keamanan Data	Informasi pemesanan pengguna harus dilindungi dan tidak disalahgunakan.

1.5 Perancangan Antarmuka.

Perancangan antarmuka website katalog SIX6STREET dilakukan dengan pendekatan desain UI/UX yang menonjolkan karakter brand streetwear sebagai identitas utama, yaitu tampilan yang bold, youthful, dan dinamis. Desain ini diarahkan untuk menarik minat konsumen muda yang melek tren digital dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap estetika dan kenyamanan navigasi. Proses perancangan mencakup pembuatan wireframe dan mockup sebagai representasi visual dari struktur halaman, alur interaksi, dan fungsionalitas utama website.

Halaman beranda dirancang dengan visual yang kuat melalui hero banner yang mencerminkan gaya dan spirit streetwear. Navigasi dibuat responsive dan ringkas dengan kategori produk seperti hoodie, kaos, celana, aksesoris, dan koleksi eksklusif. Filter produk memungkinkan pengguna menyaring berdasarkan ukuran, warna, atau harga, sedangkan fitur pencarian ditempatkan secara strategis untuk kemudahan akses.

Halaman keranjang belanja memberikan pengalaman belanja yang transparan dengan menampilkan item yang telah dipilih, jumlah barang, dan total harga yang diperbarui secara real-time. Pengguna dapat dengan mudah menyesuaikan jumlah barang sebelum melanjutkan ke proses pembayaran.

Halaman checkout didesain dengan pendekatan form minimalis, memuat input alamat pengiriman, pilihan metode pembayaran, serta konfirmasi akhir secara cepat dan efisien, sehingga mempercepat proses transaksi.

Sementara itu, halaman dashboard admin menyediakan antarmuka sederhana dan intuitif untuk pengelolaan produk, kategori, inventaris, dan pemesanan. Fitur ini mempermudah manajemen katalog secara mandiri oleh tim SIX6STREET tanpa perlu keahlian teknis khusus.

Foto Produk

Buy Now

Gambar 1.5 Wireframe

DAFTAR ISI

Astuti, R., & Santoso, B. (2020). Desain Website Katalog Produk Fashion Lokal Berbasis Web Responsive. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(1), 45–52.

Hidayat, S., & Apriani, L. (2021). Perancangan UI/UX Website untuk Branding Produk UMKM Fashion. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6(2), 67–74.

Maulana, A. R., & Nuraini, S. (2021). Perancangan Website Katalog Produk Pakaian Menggunakan Pendekatan UML. *Jurnal Teknik Informatika*, 9(1), 25–33.

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. San Diego: Academic Press.

Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders.

Krug, S. (2014). *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability* (3rd ed.). New Riders.

Pressman, R. S. (2014). *Software Engineering: A Practitioner's Approach* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design* (2nd ed.). Rockport Publishers.