

## ABSTRAK

Toko Mulia adalah toko yang menjual emas, baik perhiasan maupun batangan. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, Toko Mulia ingin melakukan inovasi dalam menjual produknya, yaitu dengan menggunakan *e-commerce*. Untuk mewujudkan hal ini, maka dibuatlah *website* dan sistem transaksi yang mudah digunakan dan sesuai keinginan konsumen serta sesuai untuk toko perhiasan.

Langkah awal untuk membuat *website* dan sistem transaksi ini yaitu dengan menganalisis kebutuhan konsumen dengan melakukan survei awal kepada 20 orang responden. Dari hasil survei awal dan teori *Human Computer Interaction* (HCI) disusun kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang responden.

Pada kuesioner terdapat sembilan variabel yang terletak di tingkat kepentingan (skala *likert*), variabel-variabel tersebut adalah profil perusahaan, jam kerja, pengiriman, adanya toko fisik, kemudahan mengingat alamat *website*, produk baru dibedakan letaknya, promosi, komentar dari konsumen lain dan adanya *gift card*. Selain itu juga ada berbagai pertanyaan yang menyangkut tampilan *website* dan sistem transaksi.

Dari hasil kuesioner dilakukan analisis deskriptif dan analisis ketergantungan (*crosstab*) untuk memperjelas hasil dari kuesioner. Setelah itu, akan dilakukan perancangan *website* dan sistem transaksi sesuai dari data yang ada. Untuk merancang *website* dan sistem transaksi ini, diperlukan beberapa tahapan yaitu identifikasi *customer need*, *concept website and transaction system design* dan yang terakhir adalah pembuatan *prototype*. Pada identifikasi *customer need*, data mentah diolah hingga menjadi hirarki yang didapatkan dari penyebab permasalahan yang terjadi dan dicari solusinya.

Selanjutnya akan dibuat *product spesification* yang didalamnya terdapat tahapan-tahapan dalam membuat *House of Quality* (HOQ). Dari hasil pengolahan dan analisis HOQ, didapatkan variabel yang diprioritaskan adalah penggunaan kata-kata yang jelas (tidak ambigu) pada profil perusahaan, mencantumkan setiap keterangan tentang perusahaan, adanya foto, alamat dan *contact person* dari toko fisik dan adanya letak-letak khusus pada halaman awal.

Setelah itu, dibuat sistem transaksi dan *concept website design*. Pada metode penyusunan konsep *website* ini terdapat lima langkah yaitu memperjelas masalah, pencarian eksternal (*benchmarking*), pencarian internal, menggali secara sistematis dan merefleksikan hasil dan proses dengan pembuatan *website prototype* yang kemudian akan di uji menggunakan uji *usability*.

Dari hasil kuesioner dan rancangan diatas, didapatkan bahwa *website* menggunakan warna kuning untuk bagian atas *background*, warna putih untuk *background*, warna hitam untuk menu dan warna putih untuk *font* menu. Selain itu juga ditentukan bahwa sistem transaksi dan cara belanja yang dilakukan dengan menggunakan keranjang belanja dan pembayarannya melalui transfer dan *cash on delivery* (COD).

Dari hasil uji didapatkan bahwa waktu proses *website prototype* lebih singkat dibandingkan dengan waktu proses *website* pesaing, yaitu Orori.com sehingga dapat disimpulkan bahwa *website prototype* mudah dipelajari atau digunakan. Selain itu, *website prototype* juga dapat disimpulkan telah efektif karena *website prototype* mudah diprediksi langkahnya sehingga secara keseluruhan jumlah responden yang melakukan *error* pun lebih sedikit dibandingkan dengan *website* Orori.com. Dari hasil uji coba juga dapat diketahui bahwa *website prototype* telah memenuhi kriteria *usefulness* karena semua menu dapat digunakan dengan baik dan responden menanggapi dengan baik pula.

*Keyword: E-commerce, usability, human computer interaction, website*