

Desain Responsif Dan Dampaknya Terhadap Pengalaman Pengguna Di Situs E-Commerce

Melvina Olivia¹⁾

¹⁾Universias Terbuka, Bengkulu

Email: ¹⁾ melvina@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengubah pandangan bisnis secara signifikan, terutama dalam sebuah e-commerce. Perusahaan yang bergerak dalam industri penjualan makanan seperti sebuah kedai sangat diperlukan meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan online melalui perancangan ulang website e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah website ecommerce yang memadukan elemen desain yang menarik, fungsionalitas, serta strategi promosi yang efektif guna meningkatkan branding dan pemasaran. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini mencakup survei, wawancara, dan analisis kompetitor untuk memahami kebutuhan pengguna dan tren industri saat ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan efektivitas promosi dan penjualan online memerlukan integrasi strategis antara tiga elemen utama, yaitu desain yang menarik dan responsif, fungsionalitas yang intuitif dan user friendly, serta strategi promosi yang tepat sasaran dan efektif. Berdasarkan hasil penelitian, sebuah rancangan website e-commerce, yang menggabungkan beberapa elemen, dengan fokus pada user experience yang menarik dan proses pembelian yang mudah. Penerapan rancangan ini ke depannya dapat meningkatkan visibilitas branding, mengoptimalkan pengalaman pengguna.

Kata kunci: Responsif, Pengalaman, E-Commerce.

Responsive Design And Its Impact On User Experience On E-Commerce Sites

Abstract

The development of information technology today has significantly changed the view of business, especially in e-commerce. Companies engaged in the food sales industry such as a shop are urgently needed to increase the effectiveness of online promotion and sales through redesigning e-commerce websites. This research aims to design an e-commerce website that combines attractive design elements, functionality, and effective promotional strategies to improve branding and marketing. The methodology used in this research includes surveys, interviews, and competitor analysis to understand user needs and current industry trends. The results show that increasing the effectiveness of online promotion and sales requires strategic integration between three main elements, namely attractive and responsive design, intuitive and user-friendly functionality, and targeted and effective promotional strategies. Based on the research results, an e-commerce website design, which combines several elements, with a focus on an attractive user experience and an easy purchasing process. The implementation of this design in the future can increase branding visibility, optimise user experience.

Keywords: Responsive, Experience, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap cara bisnis beroperasi di era digital saat ini. Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah transformasi dalam bidang perdagangan elektronik (ecommerce), di mana perusahaan dapat menjalankan operasi bisnis mereka secara online dengan lebih efisien dan efektif. Ecommerce telah menjadi salah satu sarana utama bagi perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan mereka kepada pelanggan secara global, dan hal ini telah menjadi strategi yang vital dalam menjaga daya saing di pasar

yang semakin kompetitif. Perkembangan era digital yang semakin pesat ini, suatu website memiliki peranan yang sangat penting dalam bidang e-commerce. Dalam rangka menggerakkan roda penjualan melalui bisnis online, saat ini menjadi sangat penting. Website e-commerce telah menjadi fokus bisnis online dan media promosi yang sangat vital sehingga mutli fungsi dalam berbagai hal. Sebuah website ecommerce yang baik dapat menjadi kunci kesuksesan dalam meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan online pada suatu pelaku usaha tertentu. sebagai salah satu pemain terkemuka dalam industri perdagangan, menyadari pentingnya memanfaatkan potensi ecommerce untuk meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan online mereka.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang website e-commerce agar lebih responsif terhadap kebutuhan pasar dan lebih efektif dalam menarik pelanggan serta meningkatkan konversi penjualan. Website merupakan sebuah kumpulan halaman yang berisikan informasi secara spesifik dan dapat diakses kapanpun, dimanapun, dan siapapun melalui internet. Website juga merupakan suatu media yang bisa digunakan untuk menampung berbagai jenis informasi seperti teks, suara, gambar, dan animasi yang dimana bisa diakses oleh komputer melalui internet. Website merupakan media informasi berbasis jaringan komputer yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja dengan biaya yang murah.

Website ini muncul karena adanya kebutuhan pasar yang semakin tinggi. Pada dunia yang modern ini, kebanyakan orang sudah memanfaatkan website dan internet sebagai alat pendukung dalam berbisnis dan penyajian informasi mereka, khususnya pada masyarakat di kota-kota besar. Website seringkali digunakan sebagai sumber informasi. Tidak hanya itu, website juga dapat berfungsi sebagai media sosial, yang mempercepat dan mempermudah interaksi dan komunikasi antar orang. Perdagangan elektronik atau yang lebih familiar dikenal dengan e-commerce telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Sebagai respon dari adanya perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah ke pembelian secara online. Website e-commerce tidak hanya menjadi sebuah platform untuk menampilkan produk, namun juga menjadi alat dalam mempromosikan usaha yang dilakukan dan menyusun strategi dalam pemasarannya. Penelitian ini menjelaskan bagaimana merancang sebuah website e-commerce yang efektif dan efisien, sehingga dapat mengoptimalkan peran vitalnya dalam meningkatkan efektivitas promosi dan meningkatkan penjualan online.

Desain yang userfriendly, integrasi media sosial, data analitik, keamanan, dan strategi perencanaan yang tepat merupakan beberapa komponen penting dalam merancang website ecommerce. Penggunaan teknologi secara maksimal dapat mengoptimalkan pemasaran suatu produk atau barang, penelitian ini memberikan wawasan kepada pemilik bisnis dan pengembang website. Bagaimana memikat seorang pelanggan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif dan bagaimana menggunakan data analitik dalam mengambil keputusan yang tepat. Pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya peran website e-commerce dalam strategi media promosi agar dapat meningkatkan penjualan online dan perkembangan bisnis yang dimiliki. Melalui studi kasus terkait dapat diberikan penjelasan konsep kunci masing-masing dengan studi kasus nyata dapat diilustrasikan praktik terbaik dalam pengembangan website ecommerce untuk meningkatkan efektivitas media promosi dan penjualan online dalam berbagai bidang.

LANDASAN TEORI

Peran Website E-commerce dalam Peningkatan Penjualan Online

Website e-commerce telah menjadi landasan bagi banyak perusahaan untuk menjalankan operasi bisnis mereka secara online. Studi oleh Chaffey dan Ellis-Chadwick pada tahun 2019 menunjukkan bahwa memiliki sebuah website e-commerce yang responsif dan mudah digunakan dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan penetrasi pasar serta meningkatkan konversi penjualan. Dalam era di mana konsumen semakin cenderung untuk berbelanja secara online, sebuah website e-commerce yang efektif dapat menjadi kunci untuk memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif.

E-commerce internasional adalah tren global yang kuat yang didorong oleh penguatan kebijakan ekonomi dan perubahan perilaku pelanggan, dan peningkatan logistik dan teknologi. kehadiran pasar digital, dapat menjadi sarana yang kuat untuk mencapai tujuan tersebut pertumbuhan internasional di kalangan usaha kecil dan menengah (UKM). E-commerce internasional semakin berkembang, didukung oleh hal-hal baru perilaku konsumen dan upaya politik skala besar yang bertujuan untuk menciptakan pasar digital yang berfungsi dengan baik melalui infrastruktur pendukung dan peraturan, misalnya Pasar Tunggal Digital.

Desain Website E-commerce yang Menarik dan Responsif

Desain sebuah website e-commerce memainkan peran yang krusial dalam menarik perhatian pengunjung dan mengubahnya menjadi pelanggan yang berpotensi. Menurut Nielsen Norman Group (2020), pengguna cenderung meninggalkan sebuah website jika tampilannya tidak menarik atau sulit dinavigasi. Oleh karena itu, desain yang menarik dan responsif menjadi kunci dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan memperbaiki konversi penjualan.

Desain yang user friendly

Desain website e-commerce yang user friendly merupakan kunci kesuksesan dalam meningkatkan efektivitas promosi. Desain yang baik dapat membantu pelanggan menemukan produk yang mudah dengan melakukan pembelian tanpa hambatan dengan memperkuat branding. Prinsip yang perlu dikembangkan seperti petunjuk yang tepat, tampilan yang menarik, dan riwayat pengguna yang responsif menjadi fokus utama dalam perancangan suatu website e-commerce.

Strategi Promosi dalam E-commerce

Promosi yang efektif merupakan komponen penting dalam meningkatkan visibilitas merek dan mendorong konversi penjualan dalam konteks e-commerce. Strategi promosi yang tepat dapat membantu perusahaan menjangkau target pasar mereka dengan lebih efisien dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam konteks website e-commerce, strategi promosi yang efektif dapat berupa penggunaan iklan online, pemasaran konten, dan promosi melalui media sosial.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan perancangan pengembangan yang efektif dalam meningkatkan efektivitas media promosi dan penjualan online. Pendekatan yang cermat dan terencana dilakukan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Berikut konsep perancangan yang dipergunakan dalam penelitian ini :

1. User-Friendly Design Tahapan dimana memulai merancang dengan desain yang responsif dan ramah pengguna agar dapat memudahkan mengarahkan ke situs dalam menemukan produk dan menyelesaikan transaksi. Fokus pada tampilan yang disajikan, struktur penempatan menu yang jelas dan menarik perhatian konsumen.
2. Integrasi media sosial Mengintegrasikan media sosial dengan melalui tombol menu dalam website akan memudahkan berbagi informasi langsung ke media sosial. Pengguna akan mendapat kemudahan akses konten yang terhubung pada platform media sosial masing-masing mengenai produk yang ditawarkan. Konten yang dibagikan pastikan diarahkan pada pengguna ke situs website ecommerce langsung.
3. Optimasi Mobile Memastikan website e-commerce dapat diakses dengan lancar melalui perangkat mobile. Dengan banyaknya pengguna perangkat mobile yang semakin meningkat, maka hal ini dapat membuat website lebih responsif terhadap perangkat mobile langsung merupakan sebuah keniscayaan.
4. Pemilihan platform e-commerce yang tepat Pilih platform e-commerce sesuai dengan kebutuhan bisnis. Beberapa platform populer seperti WooCommerce, Shopify, dan Magento. Pastikan platform tersebut memiliki fitur-fitur yang mendukung efektivitas media promosi dan penjualan online.
5. Pengoptimalan gambar produk Mengunggah gambar produk yang berkualitas tinggi dapat memungkinkan konsumen melihat produk dengan sangat jelas. Tambahkan multiple views, zoom, dan deskripsi yang informatif.
6. Analitik data dan pelacakan Integrasikan data analitik seperti Google Analytics untuk melacak lalu lintas situs website, konversi, dan perilaku konsumen. Data analitik atau analitik data ini dapat membantu memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs website, yang dapat mengoptimalkan media promosi.
7. Keamanan data Pastikan bahwa website e-commerce memiliki lapisan keamanan yang kuat. Hal ini mencakup enkripsi data, perlindungan terhadap ancaman siber, dan kepatuhan terhadap privasi data.
8. Strategi pemasaran yang relevan Strategi pemasaran yang sesuai dengan target konsumen dapat dilakukan dengan promosi iklan yang relevan, melalui email marketing, dan konten yang relevan dengan Search Engine Optimization (SEO) yang optimal.
9. Penggunaan Call To Action (CTA) Gunakan CTA yang menarik dan strategis di seluruh website untuk mendorong user bertindak seperti "Beli sekarang, Daftar, atau Berbagi".
10. Pengembangan aplikasi mobile Bila memungkinkan pengembangan website e-commerce dapat dikembangkan melalui perangkat aplikasi mobile yang dapat terhubung ke website e-commerce secara langsung. Aplikasi ini dapat melibatkan kontak langsung dan konsumen dalam menawarkan produk yang ada.
11. User manual Buat pedoman atau petunjuk manual penggunaan program seperti tutorial sebagai panduan dalam membantu pelanggan menggunakan website dan memahami cara proses pembelian.
12. Pengujian dan Perbaikan berkelanjutan Melakukan pengujian reguler dan mengumpulkan umpan balik pengguna untuk memperbaiki dan mengoptimalkan website secara terus menerus dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Desain Responsif dan Ramah Pengguna Dalam tahap implementasi perancangan website ecommerce untuk PT. ABC, kami berhasil menerapkan desain yang responsif dan ramah pengguna sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya. Website dapat diakses dengan lancar dari berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, dan ponsel pintar. Navigasi yang mudah dipahami dan tata letak yang bersih membantu pengguna untuk menemukan produk dengan cepat dan efisien. Untuk Personalisasi Pengalaman Pengguna Melalui penggunaan teknologi personalisasi, kami berhasil mengimplementasikan fitur-fitur yang memungkinkan personalisasi pengalaman pengguna pada website e-commerce PT. ABC. Pengguna akan melihat rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi mereka, berdasarkan riwayat pembelian dan perilaku mereka di website. Ini membantu meningkatkan keterlibatan pengguna dan meningkatkan kemungkinan konversi penjualan. Adapun Integrasi Media Sosial dan Konten Berkualitas Kami telah berhasil mengintegrasikan website e-commerce PT. ABC dengan platform media sosial dan menyediakan konten berkualitas yang relevan dengan produk dan layanan mereka. Pengguna dapat dengan mudah berbagi produk melalui media sosial, meningkatkan visibilitas secara organik. Konten berkualitas seperti artikel, panduan, dan tutorial juga memberikan nilai tambah bagi pengunjung website dan memperkuat branding sebagai otoritas dalam industri.

Evaluasi Strategi Promosi Kami melakukan evaluasi terhadap strategi promosi yang diterapkan pada website e-commerce. Melalui analisis data, kami dapat melihat tingkat keterlibatan pengguna, konversi penjualan, dan pengaruh dari berbagai strategi promosi yang telah diterapkan. Kami menggunakan data ini untuk melakukan penyesuaian dan perbaikan pada strategi promosi yang akan datang, dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kampanye promosi. Perancangan website e-commerce untuk PT. ABC telah berhasil mengimplementasikan konsep-konsep yang telah dirancang sebelumnya dengan baik. Dengan desain yang responsif dan ramah pengguna, personalisasi pengalaman pengguna, integrasi media sosial dan konten berkualitas, serta evaluasi strategi promosi yang terukur, website ini memiliki potensi untuk meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan online secara signifikan. Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, perlu dilakukan pemantauan terus-menerus dan penyesuaian berkelanjutan sesuai dengan perubahan dalam tren pasar dan perilaku konsumen.

Perancangan website e-commerce yang efektif merupakan investasi penting dalam mencapai keberhasilan bisnis online. Hasil yang diperoleh dari konsep perancangan menunjukkan bahwa penggunaan praktik terbaik dalam pengembangan website e-commerce dapat memberikan hasil positif dalam hal efektivitas media promosi dan penjualan online. Beberapa bagian konsep perancangan tersebut antara lain, yaitu : User-Friendly Design Dalam pengembangan website e-commerce dengan desain yang ramah pengguna, user dapat memberikan rating yang lebih positif. Hal ini dapat menghasilkan peningkatan waktu yang dihabiskan di situs website dan peningkatan konversi. Integrasi Media Sosial Keberhasilan integrasi media sosial dapat meningkatkan keterlibatan konsumen. Konsumen yang berbagi konten situs di media sosial dapat membantu memperluas jangkauan bisnis, dan dapat membantu meningkatkan penjualan produk. Integrasi media sosial ini juga dapat memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan jangkauan luas platform media sosial, yang memperluas cakupan promosi dan memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi dengan produk secara lebih efektif. Pengoptimalan gambar produk dan desain yang ramah pengguna dapat membantu menghasilkan review customer yang menarik dan dapat meningkatkan rating.

Optimasi Mobile Pada tahap ini website di optimalkan untuk perangkat mobile yang mengalami kenaikan traffic pengguna. Pengguna akan lebih merasa nyaman dalam berbelanja melalui perangkat seluler yang nantinya dapat meningkatkan penjualan. Optimasi mobile juga dapat memungkinkan bisnis mencapai konsumen menggunakan perangkat seluler dengan lancar dan meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja. Pemilihan platform e-commerce yang tepat Pemilihan platform e-commerce yang tepat memungkinkan bisnis untuk mengelola produk, inventaris, dan melakukan pembayaran lebih efisien. Hal ini dapat mempermudah operasi ecommerce dan membantu dalam meningkatkan efisiensi penjualan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari perancangan pengembangan website e-commerce yang efektif ini merupakan kunci keberhasilan dalam meningkatkan efektivitas media promosi dan penjualan online. Beberapa poin penting kesimpulan yang diperoleh dari hasil dan pembahasan antara lain sebagai-berikut : Desain ramah pengguna, integrasi media sosial optimasi mobile, dan pemilihan platform e-commerce yang tepat merupakan elemen kunci dalam pengembangan website ecommerce yang berhasil. Kedua

Pengoptimalan gambar produk dan keamanan data memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan rating ulasan. Ketiga data analitik dapat membantu bisnis memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi pemasaran dan konten. Keempat strategi pemasaran yang relevan dapat membantu bisnis mencapai target yang sesuai dan menghasilkan aktivitas yang berkualitas.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, berikut beberapa saran untuk pengembangan website e-commerce yang lebih sukses, antara lain : Monitoring berkelanjutan dan analisis data Pemantauan dalam rangka monitoring berkelanjutan dan analisis data menggunakan tools tertentu dapat memberikan ulasan yang berharga untuk pengoptimalan lebih lanjut. Pentingnya keamanan data Keamanan data merupakan prioritas utama, sistem keamanan yang selalu ter-update dapat melindungi informasi konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- D. Tolstoy, E. Rovira, and U. Vu, "The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs," *Int. Bus. Rev.*, vol. 31, no. 3, p. 101946, 2022, doi: 10.1016/j.ibusrev.2021.101946.
- G. M. Rafsyajani and A. N. Fauzi, "PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS WEBSITE PADA UMKM ANEKA BATIK," *Apl. Bisnis*, vol. 8, no. 1, p. E-ISSN: 2407-5523 ISSN: 2407- 3741, 2022.
- Y. Cahyaningrum, "Pengembangan Website ECommerce untuk Meningkatkan Efektivitas Media Promosi dan Penjualan Online," vol. 2, no. 1, pp. 29–35, 2024.
- D. Yuniana Cahyaningrum, Yutika Amelia Effendi, Asrul Sani, I Kadek Arya Sugianta, Ari Cahaya Puspitaningrum, *IT Governance*. 2007.
- F. S. Yuniana Cahyaningrum, Dian Ratna Puspananda, Boedy Irhadanto, M. Zainudin, Fajar Adi Saputra, "PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE WIX UNTUK UMKM," vol. 1, no. 02, pp. 80–84, 2023.
- D. Asrul Sani, Yuniana Cahyaningrum, Cosmas Eko S, Yutika Amelia E, < Robihul, Irwan Adhi P, *Pembangunan Smart City (Pendekatan Integrasi Teknologi Informasi)*, vol. 4, no. 1. 2017.
- D. Miharja, "PENERAPAN E-COMMERCE PADA INDUSTRI RUMAHAN TOKO MEBEL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN," vol. 3, no. 4, 2023.
- D. Prihadi, Y. Mulyana, P. S. Manajemen, F. Ekonomi, D. Bisnis, and U. Pancasakti, "Efektivitas E-Commerce dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional," vol. XI, no. 1, pp. 31–40, 2019.
- Y. S. Samuel, R. P. Juliansyach, and L. Cinthya, "Implementasi Strategi Digital Marketing melalui Social-Media untuk Meningkatkan Kinerja pada UMKM Kole-Koleh Anggraini di Kota Batam," *J. Manag. Bus.*, vol. 6, no. 1, pp. 370–384, 2023. and F. E.-C. Chaffey, Dave, *Digital Marketing*. 2019.
- R. Y. Perkasa and N. Fuad, "Expert system for diagnosis of diseases in cat using the naive bayes method," pp. 25– 30, 2023.
- W. Jun, S. Li, Y. Yanzhou, E. Santibanez, H. Weiyi, and S. Litao, "Evaluation of precision marketing effectiveness of community e-commerce – An AISAS based model," *Sustain. Oper. Comput.*, vol. 2, no. April, pp. 200–205, 2021, doi: 10.1016/j.susoc.2021.07.007.
- H. Magdalena, "Strategi Memanfaatkan E-Commerce Dalam Memasarkan Makanan Khas Bangka (Studi Kasus : Aneka Citra Snack) The Strategy of Exploiting E-Commerce in The Marketing Of Bangka Peculiar Food (Case Study : Aneka Citra Snack)," pp. 286–298, 2017. [14] R. E. Indrajit, "Lima Langkah Suses E-COMMERCE," vol. 5, no. C, pp. 1–5, 2012.
- A. A. A.-A. Yuniana Cahyaningrum, Ernias Duwi Saputri, Sely Ayu Lestari, Rika Pristian, Sekar Wangi Quraini, "PENYULUHAN PENGGUNAAN WOLFRAMALPHA PADA PROSES PEMBELAJARAN DENGAN STEAM UNTUK MENINGKATKAN LITERASI PENDIDIKAN DAN KOMPETENSI MAHASISWA," vol. 1, no. 1, pp. 35– 40, 2024.
- Y. Cahyaningrum, S. Suryono, and B. Warsito, "FuzzyExpert System for Indicator and Quality Evaluation of Teaching and Learning Processes Online Study Programs," *E3S Web Conf.*, vol. 317, p. 05021, 2021, doi: 10.1051/e3sconf/202131705021.
- Y. A. N. Yuniana Cahyaningrum, Ahmad Rizki Putra, "ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI," *J. JIMMY (Jurnal Inform. Mahaputra Muhammad Yamin)* Vol. 2 No. 2 Tahun 2024 e-ISSN 3021-8837 Anal., vol. 2, no. 2, pp. 12–19, 2024.

- C. Li, Z. Xia, Y. Liu, S. Li, and S. Ren, "Heliyon Is online shopping addiction still a depressive illness? — the induced consumption and traffic trap in live Ecommerce," *Heliyon*, vol. 10, no. 9, p. e29895, 2024, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e29895.
- N. Huda et al., "PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE PADA WEBSITE KOMODITIKU MENGGUNAKAN METODE DESIGN," no. 03, pp. 479–489.
- M. D. Firmansyah, "Perancangan Web E- Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes," vol. 04, no. 01, pp. 361–372, 2023.