

Perancangan *User Interface* dan *User Experience* Website Penjualan Perlengkapan Kantor Menggunakan Metode *Design Thinking* pada Pandawa Company

Mayang Sari^{#1}, Imam Ma'ruf Nugroho^{*2}, Syariful Alam^{#3}

[#]Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana Purwakarta Indonesia

Jl.Cikopak No.53, Sadang Purwakarta 41151,(0264)214952

¹mayangsari14@wastukencana.ac.id

²imam.ma@wastukencana.ac.id

³syarifulalam@wastukencana.ac.id

Abstract— *Distribution company engaged in office equipment and supplies still employs conventional marketing strategies, namely by delivering product information via email and distributing brochures directly to target companies. Furthermore, the ordering and payment processes are still conducted manually, which is considered inefficient amid rapid technological advancements. This study aims to design a User Interface (UI) and User Experience (UX) to modernize the company's sales system. The approach used in this design is the design thinking method, which consists of five main stages: empathize, define, ideate, prototype, and testing. Usability evaluation was conducted using the Single Ease Question method to measure users' satisfaction and comfort in interacting with the designed website. The prototype testing results indicated a Likert scale score of 6.5, suggesting that the website design is functionally easy to use and meets potential users' needs. Thus, this UI/UX design is expected to enhance sales system efficiency and optimize marketing reach.*

Key Words— *UI/UX, design thinking, usability, sales website, marketing system*

Abstrak— *Perusahaan distribusi yang bergerak di bidang peralatan dan perlengkapan kantor masih menerapkan strategi pemasaran konvensional, yaitu melalui penyampaian informasi produk via surat elektronik serta distribusi brosur secara langsung kepada perusahaan yang menjadi target pasar. Selain itu, proses pemesanan hingga tahap pembayaran masih dilakukan secara manual, yang dinilai kurang efisien di tengah kemajuan teknologi yang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk User Interface (UI) dan User Experience (UX) guna memodernisasi sistem penjualan perusahaan. Pendekatan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode design thinking, yang terdiri atas lima tahapan utama: empathize, define, ideate, prototype, dan testing. Evaluasi terhadap aspek usability dilakukan dengan metode Single Ease Question untuk*

mengukur tingkat kepuasan serta kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan website yang dirancang. Hasil pengujian terhadap prototype menunjukkan nilai skala Likert sebesar 6,5, yang mengindikasikan bahwa desain website ini secara fungsional memenuhi prinsip kemudahan penggunaan serta mampu mengakomodasi kebutuhan calon pengguna. Dengan demikian, perancangan UI/UX ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi sistem penjualan serta memperluas cakupan pemasaran secara lebih optimal.

Kata kunci— *UI/UX, design thinking, usability, website penjualan, sistem pemasaran*

I. PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan bisnis antar perusahaan dalam era globalisasi saat ini memberikan tuntutan tersendiri bagi setiap perusahaan untuk tetap mempertahankan eksistensinya. Selain harus mengikuti perkembangan teknologi yang sedang berkembang, juga tuntutan kinerja yang lebih baik serta pemenuhan kebutuhan pelanggan menjadi hal yang sangat penting agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Pandawa Company merupakan perusahaan distribusi dibidang peralatan dan perlengkapan kantor. Pemasaran dan penawaran yang dilakukan saat ini dengan cara mengirimkan *pricelist* melalui email atau memberikan brosur pada perusahaan yang dituju. Proses pemesanan barang masih menggunakan media WhatsApp dan metode pembayaran masih menggunakan uang tunai. Para pembeli juga tidak dapat memberikan penilaian sebagai alat ukur kepuasan terhadap barang yang sudah dibeli. Berdasarkan permasalahan tersebut, Pandawa Company membutuhkan *website* penjualan untuk memperluas pemasaran dan mempermudah alur penjualan yang memenuhi kebutuhan pengguna. Perancangan *User Interface* dan *User Experience* akan dibuat agar dapat memberikan kemudahan konsumen dalam proses pembelian.

Kajian mengenai Perancangan UI/UX untuk memberikan kemudahan saat digunakan telah banyak dilakukan, seperti perancangan *website* penjualan [1-3], aplikasi penjualan [4], dan Perancangan UI/UX pada bidang lainnya [5-15].

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah menyajikan Perancangan UI/UX *website* penjualan untuk memperluas pemasaran dan memudahkan pengguna saat menggunakan *website* Pandawa Company.

II. PENELITIAN TERKAIT

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai Perancangan UI/UX *website/aplikasi* penjualan untuk memperluas pemasaran dan mempermudah proses pembelian. Metode *design thinking* juga digunakan oleh beberapa peneliti sebagai metode Perancangan UI/UX.

Natash et al [12] merancang *website* penjaln sepatu yang bertujuan untuk memperindah tampilan yang dapat membangun brand awareness Solesister di mata konsumen. Perancangan ini meliputi desain *website* untuk media desktop dan mobile. Metode yang digunakan adalah metode *design thinking*.

Haryuda et al [13] merancang *website* untuk membuat model perancangan *User Interface* dan *User Experience* dengan melakukan inovasi dalam bentuk *website e-commerce* dengan menggunakan metode *design thinking*.

Juliansyah et al [14] merancang *website* menggunakan metode *design thinking*, pembuatan *website* JavaHands dilakukan karena dianggap menjadi solusi yang paling tepat, karena JavaHands akan menjadi penghubung antara perdagangan Internasional dengan pengrajin kerajinan tangan secara langsung. JavaHands adalah *website* yang membantu memperjualkan barang atau produk kerajinan tangan oleh pengrajin Indonesia ke perdagangan Internasional atau eksportir. Dalam pembuatan *e-commerce*, dihasilkanlah sebuah *website* JavaHands yang sesuai dengan pengalaman, keinginan serta kebutuhan *user* atau pengguna.

Nadhif et al [15] aplikasi ini dirancang bertujuan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan dibidang fashion untuk mengkustomisasi baju sesuai *desain* keinginannya tanpa harus ke tempat *costume* baju dikarenakan ketidaktahuannya akan bagaimana cara membuat baju, dimana tempat yang direkomendasikan untuk membuat *custom* baju yang paling bagus.

User interface adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. UI juga bisa berbentuk tampilan visual produk yang menjembatani kesenjangan antara sistem dan pengguna layar UI dapat berupa bentuk, warna, icon dan teks yang di desain menarik [14].

User Experience adalah semua yang berhubungan dengan pengalaman pengguna menggunakan suatu produk, seberapa mudah memahami cara kerja produk, bagaimana rasanya saat menggunakan produk, dan bagaimana pengguna meencapai tujuannya melalui produk. UX akan menjadi penghubung antar bisnis dan tujuan pengguna [15].

Design Thinking adalah pendekatan desain yang berpusat pada manusia untuk memecahkan masalah dan memperkenalkan inovasi baru. Design Thinking antara lain sebagai berikut [3]:

1. *Empathize*: tahap dalam design thinking dengan meneliti untuk mengetahui apa yang pengguna lakukan, katakan, pikirkan dan rasakan.
2. *Define*: mengidentifikasi proses identifikasi masalah pengguna, menggambar pada hasil penelitian dan observasi dengan ide-ide.
3. *Ideate*: merupakan tahap pembuatan *brainstorming* untuk mengatasi kebutuhan pengguna yang tidak terpenuhi berdasarkan hasil definisi pada fase *define*.
4. *Prototype*: komponen mana yang berhasil dan mana yang merupakan proses yang bertujuan untuk memahami bahwa ia telah gagal. Mulai memikirkan dampak dan kelayakan ide melalui umpan balik pada *prototype*.
5. *Test*: fase ini dilakukan dengan menguji prototipe dengan pengguna nyata untuk mendapatkan umpan balik dengan memverifikasi apakah tujuan desain telah terpenuhi.
6. *Implement*: langkah ini dilakukan dengan menerapkan semua pengamatan ke tes. Ide-ide yang terkumpul akan benar-benar diimplemntasikan dalam sebuah desain yang dapat menyentuh pengguna akhir.

Single Ease Question (SEQ) merupakan survei pasca tugas yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat relevansi fitur produk berdasarkan pengalaman pengguna menggunakan pertanyaan. Pengujian yang dilakukan adalah menyelesaikan semua taks dan skenario yang diberikan. Setelah peserta diberikan task maka terdapat skala peringkat untuk menilai seberapa mudah dan sulitnya penggunaan produk tersebut [16].

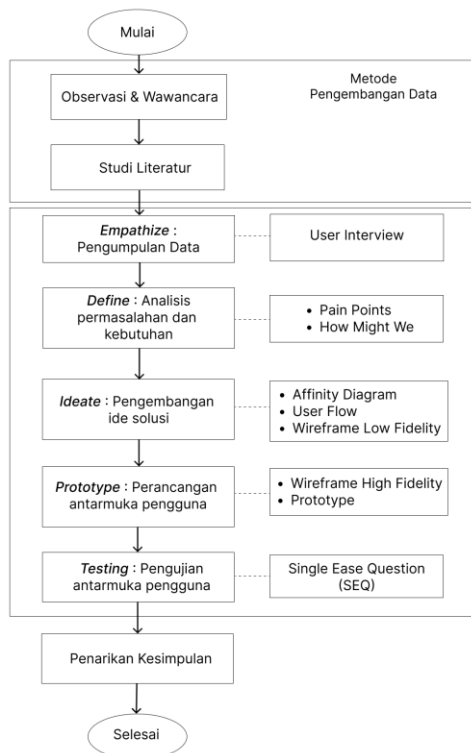
III. METODOLOGI PENELITIAN

Objek penelitian adalah Pandawa Company merupakan salah satu perusahaan distribusi dibidang peralatan dan perlengkapan kantor yang berdiri sejak tahun 2018. Pandawa Company beralamat di Perum Bumi Telukjambe Blok C-207, RT 005/RW 016 Desa Sukaluyu Kecamatan Telukjambe Timur Karawang.

Berikut adalah kerangka penelitian yang dilakukan oleh penulis (gambar 1).

3.1 Teknik Pengumpulan Data

- Observasi dan Wawancara : Pada proses ini dilakukan observasi untuk sistem penjualan pada Pandawa Company yang akan diteliti. Didalam studi lapangan tidak hanya observasi mengenai tempat saja, pada tahap ini sekaligus melakukan wawancara dengan pihak terkait.
- Studi Literatur : Pada tahap ini dilakukan studi pustaka untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3.2 Metode Pengembangan

- *Empathize* : Pada tahap masalah dan kebutuhan pengguna diteliti dengan melakukan observasi dan wawancara. Dengan kedua metode tersebut, penulis menemukan permasalahan yang dihadapi pengguna saat memesan barang pada Pandawa Company.
- *Define* : Pada tahap *define* penulis memahami masalah dan kebutuhan pengguna dengan mengumpulkan hasil yang diperoleh dalam proses sebelumnya. Pada tahap ini penulis mendefinisikan Pain Points untuk mempermudah dalam menyelesaikan masalah. Penulis menemukan solusi dalam How Might We (HMW), tujuannya adalah untuk menemukan solusi masalah dari persepektif yang tepat.
- *Ideate* : Pada tahap *Ideate* merupakan tahap untuk menemukan solusi sebanyak mungkin dengan melakukan brainstorming. Mengelompokkan ide-ide yang dikumpulkan dengan *affinity diagram*, *user flow*, dan *wireframe*.
- *Prototype* : Pada tahap *prototype* diterjemahkan menjadi kualitas rendah dan tinggi berkualitas digunakan sebagai *prototype* untuk diuji bagi pengguna.
- *Testing* : Dalam tahap *testing* yaitu menguji seluruh produk menggunakan solusi terbaik yang diidentifikasi selama pembuatan *prototype*. Tahap ini merupakan tahap akhir dari pemikiran desain, dalam tahap ini penulis menggunakan metode *Single Ease Question (SEQ)* dengan 5 partisipan. Menurut Zakaria, 2022 dalam jurnalnya menjelaskan bahwa 5

partisipan sudah mencakup rata-rata efektivitas sebesar 88% [16].

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Empathize

Pada tahap *empathize* penulis telah melakukan observasi dan *interview* kepada calon pengguna *website* untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan pengguna seperti pada tabel 1, sehingga didapatkan pokok permasalahan yang menjadi acuan untuk membuat suatu perancangan *interface*.

TABEL 1. PERTANYAAN KEPADA CALON PENGGUNA

No.	Pertanyaan
1	Darimana <i>user</i> mengetahui perusahaan Pandawa Company?
2	Media apa yang digunakan <i>user</i> pada saat pemesanan barang?
3	Kendala apa saja yang <i>user</i> alami pada saat pembelian barang?
4	Pernahkah <i>user</i> mengalami keterlambatan pengiriman barang?
5	Media transaksi apa yang digunakan <i>user</i> pada saat melakukan pembayaran?
6	Kekurangan apa saja yang saat ini masih dimiliki Pandawa Company?
7	Saran apa yang akan <i>user</i> berikan jika Pandawa Company akan merancang sebuah <i>website</i> penjualan?

Dari beberapa pertanyaan tersebut, penulis telah merangkum jawaban dari lima (5) calon pengguna, lihat tabel 2.

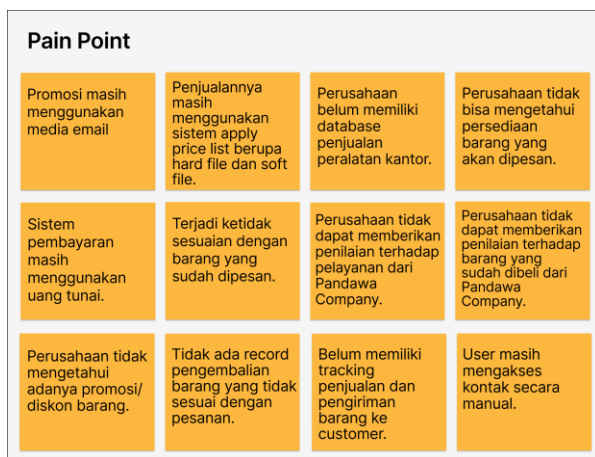
TABEL 2. HASIL JAWABAN DARI CALON PENGGUNA

No.	Jawaban
1	Promosi masih menggunakan media email.
2	Penjualannya masih menggunakan sistem <i>apply price list</i> berupa <i>hard file</i> dan <i>soft file</i> .
3	Perusahaan belum memiliki <i>database</i> penjualan peralatan kantor.
4	Perusahaan tidak bisa mengetahui persediaan barang yang akan dipesan.
5	Sistem pembayaran masih menggunakan uang tunai.
6	Terjadi ketidak sesuaian dengan barang yang sudah dipesan.
7	Perusahaan tidak dapat memberikan penilaian terhadap pelayanan dari Pandawa Company.
8	Perusahaan tidak dapat memberikan penilaian terhadap barang yang sudah dibeli dari Pandawa Company.
9	Perusahaan tidak mengetahui adanya promosi/diskon barang.
10	Tidak ada <i>record</i> pengembalian barang yang tidak sesuai dengan pesanan.
11	Belum memiliki <i>tracking</i> penjualan dan pengiriman barang ke <i>customer</i> .
12	User masih mengakses kontak secara manual.

4.2 Define

Pada tahap define ini, penulis memahami masalah dan kebutuhan pengguna dengan melihat hasil yang diperoleh pada tahap sebelumnya.

1. **Pain Point:** *Pain point* merupakan masalah spesifik yang dialami oleh calon pengguna dalam berbagai aspek. Penulis mengidentifikasi *Pain Point* untuk mempermudah menyelesaikan masalah. Dari berbagai macam permasalahan, penulis merangkum 12 *pain point*. Sehingga di dapatkan *problem statement* yang menjadi acuan untuk membuat suatu perancangan *interface*.
2. **How Might We :** Penulis mendapatkan solusi dari sudut pandang yang sesuai dengan masalah menggunakan metode *How Might We (HMW)*. Pada tahap HMW penulis membuatkan suatu gambaran dari penentuan pernyataan masalah dari sudut pandang calon pengguna untuk mencari ide pada tahap pembuatan perancangan *interface* yang akan dibangun.



Gambar 2. Pain Point

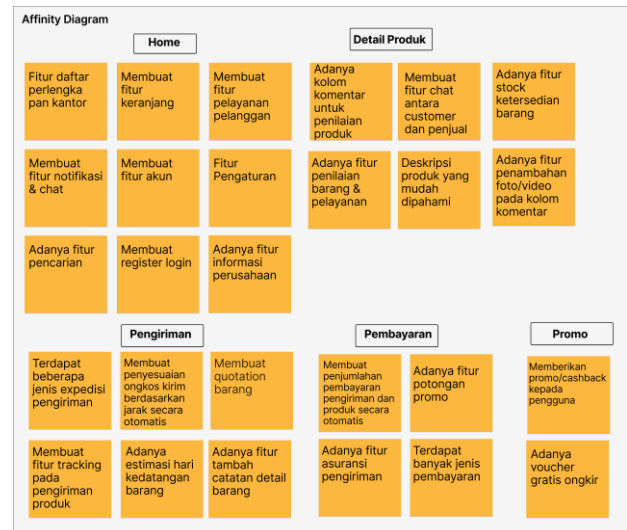


Gambar 3. How Might We

4.3 Ideate

Pada tahap ide ini, penulis memperbaiki hasil yang diperoleh pada tahap sebelumnya dengan mengelompokkan ide-ide yang terkumpul sesuai dengan minat pengguna.

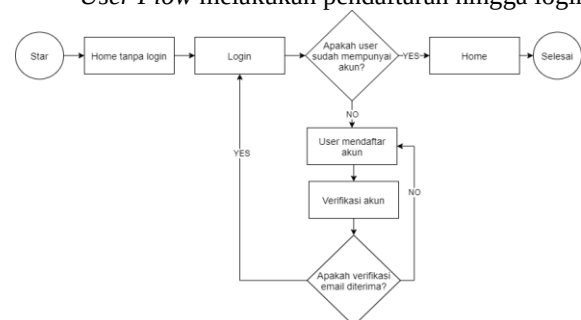
1. **Affinity Diagram :** Pada tahap *ideate*, *affinity diagram* digunakan sebagai metode pengelompokkan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara menurut kategorinya sendiri. Berikut adalah alat (metode *brainstorming*) yang digunakan penulis untuk mengorganisasikan sejumlah ide.



Gambar 4. Affinity Diagram

2. **User Flow :** Pada tahap *ideate*, *user flow* merupakan urutan langkah-langkah yang dibuat oleh penulis untuk mengarahkan calon pengguna saat menyelesaikan tugas. *User Flow* ini dihasilkan dari ide-ide yang telah dibuat berdasarkan analisa permasalahan.

– *User Flow* melakukan pendaftaran hingga login



Gambar 5. User Flow Proses Daftar dan Login

– *User Flow* melakukan pencarian barang atau memilih kategori barang sampai barang dimasukkan ke keranjang



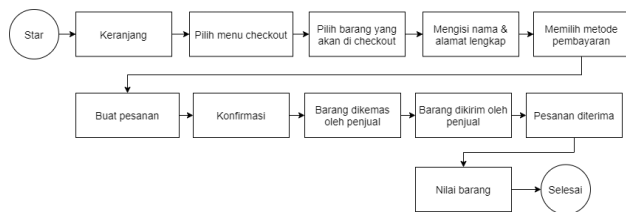
Gambar 6. User Flow Proses pilih barang sampai masuk keranjang

- *User Flow* melihat keranjang belanja dan memilih barang yang akan di buat surat penawaran (*Quotation*)



Gambar 7. *User Flow Proses pembuatan surat Quotation*

- *User Flow* melihat menu keranjang belanja dan memilih barang yang akan di checkout hingga melakukan transaksi berhasil



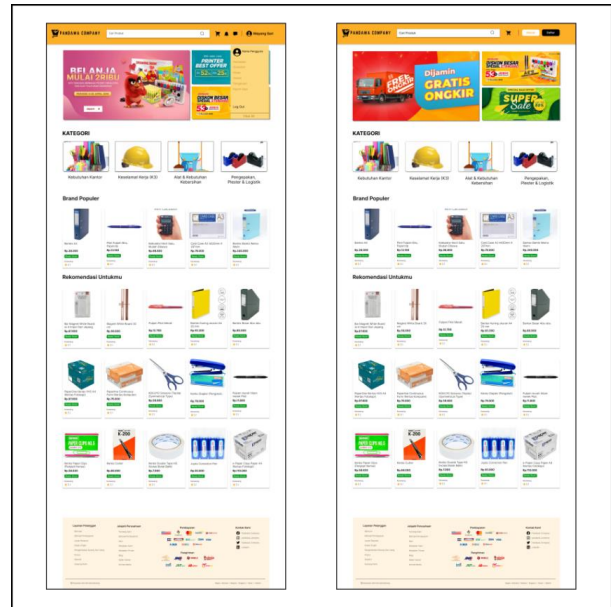
Gambar 8. *User Flow proses checkout barang dan transaksi*

3. **Wireframe** : *Wireframe* dapat diartikan dengan sederhana sebagai kerangka gambar. Merancang *wireframe* berarti merencanakan garis besar situs web atau aplikasi.



Gambar 9. *Wireframe low-fidelity Halaman Fitur Home*

Berikut merupakan tampilan *interface* hasil desain untuk *website Pandawa Company* berupa *Wireframe high-fidelity*.



Gambar 10. *Wireframe high-fidelity Halaman Fitur Home*

4.4 Prototype

Pada *prototype website*, penulis membuat tampilan yang telah disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pengguna. Penulis membuat suatu *prototype* sebagai representasi dari hasil *design* terakhir. *Prototype* dibuat menggunakan Figma. Berikut adalah hasil *prototype* yang penulis buat:



Gambar 11. *Barcode Prototype*

4.5 Testing

4.5.1 Pengujian SEQ

Pada tahap ini penulis akan melakukan pengujian untuk menilai tingkat kemudahan hasil *prototype* menggunakan metode *Single Ease Question (SEQ)*. Pengujian yang dilakukan adalah menyelesaikan seluruh *task* dan skenario (tabel 3).

TABEL 3. TASK PENGUJIAN SEQ

No.	Task	Deskripsi
T1	Pendaftaran & Login	Melakukan pendaftaran akun atau memasukkan akun yang sudah terdaftar untuk login

No.	Task	Deskripsi
T2	Pencarian barang & Pilih kategori barang	Melakukan pencarian barang atau memilih kategori barang
T3	Keranjang belanja, Checkout & Pemabayaran	Melihat barang yang sudah dimasukan ke keranjang untuk melakukan checkout dan melakukan transaksi pembayaran
T4	Keranjang belanja & Quotation	Melihat barang yang sudah dimasukan ke keranjang untuk melakukan permintaan surat quotation barang

4.5.2 Hasil Pengujian SEQ

Berikut adalah hasil tes yang dilakukan responden setelah menyelesaikan semua task dan skenario yang diberikan. Responden menilai skala likert berdasarkan tingkat kemudahan pada suatu fitur produk berdasarkan pengalaman responden.

Berdasarkan hasil pengujian SEQ dapat diketahui bahwa fungsi-fungsi sistem telah sesuai dengan hasil analisi kebutuhan pengguna. Sistem juga dapat membantu pelanggan dalam melakukan transaksi dan pencarian informasi produk yang dijual di Pandawa Company. Dari hasil pengujian juga dapat diketahui bahwa sistem dapat menyimpan data dan informasi dalam database yang terstruktur.

Dari tabel 4 hasil tes dapat dilihat bahwa hasil pengujian SEQ design website penjualan yang penulis rancang, menghasilkan nilai skala likert lebih dari 5 di setiap task yang diberikan oleh setiap responden. Dengan hasil rata-rata yang diperoleh yaitu 6,5, maka dapat diartikan bahwa website penjualan ini mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan pengguna.

TABEL 4. HASIL TASK PENGUJIAN SEQ

No	Task	No. Responden					Rata-rata
		R1	R2	R3	R4	R5	
1	Pendaftaran & Login	7	6	6	7	7	6,6
2	Pencarian barang & Pilih kategori barang	7	7	6	7	6	6,6
3	Keranjang belanja, Checkout & Pemabayaran	7	6	7	7	6	6,6
4	Keranjang belanja & Quotation	6	6	6	6	7	6,2
Rata-rata Skor SEQ							6,5

IV. KESIMPULAN

Dari hasil observasi yang telah penulis lakukan, perancangan UI/UX website penjualan di design berdasarkan masalah dan kebutuhan calon pengguna. Hasil uji usability yang dilakukan menggunakan metode single ease question telah sesuai dengan kebutuhan. Penilaian terhadap tugas yang diberikan dengan memberikan pertanyaan setelah responden menyelesaikan tugas mendapatkan hasil rata-rata skala likert 6,5 yang berarti perancangan website penjualan ini termasuk kedalam kategori mudah.

Perancangan website penjualan ini penting untuk dikembangkan karena dapat memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan Pandawa Company. Berdasarkan hasil evaluasi perancangan website penjualan ini, bisa disimpulkan bahwa design website dengan menggunakan metode design thinking sangat efektif dan efisien karena semua fitur dan alur pada website ini mudah dipahami dan informatif. Hal ini menunjukkan bahwa rancangan UI/UX website penjualan yang telah dibuat berhasil memenuhi kebutuhan pengguna.

REFERENSI

- [1] E. C. Shirvanadi and M. Idris, "Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Amikom center Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center)," *Automata*, vol. 2, pp. 1–8, 2021, [Online]. Available: <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/19438/11541>.
- [2] K. D. Wahyudi, L. A. Putra, M. R. Saputra, N. Akbar, and M. R. Pribadi, "Desain UI / UX Aplikasi HealMed Menggunakan Metode Design Thinking," pp. 267–272, 2022.
- [3] M. Hamdandi, R. Chandra, F. Bachtiar, N. Lais, D. Apriyanti, and M. R. Pribadi, "Perancangan UI / UX Pada Aplikasi Bapakkost Dengan Metode Design Thinking," *MDP Student Conf.* 2022, no. 2021, pp. 392–397, 2022.
- [4] R. Natasha *et al.*, "Perancangan Website Brand Sepatu Lokal Solesister Identifikasi dan Analisis Data," 2019.
- [5] M. S. Hadafi and B. A. Herlambang, "Pengembangan Ui/Ux Design Studi Kasus Aplikasi Campaign Menggunakan Metode Design Thinking," *Sci. Eng. Natl. Semin.*, vol. 6, no. Sens 6, pp. 297–307, 2021, [Online]. Available: <http://conference.upgris.ac.id/index.php/sens/article/view/2373>.
- [6] R. Fahrudin and R. Ilyasa, "Perancangan Aplikasi 'Nugas' Menggunakan Metode Design Thinking dan Agile Development," *J. Ilm. Teknol. Infomasi Terap.*, vol. 8, no. 1, pp. 35–44, 2021, doi: 10.33197/jitter.vol8.iss1.2021.714.
- [7] W. Handiwidjojo and L. Ernawati, "Pengukuran Tingkat Ketergunaan (Usability) Sistem

- Informasi Keuangan,” *Juisi*, vol. 02, no. 01, pp. 49–55, 2016.
- [8] R. Andrian, A. S. Putri, F. Wiryandhani, and N. I. N. Rizaldi, “Pengembangan Website E-Commerce Khusus Untuk Penyedia Jasa Penjualan Hampers Dengan Metode Design Thinking,” *Integr. (Journal Inf. Technol. Vocat. Educ.*, vol. 3, no. 2, pp. 10–14, 2021, doi: 10.15575/INTEGRATED.
- [9] B. A. B. Ii, “Referensi Bagus,” pp. 17–46, 2008.
- [10] S. Soegiarto and E. Iskandar, “Permainan atau Penghujatan: Tinjauan Kritis Terhadap Video Game ‘Fight of Gods,’” *Nirmana*, vol. 21, no. 2, pp. 97–106, 2022, doi: 10.9744/nirmana.21.2.97-106.
- [11] N. I. P. Sari and A. A. G. A. D. Kusuma, “Pengaturan Perlindungan Hak Cipta Permainan Video,” *Kertha Semaya J. Ilmu Huk.*, vol. 8, no. 8, p. 1129, 2020, doi: 10.24843/ks.2020.v08.i08.p01.
- [12] Natasha, R., Sutanto, R. P., Pranayama, A., Visual, D. K., Seni, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). Perancangan Website Brand Sepatu Lokal Solesister Identifikasi dan Analisis Data.
- [13] Haryuda, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 8(1), 111–117.
- [14] Juliansyah, I. A. (2020). Perancangan User Experience Pada Website Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi Design Thinking.
- [15] Nadhif, A. K., Jati, D. T. W., Hussein, M. F., & Widiati, I. S. (2021). Perancangan UI/UX Aplikasi Penjualan Dengan Pendekatan Design Thinking. *IT CIDA*, 7(1).
- [16] Romadhon, F. A. W. *et al.*, “Evaluasi Aplikasi I-Waris menggunakan Pengujian Usability,” 2021.