

User Experience-Based Website Development to Increase Customer Satisfaction and Sales of Maidanii Dimsum Business

Cinta Rizkia Zahra Lubis¹, Salman Munthe²

^{1,2}Program Studi Bisnis Digital, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: cintalubis204@gmail.com; salmanmunthe@unimed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan website berbasis *User Experience (UX)* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta penjualan pada UMKM Dimsum Maidanii. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap website yang telah ada, di mana 70% responden mengatakan kurang puas dan 96,7% menyarankan pengembangan lebih lanjut. Metode penelitian yang digunakan adalah *Research and Development (R&D)* dengan model *waterfall*, yang mencakup tahapan analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, pengujian, hingga pemeliharaan. Sampel penelitian terdiri dari 30 pelanggan, 1 pemilik usaha, dan 2 ahli media. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner, serta dokumentasi penjualan. Instrumen evaluasi menggunakan *System Usability Scale (SUS)* untuk mengukur pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan. Hasil pengujian menunjukkan skor *SUS* sebesar 95,7 yang termasuk kategori “Excellent”, menandakan website mudah digunakan dan efektif dalam meningkatkan interaksi pelanggan. Selain itu, perbandingan data penjualan bulan Juni (sebelum pengembangan) dan Juli 2025 (sesudah pengembangan) memperlihatkan peningkatan sebesar 3,22%. Temuan ini membuktikan bahwa penerapan prinsip *UX* pada website berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sekaligus peningkatan penjualan. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi digitalisasi berbasis *UX* merupakan langkah strategis bagi UMKM untuk bersaing di era ekonomi digital.

Keyword: Website; Pengalaman Pengguna; Kepuasan; Penjualan; UMKM

ABSTRACT

This study aims to analyze and develop a User Experience (UX)-based website to increase customer satisfaction and sales at the Dimsum Maidanii MSME. The background of this study is based on the low level of customer satisfaction with the existing website, where 70% of respondents said they were dissatisfied and 96.7% suggested further development. The research method used is Research and Development (R&D) with a waterfall model, which includes the stages of needs analysis, design, implementation, testing, and maintenance. The research sample consisted of 30 customers, 1 business owner, and 2 media experts. Data collection was carried out through interviews, observations, questionnaires, and sales documentation. The evaluation instrument used the System Usability Scale (SUS) to measure user experience and customer satisfaction. The test results showed a SUS score of 95.7 which is included in the "Excellent" category, indicating the website is easy to use and effective in increasing customer interaction. In addition, a comparison of sales data from June (before development) and July 2025 (after development) showed an increase of 3.22%. These findings demonstrate that implementing UX principles on websites impacts customer satisfaction and increases sales. This research confirms that a UX-based digitalization strategy is a strategic step for MSMEs to compete in the digital economy.

Keyword: Website; User Experience; Satisfaction; Sales; MSMEs

Corresponding Author:

Cinta Rizkia Zahra Lubis,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia
Email: cintalubis204@gmail.com



1. INTRODUCTION

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, di tengah pesatnya digitalisasi, sebagian besar UMKM masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang kini cenderung beralih ke platform daring.

Salah satu bentuk transformasi digital yang penting bagi UMKM adalah penggunaan website sebagai sarana pemasaran dan penjualan. Website berfungsi sebagai etalase digital yang mampu menampilkan informasi produk, harga, testimoni pelanggan, serta identitas merek secara profesional. Dibandingkan media sosial, website memberikan tingkat kredibilitas dan kepercayaan yang lebih tinggi di mata pelanggan. Menurut survei Verisign (2015), sebanyak 84% konsumen lebih percaya pada bisnis yang memiliki website resmi dibandingkan dengan yang hanya aktif di media sosial.

Meskipun demikian, adopsi website di kalangan UMKM masih rendah. Laporan APJII (2023) menunjukkan bahwa hanya sekitar 16% UMKM yang memiliki website resmi, sementara sebagian besar masih mengandalkan media sosial dan marketplace. Padahal, website yang didesain dengan memperhatikan aspek User Experience (UX) dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan konversi penjualan.

Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah Dimsum Maidanii, sebuah usaha kuliner di Medan. Dimsum Maidanii telah memiliki website, namun hasil pra-survei menunjukkan bahwa 70% pelanggan menyatakan belum puas terhadap tampilan dan navigasi website yang ada, dan 96,7% pelanggan menyarankan pengembangan lebih lanjut. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti tampilan visual yang kurang menarik, navigasi yang rumit, serta informasi produk yang belum lengkap.

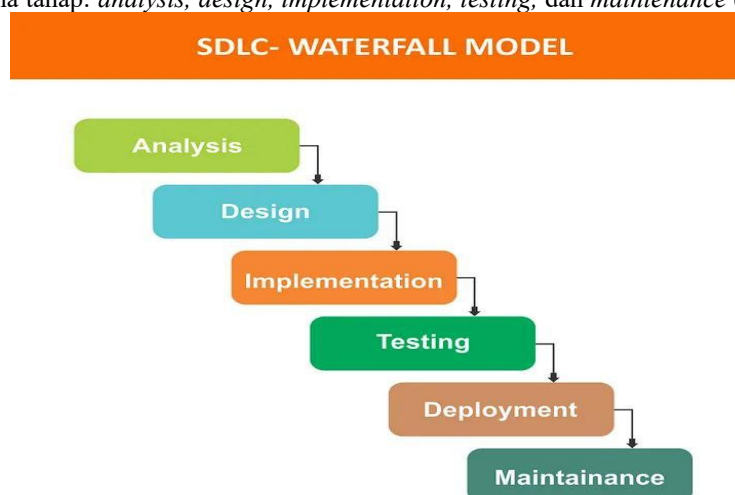
Dalam konteks ini, penerapan prinsip User Experience (UX) menjadi strategi penting dalam meningkatkan kualitas interaksi pengguna terhadap website. UX tidak hanya berfokus pada aspek teknis seperti kecepatan dan navigasi, tetapi juga mencakup dimensi emosional seperti kepuasan, kepercayaan, dan kenyamanan pengguna. Beberapa penelitian (Fariyono & Sanjaya, 2023; Husna & Wibowo, 2024) menunjukkan bahwa desain website berbasis UX berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan website berbasis User Experience yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan pada UMKM Dimsum Maidanii. Dengan pendekatan berbasis UX, diharapkan website tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga alat strategis dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha di era digital.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Dimsum Maidanii, Jl. M. Yakub No.153A/8C Medan, selama April–Agustus 2025. Lokasi dipilih karena usaha ini membutuhkan pengembangan strategi digital untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *Research and Development (R&D)* dengan model *Waterfall* yang terdiri dari lima tahap: *analysis, design, implementation, testing, dan maintenance* (Kumar, 2023).



Gambar 1. Model Waterfall

Tahapan penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Analysis
Identifikasi kebutuhan dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap pemilik dan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan 70% pelanggan belum puas terhadap *website* lama, terutama dari segi tampilan, navigasi, dan kecepatan akses.
2. Design
Website dirancang menggunakan prinsip *User Experience (UX)* dengan desain sederhana, responsif, dan ramah pengguna. Warna utama yang digunakan adalah merah marun dan krem, serta navigasi dibuat mudah dipahami.
3. Implementation
Pengembangan dilakukan menggunakan *CMS Blogspot* agar mudah dikelola. Fitur utama meliputi katalog produk, tombol pemesanan *WhatsApp*, dan halaman kontak yang interaktif.
4. Testing
Pengujian dilakukan menggunakan *System Usability Scale (SUS)* terhadap 30 pelanggan, 1 pemilik, dan 2 ahli media. Nilai *SUS* dihitung dan dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 1. System Usability Scale

Rentang Skor	Kategori
85–100	Excellent
70–84	Good
50–69	Marginal
<50	Not Acceptable

5. Maintenance
Tahap akhir dilakukan untuk memperbaiki tampilan, menambah konten promosi, dan menjaga responsivitas *website*. Pemeliharaan dilakukan secara berkala oleh pemilik UMKM.
Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan metode *SUS* untuk menilai tingkat *usability website* berdasarkan persepsi pengguna.

3. RESULTS AND DISCUSSION

A. Overview of System Implementation

Implementasi sistem pada penelitian ini berfokus pada pengembangan *website* berbasis *User Experience (UX)* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan pada UMKM Dimsum Maidanii, usaha kuliner halal yang berdiri sejak 2018 di Kota Medan.

Pra-survei terhadap 30 pelanggan menunjukkan bahwa 70% responden belum puas terhadap tampilan dan navigasi *website* lama, dan 96,7% menyarankan pengembangan lebih lanjut. Masalah utama meliputi navigasi yang sulit, desain visual kurang menarik, serta keterbatasan fitur interaktif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, pengembangan *website* difokuskan pada perbaikan desain visual, kemudahan navigasi, kejelasan informasi produk, dan penambahan fitur pemesanan cepat melalui *WhatsApp*. Pendekatan *UX* digunakan untuk memastikan *website* tidak hanya fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan.

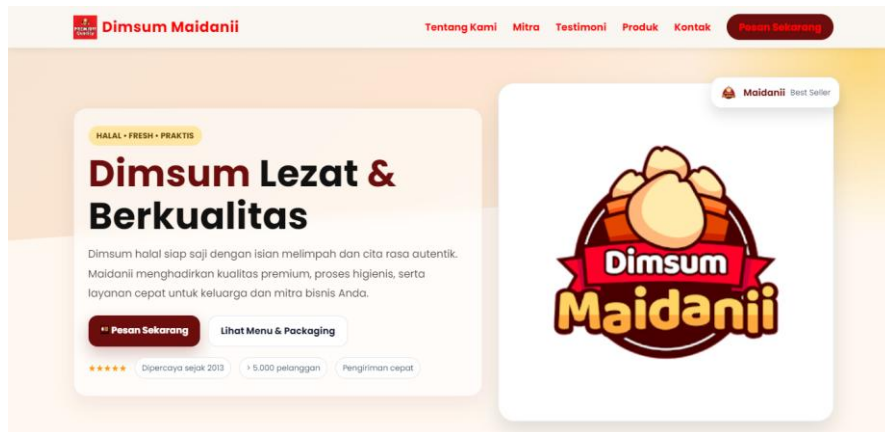
B. Implementation

1) Website Structure and Navigation

Struktur *website* dirancang menggunakan pendekatan *user-centered design* dengan menu utama *Home*, *Produk*, *Tentang Kami*, *Mitra*, *Testimoni*, dan *Kontak*. Navigasi utama diletakkan di bagian *header* agar mudah dijangkau, sedangkan *footer* berisi tautan tambahan, alamat, dan media sosial. Setiap halaman dilengkapi dengan *breadcrumb navigation* untuk memudahkan pengguna kembali ke halaman sebelumnya.

2) Homepage Design

Halaman *Home* menjadi pusat interaksi utama pengguna. Desain menampilkan *hero section* dengan *headline* “Dimsum Lezat & Berkualitas”, tombol aksi (*Call to Action*) “Pesan Sekarang”, serta testimoni singkat pelanggan. Warna utama merah marun dan krem dipilih untuk menciptakan kesan hangat dan menggugah selera.



Gambar 2. Tampilan Halaman Home – Hero Section]

3) About Us and Partner Pages

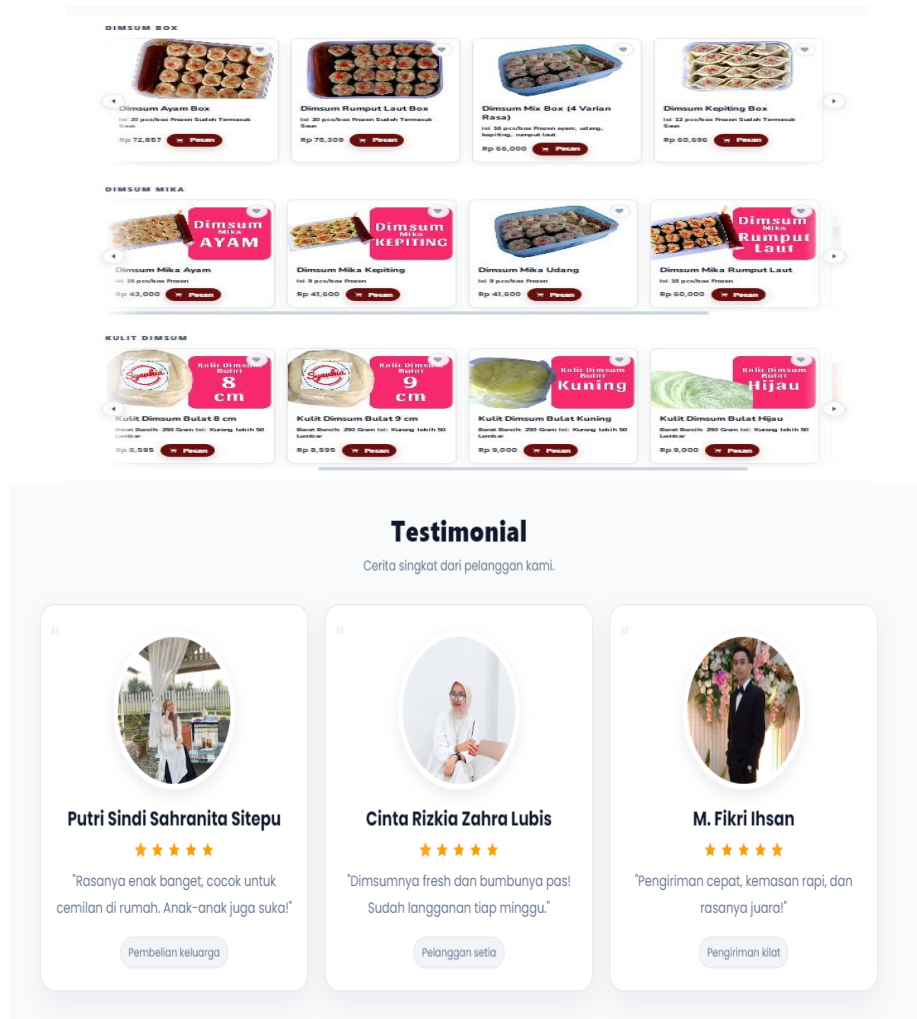
Halaman *Tentang Kami* menampilkan narasi *brand* yang menegaskan jaminan 100% halal, bahan terpilih, serta proses produksi yang higienis. Halaman *Mitra* menampilkan logo perusahaan dan toko yang telah bekerja sama dengan Dimsum Maidanii sebagai bentuk *social proof* dan penguatan kepercayaan publik.



Gambar 3. Tampilan Halaman Tentang Kami dan Halaman Mitra

4) Product and Testimonial Pages

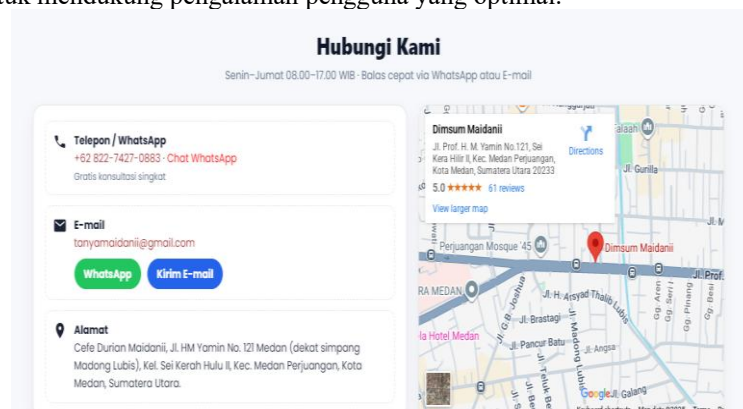
Halaman *Produk* berfungsi sebagai katalog utama. Setiap kartu produk menampilkan gambar beresolusi tinggi, deskripsi singkat, dan tombol “Pesan Sekarang” yang terhubung langsung ke *WhatsApp*. Halaman *Testimoni* menampilkan ulasan pelanggan lengkap dengan nama, foto, dan *rating* bintang sebagai bukti kepuasan pengguna.



Gambar 4. Tampilan Halaman Produk dan Testimoni

5) Contact Page and Responsiveness

Halaman *Kontak* menampilkan informasi usaha, alamat, dan peta interaktif *Google Maps*. *Website* menggunakan *Responsive Web Design (RWD)* agar dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat, termasuk *smartphone*. Prinsip desain visual mengutamakan konsistensi warna, tipografi *sans-serif*, dan elemen *UI* yang mudah dikenali untuk mendukung pengalaman pengguna yang optimal.



Gambar 5. Tampilan Halaman Kontak dan Desain Responsif

C. System Testing

Pengujian sistem dilakukan menggunakan *System Usability Scale (SUS)* terhadap 30 pelanggan, 2 ahli media, dan 1 pemilik usaha. Pengujian bertujuan mengukur tingkat *usability* dan kepuasan pengguna terhadap *website* yang dikembangkan.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Pengujian SUS

Responden	Rata-rata Skor SUS	Kategori
(Cinta Rizkia Zahra Lubis)		

30 Pelanggan	90,75	Excellent
2 Ahli Media	95,7	Excellent
1 Pemilik Usaha	99,0	Excellent
Rata-rata Total	95,15	Excellent

Hasil menunjukkan bahwa *website* Dimsum Maidanii memiliki tingkat kegunaan yang sangat tinggi. Evaluator menilai tampilan dan navigasi mudah digunakan, desain responsif, serta sistem pemesanan efisien. Beberapa saran diberikan untuk meningkatkan kecepatan *loading* gambar dan optimasi tautan antarhalaman.

D. Sales Impact Analysis

Selain pengujian *usability*, dilakukan analisis perbandingan data penjualan sebelum (Juni) dan sesudah (Juli 2025) implementasi *website*.

Tabel 3. Perbandingan Penjualan Juni–Juli 2025

Bulan	Total Penjualan (Rp)	Perubahan
Juni	144.605.450	–
Juli	149.268.050	+3,22%

Produk dengan peningkatan signifikan antara lain Dimsum Ayam Box (+150%), Kulit Dimsum Bulat 8 cm (+56,5%), dan Klakat Dimsum (+76,9%). Hal ini menunjukkan bahwa desain katalog dan sistem pemesanan daring berperan dalam meningkatkan minat beli pelanggan.

E. Discussion

Skor *SUS* rata-rata 95,15 (kategori *Excellent*) membuktikan bahwa *website* telah memenuhi standar kenyamanan dan kemudahan penggunaan. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya (Ramadhan et al., 2020; Fitriani & Yuliani, 2021) yang menyatakan bahwa *usability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian.

Peningkatan penjualan sebesar 3,22% pasca implementasi menegaskan bahwa desain berbasis *User Experience (UX)* tidak hanya memperbaiki interaksi pengguna, tetapi juga berdampak langsung pada kinerja bisnis. *Website* Dimsum Maidanii kini berfungsi efektif sebagai kanal promosi digital dan sarana penjualan utama bagi UMKM.

4. CONCLUSION

Penelitian ini berhasil mengembangkan *website* berbasis *User Experience (UX)* untuk UMKM Dimsum Maidanii dengan hasil yang sangat memuaskan berdasarkan pengujian *System Usability Scale (SUS)*. Rata-rata skor *usability* mencapai 95,15, yang termasuk kategori *Excellent*, menunjukkan bahwa *website* mudah digunakan, memiliki navigasi yang intuitif, serta tampilan yang menarik dan responsif di berbagai perangkat.

Secara bisnis, implementasi *website* berdampak positif terhadap performa penjualan, dengan peningkatan nilai total penjualan sebesar 3,22% setelah sistem dijalankan. Beberapa produk unggulan seperti Dimsum Ayam Box 20 pcs dan Kulit Dimsum Bulat 8 cm mengalami kenaikan signifikan, yang menunjukkan bahwa kehadiran *website* membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip *UX* tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, tetapi juga memberikan nilai tambah strategis bagi pengembangan pemasaran digital UMKM. *Website* Dimsum Maidanii kini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi dan transaksi yang efektif.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar pengembangan sistem mencakup fitur notifikasi pesanan otomatis, integrasi sistem pembayaran daring, dan analitik perilaku pengguna agar *website* dapat dimanfaatkan secara optimal dalam mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang.

REFERENCES

- Abdullah, A. (2018). *Pengantar teknologi informasi*. Penerbit Andi.
- Amalia, N., Aldolyn, V. R., Fadhli, M., Alexzander, A. L., & Kusuma, R. M. (2024). Pemanfaatan website desa dalam upaya optimalisasi pemasaran produk UMKM di Desa Karanglo Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(3), 123–131. <https://doi.org/10.59024/jpma.v2i3.894>
- Andika, T. P., & Ramadhan, F. M. (2022). Analisis emosi dan kepercayaan pengguna pada aplikasi layanan publik digital. *Jurnal Interaksi Manusia dan Komputer*, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.2345/jimk.v5i1.6789>
- Anggraini, N. P. N., Rustiarni, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2024). Pemanfaatan website sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(1), 55–65. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12150>
- Anton, A., Maruloh, M., Nurlala, S., Situmorang, C. A., & Alfariizzy, V. F. (2024). Pelatihan penggunaan website dan SEO untuk meningkatkan pengunjung website UMKM. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 30(2), 202–210. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.156>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Laporan survei internet Indonesia tahun 2023*. APJII. <https://survei.apjii.or.id/survei>

- Bangor, A., Kortum, P. T., & Miller, J. T. (2009). Determining what individual SUS scores mean: Adding an adjective rating scale. *Journal of Usability Studies*, 4(3), 114–123. <https://uxpajournal.org/determining-what-individual-sus-scores-mean-adding-an-adjective-rating-scale/>
- Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach* (1st ed.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6>
- Dewi, E. N. K., Kharisma, A. P., & Rahman, M. A. (2025). Penerapan prinsip *aesthetic usability effect* untuk mengukur tingkat usability pada aplikasi M-Banking BCA Mobile menggunakan *usability testing*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 10(2), 77–92.
- Dimsum Maidanii. (2025, Mei 20). *Dimsum Maidanii: Cita rasa lezat dalam setiap gigitan*. <https://dimsummaidanii.blogspot.com>
- Fadzana, M. S., & Diartono, D. A. (2024). Pengaruh *user experience (UX) design* terhadap kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi TIX ID. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 597–604. <https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2080>
- Kurniawan, C. N., Zaman, B., & Bahri, S. (2022). Analisis *usability* pada website Ayomulai menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)*. *JTRISTE*, 9(2), 90–102. <https://doi.org/10.55645/jtriste.v9i2.381>
- Nasution, M. A., & Al-khowarizmi, A. K. (2024). Meningkatkan Potensi Lokal Melalui Website dan Digital Marketing. Perancangan Website Desa, Sekolah, UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Larisma*, 1(2), 56-61. <https://doi.org/10.56495/jpml.v1i2.751>
- Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to usability*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability>
- Verisign Inc. (2015). *Benefits of having a business website: Consumer trust survey*. Verisign, Inc. https://www.verisign.com/en_US/website-presence/online/consumer-trust-survey/index.xhtml