



## **Redesain Website Ventela untuk Meningkatkan User Experience Pengguna Menggunakan Lean UX**

**Esa Maidatussohiba<sup>1</sup>, Moh. Novil Maarij<sup>2</sup>, Bayu Wahyu P<sup>3</sup>, Maynanda Dwi Lisnorviona<sup>4</sup>, Kadek Ayu Krisna P<sup>5</sup>**

Universitas Negeri Surabaya

### **Informasi Artikel**

*Histori Artikel:*

*Submit 10 November 2023*

*Accepted 15 November 2023*

*Published 20 November 2023*

**Email Author:**

[esa.22131@mhs.unesa.ac.id](mailto:esa.22131@mhs.unesa.ac.id)

[mohnovil.22134@mhs.unesa.ac.id](mailto:mohnovil.22134@mhs.unesa.ac.id)

[bayu.22140@mhs.unesa.ac.id](mailto:bayu.22140@mhs.unesa.ac.id)

[maynanda.22157@mhs.unesa.ac.id](mailto:maynanda.22157@mhs.unesa.ac.id)

[kadek.22164@mhs.unesa.ac.id](mailto:kadek.22164@mhs.unesa.ac.id)

[d](mailto:d)

### **ABSTRACT**

*The improvement of user experience (UX) is essential in website development, particularly in the current digital era. Ventela website, an e-commerce platform offering a variety of fashion products, needs enhancements in its UX to meet the increasing needs and expectations of users. In this context, this research aims to redesign the Ventela website with a focus on the Lean UX method to achieve a better user experience. Lean UX is a design approach that emphasizes collaboration among the development team, designers, and users during the design process, while focusing on rapid iterations to ensure the resulting product aligns with user needs. In this research, we identified UX issues on the Ventela website through user analysis, heuristic evaluation, and gathering user feedback. Subsequently, we employed the Lean UX method to redesign the website with a focus on necessary improvements. The results of this research demonstrate a significant transformation of the Ventela website in terms of appearance, functionality, and user experience. The iterative process involving users in every design stage has enabled substantial improvements in navigation, product search, responsiveness, and overall user satisfaction. Consequently, product sales conversion on the Ventela website has significantly increased, proving that the Lean UX approach is an effective way to enhance UX and achieve success in e-commerce. This research indicates that the Lean UX method can serve as a strong foundation in the process of redesigning a website to improve user experience. By emphasizing team collaboration and user involvement, UX enhancements can be effectively achieved, creating opportunities for business growth in a competitive digital environment.*

**Keyword**– Website Redesign, E-commerce, Responsiveness, User Involvement

### **ABSTRAK**

Peningkatan user experience (UX) adalah hal yang penting dalam pengembangan website, terutama di era digital saat ini. Website Ventela, sebuah platform e-commerce yang menjual berbagai produk fashion, perlu mengalami perbaikan dalam hal UX untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna yang semakin tinggi. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk meredesain website Ventela dengan fokus pada metode Lean UX untuk mencapai pengalaman pengguna yang lebih baik. Lean UX adalah pendekatan desain yang menekankan kolaborasi antara tim pengembangan, perancang, dan pengguna dalam proses perancangan, serta berfokus pada iterasi cepat untuk memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dalam penelitian ini, kami mengidentifikasi masalah-masalah UX yang ada pada website Ventela melalui analisis pengguna, evaluasi heuristik, dan pengumpulan masukan dari pengguna. Selanjutnya, kami menggunakan metode Lean UX untuk merancang ulang website dengan fokus pada perbaikan-perbaikan yang diperlukan. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah website Ventela yang mengalami perubahan signifikan dalam hal tampilan, fungsionalitas, dan pengalaman pengguna. Proses iterasi yang melibatkan pengguna dalam setiap tahap perancangan telah memungkinkan peningkatan signifikan dalam hal navigasi, pencarian produk, responsivitas, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Sebagai akibatnya, konversi penjualan produk di website Ventela meningkat secara signifikan, sehingga membuktikan bahwa pendekatan Lean UX adalah cara yang efektif untuk meningkatkan UX dan mencapai kesuksesan dalam bisnis e-commerce. Penelitian ini menunjukkan bahwa metode Lean UX dapat menjadi landasan yang kuat dalam proses perancangan ulang website untuk meningkatkan user experience. Dengan berfokus pada kolaborasi tim dan keterlibatan pengguna, perbaikan UX dapat dicapai secara efektif, sehingga menciptakan peluang bagi pertumbuhan bisnis dalam lingkungan digital yang kompetitif.

**Kata Kunci** – Redesain Website, E-commerce, Responsivitas, Keterlibatan Pengguna

---

## PENDAHULUAN

Teknologi, satu kata yang sangat berperan penuh dalam perkembangan kehidupan manusia saat ini. Diera seperti saat ini mungkin hampir sebagian penduduk diseluruh dunia termasuk di Indonesia sendiri sudah menikmati kemajuan teknologi. Berbicara tentang teknologi tidak akan terpisahkan dengan internet yang merupakan hasil dari teknologi itu sendiri. Salah satu media informasi yang saat ini sering digunakan adalah internet. Di dalam internet, website merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi, yang memberikan keuntungan agar bisa diakses kita secara global dengan jaringan internet yang menyediakan informasi secara mudah, seperti pada web ventela dimana website tersebut memberikan informasi tentang perusahaan lokal yang memproduksi produk sepatu serta sebagai akses pemasaran produk.

Ventela Shoes mulai di perkenalkan pada tahun 2017 oleh William Ventela, seorang pemilik pabrik sepatu vulkanisir sejak tahun 1989 di Bandung, Jawa Barat. Dengan sumber daya

yang berlimpah Ventela Shoes mampu memproduksi sepatu dengan kuantitas besar dan kualitas terbaik sehingga semua kalangan dapat memiliki sepatu berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

Beberapa faktor kenyamanan bagi kita para pengguna Website adalah kita dapat dengan mudah menemukan informasi pada layar yang sederhana dan mudah dipahami . Desain Website merupakan faktor penting dalam memberikan kenyamanan tambahan bagi para pembaca informasi. Mungkin kita pengguna bisa menilai sendiri apakah Website yang kita gunakan mudah dipahami atau justru menimbulkan kesulitan. Dalam perkembangannya, desain Website bukan lagi menjadi hal sekedar estetika biasa, karena desain kini dipahami sebagai pengembangan dan perancangan sebuah sistem informasi. Desain Website juga merupakan salah satu alat komunikasi pengembang, dimana tujuan utamanya adalah memberikan informasi yang dapat pengguna akses dengan mudah.

User Experience dan Usability yang baik pada Website merupakan hal yang harus dicapai agar Website dapat dengan mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna , maka dari itu dibutuhkan suatu metode yang bisa mengevaluasi dan memberikan hasil Design untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Oleh karena itu , kami akan meredesign website ventela ini dengan tujuan meningkatkan user interface dan user experience serta menambahkan beberapa fitur perbaikan fungsionalitas, Kebutuhan Pengguna, dan Kinerja Website.

Dalam pendahuluan ini, kami akan membahas redesign website Ventela tentang bagaimana Lean UX dapat membantu mencapai tujuan ini dan apa manfaat yang diharapkan dari implementasi metode ini. Dengan melakukan redesign website Ventela dengan pendekatan Lean UX, kami percaya bahwa perusahaan ini akan dapat meningkatkan signifikan pengalaman pengguna, mengoptimalkan konversi, dan menghadirkan website yang lebih efisien serta responsif . Selain itu, hal ini juga akan memperkuat hubungan antara Ventela dan pelanggan mereka, yang akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan ini di pasar yang semakin kompetitif.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam strategi perancangan adalah lean UX. Lean UX merupakan proses desain yang berpusat pada pengguna yang mencakup metodologi pengembangan lean dan agile untuk mengurangi pemborosan resources dan membangun produk yang berpusat pada pengguna. Lean UX mengambil prinsip yang selama ini dilakukan proses fisik sekarang dilakukan pada pengembangan software atau produk perangkat lunak.

Sebelum dilakukannya perancangan, perlu dilakukan pengumpulan data yang akan digunakan dalam proses perancangan. Dalam perancangan ini, metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah melalui studi literature dan observasi.

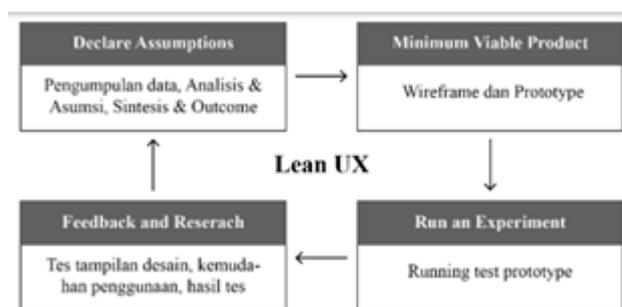
Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelolah bahan penelitian (Zed, 2008:3). Studi literature dilakukan agar mendapatkan teori-teori UI/UX dari berbagai sumber dan nantinya yang berguna sebagai landasan teori dalam perancangan.

Observasi adalah bentuk kegiatan ilmiah empiris berdasarkan pada fakta yang ada di lapangan atau yang ada di teks melalui pengalaman panca indra secara nyata tanpa adanya rekayasa atau manipulasi. Observasi terhadap website ventela.om, hal ini dilakukan untuk menemukan permasalahan-permasalahan yang ada. Observasi juga dilakukan kepada website sejenis untuk mendapatkan data studi kasus yang bisa digunakan dalam melakukan perencanaan perancangan.

Setelah data didapatkan langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang telah didapat

menggunakan metode lean UX tahap Declare Assumption. Pada tahap ini data akan dianalisis dan sehingga mendapatkan data asumsi mengenai permasalahan yang terjadi dan outcome yang perlu dicapai. Selanjutnya adalah merancang Minimum Viable Product. Tahap ini yang dilakukan adalah merancang desain wireframe, tujuannya agar desain tetap focus pada konsep interface layout. Wireframe tersebut selanjutnya akan diubah menjadi sebuah prototype dengan cara diberikan detail yang lebih baik seperti pada detail pewarnaan, transisi objek, animasi, serta dibuat lebih interaktif.

Prototype yang telah selesai dibuat akan dilakukan tahap Run An Experiment dimana prototype tersebut dites secara mandiri untuk melihat kesiapan prototype sebelum diujikan kepada pengguna secara langsung. Jika prototype dinyatakan siap untuk diujikan maka selanjutnya melakukan feedback and research, yaitu mengujikan prototype yang ada pada pengguna. Pengujian ini dilakukan menggunakan performance measurement untuk melihat apakah pengguna dapat menggunakan website dengan baik atau tidak.



Gambar 1. Tahapan Lean UX

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan redesign *website* Ventela menggunakan metode kuisisioner, literatur, dan observasi. Kuisisioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait penggunaan *website* Ventela kepada responden dengan melalui *Google Form*, dimana responden harus mengakses terlebih dahulu *website* Ventela dan menjelajah disana sebelum kemudian menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada *Google Form*.

Dari hasil kuisisioner maka didapati permasalahan yang di hadapi user saat mengakses *website* Ventela yaitu :

- Terbatasnya *navigation bar* sehingga membingungkan pengguna untuk menemukan informasi yang dibutuhkan
- Tampilan yang sederhana dan kurang menarik memberikan kesan kaku
- Pada *page product* informasi kurang tersampaikan terkait jenis-jenis sepatu yang ada pada *website* ternyata bisa di klik untuk menampilkan warna yang tersedia pada tiap jenis sepatu.
- Tidak adanya fitur *Search bar* pada *website* untuk mencari jenis-jenis sepatu
- Tidak adanya informasi harga yang tertera pada sepatu yang di tampilkan pada *website*
- Penggunaan *website* yang hanya sebagai etalase untuk menampilkan produk yang ada dan tidak adanya fitur transaksi atau pembelian *via website*

Setelah dilakukan studi literatur terhadap penelitian-penelitian terdahulu untuk mencari dan memecahkan masalah-masalah yang ada pada *Website ventela* , baik melalui artike, jurnal, ataupun buku. Dari proses pengumpulan data, maka diperoleh :

- Teori-teori UI/UX yang bisa dijadikan sebagai acuan dalam redesign *website* Ventela
- Segemnetasi pasar *website* ventela adalah untuk usia produktif 15 – 64 tahun

Setelah data didapatkan, selanjutnya adalah tahap analisis data dengan menggunakan metode Lean UX yaitu, *declare Assumpstions*.

a. *Problem Statements*

Pada bagian ini akan di lakukan pengelompokan dan filtering permasalahan-permasalahan yang di dapatkan dari hasil pengumpulan data yang mana masalah yang berkaitan dengan UI dan UX saja yang akan di masukkan.

**Table 1. Daftar Problem Statements**

No.	Problem Statement
1	Ventela dibuat untuk pengguna dengan usia produktif, namun kebanyakan peminat dari brand sepatu ini adalah anak muda. Saat ini, UI Ventela masing sangat kurang menarik dan sangat kaku, sehingga berdampak pada penilaian buruk pengguna. Bagaimana cara merancang UI Ventela agar terlihat lebih menarik dan elegan untuk anak-anak muda?
2	Ventela dirancang sebagai sebuah etalase digital untuk menampilkan model-nodel sepatu yang di sediakan, namun saat pengguna masuka ke website Ventela banyak yang masih kebingungan dengan alur dari wesbsitenya. Bagaimana membuat sebuah desain wesbite yang <i>Friendly User</i> yang mudah di pahami oleh pengguna?
3	Tugas utama dari wesbite ventela adalah untuk menampilkan model-model sepatu yang ada, namun malah banyak pengguna yang tidak sadar bahwa website Ventela bisa menampilkan model-model sepatu itu, hal ini dikarenakan kurangnya navigasi pada wesbite. Bagaimana membuat website ini digunakann semaksimal mungkin oleh pengguna?

. Dari data-data di atas terdapat 3 problem statements yang di kumpulkan, dan dari ketiganya semuanya berfokus pada UI dan UX. Selanjutnya data akan di proses untuk mendapatkan asumsi.

b. *Assumptions Worksheet*

Pada bagian ini terdapat *user assumptions dan Bussiness Assumptions*:

**Table 2. User Assumptions**

No.	User Assumptions	
	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah ada fitur keanggotaan di website nya?	Website ventela tidak memiliki fitur keanggotaan, website ini hanya berfungsi sebagai etalase digital bukan <i>e-commerce</i>
2	Masalah apa yang diselesaikan pada website Ventela?	Website menjadi etalase digital tempat menampilkan produk - produk yang di sediakan Ventela
3	Fitur apa yang penting?	Fitur menampilkan jenis-jenis model atau warna sepatu yang di sediakan

Fitur menampilkan produk in sangat penting bagi pengguna karena dengan fitur ini pengguna bisa tau dan memilih sepatu mana yang ingin mereka beli.

**Table 2 Bussiness Assumptions**

<b>Asusmsi 1</b>
Diyakini pengguna membutuhkan design UI yang menarik dan tidak kaku agar pengguna tertarik untuk menggunakan website. Kebutuhan ini bisa diselesaikan dengan mendesign ulang website Ventela dan membuatnya lebih menarik dan interaktif.
<b>Asumsi 2</b>
Diyakini pengguna membutuhkan <i>fitur search bar</i> untuk mempermudah mereka mencari produk yang ada pada <i>website</i> ventela.
<b>Asumsi 3</b>
Diyakini pengguna membutuhkan tampilan website yang lebih mudah di pahami. Kebutuhan ini dapat diselesaikan dengan meredesign website yang mudah dipahami oleh pengguna.

### c. *Prioriting Assumptions*

Dari semua asumsi yang didapat maka dilakukan *Prioriting Assumptions* untuk memberikan peringkat pada asumsi-asumsi yang telah dikumpulkan tadi.

Tabel 4. *Prioriting Assumptions*

No.	Asumsi	Poin Utama
1	Asumsi 1	Butuh <i>design website</i> yang menarik
2	Asumsi 3	Butuh <i>design website</i> yang lebih sederhana dan mudah dipahami user
3	Asumsi 2	Butuh Fitur <i>Search bar</i>

### d. *Hypotheses*

Berdasarkan perumusan masalah dan asumsi yang telah dirancang sebelumnya, kemudian dibuat sebuah *Hypotheses* untuk mempermudah pengujian. Berikut *Hyphotese* -nya :

“Dipercaya dengan meredesign website Ventela dengan mempertimbangkan UI dan UX akan mempermudah pengguna dalam menggunakan situs dan juga akan membuat pengguna lebih tertarik dalam menggunakan website. Dikatakan benar jika persentasi hasil kuisioner yang berisi tanggapan user memberikan komentar lebih mudah dan menarik website yang telah di redesign dengan persentase lebih dari 70%”.

### e. *Collaborative Design*

Pada bagian ini ditetuka *Style Guide* untuk meredesign website Ventela, mulai dari *Color Pallete, Lay Out, Icon, Navigation Bar*, hingga *Font* semuanya akan dibuat lebih menarik dan minimalis.

## 2. Sintesis Data

Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh, maka di dapat 3 fokus utama permasalahan , yaitu (1) tampilam yang kurang menarik dan terkesan kaku, (2) mesih kurangnya fitur-fitur yang diperlukan pengguna, (3) alur website yang beberapa masih kurang dimengerti oleh pengguna. Oleh karena itu diperlukan *redesign* ulang website ventela untuk mengatasi 3 fokus masalah di atas.

Dari hasi perencanaan yang matang maka di dapati warna utama yang akan digunakan adalah warna biru dan putih keabu-abuan , menyesuaikan dengan website dan Logo Ventela yang memang menggunakan warna biru.

Tipe font yang cocok digunakan adalah san-serif yang cocok untuk memberikan kesan minimalis dan juga modern, dan kemudian dipilihlan font Montserrat.

Pada website ini juga tambahkan fitur search bar untuk mempermudah pengguna mencari suatu produk pada website, ada penambahan login dan register juga sehingga pengguna juga bisa memiliki keanggotaan pada website dengan tujuan pengguna yang memiliki akun akan mendapatkan diskon khusus dari Ventela, Perubahan bentuk *Navigation Bar* yang awalnya ditampilkan di bagian atas website di rubah hanya menjadi sebuah icon menu di pojok kiri atas, dimana saat icon ini di klik maka akan muncul menu-menu yang ada pada website.

Tujuan dari *redesign* website ini adalah untuk meberikan solusi UI pada masalah-masalah yang di dapat dari asumsi awal tadi.

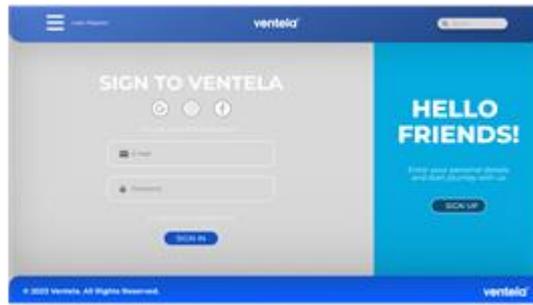
## 3. Perencanaan UI/UX

Melihat permalsahan yang dihadapi *website* Ventela, maka perancangan ini berfokus pada perancangan *UI Website, Navigation Bar*, serta fitur login/register. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan respon UI yang baik dan memuaskan bagi pengguna.

## 4. Visualisasi

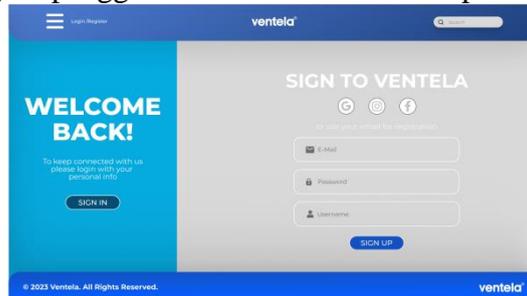
Berikut merupakab *Lay Out* yang akan menjadi pedoman Visualisasi redesign UI Ventela:

### a. Login Register



Gambar 1 Login Page

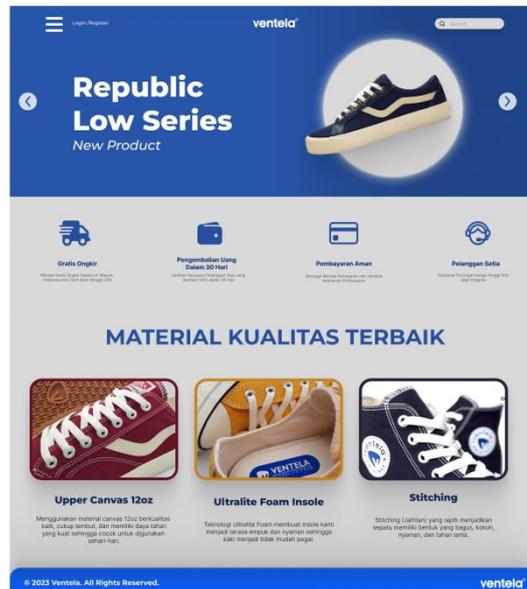
Halaman Login dan register akan muncul saat pengguna mengklik login dan register. Halaman login digunakan jika pengguna sudah memiliki akun pada *website*.



Gambar 2 Register Page

Halaman register digunakan ketika pengguna belum memiliki akun pada *website*.

## b. Home Page



Gambar 3 Home Page

Home Page akan muncul pertamakali saat pengguna membuka *website*. Pada bagian ini ada 3 bagian yang dibagi menjadi 3 segment, yaitu atas, tengah, dan bawah.

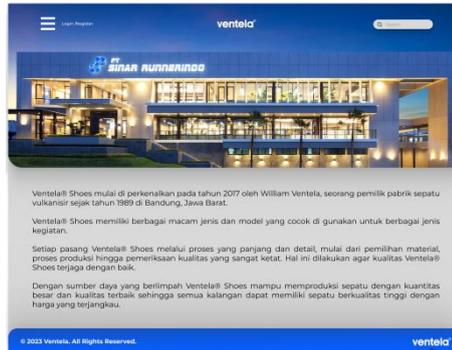
Bagian teratas merupakan bagian dimana akan ditampilkan produk terbaru yang dikeluarkan Ventela sehingga pengguna akan selalu *Up to Date* akan informasi produk terbaru.

Pada bagian tengah terdapat pelayanan-pelayanan yang disediakan oleh Ventela pada pelanggan, mulai dari garansi produk, jaminan uang kembali, dan sebagainya.

Pada bagian bawah berisi keunggulan-keunggulan produk yang di tawarkan Ventela.

Bagian bawah dan tengah dari page ini bersifat statis artinya hampir tidak mungkin mengalami perubahan, sedangkan bagian atas pasti akan selalu mengalami perubahan karena memang berisi produk-produk terbaru dari ventela.

## c. About Page



Gambar 4 About Page

Halaman ini berisi terkait sekilas bagaimana Brand Ventela ini berdiri.

## d. Size Chart Page

EUR	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
MEN'S	2	2.5	3.5	4.5	5	6	6.5	7.5	8	9	10	10.5	11.5
WOM'S	3.5	4	5	6	6.5	7.5	8	9	9.5	10.5	11.5	12	
UK	1	1.5	2.5	3.5	4	5	5.5	6.5	7	8	9	9.5	10.5
CM	21.2	21.8	22.5	23.1	23.8	24.7	25.2	26.1	26.5	27.4	28.3	28.8	29.6

Gambar 5 Size Chart Page

Halaman ini berisi informasi terkait ukuran-ukuran sepatu. Halaman ini terlihat remeh namun sebenarnya sangat berguna bagi pelanggan agar saat membeli sepatu Ventela mendapatkan ukuran yang sesuai dengan ukuran kakinya.

## e. FAQ Page

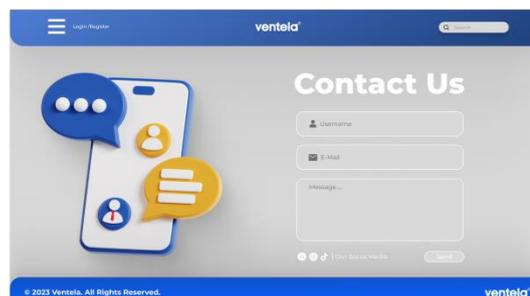


Gambar 6 FAQ Page

Pada page ini terdapat beberapa pertanyaan-pertanyaan yang sering diajukan pelanggan, yang mana jika pertanyaan ini di klik maka akan muncul jawabannya.

Pertanyaan-pertanyaan yang ada di sini seperti, bagaimana cara pembelian produk, pertanyaan terkait reseller, ketersediaan sebuah produk.

## f. Contact Us page

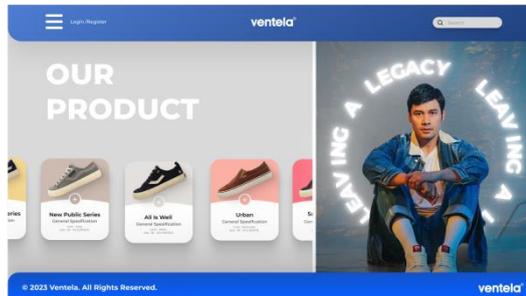


### Gambar 8 Contact us Page

Page ini bertujuan untuk memberikan saran dan kritik atau sekedar menanyakan se suatu pada Ventela.

Dibagian bawah juga terdapat sosial media dari Ventela, seperti instagram, tiktok, dan nomor whatsapp.

#### g. Products Page

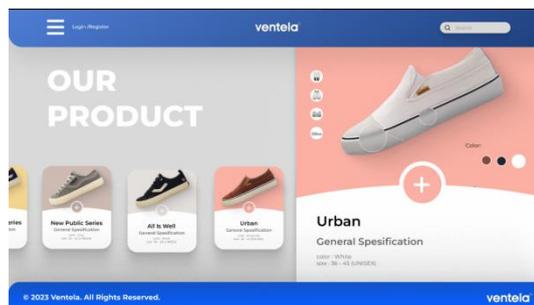


Gambar 7 Products Page (1)

Bagian ini merupakan bagian terpenting dari website ini, karena pada bagian ini semua produk ditampilkan dan pada bagian ini pengguna merasa kebingungan atau bahkan tidak tahu menahu terkait fungsi page ini.

Berbeda dengan halaman lain yang menggunakan 1 atau 2 warna tambahan atau *secondary color*, pada halaman ini terdapat banyak warna yang digunakan, karena persepatu mewakili warna masing-masing, sehingga pada halaman ini terlihat sedikit banyak warna.

Penggunaan banyak warna ini bukan tanpa alasan, penggunaan banyak warna ini untuk memberikan kesan *colorful* namun kalem dengan penggunaan warna-warna pastel.



Gambar 8 Products Page (2)

Berikut adalah tampilan saat salah satu sepatu di klik maka akan tampil spesifikasi sepatu, warna yang tersedia, dan jenis sepatu laki-laki atau wanita.

Berikut adalah beberapa asset yang digunakan dalam mendesan website Ventela :

#### h. Menu Bar



### Gambar 9 Menu Bar

Menu bar ini akan muncul saat icon menu yang ada di pojok kiri atas di klik.

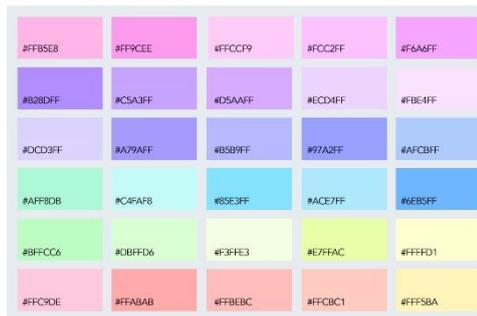
a. *Typography*



**Gambar 10 *Typography***

Font yang digunakan pada website ini adalah font Montserat yang merupakan jenis fonts san-serif yang sangat cocok untuk memberikan kesan modern dan simpel pada website Ventela.

b. *Colorgraphy*



**Gambar 11 Secondary Pastel Color Tone**

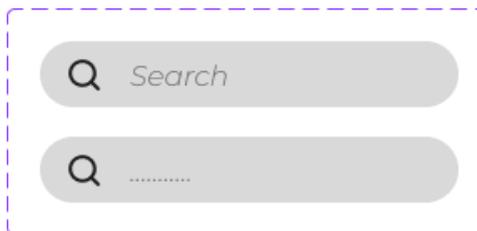


**Gambar 12 Primary Color**

Pada website ini penggunaan warnanya secara umum di bagi 2, yaitu *primary color* atau warna utama yang pasti ada pada tiap-tiap halaman pada website.

Dan yang kedua merupakan *secondary color* atau warna tambahan sebagai pelengkap dan pemanis dari website.

c. Search bar



**Gambar 13 Search Bar**

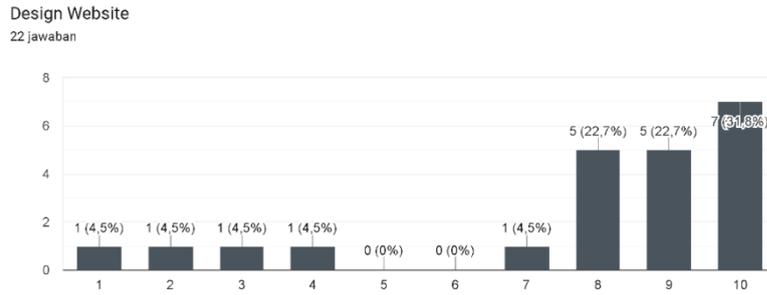
1. *Feedback and Research*

Setelah proses *prototype* selesai selanjutnya adalah dilakuakn *feedback* pengguna atas *Prototyping* yang telah dibuat. Untuk menghitung berapa besar keberhasilannya, maka dilakukan kuisisioner dengan 22 orang responden dengan pengalaman yang berbeda-beda dengan rentang umur 19-25 tahun.

Yang mana 22 orang responden ini diberikan pertanyaan-pertanyaan dan tanggapan dari hasil perbandingan mereka setelah selesai menggunakan website Ventela dan website redesign

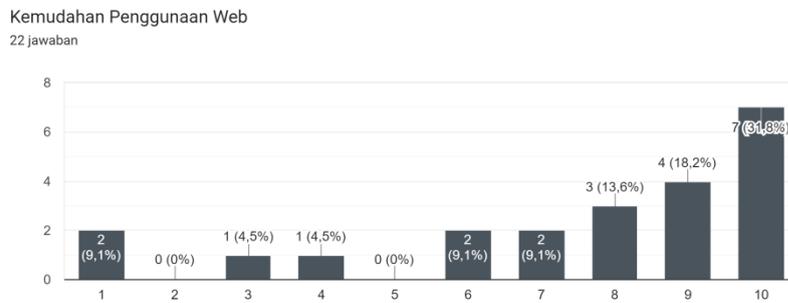
Ventela.

Dan berikut adalah hasil dari jawaban responden :



**Gambar 14 Penilaian 1-10 terkait design Website**

10 orang dari 22 orang memberi nilai 10 yang berarti secara dominan mereka lebih menyukai website yang telah di redesign.



**Gambar 15 penilaian 1-10 terkait kemudahan**

10 dari 22 responden menjawab ‘10’ yang berarti menurut mereka website redesign ini sangat mudah digunakann.



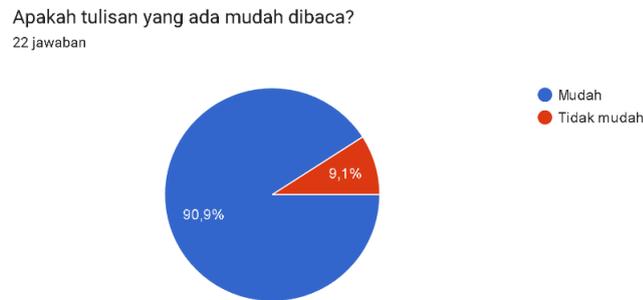
**Gambar 16 Pertanyaan (1)**

Pada bagian ini responden di berikan pertanyaan terakit website yang telah di redesign “apakah tampilan Website Ventela mudah dikenali?” dan 95.5% responden menjawab mudah dikenali.

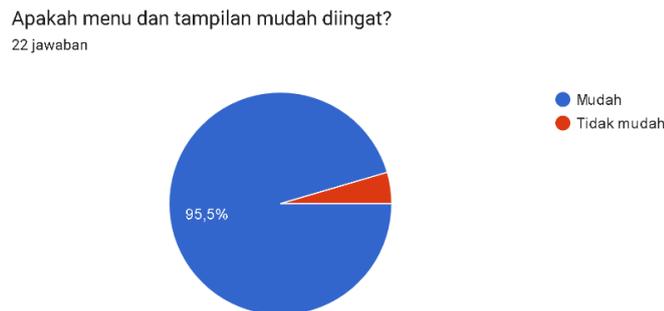


**Gambar 17 Pertanyaan (2)**

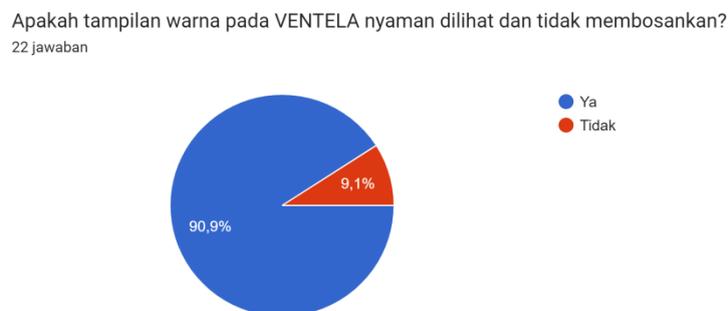
Sama seperti yang sebelumnya namun dengan pertanyaan yang berbeda, 95.5% responden menjawab bahwa mereka bisa dengan mudah mengakses informasi yang ada pada website.

**Gambar 18 Pertanyaan (3)**

Pada pertanyaan ini terkait dengan keterbacaan informasi pada website 90,9% responden menjawab mudah.

**Gambar 19 Pertanyaan (4)**

Pada pertanyaan terkait apakah menu mudah di ingat, 95,5% responden menjawab mudah.

**Gambar 20 Pertanyaan (5)**

Terkait pertanyaan apakah website Ventela yang baru terlihat membosankan atau tidak. 90,9% dari responden menjawab tidak.

**SIMPULAN**

Perkembangan teknologi informasi muncul Paradigma baru dalam menjalankan proses bisnis Melalui pemanfaatan internet dan infrastruktur teknologi. Salah satu pencapaian informasi e-commerce Perkembangan teknologi informasi telah memungkinkan adanya e-commerce Ini adalah proses bisnis yang menggunakan ruang virtual selama operasi. Ketika kerumunan semakin bertambah Dibuat oleh para pebisnis yang menggunakan sistem pasar elektronik atau biasa

disebut formasi pasar. Pasar itu sendiri adalah platform komunikasi e-commerce, di antaranya Baik penjual maupun pembeli bisa Komunikasikan harga, produk, dan status penyelesaian Transaksi yang dilakukan.

Sepatu Ventela merupakan brand sepatu lokal yang ada di Bandung. Produk Ventela ini menarik perhatian publik saat dirilis karena bentuknya yang mirip dengan model Converse dan Vans, namun dengan harga yang lebih terjangkau. Sepatu Ventela tersedia dalam berbagai koleksi mulai dari sepatu Ventela Original, Ventela Public Low, Ventela Black Natural, dll.

Pada perancangan ini memiliki hasil yaitu *design UI Website Ventela*, dengan tujuan menyelesaikan 3 masalah utama, yaitu : (1) Terkait tampilan website yang kurang menarik dan terkesan kaku (2) website yang kurang mudah dipahami dan (3) dibutuhkannya *search bar* untuk mempermudah pengguna mencari sesuatu pada *website*.

Dari ketiga masalah di atas oleh karena itu perlu dilakukan redesign website-nya untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada di atas.

Berikut adalah beberapa saran, kritik dan tanggapan responden yang membandingkan anatar sebelum dan sesudah diredesign

Sebelum Redesign	Sesudah Redesign
Simple, elegan	Memiliki warna-warna yang ramah dimata, namun membuang kesan elegan pada website sebelum redesign
Tampilan sederhana dan kurang menarik, pada halaman pertama kurang informative	Lebih unik
Navigasi yang ada terlalu terbatas dan mungkin membingungkan pengguna untuk menemukan informasi yang akan dibutuhkan	Website memiliki tampilan yang menawarkan banyak model produk.
Penggunaan warna dan desain grafis tidak sepenuhnya mencerminkan citra merek	Konten informative dan menarik, seperti pada produk yang ditampilkan dengan baik.
Pastikan navigasi tetap sederhana dan intuitif sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang dicari.	Model hanya landscape, jadi pengguna pada handphone masih sulit untuk mengakses

## BIBLIOGRAFI

- AJ. A. B. H. S. O. K. S. and M. , Designing Usable Web Forms-Empirical Evaluation of web form Improvement Guidelines, Canada: 1275-1284, 2014.
- R. A., Perancangan Desain User Interface (UI) aplikasi Pencari Kost, Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2019.
- G. M. N. E. S. T. D. H. and A. , “Analisis komponen Desain Layout, warna, dan Kontrol pada Antarmuka pengguna Aplikasi Mobile berdasarkan Kemudahan penggunaan (Stud Kasus : Aplikasi Olrider),” *Jurnal Teknik ITS*, vol. 7, pp. 2337-3520.
- G. J. S. and J. , lean UX : Designing Great Products with Agile Teams, United State of America: O'really Media, 2016.
- P. and A. V. , “Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Prototype Mobile AIS Menggunakan Metode Lean UX,” Jakarta, Fakultas Sains dan teknologi UIN Syarif Hidayatullah, 2020.

- S. A.D., “Perancangan UI/UX Aplikasi E-Commerce berbasis Website pada Toko AEMA Kacamata Surabaya Menggunakan Model Lean User Experience,” Surabaya, Universitas Dinamika, 2021.
- Astrid, “Zyro,” 11 Oktober 2021. [Online]. Available: <https://zyro.com/id/blog/halaman-about-us/>. [Accessed 06 November 2023].
- E. Fardila, C. Savitri and S. P. Faddila, “Analisis Strategi Digital Marketing Toko Sepatu Ventela Patrobas Warrior Lrush Footwear karawang,” *Buana Ilmu*, vol. 6, no. 2, pp. 180-191.
- G. Tiyasherlinda, A. Achsa and Y. P. Sijabat, “Citra Merek dan harga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Magelang,” *Sinar Manajemen*, vol. 09, no. 2, pp. 306-314, 2022.
- O. Velarde, “Visme,” 01 Februari 2019. [Online]. Available: <https://visme.co/blog/pastel-colors/>. [Accessed 06 November 2023].

**Copyright holder:**

Esa Maidatussohiba, Moh. Novil Maarif, Bayu Wahyu P, Maynanda Dwi Lisnorviona, Kadek Ayu Krisna P (2023)

**First publication right:**

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik