



Rancang Ulang UI/UX Website Perusahaan dengan Metode UCD (*User Centered Design*) untuk Optimalisasi Marketing

Dimas Eko Prasetyo¹, Afif Efendi²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

Email: ^{1*}dosen02809@unpam.ac.id, ²dosen02808@unpam.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak— Digitalisasi saat ini *website company profile* berfungsi sebagai sarana utama untuk membangun kredibilitas, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung strategi pemasaran perusahaan. Namun, banyak *website* perusahaan yang belum mampu mengonversi pengunjung menjadi klien potensial karena antarmuka yang kurang menarik dan alur navigasi yang membingungkan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan *website company profile* yang berfokus pada pendekatan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) guna mengoptimalkan kegiatan *marketing* perusahaan. Metode perancangan menggunakan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) yang terdiri dari tahap analisis kebutuhan pengguna, perancangan *wireframe* dan *mockup* interaktif, pembuatan prototipe, hingga implementasi menggunakan *framework* web modern. Pengujian sistem dilakukan melalui dua tahap: pengujian fungsionalitas menggunakan *Black Box Testing* dan pengujian kebiasaan pengguna menggunakan *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur tingkat kepuasan serta kenyamanan antarmuka. Hasil dari penelitian ini berupa *website company profile* yang responsif, estetis, dan memiliki navigasi yang intuitif. Integrasi elemen *marketing* seperti tombol *Call-to-Action* (CTA) yang strategis, optimasi kecepatan muat halaman, serta tata letak informasi produk/layanan yang jelas terbukti mampu meningkatkan *engagement* pengguna. Berdasarkan hasil pengujian SUS, *website* ini memperoleh skor yang menunjukkan kategori "Sangat Baik", sehingga layak digunakan sebagai media efisien untuk memperkuat citra merek dan mengoptimalkan konversi *marketing* perusahaan.

Kata Kunci: *Company Profile*, Website, UI/UX, *User-Centered Design*, Marketing Perusahaan, *System Usability Scale*

Abstract— In the era of digitalization, a company profile website serves as a primary medium for building credibility, expanding market reach, and supporting corporate marketing strategies. However, many company websites still fail to convert visitors into potential clients due to unappealing interfaces and confusing navigation flows. This study aims to design and implement a company profile website focusing on User Interface (UI) and User Experience (UX) concepts to optimize corporate marketing efforts. The design methodology adopts a User-Centered Design (UCD) approach, consisting of user needs analysis, wireframe and interactive mockup design, prototyping, and implementation using a modern web framework. System testing was conducted in two stages: functional testing using Black Box Testing and user behavior testing using the System Usability Scale (SUS) to measure satisfaction and interface usability. The result of this research is a responsive, aesthetic company profile website with intuitive navigation. The integration of marketing elements—such as strategic Call-to-Action (CTA) buttons, page load speed optimization, and clear product/service information layouts—is proven to increase user engagement. Based on the SUS testing results, the website achieved a score within the 'Excellent' category, demonstrating its readiness as an efficient medium for strengthening brand image and optimizing marketing conversions.

Keywords: *Company Profile*, Website, UI/UX, *User-Centered Design*, Corporate Marketing, *System Usability Scale*.

1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi dan pesatnya perkembangan industri *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) serta produk kesehatan, keberadaan media digital menjadi kunci utama bagi perusahaan dalam membangun citra merek (*brand image*) dan memperluas jangkauan pasar. Perubahan perilaku konsumen yang cenderung mencari informasi produk secara *online* sebelum mengambil keputusan pembelian menuntut setiap perusahaan untuk memiliki *platform* digital yang resmi, representatif, dan mudah diakses. Bagi perusahaan manufaktur produk kesehatan dan makanan sehat, *website company profile* berfungsi sebagai sarana utama untuk memperkenalkan identitas, lini produk, serta legalitas dan lisensi manufaktur kepada calon mitra B2B (*Business-to-Business*) maupun konsumen B2C (*Business-to-Consumer*).



PT Aquasolve Sanaria merupakan perusahaan manufaktur asal Tangerang Selatan yang bergerak di bidang produk kesehatan dan makanan sehat, terkemuka melalui produk permen *filmstrip* penyegar mulut (seperti GoFress) dan lini makanan instan sehat (seperti Ashitaki). Sebagai produsen pelopor dengan kapabilitas maklon/kontrak manufaktur (*private label*), PT Aquasolve Sanaria memerlukan *website company profile* yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi statis, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran (*marketing tool*) yang efektif untuk menarik calon mitra bisnis dan konsumen.

Namun, media promosi digital yang belum teroptimasi dari sisi antarmuka (*User Interface*) dan alur pengalaman pengguna (*User Experience*) kerap menghadapi berbagai kendala. Masalah seperti tata letak (*layout*) informasi produk yang membingungkan, kurang menonjolnya keunggulan layanan maklon, hingga ketiadaan alur *Call-to-Action* (CTA) yang jelas dapat berdampak pada tingginya angka *bounce rate* dan rendahnya konversi calon klien potensi.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pendekatan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) dengan metode *User-Centered Design* (UCD) menjadi sangat krusial. UI berfokus pada estetika visual, seperti pemilihan skema warna yang sesuai dengan identitas produk kesehatan, tipografi yang legibel, serta tata letak responsif. Sementara itu, UX berfokus pada kemudahan navigasi, kecepatan akses, dan penyampaian informasi produk yang intuitif. Dengan integrasi prinsip UI/UX yang tepat, *website company profile* PT Aquasolve Sanaria dapat mengarahkan calon mitra bisnis secara langsung menuju alur kontak bisnis (CTA), seperti pendaftaran kemitraan atau pemesanan maklon produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengambil judul "Rancang Ulang UI/UX Website Perusahaan dengan Metode UCD (*User Centered Design*) untuk Optimalisasi Marketing". Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan *platform* digital yang profesional, estetis, dan efektif dalam mengoptimalkan strategi pemasaran serta memperluas ekspansi bisnis perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Perancangan Sistem

Metode User Centered Design (UCD) merupakan pendekatan yang berfokus pada kebutuhan, karakteristik, dan pengalaman pengguna dalam proses pengembangan sistem. Pada penelitian ini, metode UCD digunakan agar website perusahaan yang dikembangkan mampu meningkatkan efektivitas pemasaran (*marketing*) sekaligus memberikan pengalaman pengguna (*User Experience*) yang baik.

2.2 Tahapan Metode User Centered Design

Metode *User-Centered Design* (UCD) merupakan pendekatan yang menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam setiap tahapan pengembangan sistem. Berdasarkan standar ISO 9241-210:2019, UCD terdiri atas empat tahapan utama yang dilakukan secara iteratif, yaitu *understand and specify the context of use*, *specify the user requirements*, *produce design solutions*, dan *evaluate the designs against requirements*. Setiap tahapan saling berkaitan dan dapat diulang apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa desain belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pengguna.

2.3 Tahap Understand and Specify the Context of Use

Tahapan ini bertujuan untuk memahami karakteristik pengguna, tujuan penggunaan sistem, tugas yang dilakukan, serta lingkungan tempat sistem akan digunakan. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan informasi melalui observasi, wawancara, maupun studi dokumentasi untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pengguna. Hasil dari tahap ini berupa gambaran mengenai profil pengguna (*user profile*), konteks penggunaan, serta kebutuhan awal yang menjadi dasar dalam proses perancangan.

2.4 Tahap Specify the User Requirements

Tahapan ini merupakan proses menerjemahkan hasil analisis konteks pengguna menjadi kebutuhan sistem yang lebih spesifik. Kebutuhan tersebut mencakup kebutuhan fungsional, seperti fitur-fitur yang harus tersedia pada sistem, serta kebutuhan nonfungsional, seperti kemudahan penggunaan (*usability*), responsivitas, keamanan, dan performa sistem. Penetapan kebutuhan



pengguna menjadi acuan utama dalam merancang solusi yang sesuai dengan tujuan pengguna dan tujuan organisasi.

2.5 Tahap Produce Design Solutions

Tahap ini berfokus pada pengembangan solusi desain berdasarkan kebutuhan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini dilakukan penyusunan *information architecture*, *user flow*, *wireframe*, *mockup*, hingga *interactive prototype* yang menggambarkan tampilan dan alur interaksi pengguna dengan sistem. Seluruh rancangan dikembangkan dengan menerapkan prinsip-prinsip *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) agar menghasilkan antarmuka yang menarik, mudah dipahami, konsisten, serta memberikan pengalaman penggunaan yang efektif dan efisien.

2.6 Tahap Evaluate the Designs Against Requirements

Bertujuan untuk mengevaluasi apakah solusi desain yang telah dibuat telah memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Evaluasi dilakukan melalui pengujian kegunaan (*usability testing*), observasi, wawancara, maupun penggunaan instrumen seperti *System Usability Scale* (SUS). Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi kekurangan pada desain sehingga dapat dilakukan perbaikan secara berulang hingga diperoleh sistem yang memenuhi prinsip *usability* dan memberikan pengalaman pengguna yang optimal.

2.7 Diagram alur

Dalam penelitian ini, metode *User-Centered Design* diterapkan pada proses perancangan website perusahaan PT Aquasolve Sanaria dengan mengutamakan keterlibatan pengguna pada setiap tahapan pengembangan. Melalui pendekatan ini, website yang dihasilkan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan pengguna, meningkatkan kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX), serta mendukung optimalisasi aktivitas pemasaran perusahaan melalui media digital.

Tahapan penelitian dalam pengembangan website perusahaan menggunakan metode *User-Centered Design* (UCD). Penelitian diawali dengan proses identifikasi permasalahan website, yaitu mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh PT Aquasolve Sanaria terkait media pemasaran digital yang digunakan. Permasalahan tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui aspek-aspek yang perlu diperbaiki sehingga website yang dikembangkan dapat mendukung strategi pemasaran perusahaan secara lebih optimal.

Setelah permasalahan diidentifikasi, penelitian dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui metode observasi dan wawancara. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi perusahaan, kebutuhan pengguna, karakteristik calon pengguna website, serta harapan perusahaan terhadap website yang akan dikembangkan. Data yang diperoleh menjadi dasar dalam proses analisis kebutuhan pengguna.

Tahap berikutnya adalah memahami konteks penggunaan (*Understand Context of Use*). Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap siapa saja pengguna website, tujuan mereka mengakses website, serta permasalahan yang mereka alami ketika mencari informasi mengenai perusahaan. Hasil analisis konteks penggunaan memberikan gambaran mengenai karakteristik pengguna dan lingkungan penggunaan sistem sehingga proses perancangan dapat disesuaikan dengan kebutuhan nyata pengguna.

Berdasarkan hasil analisis konteks, penelitian memasuki tahap menentukan kebutuhan pengguna (*Specify User Requirements*). Pada tahap ini dirumuskan kebutuhan fungsional dan kebutuhan nonfungsional website. Kebutuhan fungsional meliputi fitur-fitur yang harus tersedia, seperti informasi perusahaan, produk atau layanan, formulir kontak, dan media komunikasi dengan pelanggan. Sementara itu, kebutuhan nonfungsional meliputi aspek *usability*, tampilan antarmuka yang menarik, kemudahan navigasi, responsivitas pada berbagai perangkat, keamanan, dan performa sistem.

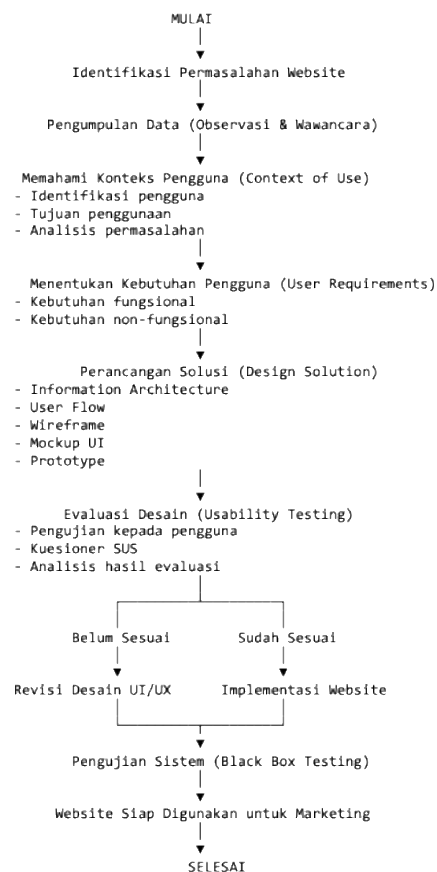
Selanjutnya dilakukan perancangan solusi (*Produce Design Solution*) berdasarkan kebutuhan yang telah ditentukan. Tahap ini mencakup penyusunan *information architecture*, *user flow*, *wireframe*, *mockup*, hingga *prototype* website. Seluruh rancangan dibuat dengan menerapkan prinsip *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) agar website memiliki tampilan yang menarik, mudah digunakan, serta mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik.



Prototype yang telah dibuat kemudian memasuki tahap evaluasi desain (*Evaluate Design*) melalui *usability testing*. Pada tahap ini pengguna diminta mencoba prototype website, kemudian memberikan penilaian menggunakan kuesioner System Usability Scale (SUS) serta masukan mengenai kemudahan penggunaan dan tampilan website. Hasil evaluasi dianalisis untuk mengetahui apakah desain telah memenuhi kebutuhan pengguna. Apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa desain belum sesuai, maka dilakukan revisi desain UI/UX dan proses evaluasi diulangi hingga diperoleh desain yang memenuhi kebutuhan pengguna.

Setelah desain dinyatakan sesuai berdasarkan hasil evaluasi, tahap selanjutnya adalah implementasi website. Prototype yang telah disetujui diubah menjadi website yang dapat dioperasikan menggunakan teknologi pengembangan web yang dipilih. Website kemudian menjalani pengujian sistem menggunakan metode *Black Box Testing* untuk memastikan seluruh fitur dan fungsi berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan.

Tahap terakhir adalah menghasilkan website yang siap digunakan sebagai media pemasaran digital PT Aquasolve Sanaria. Dengan menerapkan metode User-Centered Design (UCD), website yang dihasilkan diharapkan mampu meningkatkan kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna, mempermudah pengguna memperoleh informasi perusahaan, serta mendukung optimalisasi aktivitas pemasaran melalui media digital.



Gambar 1. Diagram Alur

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Tampilan Utama

Tampilan utama User Interface (UI) merupakan halaman pertama yang ditampilkan ketika pengguna mengakses website PT Aquasolve Sanaria. Halaman ini dirancang sebagai pusat informasi utama yang memberikan kesan pertama kepada pengguna sekaligus memudahkan mereka dalam



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 3, No. 8 Tahun 2026
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2310-2319

menemukan informasi yang dibutuhkan. Desain antarmuka dikembangkan berdasarkan prinsip User-Centered Design (UCD) dengan mengutamakan kemudahan penggunaan (usability), konsistensi desain, dan pengalaman pengguna (User Experience).

Pada bagian atas halaman terdapat navigation bar yang berisi logo perusahaan serta menu utama, seperti Home, About Us, Products/Services, Gallery, Articles, dan Contact. Navigation bar dirancang sederhana dan mudah dipahami sehingga pengguna dapat berpindah antarhalaman dengan cepat tanpa mengalami kebingungan. Selain itu, navigasi dibuat responsif agar tetap nyaman digunakan pada perangkat desktop maupun mobile.

Di bawah navigation bar terdapat hero section, yaitu bagian utama yang menampilkan identitas perusahaan melalui gambar atau ilustrasi yang relevan, disertai slogan singkat dan deskripsi mengenai PT Aquasolve Sanaria. Pada bagian ini juga disediakan tombol Call to Action (CTA), seperti Contact Us, Request a Quote, atau Learn More, yang bertujuan mengarahkan pengguna untuk melakukan interaksi lebih lanjut dengan perusahaan. Keberadaan CTA menjadi salah satu elemen penting dalam mendukung strategi pemasaran digital karena dapat meningkatkan peluang konversi calon pelanggan.

Selanjutnya, halaman utama menampilkan profil singkat perusahaan yang berisi informasi mengenai visi, misi, serta bidang usaha PT Aquasolve Sanaria. Penyajian informasi dibuat ringkas dan mudah dipahami agar pengguna dapat mengenal perusahaan tanpa harus membuka halaman lain. Setelah itu, pengguna disajikan section produk atau layanan yang menampilkan produk unggulan beserta deskripsi singkat dan gambar pendukung. Setiap produk dilengkapi dengan tombol untuk melihat informasi lebih detail sehingga pengguna dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap sesuai kebutuhan.

Pada bagian berikutnya disediakan section keunggulan perusahaan (Why Choose Us) yang menjelaskan nilai tambah PT Aquasolve Sanaria, seperti kualitas produk, pelayanan profesional, pengalaman kerja, dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Informasi ini bertujuan membangun kepercayaan pengguna terhadap perusahaan. Selain itu, halaman utama juga menampilkan artikel atau berita terbaru sebagai media berbagi informasi sekaligus mendukung optimasi Search Engine Optimization (SEO) sehingga website lebih mudah ditemukan melalui mesin pencari.

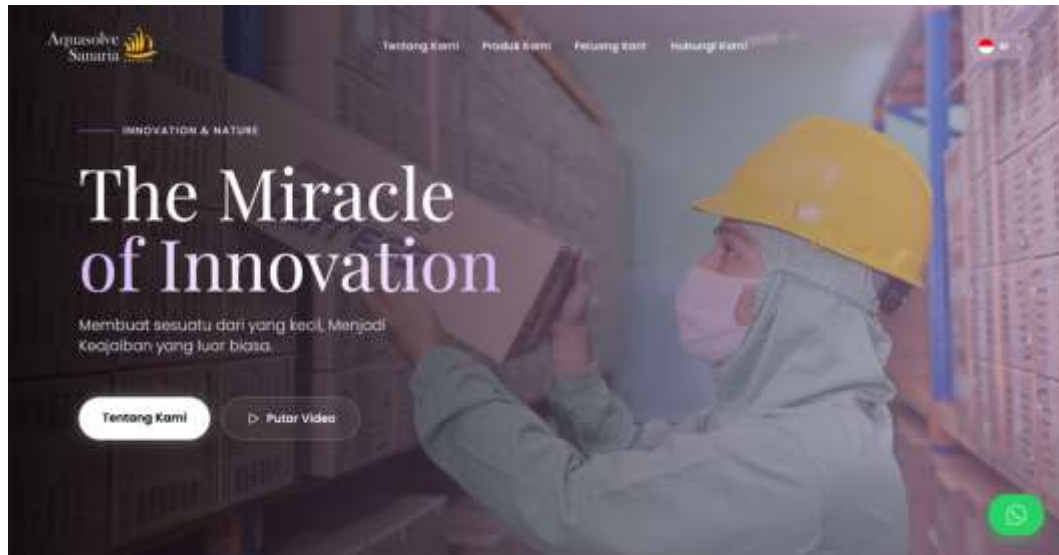
Di bagian bawah halaman terdapat footer yang berisi informasi kontak perusahaan, alamat kantor, tautan media sosial, alamat email, nomor telepon, serta hak cipta (copyright). Footer juga menyediakan tautan cepat (quick links) menuju halaman-halaman penting sehingga pengguna dapat mengakses informasi dengan lebih efisien.

Secara keseluruhan, tampilan utama User Interface dirancang dengan menerapkan prinsip kesederhanaan (simplicity), konsistensi (consistency), responsivitas (responsive design), dan aksesibilitas (accessibility). Kombinasi elemen-elemen tersebut diharapkan mampu memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, meningkatkan kemudahan akses informasi, memperkuat citra profesional perusahaan, serta mendukung optimalisasi kegiatan pemasaran digital PT Aquasolve Sanaria.



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 3, No. 8 Tahun 2026
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2310-2319

3.1.1 Tampilan Beranda



Gambar 2. Tampilan Beranda

Gambar di atas menunjukkan tampilan utama (homepage) website PT Aquasolve Sanaria yang dirancang dengan mengutamakan konsep User Interface (UI) dan User Experience (UX). Halaman ini menjadi pintu masuk bagi pengguna untuk memperoleh informasi mengenai perusahaan, produk, layanan, serta media komunikasi yang tersedia. Desain homepage mengadopsi gaya modern dengan perpaduan elemen visual, tipografi yang jelas, dan tata letak yang terstruktur sehingga mampu memberikan kesan profesional serta meningkatkan kenyamanan pengguna saat mengakses website.

3.1.2 Tampilan Tentang Perusahaan



Gambar 3. Tampilan Tentang Perusahaan

Gambar di atas menunjukkan halaman Tentang Kami (About Us) pada website PT Aquasolve Sanaria yang dirancang untuk memberikan informasi mengenai profil, sejarah, visi, serta komitmen perusahaan kepada pengguna. Halaman ini berfungsi sebagai media pengenalan perusahaan sehingga pengunjung dapat memahami latar belakang, bidang usaha, dan nilai-nilai yang menjadi dasar operasional PT Aquasolve Sanaria. Perancangan halaman dilakukan dengan menerapkan



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 3, No. 8 Tahun 2026
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2310-2319

prinsip User Interface (UI) dan User Experience (UX) agar informasi dapat disampaikan secara jelas, sistematis, dan mudah dipahami.

3.1.3 Tampilan Produk



Gambar 4. Tampilan Produk

Gambar tersebut merupakan tampilan halaman “Produk Kami” pada website perusahaan Aquasolve Sanaria yang dirancang dengan konsep modern, sederhana, dan berorientasi pada pengalaman pengguna.

3.1.4 Tampilan Karir

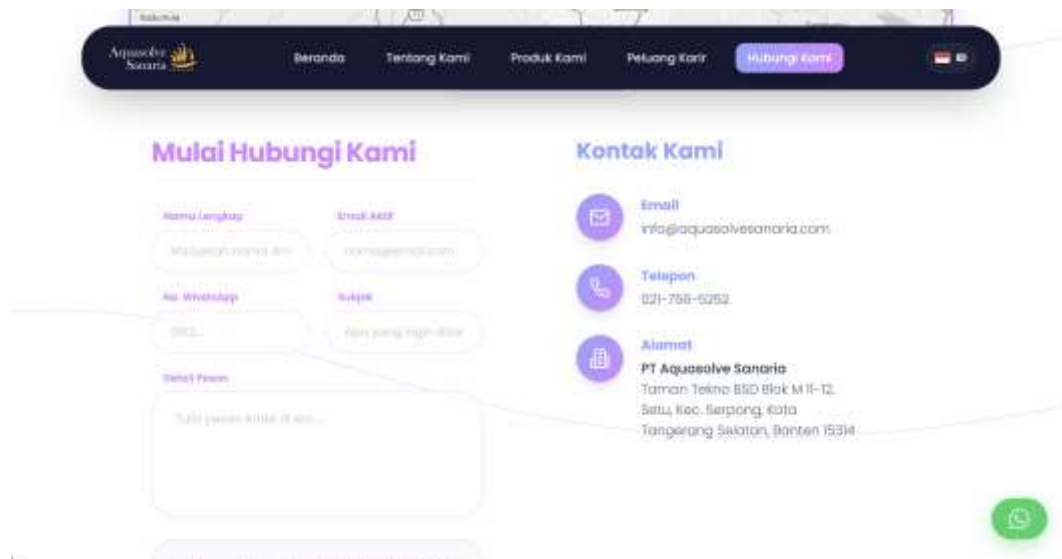


Gambar 5. Tampilan Menu Karir

Gambar tersebut merupakan tampilan halaman “Peluang Karir” pada website perusahaan Aquasolve Sanaria. Halaman ini dirancang untuk memberikan informasi sekaligus membangun citra perusahaan sebagai lingkungan kerja yang profesional, dinamis, dan mendukung pengembangan karier.



3.1.5 Tampilan Kontak



Gambar 6. Tampilan Kontak

Gambar tersebut merupakan tampilan halaman “Hubungi Kami” pada website perusahaan Aquasolve Sanaria. Halaman ini dirancang sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan pengguna, khususnya calon pelanggan, pelanggan, maupun pihak lain yang ingin memperoleh informasi lebih lanjut mengenai perusahaan.

3.2 Hasil dan Pembahasan

3.2.1 Hasil Perancangan Ulang

Hasil perancangan ulang menghasilkan konsep antarmuka yang lebih terstruktur dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Halaman utama dirancang dengan menempatkan informasi yang paling penting pada area yang mudah terlihat oleh pengguna.

Bagian hero section digunakan untuk menyampaikan identitas dan nilai utama perusahaan secara singkat. Pada bagian ini juga ditempatkan Call-to-Action yang mengarahkan pengguna menuju tindakan yang diharapkan, seperti melihat layanan atau menghubungi perusahaan.

Bagian berikutnya menampilkan informasi mengenai perusahaan secara ringkas, kemudian dilanjutkan dengan produk atau layanan utama. Penggunaan visual, ikon, dan struktur informasi yang konsisten bertujuan membantu pengguna memahami informasi tanpa harus membaca teks dalam jumlah yang terlalu banyak.

Halaman layanan dirancang agar setiap layanan memiliki informasi yang jelas mengenai deskripsi, manfaat, maupun keunggulan yang ditawarkan. Dengan demikian, halaman tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai media komunikasi marketing.

Bagian portofolio atau dokumentasi pekerjaan juga diperkuat untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan. Pengguna dapat memperoleh gambaran mengenai pengalaman dan kemampuan perusahaan melalui informasi yang ditampilkan.

Pada bagian akhir halaman diberikan informasi kontak dan Call-to-Action yang lebih jelas sehingga pengguna yang tertarik dapat segera menghubungi perusahaan.

3.2.2 Evaluasi Rancangan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan rancangan ulang berdasarkan kebutuhan pengguna. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rancangan baru memiliki struktur navigasi yang lebih mudah dipahami dan informasi utama dapat ditemukan dengan lebih cepat.

Peningkatan juga terlihat pada aspek visual. Penggunaan hierarki tipografi, pemilihan warna, konsistensi komponen, serta pengaturan jarak antar-elemen membuat tampilan website menjadi lebih terstruktur dan profesional.



Dari sisi pengalaman pengguna, rancangan baru memberikan alur yang lebih jelas. Pengguna diarahkan mulai dari pengenalan perusahaan, informasi produk atau layanan, keunggulan, portofolio, hingga tindakan yang dapat dilakukan melalui Call-to-Action.

Dari sisi marketing, perubahan paling penting terletak pada penempatan informasi yang memiliki nilai jual dan Call-to-Action. Informasi yang sebelumnya kurang terlihat menjadi lebih menonjol sehingga website memiliki fungsi yang lebih kuat sebagai media pemasaran digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Rancang Ulang UI/UX Website Perusahaan dengan Metode UCD (User Centered Design) untuk Optimalisasi Marketing”, dapat disimpulkan bahwa perancangan ulang UI/UX website dapat meningkatkan kualitas tampilan, kemudahan penggunaan, serta fungsi website sebagai media informasi dan pemasaran perusahaan.

Penerapan metode User Centered Design (UCD) membantu proses perancangan dilakukan berdasarkan kebutuhan dan perspektif pengguna.

Hasil perancangan menunjukkan adanya peningkatan pada beberapa aspek UI/UX, seperti struktur navigasi, hierarki informasi, konsistensi visual, penyajian konten, responsivitas, serta kemudahan pengguna dalam menemukan informasi. Penggunaan warna, tipografi, ikon, gambar, dan tata letak yang konsisten juga memberikan tampilan website yang lebih modern dan profesional.

Dari sisi marketing, rancangan ulang website mampu memperkuat fungsi website sebagai media pemasaran digital. Halaman Beranda, Tentang Kami, Produk Kami, Peluang Karir, dan Hubungi Kami memiliki fungsi masing-masing dalam membangun identitas perusahaan, menyampaikan informasi produk, meningkatkan kepercayaan pengguna, serta mengarahkan pengguna untuk melakukan tindakan lebih lanjut. Keberadaan Call-to-Action (CTA) seperti tombol WhatsApp juga membantu mempermudah pengguna melakukan komunikasi dengan perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode UCD dalam rancang ulang UI/UX website dapat menghasilkan desain yang lebih berorientasi pada pengguna sekaligus mendukung tujuan marketing perusahaan. Website tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk membangun citra perusahaan, meningkatkan kepercayaan pengguna, memperkenalkan produk, serta mendorong interaksi dan potensi konversi calon pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan UCD dapat menjadi metode yang efektif dalam menghasilkan rancangan website perusahaan yang lebih informatif, mudah digunakan, menarik secara visual, dan mendukung optimalisasi aktivitas marketing secara digital.

REFERENCES

- Alja, F. M., Daniati, E., & Ristyawan, A. (2024). Perancangan UI/UX e-commerce menggunakan metode User Centered Design (UCD). *Journal of Information System Management (JOISM)*, 6(1), 93–101. <https://doi.org/10.24076/joism.2024v6i1.1669>
- Dayanthi, A. K., Sedyono, E., & Hendry, H. (2023). User experience analysis from User Centered Design approach in marketing website. *Ultima InfoSys: Jurnal Ilmu Sistem Informasi*, 14(1), 19–24. <https://doi.org/10.31937/si.v14i1.3169>
- Leonard, V. R., Zaman, B., & Bahri, S. (2022). Perancangan ulang UI/UX pada website Lelangyuk menggunakan pendekatan User Centered Design. *JTRISTE*, 9(1), 31–45. <https://doi.org/10.55645/jtriste.v9i1.362>
- Prameswari, M. E., & Haryono, K. (2025). Evaluasi dan perancangan ulang UI/UX menggunakan metode User Centered Design (UCD) pada aplikasi Jogja Smart Service (JSS). *Jurnal SITECH: Sistem Informasi dan Teknologi*, 8(1), 21–32. <https://doi.org/10.24176/sitech.v8i1.15269>
- Putri, B., Sutabri, T., Herdiansyah, M., & Abdillah, L. (2025). Penerapan metode UCD (User Centered Design) dalam perancangan design UI/UX website SMK. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 6(2), 1017–1026. <https://doi.org/10.47065/josh.v6i2.5931>
- Irawan, B. I., & Mahardhika, G. P. (2022). Perancangan User Interface dan User Experience Situs Web CreativePub dengan Metode User Centered Design. *AUTOMATA*, 3(2).
- Cahyani, R. D., & Indriyanti, A. D. (2022). Penerapan Metode User Centered Design dalam Perancangan Ulang Desain Website MAN 1 Pasuruan. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(2), 40–48. <https://doi.org/10.26740/jeisbi.v3i2.46197>



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 3, No. 8 Tahun 2026
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2310-2319

- Wu, C. V., Hasniati, & Musdar, I. A. (2022). Implementation of User Centered Design Approach in User Interface Design and User Experience Website Worker's. K HARISMA Tech, 17(2), 71–84. <https://doi.org/10.55645/kharismatech.v17i2.246>
- Sari, P. A. P., Fajar, M., & Arianti. (2023). Perancangan UI/UX pada Website Medisol dengan Metode User Centered Design. K HARISMA Tech, 18(1), 40–54. <https://doi.org/10.55645/kharismatech.v18i1.284>
- Rahayu, W. D. P., Hendriadi, A. A., & Ridwan, T. (2024). Perancangan UI UX Aplikasi Website Sistem Informasi Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus Desa Losari Kidul). Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan, 12(3), 2952–2964. <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4994>