



Innovation for Meaningful Public and Community Transformation (IMPACT)

P-ISSN : XXXX ; E-ISSN : XXXX

IMPLEMENTASI USER EXPERIENCE (UX) DALAM DESAIN WEBSITE KATALOG DIGITAL PADA UMKM LUMBIA BEEF MOZARELLA ZINI

Muhammad Al Hafiz¹, Rut Silvia Sipahutar², Ashira³, Putri Nanda Nurcahaya⁴, Rizqa
Arimurti⁵, Wahyuni Wahab⁶, Murdani⁷

Politeknik Negeri Bengkalis

malhafiz986@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong UMKM memanfaatkan website sebagai media promosi dan pemasaran digital. Namun, UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini masih menggunakan media sosial sederhana sehingga informasi produk belum tersampaikan secara maksimal dan belum memiliki katalog digital yang informatif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mengimplementasikan website katalog digital berbasis User Experience (UX) untuk meningkatkan kualitas promosi digital dan kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi produk. Metode penelitian meliputi analisis kebutuhan, perancangan desain UX/UI, pembuatan website, pengujian, implementasi, serta evaluasi. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM. Website dikembangkan menggunakan HTML, CSS, PHP, dan MySQL dengan tampilan modern, responsif, dan mudah digunakan. Penerapan UX dilakukan melalui navigasi sederhana, tata letak informasi yang rapi, dan penggunaan visual produk yang menarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website berhasil membantu UMKM dalam menyampaikan informasi produk secara lebih lengkap, menarik, dan profesional. Website juga memberikan kenyamanan pengguna melalui tampilan responsif dan kemudahan akses pada berbagai perangkat. Selain itu, kegiatan pendampingan membantu pelaku UMKM memahami penggunaan website sebagai media promosi digital sehingga mampu meningkatkan branding usaha dan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: User Experience (UX), Website, Katalog Digital, UMKM.

Abstract

The development of digital technology encourages MSMEs to utilize websites as a medium for promotion and digital marketing. However, the Lumpia Beef Mozarella Zini MSME still relies on simple social media platforms, causing product information to be delivered less effectively and lacking an informative digital catalog. This community service activity aims to implement a User Experience (UX)-based digital catalog website to improve the quality of digital promotion and user convenience in accessing product information. The methods used include needs analysis, UX/UI design planning, website development, testing, implementation, and evaluation. Data were collected through observations and interviews with the MSME owner. The website was developed using HTML, CSS, PHP, and MySQL with a modern, responsive, and user-friendly interface. UX implementation was carried out through simple navigation, well-organized information layout, and attractive product visuals. The results of the community service activity show that the website successfully helps the MSME present product information in a more complete, attractive, and professional manner. The website also provides user convenience through its responsive display and easy accessibility across various devices. In addition, the mentoring activities helped the MSME

owner understand how to use the website as a digital promotional medium, thereby enhancing business branding and the competitiveness of the MSME in the digital era.

Keywords: *User Experience (UX), Website, Digital Catalog, UMKM*

1 PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi berbasis digital saat ini mempengaruhi berbagai aktivitas bisnis, terutama dalam proses pemasaran dan komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen. Menurut Hartono dan Apriadi (2025), pemanfaatan teknologi digital membantu UMKM dalam menjalankan kegiatan usaha secara lebih efisien, terutama dalam pengelolaan sumber daya melalui penggunaan aplikasi akuntansi dan perangkat lunak manajemen, serta berkontribusi dalam menurunkan biaya operasional sekaligus meningkatkan produktivitas. Penerapan teknologi ini pada setiap usaha tidak dapat disamaratakan karena perlu disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik masing-masing perusahaan. Selain itu, pemasaran digital yang berbasis internet menjadi salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan UMKM, di mana konsep ini dipahami sebagai pendekatan baru dalam pemasaran yang tidak hanya menambahkan unsur teknologi pada pemasaran konvensional, tetapi juga mengubah cara pemasaran dilakukan menjadi lebih modern dan terintegrasi (Taiminen & Karjaluoto dalam Mulia & Sulungbudi, 2019).

Saat ini, banyak UMKM memanfaatkan website sebagai bagian dari transformasi digital, yang digunakan tidak hanya untuk promosi, tetapi juga sebagai katalog produk yang lebih mudah diakses. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick dalam Afraah, dkk (2025), website tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi produk dan layanan, tetapi juga sebagai media yang dapat membangun hubungan dengan pelanggan melalui konten yang relevan, fitur interaktif, serta pengalaman pengguna yang lebih baik. Dengan peran tersebut, website menjadi salah satu elemen penting dalam mendukung efektivitas strategi digital marketing secara keseluruhan. Selain sebagai media promosi, website juga mampu membantu UMKM dalam membangun citra usaha yang lebih profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan secara digital. Menurut Bukit dkk. (2019), keberadaan website yang informatif dan interaktif memiliki peran yang cukup besar bagi UMKM dalam menghadapi persaingan di era saat ini yang serba berbasis teknologi. Website juga membantu pelaku UMKM menjangkau lebih banyak calon pelanggan serta memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi produk secara lebih cepat dan praktis melalui media online. (Hadi dkk, 2021).

UMKM makanan saat ini berada dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, terutama dalam upaya menarik minat konsumen melalui media digital. Di era sekarang, konsumen umumnya terlebih dahulu mencari informasi mengenai produk melalui internet sebelum melakukan keputusan pembelian. Menurut Japarianto dan Adelia (2020), tampilan website berkaitan dengan tingkat kemudahan situs untuk digunakan serta dipahami oleh calon pengguna. Pada praktiknya, banyak calon pembeli yang masih mengalami kesulitan ketika pertama kali berbelanja secara online, bahkan tidak jarang mereka membatalkan niat membeli karena belum memahami cara melakukan transaksi digital. Karena itu, tampilan website yang dirancang dengan baik dan menarik dapat mendorong peningkatan minat beli konsumen. Beberapa aspek penting dalam tampilan website antara lain kemudahan akses, kemudahan proses transaksi, serta kejelasan informasi yang disediakan. Ketiga unsur tersebut menjadi bagian penting dalam penerapan User Experience (UX) karena berkaitan langsung dengan kenyamanan pengguna ketika menggunakan website. Kemudahan

penggunaan sistem digital dapat meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian secara online (Putri, 2020).

UX (User Experience) merupakan pengalaman yang dirasakan pengguna ketika menggunakan suatu produk, yang mencakup kemudahan dalam mengoperasikan produk tersebut, kenyamanan selama proses penggunaan, serta seberapa jauh pengguna dapat mencapai tujuan yang diinginkan dari penggunaan produk itu sendiri (Hendra & Riti, 2023). Sebagus apa pun fitur yang dimiliki oleh suatu produk, sistem, atau layanan, jika tidak mampu memberikan kepuasan, kenyamanan, dan kemudahan bagi pengguna saat berinteraksi, maka tingkat User Experience (UX) dapat dikatakan rendah. Seiring dengan perkembangan dunia digital dan perangkat mobile, UX kini menjadi semakin kompleks dan memiliki banyak dimensi (Wiryawan, 2011). Dalam konteks pengembangan website UMKM, penerapan UX menjadi hal yang penting untuk menciptakan kenyamanan bagi pengguna saat mengakses informasi produk secara digital. Oleh karena itu, UX pada website katalog digital tidak hanya berfokus pada aspek tampilan visual, tetapi juga pada bagaimana pengguna dapat merasakan pengalaman yang mudah, nyaman, dan efektif ketika menggunakan website tersebut.

Lumpia Beef Mozzarella Zini merupakan salah satu UMKM di bidang kuliner yang menawarkan makanan cepat saji dengan produk unggulan berupa lumpia beef mozzarella. Selama ini, kegiatan promosi masih dilakukan melalui media sosial sederhana, sehingga penyampaian informasi produk kepada konsumen belum berjalan secara maksimal. Di sisi lain, belum tersedianya media katalog digital membuat pelanggan cukup kesulitan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap, seperti pilihan menu, harga, testimoni, hingga kontak pemesanan. Kondisi ini menyebabkan proses pemasaran digital belum berjalan secara optimal, serta daya tarik produk belum tersampaikan dengan baik kepada calon pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dilakukan implementasi website katalog digital berbasis User Experience (UX) pada UMKM Lumpia Beef Mozzarella Zini. Website ini dirancang dengan tampilan modern dan navigasi yang sederhana agar memudahkan pengguna dalam mengakses informasi produk. Penerapan UX dilakukan melalui desain antarmuka yang responsif, penyusunan menu navigasi yang jelas, penggunaan visual produk berkualitas tinggi, serta penyediaan fitur informasi produk dan kontak pemesanan yang mudah diakses. Implementasi ini diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengguna sekaligus membantu UMKM dalam memperkuat branding dan memperluas pemasaran digital.

Pengabdian yang dilakukan oleh (Ismawati, dkk (2025) dalam jurnalnya menunjukkan bahwa penerapan desain UI/UX pada katalog digital mampu mempermudah pengguna dalam memperoleh informasi produk serta meningkatkan kualitas tampilan antarmuka website UMKM. Selain itu, pengabdian oleh (Yulianto, dkk (2024) menjelaskan bahwa penggunaan konsep UI/UX dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem digital secara lebih efektif. Namun, kedua penelitian tersebut masih berfokus pada tahap perancangan desain antarmuka dan prototype sistem serta belum mengimplementasikan website katalog digital berbasis User Experience (UX) secara langsung pada UMKM kuliner melalui kegiatan pengabdian dan pendampingan kepada pelaku usaha. Selain itu, pengabdian sebelumnya juga belum menekankan pemanfaatan website sebagai media branding dan promosi digital yang responsif dan mudah digunakan oleh konsumen. Oleh karena itu, pengabdian ini memiliki urgensi untuk mengimplementasikan website katalog digital berbasis User Experience (UX) pada UMKM Lumpia Beef Mozzarella Zini guna meningkatkan kualitas promosi digital, pengalaman pengguna, serta membantu pelaku UMKM dalam mengikuti transformasi digital di era modern.

Dengan adanya implementasi website katalog digital ini, diharapkan UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini dapat memiliki media promosi yang lebih profesional, informatif, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Selain meningkatkan kualitas pemasaran digital, penerapan UX pada website juga diharapkan mampu memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing UMKM di era digital.

2 METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui metode implementasi dan pengembangan website katalog digital berbasis User Experience (UX) pada UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini. Metode ini digunakan dengan tujuan untuk menghasilkan website yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan promosi, tetapi juga mudah digunakan, nyaman diakses, serta mampu memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna.



Gambar 1. Metode Kegiatan Pengabdian

Metode ini dilakukan secara bertahap mulai dari analisis kebutuhan hingga evaluasi website yang telah diterapkan. Pendekatan User Experience digunakan agar website yang diciptakan tidak hanya menawan dalam penampilan, tetapi juga menawarkan kenyamanan, kemudahan akses, dan pengalaman yang baik bagi pengguna ketika mencari informasi produk secara digital.

Tahap pertama yaitu analisis kebutuhan. Pada langkah ini, informasi dikumpulkan melalui pengamatan dan percakapan langsung dengan pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah untuk memahami kebutuhan sistem, masalah dalam promosi yang sedang dihadapi, serta fitur-fitur yang diperlukan dalam situs web katalog digital. Menurut Pressman (dalam Tjahyanti dan Utama, 2024) Analisis kebutuhan sistem merupakan tahap awal yang sangat penting dalam pengembangan sistem informasi yang berhasil. Jika tahap

ini tidak dilakukan dengan baik, sistem yang dibangun bisa saja tidak sesuai dengan harapan pengguna, bahkan berisiko tidak mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan di masa mendatang.

Tahap kedua adalah perancangan desain UX/UI. Pada tahap ini dilakukan pembuatan rancangan tampilan antarmuka website yang meliputi desain halaman home, about, menu, testimoni, dan contact. Desain dibuat dengan memperhatikan prinsip User Experience agar pengguna dapat mengakses informasi dengan mudah dan nyaman. User Experience (UX) mengacu pada bagaimana seseorang merasakan, menilai, dan merespons saat menggunakan suatu produk, sistem, atau layanan. UX tidak hanya melihat dari sisi fungsi, tetapi juga tingkat kenyamanan dan kepuasan pengguna selama berinteraksi dengan produk tersebut. Karena itu, perancangan UX perlu benar-benar disesuaikan dengan kebutuhan pengguna agar mereka dapat menggunakan sistem dengan lebih mudah dan merasa terbantu dalam menyelesaikan tugas atau kebutuhannya. (Widodo dan Sundari, 2023)

Tahap ketiga yaitu pembuatan website. Setelah desain selesai dibuat, proses selanjutnya adalah pengembangan website menggunakan bahasa pemrograman HTML dan database MySQL. Pada tahap ini seluruh rancangan diimplementasikan menjadi sistem website yang dapat digunakan secara langsung sebagai media katalog digital UMKM. Website atau situs dapat dipahami sebagai kumpulan halaman yang memuat beragam jenis konten, mulai dari teks, gambar, animasi, suara, hingga video, yang kemudian saling terhubung melalui tautan (hyperlink) dan membentuk satu kesatuan informasi. Website dipilih sebagai media karena dapat diakses kapan saja selama 24 jam tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu, sehingga masyarakat bisa mendapatkan informasi maupun promosi dari mana pun dan kapan pun. Selain itu, website juga mampu menyajikan informasi yang lebih lengkap dan selalu diperbarui (*up to date*) dibandingkan dengan media promosi konvensional. (Saputro, 2021)

Tahap keempat adalah pengujian website. Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh fitur pada website berfungsi dengan baik dan dapat digunakan tanpa kendala. Selain itu, pengujian juga bertujuan untuk memastikan tampilan website tetap nyaman diakses pada berbagai jenis perangkat, sehingga pengguna mendapatkan pengalaman yang optimal. Pengujian meliputi fungsi menu navigasi, tampilan halaman, serta responsivitas website. Tahapan ini penting dilakukan untuk meminimalisir kesalahan sistem sebelum website diterapkan kepada pengguna.

Tahap kelima yaitu implementasi website. Website yang telah selesai diuji kemudian diterapkan sebagai media promosi dan katalog digital pada UMKM Lumpia Beef Mozzarella Zini. Implementasi dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan usaha sehingga website dapat membantu proses pemasaran produk secara lebih modern dan efektif.

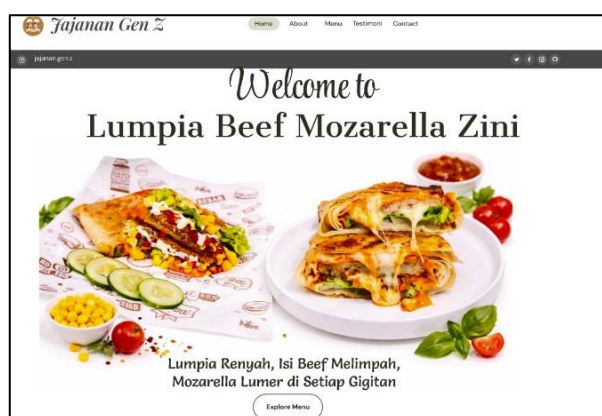
Tahap terakhir adalah evaluasi dan analisis. Evaluasi dilakukan dengan memperhatikan kenyamanan pengguna, efektivitas penyampaian informasi produk, serta kemudahan akses website sebagai media promosi digital UMKM (Wenson dan Daniawan, 2026). Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap hasil implementasi website dengan melihat kenyamanan pengguna, tampilan website, dan efektivitas penyampaian informasi produk kepada konsumen. Hasil dari penilaian dimanfaatkan untuk mengembangkan dan memperbaiki situs web sehingga dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik di waktu yang akan datang.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari kegiatan pengabdian ini berupa implementasi website katalog digital berbasis User Experience (UX) pada UMKM Lumpia Beef Mozzarella Zini. Website yang dikembangkan bertujuan untuk membantu proses promosi digital serta mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi produk secara lebih cepat dan menarik.

Berdasarkan hasil implementasi, website berhasil dirancang dengan tampilan antarmuka yang modern, sederhana, dan responsif sehingga dapat diakses dengan baik melalui perangkat laptop maupun smartphone. Website mempunyai beberapa menu utama yaitu Home, About, Menu, Testimoni, dan Contact yang dirancang untuk memudahkan navigasi pengguna dalam mengakses informasi produk.



Gambar 2. Tampilan Halaman Website Lumpia Beef Mozzarella Zini
Sumber: Penulis

Hasil implementasi website juga menunjukkan bahwa penerapan konsep User Experience (UX) mampu memberikan kenyamanan kepada pengguna saat mengakses website. Hal tersebut terlihat dari penggunaan navigasi yang sederhana, tata letak informasi yang rapi, serta kombinasi warna dan tipografi yang mudah dibaca. Website ini juga dirancang agar bersifat responsif, sehingga tampilan tetap terlihat rapi dan nyaman digunakan pada berbagai ukuran layar perangkat pengguna.

Selain penerapan website, kegiatan pengabdian masyarakat ini juga disertai dengan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan website sebagai media promosi digital. Tim pengabdian melakukan demonstrasi penggunaan website kepada pemilik usaha agar dapat mengelola dan memanfaatkan website dalam proses pemasaran produk secara mandiri.



Gambar 3. Kegiatan Implementasi dan Pendampingan Website pada UMKM Lumpia Beef
Mozarella Zini
Sumber: Penulis

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan pengabdian berlangsung, pemilik UMKM memberikan respon positif terhadap penerapan website katalog digital. Website dinilai mampu membantu usaha dalam menampilkan informasi produk secara lebih lengkap dan profesional dibandingkan hanya menggunakan media sosial sederhana. Selain itu, penggunaan website juga membantu meningkatkan kepercayaan konsumen karena informasi produk, menu, dan kontak pemesanan tersusun lebih jelas dan mudah diakses.

Pembahasan

Penerapan website katalog digital pada UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas promosi usaha di era modern. Sebelum implementasi website dilakukan, proses promosi masih terbatas melalui media sosial sehingga penyampaian informasi produk belum maksimal. Setelah website diterapkan, informasi mengenai produk, menu, testimoni, dan kontak usaha dapat disajikan secara lebih terstruktur dan menarik.

Penerapan konsep User Experience (UX) pada website juga memberikan pengaruh terhadap kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi. Tampilan antarmuka yang dibuat sederhana serta navigasi yang jelas membantu pengguna untuk lebih mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Garrett (2011) yang menyatakan bahwa UX berfokus pada pengalaman pengguna dalam menggunakan produk digital sehingga kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam desain website.

Selain itu, penggunaan gambar produk dengan kualitas yang baik pada halaman utama website juga dapat membuat konsumen lebih tertarik untuk melihat dan mengenal produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), tampilan visual yang menarik dapat memberikan pengaruh terhadap minat konsumen dalam melakukan pembelian secara online. Dengan demikian, website katalog digital tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra dan mendukung pemasaran modern bagi UMKM.

Kegiatan pendampingan kepada pelaku UMKM juga menjadi bagian penting dalam keberhasilan implementasi website. Melalui pendampingan tersebut, pemilik usaha dapat memahami cara penggunaan website sebagai media promosi digital sehingga website dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dalam mendukung perkembangan usaha.

Secara keseluruhan, hasil implementasi website katalog digital berbasis User Experience (UX) pada UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini berhasil membantu meningkatkan kualitas promosi digital, memperkuat branding usaha, serta membuat pengguna merasa lebih mudah dan nyaman ketika mengakses serta mencari informasi produk.

4 KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, implementasi website katalog digital berbasis User Experience (UX) pada UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini berhasil diterapkan dengan baik sebagai media promosi digital usaha. Website yang dikembangkan mampu menampilkan informasi produk secara lebih lengkap, menarik, dan mudah diakses oleh konsumen melalui berbagai perangkat.

Penerapan konsep User Experience (UX) pada website memberikan kenyamanan bagi pengguna melalui desain antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, serta tampilan visual produk yang menarik. Selain itu, keberadaan website membantu meningkatkan kualitas branding UMKM dan mempermudah penyampaian informasi terkait menu, testimoni, serta kontak pemesanan kepada pelanggan.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada pelaku UMKM juga memberikan hasil positif karena pemilik usaha dapat memahami penggunaan website sebagai media promosi digital secara mandiri. Dengan adanya implementasi website katalog digital ini, UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta mengikuti perkembangan transformasi digital di era modern.

Saran

Berdasarkan hasil implementasi website katalog digital berbasis User Experience (UX) pada UMKM Lumpia Beef Mozarella Zini, disarankan agar website yang telah dikembangkan dapat terus diperbarui secara berkala, terutama pada informasi produk, menu, harga, dan testimoni pelanggan agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Selain itu, pengelolaan website perlu dilakukan secara konsisten oleh pelaku UMKM sehingga website dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai media promosi digital dan branding usaha. Pengembangan fitur tambahan seperti sistem pemesanan online, pembayaran digital, serta integrasi dengan media sosial juga dapat dilakukan pada kegiatan pengabdian selanjutnya guna meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna. Selain itu, diperlukan evaluasi berkala terhadap kenyamanan pengguna dan performa website agar website dapat terus menyesuaikan kebutuhan konsumen serta perkembangan teknologi digital di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afraah, S. M., Nugraheni, D. D., & Haryanto, Z. I. (n.d.). *Implementasi Digital Marketing Berbasis Website pada UMKM Kipas Banyu Biru untuk Mengembangkan Strategi Bisnis*. 6(2), 112–124. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol6.iss2.art1>
- Edwin Japarianto, S. A. (2020). *PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE*. 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35>
- H. L. Wenson and B. Daniawan, “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Sistem E-Commerce UMKM Menggunakan Metode User Experience Questionnaire,” *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Cerdas*,

- vol. 19, no. 1, pp. 10–20, 2026.
- Hartono, M. R., Apriadi, D., Kebangsaan, U., & Indonesia, R. (2025). *Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Pengembangan Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah di Buahbatu*. 5, 423–432. <https://doi.org/10.51903/jupea.v5i2.4386>
- Hendra, Y. finsensia riti. (2023). *PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI WEBSITE DENGAN KONSEP UI / UX UNTUK MENGOPTIMALKAN MARKETING PERUSAHAAN*. 11(3).
- Hadi, A. P., Zainudin, A., & Setiawan, N. D. (2021). Pemanfaatan metode AIDA dalam desain website sebagai media promosi produk pada UMKM. *Jurnal JUPITER*, 13(2), 1–6.
- Ismawati, D. R., & Subarkah, P. (2025). *Perancangan Desain Antarmuka Pengguna Aplikasi Katalog Digital Pada UMKM My-Boutique Menggunakan Metode Design Thinking*. 5(2), 673–682.
- Mulia, F. (2019). *PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA UMKM (STUDI PENGGUNAAN INTERNET PADA PPKM KABUPATEN BANDUNG)*. 4(2), 15–25.
- Putri, A. C. (2020). *MINAT BELI PADA ONLINE SHOP (STUDI KASUS PADA ONLINE SHOP LAZADA)*. 5(2), 82–90.
- Rahmat, F., Bukit, A., S., G. G. A., & Berdagai, S. (2019). *Pembuatan website katalog produk UMKM untuk pengembangan pemasaran dan promosi produk kuliner*. (3)(2).
- Saputro, G. A. (2021). *Perancangan website sebagai media informasi dan promosi pada FM Karaoke Salatiga*. *Jurnal Teknik Informatika dan Multimedia*, 1(2), 12–21.
- Tjahyanti, L. P. A. S., & Sutarna, G. R. (2024). Peran analisis kebutuhan dalam menciptakan sistem informasi yang responsif dan berkelanjutan. *Jurnal Komputer dan Teknologi Sains (KOMTEKS)*, 3(2), 1–11.
- Widodo, A., & Sundari, J. (2023). Perancangan UI/UX pada website pengelolaan manajemen Toko Muthia dengan metode design thinking dan SUS. *Jurnal Masyarakat Informatika*, 14(2), 108–118.
- Wirawan, M. B. (2011). *USER EXPERIENCE (UX) SEBAGAI BAGIAN DARI PEMIKIRAN DESAIN DALAM PENDIDIKAN TINGGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*. 2(2), 1158–1166.
- Yulianto, A., Ayu, I. G., Aristi, A., Fiky, A., & Khaer, D. (2024). *Optimalisasi Desain UI / UX Prototype untuk perancangan Aplikasi Interaktif dalam Pengembangan Digital Pariwisata Berkelanjutan Sepeda Onthel di Towilfiets*. 4(3), 1180–1192.