

## Design UI/UX Dengan Menggunakan Metode Design Thinking Pada Website UMKM Hendz Florist Aglonema

Dewi Ayu Nur Wulandari<sup>1</sup>, Sunarti<sup>2</sup>, Taat Kuspriyono<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: <sup>1</sup>dewi.dan@bsi.ac.id, <sup>2</sup>sunarti.sni@bsi.ac.id, <sup>3</sup>taat.tat@bsi.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
15-02-2023	02-05-2023	31-05-2023

**Abstrak** - Penggunaan teknologi informasi seperti situs web, media sosial, dan aplikasi berbasis smarphone dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dan juga menjangkau lebih banyak pelanggan yang potensial. Teknologi informasi juga memungkinkan UMKM mengumpulkan dan menganalisis data bisnis seperti laporan penjualan, data pelanggan, dan data produksi untuk membuat keputusan bisnis yang lebih tepat. Salah satu media promosi yang dapat digunakan oleh UMKM dalam memasarkan produk usaha adalah dengan menggunakan website (e-commerce). Dalam merancang sebuah aplikasi e-commerce kita harus memperhatikan desain UI/UX aplikasi yang akan di bangun. Design UI/UX merupakan proses pembuatan dan perancangan produk digital seperti situs web, aplikasi seluler, dan perangkat lunak dengan berfokus pada pengalaman pengguna dan interaksi pengguna dengan produk atau antarmuka pengguna. Penelitian ini, merancang design website Hend'z florist Aglonema dengan menggunakan metode Design Thinking dimana metode ini tidak hanya berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan pengguna, tetapi juga pada pengalaman pengguna. Metode design thinking didasarkan pada solusi untuk pengalaman pengguna terhadap objek yang dipelajari agar pengguna lebih dekat dengan produk yang digunakan sehingga diperlukan masukan dari pengalaman pengguna. Hasil penelitian diperoleh bahwa solusi yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat menyelesaikan masalah pada Hend'z Florist Aglonema

Kata Kunci: Design Thinking, UI/UX, Web Design

**Abstract** - The use of information technology such as websites, social media, and smartphone-based applications can help MSMEs to expand their marketing reach and also reach more potential customers. Information technology also enables MSMEs to collect and analyze business data such as sales reports, customer data, and production data to make more informed business decisions. One of the promotional media that can be used by MSMEs in marketing business products is to use a website (e-commerce). In designing an e-commerce application, we must pay attention to the UI / UX design of the application to be built. UI/UX design is the process of creating and designing digital products such as websites, mobile apps, and software with a focus on user experience and user interaction with the product or user interface. This research designs the Hend'z florist Aglonema website using the Design Thinking method where this method does not only focus on what users see and feel but also on user experience. The design thinking method is based on solutions for the user experience of the object being studied so that the user is closer to the product used and input from user experience is needed. The results of the study showed that the solutions specified were under user needs and could solve problems at Hend'z Florist Aglonema

Keywords : Design Thinking, UI/UX, Web Design

### PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara karena UMKM dapat menciptakan lapangan kerja dan menyediakan bahan baku bagi industri besar. Di era teknologi yang semakin maju, penggunaan teknologi informatics sangat penting bagi UMKM agar tetap kompetitif dan dapat terus berkembang.

Hend'z Florist Aglonema merupakan salah satu UMKM didaerah sawangan depok yang bergerak dalam jenis usaha budidaya tanaman hias aglonema. Dalam memasarkan produk Aglonema, saat ini hanya dilakukan melalui media youtube dan konvensional melalui mulut kemulut. Media youtube dirasa kurang tepat karena harus menampilkan konten yang menarik dan memakan waktu dalam membuat kontennya dan tidak semua jenis aglonema dapat ditampilkan dalam 1 konten. Pemasaran melalui

mulut ke mulut juga rentan terhadap kesalahan informatics produk aglonema, karena banyaknya jenis aglonema yang dijual. Oleh karena itu perlu strategi pemasaran berbasis teknologi informatics untuk mengatasi permasalahan yang di hadapi.

Penggunaan teknologi informasi seperti situs web, media sosial, dan aplikasi berbasis smarphone dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dan juga menjangkau lebih banyak pelanggan yang potensial. Teknologi informasi juga memungkinkan UMKM mengumpulkan dan menganalisis data bisnis seperti laporan penjualan, data pelanggan, dan data produksi untuk membuat keputusan bisnis yang lebih tepat.

Kesalahan komunikasi dalam penyebaran sebuah informasi, dapat mengakibatkan adanya kesalahpahaman terhadap penyampaian makna informasi antara pihak satu dengan pihak yang lain. Permasalahan ini dapat diatasi dengan memperbaiki dan mengembangkan sebuah website yang dapat dijadikan sebagai alternatif untuk pelayanan masyarakat (Hakim et al., 2022)

Salah satu media promosi yang dapat digunakan oleh UMKM dalam memasarkan produk usaha adalah dengan menggunakan website (e-commerce). E-Commerce merupakan terobosan atau inovasi baru sebagai kegiatan transaksi jual beli barang atau layanan jasa melalui jaringan internet. E-Commerce dinilai sangat optimal sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran yang dapat membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial antara pembeli dan penjual secara online (Yudiarno et al., 2021)

Dalam merancang sebuah aplikasi e-commerce kita harus memperhatikan desain UI/UX aplikasi yang akan di bangun. Design UI/UX merupakan proses pembuatan dan perancangan produk digital seperti situs web, aplikasi seluler, dan perangkat lunak dengan berfokus pada pengalaman pengguna dan interaksi pengguna dengan produk atau antarmuka pengguna.

Desain UI/UX dibuat dengan tujuan untuk mengkomunikasikan fitur-fitur sistem yang tersedia agar user mengerti dan dapat menggunakan sistem, dan memiliki nilai kepuasan dan kenyamanan ketika user menggunakan aplikasi (Fernando, 2020)

User Interface (UI) adalah apa yang dilihat pengguna saat menggunakan operator sistem sedangkan User Experience (UX) adalah apa yang dilihat pengguna saat menggunakan sistem. UI/UX sangat penting karena UI/UX memudahkan pengguna untuk menggunakan aplikasi, mendapatkan respons dari interaksi pengguna-aplikasi, dan mengetahui kebutuhan pengguna (Hakim et al., 2022)

Pada penelitian ini, dalam merancang design website Hend'z florist Aglonema akan menggunakan metode Design Thinking dimana metode ini tidak hanya berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan pengguna, tetapi juga pada pengalaman pengguna. Metode design thinking didasarkan pada

solusi untuk pengalaman pengguna terhadap objek yang dipelajari agar pengguna lebih dekat dengan produk yang digunakan sehingga diperlukan mendapatkan masukan dari pengalaman pengguna (Makalalag et al., 2021)

## METODE PENELITIAN

Desain UI/UX sangat penting untuk memastikan bahwa produk digital yang dirancang dapat memberikan interaksi dan pengalaman pengguna yang optimal, dan untuk memfasilitasi penggunaan produk serta memberikan kepuasan lebih kepada pengguna.

User Interface (UI) adalah semua komponen sistem interaktif (software dan hardware), yang menyediakan informasi dan cara untuk mengelolanya, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan tugas-tugas tertentu dengan bantuan sistem interaktif untuk mencapai tujuan yang pasti. User Experience (UX) berarti tanggapan yang dihasilkan atau diharapkan dari suatu produk, sistem, atau layanan. Persepsi pengguna meliputi emosi, preferensi, kenyamanan, perilaku, dan pencapaian, bahwa terjadi sebelum, selama dan setelah penggunaan (Vlasenko et al., 2022)

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam design UI/UX adalah metode Design Thinking. Metode Design Thinking merupakan suatu pendekatan untuk mendesain website sesuai dengan kebutuhan pengguna melalui proses empati. Metode design thinking memiliki 5 langkah proses yaitu Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Testing (Silvianti et al., 2023)

Design Thinking adalah metode kolaboratif yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk menemukan solusi yang paling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks yang tidak hanya berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan, namun juga berfokus pada pengalaman pengguna (user) (Sari et al., 2020)

Dalam penelitian ini, metode design thinking akan dimodifikasi menjadi 6 langkah dengan penambahan tahapan implementasi dari desain aplikasi Hend'z Florist Aglonema.



Sumber : Penelitian, 2022

Gambar 1. Langkah Metode Design Thinking

Berikut penjelasan dari masing-masing langkah dalam metode Design Thinking :

#### 1. **Emphatize :**

Emphatize adalah langkah pertama dalam metode design thinking, yang bertujuan untuk memahami pengguna dan masalah yang harus diselesaikan. Pada tahap ini, desainer mencoba menempatkan diri pada posisi pengguna dan memahami pengalaman dan kebutuhan mereka.

Tahapan ini sangat penting karena membantu para desainer untuk lebih memahami pengguna sehingga mereka dapat mengembangkan solusi yang lebih baik yang memenuhi kebutuhan pengguna. Mengumpulkan informasi dan memahami kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pengguna dapat dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara dan juga analisis data.

#### 2. **Define :**

Menentukan masalah yang akan dicarikan solusinya melalui pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan masalah pengguna. Tahapan define dalam design thinking merupakan fase awal dalam mencari solusi permasalahan atau mencari peluang bisnis.

Pada fase ini, tim desain berfokus untuk memahami masalah atau peluang yang akan dipecahkan, mengumpulkan informasi, dan menganalisis data untuk lebih memahami konteks permasalahan yang ada. Fase define ini penting dilakukan karena membantu memastikan bahwa masalah yang akan dipecahkan benar-benar terdefinisi dengan baik dan akan memandu tim desain untuk menentukan langkah selanjutnya dalam proses design thinking.

#### 3. **Idea :**

Fase idea adalah fase dari pendekatan design thinking dimana tujuannya adalah untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide solusi yang kreatif dan inovatif untuk memecahkan masalah yang sudah diidentifikasi pada fase sebelumnya. Beberapa metode yang dapat dilakukan pada tahap ini antara lain brainstorming, mind mapping, rapid prototyping, dan bodystorming

#### 4. **Prototype :**

Pada fase ini, tim akan fokus pada pembuatan prototipe dari solusi yang telah ditentukan pada fase sebelumnya dengan tujuan untuk menguji dan mengevaluasi ide-ide dan belajar dari kegagalan dan kesalahan dalam membuat prototipe.

Prototipe yang dibuat tidak selalu harus berbentuk fisik, namun dapat berupa gambar visual, sketsa kasar, model digital atau bahkan model sederhana dari aplikasi atau produk yang mudah diperbaiki atau dimodifikasi. Fase prototipe sangat penting karena memberikan kesempatan untuk menguji ide-ide yang dihasilkan sebelumnya. Pada tahap ini, pengguna dapat menguji prototipe yang dibuat untuk mengetahui kelebihan dan kekurangannya. Hasil pengujian menunjukkan

apakah solusi tersebut memenuhi kebutuhan pengguna atau tidak.

#### 5. **Test :**

Fase test merupakan fase terakhir dari metode design thinking. Pada fase ini, tim akan menguji solusi yang dibuat untuk selanjutnya dilakukan evaluasi kinerja dan kelayakan solusi tersebut berdasarkan data dan masukan dari pengguna.

Selama fase test, tim akan menerima umpan balik dari pengguna dan menggunakan umpan balik ini untuk memperbaiki solusi yang mungkin belum optimal untuk mencapai hasil yang lebih baik berdasarkan pengalaman pengguna.

Tujuan dari fase ini adalah untuk memastikan bahwa solusi yang dibuat telah memenuhi kebutuhan pengguna dan memenuhi tujuan bisnis yang ditentukan. Langkah ini juga membantu tim memperbaiki solusi yang mungkin belum optimal untuk mencapai hasil yang lebih baik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut ini akan dijelaskan langkah-langkah penerapan Metode Design Thinking dalam pembuatan website Hend'z Florist Aglonema.

#### 1. **Emphatize**

Tahapan pertama dalam metode design thinking adalah emphatize. Pada tahapan ini dilakukan observasi secara langsung dan wawancara dengan pemilik Hend'z Florist Aglonema untuk mengumpulkan informasi dan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pengguna terkait tentang pemasaran Aglonema.



Sumber : Penelitian, 2022

Gambar 2. Wawancara dengan pemilik Hend'z Florist Aglonema

Wawancara ini juga dilakukan untuk dapat memperoleh informasi apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna terkait website Hend'z Florist Aglonema

#### 2. **Define**

Proses dilakukan setelah mengetahui fokus permasalahan yang dialami khususnya pada kebutuhan pengguna berdasarkan hasil observasi proses empati (Soedewi, 2022). Pada proses ini dilakukan proses menganalisis dan memahami

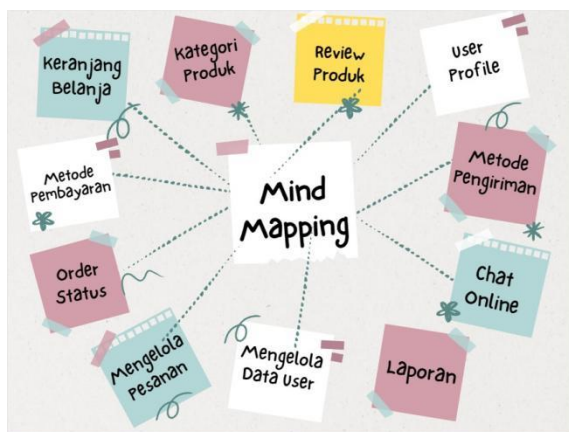
berbagai wawasan yang diperoleh melalui proses emphatize dengan tujuan mendefinisikan pernyataan masalah sebagai fokus utama penelitian (Sari et al., 2020).

Pada tahapan ini, ditentukan masalah utama yang paling penting yang terkait dengan proses bisnis dari Hend'z Florist Aglonema. Berdasarkan hasil wawancara, produk aglonema pada Hend'z Florist Aglonema belum dikenal secara luas oleh masyarakat luas. Pemasaran produk juga masih harus datang langsung ke lokasi untuk dapat melihat ketersediaan produk aglonema. Informasi hasil penjualan juga belum bisa terdokumentasi dengan baik, karena hasil penjualan tidak dilakukan pencatatan secara baik.

### 3. Idea

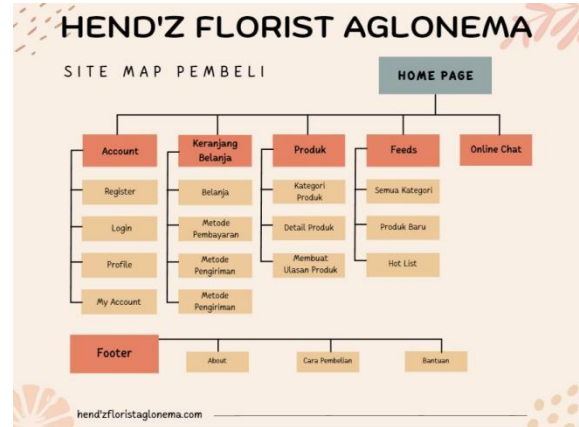
Berdasarkan tahapan sebelumnya, pada tahap idea ini, ide yang akan diangkat dikumpulkan sebanyak mungkin dan difokuskan untuk mengatasi pada permasalahan utama yang dihadapi yaitu pembuatan sistem informasi penjualan berbasis website (e-commerce). Pengguna sistem informasi ini adalah pemilik dan pembeli dengan batasan usia antara 20-60 tahun, sehingga aplikasi yang dibangun harus user friendly namun tetap menarik dan interaktif. Sistem informasi yang akan dibangun adalah sistem informasi yang interaktif yang dapat memudahkan pemilik dalam mengelola data penjualan dan pembeli dalam melakukan transaksi pembelian aglonema melalui website.

Pada tahap ini ide dikumpulkan dan digambarkan dengan mind mapping. Mind mapping adalah teknik visualisasi yang digunakan untuk membantu mengatur dan menyusun ide-ide ke dalam kerangka kerja yang lebih terstruktur. Mind mapping adalah cara yang kreatif dan efektif untuk menuliskan dan memetakan pikiran kita secara harfiah (Latipah & Adman, 2018). Bentuk mind mapping ibarat seperti peta jalan sebuah kota yang memiliki banyak percabangan, sehingga kita dapat mendapatkan gambaran umum tentang pokok masalah dalam area yang sangat luas (Aprinawati, 2018).



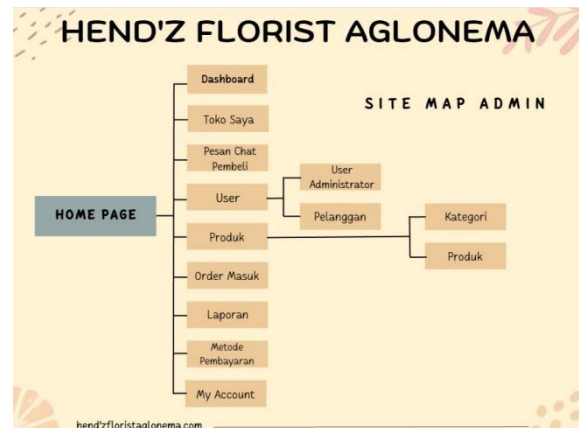
Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 2. Mind Mapping hendzfloristaglonema.com

Setelah mind mapping dibuat, selanjutnya membuat userflow yang digambarkan melalui sitemap untuk halaman pembeli dan halaman admin pada hendzfloristaglonema.com



Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 3. Userflow Sitemap Halaman Pembeli Website hendzfloristaglonema.com

Pada halaman pembeli sudah ditentukan fitur-fitur yang akan ada pada saat website hendzfloristaglonema.com diakses oleh pembeli yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.



Sumber : Penelitian (2022)  
Gambar 4. Userflow Sitemap Halaman Admin Website hendzfloristaglonema.com

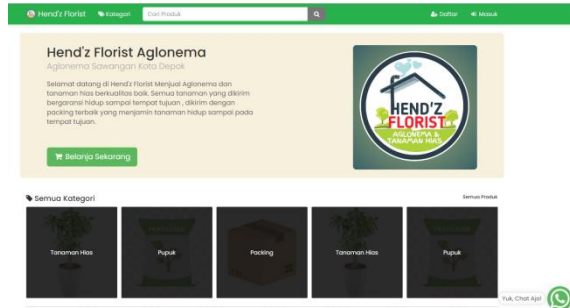
### 4. Prototype

Tahapan berikutnya yang dilakukan adalah membuat prototype produk dari website hendzfloristaglonema.com sesuai dengan alur dari user flow yang sudah dibuat pada tahapan idea.

#### a. Halaman Beranda

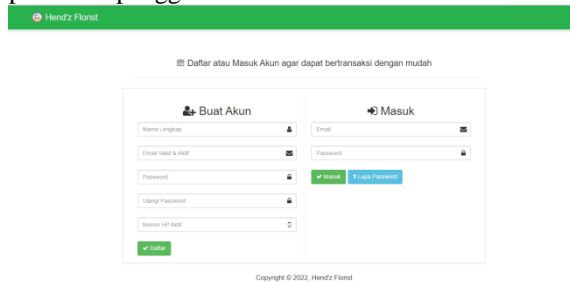
Pada laman beranda terdapat menu login & registrasi pendaftaran akun baru. Selain itu juga terdapat fitur untuk memilih kategori produk, mencari produk berdasarkan nama produk dan juga fitur yang menampilkan daftar produk terbaru dan daftar produk paling banyak dilihat. Pada bagian footer terdapat

fitur navigasi bantuan dan juga Whatsapp chat icon dimana kita bisa bertanya secara online dengan admin terkait produk aglonema yang dijual pada Hend'z Florist Aglonema



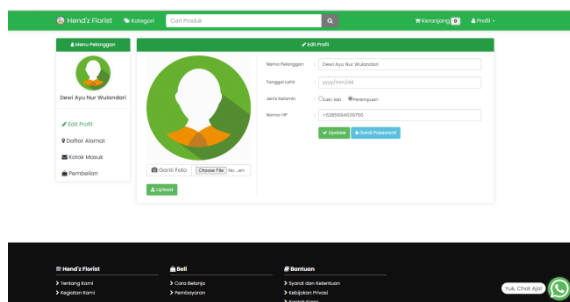
Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 5. Tampilan Halaman Beranda hendzfloristaglonema.com

b. Halaman Register dan Login Pengguna  
Pada halaman ini, user dapat melakukan pendaftaran akun bagi yang belum memiliki akun. Bagi pengguna yang sudah memiliki akun bisa langsung login dengan memasukkan email dan password pengguna

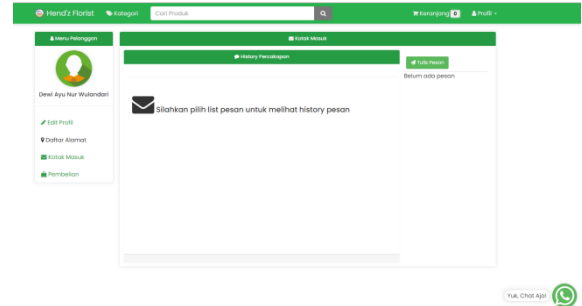


Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 6. Halaman Register dan Login Pengguna

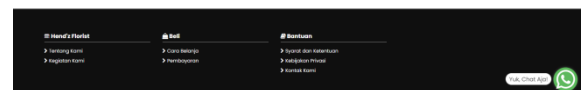
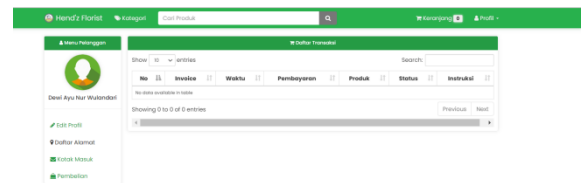
c. Halaman Pelanggan  
Pada halaman ini, pengguna dapat meng-update data profile pengguna, seperti update foto, nama pengguna, tanggal lahir, jenis kelamin, password, dan no handphone. Pada halaman ini juga tersedia fitur kotak masuk yang berisi pesan chat antara pelanggan dan admin dan juga fitur pembelian yang berisi riwayat pembelian yang dilakukan oleh pelanggan



Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 7. Halaman Update Profile Pengguna

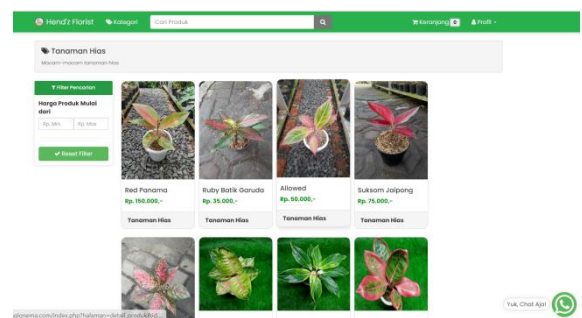


Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 8. Tampilan Kotak Masuk Halaman Pelanggan



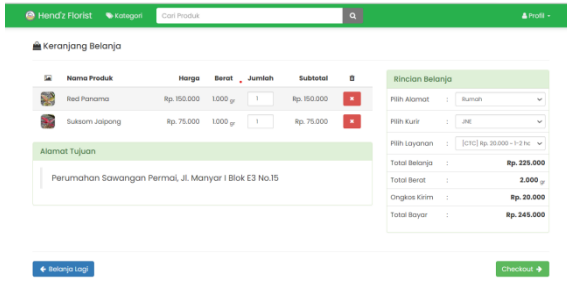
Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 9. Tampilan Pemesanan Halaman Pelanggan

d. Data Produk Halaman Pelanggan  
Pada halaman ini ditampilkan produk aglonema yang dapat dipilih oleh pembeli untuk dimasukkan ke dalam keranjang belanja. Pada halaman ini, produk yang ditampilkan bisa di tampilkan berdasarkan kategori produk. Fitur pencarian produk juga dapat menggunakan kata kunci dan juga dapat difilter berdasarkan range harga produk

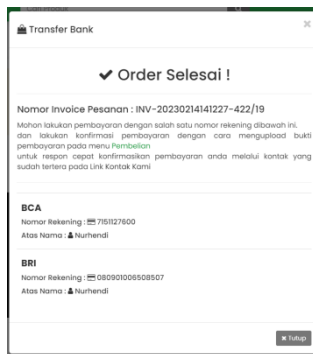


Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 10. Tampilan Daftar Produk Aglonema Halaman Pelanggan

e. Halaman Keranjang Belanja  
Jika pelanggan sudah memilih produk yang diinginkan dan menambahkan ke keranjang belanja, maka pada keranjang belanja akan menampilkan daftar produk yang siap di checkout dan akan diproses oleh penjual.

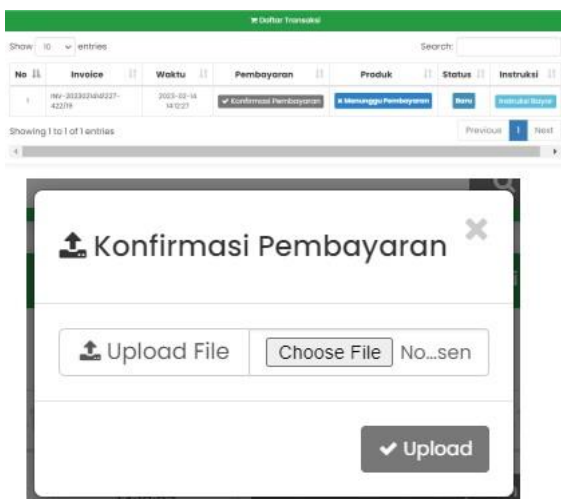


Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 11. Tampilan Keranjang Belanja Halaman Pelanggan



Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 12. Tampilan Order Halaman Pelanggan

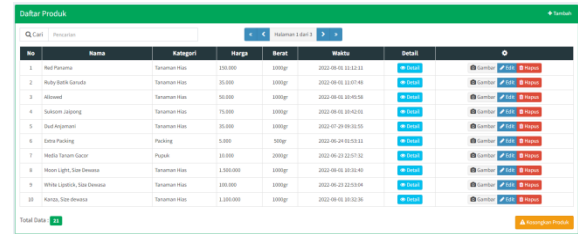
Setelah isian checkout dilengkapi oleh pembeli maka selanjutnya pembeli melakukan konfirmasi pembayaran barang yang dipilih pada halaman konfirmasi pembayaran.



Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 13. Tampilan Konfirmasi Pembayaran Halaman Pelanggan

f. Data Produk Halaman Admin

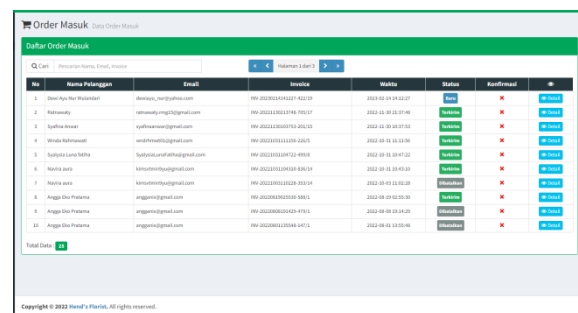
Pada halaman ini, dapat menambah, mengedit, menghapus dan menampilkan daftar seluruh produk aglonema yang dijual.



Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 14. Tampilan Daftar Produk Halaman Admin

g. Data Pemesanan Halaman Admin

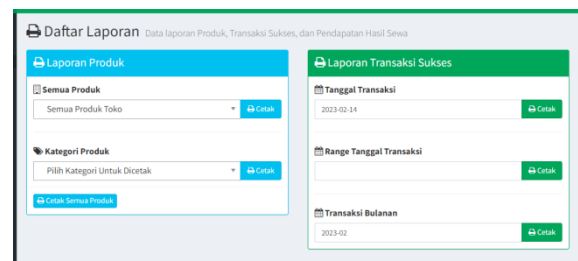
Pada halaman ini, admin dapat melihat data pesanan yang masuk untuk dapat diproses lanjut oleh admin. Admin dapat merubah status pemesanan pelanggan menjadi baru, terkirim dan dibatalkan



Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 15. Tampilan Data Pemesanan Halaman Admin

h. Data Laporan Halaman Admin

Pada halaman ini, admin dapat mencetak laporan yang dibutuhkan berdasarkan periode yang sudah ditentukan



Sumber : Penelitian, 2022  
Gambar 16. Tampilan Laporan Halaman Admin

5. Test

Pada tahapan ini dilakukan pengujian antar muka prototype website yang dibuat yang dilakukan oleh calon pengguna. Pengujian yang dilakukan terdiri dari 2 kegiatan pengujian, yaitu pengujian front-end dan pengujian back-end.

a. Pengujian Front-end

Pengujian dilakukan oleh calon user yang akan menggunakan front-end dari website hend'zfloristaglonema.com. Berikut ini adalah hasil dari pengujian front-end yang sudah dilakukan kepada 5 user pengguna :

Tabel 1. Hasil Pengujian Front-End

Akses	Partisipant					Jumlah Sukses	% Kesuksesan
	1	2	3	4	5		
Menu	√	√	√	√	√	5	100%
Login Member	√	√	√	√	√	5	100%
Registrasi Member	√	√	√	√	√	5	100%
Edit Profile	√	√	√	√	√	5	100%
Akses Keranjang Belanja	√	√	√	√	√	5	100%
Konfirmasi Pembayaran	√	√	√	√	√	5	100%
Fitur Chat Admin	√	√	√	√	√	5	100%
Akses Produk	√	√	√	√	√	5	100%

Sumber : Penelitian, 2022

b. Pengujian Back-End

Pengujian dilakukan oleh calon user yang akan menggunakan back-end dari website hend'zfloristaglonema.com. Berikut ini adalah hasil dari pengujian back-end yang sudah dilakukan kepada 5 user pengguna :

Tabel 2. Hasil Pengujian Back-End

Akses	Partisipant					Jumlah Sukses	Prosentase Kesuksesan
	1	2	3	4	5		
Menu	√	√	√	√	√	5	100%
Login Admin	√	√	√	√	√	5	100%
Dashoboard	√	√	√	√	√	5	100%
Toko SAya	√	√	√	√	√	5	100%
Pesan Chat Pelanggan	√	√	√	√	√	5	100%
Konfirmasi Pembayaran	√	√	√	√	√	5	100%
User	√	√	√	√	√	5	100%
Produk	√	√	√	√	√	5	100%
Order Masuk	√	√	√	√	√	5	100%
Laporan	√	√	√	√	√	5	100%
Metode Pembayaran	√	√	√	√	√	5	100%
My Account	√	√	√	√	√	5	100%

Sumber : Penelitian, 2022

**KESIMPULAN**

Dalam merancang sebuah aplikasi e-commerce kita harus memperhatikan desain UI/UX aplikasi yang akan di bangun. Design UI/UX merupakan proses pembuatan dan perancangan produk digital seperti situs web, aplikasi seluler, dan perangkat lunak dengan berfokus pada pengalaman pengguna dan interaksi pengguna dengan produk atau antarmuka pengguna. Design UI/UX pada UMKM Hend'z Florist Aglonema menggunakan metode Design Thingking. Hasil penelitian diperoleh bahwa solusi yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat menyelesaikan masalah pada Hend'z Florist Aglonema. Untuk selanjutnya, perancangan Design UI/UX dapat menggunakan metode lain seperti metode Heuristik Review, metode User-centered Design (UCD) dan metode Lean UX

**REFERENSI**

Aprinawati, I. (2018). Penggunaan Model Peta Pikiran (Mind Mapping) Untuk Meningkatkan Pemahaman Membaca Wacana Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 2(1), 140–147. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v2i1.35>

Fernando, F. (2020). Perancangan User Interface (Ui & User Experience (Ux) Aplikasi Pencari Indekost Di Kota Padangpanjang. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 7(2), 101. <https://doi.org/10.26858/tanra.v7i2.13670>

Hakim, N. F., Muriyatmoko, D., & Dzulkarnain, A. (2022). Analisis Dan Perancangan UI/UX Website Roya La-Tansa Mart Menggunakan Metode User Centered Design (UCD) Analysis and UI/UX Design of Roya La-Tansa Mart Website Using User-Centered Design (UCD) Method. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Masyarakat Bidang Ilmu Komputer*, 67–77.

Latipah, H. W., & Adman, A. (2018). PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN MIND MAPPING UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK (Studi Kuasi Eksperimen Pada Kompetensi Dasar Mengidentifikasi Fasilitas dan Lingkungan Kantor Kelas X Program Keahlian Administrasi Perkantoran di SMKN 3 Bandung). *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 3(1), 274. <https://doi.org/10.17509/jpm.v3i1.9465>

Makalalag, A. H., Ekawardhani, Y. A., Valentina, T., & Gaol, L. (2021). User Interface/User Experience Design for Mobile-Based Project Management Application Using Design

- Thinking Approach. *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, 4(2), 269–274. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5055189>
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>
- Silvianti, Rizky, K., & Wardani, N. (2023). DESAIN UI UX PAKET TARI KHAS BATAK PADA SANGGAR DALIHAN NATOLU SIGAPITON BERBASIS. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 84–99.
- Soedewi, S. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website Umkm Kiriuhuci. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 17. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Vlasenko, K. V., Lovianova, I. V., Volkov, S. V., Sitak, I. V., Chumak, O. O., Krasnoshchok, A. V., Bohdanova, N. G., & Semerikov, S. O. (2022). UI/UX design of educational on-line courses. *CEUR Workshop Proceedings*, 3085, 184–199. <https://doi.org/10.55056/cte.114>
- Yudiarno, F. S., Rofi'a, I., Cahyani, R. D., & Hayati, N. (2021). Optimalisasi Strategi Pemasaran BUMDes melalui E-Commerce di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BUMDes Madu Sejahtera Desa Segoromadu). *Buletin Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.21107/bpmd.v1i1.11976>