

USER INTERFACE WEBSITE KULINER KHAS KOTA MADIUN MENGGUNAKAN *DESIGN THINKING* UNTUK PROMOSI UMKM LOKAL

Tasya Takhayaza Yudistia¹, Diana Aqidatun Nisa², Widyasari³

¹²³Desain Komunikasi Visual, Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

e-mail: 19052010068@student.upnjatim.ac.id¹, diananisa.dkv@upnjatim.ac.id², Widyasari.dkv@upnjatim.ac.id³

INFORMASI ARTIKEL

Received : April, 2023
Accepted : April, 2023
Publish online : April, 2023

A B S T R A C T

Judging from the development of small and medium enterprises (SME), which play an important role in the Indonesian economy, because they can provide jobs, encourage innovation, and drive economic growth at the local and national levels. But behind the strategies and business models that need to be implemented by SME to expand markets and increase profits, such as marketing strategies, product development, and access to capital. As a Pecel city, Madiun City also has the potential to become an attractive culinary destination for tourists, helping to boost the city's economy. The challenges faced by SME such as access to capital and funding, government regulations, competition, and technological changes. The research method used is a qualitative method with primary data collection through in-depth interviews and secondary data through literature. The concept compiled is the result of descriptive analysis and SWOT analysis, namely the solution in the form of a website. In this study using the Design Thinking approach. The Design Thinking method is an innovation-based software product design method that is based on finding solutions to solve certain problems. The creative concept of typical culinary culture and the keyword "Simple, Modern and Charismatic Website" are applied to the website's User Interface Design. User Interface Design is designed with modern visuals that are also attractive and from a simple User Experience.

Key words : *SME, Culinary, Website, Design Thinking*

A B S T R A K

Di lihat dari perkembangan Usaha kecil dan menengah (UMKM) yang memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, karena dapat menyediakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dan nasional. Tetapi di balik Strategi dan model bisnis yang perlu diterapkan UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan, seperti strategi pemasaran, pengembangan produk, dan akses permodalan. Sebagai kota Pecel, Kota Madiun juga berpotensi menjadi destinasi kuliner yang menarik bagi wisatawan, membantu meningkatkan perekonomian kota.

Adapun Tantangan yang dihadapi UMKM seperti akses permodalan dan pendanaan, peraturan pemerintah, persaingan, dan perubahan teknologi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam dan data sekunder melalui literatur. Konsep yang disusun merupakan hasil analisis deskriptif dan analisis SWOT yakni solusi berupa website. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Metode *Design Thinking* merupakan sebuah metode desain produk perangkat lunak berbasis inovasi yang bertumpu pada pencarian solusi untuk menyelesaikan permasalahan tertentu. Konsep kreatif dari budaya kuliner khas dan keyword “Website Sempel, Modern nan Karismatik” diterapkan pada *User Interface Design* website. *User Interface Design* di rancang dengan visual yang modern juga menarik dan dari *User Experience* yang simpel.

Kata Kunci: UMKM, Kuliner, *Website*, *Design Thinking*

PENDAHULUAN

UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan salah satu bentuk usaha yang berperan penting dalam perekonomian nasional. UKM seringkali terbatas pada individu atau kelompok kecil dengan modal terbatas dan sumber daya manusia terbatas. Di Indonesia, UKM didefinisikan sebagai perusahaan dengan aset sampai dengan Rp. 10 miliar dan akan mempekerjakan maksimal 50 orang. UKM dapat ditemukan di berbagai industri seperti perdagangan, jasa, industri dan pertanian (Jurnalis Nuansa, 2021). UKM juga dapat menjadi sumber pendapatan bagi banyak orang di daerah terpencil atau kurang berkembang, sehingga dapat berperan dalam mengurangi kemiskinan dan mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dan nasional. Meskipun UKM memainkan peran penting dalam perekonomian, mereka juga menghadapi berbagai tantangan seperti modal yang terbatas, sumber daya manusia dan akses pasar yang terbatas. Oleh karena itu, berbagai langkah seperti pelatihan, akses pasar, pembiayaan, dan bantuan teknologi telah diperkenalkan oleh pemerintah dan berbagai lembaga di berbagai negara untuk mendukung pertumbuhan UKM (Harjowiryono, M., & Siallagan, W. A., 2021). Salah satu kota yang pesat dalam pengembangan UMKM yaitu Kota Madiun Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah kota Madiun juga telah mendorong pengembangan UMKM melalui program-program pendampingan dan pelatihan, serta membuka peluang untuk berpartisipasi dalam berbagai event promosi produk lokal, seperti pameran dan festival kuliner.

Kota Madiun adalah sebuah kota di Jawa Timur, Indonesia. Kota Madiun tidak hanya terkenal dengan wisata alamnya yang indah, tetapi juga dikenal dengan sebutan kota Pecel. Pecel sendiri

merupakan masakan khas Indonesia berupa sayuran matang yang disajikan dengan bumbu kacang yang gurih dan beraroma. Pecel sudah lama menjadi makanan populer di kota Madiun dan menjadi kuliner identitas kota. Bahkan, Pecel Madiun sering dianggap Pecel Indonesia terenak dan menjadi primadona penikmatnya. Kotamadya Madiun memiliki hubungan yang erat dengan Pecel Foods sepanjang sejarah. Wilayah Madiun dan sekitarnya dikenal sebagai sentra produksi kacang tanah dan dijadikan bahan utama bumbu kacang Pecel. Dengan demikian, kota Madiun telah menjadi bagian dari sejarah dan budaya kuliner Indonesia. Terutama terkait Pecel. Pecel Madiun sendiri merupakan atraksi gastronomi bagi pengunjung kota (Herawati Dkk, 2020). Sebagai kota Pecel, kota Madiun juga berpotensi menjadi destinasi kuliner yang menarik bagi wisatawan, membantu meningkatkan perekonomian kota. UMKM di kota Madiun juga banyak yang memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka, seperti dengan menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan jasa mereka, membuat website toko online, dan memanfaatkan aplikasi digital untuk memudahkan pengelolaan bisnis menjadikan semua ini membuka peluang bagi UMKM di kota Madiun untuk semakin berkembang dan bersaing di pasar global

Di era digital, teknologi juga bisa menjadi kunci untuk mengatasi tantangan yang dihadapi UMKM. Dengan bantuan teknologi, UKM dapat memperluas wilayah pasar mereka dan meningkatkan efisiensi operasi bisnis mereka. Salah satunya mempromosikan bisnis kuliner melalui website bisa menjadi sarana yang ampuh untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan (Nandini, 2020). web yang dirancang dengan baik dapat menampilkan fitur unik bisnis

kuliner, seperti menu, suasana, dan layanan, serta memberikan informasi berharga kepada pelanggan potensial. Namun UKM juga harus memperhatikan desain User Interface produk digitalnya agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.

User Interface Design, merupakan aspek penting dari desain produk digital. Ini melibatkan perancangan elemen visual dan interaktif dari antarmuka digital, seperti situs web, aplikasi seluler, atau aplikasi perangkat lunak. Tujuan utama *User Interface Design* adalah membuat *User Interface Design* yang menarik secara visual dan mudah digunakan, memastikan pengalaman pengguna yang positif. *User Interface Design* melibatkan beberapa elemen kunci, termasuk tata letak, tipografi, skema warna, ikon dan gambar, navigasi, interaktivitas, dan konsistensi (Interaction Design Foundation, 2023). Tata letak mengacu pada pengaturan elemen visual pada *User Interface* dan melibatkan perancangan struktur yang jelas dan intuitif untuk konten yang akan disajikan kepada pengguna. Tipografi memainkan peran penting dalam keseluruhan tampilan dan nuansa desain, dan skema warna dapat digunakan untuk menyampaikan emosi dan menciptakan hierarki visual. Ikon dan gambar melengkapi atau mengganti teks dan dapat membantu mengomunikasikan konsep atau tindakan yang kompleks sekaligus membuat *User Interface* lebih menarik secara visual. Desain navigasi mencakup penempatan tombol, menu, dan elemen interaktif lainnya yang membantu pengguna menelusuri *User Interface*, sementara desain interaktivitas melibatkan elemen desain yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan *User Interface*, seperti tombol, penggeser, dan animasi. Konsistensi juga merupakan elemen penting dari *User Interface*, memastikan bahwa desain tersebut konsisten di semua halaman dan elemen *User Interface* untuk memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah memahami dan menggunakan *User Interface*. *User Interface* yang dirancang dengan baik dapat memudahkan pengguna untuk mencapai tujuan mereka, sementara *User Interface* yang dirancang dengan buruk dapat menimbulkan frustrasi dan kebingungan. Secara keseluruhan, *User Interface* merupakan aspek penting dari desain produk digital, dan penting untuk mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pengguna saat mendesain *User Interface*. *User Interface* yang dirancang dengan baik dapat membantu mempromosikan produk digital, dan dapat memengaruhi keterlibatan dan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, dengan permasalahan di atas perancang mencoba untuk memecahkan masalah terkait media promosi bagi para UMKM

Lokal Kota Madiun agar bisa mencakup para UMKM yang masih terbilang baru dengan itu perancang mengembangkan *website* sebagai media promosi tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam perancangan *website* kuliner khas Kota Madiun sebagai media promosi UMKM Lokal, metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dan SWOT dapat digunakan untuk memahami pengalaman dan persepsi pelanggan tentang makanan dan layanan yang disediakan oleh para UMKM Lokal. Dalam hal ini, teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan studi dokumen dapat digunakan untuk memahami pengalaman UMKM secara mendalam, sedangkan analisis deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik wisatawan pola yang muncul. Selain itu, analisis SWOT dapat digunakan untuk memperoleh pemahaman tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi UMKM Lokal, seperti kekuatan dan kelemahan operasional, peluang pasar, dan ancaman dari pesaing (Istiqomah, Dkk. 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan perancang menggunakan tahapan-tahapan dari *Design Thinking*.

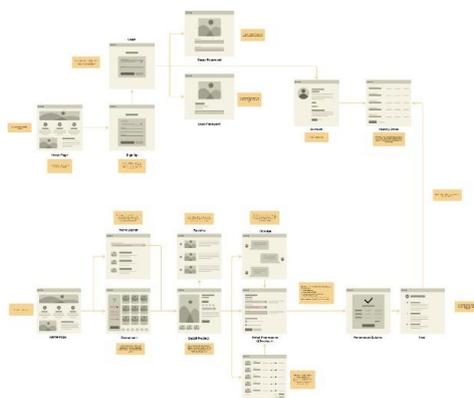
Empathize

Pada tahap ini merupakan informasi dasar yang didapatkan dari permasalahan yang sedang dikaji. Langkah-langkah pada tahapan ini adalah mengumpulkan informasi-informasi yang sedang dikaji serta dianalisa dengan tujuan agar mendapatkan persepsi, dan kemungkinan yang akan dijadikan rujukan ke tahap selanjutnya. Di tahap ini untuk mendapatkan informasi dasar dari permasalahan Wisatawan dalam mendapatkan informasi mengenai Kuliner Khas Kota Madiun dengan menanyakan kepada para wisatawan terkait pengenalan Kuliner Khas Kota Madiun. Selain itu juga perancang mencari informasi mengenai para UMKM yang mengalami kendala dalam usahanya. Dari hasil informasi yang di cari dengan menggunakan metode kualitatif yaitu analisa deskriptif mulai dari menyebar kuesioner untuk wisatawan hingga dengan mewawancarai ketua organisasi asosiasi UMKM Madiun dan beberapa perwakilan dari para UMKM Kota Madiun di bidang Kuliner : 1) Kota Madiun belum mempunyai Platform Khusus untuk pengenalan Kuliner Khas Kota Madiun karena dari riset beberapa wisatawan hanya mengenal pecel saja. 2) Wisatawan yang ingin berkunjung ke Kota Madiun harus membuka beberapa sumber dari banyak *website* untuk informasi yang ingin didapatkan dari

Kota Madiun. 3) Kendala dari para UMKM yang terus menjadi masalah yaitu di bagian pemasaran dan Modal. 4) Para wisatawan ingin membeli Kuliner Khas Kota Madiun tanpa harus pergi ke Kota Madiun untuk merasakannya.

Define

Langkah-langkah pada tahap ini adalah konsep umum yang diterapkan di media Website terhadap hasil empathize yang telah didapatkan. Dalam hal ini perancang membuat beberapa fitur dari website yang berguna untuk mengatasi permasalahan yang ada. Di dalam website menyediakan beberapa fitur antara lain : 1) Kuliner Khas yang akan memberikan informasi untuk Kuliner Khas Kota Madiun. 2) Restoran dan Oleh Oleh yang ada di Kota Madiun dilengkapi dengan transaksi yang mampu membeli produk dari beberapa toko dalam satu transaksi. 3) Rekomendasi untuk Cara Penyajian Kuliner yang cocok bagi wisatawan yang baru atau belum tahu mengenai Kuliner Madiun. 4) UMKM Lokal Kota Madiun, ini adalah fitur yang membantu para UMKM untuk mempromosikan produk yang mereka jual di bagian kuliner dan juga informasi untuk para UMKM yang ingin menambahkan ilmu di bagian usaha dari event-event yang telah disediakan. Dari fitur itu perancang membuat skema kerangka alur dari media website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal



Gambar 1 Skema Kerangka alur dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal

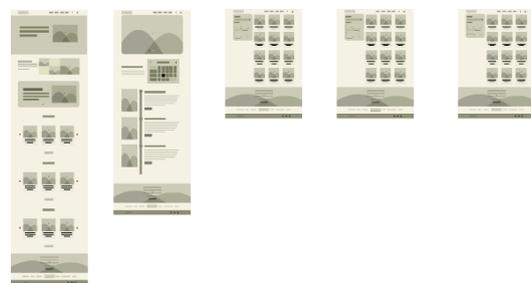
Ideate

Pada tahap ini ide yang didapatkan berdasarkan dari proses brainstorming dan memperoleh keyword “Website Sempel, Modern nan Karismatik”. Dalam perancangan interface website berpatokan dengan keyword yang telah didapatkan dengan visual yang modern nan

karismatik yang menggambarkan masyarakat Kota Madiun yang berkarisma juga Transaksi yang simpel agar memudahkan para UMKM maupun wisatawan ketika melakukan transaksi. Berikut adalah Komponen dan Elemen yang telah dibuat sebagai berikut :

Wireframe

Wireframe menjadi kerangka referensi konsep yang akan diteruskan ke proses desain antarmuka (UI). Pada dasarnya pembuatan wireframe membutuhkan prinsip dalam alur penggunaan website apakah akan menggunakan alur linier, non-linier atau campuran. Dalam desain ini menggunakan prinsip non-linear flow yang memungkinkan pengguna bebas menggunakan jalurnya sendiri dalam mencari informasi di dalam website.



Gambar 2 Wireframe dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal

Warna

Pemilihan warna pada perancangan ini adalah mengacu kepada makanan yang menjadi khas kuliner Kota Madiun yaitu pecel. Selain dari itu kesan warna coklat pada makanan mengartikan rasa manis dan lezat. Sedangkan menurut psikologi warna memberikan kesan yang hangat.



Gambar 3 Tone Warna dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal

Tipografi

Jenis Font yang digunakan dalam perancangan ini adalah san serif. Hal ini dikarenakan font san serif merupakan font yang memiliki desain sederhana dan industrial sehingga cocok untuk digunakan dalam perancangan ini sesuai dengan tampilan

makanan yang membuat mata tidak lelah jika menggunakan website ini.



Gambar 4 Tipografi dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal

Icon

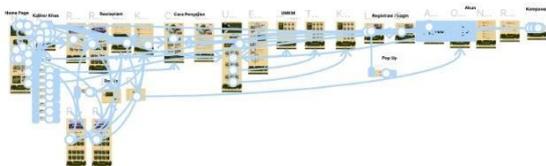
Icon adalah elemen terkecil dalam sebuah *website* yaitu sebagai representasi dari sebuah obyek atau halaman yang menghubungkan satu dengan lainnya. *Icon* juga berfungsi memberikan arah terhadap navigasi dalam aplikasi tersebut. Dalam perancangan ini akan menggunakan *icon* yang simpel dan modern.



Gambar 5 Icon dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

Prototype

Pada tahap ini yaitu rancangan awal dari suatu interface yang akan dibuat, prototype bertujuan untuk menghasilkan model atau bentuk awal dari produk yang akan dikembangkan. Dengan adanya prototype, maka kita dapat menguji dan mengevaluasi ide atau konsep dari produk tersebut sebelum produk tersebut diimplementasikan secara penuh. Dari proses yang dilalui dalam tahap empathize sebelumnya, dapat disimpulkan hasil mengenai berbagai informasi yang dibutuhkan oleh calon pengguna. Informasi yang dibutuhkan akan dikelompokkan berdasarkan kategori yang sudah ditentukan. Perancangan prototype website menggunakan software Figma versi 108.1.0.



Gambar 6 Prototype dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal

Test

Pemilihan desain tampilan pengguna (User Interface) menggunakan metode penelitian dari hasil kuesioner dengan 55 responden dari para UMKM juga dari wisatawan dengan menyajikan 3 alternatif pada responden. Setelah responden memilih. Desain tampilan pengguna alternatif ke 3 yang terpilih. Maka akan dilanjutkan dengan pengembangan tampilan pengguna pada halaman halaman selanjutnya.



Gambar 7 Alternatif 1 dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.



Gambar 8 Alternatif 2 dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.



Gambar 9 Alternatif 3 dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal

Implementasi

Dari pemilihan desain yang dilakukan selanjutnya perancang membuat tampilan lainnya

Halaman Utama, merupakan halaman awal dalam aplikasi yang dapat diakses pengguna.



Gambar 10 Home Page dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

Halaman Kuliner Khas, merupakan halaman untuk informasi mengenai Kuliner Khas yang dimiliki Kota Madiun



Gambar 11 Fitur kuliner khas dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

Halaman Restoran dan Oleh-Oleh, merupakan Halaman pembelian di restoran dan Oleh-Oleh jika ingin membeli atau hanya sekedar melihat menu untuk pengguna yang ingin membeli langsung



Gambar 12 Restoran dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal

Halaman Cara Penyajian, merupakan halaman yang disediakan untuk para customer yang membeli tetapi ingin menikmati makanan dengan penyajian yang sesuai agar kenikmatan makanan lebih terasa



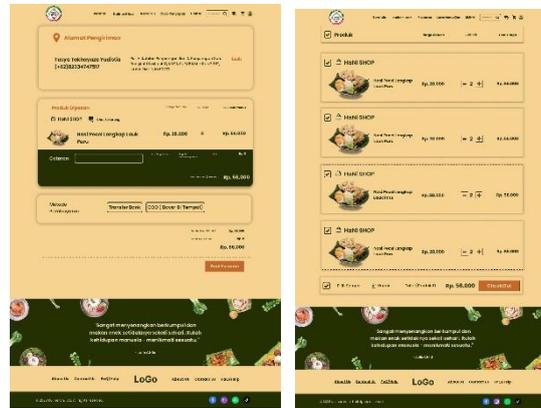
Gambar 13 Fitur Cara Penyajian dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

Halaman UMKM, merupakan halaman yang disediakan untuk para wisatawan maupun penduduk lokal yang ingin membeli makanan kuliner yang dijual oleh para UMKM yang telah di buat perkategori kecamatan Kota Madiun



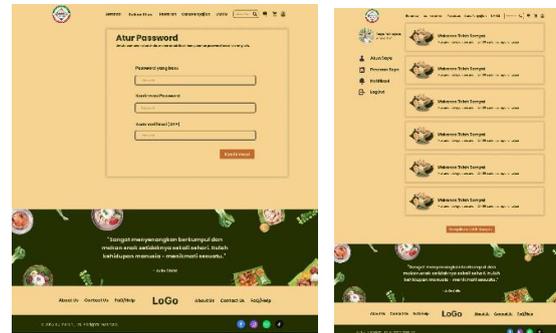
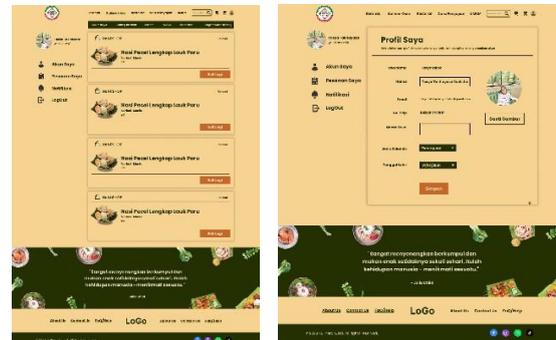
Gambar 14 Fitur UMKM dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

Halaman Transaksi, merupakan halaman yang disediakan untuk para customer yang ingin membeli kuliner Kota Madiun tanpa harus berkunjung ke Kota Madiun. Dengan menggunakan yang simpel karena mampu memesan dari toko yang berbeda dalam satu transaksi



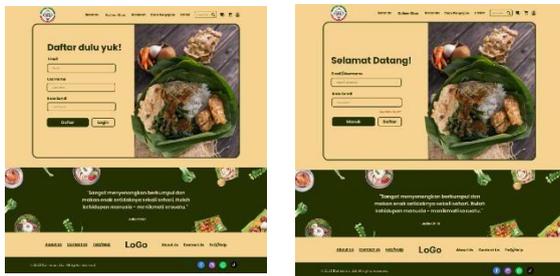
Gambar 15 Fitur Transaksi dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

Halaman Akun, merupakan halaman yang disediakan untuk informasi data diri pengguna,



Gambar 16 Halaman Akun dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

Halaman Login & Daftar, merupakan halaman untuk para user yang ingin melakukan transaksi diharap untuk daftar kemudian login terlebih dahulu.



Gambar 17 Halaman Login dari website Kuliner Khas Kota Madiun sebagai Media Promosi UMKM Lokal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengilustrasikan bagaimana pendekatan *Design Thinking* divisualisasikan untuk merancang user interface website kuliner khas Kota Madiun. Pertama, proses pemahaman yang menggambarkan apa yang dirasakan dan disukai pengguna berguna untuk memilih fitur - fitur yang tepat untuk dikembangkan. Kedua, hasil pemahaman proses yaitu perbandingan dampak dan usaha penting untuk menjadikan perjalanan para UMKM sebagai landasan pembuatan prototipe. Ketiga, pengujian *User Interface* mengungkapkan lebih banyak pengguna merasa nyaman dengan website karena semua fitur diinginkan, mudah diakses dan mudah dipahami. Oleh karena itu, pendekatan *Design Thinking* telah berhasil membantu para UMKM maupun wisatawan sebagai pengguna untuk pembuatan website kuliner khas Kota Madiun yang menjadi media promosi bagi UMKM Lokal

DAFTAR PUSTAKA

Saputra, D., & Kania, R. [2022]. Designing User Interface of a Mobile Learning Application by Using a *Design Thinking* Approach: A Case Study on UNI Course. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 2[2].

Sundari, S., & Sulistyowarni, I. [2022]. Strategi Pengembangan Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal MEBIS (Manajemen danBisnis)*, 7[1], 57-68.

Setiawan, A., & Bastian, H. [2019]. Pengembangan Desain Web Interaktif Kuliner Nusantara Berbasis Kearifan Lokal Kedaerahan (Studi Kasus Kuliner Khas Kabupaten Kudus). *JADECS (Journal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, 4[2], 111-119.

Harjowiryono, M., & Siallagan, W. A. [2021]. STUDI KASUS INTERVENSI PEMERINTAH BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI MASA PANDEMI COVID-19. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 6[3], 263-287.

Herawati, D., Astuti, W., & Rini, E. F. [2020]. Kesiapan Kota Madiun Terhadap Penerapan Konsep Kota Kreatif Gastronomi. *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, dan Permukiman*, 2[2], 143-157.

Wibawati, D., & Prabhawati, A. [2021]. Upaya indonesia untuk mempromosikan wisata kuliner sebagai warisan budaya dunia. *Journal of Tourism and Creativity*, 5[1], 36-44.

Haryuda, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. [2021]. Perancangan UI/UX Menggunakan Metode *Design Thinking* Berbasis Web Pada LaporteaCompany. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 8[1], 111-117.

Istiqomah, I., & Andriyanto, I. [2018]. Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5[2], 363-382.

Rifki, A. [2021]. *Analisis Pengaruh User Interface(UI) dan User Experience (UX) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Marketplace* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Yusaliano, M. R., Syahrina, A., & Kusumasari, T. F. [2020, October]. User Interface Design of P2P Lending Mobile Application Using *Design Thinking*. In 2020 12th International Conference on Information Technology and Electrical Engineering (ICITEE) [pp. 180-185]. IEEE.

Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. [2022]. Penerapan metode *Design Thinking* pada perancangan website umkm kirihuci.

Dahlan, A., Widayarsi, W., & SCREC, A. Aplikasi Penjualan Produk Meubel Ukir UD. Barokah Meubel sebagai Sistem Penjualan Online. *Jurnal Imajinasi*, 6[1], 64-71.

Mutiara Ananda. "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perekonomian Indonesia Internet: <https://s.id/1Gc71>, 30 Maret, 2021 [04. 16, 2023].

Nandini. "Tips Pemasaran Online Bisnis Kuliner Paling Ampuh Saat ini Internet: <https://s.id/1Gc7s>, 20 Oktober, 2020 [04. 16, 2023].

Interaction Design Foundation. "User Interface (UI) Design Internet: <https://s.id/1Gc8k>, 20 Januari, 2020 [04. 16, 2023].

Techfor Id. "Fungsi User Interface (UI) dalam membangun Desain yang Optimal Internet: <https://s.id/1Gcaa>, 2020 [04. 16, 2023].