

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengadopsi platform daring guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini berfokus pada perancangan website optimal untuk UMKM dengan menggunakan *Kansei Engineering* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode ini bertujuan menciptakan pengalaman pengguna yang menarik dengan menekankan kepercayaan dan daya tarik visual serta selaras dengan respons emosional pelanggan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan pemilik UMKM, serta kuesioner yang melibatkan *Kansei Words* untuk memahami persepsi emosional pelanggan. Analisis AHP mengidentifikasi "Kebijakan Privasi dan Pengembalian Barang" (A3) dan "Elemen Interaktif" (B2) sebagai kriteria utama. Kriteria ini menjadi panduan dalam pengembangan prototipe, yang mencakup kebijakan privasi yang jelas, kebijakan pengembalian barang, serta elemen desain interaktif yang menarik secara visual. Prototipe diuji menggunakan *System Usability Scale* (SUS) untuk mengevaluasi kepuasan dan kegunaan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan pentingnya mengintegrasikan fitur keamanan fungsional dengan desain interaktif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan UMKM. *Website* yang diusulkan diharapkan dapat memperkuat kepercayaan pelanggan dan keterhubungan emosional dengan merek, sekaligus meningkatkan daya saing UMKM di pasar. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan *website* UMKM yang sesuai dengan ekspektasi konsumen, memastikan keseimbangan antara fungsionalitas dan estetika dalam pasar digital.

Kata Kunci: *Analytical Hierarchy Process* (AHP), *Kansei Engineering*, Pengembangan *Website*, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).