

**TUGAS AKHIR
SKEMA MAGANG**

**PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA (UI/UX) USER
MARKETING (CV. KARYA WAHANA SENTOSA) dengan
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING**



ZIDDAN ABDUL HAKIEM

NIM : 225610068

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA
YOGYAKARTA**

2025

**TUGAS AKHIR
SKEMA MAGANG**

**PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA (UI/UX) USER
MARKETING (CV. KARYA WAHANA SENTOSA) dengan
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada

**Program Sarjana
Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Teknologi Digital Indonesia**

**Disusun Oleh
ZIDDAN ABDUL HAKIEM
NIM : 225610068**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN TUGAS AKHIR

Judul : Perancangan Antarmuka Pengguna (UI/UX) User
Markeing (CV. Karya Wahana Sentosa) dengan
Menggunakan Metode Design Thinking
Nama : Ziddan Abdul Hakiem
NIM : 225610068
Program Studi : Sistem Informasi
Program : Sarjana
Semester : 6
Tahun Akademik : 2025

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan
di hadapan Dewan Penguji Tugas Akhir

Yogyakarta, 14 Oktober 2025

Dosen Pembimbing,



Sumiyatun, S.Kom., M.Cs.
NIDN : 0515048402

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA (UI/UX) USER MARKETING dengan MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji dan dinyatakan diterima untuk
memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh

Gelar Sarjana Komputer
Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Teknologi Digital Indonesia

Yogyakarta, 18 September 2025

Dewan Penguji	NIDN	Tandatangan
1. Deborah Kurniawati, S.Kom., M.Cs. (Ketua)	0511107301	
2. Sumiyatun, S.Kom., M.Cs.	0515048402	
3. Adi Kusjani, S.T., M.Eng. (Anggota)	0515067501	

Mengetahui

Ketua Program Studi Sistem Informasi


Deborah Kurniawati, S.Kom., M.Cs.
NIDN : 0511107301

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 14 Oktober 2025



Ziddan Abdul Hakiem
NIM: 225610068

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta kesehatan yang diberikan. Berkat pertolongan-Nya, penulis dapat melalui berbagai proses dengan penuh kesabaran hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Dengan penuh kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sugiyatno dan Ibu Siti Nurjannah, yang telah memberikan doa, kasih sayang, semangat, serta dukungan baik moral maupun materi. Setiap pencapaian dalam hidup penulis tidak akan terlepas dari doa tulus dan pengorbanan yang telah diberikan.
2. Dosen pembimbing, Ibu Sumiyatun, S.Kom., M.Cs. , yang dengan penuh kesabaran dan perhatian selalu memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Teman-teman seperjuangan, yang senantiasa menjadi tempat berbagi suka maupun duka, saling memberikan motivasi, serta menjadi bagian penting dalam perjalanan panjang perkuliahan hingga terselesaikannya karya ini.
4. Orang-orang yang telah memberikan semangat dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Setiap doa, perhatian, dan dorongan yang diberikan telah menjadi kekuatan besar bagi penulis untuk terus maju dan menyelesaikan tugas akhir ini.

PRAKATA

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul *“Perancangan Antarmuka Pengguna (UI/UX) pada User Marketing Menggunakan Metode Design Thinking”* dengan baik.

Tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Ibu Deborah Kurniawati, S.Kom., M.Cs. selaku Kaprodi Sistem Informasi Universitas Teknologi Digital Indonesia.
2. Ibu Sumiyatun, S.Kom., M.Cs. selaku dosen pembimbing tugas akhir, yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga hingga laporan ini dapat terselesaikan.
3. CV. Karya Wahana Sentosa, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan magang dan mengembangkan penelitian ini, sehingga penulis memperoleh pengalaman nyata di lapangan.
4. Rekan-rekan seperjuangan, yang selalu memberikan semangat, kebersamaan, serta dukungan moral selama masa kuliah hingga terselesaikannya tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 22 Agustus 2025

Penulis,

Ziddan Abdul Hakiem

INTISARI

Perkembangan teknologi informasi mendorong perusahaan untuk beralih ke sistem digital, termasuk dalam bidang pemasaran. Namun, masih ada perusahaan yang melakukan pencatatan buyer dan produk secara manual, sehingga berisiko terjadi kehilangan data, kesalahan pencatatan, dan sulitnya pelacakan.

Tugas akhir ini berjudul “*Perancangan Antarmuka Pengguna (UI/UX) pada User Marketing Menggunakan Metode Design Thinking*”. Tujuannya adalah merancang antarmuka yang membantu tim marketing dalam mengelola data buyer dan produk secara lebih efektif, efisien, dan minim kesalahan.

Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* dengan lima tahapan: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Hasil rancangan berupa sistem berbasis web dengan fitur pencatatan purchase order, manajemen produk, serta pemantauan progres produksi.

Dari hasil implementasi, rancangan UI/UX yang dibuat dinilai fungsional, responsif, dan mampu meningkatkan pengalaman pengguna. Sistem ini juga menjadi langkah awal perusahaan untuk beralih dari proses manual menuju digitalisasi pemasaran.

Kata kunci: *Design Thinking*, Digitalisasi, Pemasaran, UI/UX, *User marketing*

ABSTRACT

The development of information technology encourages companies to adopt digital systems, including in the field of marketing. However, some companies still record buyer and product data manually, which often leads to data loss, recording errors, and difficulties in tracking.

This final project, entitled “User Interface (UI/UX) Design for Marketing Users Using the Design Thinking Method”, aims to design an interface that helps marketing teams manage buyer and product data more effectively, efficiently, and with fewer errors.

The method used is Design Thinking, consisting of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The result is a web-based system with features for recording purchase orders, managing products, and monitoring production progress.

The implementation results show that the designed UI/UX is functional, responsive, and able to enhance user experience. This system also serves as an initial step for the company to transition from manual processes to digitalized marketing activities.

Keywords: Design Thinking, Digitalization, Marketing, UI/UX, User marketing

DAFTAR ISI

	Hal
TUGAS AKHIR.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Deskripsi Pekerjaan	2
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	5
BAB II PROFIL INSTANSI TEMPAT MAGANG.....	7
2.1 Profil Perusahaan	7
BAB III DESKRIPSI KEGIATAN.....	9
3.1 Persoalan.....	9
3.2 Deskripsi Produk.....	10
3.3 Analisis dan Rancangan.....	12
3.4 Jadwal Kerja	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil.....	30
4.2 Uji coba	38
4.3 Pembahasan	43
BAB V PENUTUP	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 3.1 Persona Pengguna Staf Marketing	14
Gambar 3.2 User Flow Form Pengiriman Buyer	17
Gambar 3.3 User Flow Data Produk Terdaftar	18
Gambar 3.4 User Flow Progres Produksi.....	19
<i>Gambar 3.5 Rancangan Desain Dashboard Utama Marketing</i>	20
Gambar 3.6 Rancangan Desain Form Input PO Buyer	21
Gambar 3.7 Rancangan Desain Hasil Input PO Buyer.	21
Gambar 3.8 Rancangan Desain Kamus Kode Produk.	22
Gambar 3.9 Rancangan Desain <i>Form</i> Tambah Produk	23
Gambar 3.10 Rancangan Desain Form Edit Produk	23
Gambar 3.11 Rancangan Desain Progres Produksi.....	24
Gambar 3.12 Rancangan Desain Detail Progres Produksi.....	24
Gambar 3.13 Prototipe Antarmuka Pengguna	26
Gambar 4.1 Dashboard Utama Marketing	30
Gambar 4.2 <i>Form Input PO Buyer</i>	31
Gambar 4.3 Hasil Input PO Buyer	31
Gambar 4.4 Kamus Kode Produk	32
Gambar 4.5 Form Tambah Produk.....	32
Gambar 4.6 Form Edit Produk	33
Gambar 4.7 Halaman Progres Produksi	33
Gambar 4.8 Detail Progres Produksi.....	34

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Staf Gudang.....	12
Tabel 3.2 Tabel Kebutuhan Sistem Fungsional	15
Tabel 3.3 Tabel Kebutuhan Sistem Non-Fungsional	16
Tabel 3.4 Hasil Uji Coba Pengguna pada Prototipe Tampilan Antarmuka Marketing	27
Tabel 4.1 Pertanyaan.....	38
Tabel 4.2 Jawaban.....	40
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan.....	41
Tabel 4.4 Hasil	42