

Perancangan Desain Antarmuka Internal SThreeF Boutique Berbasis Website Menggunakan Metode Design Thinking

Alika Shalsabila¹, Andi Ramdani², Ahmad Nabil Ramadhan Naharuddin³, Muhammad Ali Rasya⁴, Adriani Kadir⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammdiyah Sidenreng Rappang, Sidrap, Indonesia

⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar, Indonesia

Email: alikashalsabila46@gmail.com, andiramdani07@icloud.com, an5669570@gmail.com, Mhmmmdalirasya@gmail.com,

Adrianikadir@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: alikashalsabila46@gmail.com

Diterima: 31 Juli 2026; Disetujui: 29 Agustus 2026; Diterbitkan 31 Agustus 2026

Abstrak— *SThreeF Boutique* merupakan usaha di bidang *fashion* yang saat ini masih mengelola data secara manual. Kondisi tersebut menyebabkan proses administrasi menjadi kurang efektif, meningkatkan potensi kesalahan pencatatan, serta memperlambat pengelolaan data produk, stok, pelanggan, dan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain antarmuka internal berbasis *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna guna mendukung pengelolaan operasional butik secara lebih efektif dan efisien. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking*, yang terdiri atas tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap *empathize* dilakukan melalui wawancara dengan pengelola *SThreeF Boutique* untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan pengguna. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam penyusunan alur pengguna (*user flow*), pembuatan *wireframe*, desain antarmuka, dan prototipe. Hasil penelitian berupa rancangan desain antarmuka internal berbasis *website* yang mencakup fitur pengelolaan produk, stok, pelanggan, transaksi, dan laporan. Pengujian prototipe menunjukkan hasil penilaian sebesar 76,4%, yang mengindikasikan bahwa desain yang dikembangkan memiliki tata letak yang rapi, terstruktur, dan mudah dipahami. Rancangan ini diharapkan dapat memberikan pengalaman penggunaan yang lebih intuitif, mendukung pengelolaan data yang terstruktur, mengurangi kesalahan pencatatan, serta meningkatkan efisiensi operasional butik secara signifikan. Selain itu, hasil penelitian ini menjadi dasar bagi pengembangan sistem informasi internal di masa mendatang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan desain menjadi sistem yang dapat diimplementasikan serta melakukan pengujian pada lebih banyak pengguna agar efektivitas dan kemudahan penggunaan sistem dapat dievaluasi secara lebih komprehensif.

Kata Kunci: Website; *SThreeF Botique*; Perancangan Antarmuka; Pengalaman Pengguna; *Design Thinking*

Abstract— *SThreeF Boutique* is a fashion business that currently still manages data manually. This condition causes the administrative process to be less effective, increases the potential for recording errors, and slows down the management of product, stock, customer, and transaction data. This study aims to design a website-based internal interface design that suits user needs to support more effective and efficient boutique operational management. The method used is *Design Thinking*, which consists of the stages of *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, and *test*. The *empathize* stage was carried out through interviews with *SThreeF Boutique* managers to identify user problems and needs. The results of the analysis became the basis for compiling user flows (*user flows*), creating wireframes, interface designs, and prototypes. The results of the study are a website-based internal interface design that includes product, stock, customer, transaction, and report management features. Prototype testing showed an assessment result of 76.4%, which indicates that the developed design has a neat, structured, and easy-to-understand layout. This design is expected to provide a more intuitive user experience, support structured data management, reduce recording errors, and significantly improve boutique operational efficiency. In addition, the results of this research will form the basis for the development of internal information systems in the future. Therefore, further research is recommended to develop the design into an implementable system and conduct testing on more users so that the effectiveness and ease of use of the system can be evaluated more comprehensively.

Keywords: Website; *SThreeF Boutique*; Interface Design; User Experience; *Design Thinking*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor usaha, termasuk pada industri *fashion*. Hal ini dibuktikan oleh riset INDEF yang menemukan bahwa 88,37% pelaku UMKM mengalami peningkatan omzet rata-rata tahunan setelah melakukan digitalisasi bisnis [1]. Saat ini, teknologi tidak hanya dimanfaatkan sebagai media promosi dan penjualan, tetapi juga digunakan untuk mendukung kegiatan operasional agar proses bisnis dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Salah satu bentuk penerapan teknologi tersebut adalah penggunaan *website* internal yang mampu membantu proses pengelolaan data secara terintegrasi sehingga aktivitas operasional dapat dilakukan dengan lebih cepat, tepat, dan terorganisir [1]. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi dalam pengembangan sistem digital di lingkungan pendidikan tinggi [2]. Dalam konteks tersebut, perguruan tinggi perlu menghadirkan desain antarmuka yang mudah digunakan, efektif, dan mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik sehingga dapat mendukung akses informasi akademik serta menunjang proses pembelajaran secara optimal.

Website merupakan aplikasi berbasis web yang menyediakan antarmuka interaktif untuk mengelola data secara lebih terstruktur, aman, dan efisien dibandingkan metode konvensional [3]. Peralihan menuju sistem berbasis web ini

memungkinkan pelaku usaha untuk meminimalisir risiko kehilangan data sekaligus mempercepat proses pelaporan transaksi yang krusial bagi pengambilan keputusan bisnis [4]. Implementasi sistem ini juga memberikan fleksibilitas aksesibilitas melalui perangkat yang terhubung internet, sehingga pemilik bisnis dapat memantau aktivitas operasional serta inventaris secara *real-time* dari berbagai lokasi [5]. Selain memberikan kemudahan dalam pengelolaan data, sistem informasi berbasis web juga mampu mengintegrasikan proses transaksi, pengelolaan stok, dan penyajian laporan ke dalam satu sistem yang terpusat. Integrasi tersebut dapat mengurangi kesalahan pencatatan, meningkatkan akurasi data, serta mempercepat proses operasional sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif [6]. [Integrasi tersebut dapat mengurangi kesalahan pencatatan, meningkatkan akurasi data, serta mempercepat proses operasional sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif \[6\].](#)

SThreeF Boutique merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pakaian dan aksesoris *fashion*. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik butik, proses pengelolaan operasional masih dilakukan secara manual mulai dari pencatatan operasional, pencatatan data produk, stok barang, transaksi penjualan, hingga penyusunan laporan. Proses tersebut sering kali membutuhkan waktu yang cukup lama, terutama ketika jumlah data semakin banyak. Selain itu, pencatatan secara manual juga meningkatkan risiko terjadinya kesalahan pencatatan, data yang tidak tersimpan dengan baik, serta menyulitkan pemilik butik dalam memantau ketersediaan stok maupun menyusun laporan sebagai bahan evaluasi usaha. Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan transformasi menuju sistem informasi berbasis web yang terintegrasi. Peralihan ini diharapkan mampu mengotomatisasi alur kerja, meningkatkan akurasi data, serta memberikan kemudahan bagi pemilik dalam memantau aktivitas operasional secara *real-time*, yang pada akhirnya akan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih cepat dan akurat.

Seiring dengan meningkatnya jumlah produk, transaksi, dan pelanggan, kebutuhan akan sistem pengelolaan data yang terintegrasi menjadi semakin penting bagi keberlangsungan operasional butik. Pengelolaan data yang masih dilakukan secara manual tidak hanya membutuhkan waktu yang lebih lama, tetapi juga menyulitkan pemilik usaha dalam memperoleh informasi secara cepat ketika diperlukan. Kondisi tersebut dapat menghambat efektivitas operasional. Sejalan dengan penelitian terdahulu [7] yang menunjukkan bahwa penerapan metode *Design Thinking* efektif dalam merancang antarmuka berbasis web yang intuitif serta meningkatkan efisiensi operasional [7], pengembangan sistem serupa pada *SThreeF Boutique* diharapkan mampu mempermudah pengelolaan data dan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat [8].

Design Thinking merupakan salah satu metode yang menerapkan pendekatan pemecahan masalah secara terstruktur dengan menitikberatkan pada empati untuk memahami kendala pengguna dan menghasilkan solusi antarmuka yang inovatif serta relevan [9]. Melalui tahapan iteratif seperti empati, definisi, ideasi, pembuatan prototipe, dan pengujian yang memungkinkan pengembang untuk mentransformasi wawasan pengguna ke dalam sistem yang efektif dalam meningkatkan efisiensi operasional [7]. Selain menghasilkan solusi yang inovatif, metode *Design Thinking* berfokus pada pengembangan sistem yang berorientasi pada kebutuhan pengguna (*user-centered*). Melalui proses evaluasi dan penyempurnaan yang dilakukan secara berulang berdasarkan umpan balik pengguna, metode ini mampu meningkatkan kualitas antarmuka, kemudahan penggunaan (*usability*), serta efektivitas sistem sehingga solusi yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna [10].

Beberapa penelitian terdahulu telah menerapkan metode *Design Thinking* dalam perancangan desain antarmuka untuk mendukung digitalisasi UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Ismawati, Berlilana, dan Subarkah (???) merancang desain antarmuka aplikasi katalog digital pada UMKM *My-Boutique* menggunakan metode *Design Thinking*. Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh belum tersedianya media katalog digital yang memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan tahapan *emphasize, define, ideate, prototype*, dan *test* mampu menghasilkan rancangan antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan pengguna karena melibatkan admin toko dan pelanggan dalam proses perancangan [11]. Penelitian lain [12] juga menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* dapat diterapkan pada perancangan antarmuka *website* UMKM sebagai upaya meningkatkan kemudahan penggunaan sistem. Perancangan antarmuka *website* katalog produk UMKM kerajinan rotan dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan pengguna terlebih dahulu sebelum menyusun rancangan *prototype*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan tersebut menghasilkan desain antarmuka yang lebih terstruktur, mudah dipahami, dan mampu mendukung penyampaian informasi produk secara lebih efektif kepada pengguna [12]. Selain itu, penelitian mengenai perancangan *UI/UX* untuk aplikasi kedai *online* menggunakan metode *Design Thinking* menunjukkan bahwa pendekatan yang berorientasi pada pengguna mampu menghasilkan antarmuka yang memiliki tingkat *usability* yang baik. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan *Design Thinking* dan dilanjutkan dengan pengujian terhadap pengguna sehingga diperoleh rancangan antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha maupun pelanggan [13].

Widodo dan sundari juga menerapkan metode *Design Thinking* pada perancangan *UI/UX website* pengelolaan manajemen Toko Muthia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh proses pencatatan penjualan dan *monitoring* stok yang masih dilakukan secara manual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan antarmuka yang dihasilkan memperoleh nilai yang baik sehingga dinilai mampu mendukung aktivitas operasional toko secara lebih efektif serta memudahkan pengguna dalam menjalankan setiap fungsi pada *website* [14]. Selain itu A'yunin merancang *User Interface* dan *User*

Experience website digital ekosistem untuk UMKM menggunakan metode *Design Thinking*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa rancangan antarmuka memperoleh nilai sebesar 72% dengan kategori *acceptable* serta tingkat keberhasilan *usability* testing sebesar 90,5% sehingga desain yang dihasilkan dinilai layak digunakan sebagai acuan pengembangan sistem [13].

Hasil dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* mampu membantu menghasilkan rancangan antarmuka yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna karena melibatkan pengguna secara langsung pada setiap tahapan perancangan. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aplikasi *e-commerce*, katalog digital, media pemasaran, maupun *website* pengelolaan toko secara umum. Penelitian mengenai perancangan desain antarmuka *website* internal yang secara khusus mendukung aktivitas operasional UMKM, terutama butik, seperti pengelolaan data produk, stok barang, transaksi penjualan, data pelanggan, dan penyusunan laporan dalam satu platform masih relatif terbatas. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini merumuskan permasalahan mengenai bagaimana merancang desain antarmuka *website* internal *SThreeF Boutique* yang mampu mendukung kebutuhan operasional pengguna melalui penerapan metode *Design Thinking*. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan desain antarmuka internal *SThreeF Boutique* berbasis *website* menggunakan metode *Design Thinking* untuk menghasilkan rancangan antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan operasional pengguna serta dapat menjadi acuan dalam pengembangan sistem pada tahap selanjutnya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* sebagai metode utama dalam perancangan *website* internal *SThreeF Boutique*. Metode *design thinking* merupakan pendekatan yang berpusat pada pengguna (*user-centered*) melalui tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* untuk menghasilkan rancangan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna [15]. Pendekatan ini dipilih karena menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam proses perancangan sehingga solusi yang dihasilkan dapat menjawab kebutuhan nyata pengguna internal. Selain itu, pendekatan *Human-Centered Design* menekankan bahwa desain antarmuka harus dikembangkan berdasarkan kebutuhan, pengalaman, dan kemudahan penggunaan oleh pengguna [16]. Berdasarkan hal tersebut, metode *design thinking* dinilai sesuai untuk digunakan dalam perancangan *website* internal *SThreeF Boutique* karena mampu menghasilkan solusi yang berorientasi pada kebutuhan pengguna melalui tahapan yang sistematis dan saling berkesinambungan. [16]. Berdasarkan hal tersebut, metode *design thinking* dinilai sesuai untuk digunakan dalam perancangan *website* internal *SThreeF Boutique* karena mampu menghasilkan solusi yang berorientasi pada kebutuhan pengguna melalui tahapan yang sistematis dan saling berkesinambungan.



Gambar 1. Tahapan Design Thinking [17]

2.1 Empathize

Tahap pertama yang dilakukan adalah mengumpulkan data dengan mengidentifikasi kebutuhan pengguna untuk memahami kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pengguna internal *SThreeF Boutique*. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara semi-terstruktur kepada 10 *user* persona yang mewakili berbagai peran dalam operasional butik. Wawancara difokuskan pada alur kerja, hambatan yang sering dihadapi, serta fitur yang diharapkan tersedia dalam sistem. Daftar pertanyaan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan
1.	Bagaimana proses kerja yang dilakukan saat ini?
2.	Kendala apa yang paling sering dihadapi dalam menjalankan pekerjaan?
3.	Bagaimana proses pencacatan data yang dilakukan saat ini?
4.	Fitur apa yang paling diharapkan tersedia pada <i>website</i> internal?
5.	Apakah pernah mengalami kesalahan pencatatan atau kehilangan data?
6.	Apakah ada saran terhadap sistem yang akan dirancang?

2.2 Define

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dianalisis untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dialami pengguna. Selanjutnya, dilakukan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional sistem sehingga diperoleh rumusan kebutuhan yang akan menjadi acuan dalam proses perancangan *website* internal *SThreef Boutique*. Ringkasan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil analisis wawancara disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Ringkasan Kebutuhan Pengguna

Persona	Peran	Kebutuhan Utama
Isma	Admin	Membutuhkan sistem yang terstruktur untuk mengelola data pesanan dengan rapi
Hasni	Karyawan	Membutuhkan sistem absensi yang lebih praktis dan langsung tercatat otomatis
Benni	Karyawan	Membutuhkan sistem absensi yang lebih praktis dan langsung tercatat otomatis
Zhul Humaerah	Tailor	Membutuhkan fitur untuk melihat daftar pekerjaan berdasarkan prioritas dan deadline
Hj. Nurasia Buraerah	Tailor	Membutuhkan sistem yang sederhana dan mudah dipahami
Nirmalasari	Tailor	Membutuhkan aplikasi yang tiap pesanan punya data customer yang rapi dan lengkap
Marwa	Tailor	Membutuhkan aplikasi yang sederhana dan tidak banyak fitur
Nur Qadri	Tailor	Membutuhkan update terbaru terkait permintaan dari customer secara real-time
Masni	Tailor	Membutuhkan aplikasi yang sederhana dan tidak banyak fitur
Emi	Tailor	Membutuhkan pencatatan yang jelas dan mudah dipahami

2.3 Ideate

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan 10 *user persona* pada tahap *define*, diperoleh beberapa kebutuhan yang paling sering muncul dalam proses operasional *SThreef Boutique*. Kebutuhan tersebut kemudian dijadikan dasar dalam menghasilkan ide solusi berupa rancangan fitur, struktur navigasi, serta alur penggunaan *website* internal yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, setiap fitur yang dirancang merupakan hasil penerjemahan dari kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Hasil penerjemahan kebutuhan pengguna menjadi solusi perancangan disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Terjemahan Pengguna

Kebutuhan Pengguna	Solusi Perancangan
Sistem terstruktur untuk mengelola data pesanan	Merancang halaman pengelolaan pesanan yang terpusat
Sistem absensi yang praktis	Menyediakan fitur absensi digital
Melihat daftar pekerjaan berdasarkan prioritas dan <i>deadline</i>	Menyediakan <i>dashboard</i> daftar pekerjaan
Sistem yang sederhana dan mudah dipahami	Mendesain antarmuka yang sederhana dan mudah digunakan
<i>Update</i> permintaan <i>customer</i> secara <i>real-time</i>	Menyediakan pembaruan status pesanan

2.4 Prototype

Tahap *prototype* dilakukan dengan merealisasikan hasil rancangan solusi pada tahap *ideate* ke dalam bentuk desain antarmuka (*User Interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) *website* internal *SThreef Boutique*. Perancangan awal dibuat dalam bentuk sketsa (*low-fidelity prototype*) di atas kertas berdasarkan hasil analisis

kebutuhan pengguna dan solusi yang telah dirumuskan pada tahap *ideate*. Sketsa tersebut kemudian mulai didigitalisasikan menggunakan aplikasi Figma untuk memperoleh gambaran antarmuka yang lebih terstruktur. Namun, karena keterbatasan penggunaan Figma, proses digitalisasi selanjutnya dibantu dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) untuk mengonversi sketsa menjadi tampilan digital. Untuk menghasilkan prototype yang bersifat interaktif, proses pembuatan kode visual (*visual code*) dibantu dengan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*). Pemanfaatan AI pada perancangan ini hanya berfungsi sebagai alat bantu dalam mewujudkan rancangan antarmuka menjadi *prototype* interaktif, sedangkan struktur navigasi, tata letak, serta fitur-fitur *website* tetap dirancang berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. *Prototype* yang dihasilkan kemudian digunakan sebagai media simulasi interaksi pengguna tanpa melakukan implementasi *website* secara penuh, sesuai dengan ruang lingkup perancangan.

2.5 Test

Tahap *test* dilakukan untuk mengevaluasi *prototype website* internal *SThreeF Boutique* yang telah dirancang pada tahap sebelumnya. Pengujian melibatkan 10 *user persona* yang diminta untuk mencoba *prototype* sesuai dengan alur penggunaan yang telah dirancang. Setelah mencoba *prototype*, responden diminta mengisi kuesioner yang dibagikan melalui Google Form untuk memberikan penilaian terhadap kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, navigasi, serta kesesuaian fitur dengan kebutuhan operasional butik. Hasil pengisian kuesioner kemudian dianalisis untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap rancangan *website* internal serta menjadi bahan evaluasi dalam penyempurnaan *prototype*.

2.5.1 Daftar pertanyaan kuesioner yang digunakan pada tahap *test* disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Daftar Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan Kuesioner
1.	Apakah tampilan <i>website</i> terlihat rapi?
2.	Apakah susunan menu informasi terlihat teratur?
3.	Apakah tulisan pada tampilan mudah dibaca?
4.	Apakah ikon atau gambar pada <i>website</i> mudah dipahami?
5.	Apakah ukuran elemen pada tampilan (tombol, teks, gambar) sudah sesuai?

2.5.2 Bobot Penilaian

Penilaian kuesioner pada tahap *test* menggunakan skala *Likert* lima tingkat untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas desain antarmuka *website* internal *SthreeF Boutique*. Setiap jawaban diberikan bobot nilai dari 1 sampai 5, di mana nilai tertinggi menunjukkan tingkat penilaian yang paling baik. Penggunaan skala *likert* dalam evaluasi antarmuka bertujuan untuk mempermudah proses kuantifikasi jawaban responden sehingga hasil pengujian dapat dianalisis dalam bentuk skor dan persentase *usability*. Menurut beberapa pakar, skala *Likert* diaplikasikan untuk mengonversi tanggapan kualitatif responden menjadi data kuantitatif yang mengukur tingkat kemudahan penggunaan sistem [18]. Pendekatan ini umum digunakan dalam evaluasi antarmuka untuk memvalidasi efektivitas serta fungsionalitas sistem berbasis web pada sektor ritel secara terukur [8].

Tabel 5. Bobot Skala Likert [2]

Kategori	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Kurang	1

2.5.3 Analisis Data Kuesioner

Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan skala *Likert* untuk mengetahui tingkat *usability* desain antarmuka *website* internal *SthreeF Boutique*. Setiap jawaban responden diberikan bobot nilai sesuai kategori penilaian, kemudian dihitung menjadi skor total dan dikonversi ke dalam bentuk persentase. Persentase tersebut digunakan untuk menentukan kategori penilaian terhadap kualitas antarmuka *website* yang dirancang menggunakan metode *Design Thinking*.

$$Persentase = \frac{SkorTotal}{SkorMaksimum} \times 100\% \quad (1)$$

2.5.4 Interpretasi Hasil Penilaian

Persentase yang diperoleh dari hasil perhitungan kuesioner akan dibandingkan dengan rentang kategori pada Tabel 6 untuk menentukan tingkat kualitas desain antarmuka *website* internal *SthreeF Boutique*.

Tabel 6. Interpretasi Persentase Penilaian [2]

Rentang Persentase	Kategori
<21%	Sangat Tidak Layak
21% - 40%	Tidak Layak
41% - 60%	Cukup Layak
61% - 80%	Layak
81% - 100%	Sangat Layak

Persentase yang diperoleh dari hasil perhitungan kuesioner akan dibandingkan dengan rentang kategori untuk menentukan tingkat kualitas desain antarmuka *website* internal *SthreeF Boutique*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Emphatize

Hasil wawancara terhadap 10 *user* persona menunjukkan bahwa proses operasional *SThreeF Boutique* masih dilakukan secara manual, mulai dari pengelolaan data produk, hingga penyusunan laporan operasional. Kondisi tersebut menyebabkan proses pengelolaan data memerlukan waktu yang lebih lama, meningkatkan risiko terjadinya kesalahan pencatatan, serta menyulitkan pengguna ketika harus mencari kembali informasi yang telah tersimpan. Berdasarkan kondisi tersebut, diperoleh beberapa kebutuhan utama pengguna, yaitu sistem yang mampu menyediakan fitur yang sesuai dengan tugas masing-masing pengguna. Hasil ini sejalan dengan penelitian mengenai perancangan *website* penjualan menggunakan metode *design thinking* yang menyatakan bahwa kebutuhan sistem harus diidentifikasi terlebih dahulu berdasarkan kebutuhan pengguna agar solusi yang dirancang mampu menjawab permasalahan yang dihadapi [19].

3.1.2 Define

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan tersebut, dilakukan analisis untuk menentukan solusi yang akan diterapkan pada rancangan *website* internal *SThreeF Boutique*. Analisis menunjukkan bahwa kebutuhan pengguna tidak hanya berfokus pada penyediaan fitur operasional, tetapi juga pada kemudahan pengguna sistem sehingga *website* dapat digunakan tanpa memerlukan proses adaptasi yang panjang. Oleh karena itu, setiap kebutuhan diterjemahkan menjadi fitur-fitur seperti *dashboard*, pengelolaan produk, data pelanggan, data pesanan, absensi, pengelolaan tugas, serta laporan operasional. Penyusunan fitur tersebut disesuaikan dengan alur kerja yang berlangsung di butik sehingga setiap menu memiliki fungsi yang jelas dan saling terhubung. Pendekatan ini didukung oleh penelitian mengenai perancangan *UI/UX* perpustakaan digital yang menjelaskan bahwa penerapan metode *design thinking* dengan bantuan *Figma* mampu menghasilkan rancangan antarmuka yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna karena proses desain dilakukan secara bertahap berdasarkan hasil analisis kebutuhan [20]. Selain itu, penelitian Uliana dkk. juga menjelaskan bahwa metode *design thinking* menerapkan tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* secara berurutan sehingga setiap keputusan dalam proses perancangan didasarkan pada kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi sebelumnya [21]. Selain itu, penelitian Uliana dkk. juga menjelaskan bahwa metode *design thinking* menerapkan tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* secara berurutan sehingga setiap keputusan dalam proses perancangan didasarkan pada kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi sebelumnya [21].

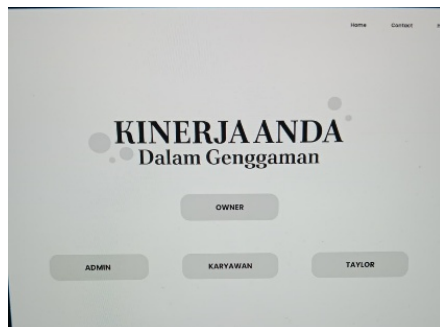
3.1.3 Ideate

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, dilakukan penyusunan alternatif solusi berupa rancangan *website* internal berbasis *website*. Pada tahap ini ditentukan struktur navigasi, *user flow*, serta fitur utama yang akan

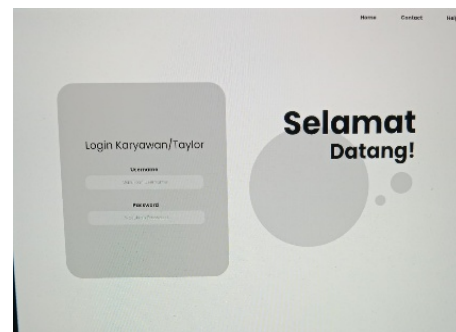
dikembangkan, meliputi *dashboard*, pengelolaan produk, pelanggan, pesanan, absensi, tugas, dan laporan operasional. Penyusunan fitur dilakukan berdasarkan alur kerja yang berlangsung di *SThreeF Boutique* sehingga setiap menu saling terintegrasi dan mendukung proses bisnis yang ada.

3.1.4 Prototype

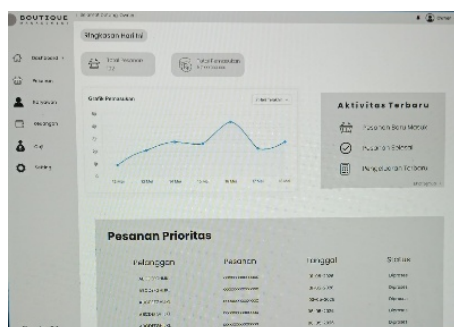
Hasil tahap *ideate* kemudian diwujudkan dalam bentuk *prototype*. Proses perancangan diawali dengan pembuatan *low-fidelit prototype* dalam bentuk sketsa sebagai gambaran awal struktur halaman dan alur navigasi. Selanjutnya, rancangan tersebut dikembangkan menjadi *high-fidelity prototype* menggunakan *Figma* sehingga menghasilkan tampilan antarmuka yang lebih representatif. Untuk mendukung kebutuhan penelitian yang berfokus pada *prototype* interaktif, proses pembuatan *visual code* dibantu menggunakan teknologi *Artificial Intelligence (AI)*, sedangkan penyesuaian tata letak, navigasi, dan fungsi setiap halaman tetap dilakukan berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna. Tahapan tersebut sesuai dengan penelitian JASIKA yang menjelaskan bahwa *prototype* berfungsi sebagai model awal solusi yang kemudian dievaluasi melalui tahap *test* untuk memperoleh umpan balik dari pengguna [22]. Selanjutnya hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyempurnaan rancangan, sebagaimana dijelaskan oleh Dina Oktavia bahwa validasi *prototype* melalui umpan balik pengguna diperlukan untuk menghasilkan rancangan antarmuka yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna [23].



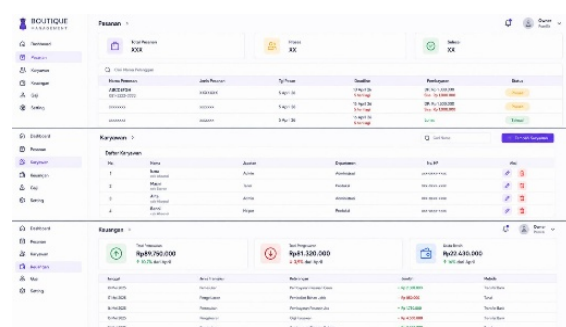
Gambar 2. Tampilan Utama



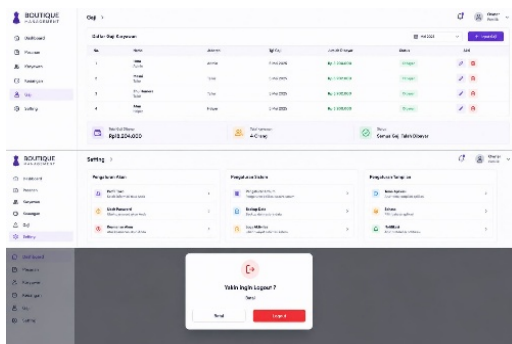
Gambar 3. Halaman Log-In Pengguna



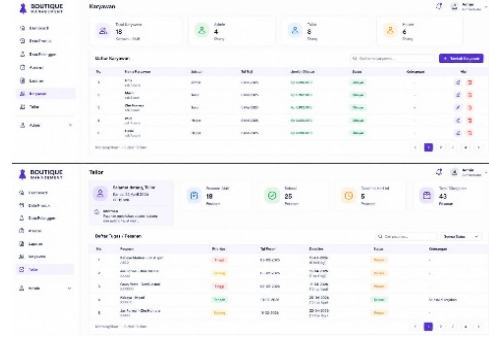
Gambar 4. Halaman Utama Menu Owner



Gambar 5. Menu Website1



Gambar 6. Menu Website2



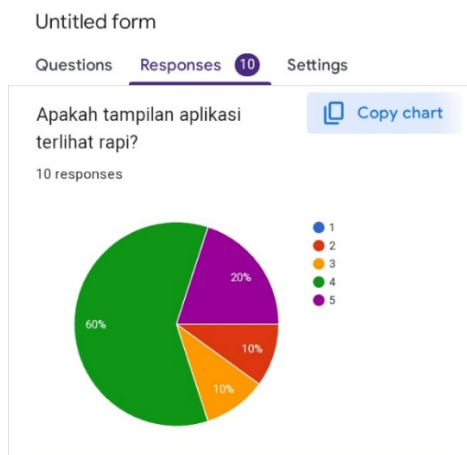
Gambar 7. Menu Website3

Berdasarkan hasil perancangan yang telah disajikan, rancangan *website* internal *SThreeF Boutique* berhasil menerjemahkan kebutuhan pengguna ke dalam bentuk antarmuka yang mendukung aktivitas operasional butik. Setiap halaman dirancang sesuai dengan fungsi dan hak akses pengguna, sehingga proses pengelolaan data dapat dilakukan melalui menu yang terintegrasi dalam satu sistem. Penyusunan antarmuka, tidak hanya mempertimbangkan aspek visual, tetapi juga kemudahan pengguna dalam mengakses setiap fitur sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa hasil identifikasi kebutuhan pengguna perlu diterjemahkan menjadi tujuan pengguna (*user goals*) sebagai dasar dalam menentukan solusi yang akan diterapkan pada sistem [24].

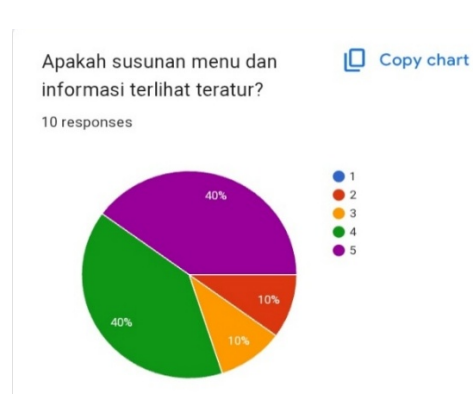
Selain itu, hubungan antarhalaman pada *prototype* dirancang menggunakan alur navigasi yang konsisten sehingga pengguna dapat berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya tanpa mengalami kesulitan. Konsistensi tata letak menu, ikon, dan komponen antarmuka juga diterapkan untuk memberikan pengalaman penggunaan yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Pendekatan tersebut sesuai dengan penelitian yang menjelaskan bahwa penyusunan *user flow*, *wireframe*, hingga *high-fidelity prototype* dilakukan untuk menghasilkan representasi sistem yang terstruktur sebelum memasuki tahap evaluasi [25].

3.1.5 Test

Prototype yang telah dirancang selanjutnya dievaluasi melalui pengujian kepada pengguna menggunakan kuesioner Google Form untuk memperoleh masukan terhadap tampilan maupun fungsi setiap halaman. Umpan balik yang diperoleh menjadi dasar dalam melakukan penyempurnaan rancangan sehingga *prototype* yang dihasilkan semakin sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa pengujian *prototype* bertujuan mengevaluasi efektivitas, efisiensi, serta kepuasan pengguna sebagai bahan perbaikan sebelum sistem dikembangkan lebih lanjut [26].



Gambar 8. Presentase Penilaian1



Gambar 9. Presentase Penilaian2



Gambar 10. Presentase Penilaian3



Gambar 11. Presentase Penilaian4



Gambar 12. Presentase Penilaian5

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa desain antarmuka *website* internal *SthreeF Boutique* memperoleh penilaian yang baik dari pengguna. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh persentase keseluruhan sebesar 76,4% yang berada pada kategori Layak. Nilai tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai tampilan *website* telah memiliki tata letak yang rapi, susunan menu yang terstruktur, serta cukup mudah dipahami dalam mendukung aktivitas operasional butik. Meskipun demikian, beberapa aspek masih perlu ditingkatkan, seperti keterbacaan teks, kejelasan ikon, dan proporsi ukuran beberapa elemen antarmuka agar pengalaman pengguna menjadi lebih optimal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas desain antarmuka memiliki pengaruh terhadap kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Oleh karena itu, masukan yang diperoleh dari responden pada tahap *testing* digunakan sebagai dasar untuk melakukan penyempurnaan *prototype* sehingga rancangan *website* dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna di lingkungan *SThreeF Boutique*. Hal ini selaras dengan temuan bahwa antarmuka yang dirancang dengan memperhatikan kebutuhan pengguna secara mendalam mampu menghasilkan pengalaman yang memberikan kenyamanan, kepuasan, serta efisiensi dalam mendukung operasional bisnis [27].

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rumusan masalah mengenai bagaimana merancang desain antarmuka *website* internal *SThreeF Boutique* yang mampu mendukung kebutuhan operasional pengguna melalui penerapan metode *Design Thinking* dapat dijawab melalui perancangan antarmuka yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Rancangan yang dihasilkan mencakup beberapa kebutuhan utama dalam aktivitas operasional butik, seperti pengelolaan data produk, stok barang, transaksi penjualan, data pelanggan, data penjahit, serta penyusunan laporan. Penerapan metode *Design Thinking* membantu proses perancangan dilakukan secara sistematis dengan melibatkan pengguna sebagai sumber utama dalam mengidentifikasi permasalahan, menentukan kebutuhan sistem, hingga mengevaluasi rancangan yang dibuat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu [10] yang menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* mampu menghasilkan rancangan antarmuka yang berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Penelitian Ismawati, Berlilana, dan Subarkah [11] mengenai perancangan aplikasi katalog digital UMKM *My-Boutique* menunjukkan bahwa tahapan *Design Thinking* mampu menghasilkan rancangan antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan pengguna melalui proses identifikasi masalah dan evaluasi rancangan [11]. Penelitian lain [12] [13] terkait perancangan *website* UMKM dan aplikasi kedai *online* juga menunjukkan bahwa pendekatan *Design Thinking* dapat menghasilkan desain antarmuka yang lebih terstruktur, mudah digunakan, dan mendukung proses digitalisasi usaha [12] [13]. Selain itu, penelitian Widodo dan Sundari mengenai *website* pengelolaan manajemen toko menunjukkan bahwa penerapan metode *Design Thinking* mampu membantu perancangan sistem yang mendukung pengelolaan transaksi dan stok secara lebih efektif [14]. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan metode *Design Thinking*, namun memiliki perbedaan pada fokus objek penelitian, yaitu perancangan desain antarmuka *website* internal *SThreeF Boutique* yang mendukung pengelolaan operasional butik secara terintegrasi.

Penerapan metode *Design Thinking* pada perancangan desain antarmuka internal *SThreeF Boutique* berbasis *website* dilakukan melalui lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pendekatan ini dipilih karena mampu menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam proses pengembangan sistem sehingga solusi yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman penggunaan yang baik.

3.2.1 Emphatize

Pada tahap *empathize*, dilakukan identifikasi terhadap permasalahan yang dialami pengguna, seperti kesulitan dalam pencatatan data produk, pengelolaan stok barang, transaksi penjualan, data pelanggan, hingga penyusunan laporan yang masih dilakukan secara manual.

3.2.2 Define

Hasil identifikasi tersebut kemudian dirumuskan pada tahap *define* menjadi kebutuhan sistem yang harus dipenuhi melalui rancangan antarmuka *website*. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Puspitasari (2024) yang menyatakan bahwa metode *Design Thinking* mampu membantu perancang memahami kebutuhan pengguna secara lebih mendalam sehingga rancangan antarmuka yang dihasilkan lebih sesuai dengan proses bisnis yang dijalankan [28]. Selain itu, Juliansyah dan Papatungan (2022) juga menjelaskan bahwa tahapan *empathize* dan *define* menjadi fondasi utama dalam menghasilkan solusi antarmuka yang berorientasi pada kebutuhan pengguna, karena permasalahan yang diperoleh berasal langsung dari hasil observasi dan wawancara pengguna [29].

3.2.3 Ideate

Tahap *ideate* pada penelitian ini menghasilkan berbagai alternatif solusi antarmuka yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional *SThreeF Boutique*. Beberapa fitur utama yang dirancang meliputi halaman *dashboard*, pengelolaan produk, pengelolaan stok barang, transaksi penjualan, data pelanggan, data penjahit, serta laporan penjualan. Seluruh fitur tersebut dirancang dengan mempertimbangkan kemudahan navigasi, konsistensi tata letak, dan efisiensi alur kerja agar pengguna dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih cepat. Penyusunan rancangan dilakukan menggunakan prinsip antarmuka yang sederhana sehingga informasi penting dapat diakses tanpa melalui proses yang rumit. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pratama dan Indriyanti (2023) yang menyatakan bahwa penerapan *Design Thinking* mampu menghasilkan rancangan antarmuka *website* yang lebih intuitif karena setiap solusi yang dihasilkan berasal dari kebutuhan nyata pengguna [30]. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna pada setiap tahapan perancangan berpengaruh terhadap meningkatnya kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) [30]. [Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna pada setiap tahapan perancangan berpengaruh terhadap meningkatnya kualitas pengalaman pengguna \(*user experience*\) \[30\].](#)

3.2.4 Prototype

Selanjutnya, pada tahap *prototype*, seluruh kebutuhan pengguna diwujudkan ke dalam bentuk rancangan antarmuka beresolusi tinggi (*high-fidelity prototype*) sehingga pengguna dapat melihat gambaran sistem secara menyeluruh sebelum proses implementasi dilakukan. Prototipe ini memudahkan pengguna dalam memberikan masukan terhadap tata letak menu, alur navigasi, maupun tampilan setiap halaman sehingga revisi dapat dilakukan lebih awal. Dengan adanya proses iterasi tersebut, kemungkinan terjadinya kesalahan desain dapat diminimalkan karena setiap perubahan didasarkan pada umpan balik pengguna. Kondisi tersebut sesuai dengan penelitian Puspitasari (2024) yang menjelaskan bahwa penggunaan *high-fidelity prototype* mampu membantu proses evaluasi antarmuka secara lebih efektif karena pengguna dapat berinteraksi dengan rancangan yang menyerupai sistem sebenarnya [28].

3.2.5 Test

Tahap *test* menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa rancangan antarmuka telah memenuhi kebutuhan pengguna. Melalui proses pengujian, pengguna diminta menyelesaikan beberapa skenario penggunaan sehingga dapat diketahui apakah setiap fitur mudah dipahami dan digunakan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa rancangan antarmuka *website* internal *SThreeF Boutique* mampu membantu pengguna dalam melakukan pengelolaan data operasional secara lebih terstruktur dibandingkan proses manual yang sebelumnya dilakukan. Selain meningkatkan kemudahan penggunaan, rancangan ini juga berpotensi mengurangi kesalahan pencatatan data karena seluruh informasi terintegrasi dalam satu sistem. Validasi terhadap kemudahan penggunaan sistem dilakukan melalui pendekatan skala Likert, yang memungkinkan pengukuran tanggapan pengguna secara kuantitatif untuk menilai efektivitas antarmuka [31]. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu [7] yang menunjukkan bahwa penerapan pendekatan *Design Thinking* efektif dalam menghasilkan antarmuka berbasis web yang intuitif serta meningkatkan efisiensi operasional [7].

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa metode *Design Thinking* tidak hanya menghasilkan desain antarmuka yang menarik secara visual, tetapi juga mampu meningkatkan kualitas pengalaman pengguna karena seluruh proses perancangannya dilakukan secara iteratif dan berpusat pada pengguna. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek dan ruang lingkup sistem yang dirancang. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada *website e-commerce*, media pemasaran, atau aplikasi penjualan, sedangkan penelitian ini secara khusus merancang antarmuka *website* internal yang mendukung aktivitas operasional butik, mulai dari pengelolaan produk, stok, transaksi, pelanggan, penjahit, hingga laporan dalam satu platform. Dengan demikian, rancangan yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi acuan pada tahap pengembangan sistem berikutnya sekaligus mendukung proses digitalisasi operasional *SThreeF Boutique* secara lebih efektif dan efisien.

Meskipun penelitian ini telah menghasilkan rancangan desain antarmuka *website* internal yang sesuai dengan kebutuhan operasional *SThreeF Boutique*, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini berfokus pada tahap perancangan antarmuka (*prototype*) dan belum sampai pada tahap implementasi sistem secara langsung, sehingga pengujian terhadap performa sistem, keamanan data, serta integrasi fitur secara keseluruhan belum dilakukan. Selain itu, proses evaluasi *usability* masih terbatas pada pengguna yang terlibat dalam aktivitas operasional butik sehingga hasil yang diperoleh belum menggambarkan penggunaan dalam skala yang lebih luas. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk melanjutkan tahap implementasi sistem berdasarkan rancangan yang telah dibuat serta melakukan pengujian lanjutan terhadap aspek *usability*, keamanan, dan efektivitas sistem setelah diterapkan secara nyata. Selain itu, pengembangan fitur tambahan seperti integrasi pembayaran digital, notifikasi stok, dan analisis laporan penjualan dapat menjadi pengembangan lanjutan untuk meningkatkan manfaat sistem dalam mendukung operasional *SThreeF Boutique*.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil merumuskan rancangan antarmuka untuk *website* internal *SThreeF Boutique* melalui penerapan metodologi *Design Thinking*. Proses ini mencakup lima fase krusial, yakni *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, yang memungkinkan perancang untuk memahami kebutuhan dan kendala operasional butik secara mendalam. Hasil evaluasi terhadap purwarupa yang dikembangkan menunjukkan capaian positif dengan skor sebesar 76,4%, sehingga desain antarmuka tersebut dinyatakan masuk dalam kategori "Layak". Hasil ini menegaskan bahwa visualisasi antarmuka yang dirancang telah mampu memfasilitasi efisiensi dalam pengelolaan data produk, stok barang, transaksi, hingga pelaporan, yang jauh lebih terstruktur dibandingkan dengan metode pencatatan manual yang sebelumnya menjadi hambatan operasional butik. Meskipun demikian, terdapat keterbatasan substansial dalam penelitian ini karena ruang lingkupnya hanya difokuskan pada tahap perancangan antarmuka visual dan belum mencakup tahapan pengembangan atau implementasi *website* secara menyeluruh ke dalam platform yang fungsional. Evaluasi yang dilakukan pun masih terbatas pada aspek kegunaan antarmuka, sehingga belum mampu menggambarkan kinerja *website* secara utuh setelah diimplementasikan dalam kondisi nyata di butik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menindaklanjuti rancangan ini dengan membangun *website* yang siap digunakan, mengintegrasikan fitur-fitur operasional tambahan yang lebih kompleks untuk mendukung aktivitas butik, serta memperluas cakupan pengujian dengan melibatkan responden yang lebih beragam guna memperoleh hasil evaluasi yang jauh lebih komprehensif dan akurat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada *SThreeF Boutique* yang telah memberikan kesempatan, data, serta informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing Muh. Wildan Mauludy, A.Md., S.Pd., M.Kom. yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam proses pengumpulan data dan pengujian rancangan antarmuka. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan sistem informasi, khususnya dalam perancangan antarmuka berbasis *Design Thinking* pada lingkungan UMKM.

REFERENCES

- [1] M. Farhan and P. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian Berbasis Web Pada CV. Cahaya Baru Jakarta," vol. 7, 2024.
- [2] M. W. Mauludy, A. R. A. Pratiwi, and M. Lamada, "Development of a Web Repository of ADDIE-Based Course Teaching Materials as an Institutional Digital Archive with ISO 25010 Evaluation," vol. 6, no. 1, 2026, doi: 10.47065/jimat.v6i1.872.
- [3] L. Anggraini, N. Kurniawan, Y. Cahyono, and Susanto, "APLIKASI PENYEWAAN PERALATAN CAMPING DAN HIKING PADA PANDANARAN OUTDOOR BERBASIS WEB," vol. 15, no. 1, pp. 112–124, 2024.
- [4] N. Anida, Z. Mohd, and N. H. Hasbullah, "Sistem Temujanji Interaktif Berasaskan Web," pp. 110–117, doi: 10.36079/lamintang.jetas-0203.144.
- [5] S. Sintaro, "Permodelan Sistem Informasi Pembelian dan Penjualan Berbasis Website," vol. 1, pp. 25–32, 2022.
- [6] F. M. Z. Fauzi, M. R. Firdaus, P. Nurasyiah, and R. Piarna, "PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB DI UMKM SAGALA LADA UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI OPERASIONAL," vol. 3, no. 3, pp. 458–471, 2026.
- [7] I. Ananda and M. M. Rosady, "PERANCANGAN UI / UX SISTEM APLIKASI MANAJEMEN STOK BARANG MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING PADA TOKO BNJ," vol. 7, no. 1, pp. 303–311, 2025.
- [8] M. Nurdin, B. Sulaeman, and Dasril, "SISTEM INFORMASI PENJUALAN PADA TOKO RAHMAT BERBASIS WEBSITE," vol. 13, no. 3.
- [9] E. M. Simanungkalit, T. Loveri, and A. Z. Sianipar, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN BARANG BERBASIS WEB PADA TOKO KAIN HERITAGE TEXTILE UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI MANAJEMEN STOK DAN PENGENDALIAN PERSEDIAAN," vol. 9, no. 5, pp. 9002–9008, 2025.
- [10] A. A. Al Harits, A. I. Warnilah, Ratningsih, and H. Sutisna, "DESAIN UI / UX SISTEM INFORMASI MONITORING TUGAS SISWA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING," vol. 12, no. 1, pp. 29–38, 2026.
- [11] D. R. Ismawati, Berlilana, and P. Subarkah, "Perancangan Desain Antarmuka Pengguna Aplikasi Katalog Digital Pada UMKM My-Boutique Menggunakan Metode Design Thinking," vol. 5, no. 2, pp. 673–682, 2025.
- [12] G. Kurniawan, F. Adnan, and J. A. Putra, "PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE APLIKASI E-COMMERCE KAIN BATIK PADA UMKM REZTI 'S BATIK MENGGUNAKAN PENDEKATAN DESIGN THINKING," vol. 10, no. 3, pp. 551–560, 2023, doi: 10.25126/jtiik.2023106733.
- [13] A. Qurrota and D. G. P. Putri, "PERANCANGAN USER EXPERIENCE DAN USER INTERFACE WEBSITE DIGITAL EKOSISTEM UNTUK UMKM," 2023.
- [14] A. Widodo and J. Sundari, "Perancangan UI / UX pada Website Pengelolaan Manajemen Toko Muthia dengan Metode Design Thinking dan SUS," vol. 14, no. 2, pp. 108–118, 2023.
- [15] J. H. Imin, M. Fajar, and Hasniati, "Perancangan UI / UX Website Search Buddy Menggunakan Pendekatan Design Thinking," vol. 18, no. 1, pp. 89–98, 2024.
- [16] B. Nurohman and A. Aziz, "Analisis UI / UX Terhadap Perancangan Toko Online Dengan Menggunakan Pendekatan Human Centered Design," vol. 10, no. 1, pp. 27–37, 2024.
- [17] P. Oktariana, B. Mulyawan, and M. D. Lauro, "PERANCANGAN USER INTERFACE UNTUK WEBSITE RESTORAN PONDOK BAMBU HIJAU DENGAN METODE DESIGN THINKING," pp. 2–6.
- [18] C. Fikriliani, F. Panjaitan, L. A. Abdillah, and M. S. Putra, "Perancangan UI / UX pada Website Inventaris Barang Menggunakan Metode Design Thinking," vol. 5, no. January, pp. 463–472, 2025.
- [19] T. C. Ochktavia and R. Y. Hayuningtyas, "Perancangan Website Penjualan Mainan Menggunakan Metode Design Thinking Pada PT. Lestari Giat Jaya," vol. 2, no. 2, pp. 88–95, 2022.
- [20] F. Risyda, Y. Gardenia, and M. Awaluddin, "Perancangan UI / UX Aplikasi Perpustakaan Digital Berbasis Web dengan Pendekatan Metode Design Thinking," vol. 9, no. 2, pp. 67–77, 2025.
- [21] Uliana, A. Priyanto, and E. Prasetyo, "Penerapan Metode Desain Thinking Dalam Pengembangan Sistem Penjualan Berbasis

Web Pada Toko Mulia Pati,” vol. 8, no. 2, 2025.

- [22] W. Andiani and A. Wahyui, “PERANCANGAN DESAIN UI / UX MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING PADA WEBSITE PT . VIRAMA KARYA (PERSERO),” vol. 04, no. 01, pp. 1–10, 2024.
- [23] A. Mursyidah, I. Aknuranda, and H. M. Az-zahra, “Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Prosedur Pelayanan Umum Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus : Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya),” vol. 3, no. 4, pp. 3931–3938, 2019.
- [24] N. N. Rasendriya, A. P. Kharisma, and M. T. Ananta, “Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Rental Printer dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus : Print Pojok UNESA Ketintang Surabaya),” vol. 7, no. 5, pp. 2215–2226, 2023.
- [25] S. H. Musa and E. R. Yulia, “METODE DESIGN THINKING PERANCANGAN UI / UX SISTEM INFORMASI BOOKING RUANG MEETING PT MEDQUEST JAYA GLOBAL,” vol. 5, no. 1, pp. 1–10, 2024.
- [26] M. Sayuti, M. L. Rasyid, and R. Usman, “Perancangan UI/UX Design Website PT. Nazea Teknologi,” pp. 625–633, 2025.
- [27] C. M. Dewanty, P. D. W. Ayu, and N. P. E. Apriyanthi, “Systematic Literature Review : Karakteristik UI / UX Efektif untuk Efisiensi Sistem Informasi UMKM,” vol. 8, no. 1, pp. 55–62, 2026.
- [28] F. Puspitasari, “PERANCANGAN DESAIN UI / UX TEMPO STORE BERBASIS WEBSITE E-COMMERCE DENGAN METODE DESIGN THINKING,” pp. 44–64, 2024.
- [29] I. A. Juliansyah and I. V Paputungan, “Perancangan User Experience Pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking,” 2020.
- [30] W. S. P. Suprayogi and A. D. Indriyanti, “Perancangan Design UI / UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking,” vol. 04, no. 01, pp. 50–61, 2023.
- [31] M. J. P. Sumaila, Herman, and S. H. Mansyur, “PERANCANGAN UI / UX VAPEJIE . ID BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE DESIGN THINKING PADA LAYANAN POINT OF SALE (POS),” vol. 11, no. 1, pp. 1988–2000, 2026.