Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)
E-ISSN : 2963-0185
P-ISSN : 2963-0142
+62 811 7404 445 https://siberpublisher.org/ siberpublisher.info@gmail.com

**DOI:** https://doi.org/10.38035/jmpd.v4i4
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
**Received:** 24 Oktober 2026 | **Revised:** 20 November 2026 | **Accepted:** 23 November 2026

# Pengembangan *Website* Interaktif sebagai Media Digital Marketing Jasa MICE pada PT Kreativitas Putra Idaman

**Rismawati Situmorang[1], Desmon Gunadi Siagian[2], Sarah Rouli Tambunan[3], Jamardua Haro[4]**
[1]Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia, rismawati@polmed.ac.id
[2]Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia, dsiagian@polmed.ac.id
[3]Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia, sarahtambunan@polmed.ac.id
[4]Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia, jamarduaharo@polmed.ac.id

Corresponding Author: dsiagian@polmed.ac.id[2]

***Abstract:*** *Digital technology encourages companies to use websites as marketing communication media, including in the Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions (MICE) industry. This study aims to design and develop an interactive website to support MICE digital marketing at PT Kreatifitas Putra Idaman. A descriptive qualitative approach was employed using the User Centered Design (UCD) method. Data were collected through observation, interviews, documentation, and literature review. The resulting website includes company information, services, project portfolios, activity documentation, testimonials, certifications, and an admin panel for content management. Functional testing of 12 functions showed that all functions operated according to the specified test scenarios. PageSpeed Insights produced scores of 85 for Performance, 93 for Accessibility, 96 for Best Practices, and 92 for SEO. Background video compression reduced total page size from 10,769 KiB to 3,308 KiB, a reduction of approximately 69.29%. Speed Index improved by 11.90%, while FCP and LCP increased slightly. These findings indicate that the website can support digital marketing communication. However, its effects on user experience, customer engagement, and marketing outcomes require further evaluation.*

***Keyword:*** *Interactive Website, Digital Marketing, User Centered Design, User Interface, MICE.*

**Abstrak:** Perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan memanfaatkan website sebagai media komunikasi pemasaran, termasuk dalam industri Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions (MICE). Penelitian ini bertujuan merancang dan mengembangkan website interaktif sebagai media digital marketing jasa MICE pada PT Kreatifitas Putra Idaman. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode User Centered Design (UCD). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Website dikembangkan dengan fitur profil perusahaan, layanan, portofolio proyek, dokumentasi kegiatan, testimoni, sertifikasi, serta panel admin untuk pengelolaan konten. Pengujian fungsional terhadap 12 fungsi menunjukkan seluruh fungsi berjalan sesuai skenario pengujian. Pengujian PageSpeed Insights menghasilkan skor Performance 85, Accessibility 93, Best Practices 96, dan SEO 92. Kompresi video latar

mengurangi ukuran total halaman dari 10.769 KiB menjadi 3.308 KiB atau sekitar 69,29%. Speed Index membaik 11,90%, sedangkan FCP dan LCP sedikit meningkat. Hasil ini menunjukkan bahwa website dapat digunakan sebagai media pendukung komunikasi pemasaran digital, tetapi dampaknya terhadap pengalaman pengguna, keterlibatan pelanggan, dan hasil pemasaran masih memerlukan evaluasi lebih lanjut.

**Kata Kunci:** Website Interaktif*, Digital Marketing, User Centered Design, User Interface, MICE.*

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mendorong perubahan strategi pemasaran perusahaan, termasuk pada industri kreatif dan MICE (*Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions*). Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan perusahaan menyampaikan informasi dan menjangkau calon pelanggan secara lebih luas, cepat, dan interaktif (Kannan & Li, 2017; Verhoef et al., 2021). Dalam konteks tersebut, *website* tidak hanya berfungsi sebagai identitas perusahaan, tetapi juga sebagai media komunikasi pemasaran untuk memperkuat *branding*, membangun keterlibatan pelanggan (*customer engagement*), dan mendukung daya saing bisnis (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Industri MICE merupakan bidang jasa yang berkaitan erat dengan kreativitas, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemampuan perusahaan membangun komunikasi dengan klien. Persaingan dalam industri ini mendorong perusahaan *event organizer* untuk menyajikan informasi layanan secara profesional dan mudah diakses. *Website* dapat dimanfaatkan untuk menampilkan profil perusahaan, ragam layanan, portofolio kegiatan, dokumentasi acara, serta saluran komunikasi bagi calon klien. Penyajian informasi tersebut berperan dalam membangun kredibilitas dan membantu calon pelanggan memahami layanan yang ditawarkan Perusahaan (Dwivedi et al., 2021; Getz & Page, 2019).

PT Kreatifitas Putra Idaman merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer* dan industri kreatif dengan layanan yang berkaitan dengan MICE. Dalam mendukung aktivitas pemasaran digital, perusahaan membutuhkan media yang mampu mengintegrasikan informasi mengenai identitas perusahaan, layanan, portofolio, dan dokumentasi kegiatan dengan fasilitas komunikasi yang mudah digunakan. *Website* yang dirancang secara terstruktur dapat menjadi salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan tersebut sekaligus merepresentasikan profesionalisme perusahaan dalam lingkungan digital.

Pengembangan *website* pemasaran perlu memperhatikan tidak hanya kelengkapan informasi, tetapi juga kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna. *User Interface* (UI) berkaitan dengan elemen visual dan komponen interaksi yang digunakan pengguna, sedangkan *User Experience* (UX) mencakup pengalaman dan persepsi pengguna ketika berinteraksi dengan suatu sistem (Garrett, 2011; Hassenzahl & Tractinsky, 2006). Struktur navigasi yang jelas, tampilan yang konsisten, konten yang relevan, serta akses yang responsif menjadi aspek penting agar pengunjung dapat menemukan informasi dan mengakses saluran komunikasi perusahaan dengan mudah. Selain itu, pendekatan *User Centered Design* (UCD) menempatkan kebutuhan pengguna dan konteks penggunaan sebagai dasar proses perancangan sistem interaktif (Dayanthi et al., 2023; International Organization for Standardization, 2019).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, penelitian ini berfokus pada perancangan dan pengembangan *website* interaktif sebagai media *digital marketing* jasa MICE pada PT Kreatifitas Putra Idaman. Kebaruan penelitian terletak pada penerapan pendekatan UCD yang dipadukan dengan konsep UI dan UX serta integrasi elemen komunikasi pemasaran digital dalam satu *prototype website* yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. *Website* dirancang untuk menyajikan profil perusahaan, layanan, portofolio proyek, dokumentasi

kegiatan, testimoni, sertifikasi, dan saluran komunikasi dengan calon klien (Nielsen, 1993). Pengujian fungsional dan kinerja juga dilakukan untuk menilai kesesuaian fungsi serta kualitas teknis *website* yang dikembangkan.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah merancang dan mengembangkan *prototype website* interaktif sebagai media *digital marketing* jasa MICE pada PT Kreatifitas Putra Idaman, mengidentifikasi fitur digital yang mendukung penyampaian informasi dan interaksi dengan calon klien, serta mengevaluasi fungsi dan kinerja *website* melalui pengujian fungsional dan PageSpeed Insights (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Kannan & Li, 2017; Tiago & Verissimo, 2014). Hasil penelitian diharapkan dapat menyediakan media komunikasi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan menjadi dasar bagi pengembangan serta evaluasi *website* pada tahap berikutnya.

## METODE

### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian terapan inovasi dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian berfokus pada perancangan dan pengembangan *website* interaktif sebagai media digital marketing jasa *Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions* (MICE) pada PT Kreatifitas Putra Idaman. Metode pengembangan yang digunakan adalah *User Centered Design* (UCD), yang dipadukan dengan konsep *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) untuk menghasilkan *website* yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi pemasaran perusahaan, responsif, dan mudah digunakan (Garrett, 2011; International Organization for Standardization, 2019).

Pendekatan *User Centered Design* (UCD) digunakan karena proses pengembangan sistem perlu mempertimbangkan kebutuhan pengguna dan konteks penggunaan sejak tahap analisis hiingga evaluasi. Penerapan pendekatan ini membantu mengarahkan perancangan struktur informasi, navigasi, dan antarmuka agar sesuai dengan kebutuhan sistem yang dikembangkan (Dayanthi et al., 2023; International Organization for Standardization, 2019). Dalam penelitian ini, prinsip terebut diterapkan dengan menyesuaikan fitur dan penyajian informasi *website* terhadap kebutuhan komunikasi pemasaran PT Kreatifitas Putra Idaman.

### Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi terhadap media promosi dan aktivitas komunikasi pemasaran perusahaan serta wawancara dengan pihak manajemen dan tim perusahaan. Wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan *website*, target pemasaran, dan branding perusahaan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi perusahaan, meliputi *company profile*, portofolio kegiatan, dokumentasi foto dan video, serta materi promosi. Selain itu, studi literatur dilakukan dengan menelaah jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan digital marketing, UI/UX, *customer engagement*, dan *website* interaktif.

### Tahapan Pengembangan *Website*

Pengembangan *website* dilakukan melalui enam tahap, yaitu pengumpulan data, analisis sistem dan kebutuhan pengguna, perancangan sistem *website*, pengembangan *prototype*, pengujian dan evaluasi, serta finalisasi dan dokumentasi. Pada tahap analisis, kebutuhan fitur, tampilan, navigasi, dan konten diidentifikasi berdasarkan data yang diperoleh. Tahap perancangan mencakup penyusunan *sitemap*, struktur navigasi, *wireframe*, *mockup*, serta rancangan UI dan UX. Selanjutnya, rancangan diimplementasikan menjadi *website* dengan mengintegrasikan konten perusahaan dan fitur interaktif serta menyesuaikan tampilan untuk perangkat desktop, tablet, dan smartphone. *Website* dikembangkan menggunakan `framework Laravel` dengan arsitektur *Model-View-Controller* (MVC),

basis data MySQL, Blade, Tailwind CSS, dan Vite. Setelah pengembangan, *website* diuji dan dievaluasi sebagai dasar penyempurnaan *prototype*.

**Pengujian dan Analisis Data**

Pengujian *website* meliputi pengujian fungsional menggunakan metode *black-box testing* dan pengujian kinerja menggunakan PageSpeed Insights berbasis Lighthouse. Pengujian fungsional dilakukan berdasarkan skenario pengujian untuk memeriksa kesesuaian fungsi *website* dengan kebutuhan yang telah ditentukan. Pengujian kinerja digunakan untuk memperoleh skor *Performance*, *Accessibility*, *Best Practices*, dan SEO, serta mengamati metrik kinerja halaman seperti *First Contentful Paint* (FCP), *Largest Contentful Paint* (LCP), *Total Blocking Time* (TBT), *Cumulative Layout Shift* (CLS), dan *Speed Index*.

Data dianalisis secara deskriptif melalui reduksi dan penyajian data, analisis kebutuhan sistem dan pengguna, serta interpretasi hasil untuk menarik kesimpulan. Hasil pengujian fungsional dirangkum berdasarkan kesesuaian fungsi terhadap skenario yang ditetapkan, sedangkan hasil *PageSpeed Insights* digunakan untuk mendeskripsikan kinerja *website*. Perbandingan ukuran halaman sebelum dan sesudah kompresi video juga dilakukan untuk mengetahui perubahan ukuran halaman setelah optimasi.

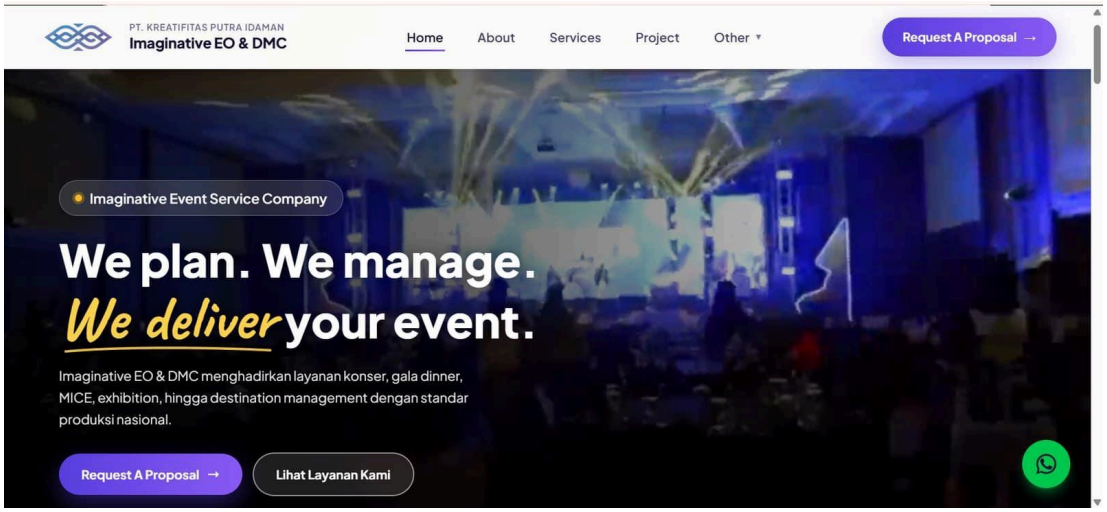
Pengujian fungsional menggunakan pendekatan *black-box testing* karena pemeriksaan difokuskan pada kesesuaian keluaran dan perilaku fitur berdasarkan skenario pengujian, tanpa menitikberatkan pada struktur internal kode program. Pendekatan ini telah digunakan dalam pengujian *website* untuk mengidentifikasi kesalahan fungsi berdasarkan masukan dan keluaran yang diharapkan (Triady et al., 2023). Dalam penelitian ini, skenario pengujian disusun berdasarkan fitur utama website, meliputi navigasi, informasi layanan, portofolio, formulir *Request A Proposal*, tombol WhatsApp, serta pengelolaan konten melalui panel admin.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

**Pengembangan *Website***

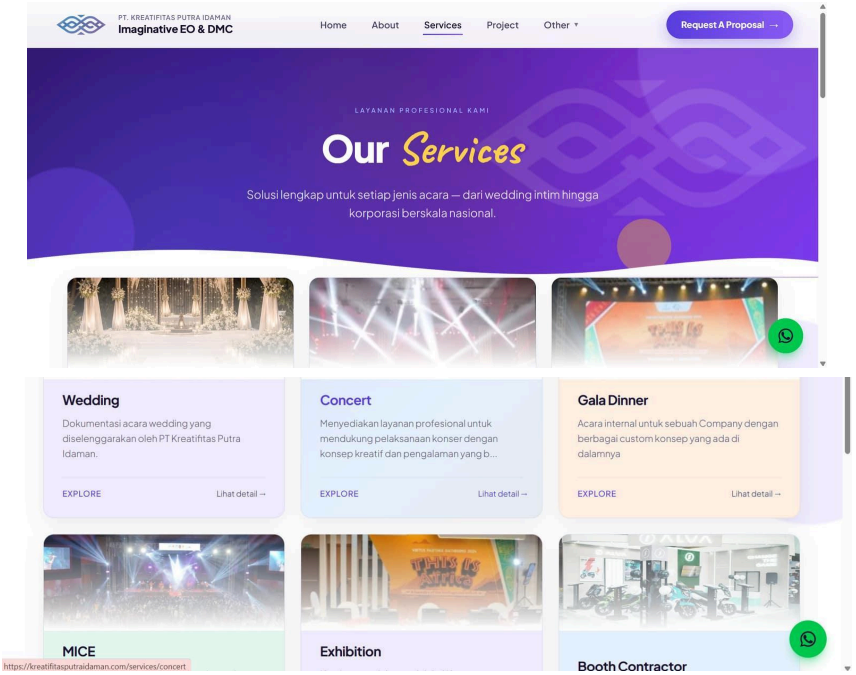
Penelitian ini menghasilkan prototype *website* interaktif untuk PT Kreatifitas Putra Idaman yang dipublikasikan melalui domain kreatifitasputraidaman.com. *Website* dikembangkan menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dengan memperhatikan kebutuhan komunikasi pemasaran perusahaan serta penerapan priinsip *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX). Pengembangan website yang mengintegrasikan kebutuhan informasi perusahaan dengan prinsip UI/UX juga telah diterapkan pada penelitian website pemasaran perusahaan lain (Hendra & Riti, 2023).




Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026

**Gambar 1. Tampilan Halaman Beranda**

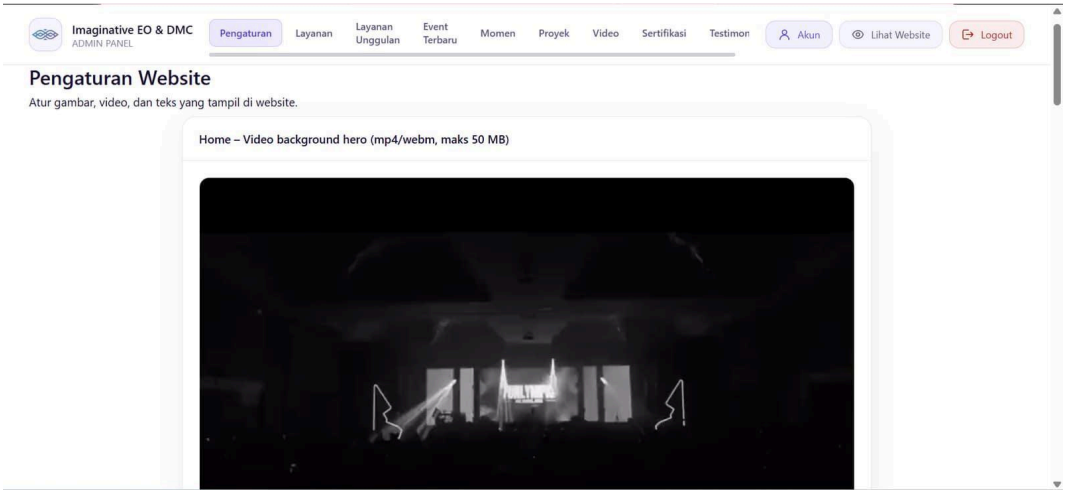
Halaman beranda menampilkan video latar, ringkasan perusahaan, logo klien, layanan unggulan, informasi kegiatan terbaru, testimoni, dan tombol *Request A Proposal.* Penyajian tersebut dirancang untuk memperkenalkan perusahaan sekaligus menyediakan akses menuju informasi layanan dan sarana komunikasi.




Sumber: Dokumentasi Peneliti,2026

**Gambar 2. Tampilan Halaman Layanan/Portofolio**

*Website* menyediakan 12 kategori layanan, termasuk MICE, *Exhibition, Gala Dinner,* dan *Booth Contractor.* Halaman layanan dilengkapi informasi detail, galeri gambar dan paket layanan. Sementara itu, halaman proyek menyajikan portofolio berdasarkan judul, kategori, status pelaksanaan, klien, deskripsi, dan foto proyek. Fitur ini memungkinkan memperoleh informasi mengenai layanan yang ditawarkan serta melihat dokumentasi proyek perusahaan.



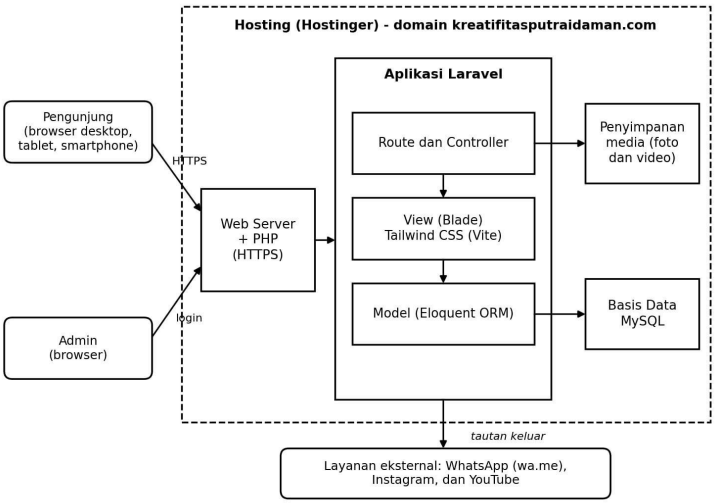

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026

**Gambar 3. Tampilan Panel Admin**

Panel admin menyediakan fungsi pengelolaan pengaturan situs, layanan, paket layanan, proyek, galeri, video, testimoni dan sertifikasi. Fitur ini mendukung pembaruan konten melalui antarmuka administrasi sehingga pengelolaan informasi tidak selalu memerlukan perubahan kode program.

**Perancangan Sistem dan Basis Data**

Perancangan sistem dan basis data dilakukan sebagai tahapan untuk menggambarkan struktur serta alur kerja website yang dikembangkan. Perancangan ini mencakup penyusunan komponen sistem, hubungan antarbagian, dan struktur penyimpanan data yang mendukung penyajian informasi perusahaan. Hasil perancangan tersebut kemudian divisualisasikan melalui gambar berikut untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sistem dan basis data yang digunakan.

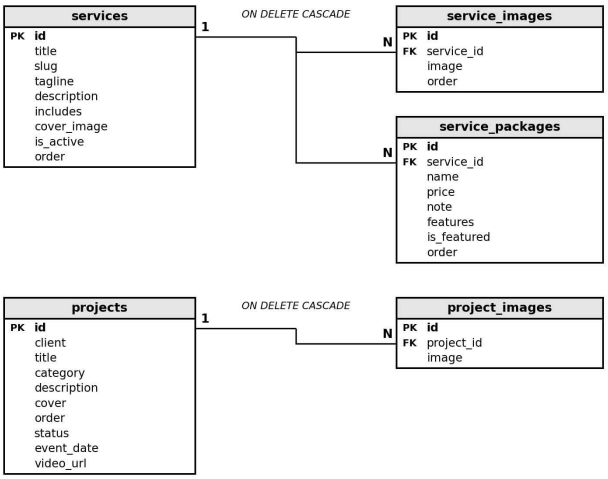



Sumber: Hasil Rancangan Peneliti, 2026

**Gambar 4. Arsitektur Sistem *Website***

*Website* dikembangkan menggunakan Laravel dengan pola *Model-View-Controller* (MVC), basis data MySQL, Blade, Tailwind CSS, dan Vite. Arsitektur tersebut menghubungkan tampilan *website*, proses aplikasi, penyimpanan data dan media yang digunakan dalam penyajian konten. Sistem melibatkan dua aktor utama, yaitu pengunjung dan administrator. Pengunjung dapat mengakses informasi perusahaan, layanan, proyek, dokumentasi, sertifikasi, serta fasilitas komunikasi. Administrator memiliki akses untuk masuk ke panel admin dan mengelola konten *website*.

Basis data terdiri dari atas 13 tabel aplikasi, satu tabel reservations yang dirancang tetapi tidak digunakan, serta delapan tabel pendukung framework Laravel. Tiga relasi satu-ke-banyak diterapkan pada hubungan layanan dengan gambar layanan, layanan dengan paket layanan, serta proyek dengan foto proyek

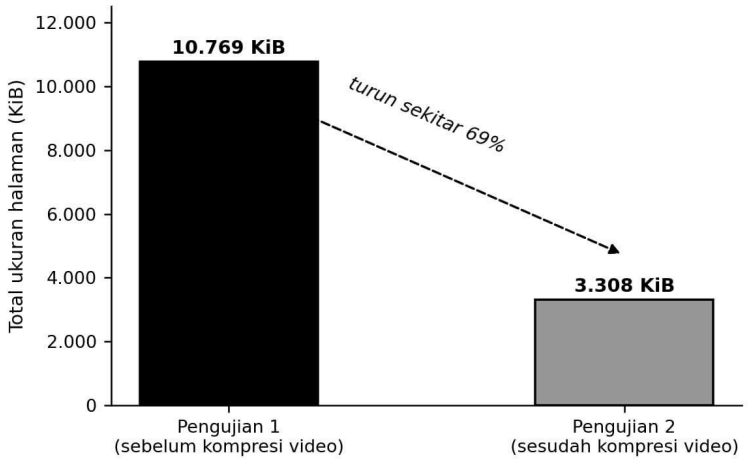


Sumber: Hasil Perancangan Peneliti, 2026
**Gambar 5. Entity Relationship Diagram (ERD) Tabel Berelasi**

Diagram ERD menunjukkan hubungan data yang digunakan dalam pengelolaan layanan dan proyek. Struktur ini mendukung penyimpanan informasi beserta media terkait secara terorganisasi.

**Pengujian Fungsional**

Pengujian fungsional dilakukan menggunakan metode *black box testing* untuk memeriksa kesesuaian fungsi *website* dengan skenario pengujian. Sebanyak 12 fungsi diuji, meliputi navigasi, detail layanan, portofolio, galeri dokumentasi, video, sertfiikasi dan legalitas, formulir *Request A Proposal,* tombol WhatsApp, tautan media sosial, responsivitas, login admin dan pengelolaan konten




Sumber: Hasil Pengujian Peneliti, 2026
**Gambar 6. Hasil Pengujian Fungsional**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh 12 fungsi memperoleh status ”Selesai”.

Persentase kesesuaian dihitung dengan rumus:

$$P = \frac{F_s}{F_t} \times 100\%$$

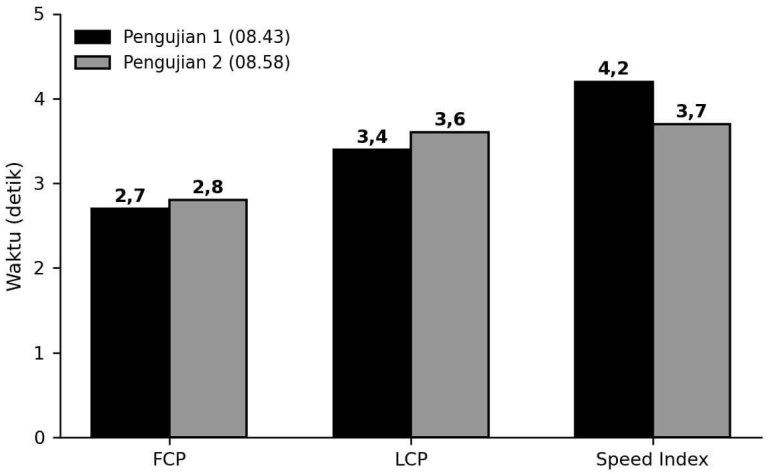
Keterangan:
P = Persentase fungsi yang sesuai
$F_s$ = Jumlah fungsi yang sesuai
$F_t$ = Jumlah seluruh fungsi yang diuji
Berdasarkan data pengujian, diperoleh:

$$P = \frac{12}{12} \times 100\%$$

Dengan demikian, seluruh 12 fungsi yang diuji atau sebesar 100% berjalan sesuai skenario pengujian. Hasil ini menunjukkan bahwa fungsi yang diperiksa telah memenuhi kriteria pengujian yang ditetapkan. Namun, hasil tersebut terbatas pada kesesuaian fungsi dan tidak secara langsung mengukur kemudahan penggunaan, kepuasan pengguna, atau efektivitas website dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

**Pengujiann Kinerja *Website***

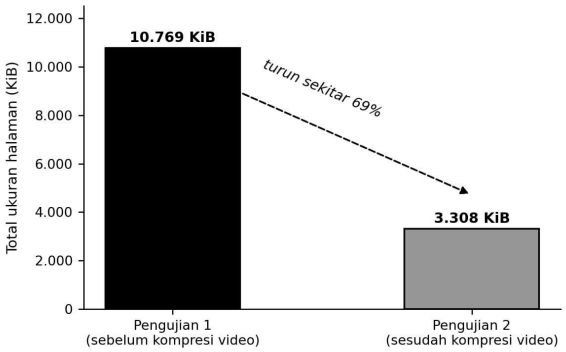
Pengujian kinerja dilakukan menggunakan *PageSpeed Insights* dengan *Lighthouse* versi 13.5.0 pada mode *mobile*, menggunakan emulasi perangkat *Moto G Power* dan jaringan 4G lambat. Pengujian dilakukan dua kali pada 9 Oktober 2026, sebelum dan sesudah kompresi video latar halaman beranda.




Sumber:Hasil Pengujian Peneliti

**Gambar 7. Hasil Pengujian Kinerja *Website***

Hasil pengujian menunjukkan skor *Performance* sebesar 85, *Accessibility* sebesar 93, Best Practices sebesar 96, dan SEO sebesar 92 pada kedua pengujian. Nilai *Total Blocking Time* (TBT) adalah 0 ms, sedangkan *Cumulative Layout Shift* (CLS) sebesar 0,03. Sementara itu, *First Contentful Paint* (FCP) berubah dari 2,7 menjadi 2,8 detik, *Largest Contentful Paint* (LCP) dari 3,4 menjadi 3,6 detik, dan *Speed Index* dari 4,2 menjadi 3,7 detik.




Sumber: Hasil Pengujian Peneliti, 2026

**Gambar 8. Perbandingan Total Ukuran Halaman Sebelum dan Sesudah Kompresi Video**

Ukuran total halaman sebelum optimasi tercatat sebesar 10.769 KiB, sedangkan setelah optimasi menjadi 3.308 KiB. Perbandingan ini digunakan untuk mengetahui perubahan ukuran halaman setelah kompresi video latar diterapkan.:

$$\Delta S = S_{sebelum} - S_{sesudah}$$

$$\Delta S = 10.769 - 3.308 = 7.461\ KiB$$

Persentase pengurangan ukuran halaman dihitung dengan membandingkan selisih ukuran sebelum dan sesudah optimasi terhadap ukuran awal.

$$R = \frac{S_{sebelum} - S_{sesudah}}{S_{sebelum}} \times 100\%$$

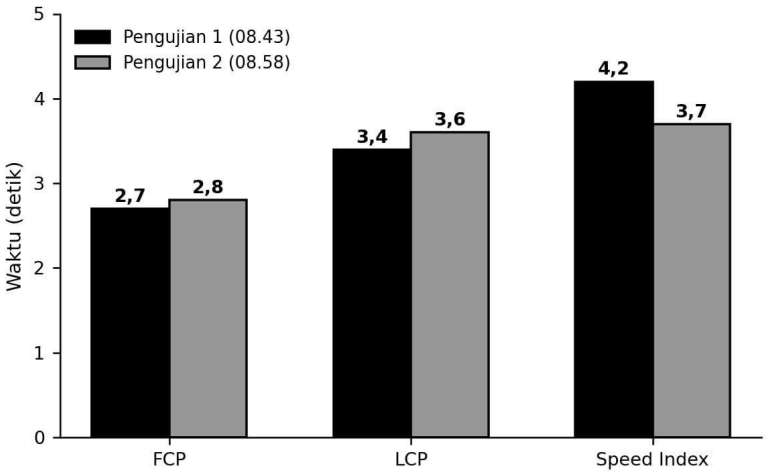
$$= \frac{10.769 - 3.308}{10.769} \times 100\%$$

$$R \approx 69,29\%$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ukuran halaman berkurang sebesar 7.461 KiB atau sekitar 69,29%. Pengurangan tersebut terjadi setelah video latar berukuran sekitar 10

MB diganti dengan versi terkompresi sekitar 2,5 MB. Temuan ini menunjukkan bahwa kompresi video berhasil mengurangi total ukuran halaman yang dimuat.

**Perbandingan Metrik Pemuatan Halaman**




Sumber: Hasil Pengujian Peneliti, 2026

**Gambar 9. Perbandingan Metrik Pemuatan Halaman**

Perubahan *Speed Index* dihitung menggunakan rumus:

$$R_{SI} = \frac{SI_{sebelum} - SI_{sesudah}}{SI_{sebelum}} \times 100\%$$

$$R_{SI} = \frac{4{,}2 - 3{,}7}{4{,}2} \times 100\%$$

$$R \approx 11,90\%$$

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Speed Index* menurun dari 4,2 menjadi 3,7 detik, atau membaik sekitar 11,90%. Sebaliknya, FCP meningkat sebesar 0,1 detik dan LCP meningkat sebesar 0,2 detik. *Skor Performance* tetap sebesar 85. Dengan demikian, kompresi video berhasil mengurangi ukuran halaman dan memperbaiki *Speed Index*, tetapi belum meningkatkan seluruh indikator kinerja. Perubahan kecil pada FCP dan LCP perlu ditafsirkan secara hati-hati karena hasil pengujian dapat dipengaruhi oleh variasi kondisi pengukuran.

**Diskusi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* yang dikembangkan telah mengintegrasikan informasi perusahaan, layanan, portofolio proyek, dokumentasi, sertifikasi, dan fasilitas komunikasi dalam satu platform. Fitur-fitur tersebut dirancang untuk mendukung penyampaian informasi pemasaran jasa MICE serta memudahkan calon pelanggan menemukan jalur komunikasi dengan perusahaan.

Penerapan UCD tercermin dalam penentuan struktur informasi dan fitur berdasarkan kebutuhan komunikasi pemasaran perusahaan. Prinsip UI/UX diwujudkan melalui penyusunan navigasi, tampilan antarmuka, struktur konten, dan desain responsive (Ahsyar et al., 2020; Dayanthi et al., 2023). Meskipun demikian, pengujian fungsional hanya membuktikan bahwa fungsi yang diuji berjalan sesuai skenario, sedangkan pengujian kinerja memberikan gambaran mengenai indikator teknis *website*. Kedua pengujian tersebut belum membuktikan secara langsung peningkatan kepuasan pengguna atau *customer engagement*.

Dari sisi teknis, kompresi video latar berhasil menurunkan ukuran total halaman sekitar 69,29%, sedangkan *Speed Index* membaik sekitar 11,90%. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa optimasi front-end, termasuk pengecilan berkas CSS dan JavaScript, kompresi, serta optimasi gambar, dapat membantu memperbaiki waktu pemuatan website (Fadli et al., 2024; Hadisastra et al., 2021). Namun, nilai FCP (*First Contentful Paint*) dan

LCP (*Largest Contentful Paint*) sedikit meningkat, sementara skor *Performance* tetap sebesar 85.

Evaluasi performa website sebaiknya mempertimbangkan beberapa metrik secara bersamaan karena perubahan pada satu indikator belum tentu menunjukkan perubahan yang sama pada indikator lainnya (Cahyono et al., 2024; Suryawan & Paramitha, 2021). Hasil ini menunjukkan bahwa pengurangan ukuran file video belum tentu mempercepat seluruh proses pemuatan halaman. Oleh karena itu, optimasi perlu dilanjutkan dengan mengevaluasi elemen lain yang dapat memengaruhi tampilan awal website, seperti file CSS yang mengatur tata letak dan tampilan halaman serta file font yang digunakan untuk menampilkan teks. Evaluasi lanjutan diperlukan untuk mengetahui apakah optimasi pada elemen-elemen tersebut dapat memperbaiki waktu pemuatan halaman secara keseluruhan. Penelitian optimasi waktu pemuatan juga menekankan pentingnya mengidentifikasi sumber daya dan komponen aplikasi yang memengaruhi proses pemuatan halaman (Akbarrizky, 2023; Muriyatmoko & Musthafa, 2022).

Secara keseluruhan, penelitian menghasilkan *website* interaktif yang telah tersedia secara daring dan memenuhi skenario pengujian fungsional yang ditetapkan. *Website* tersebut dapat digunakan sebagai media pendukung komunikasi pemasaran digital perusahaan. Namun, dampaknya terhadap pengalaman pengguna, keterlibatan pelanggan, jangkauan pemasaran, dan jumlah klien masih perlu diukur melalui pengujian pengguna serta analisis data kunjungan dan interaksi *website*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan *website* interaktif sebagai media digital marketing jasa MICE pada PT Kreatifitas Putra Idaman dengan menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dan prinsip perancangan UI/UX. *Website* yang dikembangkan mengintegrasikan informasi profil perusahaan, layanan, portofolio proyek, galeri dokumentasi, testimoni, sertifikasi dan legalitas, serta fitur komunikasi melalui WhatsApp dan formulir *Request A Proposal*. *Website* juga dilengkapi panel admin untuk mendukung pengelolaan konten perusahaan. Hasil pengujian fungsional menunjukkan bahwa seluruh 12 fungsi yang diuji berjalan sesuai dengan skenario pengujian, dengan tingkat keberhasilan 100%.

Pengujian kinerja menggunakan PageSpeed Insights menghasilkan skor *Performance* 85, *Accessibility* 93, *Best Practices* 96, dan SEO 92. Optimalisasi melalui kompresi video latar berhasil menurunkan ukuran total halaman dari 10.769 KiB menjadi 3.308 KiB atau sekitar 69,29%, meskipun skor *Performance* tidak mengalami perubahan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan UCD dapat diterapkan dalam pengembangan *website* pemasaran jasa MICE yang mengintegrasikan kebutuhan informasi perusahaan, fitur interaksi calon klien, pengelolaan konten, dan optimalisasi aset multimedia. Namun, efektivitas *website* terhadap peningkatan keterlibatan pelanggan dan hasil pemasaran belum dapat disimpulkan karena belum diukur secara langsung.

### Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, evaluasi *website* masih berfokus pada pengujian fungsional dan pengukuran kinerja teknis menggunakan PageSpeed Insights, sehingga belum mencakup pengukuran langsung terhadap persepsi pengguna, kemudahan penggunaan, dan tingkat kepuasan calon klien. Kedua, penelitian belum mengukur dampak penggunaan *website* terhadap keterlibatan pelanggan, jangkauan pemasaran digital, jumlah permintaan proposal, maupun pertambahan jumlah klien. Ketiga, pengujian kinerja dilakukan dalam kondisi perangkat dan jaringan yang ditentukan, sehingga hasilnya belum mewakili seluruh variasi perangkat dan kondisi akses pengguna. Oleh karena

itu, hasil penelitian lebih menggambarkan keberhasilan implementasi fungsi dan kondisi teknis *website* pada skenario pengujian yang digunakan, bukan bukti peningkatan efektivitas pemasaran secara langsung.

**Saran**

Penelitian selanjutnya disarankan melakukan *usability testing* yang melibatkan pihak perusahaan dan calon klien untuk mengevaluasi kemudahan navigasi, kejelasan informasi, dan kepuasan pengguna. Selain itu, pemasangan perangkat analitik *website* dapat digunakan untuk memantau jumlah kunjungan, halaman yang paling sering diakses, serta interaksi pada tombol WhatsApp dan formulir *Request A Proposal*. Pengujian kinerja juga perlu dilakukan secara berkala setelah penerapan optimasi lanjutan, seperti pengurangan pemuatan CSS, penambahan *meta description*, perbaikan struktur *heading*, pengaturan *cache*, dan optimasi gambar. Evaluasi lanjutan tersebut diperlukan untuk mengetahui apakah *website* tidak hanya berfungsi dengan baik secara teknis, tetapi juga mampu mendukung kebutuhan komunikasi pemasaran dan interaksi dengan calon klien secara lebih efektif.

**Kontribusi Author**

Seluruh penulis berkontribusi secara signifikan terhadap penelitian ini. Kontribusi meliputi konseptualisasi penelitian, analisis kebutuhan sistem, perancangan dan pengembangan *website* menggunakan pendekatan *User Centered Design*, pengembangan antarmuka dan fitur, pengujian fungsional dan kinerja sistem, analisis dan interpretasi hasil, serta penyusunan dan revisi naskah artikel ilmiah. Seluruh penulis juga berkontribusi dalam mengevaluasi kesesuaian solusi digital yang dikembangkan dengan kebutuhan komunikasi pemasaran digital PT Kreatifitas Putra Idaman. Seluruh penulis menyatakan telah membaca dan menyetujui versi final artikel yang akan dipublikasikan.

**Acknowlegment**

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Politeknik Negeri Medan melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan pendanaan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Apresiasi dan terima kasih juga disampaikan kepada PT Kreativitas Putra Idaman atas kerja sama dan dukungan yang diberikan selama proses penelitian, serta kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

## REFERENSI

Ahsyar, T. K., Jakawendra, A., & Syaifullah. (2020). *Analisa Usability Website Berita Online Menggunakan Metode User Centered Design*. https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i2.9822

Akbarrizky. (2023). *Micro Frontend Website Optimization to Increase Load Times: Techniques, Challenges, and Best Practice*. https://doi.org/10.37859/coscitech.v4i2.5205

Cahyono, Saputro, & Salim. (2024). *Perbandingan Efektivitas Metode Minifikasi Kode dalam Meningkatkan Speed Index dan Largest Contentful Paint*. https://doi.org/10.36040/jati.v8i6.11669

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy and Implementation*. Pearson.

Dayanthi, Sediyono, & Hendry. (2023). *User Experience Analysis from User Centered Design Approach in Marketing Website*. https://doi.org/10.31937/si.v14i1.3169

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions. *International Journal of Information Management*, *59*, 102168. https://

doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168
Fadli, Nuryasin, & Sari. (2024). *Optimasi Kecepatan Loading Time Web Template dengan Implementasi Teknik Front-End*. https://doi.org/10.22219/repositor.v2i11.30960
Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Pearson Education.
Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event Studies*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429023002
Hadisastra, Ruslianto, & Bahri. (2021). *Penerapan Teknik Front End Optimization (FEO) untuk Meningkatkan Kinerja Situs Web*. https://doi.org/10.26418/coding.v9i02.49591
Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). User Experience -- A Research Agenda. *Behaviour \& Information Technology*, *25*(2), 91–97. https://doi.org/10.1080/01449290500330331
Hendra, & Riti. (2023). *Perancangan dan Implementasi Website dengan Konsep UI/UX untuk Mengoptimalkan Marketing Perusahaan*. https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3s1.3430
International Organization for Standardization. (2019). *Ergonomics of Human-System Interaction -- Part 210: Human-Centred Design for Interactive Systems* (Number ISO 9241-210:2019).
Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*, *34*(1), 22–45. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006
Muriyatmoko, & Musthafa. (2022). *Website Performance Testing Using Speed Testing Model: A Case of Reputable Indonesian Journals*. https://doi.org/10.51903/teknik.v2i1.120
Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press.
Suryawan, & Paramitha. (2021). *Analisis Kinerja Website Menggunakan Pendekatan Automated Software Testing*. https://doi.org/10.36002/jutik.v6i3.1513
Tiago, M. T. P. M. B., & Verissimo, J. M. C. (2014). Digital Marketing and Social Media: Why Bother? *Business Horizons*, *57*(6), 703–708. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002
Triady, D., Izmy Alwiah Musdar, & Hendra Surasa. (2023). Pengujian Blackbox Pada Website Worker'S Menggunakan Metode Equivalence Partitioning. *KHARISMA Tech*, *18*(1), 84–98. https://doi.org/10.55645/kharismatech.v18i1.292
Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda. *Journal of Business Research*, *122*, 889–901. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022