

Perancangan Desain UI/UX Website BAYLEAF Menggunakan Metode Design Thinking

¹Ardin Ariantana Putra, ²Moh. Teguh Purwanto, ³Erna Daniati

¹⁻² Sistem Informasi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail: ¹ardinariantanaputra@gmail.com, ²mmmteggg@gmail.com, ³ernadaniati@unpkediri.ac.id

Penulis Korespondens : Erna Daniati

Abstrak— Studi ini bertujuan untuk mendesain ulang tampilan dan pengalaman pengguna (*UI/UX*) situs web Bayleaf. id dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, yang terdiri dari lima tahap: Empati, Definisi, Ide, Prototipe, dan Pengujian. Masalah utama yang diidentifikasi dari hasil survei dan wawancara mencakup tampilan yang kurang menarik, informasi produk yang tidak lengkap, serta fitur navigasi yang belum dioptimalkan. Pada tahap Prototipe, dirancang visual berkualitas tinggi berdasarkan ide-ide solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* terhadap 21 partisipan. Hasil pengujian menunjukkan nilai rata-rata 72,14, yang tergolong dalam kategori “Baik”. Temuan ini mengindikasikan bahwa metode *Design Thinking* mampu menghasilkan antarmuka yang tidak hanya berfungsi dengan baik, tetapi juga menarik dan memenuhi kebutuhan pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk pengembangan lebih lanjut pada *UI/UX* dalam platform *e-commerce* mode yang sejenis.

Kata Kunci— *UI/UX*, Situs Web Fashion, *Design Thinking*, Bayleaf. id, *SUS*

Abstract— This study aims to redesign the appearance and user experience (*UI/UX*) of the Bayleaf.id website using the *Design Thinking* approach, which consists of five stages: Empathy, Definition, Ideation, Prototype, and Testing. The main problems identified from the survey and interview results include an unattractive appearance, incomplete product information, and unoptimized navigation features. At the Prototype stage, high-quality visuals are designed based on solution ideas that suit user needs. The evaluation was conducted using the *System Usability Scale (SUS)* method on 21 participants. The test results showed an average value of 72.14, which is included in the "Good" category. These findings indicate that the *Design Thinking* method is able to produce an interface that not only functions well, but is also attractive and meets user needs. This research is expected to be a foundation for further development of *UI/UX* in similar *e-commerce* fashion platforms.

Keywords— *UI/UX*, Fashion Websites, *Design Thinking*, Bayleaf. id, *SUS*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar di berbagai bidang, terutama di sektor bisnis. Saat ini, aktivitas seperti transaksi dan interaksi dengan pelanggan semakin sering dilakukan di internet. Menurut laporan terbaru yang diterbitkan oleh Google, Temasek, dan Bain and Company (2023), sekitar 80% konsumen di Indonesia saat ini lebih menyukai belanja *online* daripada metode belanja konvensional. Bayleaf.id, label fesyen yang berdiri di Kediri pada tahun 2018, menggunakan situs web sebagai metode utama untuk menjual produk. Meskipun demikian, beberapa tantangan masih ada, terutama terkait daya tarik visual situs yang dianggap kurang

menarik. Untuk mengatasi masalah tersebut, Bayleaf.id bermaksud untuk merombak situs web dengan memanfaatkan pendekatan *Design Thinking*, yang meliputi fase *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Metode ini berupaya untuk meningkatkan pengalaman pengguna (UX), menonjolkan fitur-fitur utama, dan mengembangkan platform yang lebih menarik secara visual, praktis, mudah dioperasikan, dan mengurangi kemungkinan kesalahpahaman selama fase pengembangan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti penerapan pendekatan *Design Thinking* dalam proses perancangan user interface (UI/UX). Pada tahun 2021, Danang Haryuda Putra bersama Marsani Asfi dan Rifqi Fahrudin melakukan penelitian mengenai pengembangan UI/UX berbasis web untuk Laportea Company dengan menggunakan metode *Design Thinking* [1].

Pada tahun berikutnya, 2022, Valentino Kristian Reynaldi dan Nina Setiyawati menggunakan metode yang sama untuk merancang fitur Mentor on Demand dalam platform pendidikan berbasis teknologi[2].

Pada tahun yang sama, Dany Ramadhan, Dian Kusumaningtyas, dan Rino Sardanto menggunakan pendekatan yang sama untuk mendesain UI/UX untuk startup *e-commerce* "Createez" [3].

Pada tahun 2023, Wahyu Suprayogi Adhyaksa Pratama dan Aries Dwi Indriyanti juga mengadopsi metode *Design Thinking* untuk pengembangan UI/UX situs *e-commerce* Trinity [4].

Masih di tahun 2023, Shally Nurmaharani dan Heriyanto melakukan penelitian serupa untuk aplikasi penjualan di CV. Multi Ban Oto Service Bekasi[5] .

Tahun 2024 menandai publikasi beberapa penelitian tambahan, termasuk penelitian yang dilakukan oleh Azka Septia Rahman dan timnya tentang layanan pengaduan fasilitas umum berbasis mobile [6]. Pada tahun 2023, Rani Puspita dan Rina Astriani merancang antarmuka untuk situs web Mister Shop ID dengan menggunakan pendekatan yang sama [7], sementara Dhika Fitra Aryansyah dan rekan-rekannya mengembangkan aplikasi penjualan pakaian berbasis Android [8].

Pada tahun 2024, Wisella Andiani dan Asri Wahyui juga akan menerapkan *Design Thinking* dalam perancangan situs web resmi PT. Virama Karya (Persero) [9].

Pada tahun 2023, Faruq Aziz dan timnya mempelajari implementasi metode ini dalam konteks tempat makan [10], sedangkan Tri Buana Ayu dan Novan Wijaya berfokus pada pengembangan prototipe aplikasi Android Payoprint [11].

Penelitian lain yang dilakukan pada tahun 2021 oleh Apiek Maniek Wijayanto dan rekannya. Mengeksplorasi perancangan aplikasi pelaporan barang hilang di Polsek Sukmajaya dengan menggunakan *Design Thinking* [12]. Pada tahun 2024, Farrel Nathanael dan timnya mengembangkan website kuis online untuk SMP Negeri 39 Semarang [13], sedangkan Soni Ansori dan kawan-kawan. Pada tahun 2023, aplikasi mobile SIPROPMAWA dikembangkan dengan metode yang serupa [14].

Iqbal Rangga dan rekan-rekannya juga meneliti desain UI/UX untuk situs web Niagahoster dengan menggunakan pendekatan ini pada tahun 2024[15] .

Keseluruhan penelitian tersebut menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* telah banyak digunakan dalam pengembangan sistem digital, terutama untuk meningkatkan kualitas desain antarmuka dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* untuk merancang kembali situs web Bayleaf. id. Proses Design Thinking terdiri dari lima tahap, yaitu: *Empathize*, *Define*, *Ideate*,

Prototype, dan *Test*. Data diperoleh dengan menyampaikan kuesioner kepada staf dan melakukan wawancara mendalam dengan pemilik usaha. Setelah pengumpulan data, informasi tersebut dianalisis dan dipresentasikan dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memberikan penjelasan yang terstruktur, sistematis, dan rinci tentang hasil penelitian.

Berikut penjelasan dari setiap tahap dalam proses *Design Thinking* :

1. Empathize

Tahap pertama dalam proses *Design Thinking* adalah untuk mendapatkan pemahaman terkait masalah yang coba untuk diselesaikan dengan menciptakan solusi efektif dan relevan. Tahap ini berfokus pada pemahaman dari sisi pengguna. Peneliti perlu memposisikan diri dan berupaya melihat dari perspektif pengguna. *Empathize* adalah kunci untuk mengidentifikasi masalah secara objektif, bukan hanya sekedar berdasarkan pengguna.

Tahap ini dilakukan dengan cara observasi seperti kuesioner kepuasan, feedback dari media sosial, kolom komentar pengguna atau bertanya langsung kepada pengguna. Hasil dari tahapan *empathize* berupa definisi masalah yang menjadi dasar bagi tahap berikutnya.

2. Define

Tahap kedua merupakan tahap untuk menganalisa data dari proses sebelumnya. Tahap *define* biasa disebut dengan tahap *Problem Statement*. Tujuan dari tahap ini untuk mendefinisikan masalah menjadi lebih rinci dan spesifik, dan menentukan scope dari permasalahan. Pernyataan masalah ini harus berfokus pada apa yang perlu dicapai, daripada bagaimana itu akan dicapai.

3. Ideate

Tahap *ideate* merupakan tahap untuk menghasilkan ide untuk solusi pengembangan. Tahap ini sangat penting dalam upaya mencari solusi terbaik dan inovatif untuk masalah yang telah didefinisikan pada tahap *define*. *Ideate* memiliki beberapa teknik seperti *Brainstorm*, *Brainwrite*, *Worst Possible Idea* dan *SCRAMPER*. *Brainstorming* bertujuan untuk menghasilkan ide sebanyak mungkin dengan anggota tim tanpa mempedulikan kualitas ide di awal. *Brainwrite* memiliki cara yang hampir sama dengan *brainstorming* hanya berbeda pada medianya, *brainwriting* dilakukan dengan cara menulis. *Worst Possible Idea* anggota dengan sengaja memikirkan ide terburuk yang mungkin terjadi untuk kemudian dianalisis dan ditemukan solusi terbaiknya.

4. Prototype

Tahap *prototype* menjadi tahapan dimana ide yang terbentuk diubah menjadi bentuk *concept* atau nyata yang dapat diuji dan dievaluasi. Tahap *design thinking* ini mengarah pada pembuatan model yang menggambarkan bagaimana solusi akan diimplementasikan ke dalam suatu sistem. *Prototype* dapat berupa model fisik, *interface application*, *sketch*, *wireframe*, maupun *storyboard*.

Prototype dapat dibuat lebih dari satu versi. *Prototype* bertujuan untuk mengidentifikasi solusi terbaik untuk setiap masalah yang diidentifikasi selama 3 tahap pertama. Solusi diimplementasikan dalam *prototype*

5. Test

Tahap terakhir merupakan proses pengujian (testing) *prototype* kepada pengguna. Melalui proses testing, pengguna memberikan umpan balik yang mampu membantu dalam memperbaiki dan mengembangkan solusi sebelum diimplementasikan ke dalam bentuk program atau coding. Tahap ini juga bermanfaat untuk mendefinisikan kembali masalah dan menggali lebih dalam terkait pemahaman pengguna, kondisi pengguna, bagaimana cara mereka berpikir, berperilaku, merasakan, dan berempati.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana proses pengumpulan dan analisis data difokuskan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman, kebutuhan, dan masalah pengguna. Untuk mendukung hal tersebut, penelitian ini menerapkan langkah-langkah dalam proses *Design Thinking*, yang terdiri dari tahapan empati, definisi masalah, ideasi, pembuatan prototipe, dan pengujian. Setiap tahapan dirancang untuk menggali wawasan secara *eksploratif* dan *sistematis*, dengan tujuan menghasilkan solusi yang relevan dan berpusat pada pengguna. Melalui pendekatan ini, temuan dan hasil yang diperoleh tidak hanya menggambarkan kondisi yang ada, tetapi juga memberikan pemahaman kontekstual yang kaya, sesuai dengan prinsip kerja *Design Thinking*.

1. Tahap Empathize

Langkah awal dalam proses *Design Thinking* adalah *Empathize*, yang bertujuan untuk menggali dengan mendalam kebutuhan, harapan, dan emosi pengguna. Untuk mendapatkan wawasan ini, dilakukan penyebaran survei kepada beberapa responden yang memiliki minat atau pengalaman dalam berbelanja pakaian secara daring. Tujuan dari kuesioner ini adalah menggali informasi seputar persepsi mereka terhadap website fashion, khususnya bayleaf.id, dari aspek visual, navigasi, hingga pengalaman keseluruhan. Kuesioner mencakup pertanyaan terbuka dan tertutup yang dibagi dalam beberapa fokus utama:

Tabel 1. Fokus Utama

Fokus Utama Pertanyaan	Tujuan
Profil responden	mengumpulkan informasi dasar seperti usia, profesi, serta minat terhadap fashion guna memahami latar belakang pengguna.
Frekuensi belanja online	mengumpulkan informasi dasar seperti usia, profesi, serta minat terhadap fashion guna memahami latar belakang pengguna.
Kesan pertama terhadap homepage bayleaf.id	mengeksplorasi elemen yang menarik perhatian dan kesan visual awal pengguna.
Kemudahan navigasi	menilai seberapa mudah pengguna menemukan produk yang diinginkan.
Penilaian visual dan representasi brand	mengukur seberapa baik desain homepage mencerminkan identitas brand fashion.
Evaluasi elemen yang mengganggu atau tidak perlu	menggali bagian-bagian website yang dirasa tidak efektif.

Saran tambahan	memberikan ruang bagi pengguna untuk menyampaikan kritik atau masukan konstruktif lainnya.
----------------	--

Dengan struktur pertanyaan tersebut, ditemukan sejumlah keluhan dan harapan yang mencerminkan kebutuhan serta pengalaman pengguna secara nyata. Beberapa pengguna menyampaikan bahwa pengalaman menjelajahi website terasa cukup berat, terutama saat mengakses halaman produk. Selain itu, fitur *scroll to top* dianggap kurang menarik dan tidak fungsional. Sebagian besar pengguna menyarankan agar fitur tersebut diganti dengan elemen yang lebih bermanfaat, seperti tombol chat langsung ke WhatsApp atau media komunikasi lainnya.

Pengguna juga mengeluhkan kurangnya informasi pada halaman produk, seperti deskripsi yang tidak lengkap, variasi warna yang tidak ditampilkan secara jelas, serta tombol checkout yang sulit ditemukan atau diakses.

Dari sisi tampilan, pengguna berharap website dapat menyuguhkan tampilan awal yang menarik secara visual dan memberikan inspirasi outfit dari brand itu sendiri. Mereka juga menginginkan pembaruan produk yang lebih rutin agar konten tetap segar dan relevan. Di sisi lain, kenyamanan dalam bertransaksi juga menjadi perhatian, termasuk kebutuhan akan metode pembayaran yang lebih beragam serta pilihan ekspedisi yang lebih fleksibel.

2. Tahap Define

Pada tahap *define* ini ide dan pendapat dari pengguna diubah menjadi dasar pengembangan aplikasi. Selanjutnya daftar kebutuhan tersebut dikumpulkan dalam tabel dibawah ini:

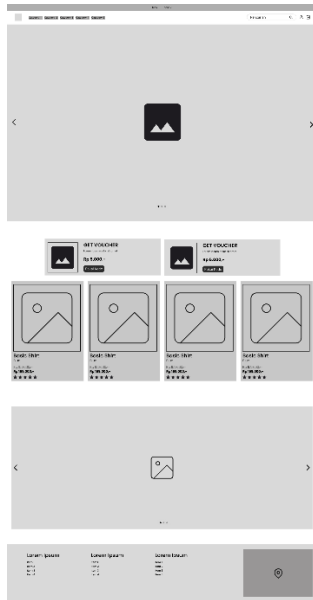
Tabel 2. Daftar Kebutuhan Pengguna

No	Daftar kebutuhan pengguna
1	Website yang ringan saat dibuka
2	Tombol chat ke customer service
3	Informasi dan deskripsi dari produk
4	Pilihan variasi warna dari produk
5	Tombol pembelian pada setiap produk yang dilengkapi dengan opsi pembayaran dan pengiriman

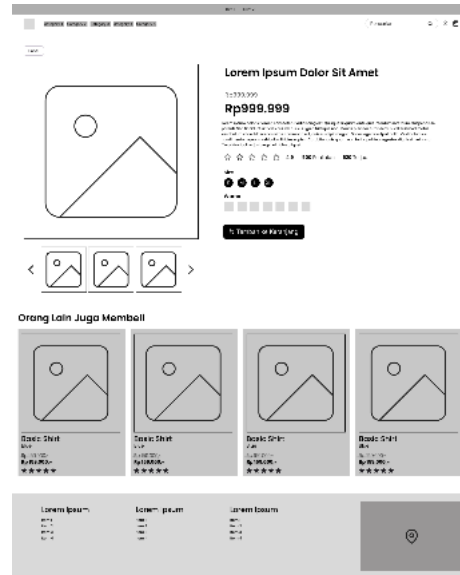
3. Tahap Ideate

Pada tahap *Ideate*, fokus diarahkan untuk menghasilkan berbagai solusi potensial yang kreatif dan relevan dengan kebutuhan pengguna. Ide-ide yang dihasilkan didasarkan pada permasalahan

inti yang telah dirumuskan sebelumnya, dengan tujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam menjelajahi dan berbelanja di website. Dalam penelitian ini, solusi potensial tersebut dituangkan dalam bentuk desain low-fidelity untuk selanjutnya dikomunikasikan dengan pihak Bayleaf.id untuk menghindari revisi yang signifikan. Untuk hasil desainnya bisa dilihat pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1



Gambar 2

4. Tahap Prototype

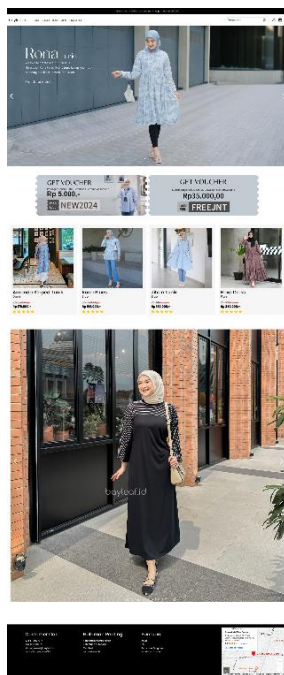
Pada tahap *Prototype*, konsep-konsep yang sudah dirumuskan sebelumnya diubah menjadi visual interaktif yang tampak seperti produk akhir. Prototype ini berfungsi sebagai alat penting untuk mengevaluasi antarmuka pengguna (*UI*) dan alur pengalaman pengguna (*UX*) sebelum tahap teknis dilaksanakan. Gambar berkualitas tinggi yang disertakan menunjukkan desain halaman utama situs web Bayleaf.id dengan detail visual yang matang dan penekanan pada pengalaman berbelanja yang mudah dimengerti.

Desain prototype ini memuat unsur-unsur penting, termasuk menu navigasi yang sederhana namun mudah dipahami (Tunic, Blouse, Outer, Dress, Raya Series), serta penempatan banner promosi utama yang menonjolkan produk unggulan secara mencolok. Unsur-unsur ini memperkuat cerita merek melalui gambar model dan deskripsi singkat yang menawan, memberikan kesan kemewahan dan gaya. Selanjutnya, terdapat elemen voucher diskon yang tampak seperti kupon digital dengan kode promo yang dapat langsung dipakai oleh pengguna, menunjukkan strategi interaksi dan insentif untuk meningkatkan penjualan.

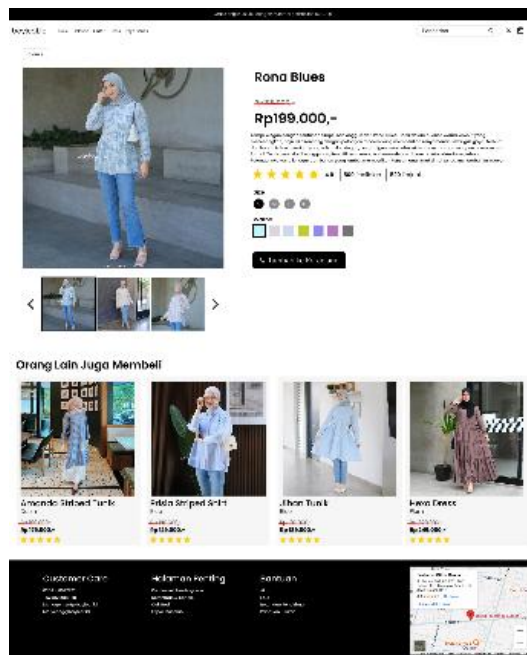
Katalog barang juga disajikan dengan tampilan yang rapi dan profesional. Setiap barang disertai dengan nama, warna kategori, harga asli yang terhapus, harga setelah diskon, serta penilaian bintang, memungkinkan pengguna untuk dengan cepat membandingkan berbagai produk. Di sisi lain, penerapan tampilan model yang seragam menghasilkan keseimbangan dan memperkuat karakter merek. Elemen besar di bagian tengah hingga bawah menampilkan produk

terbaru dalam ukuran penuh, yang tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga menjadi perhatian utama bagi pengguna.

Bagian footer menyediakan informasi penting secara teratur seperti Layanan Pelanggan, Halaman Penting, Bantuan, dan peta lokasi toko yang terintegrasi dengan Google Maps, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kemudahan akses bagi pelanggan. Dengan *prototype* ini, tim pengembang akan lebih mudah menerima masukan dari para pemangku kepentingan serta calon pengguna sebelum produk tersebut dikembangkan secara keseluruhan. Tahapan ini menjamin bahwa solusi yang diajukan benar-benar sesuai dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna akhir dengan sebaik mungkin. Untuk hasil desainnya bisa dilihat pada gambar 3 dan 4.



Gambar 3



Gambar 4

5. Tahap Test

Pada fase Pengujian, dilakukan evaluasi tentang kegunaan menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* terhadap prototype yang merupakan hasil penerapan metode *Design Thinking*. Pengujian ini melibatkan 21 peserta dengan 10 pertanyaan *SUS*, di mana masing-masing pertanyaan dinilai menggunakan skala Likert dari 1 sampai 5.

Dari analisis data, diperoleh rata-rata nilai *SUS* sebesar 72,14, yang termasuk dalam kategori “Baik”. Nilai ini mencerminkan bahwa pengguna merasa cukup puas dengan tampilan dan kemudahan dalam menggunakan sistem yang dikembangkan. Sebagian besar peserta memberikan penilaian tinggi pada pernyataan yang positif dan rendah pada pernyataan yang negatif, menunjukkan bahwa tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem cukup tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* telah sukses menciptakan solusi yang berguna dan sesuai dengan keinginan pengguna.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menyusun kembali tampilan dan pengalaman pengguna (*UI/UX*) situs web Bayleaf. id dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang meliputi lima langkah: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Pada tahap *Empathize*, didapatkan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan dan masalah pengguna berkenaan dengan desain serta fungsi website. Temuan penting meliputi keluhan mengenai lambatnya akses halaman, informasi produk yang tidak lengkap, dan kebutuhan akan fitur interaktif seperti tombol chat langsung.

Tahap *Define* berhasil merumuskan kebutuhan pengguna ke dalam lima poin utama yang menjadi dasar dalam perancangan solusi. Tahap *Ideate* menghasilkan berbagai gagasan kreatif yang dituangkan dalam sketsa *low-fidelity* dan disempurnakan pada tahap *Prototype* menjadi desain antarmuka berkualitas tinggi yang menonjolkan identitas merek, kemudahan navigasi, serta kelengkapan informasi produk. Pada fase Pengujian, penilaian yang dilakukan dengan metode *System Usability Scale (SUS)* memberikan skor rata-rata sebesar 72,14, yang termasuk dalam kelompok “Baik”, mengindikasikan bahwa pengguna cukup puas dengan desain yang telah dibuat.

Secara umum, metode *Design Thinking* menunjukkan keberhasilannya dalam menciptakan solusi desain *UI/UX* yang sesuai, berfungsi dengan baik, dan memenuhi harapan pengguna Bayleaf. id. Temuan dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi pedoman dalam pengembangan yang lebih lanjut, baik dari aspek teknis maupun strategi pengalaman pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Haryuda Putra, M. Asfi, and R. Fahrudin, “PERANCANGAN UI/UX MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING BERBASIS WEB PADA LAPORTEA COMPANY,” 2021.
- [2] V. K. Reynaldi and N. Setiyawati, “PERANCANGAN UI/UX FITUR MENTOR ON DEMAND MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING PADA PLATFORM PENDIDIKAN TEKNOLOGI.”
- [3] D. Ramadhan *et al.*, “Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri PERANCANGAN START-UP BUSINESS E-COMMERCE ‘CREATEEZ’ MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING.”
- [4] W. Suprayogi Adhyaksa Pratama and A. Dwi Indriyanti, “Perancangan Design UI/UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking,” 2023.
- [5] S. Nurmaharani and Heriyanto, “ANALISA DAN PERANCANGAN UI/UX APLIKASI PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING PADA CV. MULTI BAN OTO SERVIS BEKASI,” *INFOTECH journal*, vol. 9, no. 1, pp. 46–53, Feb. 2023, doi: 10.31949/infotech.v9i1.4393.
- [6] A. S. Rahman *et al.*, “Perancangan UI/UX Layanan Aduan Fasilitas Umum dengan Metode Design Thinking Berbasis Mobile,” 2024.
- [7] R. Puspita and R. Astriani, “PERANCANGAN DESIGN UI/UX PADA WEBSITE TOKO MISTER SHOP ID MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING,” *JTS*, vol. 2, no. 3.
- [8] D. F. Aryansyah, P. Sokibi, and R. Fahrudin, “Perancangan Design UI/UX Aplikasi Penjualan Store Pakaian Dengan Metode Design Thinking Berbasis Android,” *Jurnal Manajemen Informatika, Sistem Informasi dan Teknologi Komputer (JUMISTIK)*, vol. 2, no. 1, pp. 128–135, Jun. 2023, doi: 10.70247/jumistik.v2i1.19.
- [9] W. Andiani and A. Wahyui, “PERANCANGAN DESAIN UI/UX MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING PADA WEBSITE PT. VIRAMA KARYA (PERSERO),” 2024. [Online]. Available: <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- [10] F. Aziz, D. Uki, E. Saputri, N. Khasanah, and T. Hidayat, “Penerapan UI/UX dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Warung Makan).” [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infotech>
- [11] T. Buana Ayu and N. Wijaya, “2 ND MDP STUDENT CONFERENCE (MSC) 2023 PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN PROTOTYPE APLIKASI PAYOPRINT BERBASIS ANDROID”, [Online]. Available: <https://www.payoprint.id/>.

- [12] A. Maniek Wijayanto *et al.*, “PENERAPAN METODE DESIGN THINKING DALAM RANCANG APLIKASI PENANGANAN LAPORAN PENCURIAN BARANG BERTARUFA DI POLSEK SUKMAJAYA.”
- [13] F. Nathanael, J. A. Razaq, and D. B. Santoso, “Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan Website Kuis Online Menggunakan Figma di SMP Negeri 39 Semarang,” *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 8, no. 4, p. 2024, 2024, doi: 10.35870/jti.
- [14] S. Ansori, P. Hendradi, and S. Nugroho, “Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile SIPROPMAWA,” *Journal of Information System Research (JOSH)*, vol. 4, no. 4, pp. 1072–1081, Jul. 2023, doi: 10.47065/josh.v4i4.3648.
- [15] I. Rangga, M. Fathurrochman, R. Uttunga, and I. Teknologi Adhi Tama Surabaya, “SNESTIK Seminar Nasional Teknik Elektro, Sistem Informasi, dan Teknik Informatika Evaluasi dan Perancangan UI/UX Website Niagahoster Menggunakan Metode Design Thinking”, doi: 10.31284/p.snestik.2024.5809.