

LAPORAN UJIAN AKHIR SEMESTER

MATA KULIAH

INTERAKSI MANUSIA DAN KOMPUTER

Website Scratch Penjualan Es Krim



Disusun Oleh:

Natanael Primus Lung

2209106029

26 Mei 2024

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MULAWARMAN

2024

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin maju ini, internet telah menjadi salah satu platform utama untuk bisnis dalam berbagai bidang, termasuk penjualan makanan dan minuman. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang cenderung berbelanja secara online telah mendorong banyak perusahaan untuk mengembangkan platform digital guna menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka. Salah satu produk yang mengalami peningkatan permintaan adalah es krim, yang merupakan camilan favorit bagi banyak orang dari berbagai kalangan usia. Industri es krim memiliki potensi pasar yang sangat besar. Berdasarkan data dari berbagai survei industri makanan, permintaan terhadap es krim terus meningkat seiring dengan inovasi rasa, kemasan, dan cara penyajiannya. Konsumen kini tidak hanya mencari es krim untuk menghilangkan dahaga di cuaca panas, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan pelengkap momen-momen spesial. Tren ini menunjukkan bahwa es krim memiliki pangsa pasar yang stabil dan terus berkembang.

Perubahan gaya hidup dan kemajuan teknologi telah mengubah cara konsumen dalam melakukan pembelian. Belanja online menawarkan kenyamanan, kemudahan akses, dan variasi pilihan produk yang lebih luas dibandingkan dengan belanja konvensional. Konsumen bisa membeli produk favorit mereka kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi toko fisik. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa banyak perusahaan makanan, termasuk produsen dan penjual es krim, mulai merambah ke platform digital untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Membangun sebuah website penjualan es krim memiliki berbagai keunggulan, antara lain: aksesibilitas yang memudahkan konsumen menemukan dan membeli produk es krim kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat waktu dan tempat; pilihan produk yang beragam yang bisa diakses dengan mudah oleh konsumen; interaksi dan feedback pelanggan melalui fitur ulasan dan rating yang dapat membantu penjual dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan; efisiensi operasional dengan mengurangi biaya seperti sewa tempat fisik dan biaya pemasaran tradisional; serta kemampuan untuk mengumpulkan data tentang perilaku konsumen

yang dapat digunakan untuk strategi pemasaran yang lebih efektif.

1.2. Tujuan Proyek

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari proyek ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan meluncurkan sebuah website penjualan es krim yang *user-friendly*, dan responsif, memungkinkan konsumen untuk membeli produk es krim apa saja dan dimana saja.
2. Menyediakan akses yang mudah dan nyaman bagi konsumen untuk menemukan dan membeli berbagai varian es krim tanpa terikat waktu dan tempat.
3. Memanfaatkan platform digital untuk menjagkau pasar yang lebih luas, tidak terbatas pada lokasi tertentu, guna meningkatkan volume penjualan dan pasar es krim.
4. Mengurangi biaya operasional seperti sewa tempat fisik dan pemasaran tradisional melalui platform digital, sehingga operasional menjadi lebih efisien.

BAB II

METODOLOGI

2.1 Proses Pembuatan

Pengembangan website memerlukan tahapan yang sistematis dan terstruktur agar hasil yang dicapai optimal dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut adalah langkah-langkah dalam proses pembuatan website.

1. Analisis Kebutuhan

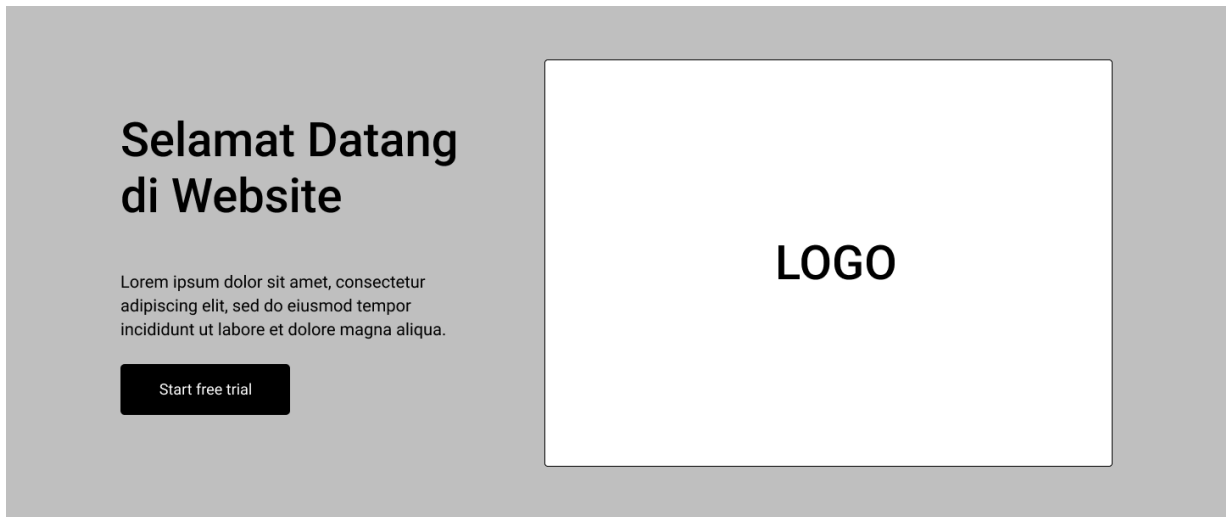
- a. Penentuan Tujuan dan Sasaran: Mendefinisikan tujuan utama dari pembuatan website dan target audiens yang ingin dicapai.
- b. Riset Pasar dan Kompetitor: Melakukan analisis terhadap pasar dan kompetitor untuk memahami tren yang ada serta kelebihan dan kekurangan website kompetitor.
- c. Pengumpulan Data: Mengumpulkan informasi dan konten yang diperlukan, termasuk deskripsi produk, harga, gambar, dan informasi gerai.

2. Perencanaan

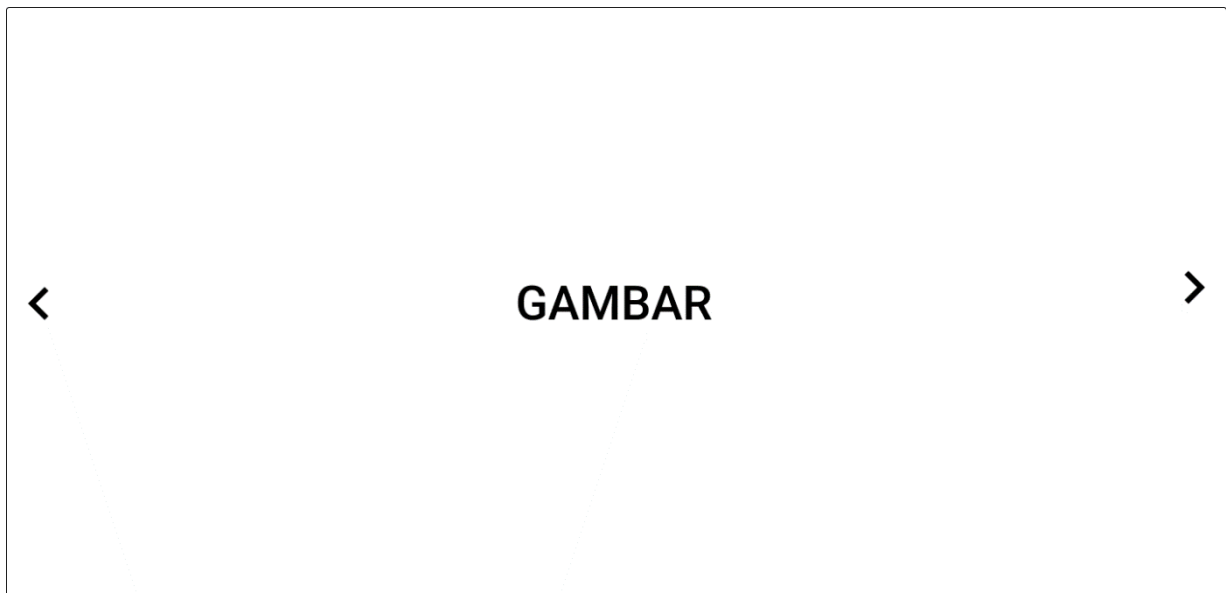
- a. Penyusunan Rencana Proyek: Menetapkan jadwal proyek, pembagian tugas, dan alur kerja (workflow) yang jelas.
- b. Penentuan Fitur dan Fungsi: Menyusun daftar fitur dan fungsi yang akan disediakan di website, seperti menu produk, sistem pemesanan online, lokasi gerai, ulasan pelanggan, dan form kontak.
- c. Pembuatan Wireframe: Membuat sketsa tata letak (layout) website untuk memberikan gambaran awal mengenai struktur dan navigasi website.
- d. Pembuatan Mockup: Membuat mockup redesign berdasarkan wireframe yang telah disetujui, termasuk skema warna, tipografi, dan elemen visual lainnya.

2.2 Pengembangan Prototipe

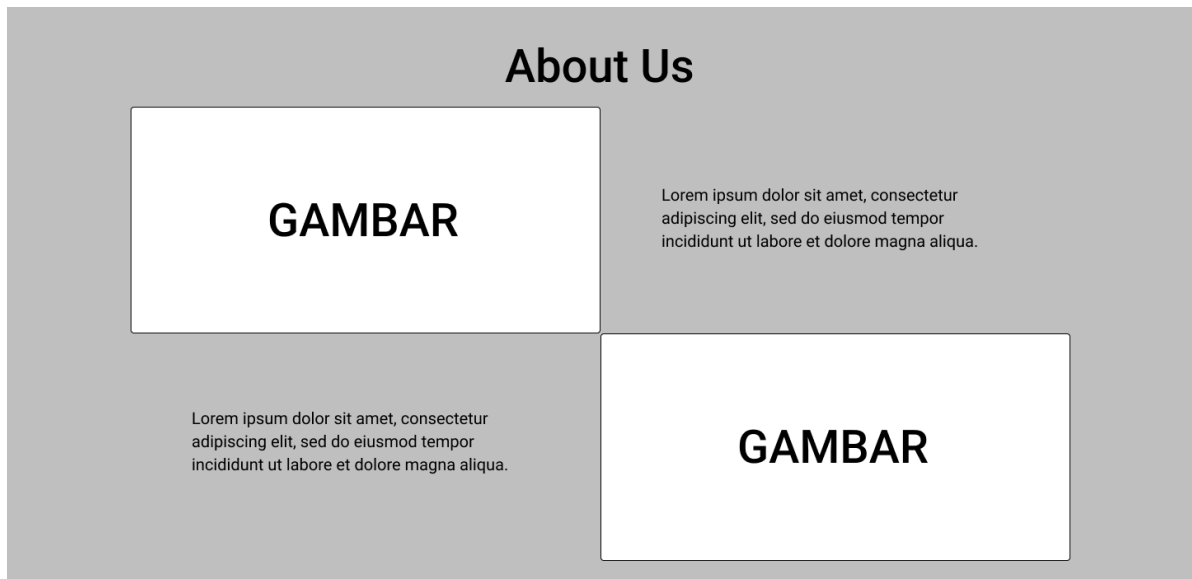
Prototipe ini dibangun menggunakan alat desain antarmuka seperti Figma, agar dapat memastikan desain visual yang teruji. Prototipe ini berperan sebagai representasi antarmuka dan fitur website.



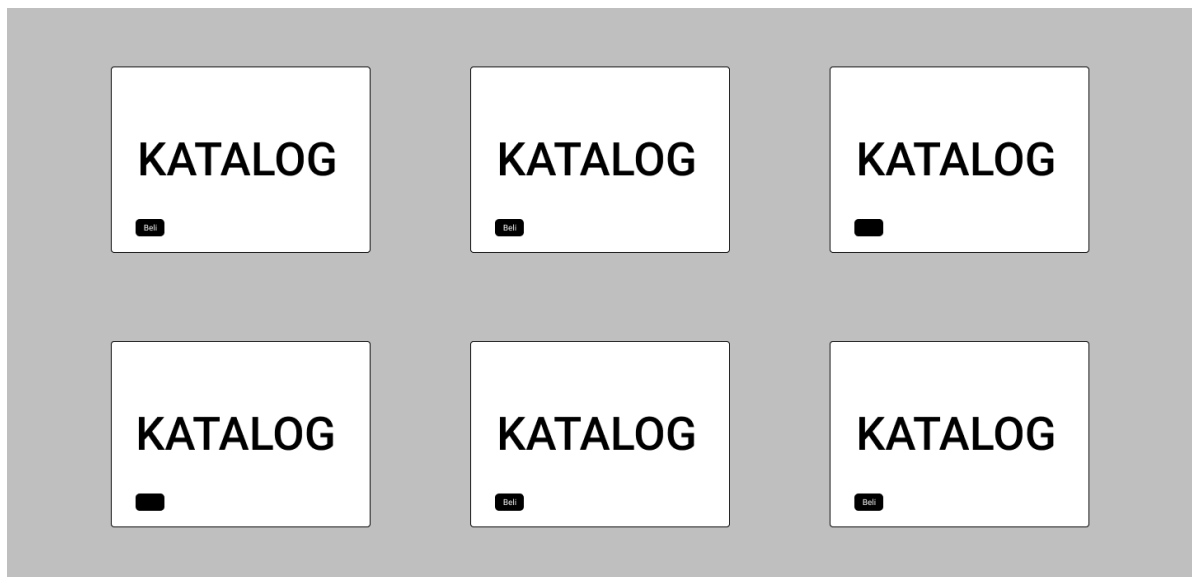
Gambar 2.1 Halaman *Landing Page*



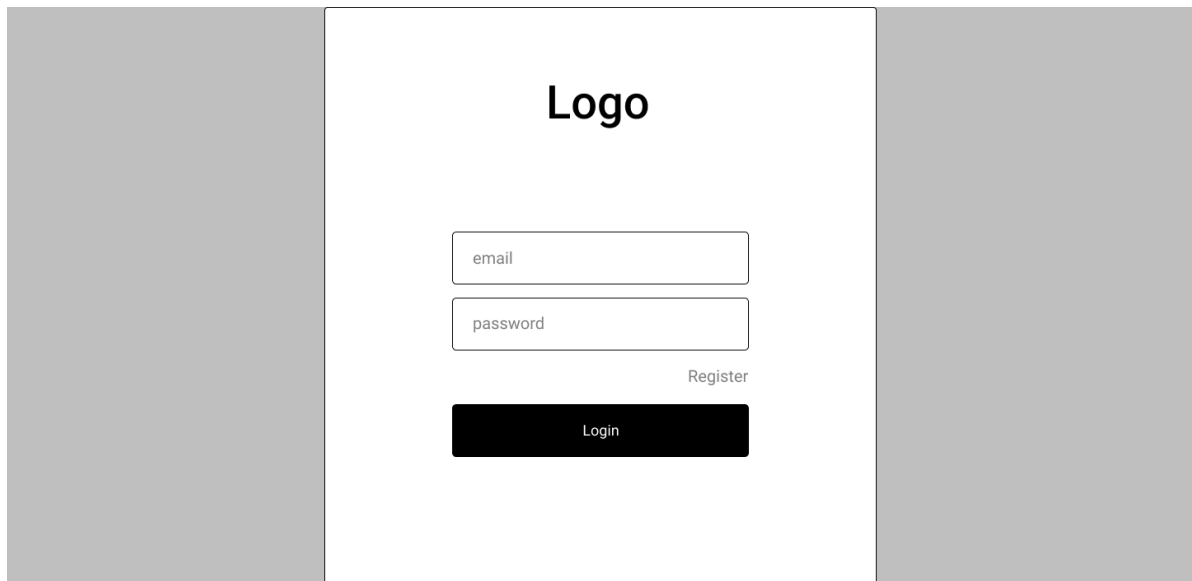
Gambar 2.2 Halaman *Carousel* gambar



Gambar 2.3 Halaman *About us*

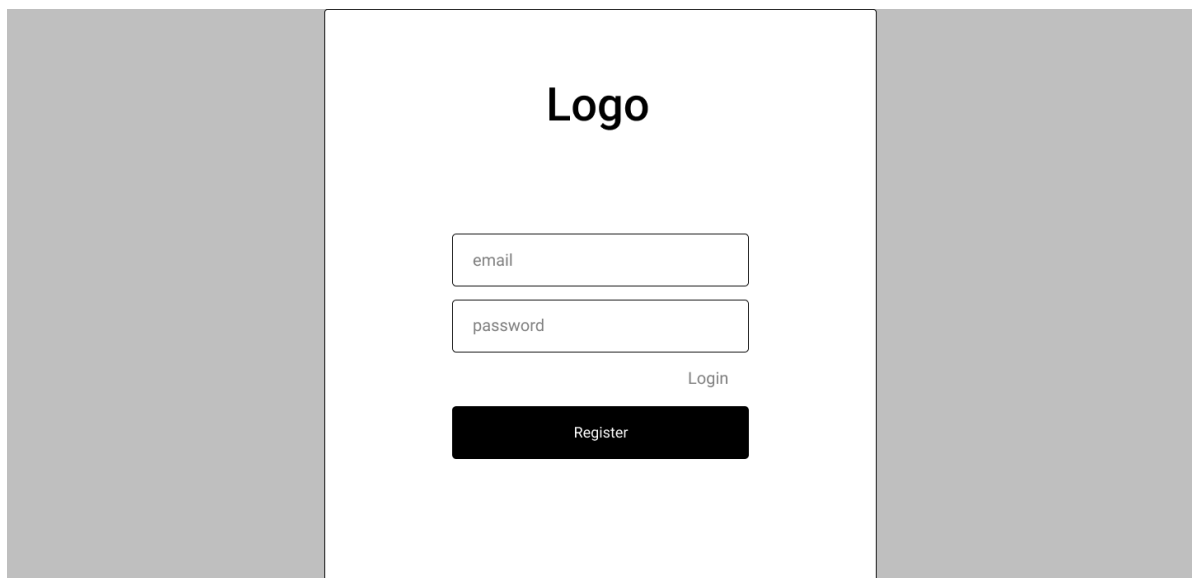


Gambar 2.4 Halaman Katalog Produk



The image shows a login page layout. It features a central white rectangular area flanked by two gray vertical bars. At the top of the white area is the word "Logo" in a large, bold, black font. Below the logo are two white rectangular input fields, one labeled "email" and one labeled "password". To the right of the "password" field is a small, gray, rectangular button labeled "Register". Below these elements is a large, solid black rectangular button labeled "Login" in white text.

Gambar 2.5 Halaman Login



The image shows a register page layout. It features a central white rectangular area flanked by two gray vertical bars. At the top of the white area is the word "Logo" in a large, bold, black font. Below the logo are two white rectangular input fields, one labeled "email" and one labeled "password". To the right of the "password" field is a small, gray, rectangular button labeled "Login". Below these elements is a large, solid black rectangular button labeled "Register" in white text.

Gambar 2.6 Halaman Register

Konfirmasi Order

ID Order : **ORD12345**

Id Order

Nama Item

Total

Status

Untuk Melanjutkan Order Silahkan Klik Tombol Konfirmasi

Tombol

Info Client

Info Akun

Info Cart

TRADE
© 2010 – 2020
Privacy – Terms

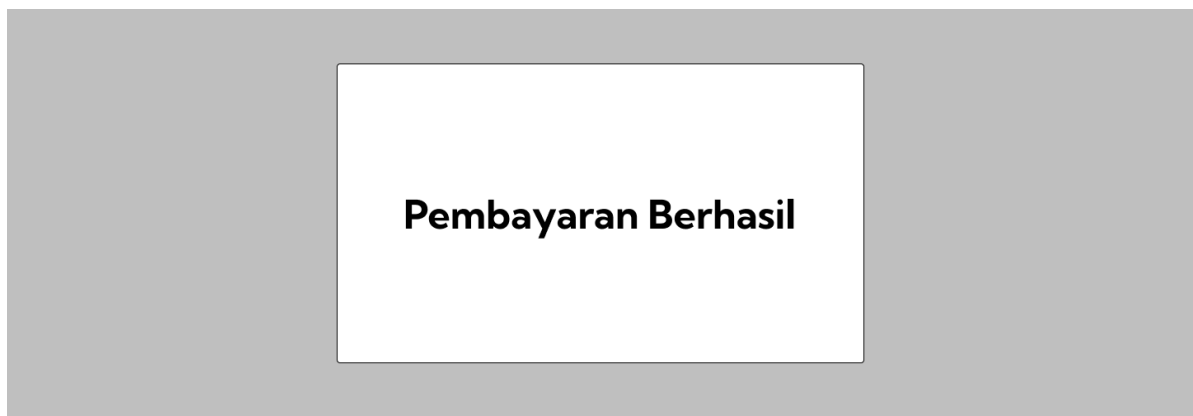
Product
Product
Product

Features
Feature
Feature

Resources
Resource
Resource

Company
Company
Company

Gambar 2.7 Halaman Pemesanan



TRADE
© 2010 – 2020
Privacy – Terms

Product
Product
Product

Features
Feature
Feature

Resources
Resource
Resource

Company
Company
Company

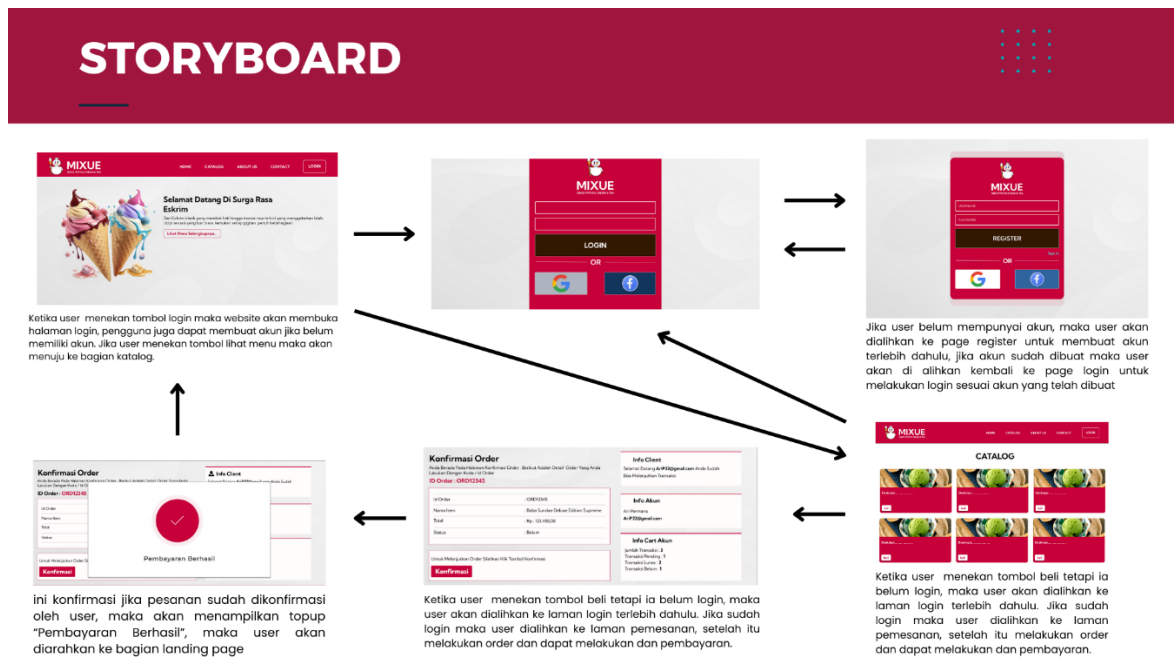
Gambar 2.8 *Pop-up* pembayaran berhasil

BAB III

DESKRIPSI SHOWCASE

3.1 Storyboard

Berikut adalah *storyboard* pada website penjualan es krim :



Gambar 3.1 Storyboard Website penjualan es krim

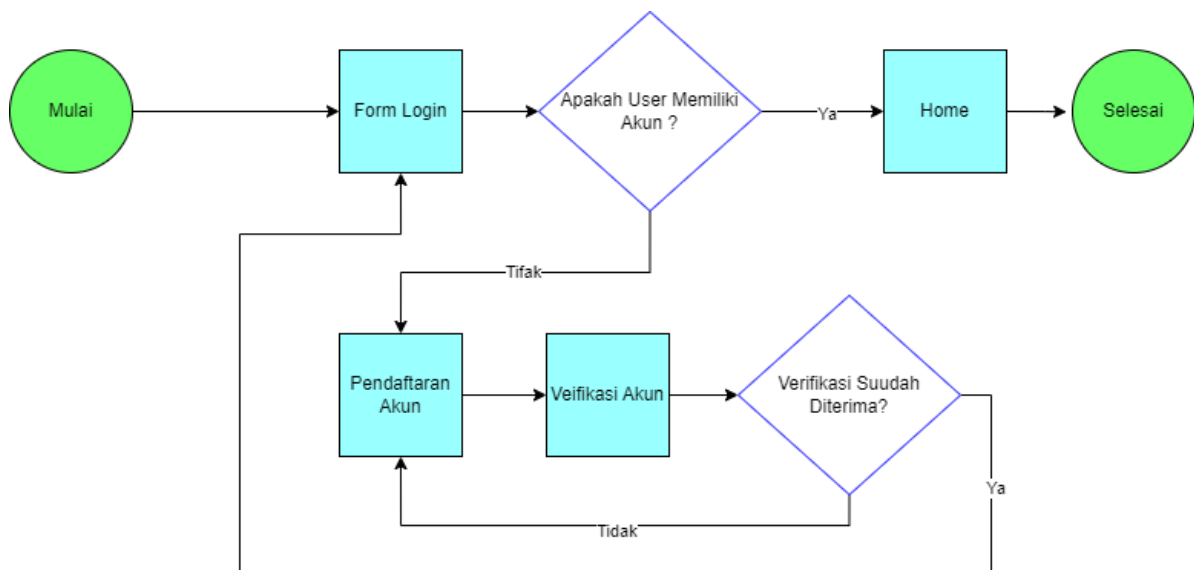
Storyboard website ini menggambarkan sebuah skenario dimana pengguna melakukan pemesanan. Saat pengguna masuk ke web, pengguna akan diarahkan ke *Landing Page*. Dimana pengguna dapat melakukan *login* atau registrasi jika belum mempunyai akun. Setelah berhasil melakukan *login*, pelanggan akan melakukan pemesanan melewati halaman Katalog, dimana pengguna memilih berbagai produk yang tersedia. Setelah itu, pengguna diarahkan ke menu pemesanan dimana terdapat berbagai informasi terkait produk yang akan dibeli dan informasi terkait pengguna. Yang terakhir, setelah pengguna melakukan konfirmasi pemesanan dan pembayaran, akan muncul *pop-up* pembayaran berhasil, yang menandakan selesainya transaksi.

3.2 User Flow

Terdapat 2 *user flow* di website ini yaitu *user flow login* dan *user flow order*, sebagai berikut :

- **User Flow Login**

User flow login pada website ini adalah sebagai berikut :

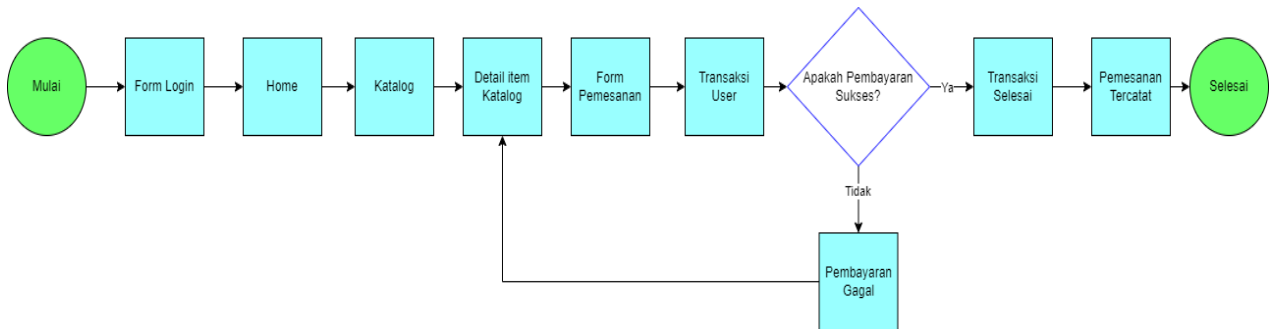


Gambar 3.2 User Flow Login Website penjualan es krim

Pada user flow ini, pengguna akan menekan tombol *login*, yang akan mengarahkan pengguna ke form *login*. Jika pengguna telah memiliki akun dan berhasil melakukan *login* maka user akan diarahkan kembali ke *landing page*. Jika pengguna belum mempunyai akun, maka pengguna dapat menekan tombol *register* yang akan mengarahkan pengguna ke form *register* dimana pengguna akan membuat akun baru.

3.3 User Flow Order

User flow Order pada website ini adalah sebagai berikut :

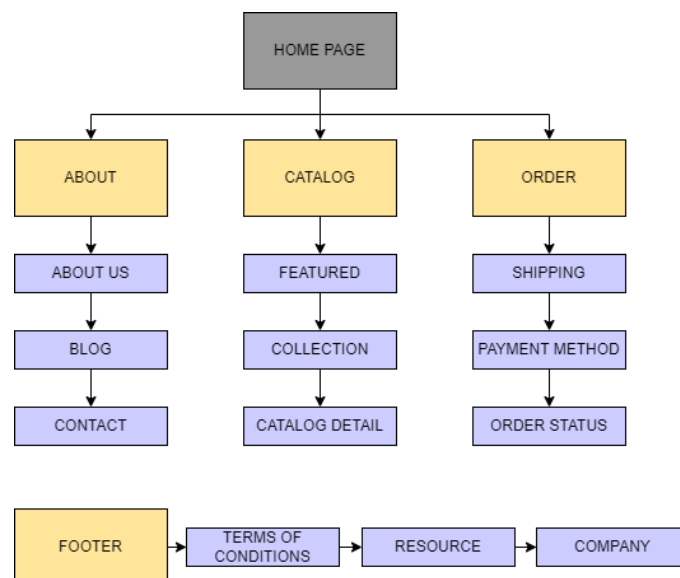


Gambar 3.3 User Flow Order Website penjualan es krim

Di user flow ini, setelah berhasil melakukan *login*, pengguna diarahkan ke *landing page* dan *scroll* ke bawah untuk menemukan halaman katalog. Pengguna dapat melihat detail produk-produk yang dijual dan menekan tombol pesan untuk melakukan pemesanan. Setelah diarahkan ke form pemesanan, pengguna melakukan transaksi. Jika pembayaran sukses, transaksi selesai dan tercatat. Jika pembayaran gagal, pengguna akan kembali ke detail produk katalog.

3.4 Sitemap

Sitemap pada website ini adalah sebagai berikut :

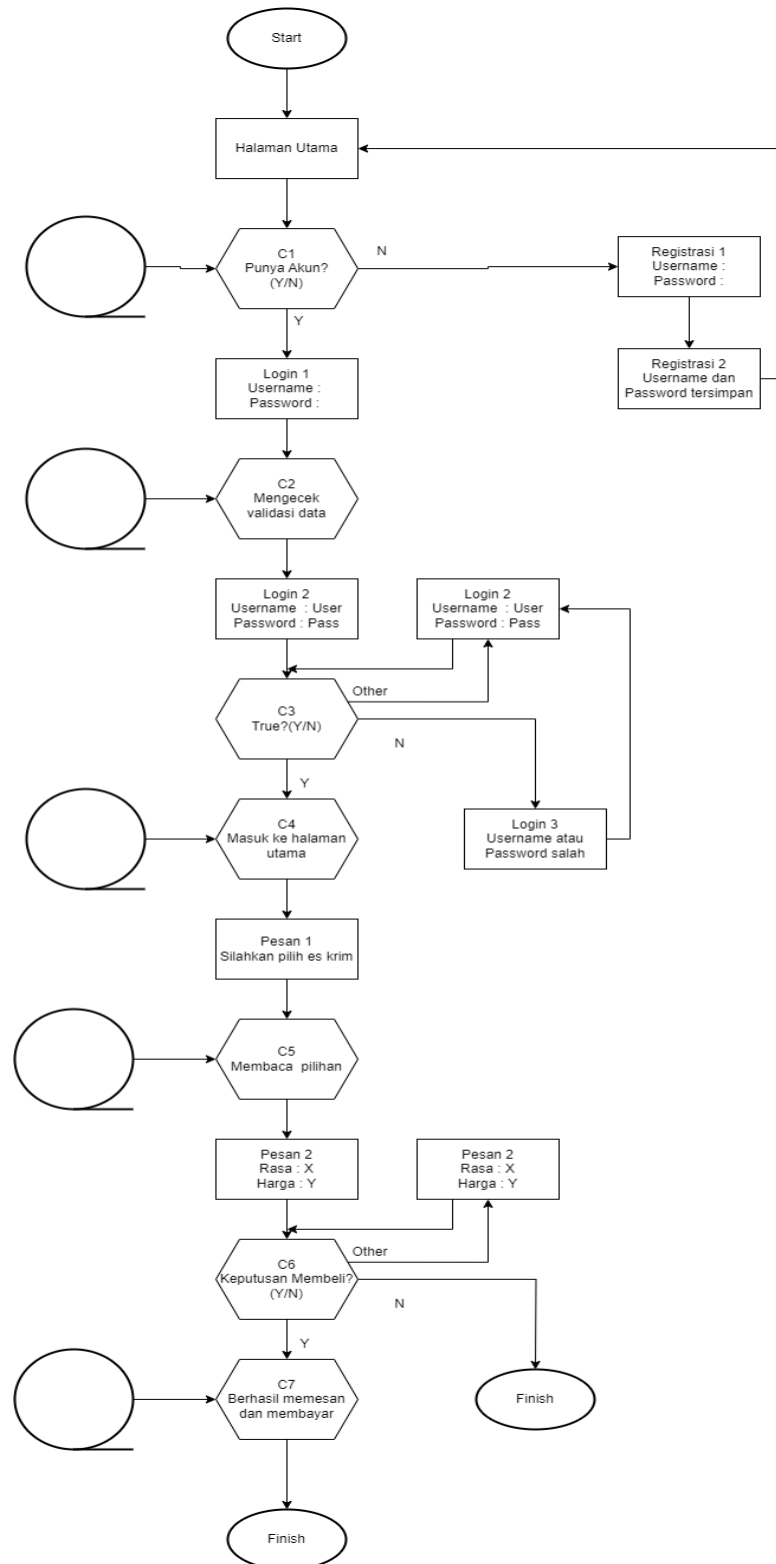


Gambar 3.4 Sitemap Website penjualan es krim

Sitemap website ini menggambarkan alur dari awal hingga akhir. Terdapat Home Page dengan bagian *About*, *Catalog*, *Order*, dan *Footer*. *About* berisi informasi tentang website, kontak, dan blog. *Catalog* berisi item-item dan detail katalog. *Order* mencakup pembayaran, detail order, dan status order. *Footer* berisi *terms of conditions*, *resource*, dan *company*.

3.5 Notasi Dialog

Notasi Dialog pada website ini adalah sebagai berikut :

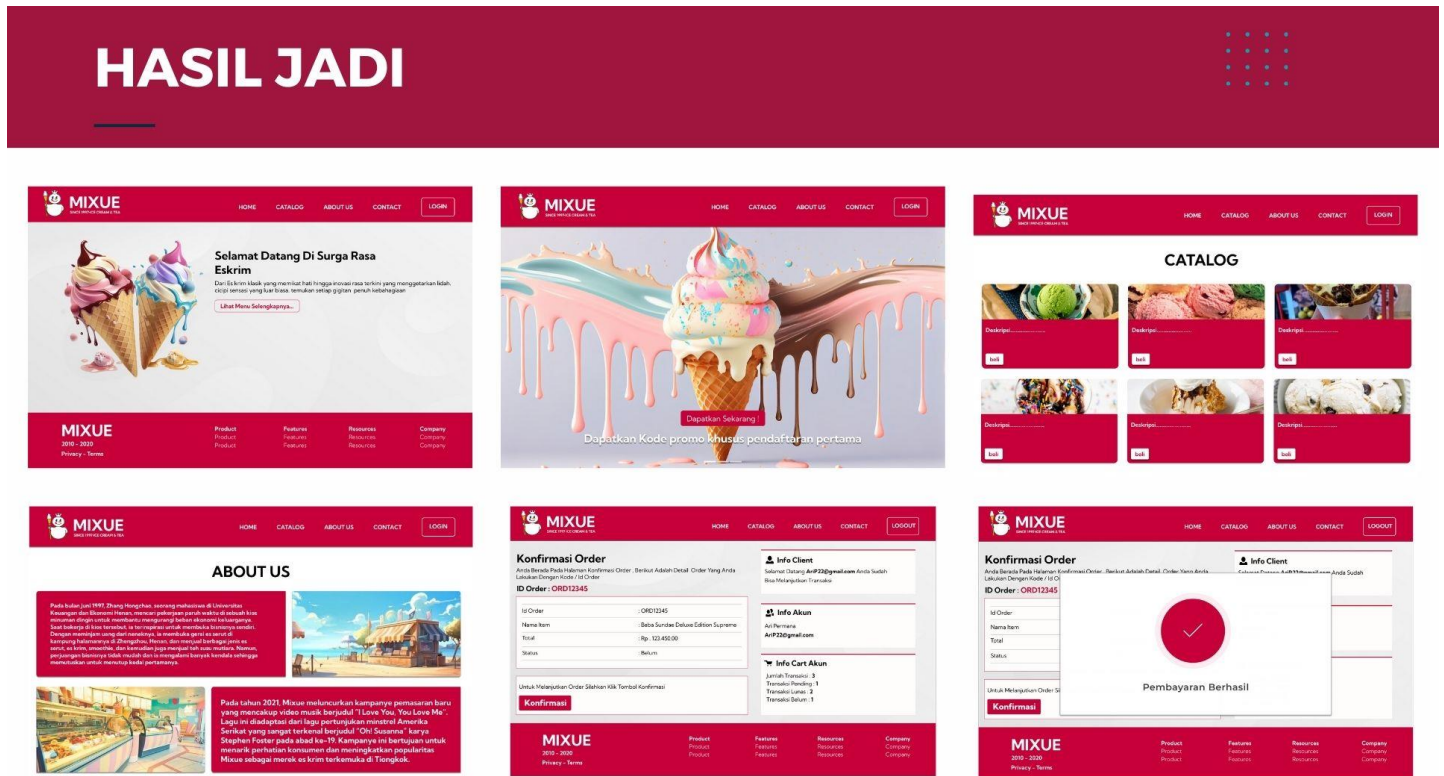


Gambar 3.5 Notasi Dialog Website penjualan es krim.

Berikut adalah notasi dialog untuk menganalisis struktur dialog pada website ini. Pertama, pengguna masuk ke halaman utama. Kemudian, ada keputusan apakah sudah memiliki akun. Jika sudah, pengguna akan lanjut ke form login, jika belum pengguna akan masuk ke form registrasi. Setelah memasukkan data untuk login, akan dilakukan pengecekan apakah data tersebut valid. Jika valid, login berhasil; jika tidak, login gagal karena *username* atau *password* salah. Setelah login berhasil, pengguna akan masuk ke halaman utama untuk memilih es krim. Kemudian, ada keputusan apakah yakin untuk membeli. Jika tidak, pembelian dibatalkan; jika ya, pembayaran berhasil.

3.6 Hasil Jadi Desain

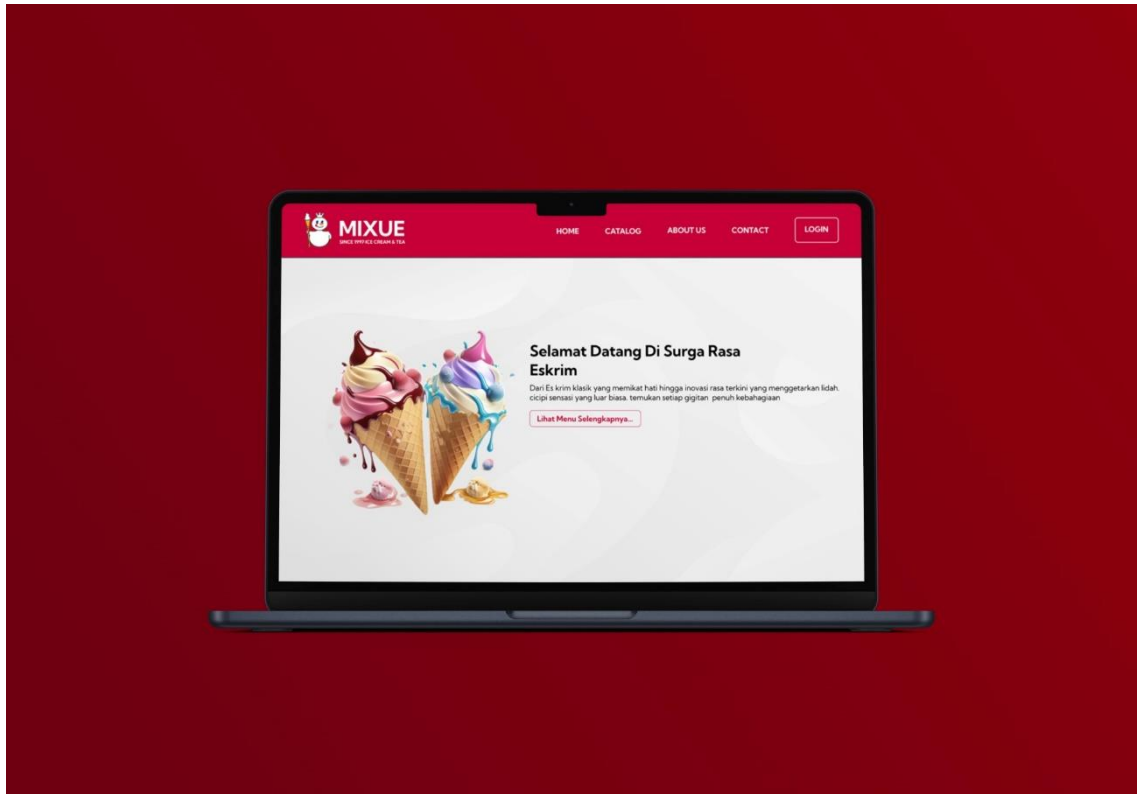
Berikut merupakan hasil jadi desain web yang dikembangkan dari *wireframe* yang telah dibuat ;



Gambar 3.6 Hasil Jadi Desain Website Penjualan Es Krim

3.7 Mockup

Contoh *Mockup* Website Penjualan Es Krim yang ditampilkan di laptop, adalah sebagai berikut:



Gambar 3.7 Contoh Mockup Laptop pada Website Penjualan Es Krim

Terdapat banyak halaman seperti register login, *landing page*, katalog untuk pembelian, *about us* yang menceritakan informasi singkat mengenai pemilik bisnis dan produk, *footer* pada *landing page*, dan terdapat halaman konfirmasi pesanan ketika pengguna ingin melakukan pembayaran , serta akan muncul *pop-up* pembayaran berhasil ketika pembeli sudah melakukan transaksi.

BAB IV

EVALUASI IMK

4.1 Prinsip IMK

Dalam pembuatan Scratch website Penjualan Es Krim, berbagai prinsip Interaksi Manusia-Komputer (IMK) diterapkan untuk memastikan antarmuka yang efektif, efisien Berikut adalah penjelasan bagaimana prinsip-prinsip IMK diterapkan dalam proyek ini :

1. **Prinsip Konsistensi** Semua halaman konsisten dengan tata letak, warna, tipografi, dan ikon yang seragam. Seperti, Warna tiap Halaman memiliki warna dan desain yang sama
2. **Prinsip Keterjangkauan (Affordance)** Desain elemen UI menunjukkan cara pengguna dapat berinteraksi dengannya. Tombol, tautan, dan elemen interaktif lainnya dirancang agar terlihat dapat diklik atau disentuh.
3. **Prinsip Keterbukaan (Visibility)** Informasi penting dan elemen navigasi utama ditempatkan di posisi yang mudah ditemukan
4. **Prinsip Kenyamanan (Simplicity)** Desain antarmuka dibuat sederhana dan bebas dari elemen yang tidak perlu. Setiap halaman difokuskan pada tugas utama pengguna melihat detail produk, melakukan pemesanan dan pembayaran.
5. **Prinsip Aksesibilitas (Accessibility)** , aksesibilitas untuk para pengguna yang memiliki keterbatasan baik fisik maupun mental, hal ini guna untuk memperbessar cakupan penggunaan website.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Proyek pembuatan website **Penjualan Es Krim** menggunakan Scratch telah memberikan banyak wawasan dan pengalaman berharga. Berikut adalah ringkasan dari temuan dan pengalaman selama pengerjaan proyek ini:

- 4 **Pentingnya Kehadiran Digital :** Proyek ini menegaskan pentingnya kehadiran digital bagi bisnis seperti Penjualan Es Krim. Melalui website, pemilik bisnis dapat lebih mudah menjangkau pelanggan, memberikan informasi yang up-to-date, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen.
- 5 **Peningkatan Brand Awareness dan Engagement :** Dengan adanya website, pemilik bisnis dapat lebih efektif meningkatkan brand awareness dan engagement. Website yang menarik dan informatif mampu menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka untuk lebih mengenal dan mencoba produk Mixue.
- 6 **Pengalaman Pengguna yang Lebih Baik :** Website yang dibuat berhasil menyediakan pengalaman pengguna yang lebih baik. Pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi tentang produk, promosi, dan promo-promo.
- 7 **Peluang Pengembangan Lebih Lanjut :** Proyek ini membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut. Pemilik bisnis dapat mempertimbangkan untuk menambahkan fitur-fitur baru seperti sistem pemesanan online, integrasi dengan media sosial, dan aplikasi mobile untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan pelanggan.

Secara keseluruhan, proyek pembuatan website Penjualan Es Krim ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap strategi pemasaran digital perusahaan. Pengalaman dan temuan dari proyek ini dapat menjadi dasar yang kuat untuk pengembangan lebih lanjut dan penerapan teknologi digital yang lebih canggih di masa depan.

LAMPIRAN

Link Behance Showcase Scratch Website Es Krim

Oleh Natanael Primus Lung Hanyang Ngau :

<https://www.behance.net/gallery/199498821/IMK-Website-Penjualan-Es-Krim>