



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 6404-6410

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Perancangan Desain Antarmuka Website Katalog Produk UMKM Kerajinan Rotan Menggunakan Pendekatan Design Thinking

Abdurrosit<sup>1</sup>, Sunardy kasim<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain, Universitas Bumigora

[info.rosit@gmail.com](mailto:info.rosit@gmail.com), [sunardy@universitasbumigora.ac.id](mailto:sunardy@universitasbumigora.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan media digital mendorong UMKM untuk menyajikan informasi produk secara lebih terstruktur dan profesional guna meningkatkan efektivitas komunikasi dengan konsumen. Namun, banyak UMKM kerajinan masih mengandalkan media sosial yang bersifat linier dan tidak sistematis, sehingga menimbulkan pertanyaan berulang terkait harga, ukuran, dan variasi produk. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan konsumen akan informasi yang jelas dengan media penyampaian yang digunakan, serta rendahnya efisiensi komunikasi antara pelaku usaha dan calon pembeli. Penelitian ini bertujuan merancang desain antarmuka pengguna (UI) website katalog produk sebagai media komunikasi visual yang mampu menyajikan informasi secara terstruktur, konsisten, dan mudah diakses. Metode yang digunakan adalah pendekatan Design Thinking yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara semi-terstruktur terhadap pemilik usaha dan konsumen. Objek penelitian adalah UMKM kerajinan rotan yang mengalami kendala dalam penyampaian informasi produk secara digital. Hasil penelitian berupa rancangan prototipe high-fidelity website katalog yang menampilkan arsitektur informasi sederhana, struktur navigasi yang jelas, hierarki visual yang konsisten, serta komponen kartu produk untuk meningkatkan keterbacaan dan kemudahan penelusuran informasi. Integrasi QR Code sebagai penghubung media offline dan online turut mendukung kemudahan akses informasi. Evaluasi awal menunjukkan bahwa struktur antarmuka yang sistematis mampu meningkatkan kejelasan informasi dan mengurangi potensi kebingungan pengguna dalam memahami detail produk secara mandiri.

*Kata kunci:* Desain Antarmuka Pengguna, Website Katalog Produk, UMKM, Kerajinan Rotan, Design Thinking

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat dalam mencari dan memahami informasi produk, termasuk produk kerajinan lokal yang dihasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah meningkatnya persaingan pasar digital, UMKM dituntut untuk tidak hanya hadir secara daring, tetapi juga mampu menyajikan informasi produk secara terstruktur, jelas, dan profesional agar mudah dipahami oleh konsumen [1]. Media digital berperan penting sebagai sarana komunikasi visual yang membentuk persepsi awal konsumen terhadap kualitas dan kredibilitas suatu produk.

Dalam praktiknya, banyak UMKM masih mengandalkan media sosial sebagai sarana utama promosi dan penyampaian informasi produk [2]. Media sosial memang efektif untuk menjangkau audiens secara cepat, namun memiliki keterbatasan dalam hal struktur informasi, konsistensi konten, serta kemudahan penelusuran produk. Informasi produk yang disajikan secara terpisah dan tidak sistematis sering kali menimbulkan kebingungan bagi konsumen dan memicu pertanyaan berulang terkait detail produk seperti harga, ukuran, dan variasi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan konsumen akan informasi yang jelas dengan media yang digunakan oleh UMKM dalam menyampaikan informasi tersebut.

Dalam konteks desain komunikasi visual, permasalahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan media digital, tetapi juga dengan kualitas perancangan antarmuka pengguna (*user interface/UI*) [3]. Antarmuka digital berfungsi sebagai medium komunikasi visual yang menghubungkan informasi produk dengan pengguna. Menurut [4], desain antarmuka pengguna yang baik harus mampu menyajikan informasi secara jelas, konsisten, dan mudah dipahami untuk mendukung pengalaman pengguna (*user experience/UX*). Kejelasan struktur, hierarki visual,

tipografi, dan navigasi menjadi faktor penting dalam memastikan informasi dapat diproses secara efektif oleh pengguna [5].

Website katalog produk merupakan salah satu media digital yang mampu menjawab keterbatasan media sosial dalam penyampaian informasi produk. Katalog berbasis web memungkinkan pengelompokan produk secara sistematis, penyajian visual yang konsisten, serta penyampaian detail produk secara lengkap dalam satu platform terpadu[6]. Dibandingkan media sosial yang bersifat linier dan bergantung pada aktivitas *scrolling*, website katalog menawarkan kemudahan penelusuran melalui struktur navigasi, kategori, dan fitur pencarian yang lebih terarah (Interaction Design Foundation, 2021). Dengan demikian, website katalog dapat berfungsi sebagai pusat informasi produk yang mendukung proses pengambilan keputusan konsumen.

Bagi UMKM kerajinan, khususnya produk berbahan alami seperti rotan, penyajian informasi visual memiliki peran strategis[7]. Produk kerajinan rotan tidak hanya dinilai dari fungsi, tetapi juga dari nilai estetika, kualitas material, dan keunikan pengerjaan manual. Penyampaian informasi yang tidak terstruktur berpotensi menurunkan persepsi profesionalitas dan kepercayaan konsumen, meskipun kualitas produk sebenarnya tinggi. [8] menyatakan bahwa antarmuka digital dengan struktur visual yang rapi dan konsisten cenderung dipersepsikan lebih kredibel oleh pengguna dibandingkan antarmuka yang tidak terorganisasi.

Permasalahan serupa ditemukan pada UMKM kerajinan rotan yang menjadi objek dalam penelitian ini, di mana penyampaian informasi produk masih bergantung pada komunikasi manual melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Kondisi tersebut menyebabkan terjadinya pertanyaan berulang dari konsumen serta keterbatasan jangkauan informasi produk. Tidak tersedianya katalog digital yang terstruktur menunjukkan perlunya solusi desain yang berfokus pada perancangan antarmuka pengguna sebagai media komunikasi visual yang efektif.

Pendekatan *Design Thinking* dipilih dalam penelitian ini karena menempatkan pengguna sebagai pusat proses perancangan. *Design Thinking* memungkinkan perancang untuk memahami kebutuhan pengguna, merumuskan permasalahan komunikasi visual, serta menghasilkan solusi desain yang relevan dan kontekstual [9]. Dalam ranah desain komunikasi visual, metode ini berfungsi sebagai kerangka kerja perancangan yang menghubungkan data lapangan dengan keputusan visual, bukan sebagai metode analisis statistik[10].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang desain antarmuka pengguna website katalog produk UMKM kerajinan rotan menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Perancangan difokuskan pada penyajian informasi produk yang terstruktur, visual yang representatif, serta kemudahan akses informasi melalui integrasi media digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya sebagai referensi perancangan UI website katalog produk bagi UMKM kerajinan lokal dalam mendukung proses digitalisasi berbasis desain.

## 2. Metode Perancangan

Penelitian ini menggunakan pendekatan perancangan berbasis desain (*design-based research*) dengan metode *Design Thinking*. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada perancangan solusi komunikasi visual berupa desain antarmuka pengguna (*user interface/UI*), bukan pada pengujian hipotesis atau pengukuran variabel kuantitatif. Dalam konteks desain komunikasi visual, *Design Thinking* berfungsi sebagai kerangka kerja sistematis untuk menerjemahkan permasalahan komunikasi visual ke dalam keputusan desain yang berorientasi pada pengguna.

Metode *Design Thinking* digunakan karena menempatkan kebutuhan dan pengalaman pengguna sebagai pusat proses perancangan. Menurut [9], pendekatan ini efektif diterapkan dalam perancangan UI/UX karena memungkinkan perancang memahami permasalahan pengguna secara mendalam serta menghasilkan solusi yang relevan dan kontekstual. Oleh karena itu, metode ini sesuai untuk menjawab permasalahan penyampaian informasi produk UMKM yang belum terstruktur secara visual [10].

## 2.1. Objek Perancangan

Objek perancangan dalam penelitian ini adalah sebuah UMKM kerajinan rotan yang memproduksi berbagai produk berbahan rotan untuk kebutuhan rumah tangga dan dekorasi interior. UMKM ini mengalami kendala dalam penyampaian informasi produk secara digital, di mana informasi terkait harga, ukuran, dan variasi produk masih disampaikan secara manual melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Kondisi tersebut menyebabkan terjadinya pertanyaan berulang dari konsumen dan kurang efisiennya proses komunikasi.

Objek perancangan dipilih karena merepresentasikan permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM kerajinan lokal, khususnya dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi visual dan katalog produk. Dengan demikian, hasil perancangan diharapkan dapat menjadi referensi desain yang relevan bagi UMKM sejenis.

## 2.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendukung proses perancangan pada tahap awal Design Thinking, khususnya tahap *empathize*. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi dan wawancara.

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung media promosi dan penyampaian informasi produk yang digunakan oleh UMKM, seperti konten media sosial dan komunikasi melalui aplikasi pesan instan. Observasi bertujuan untuk mengidentifikasi pola penyajian informasi, jenis informasi produk yang sering ditanyakan oleh konsumen, serta kelemahan struktur informasi yang ada.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pemilik usaha, pengelola pemasaran, dan beberapa konsumen. Wawancara bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai kebutuhan informasi produk, persepsi konsumen terhadap media promosi yang digunakan, serta harapan pengguna terhadap keberadaan katalog produk digital. Teknik wawancara ini memungkinkan penggalan data yang bersifat kualitatif dan kontekstual [11]

## 2.3. Tahapan Perancangan Design Thinking

Proses perancangan desain antarmuka pengguna website katalog produk dilakukan melalui lima tahapan utama Design Thinking, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Kelima tahapan ini digunakan sebagai alur kerja sistematis dalam menghasilkan solusi desain.

### 2.3.1. Empathize

Tahap *empathize* bertujuan untuk memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna dalam mengakses informasi produk. Pada tahap ini, data hasil observasi dan wawancara dianalisis untuk mengidentifikasi kendala komunikasi visual yang menyebabkan terjadinya pertanyaan berulang dari konsumen, seperti ketidakjelasan informasi harga, ukuran, dan variasi produk.

### 2.3.2. Define

Tahap *define* dilakukan dengan mensintesis data hasil *empathize* untuk merumuskan permasalahan inti perancangan. Permasalahan utama yang dirumuskan adalah belum tersedianya media katalog digital yang mampu menyajikan informasi produk secara terstruktur, konsisten, dan mudah diakses. Rumusan masalah ini menjadi dasar dalam penentuan fokus perancangan antarmuka pengguna website katalog produk.

### 2.3.3. Ideate

Pada tahap *ideate*, perancang mengembangkan gagasan solusi desain berdasarkan permasalahan yang telah ditetapkan. Tahap ini mencakup penyusunan arsitektur informasi, alur pengguna (*user flow*), dan struktur navigasi website katalog produk. Ide desain difokuskan pada kemudahan penelusuran produk, kejelasan hierarki informasi, serta penyajian visual produk yang representatif.

### 2.3.4. Prototype

Tahap *prototype* menghasilkan rancangan desain antarmuka pengguna dalam bentuk prototipe *high-fidelity*. Prototipe dirancang untuk merepresentasikan tampilan visual, struktur informasi, dan interaksi utama website

katalog produk. Pembuatan prototipe dilakukan menggunakan perangkat lunak perancangan antarmuka digital, sehingga memungkinkan simulasi alur penggunaan secara interaktif [12].

### 2.3.5. Test

Tahap *test* dilakukan untuk mengevaluasi rancangan prototipe yang telah dibuat. Evaluasi difokuskan pada kejelasan navigasi, keterbacaan informasi produk, dan kesesuaian desain dengan kebutuhan pengguna. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain antarmuka sebelum ditetapkan sebagai hasil akhir perancangan.

Melalui tahapan *Design Thinking* tersebut, proses perancangan tidak hanya menghasilkan tampilan visual, tetapi juga solusi komunikasi visual yang berorientasi pada kebutuhan pengguna dan permasalahan nyata di lapangan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Temuan Permasalahan Komunikasi Visual

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa permasalahan utama dalam penyampaian informasi produk UMKM kerajinan rotan terletak pada ketiadaan media katalog digital yang terstruktur. Informasi produk seperti harga, ukuran, dan variasi disampaikan secara terpisah melalui media sosial dan komunikasi pesan instan, sehingga konsumen harus melakukan interaksi berulang untuk memperoleh informasi yang sama. Kondisi ini menunjukkan rendahnya *findability* dan *clarity* informasi produk dalam media digital yang digunakan.

Dalam perspektif desain komunikasi visual, permasalahan tersebut bukan sekadar kurangnya konten, melainkan lemahnya struktur visual dan hierarki informasi. Nielsen Norman Group (2018) menyatakan bahwa informasi yang tidak disusun secara hierarkis dan konsisten akan meningkatkan beban kognitif pengguna serta menurunkan efisiensi komunikasi. Temuan ini memperkuat kebutuhan akan perancangan antarmuka pengguna yang mampu berfungsi sebagai media komunikasi visual yang sistematis.

### 3.2. Perancangan Struktur Informasi Website Katalog

Sebagai respons terhadap permasalahan penyampaian informasi produk yang tidak terstruktur, perancangan website katalog difokuskan pada penyusunan arsitektur informasi yang sederhana dan mudah dipahami. Struktur navigasi utama dirancang mencakup halaman beranda, katalog produk, tentang, dan kontak. Penyusunan ini bertujuan untuk meminimalkan kompleksitas navigasi serta membantu pengguna memahami alur penelusuran produk sejak interaksi awal.

Rancangan struktur informasi awal divisualisasikan melalui wireframe untuk memvalidasi penempatan elemen utama sebelum masuk ke tahap desain visual. Wireframe berfungsi sebagai representasi konseptual tata letak dan alur informasi tanpa mempertimbangkan aspek estetika visual secara detail.

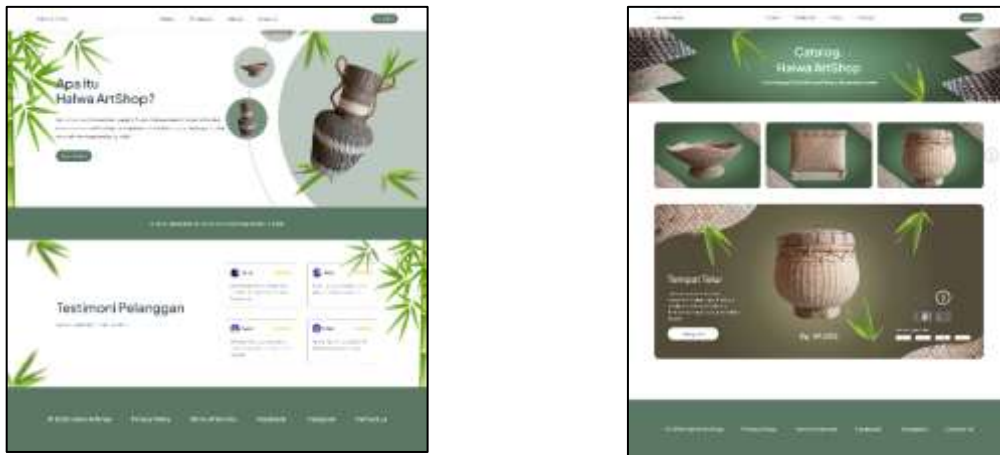


Gambar 1. Wireframe halaman beranda dan katalog produk website katalog UMKM kerajinan rotan

Wireframe pada Gambar 1 menunjukkan pengelompokan informasi produk, penempatan navigasi utama, serta alur pengguna dari halaman beranda menuju katalog produk. Pendekatan ini mendukung prinsip *usability* dengan memastikan pengguna dapat memahami struktur website secara intuitif [13].

### 3.3. Desain Antarmuka Pengguna sebagai media komunikasi visual

Hasil utama dari penelitian ini adalah rancangan desain antarmuka pengguna website katalog produk dalam bentuk prototipe *high-fidelity*. Desain antarmuka dikembangkan berdasarkan struktur informasi yang telah divalidasi pada tahap sebelumnya, dengan penekanan pada hierarki visual, konsistensi elemen, dan keterbacaan informasi.



Gambar 2. Tampilan prototipe *high-fidelity* halaman beranda dan katalog produk

Tampilan *high-fidelity* pada Gambar 2 memperlihatkan penerapan prinsip desain komunikasi visual melalui penggunaan hierarki ukuran teks, kontras warna, dan penataan elemen yang konsisten. Informasi utama seperti nama produk, visual, dan harga ditempatkan pada area yang mudah dipindai untuk mendukung proses pengambilan keputusan pengguna. [4] menyatakan bahwa struktur visual yang rapi dan konsisten berkontribusi terhadap persepsi profesionalitas dan kredibilitas sebuah platform digital.

Untuk penyajian informasi katalog, digunakan komponen kartu produk (*product card*) sebagai elemen utama. Komponen ini dipilih karena mampu menyajikan informasi secara ringkas, modular, dan mudah dibandingkan secara visual.



Gambar 3. Desain kartu produk sebagai elemen utama penyajian informasi katalog

Penggunaan kartu produk pada Gambar 3 memungkinkan penyajian visual produk, nama, harga, dan ukuran dalam satu kesatuan informasi. Pendekatan ini sejalan dengan rekomendasi [8] yang menyatakan bahwa komponen kartu efektif digunakan dalam katalog digital untuk meningkatkan keterbacaan dan fokus pengguna.

### 3.4. Integrasi QR code sebagai penghubung media offline dan online

Selain website katalog sebagai media utama, perancangan ini juga menghasilkan integrasi QR Code sebagai media pendukung yang berfungsi menghubungkan media offline dengan platform digital. QR Code ditempatkan pada media promosi fisik seperti X-banner dan stiker, sehingga pengguna dapat mengakses katalog produk secara langsung melalui perangkat seluler.



Gambar 4. Implementasi QR code sebagai penghubung media offline ke website katalog produk

Integrasi QR Code pada Gambar 4 memperpendek alur akses informasi produk dan meningkatkan efisiensi komunikasi antara konsumen dan UMKM. [14] menyatakan bahwa teknologi berbasis QR Code mampu mempercepat akses informasi serta meningkatkan keterlibatan pengguna dalam konteks UMKM. Dalam penelitian ini, QR Code berfungsi sebagai pintu masuk awal menuju katalog digital sebelum pengguna melakukan komunikasi lanjutan melalui aplikasi pesan instan.

### 3.5. Evaluasi awal terhadap rancangan antarmuka

Tahap *test* dilakukan sebagai evaluasi awal terhadap prototipe antarmuka pengguna yang telah dirancang. Evaluasi difokuskan pada aspek kejelasan navigasi, keterbacaan informasi produk, dan kesesuaian desain dengan kebutuhan pengguna. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa struktur katalog dan penyajian informasi visual telah mampu mengurangi potensi kebingungan pengguna dalam memahami detail produk. Meskipun evaluasi dilakukan secara kualitatif dan terbatas, temuan ini menunjukkan bahwa perancangan antarmuka pengguna website katalog produk mampu berfungsi sebagai solusi komunikasi visual yang lebih efektif dibandingkan media promosi sebelumnya. Hal ini sejalan dengan temuan [15] yang menyatakan bahwa struktur antarmuka dan kejelasan informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi produk secara digital.

## 3. Kesimpulan

Perancangan desain antarmuka pengguna website katalog produk UMKM kerajinan rotan yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan desain komunikasi visual dapat berperan efektif sebagai solusi atas permasalahan penyampaian informasi produk yang tidak terstruktur. Ketergantungan pada media sosial sebagai sarana utama promosi terbukti belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan informasi produk yang jelas, konsisten, dan mudah diakses, sehingga memicu terjadinya pertanyaan berulang dan komunikasi yang kurang efisien. Melalui penerapan pendekatan *Design Thinking*, proses perancangan mampu mengidentifikasi kebutuhan pengguna secara kontekstual dan menerjemahkannya ke dalam keputusan desain antarmuka yang terstruktur. Hasil perancangan berupa prototipe *high-fidelity* website katalog produk menekankan pada penguatan struktur informasi, hierarki visual, dan konsistensi antarmuka sebagai elemen utama komunikasi visual. Penyajian informasi produk melalui katalog berbasis web memungkinkan pengguna memahami detail produk secara mandiri sebelum melakukan komunikasi lanjutan dengan pihak UMKM. Integrasi QR Code sebagai media pendukung menunjukkan peran strategis dalam menghubungkan media offline dan online, sekaligus memperpendek alur akses informasi produk. Kombinasi antara website katalog dan QR Code memperkuat fungsi katalog sebagai pusat informasi produk, sementara media komunikasi langsung digunakan pada tahap lanjutan. Pendekatan ini mendukung efisiensi komunikasi serta meningkatkan persepsi profesionalitas UMKM dalam konteks digital.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam perancangan antarmuka pengguna website katalog produk UMKM berbasis pendekatan desain berorientasi pengguna. Secara praktis, hasil perancangan diharapkan dapat menjadi referensi bagi UMKM kerajinan lokal dalam mengembangkan media katalog digital yang informatif dan terstruktur sebagai bagian dari proses digitalisasi berbasis desain.

## Referensi

- [1] E. Y. R. Pardede and M. Simanjuntak, "Penguatan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: UMKM Keripik Cap Rumah Adat Minang, UD Rezeki Baru)," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 119–133, Dec. 2022, doi: 10.21107/jsmb.v9i2.15946.
- [2] V. I. Pondaag, J. R. Octavia, and C. Theresia, "Penerapan Design Thinking dalam Menghasilkan Usulan Rancangan Kemasan Ramah Lingkungan untuk UMKM Makanan dan Minuman," *Journal of Integrated System*, vol. 6, no. 1, pp. 103–124, Jul. 2023, doi: 10.28932/jis.v6i1.6440.
- [3] Abdul Kholik, Asep Soegiarto, and Wina Puspita Sari, "Efektivitas Komunikasi Visual Melalui Prinsip-Prinsip User Experience Design (UXD) Pada Website Virtual Event Festival Sains dan Budaya," *Jurnal ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 4, no. 2, pp. 01–17, Aug. 2025, doi: 10.55606/juisik.v4i2.1504.
- [4] Nielsen Norman Group., "Definition of User Experience." [Online]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- [5] R. Setiawan, M. Defriani, L. Sri, and A. Muni, "Perancangan Ui/Ux Aplikasi Layanan Sistem Informasi Siswa Berbasis Mobile Menggunakan Metode Keep It Simple Stupid (Kiss) (Studi Kasus : SMK PURNAWARMAN Purwakarta)," vol. 2, no. 5, pp. 101–115, 2024, doi: 10.61132/mercurius.v2i4.288.
- [6] I. Averushyd Juliansyah and I. V Papatungan, "Perancangan User Experience Pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking," 2022.
- [7] D. R. Ismawati, B. Berlilana, and P. Subarkah, "Perancangan Desain Antarmuka Pengguna Aplikasi Katalog Digital Pada UMKM My-Boutique Menggunakan Metode Design Thinking," *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, vol. 5, no. 2, pp. 673–682, Jul. 2025, doi: 10.51454/decode.v5i2.1259.
- [8] I. D. Foundation., "Visual hierarchy." [Online]. Available: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-hierarchy>
- [9] Ronni Sahat Hutabarat and Ketut Sudaryana, "User-Centered Design pada User Interface (UI) / User Experience (UX) Prototyping Aplikasi E-Commerce," *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Sains*, vol. 2, no. 4, pp. 89–99, Dec. 2024, doi: 10.54066/jptis.v2i4.2781.
- [10] E. Gonen, "Tim Brown, Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation (2009)," *Markets, Globalization & Development Review*, vol. 04, no. 02, 2019, doi: 10.23860/mgdr-2019-04-02-08.
- [11] R. A. Fadhallah, *WAWANCARA*. UNJ PRESS, 2021.
- [12] M. F. Santoso, "Implementation Of UI/UX Concepts And Techniques In Web Layout Design With Figma," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 279–285, Apr. 2024, doi: 10.47233/jteksis.v6i2.1223.
- [13] Nielsen Norman Group., "Usability 101: Introduction to Usability.," 2012, [Online]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- [14] P. D. Alifiyah and L. Purwanti, "Pengaruh Penggunaan Marketplace Dan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm," *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, vol. 3, no. 3, pp. 836–851, May 2024, doi: 10.21776/jki.2024.03.3.19.
- [15] S. K. Ratri, B. T. Hanggara, and Y. T. Mursityo, "Analisis Pengalaman Pengguna (User Experience) pada Website E-commerce di Indonesia menggunakan Metode Scenario Testing dan SUPR-Q (Studi Kasus: Tokopedia dan Bukalapak)," 2022. [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>