

IMPLEMENTASI USER INTERFACE PADA WEBSITE COMPANY PROFILE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Evi Tamala¹, Baenil Huda², Elfina Novalia³, Agustia Hananto⁴

(^{1,2,3,4} Program Studi Sistem Informasi, Universitas Buana Perjuangan Karawang)

Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361

e-mail: ¹si21.evitamala@mhs.ubpkarawang.ac.id, ²baenil88@ubpkarawang.ac.id,

³Elfinanovaia@ubpkarawang.ac.id, ⁴Agustiahananto@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

CV. Smart Motecare Mandiri bergerak di bidang penyedia perangkat teknologi informasi serta layanan instalasi dan perawatan peralatan tersebut. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, perusahaan ini menyadari pentingnya keberadaan sebuah website sebagai sarana komunikasi dan promosi yang efektif. Website menjadi platform penting untuk menyampaikan informasi mengenai produk, layanan, serta profil perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang website company profile CV. Smart Motecare Mandiri dengan memanfaatkan metode Design Thinking, yang mengarah pada pengetahuan yang komprehensif mengenai keperluan pengguna serta penyelesaian masalah yang dihadapi perusahaan. Proses perancangan mencakup tahapan Empathize, Define, Ideate, serta pembuatan desain dan prototype, yang kemudian diimplementasikan dalam pembuatan website menggunakan platform WordPress. Setelah website selesai dibuat, pengujian dilakukan dengan metode SUS untuk mengukur tingkat kegunaan website. Hasil pengujian menunjukkan skor akhir SUS sebesar 68,00, yang termasuk dalam kategori "marginal high" dan menunjukkan bahwa website yang dirancang efektif dalam memenuhi tujuan perusahaan. Website ini diharapkan dapat menjadi sarana promosi digital yang meningkatkan citra profesional perusahaan dan mempermudah calon pelanggan dalam memperoleh informasi.

Kata kunci: User Interface, Website, Design Thinking, Company Profile, SUS

Abstract

CV. Smart Motecare Mandiri operates in the field of providing information technology equipment as well as installation and maintenance services for this equipment. Along with the rapid development of information technology, this company realizes the importance of having a website as an effective means of communication and promotion. Websites are an important platform for conveying information about products, services and company profiles. This research aims to design a CV company profile website. Smart Motecare Mandiri utilizes the Design Thinking method, which leads to comprehensive knowledge of user needs and solving problems faced by the company. The design process includes the stages of Empathize, Define, Ideate, as well as creating designs and prototypes, which are then implemented in creating a website using the WordPress platform. After the website has been created, testing is carried out using the SUS method to measure the level of usability of the website. The test results show a final SUS score of 68.00, which is included in the "marginal high" category and shows that the designed website is effective in meeting the company's goals. It is hoped that this website can become a digital promotional tool that improves the company's professional image and makes it easier for customers to obtain information.

Keywords: User Interface, Website, Design Thinking, Company Profile, SUS

1. PENDAHULUAN

CV. Smart Motecare Mandiri merupakan perusahaan yang menyediakan berbagai perangkat teknologi informasi, termasuk komputer, laptop, CCTV, dan printer. Selain itu, CV. Smart Motecare Mandiri juga menawarkan layanan seperti instalasi serta perawatan peralatan teknologi informasi [1]

di dirikan di Karawang pada tanggal 23 Juni 2008 melalui nilai eksotis karawang sebagai penunjang pertumbuhan Teknologi Informasi di Indonesia. Di dukung oleh ahli yang kompeten di bidangnya CV. Smart Motecare Mandiri mengupayakan pencapaian visi guna mewujudkan posisi sebagai perusahaan penyedia layanan solusi TI tingkat nasional.

Seiring dengan pesatnya kemajuan era digital, memiliki *website* suatu keharusan untuk pelaku usaha dan perusahaan. Perkembangan digital yang begitu pesat menuntut para pelaku bisnis untuk membangun dan mengembangkan usahanya agar tetap kompetitif. Ketertinggalan dalam pemanfaatan teknologi dapat menjadi kerugian bagi para pebisnis. Saat ini, hampir setiap organisasi dan perusahaan di dunia memiliki situs *website* yang berfungsi sebagai sarana komunikasi internal serta media pemasaran barang dan layanan mereka [2].

Perancangan adalah sebuah proses yang meliputi visualisasi, penyusunan strategi, serta perencanaan pengorganisasian Beragam komponen yang berdiri sendiri menjadi sebuah gabungan yang saling terintegrasi dan berkesinambungan. Proses ini berperan sebagai langkah transformatif dalam mengubah hasil analisis menjadi perangkat lunak, yang kemudian diterapkan untuk membangun sistem baru atau mengoptimalkan sistem yang telah ada [3]. *Company Profile*, agensi, atau organisasi memberikan gambaran menyeluruh mengenai entitas tersebut dan berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Profil ini berperan dalam memperkenalkan serta memfasilitasi pemahaman mengenai struktur, visi, misi, serta cara kerja entitas yang bersangkutan [4]. Situs *website* adalah sekumpulan halaman yang terdapat dalam suatu domain yang berisi beragam data yang mampu diakses secara digital [5].

Pemilihan kombinasi warna pada *website* sangat penting untuk menciptakan tampilan yang menarik, karena warna adalah spektrum cahaya yang ada dalam cahaya putih sempurna. Setiap warna memiliki identitas yang ditentukan oleh panjang gelombang cahaya tersebut. Saat merancang skema warna untuk situs *website*, perlu perhatian ekstra untuk memastikan keselarasan dan kontras yang tepat, karena warna dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Dalam konteks desain dan periklanan, warna berperan sebagai elemen utama dalam menyampaikan pesan, sehingga dapat berkontribusi dalam meningkatkan nilai penjualan serta memperkuat citra sebuah produk atau perusahaan [6]. *Landing Page* merupakan halaman utama yang pertama kali dikunjungi pengguna saat membuka sebuah *website* melalui pencarian. Laman ini memiliki peran sebagai media pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan serta memperkaya pengalaman pengguna saat mengunjungi situs *website* [7].

Design thinking merupakan proses iteratif dengan tujuan memperoleh pemahaman tentang pengguna secara mendalam, menantang anggapan yang telah ada, sekaligus Meninjau ulang kesulitan dalam mencari metode juga opsi penyelesaian yang berpotensi langsung dapat ditemukan di tahap permulaan analisis. Pendekatan ini menawarkan metode berbasis solusi dalam menghadapi berbagai tantangan, dengan mengedepankan pola pikir serta langkah-langkah sistematis yang terstruktur dan berorientasi pada tindakan [8]. Menurut Kelley & Brown, *design thinking* merupakan pendekatan inovasi yang berfokus pada manusia dengan mengintegrasikan kebutuhan pelanggan, kemungkinan pengembangan teknologi, serta faktor-faktor yang mendukung keberhasilan bisnis secara komersial [9]. Setelah pengembangan *website* selesai, penting untuk mengukur tingkat kenyamanan pengguna. Salah satu cara yang dapat diterapkan untuk melaksanakan asesmen dengan menggunakan *System Usability Scale (SUS)*, teknik dalam mengambil hasil evaluasi manfaat sebuah inovasi yang didasarkan pada pengalaman pengguna [10]. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk merancang *website* profil perusahaan CV. Smart Motecare Mandiri dengan pendekatan *Design Thinking*, serta mengukur tingkat kegunaan *website* menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* [11].

Penelitian ini merujuk pada studi sebelumnya yang dijadikan referensi yaitu studi yang telah dilaksanakan Abdurrahman Ibnu Rasidi dan rekan rekannya tahun 2023 hasil penelitian menunjukkan *Website* CV. Cup10indo dirancang sesuai kebutuhan user dengan metode *Design Thinking*. Pengujian

SUS mendapat skor 78 (*Good, Acceptable*), menunjukkan *website* diterima pengguna [5]. Selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dennisa Avriel Ismail dan rekan rekannya menunjukkan hasil bahwa metode *Design Thinking* mampu untuk memperbaiki *UI/UX* serta dapat memenuhi kebutuhan bisnis [12]. Penelitian selanjutnya di lakukan oleh Silvianti dan rekannya menunjukkan bahwa tata letak dan pengalaman pengguna yang dikembangkan memiliki potensi besar untuk membantu meningkatkan ekonomi lokal serta melestarikan budaya tari tradisional melalui pemanfaatan *platform* digital [13].

2. METODE PENELITIAN

2.1 User Interface (UI)

Yaitu kumpulan tata letak tampilan yang terstruktur secara efektif untuk membuka peluang interaksi antara user dan sistem. *UI* menggambarkan antarmuka dari suatu sistem yang memberikan berbagai informasi untuk memfasilitasi komunikasi antara pengguna dan teknologi [14].

2.2 Design Thinking

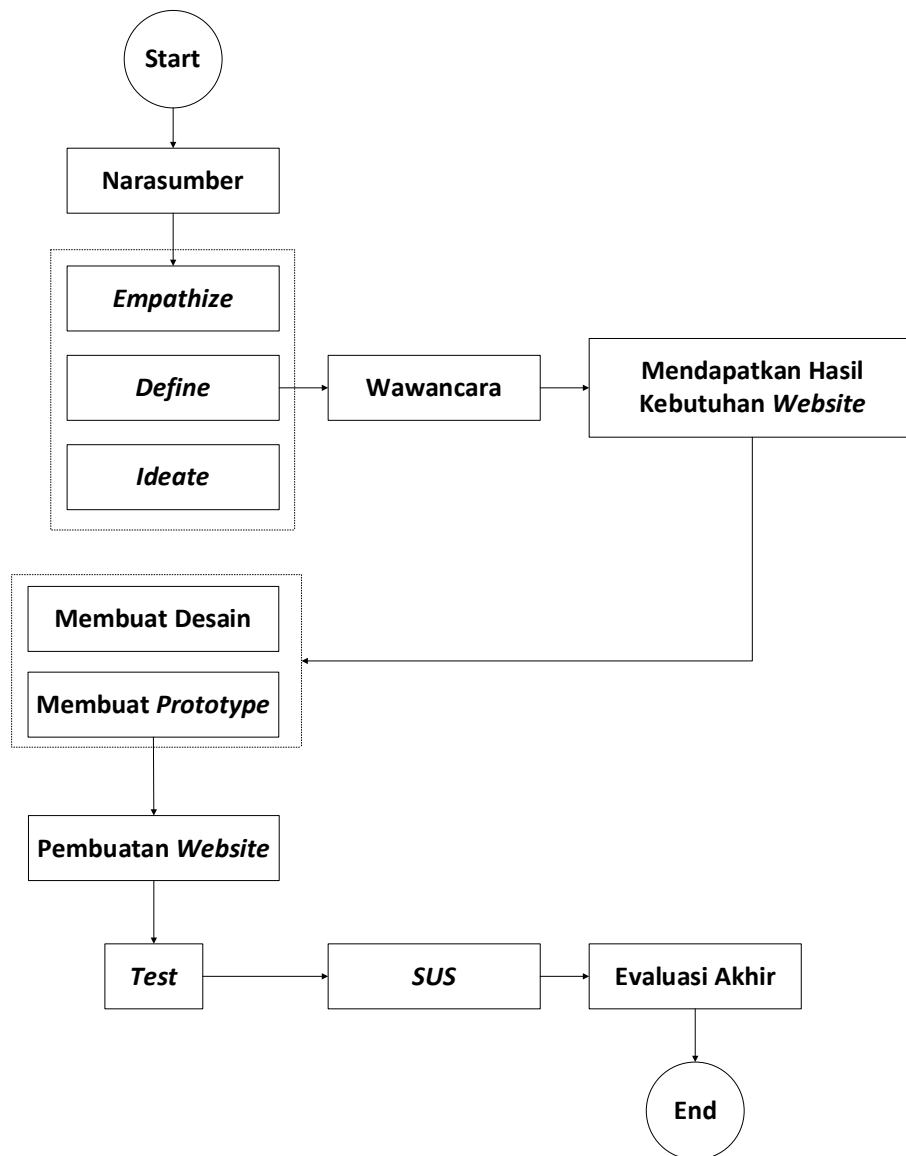
Design Thinking ialah teknik terencana dalam menyelesaikan tantangan yang mengedepankan pemikiran menyeluruh guna menghasilkan solusi inovatif yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. Pendekatan ini mengintegrasikan pemikiran kritis, kreativitas, serta keterampilan praktis untuk menciptakan solusi yang efektif dan relevan [14].



Gambar 1. *Design Thinking* (Athallah Puteri, Aulia, and Sari 2022)

2.3 Tahapan Penelitian

Objek penelitian ini adalah *website company profile* CV. Smart Motecare mandiri dengan menerapkan metode wawancara kepada owner selaku obyek Dalam studi ini, penulis memanfaatkan diagram *flowchart* untuk menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan dalam implementasi *user interface (UI)* pada *website Company Profile* CV. Smart Motecare Mandiri menggunakan metode *Design Thinking*. Diagram *flowchart* ini akan memberikan gambaran jelas mengenai tahapan-tahapan yang harus dilalui selama penelitian. Selain itu, penelitian ini juga mengintegrasikan metode Berikut adalah uraian tentang alur metodologi penelitian, yang akan dilaksanakan pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Penelitian

2.3.1 Tahap *Empathize*

Proses diawali dengan menentukan narasumber sebagai subjek utama dalam pengumpulan data. Lalu melakukan tahap pertama pada *design thinking* yaitu tahap *Empathize* di mana peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan direktur CV. Smart Motecare Mandiri serta mencoba memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna. [5].

2.3.2 Tahap *Define*

Hasil wawancara kemudian dianalisis pada tahap *Define* untuk merumuskan permasalahan utama yang dihadapi oleh pengguna [5].

2.3.3 Tahap *Ideate*

Setelah kebutuhan pengguna diketahui, penelitian dilanjutkan ke tahap *Ideate*, yaitu merancang ide-ide solusi berdasarkan hasil analisis sebelumnya [5].

2.3.4 Pembuatan Desain dan *Prototype*

Selanjutnya, peneliti membuat desain awal dan mengembangkan *prototype* sebagai representasi awal *website* yang akan dibuat [5].

2.3.5 Pembuatan Website

Setelah *prototype* konfirmasi, selanjutnya peneliti melanjutkan pembuatan website sesungguhnya yang bersifat responsif dan dapat diakses melalui berbagai perangkat [5].

2.3.6 Testing

Setelah website selesai, dilakukan tahap pengujian (*Test*) menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* untuk mengukur tingkat kegunaan *website* dari sudut pandang pengguna. Berdasarkan hasil pengujian ini, dilakukan evaluasi akhir guna menilai sejauh mana desain dan implementasi *website* telah memenuhi kebutuhan pengguna. Penelitian diakhiri setelah proses evaluasi selesai [15].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Empathize

Melaksanakan diskusi tanpa perantara bersama pemilik perusahaan untuk menggali informasi lebih dalam. Hasil wawancara mengungkapkan dua masalah utama yang dihadapi perusahaan, yaitu :

- Kesulitan dalam menyampaikan informasi tentang perusahaan kepada publik.
- Kebutuhan untuk memiliki *website company profile* yang dapat memperkuat branding perusahaan serta mempermudah penyampaian informasi mengenai produk dan profil perusahaan.

3.2 Define

sesudah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, peneliti lalu merancang persona pengguna dan menerapkan pendekatan *How Might We* untuk menemukan solusi yang tepat.

3.2.1 Persona Pengguna

Bapak Agus Tia hananto adalah Direktur dari CV. Smart Motecare Mandiri. Target utama yang diupayakan oleh perusahaan ini adalah untuk memperkuat keberadaan dan perkembangan bisnis. Poin permasalahan yang dihadapi oleh CV. Smart Motecare Mandiri dijelaskan pada Gambar 2, yang menggambarkan karakteristik pengguna website yang diharapkan di masa depan, masalah yang sedang dihadapi saat ini, serta tujuan yang ingin tercapai setelah *website* tersebut dibuat.

CV. SMART MOTECARE MANDIRI
THE BEST IT SOLUTION



Ir. Agustia Hananto., M. Kom
Posisi : Direktur
Lokasi : Karawang, Jawa Barat

Tujuan	Memperkuat Branding Perusahaan
Masalah Yang dihadapi	- Tidak memiliki website profil membuat perusahaan kesulitan dalam mengembangkan perusahaan nya. - Minimnya media sosial untuk menyampaikan informasi.

Gambar 3. User Persona

3.2.2 Pendekatan *How Might We*

Berikut adalah pendekatan *How Might We* untuk CV. Smart Motecare Mandiri:

- How Might We* Membantu Perusahaan dalam memperkuat identitas dimata publik?
- How Might We* Mendukung Perusahaan dalam menciptakan *platform* yang dapat menyampaikan informasi secara jelas?

3.3 Ideate

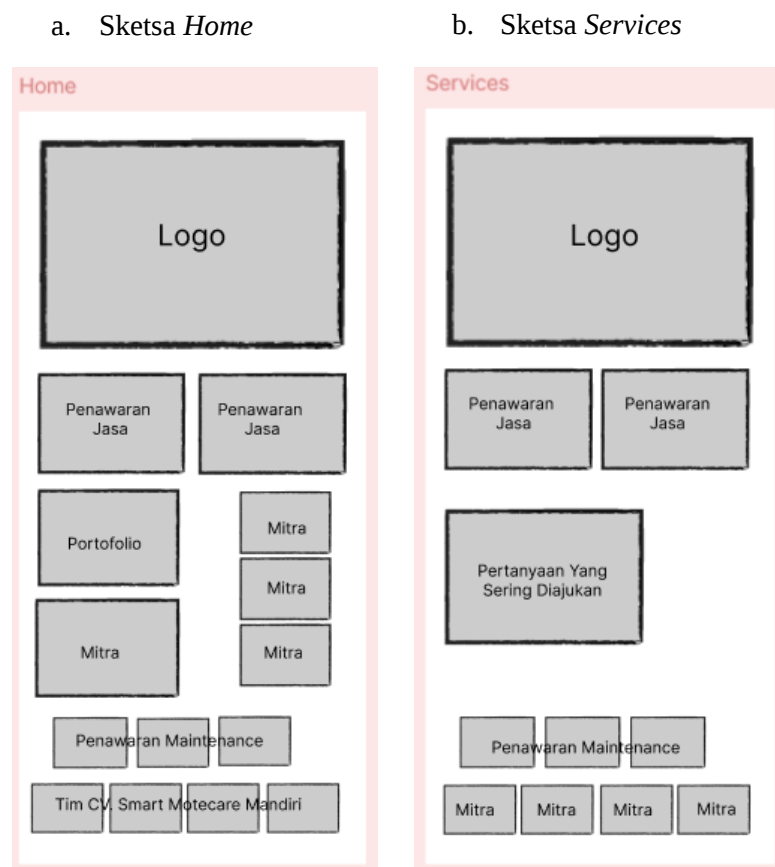
Pada tahap ini, mulai berfokus pada penggalian dan pengembangan ide-ide kreatif bersama salah satu tim dari perusahaan, yang memberikan pemahaman tentang keinginan pengguna dalam menciptakan sebuah *platform* untuk menyebarkan informasi secara efisien.

3.4 Pembuatan Design dan Prototype

Tahap ini berfokus pada perancangan tampilan antarmuka *website Company Profile CV. Smart Motecare Mandiri*. Proses dimulai dengan pembuatan sketsa *wirafame* yaitu sketsa awal yang masih sederhana sebagai gambaran dasar struktur dan tata letak elemen pada *website*. Setelah itu, desain dikembangkan menjadi sebuah *website* yang lebih detail dengan warna, tipografi, dan interaksi antar halaman menggunakan *tools* seperti *Wordpress*.

3.4.1 Sketsa Wireframe

Sketsa *Wireframe* merupakan gambaran awal dari tampilan *website* dalam resolusi rendah. Sketsa tersebut menampilkan konsep desain pertama sebelum masuk ke tahap pengembangan yang lebih detail. Karena masih dalam tahap awal, tampilan desain ini belum memiliki detail yang lengkap dan hanya berfungsi sebagai panduan dasar sebelum dilakukan penyempurnaan lebih lanjut.



Gambar 4. Sketsa Wireframe

3.5 Pembuatan Website

Pembuatan *website* adalah proses merancang dan meluncurkan sebuah situs web untuk tujuan tertentu, seperti memperkenalkan perusahaan, menyediakan informasi produk, atau memfasilitasi interaksi dengan pengguna.

3.5.1 Tampilan Home

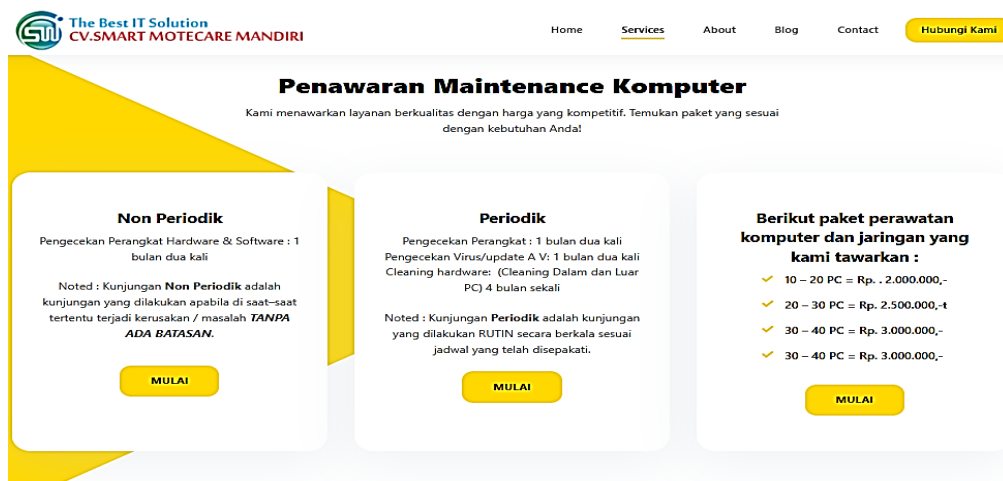
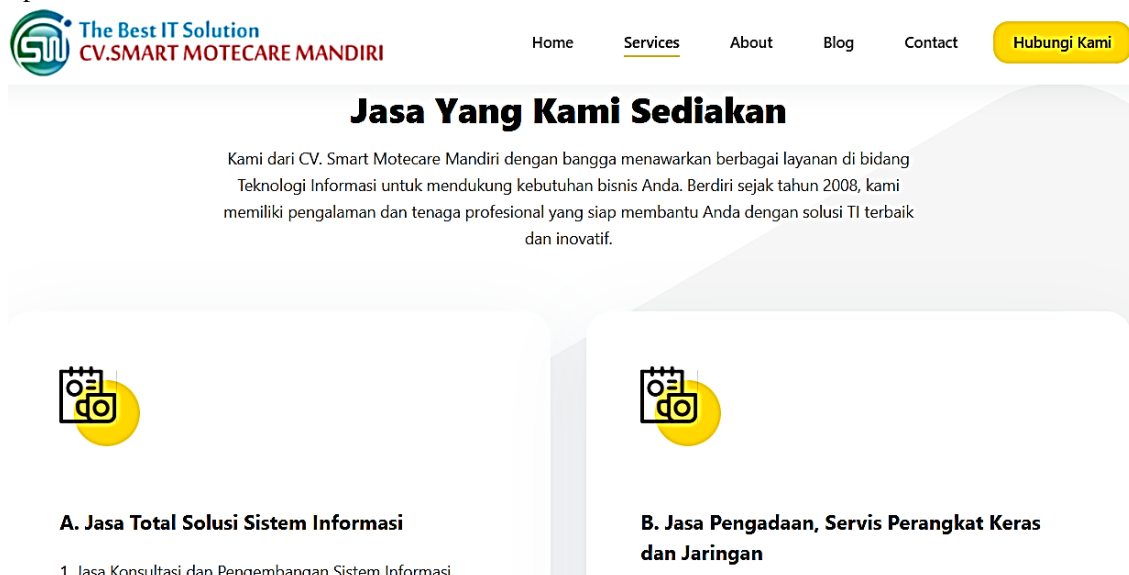
Pada halaman ini berisi informasi umum seputar perusahaan dan halaman ini merupakan tampilan awal pada *website CV. Smart Motecare Mandiri*.



Gambar 5. Tampilan Home

3.5.2 Tampilan Services

Halaman ini berisi informasi mengenai layanan yang ditawarkan oleh CV. Smart Motecare Mandiri, seperti pengembangan *website* dan desain *UI/UX*, serta penawaran jasa *maintenance* komputer.



Gambar 6. Tampilan Services

3.6 Testing dan Penilaian Kegunaan SUS

Segmen temuan dan analisis menyajikan output yang dihasilkan dari penelitian. Menguraikan hasil penelitian secara menyeluruh sebagai jawaban atas permasalahan yang telah dikemukakan. Tabel 1 menjelaskan skenario pengujian yang dirancang untuk mengevaluasi fungsionalitas dan kemudahan navigasi pada *website company profile* CV. Smart Motecare Mandiri. Setiap nomor pada tabel mewakili langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pengguna selama proses uji coba, dengan tujuan untuk memastikan bahwa fitur utama pada website dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Tabel 1. Rencana Pengujian

No.	Rencana Pengujian
1	Gulir halaman home hingga ke bawah, lalu klik tombol untuk menggulir kembali ke atas halaman.
2	Masuk pada halaman <i>services</i>
3	Menampilkan halaman rinci <i>services</i>
4	Masuk ke halaman hubungi kami
5	Mencoba menghubungi kontak pada halaman hubungi kami

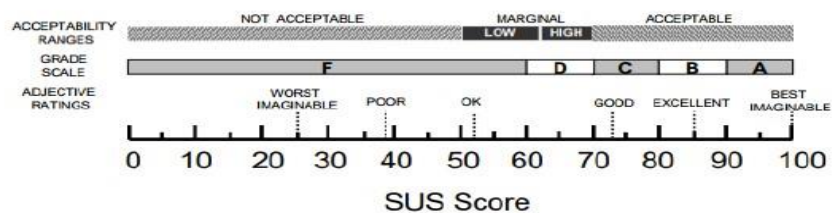
Tabel 2 berisi daftar 10 pernyataan yang digunakan dalam kuesioner *SUS* untuk mengevaluasi tingkat kegunaan dari *website company profile* CV. Smart Motecare Mandiri. Nilai akhir dari *SUS* akan digunakan untuk mengukur kelayakan dan kenyamanan *website* dalam konteks pengalaman pengguna

Tabel 2. Evaluasi Usabilitas

No.	Pertanyaan
1	Saya merasa ingin memanfaatkan website secara rutin
2	Saya merasa website ini sangat kompleks
3	Saya merasa website ini mudah digunakan
4	Saya membutuhkan bantuan teknis untuk bisa menggunakan website ini
5	Saya menemukan fitur website ini terintegrasi dengan baik
6	Saya merasa ada terlalu banyak inkonsistensi dalam website ini
7	Saya merasa kebanyakan orang akan bisa belajar menggunakan website ini dengan cepat
8	Saya merasa website ini terlalu merepotkan untuk digunakan
9	Saya merasa percaya diri saat menggunakan website ini
10	Saya merasa perlu belajar banyak hal sebelum bisa menggunakan website ini

Cara menghitung skor *SUS*

$$\text{Skor } SUS = ((P1-1) + (5-P2) + (P3-1) + (5-P4) + (P5-1) + (5-P6) + (P7-1) + (5-P8) + (P9-1) + (5-P10)) \times 2.5$$



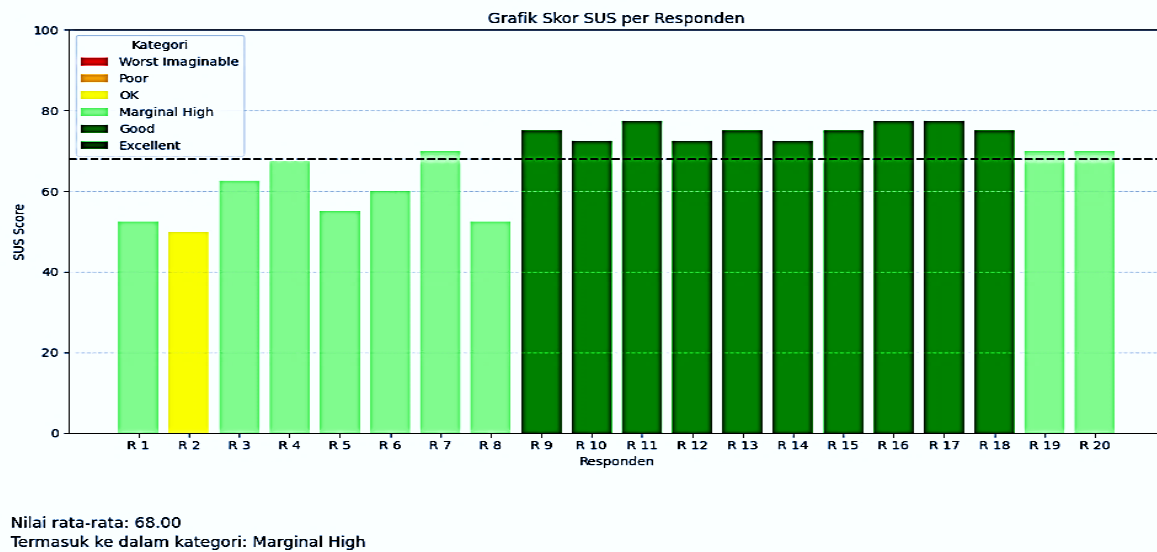
Gambar 7. SUS Score

Gambar 7 menampilkan skor *SUS* yang digunakan untuk menentukan rentang nilai serta kategori yang sesuai. Perhitungan skor *SUS* dilakukan dengan cara mengurangi 1 poin dari jawaban pada pertanyaan bernomor ganjil, sedangkan untuk pertanyaan bernomor genap, 5 dikurangi skor jawaban kusioner. Setelah proses pengurangan, hasil dari kedua jenis pertanyaan dijumlahkan, kemudian dikalikan 2,5 untuk menghitung skor akhir *SUS*. Seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 3, perhitungan ini dilakukan oleh peneliti berdasarkan tanggapan dari 20 responden terhadap berbagai pertanyaan yang diajukan sebelumnya.

Tabel 3. Nilai Akhir pada 20 Responden

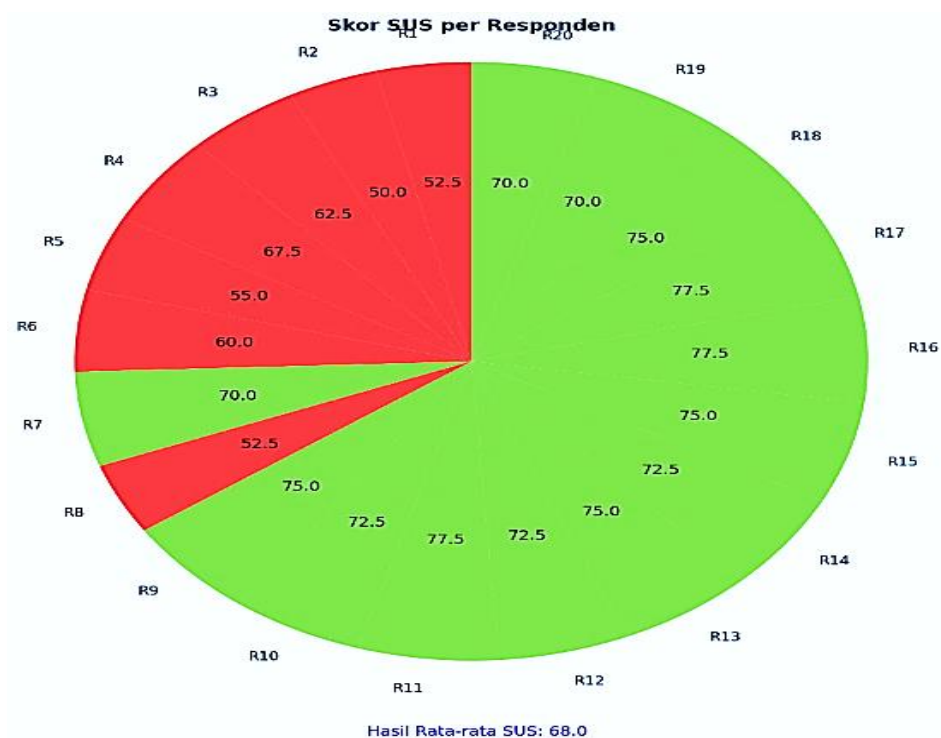
No.	Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Total	Nilai (Total X 2.5)
1	R1	3	2	3	1	3	1	3	1	3	1	21	52.5
2	R2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	20	50
3	R3	2	3	3	2	3	3	1	2	3	3	25	62.5
4	R4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	27	67.5
5	R5	2	1	3	3	2	1	3	2	2	3	22	55
6	R6	3	1	3	1	3	2	2	3	3	3	24	60
7	R7	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28	70
8	R8	3	2	2	1	3	2	3	2	2	1	21	52.5
9	R9	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	30	75
10	R10	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29	72.5
11	R11	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	31	77.5
12	R12	2	3	4	4	2	2	4	3	2	3	29	72.5
13	R13	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	30	75
14	R14	3	3	3	3	2	2	4	4	2	3	29	72.5
15	R15	3	3	3	4	2	2	3	4	3	3	30	75
16	R16	2	3	4	4	3	2	4	3	2	4	31	77.5
17	R17	2	4	4	4	2	2	4	3	2	4	31	77.5
18	R18	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	30	75
19	R19	2	3	3	4	2	1	4	3	2	4	28	70
20	R20	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	28	70
Total SUS Score													68,00

Gambar ini menampilkan diagram batang (*bar chart*) yang menggambarkan Skor *System Usability Scale (SUS)* dari 20 responden.



Gambar 8. Diagram Batang Skor *SUS*

Gambar ini menunjukkan visualisasi dalam bentuk diagram lingkaran yang menggambarkan distribusi skor *System Usability Scale (SUS)* dari 20 responden.



Gambar 9. Diagram Lingkaran Skor *SUS*

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai akhir *SUS* yang diperoleh adalah 68,00. Mengacu pada ketentuan *System Usability Scale (SUS)* pada Gambar 7, skor ini menunjukkan bahwa tampilan *website* yang dirancang berada di tingkat ok. Selain itu, nilai tersebut termasuk dalam kategori *margnal high*, yang menandakan bahwa *website* mendapat respon positif.

3.7 Pembahasan

Analisis hasil dengan metode *System Usability Scale (SUS)* mengindikasikan *website* memperoleh skor 68,00 atau *Marginal High*. Nilai ini menandakan *website* dapat diterima oleh pengguna, meskipun masih ada aspek yang bisa ditingkatkan. Metode *Design Thinking* yang digunakan melalui tahap empati, mendefinisikan, menghasilkan ide, Prototipe, dan pengujian berhasil mengidentifikasi *User requirements* serta mengembangkan strategi penyelesaian yang tepat. Skor ini juga membuktikan bahwa *website* telah menjawab masalah yang diuraikan pada bagian pendahuluan, yaitu kebutuhan perusahaan akan media digital yang informatif dan mendukung citra profesional.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul *Implementasi User Interface pada Website Company Profile CV. Smart Motecare Mandiri Menggunakan Metode Design Thinking*, dapat disimpulkan bahwa Penelitian berhasil menganalisis permasalahan utama dalam penyampaian informasi Perusahaan melalui tahap *empathize* dan *define* dalam metode *Design Thinking*, kebutuhan pengguna berhasil diidentifikasi, antara lain penyajian informasi yang jelas, aksesibilitas yang mudah, dan tampilan visual yang menarik. Hal ini menjadi dasar dalam merancang solusi desain yang sesuai harapan pengguna. *Prototype website* yang dikembangkan bersifat responsif dan telah disesuaikan untuk berbagai perangkat, baik *desktop* maupun *mobile*. *Prototype* dirancang dengan memperhatikan prinsip *user experience (UX)* dan *user interface (UI)* yang optimal, termasuk navigasi yang intuitif, struktur halaman yang jelas, dan penggunaan elemen visual yang mendukung kenyamanan pengguna saat menjelajahi *website*. Penelitian ini juga menghasilkan rekomendasi desain yang mencakup kombinasi warna netral dan profesional, serta struktur halaman yang konsisten, guna meningkatkan interaksi pengguna. Hasil pengujian menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* menunjukkan skor 68,00 yang termasuk kategori *Marginal High*, yang berarti *website* sudah cukup layak digunakan dengan pengalaman pengguna yang cukup baik, namun masih dapat ditingkatkan di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- [1] B. Huda, D. Manongga, E. Sedyono, S. Yulianto, A. Fauzi, A. L. Hananto, Tukino, and Tarmuji. "Implementation of UI/UX the Design Thinking Approach Method in Inventory Information System," *E3S Web Conf.*, vol. 448, 2023, doi: 10.1051/e3sconf/202344802005.
- [2] A. Waworuntu, "Rancang Bangun Aplikasi e-Commerce Dropship Berbasis Web," *Ultim. J. Tek. Inform.*, vol. 12, no. 2, pp. 118–124, 2020, doi: 10.31937/ti.v12i2.1823.
- [3] M. Audrilia and A. Budiman, "Perancangan Sistem Informasi Manajemen Bengkel Berbasis Web (Studi Kasus: Bengkel Anugrah)," *J. Madani Ilmu Pengetahuan, Teknol. dan Hum.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–12, 2020, doi: 10.33753/madani.v3i1.78.
- [4] L. G. Abdulhafizh and D. Djatiprambudi, "Perancangan Company Profile" *J. Barik*, vol. 1, no. 1, p. 114, 2020.
- [5] A. I. Rasidi and N. Ghaniaviyanto Ramadhan, "Perancangan Website Company Profile Perusahaan CV. CUP10INDO Menggunakan Metode Design Thinking," *klik Kaji. Ilm. Inform. dan Komput. (Media Online)*, vol. 3, no. 5, pp. 457–465, 2023, [Online]. Available: <https://djournals.com/klik>
- [6] M. R. Sulistyono, A. Setiawan, and N. Nuryanto, "Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan UI/UX Sistem E-Marketplace Berbasis Website," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 4, no. 4, pp. 1364–1376, 2023, doi: 10.47065/josh.v4i4.3534.
- [7] Y. Febriyanto, P. Sukmasetya, and M. Maimunah, "Implementasi Design Thinking dalam Perancangan UI/UX Rumah Sampah Digital Banjarejo," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 936–947, 2023, doi: 10.47065/josh.v4i3.3135.
- [8] Wahyudin Darmalaksana, *Metode Design Thinking Hadis Pembelajaran, Riset & Partisipasi Masyarakat Fakultas Ushuluddin UIN sunan Gunung Djati Bandung* 2020. [Online]. Available: <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=w3sGEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metode+design+thinking&ots=ZgjM5GiCUI&sig=bzzIO5Mpu10HIWBgAAg2gm6sJs4>
- [9] F. Fariyanto, Suaidah, and F. Ulum, "Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan)" *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 52–60, 2021, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>

- [10] D. P. Kesuma, “Evaluasi *Usability* Pada Web Perguruan Tinggi XYZ Menggunakan *System Usability Scale*” *J. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 212–222, 2020, doi: 10.35957/jtsi.v1i2.518.
- [11] A. I. Purnamasari, A. Setiawan, and . K., “Evaluasi *Usability* Pada Aplikasi Pembelajaran Tari Menggunakan *System Usability Scale (SUS)*” *J. ICT Inf. Commun. Technol.*, vol. 19, no. 2, pp. 70–75, 2021, doi: 10.36054/jict-ikmi.v20i2.274.
- [12] D. Avriel, B. Huda, S. S. Hilabi, and B. Priyatna, “Penerapan Desain *UI/UX* Pada Sistem Penjualan Berbasis Web Dengan Metode *Desain Thingking*” *J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, pp. 5737–5748, 2024.
- [13] Silvianti and K. Rizky Nova Wardani, “Desain *Ui Ux* Paket Tari Khas Batak Pada Sanggar Dalihan Natolu Sigapiton Berbasis *Website* Dengan Metode *Design Thinking*” *Zo. J. Sist. Inf.*, vol. 5, no. 1, pp. 84–99, 2023, doi: 10.31849/zn.v5i1.13039.
- [14] F. Kurnianto, J. Informatika, F. T. Industri, E. Gustri, and W. Jurusan Informatika, “Penerapan Metode *Design Thinking* Dalam Perancangan *UI/UX* Pada Aplikasi Basis Data Sekar Kawung Untuk Pegawai Lapangan Perusahaan Sosial Sekar Kawung” *Automata*, vol.3,no.2,pp.169,2021,[Online].Available:<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/42600>
- [15] R. A. Kurniawan, R. Firlina, and A. S. Wardani, “Desain *UI* Dan *UX* Aplikasi Penjualan Kosmetik Menggunakan Metode *Design Thinking*” *Gudang J. Multidisiplin Ilmu*, vol. 2, no. 7, pp. 355–364, 2024.



ZONasi: Jurnal Sistem Informasi

Is licensed under a [Creative Commons Attribution International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)