



Implementasi *Design Thinking* dalam Perancangan UI/UX Dashboard Monitoring Sales One Direction pada PT. XYZ

Siti Farah Fakhirah^{1*}

¹Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, IPB University, Indonesia

*Penulis Korespondensi: sitifarah@apps.ipb.ac.id¹

Abstract. *Advancements in modern information technology continuously require companies to present complex data more effectively, especially within the scope of sales management and business decision-making. Dashboards are essential, interactive tools that enable professionals and managers to make strategic decisions quickly, confidently, and based on accurate data visualization. This study focuses on designing an intuitive and user-centered Sales Monitoring Dashboard UI/UX for One Direction at PT. XYZ by applying the five iterative stages of the Design Thinking method, namely empathize, define, ideate, prototype, and test. Key user needs identified include real-time performance summaries, streamlined navigation flow, informative visual hierarchy, and visuals that remain consistent with corporate identity and brand values. The System Usability Scale (SUS) test involving 19 respondents resulted in an excellent average score of 80.92. These findings demonstrate that the Design Thinking approach effectively produces a user-friendly, consistent, and data-driven dashboard interface that supports timely, accurate, and informed business decisions.*

Keywords: *Dashboard; Design Thinking; Sales Monitoring; System Usability Scale; User Experience*

Abstrak. Kemajuan teknologi informasi modern secara berkelanjutan menuntut perusahaan untuk menyajikan data yang kompleks dengan lebih efektif, khususnya dalam lingkup manajemen penjualan dan pengambilan keputusan bisnis. Dashboard merupakan alat interaktif yang sangat penting karena memungkinkan profesional dan manajer untuk membuat keputusan strategis dengan cepat, percaya diri, serta berdasarkan visualisasi data yang akurat. Penelitian ini berfokus pada perancangan *User Interface/User Experience (UI/UX) Sales Monitoring Dashboard* yang intuitif dan berorientasi pada pengguna untuk One Direction di PT. XYZ dengan menerapkan lima tahap iteratif dari metode *Design Thinking*, yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan test*. Kebutuhan utama pengguna yang teridentifikasi meliputi ringkasan kinerja secara *real-time*, alur navigasi yang efisien, hierarki visual yang informatif, serta tampilan visual yang konsisten dengan identitas dan nilai merek perusahaan. Uji *System Usability Scale (SUS)* yang melibatkan 19 responden menghasilkan skor rata-rata sebesar 80,92 (kategori sangat baik). Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan *Design Thinking* secara efektif menghasilkan antarmuka dashboard yang ramah pengguna, konsisten, dan berbasis data untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis yang tepat waktu, akurat, dan terinformasi.

Kata kunci: *Dashboard; Design Thinking; Monitoring Penjualan; Pengalaman Pengguna; System Usability Scale*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi secara berkala mendorong perusahaan untuk terus melakukan pembaruan terhadap media interpretasi data dalam mengelola, menganalisis, dan menyampaikan data (Halim, 2023; Mahiroh, Tambak, Hasibuan, & Siahaan, 2023; Susilawati Sugiana & Musty, 2023). Dalam ranah *sales* (penjualan), penggunaan data berperan menggambarkan kinerja bisnis perusahaan secara kuantitatif maupun kualitatif, seperti identifikasi peluang, hambatan, tren pasar, inventaris, produksi, hingga perilaku pelanggan (Lantarsih, Mz, & Surono, 2025; Novika et al., 2024).

Dashboard berperan mengelola informasi esensial dengan integrasi terpusat dalam bentuk visualisasi dinamis (Sa'adah, Muhimmah, & Fitriyati, 2023). Efektivitas dan efisiensi data *dashboard* memungkinkan manajer maupun tim operasional untuk memperoleh gambaran menyeluruh terhadap kondisi bisnis secara *real-time*, mendukung pengambilan keputusan yang

lebih optimal (Hizriansyah, Sanjaya, Hariyanto, & Panggarjito, 2023; Wiryandhani, Widodo, & Andrian, 2023). Implementasi *dashboard monitoring sales* menjadi instrumen krusial untuk merangkum indikator utama kinerja penjualan atau KPI (*Key Performance Indicators*) menggunakan grafik, diagram, tabel, dan indikator visual yang interaktif (Hermawan & Sim, 2020).

Meskipun telah banyak penelitian terkait, sebagian besar studi *dashboard monitoring* lebih menitikberatkan pada aspek teknis integrasi data dan penyajian informasi, tanpa menekankan pengalaman pengguna (*user experience*) (Prayoga & Delima, 2022). (Hizriansyah et al., 2023) menyoroti perancangan *dashboard* untuk pemetaan indikator kinerja. Masih dalam ruang lingkup serupa, penelitian oleh (Priyandari, Setyoko, Pujiyanto, & Wicaksono, 2025) berfokus pada pengembangan *dashboard* KPI berbasis *business intelligence*. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Priyandari et al., 2025; Putra, Setiawan, & Wicaksono, 2025) Rahman et al. (2016) dalam konteks informasi publik, namun belum banyak yang mengulas konsistensi visual, kemudahan navigasi, dan pengalaman pengguna secara menyeluruh.

Urgensi penelitian ditujukan untuk meningkatkan aksesibilitas organisasi untuk mengakses data penjualan secara *real-time* dengan tampilan yang sederhana, konsisten, dan mudah dipahami. Tanpa desain yang optimal, *dashboard* berpotensi menimbulkan beban kognitif dan keterlambatan dalam pengambilan keputusan strategis (Edi & Lutfan Lazuardi, 2022). *Design thinking* dipilih sebagai metode pendekatan karena mampu mengakomodasi kebutuhan pengguna melalui tahapan *emphatize, define, ideate, prototype, dan test* untuk memastikan keselarasan dengan identitas visual organisasi (Effendy & Andayani, 2025; Hidayat & Sinaga, 2025). Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi ide kreatif, misalnya dengan teknik *Crazy Eight*, serta penerapan *tone of voice* visual yang selaras dengan identitas perusahaan (Hafiz & Widayani, 2025; Susanto, 2021). Kontribusi penelitian mencakup aspek teoritis berupa penerapan model *design thinking* dalam konteks *dashboard* penjualan, serta aspek praktis berupa rancangan UI/UX yang lebih intuitif, konsisten, dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data secara lebih efektif.

2. KAJIAN TEORITIS

Dashboard Monitoring Sales

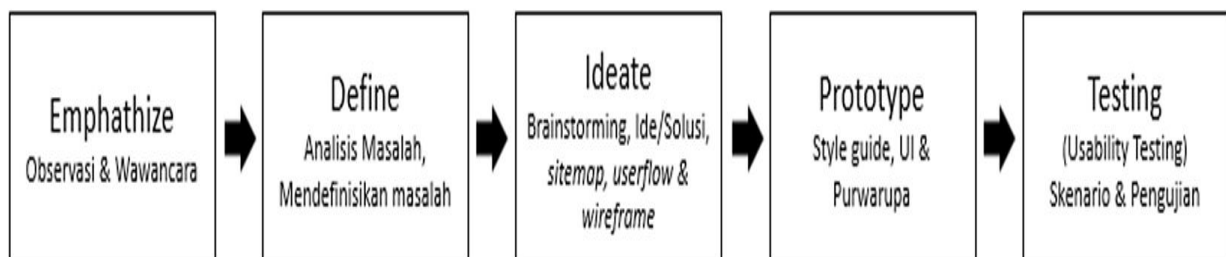
Dashboard merupakan media komunikasi berupa visualisasi data yang menyajikan informasi kompleks secara ringkas dan interaktif (Hermawan & Sim, 2020). Dalam konteks penjualan, *dashboard* menampilkan indikator kinerja utama meliputi volume penjualan, pendapatan, stok produk, dan tren pasar. *Dashboard* efektif harus menyajikan data secara *real-time*, akurat, dan mudah diinterpretasikan (Limbor, Putri, Qadriah, & Beng, 2024). Desain visual yang baik mampu meningkatkan efisiensi waktu dalam merespons dan meningkatkan akurasi pengambilan keputusan hingga 37% (Khoirullah, Sabrina, & Ashaury, 2025). Perancangan *dashboard* memerlukan integrasi aspek teknis dengan usability dan pengalaman visual yang komprehensif.

User Interface (UI) dan User Experience (UX)

User Interface (UI) dan *User Experience* (UX) merupakan dua aspek utama dalam perancangan sistem berbasis web yang berfokus pada pengalaman pengguna (Situmeang, Suhayati, & Sutara, 2025). UI berperan dalam pengaturan elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak agar sesuai dengan identitas organisasi (Triantana, 2024). Sedangkan UX berkaitan dengan tujuan bisnis, pengembangan teknologi, serta persepsi pengguna dalam berinteraksi dengan sistem (Hidayat & Sinaga, 2025). Keduanya saling berkaitan dalam menciptakan tampilan yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga fungsional dan mudah dioperasikan (Ravelino & Susetyo, 2023). Dalam konteks organisasi besar seperti perusahaan telekomunikasi, konsistensi visual menjadi penting untuk memperkuat citra merek serta meningkatkan kredibilitas sistem (Husna & Juhana, 2024).

Design Thinking

Design Thinking merupakan pendekatan berbasis empati yang menekankan pemahaman mendalam terhadap pengguna dan penyelesaian masalah secara kreatif melalui lima tahapan utama berupa *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Hidayat & Sinaga, 2025; Situmeang et al., 2025).



Gambar 1. Tahap *Design Thinking* (Wiryandhani et al., 2023).

Tahapan ini bersifat iteratif, memfasilitasi evaluasi dan perbaikan berkelanjutan hingga menghasilkan desain yang optimal (Khoirullah et al., 2025). Pendekatan ini dianggap efektif dalam perancangan antarmuka *dashboard* karena menggabungkan aspek kognitif pengguna dengan prinsip visual yang sistematis dan terukur (Hermawan & Sim, 2020).

Crazy Eight dalam fase Ideate

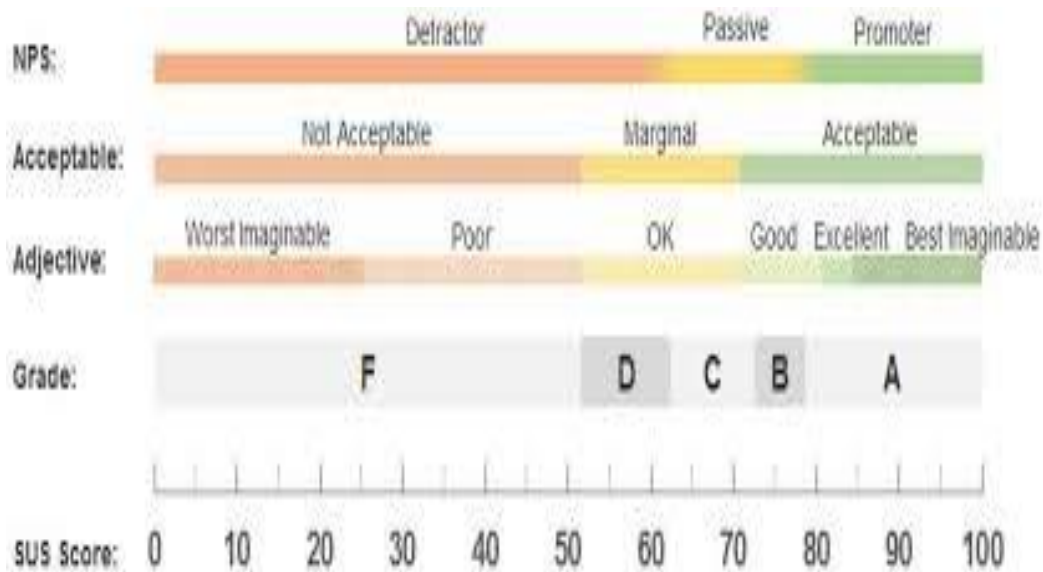
Crazy Eight merupakan teknik *brainstorming* visual yang diterapkan pada fase *ideate* dalam *Design Thinking* untuk menghasilkan delapan variasi konsep desain secara cepat, sehingga menstimulasi kreativitas dan mengeliminasi stagnasi ideasi (Susanto, 2021). Dalam perancangan *dashboard*, metode ini berfungsi mengidentifikasi konfigurasi *layout*, komponen visual, dan pola interaksi yang optimal sesuai kebutuhan pengguna (Samantha & Anggalih, 2024).

Tone of Voice dalam Visualisasi Desain

Tone of voice visual merupakan pendekatan penyesuaian elemen antarmuka untuk merepresentasikan identitas dan karakter perusahaan (Wiwesa, 2021). Konsep ini melampaui komunikasi verbal dengan mengintegrasikan aspek visual melalui pemilihan warna, ikonografi, bentuk komponen, dan tipografi yang koheren dengan *brand* (Hafiz & Widyani, 2025). Penerapannya memastikan setiap elemen *dashboard* merepresentasikan nilai profesionalitas, kecepatan, dan modernitas sebagai citra perusahaan.

Evaluasi Usability dengan System Scale Usability (SUS)

System Usability Scale (SUS) merupakan instrumen evaluasi kuantitatif untuk mengukur kemudahan penggunaan sistem berdasarkan persepsi pengguna (Hidayat & Sinaga, 2025). SUS terdiri dari sepuluh pernyataan berskala Likert 1-5 yang mengukur efektivitas, efisiensi, dan kepuasan pengguna (Prayoga & Delima, 2022). Skor SUS berkisar 0-100, dengan nilai di atas 68 mengindikasikan *usability* yang baik. Dalam perancangan UI/UX *dashboard*, SUS mengevaluasi desain dari perspektif pengguna akhir dan menghasilkan data empiris untuk mendukung perbaikan desain secara objektif (Novika et al., 2024). Skor SUS diinterpretasikan menggunakan lima parameter evaluasi yang mencakup perbandingan peringkat persentil, *grade*, *adjective rating*, *acceptability range*, dan *Net Promoter Score* (NPS) (Kesuma, 2021). Kerangka interpretasi lengkap disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Skala Interpretasi pada Penilaian SUS (Kesuma, 2021)

3. METODE PENELITIAN

Dalam proses perancangan UI/UX *Dashboard Monitoring Sales*, digunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode *Design Thinking* sebagai kerangka utama proses (Darmadi, Sanusi, & Haryati, 2024). Metode ini dianggap efektif dalam perancangan desain antarmuka sistem informasi berbasis data karena kemampuannya dalam menggabungkan persepsi pengguna dengan prinsip desain visual yang selaras dengan citra organisasi (Khoirullah et al., 2025). Pendekatan melalui *Design Thinking* mampu menempatkan pengguna sebagai pusat dari proses desain melalui eksplorasi kebutuhan, ideasi solusi, hingga evaluasi pengalaman pengguna secara sistematis (Limbor et al., 2024). Penelitian berorientasi pada proses perancangan dan evaluasi desain antarmuka tanpa mencakup proses pengembangan atau integrasi data aktual perusahaan.

Objek penelitian berupa *website Dashboard Monitoring Sales One Direction* untuk divisi penjualan internal PT. XYZ, yang ditujukan untuk menampilkan data kinerja penjualan, stok produk, *revenue*, tren, dan indikator bisnis lainnya. Lingkup kerja meliputi analisis kesesuaian dan konsistensi tampilan *dashboard* dengan identitas visual perusahaan secara tersirat maupun tidak. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan identifikasi *tone of voice* terhadap produk-produk perangkat lunak PT. XYZ. Proses desain dilakukan menggunakan perangkat Figma, sementara hasil survei dan wawancara dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pengguna.

Adapun perancangan mencakup lima fase metode *Design Thinking*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Fase *empathize* berfokus untuk memahami permasalahan

dan pendefinisian kebutuhan pengguna; *define* untuk merumuskan inti permasalahan; *ideate* menghasilkan alternatif solusi desain menggunakan teknik *Crazy Eight*; *prototype* menghasilkan rancangan visual dalam bentuk *wireframe* dan *high-fidelity*; serta *test* dilakukan melalui uji *usability* menggunakan kuesioner *System Usability Scale* (SUS) untuk menilai efektivitas dan kenyamanan desain (Hidayat & Sinaga, 2025; Situmeang et al., 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil pengembangan *Dashboard Monitoring Sales One Direction* menggunakan metode *Design Thinking* untuk mengidentifikasi dan merancang solusi berdasarkan kebutuhan dan permasalahan yang telah diidentifikasi.

Empathize

Tahap *empathize* dilakukan untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi pengguna terhadap halaman *dashboard* yang akan diimplementasikan pada *website* One Direction PT. XYZ (Anugradia, Arsa, & Khaira, 2024). Eksplorasi dilakukan secara konseptual melalui wawancara dan survei yang ditujukan kepada karyawan divisi *Business Growth Analysis*, sebagai pengguna aktif sistem. Hasil mengidentifikasi tiga *paint points* utama, yakni kebutuhan akan ringkasan menyeluruh terhadap data performa bisnis secara *real-time*, navigasi yang efisien, dan perlunya peningkatan konsistensi atau keselarasan visual seperti warna dan ikonografi dengan identitas PT. XYZ. Berdasarkan hasil tersebut, dikembangkan dua *user persona* yang merepresentasikan kelompok pengguna utama yang dimuat pada Tabel 1. Hasil tahapan ini menjadi landasan perancangan konsep desain yang *user-centered*.

Tabel 1. *User Persona.*

Persona	Kebutuhan Utama
<i>Mobile Consumer Personalization</i>	Antarmuka responsif dengan navigasi dan indikator data <i>update</i> yang efisien serta visualisasi teknis yang memudahkan <i>monitoring</i> performa sistem.
<i>Junior Product Manager & Engineer</i>	<i>Dashboard</i> dengan metrik terperinci meliputi <i>revenue</i> , <i>churn</i> , <i>market share</i> , dan <i>performance</i> trends untuk mendukung pengambilan keputusan strategis secara <i>real-time</i> .

Define

Tahap *define* bertujuan merumuskan permasalahan inti berdasarkan temuan-temuan pada tahap *empathize* (Khairunnisa, 2023). Pada tahapan ini, data hasil wawancara dan survei ditransformasi menjadi *How Might We* (HMW) *questions* untuk mengarahkan pengembangan visual dan interaksi secara sistematis yang dirumuskan pada Tabel 2.

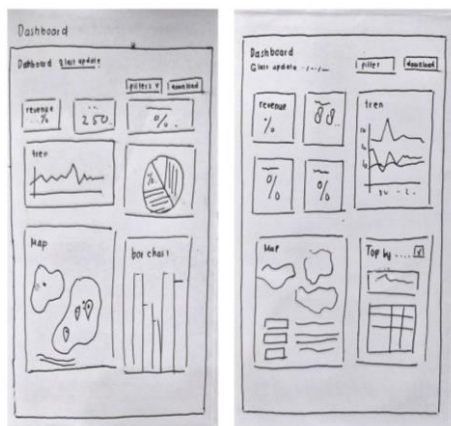
Tabel 2. *How Might We Question (HMW).*

No.	HMW Questions	Solusi / Fokus Perancangan
1.	Bagaimana menyajikan KPI utama (Revenue, Market Share, Churn, dsb.) secara hierarkis dan <i>real-time</i> sesuai prioritas pengguna?	Merancang <i>layout</i> hierarkis dengan tampilan <i>cards</i> , tabel, dan grafik ringkasan.
2.	Bagaimana mengintegrasikan identitas visual PT. XYZ ke dalam desain <i>dashboard</i> yang konsisten dan profesional?	Menerapkan panduan warna, tipografi, dan ikon sesuai <i>brand guideline</i> perusahaan.
3.	Bagaimana merancang visualisasi data yang intuitif dan adaptif untuk pengguna dengan latar belakang berbeda ?	Menggunakan grafik interaktif dan responsif yang mudah dipahami semua pengguna.

Rumusan HMW menjadi landasan konseptual untuk tahap *ideate*, memastikan pengembangan gagasan desain *dashboard* berlandaskan kebutuhan pengguna aktual, bukan sekedar asumsi teknis sistem (Halim, 2023).

Ideate

Tahap *ideate* merupakan fase pengembangan gagasan berdasarkan temuan *empathize* dan *define* (Ismail, 2024). Eksplorasi ide dilakukan menggunakan metode *Crazy Eight* dalam menghasilkan delapan alternatif rancangan *layout dashboard* untuk menstimulasi kreativitas dan mengeliminasi stagnasi ideasi. Pembuatannya ditujukan untuk empat fitur *website*, namun untuk penelitian ini difokuskan pada halaman *dashboard* saja. Proses ini menghasilkan variasi konsep dengan perbedaan pada hierarki KPI, visualisasi data, dan komposisi komponen utama meliputi *summary cards*, *chart section*, dan *table view*. Pada tahapan ini, dilakukan juga penetapan *tone of voice* visual yang merepresentasikan karakter PT. XYZ. Hasil menunjukkan bahwa PT. XYZ memiliki gaya visual yang profesional, tegas, dan modern. Konsep terpilih dari *Crazy Eight* akan difinalisasi menjadi *wireframe* sebagai rancangan awal. Hasil *ideate* disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. *Crazy Eight Rancangan Dashboard One Direction.*

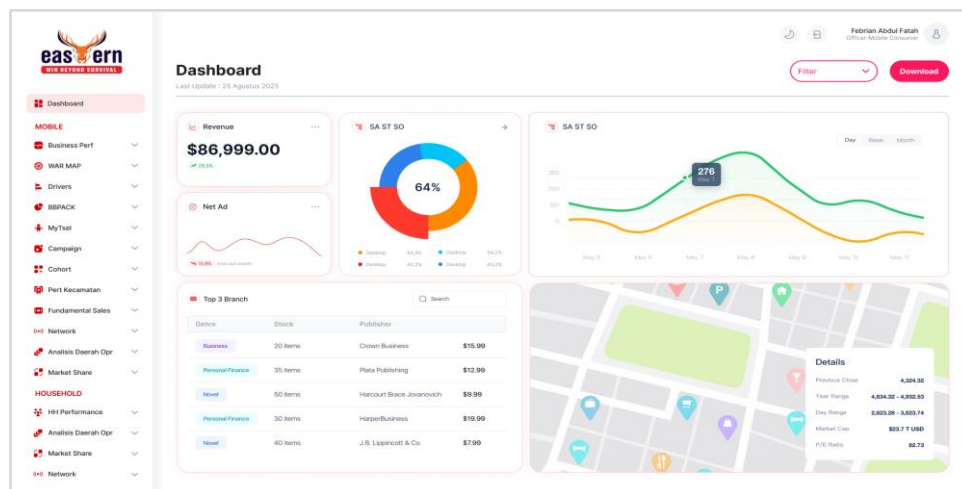
Prototype

Tahap *prototype* merealisasikan hasil ideasi ke dalam bentuk desain digital dengan tingkat fidelitas yang lebih tinggi (Effendy & Andayani, 2025). Proses ini dilakukan menggunakan perangkat Figma untuk menghasilkan *wireframe* dan *high-fidelity* yang merepresentasikan tampilan antarmuka akhir *dashboard*. *Wireframe* digunakan untuk menentukan alur navigasi dan hubungan antar elemen, sedangkan *high-fidelity* menggambarkan detail visual meliputi *brand guideline* PT. XYZ, penggunaan *font family* seragam, serta penerapan *tone of voice* yang telah dirancang sebelumnya (Musantono, Yulianto, Saputra, & Ningsih, 2025; Wiryandhani et al., 2023).



Gambar 4. Wireframe Dashboard One Direction.

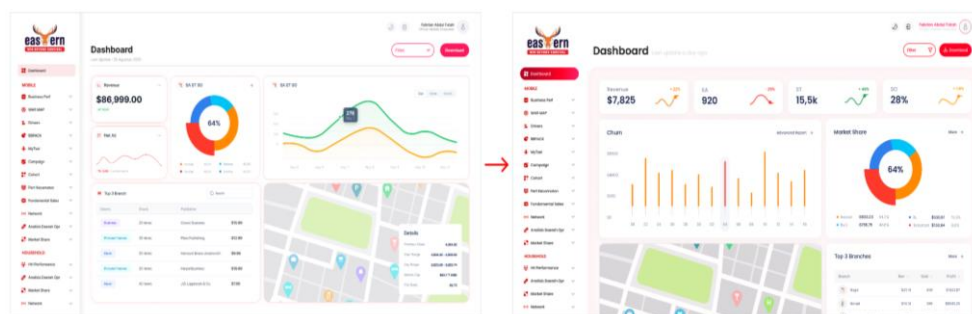
Rancangan akhir ini menghasilkan prototipe *dashboard* yang menampilkan informasi utama seperti *revenue*, *market share*, dan tren penjualan secara hierarkis dan mudah dipahami. Purwarupa pada Gambar 4 menjadi acuan visual untuk implementasi antarmuka pada tahap pengembangan berikutnya.



Gambar 5. High Fidelity Dashboard One Direction.

Test

Pelaksanaan *testing* melibatkan dua iterasi, yakni terhadap *stakeholder* yang menjadi *user persona* pada penelitian dan penyebaran kuesioner kepada karyawan aktif PT. XYZ yang aktif menggunakan *website Dashboard Monitoring Sales One Direction*. Pada iterasi pertama, *stakeholder* perusahaan menilai kesesuaian desain terhadap *brand identity* dan *tone of voice* PT. XYZ. Evaluasi menunjukkan komposisi warna dan tipografi telah selaras dengan *brand guideline*. *Feedback stakeholder* menghasilkan beberapa penyempurnaan *layout*, diantaranya ekspansi detail *KPI cards* (ST, SA, SO), perbaikan *hover state sidebar* untuk *feedback* interaksi, dan penambahan *card pink* pada *background* untuk *depth* visual. Perbandingan desain disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Evaluasi dan Perbaikan *Dashboard* melalui *Stakeholder*.

Iterasi kedua melibatkan pengguna akhir dari bagian *Business Growth Analysis* PT. XYZ untuk mengukur *usability dashboard* menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS). Pernyataan dalam kuesioner SUS disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Instrumen Pertanyaan SUS.

No.	Pernyataan	Skala
P1	Saya berpikir akan sering menggunakan dashboard ini	1-5
P2	Saya merasa dashboard ini terlalu rumit untuk digunakan	1-5
P3	Saya merasa dashboard ini mudah digunakan	1-5
P4	Saya membutuhkan bantuan teknis untuk dapat menggunakan dashboard ini	1-5
P5	Saya merasa fitur-fitur dalam dashboard ini terintegrasi dengan baik	1-5
P6	Saya merasa terdapat inkonsistensi dalam tampilan dashboard ini	1-5
P7	Saya merasa kebanyakan orang akan mudah mempelajari cara menggunakan dashboard ini dengan cepat	1-5
P8	Saya merasa dashboard ini membingungkan untuk digunakan	1-5
P9	Saya merasa percaya diri ketika menggunakan dashboard ini	1-5
P10	Saya perlu mempelajari banyak hal sebelum dapat menggunakan dashboard ini dengan baik	1-5

Hasil pengujian instrumen SUS diidentifikasi secara kuantitatif untuk mengukur efektivitas, efisiensi, dan kepuasan pengguna terhadap *dashboard* yang telah dirancang. Data hasil perhitungan skor SUS per-responden disajikan pada Tabel 4. Berdasarkan hasil pengujian SUS terhadap 19 responden, diperoleh skor rata-rata 80,92 yang termasuk kategori *Excellent* dengan Grade B. Skor ini melampaui *threshold acceptability* (68) sebesar 12,92 poin, mengindikasikan tingkat *usability* sangat baik dengan penerimaan pengguna yang tinggi. Analisis menunjukkan efektivitas tinggi pada kepercayaan diri penggunaan dan kemudahan pembelajaran, efisiensi optimal pada frekuensi penggunaan dan integrasi fitur, serta kepuasan pengguna. Hasil ini mengonfirmasi efektivitas metode *Design Thinking* dalam menghasilkan antarmuka *user-centered*.

Tabel 4. Hasil Pengujian SUS.

Nomor Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Nilai (Jumlah × 2.5)
1	5	1	5	4	5	1	4	1	5	2	82.5
2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	75
3	4	2	5	2	5	2	5	1	5	1	80
4	4	2	5	1	5	2	5	1	5	1	77.5
5	5	4	5	5	5	5	1	2	5	3	100
6	4	1	4	4	4	1	4	1	5	4	80
7	5	1	5	2	5	2	5	1	5	1	80
8	5	2	5	2	5	2	5	2	5	5	95
9	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5	105
10	3	1	5	4	4	4	4	2	4	4	87.5
11	5	1	4	1	4	1	5	1	5	1	70
12	5	1	4	2	4	2	5	1	4	1	72.5
13	5	1	5	1	5	1	5	1	5	2	77.5
14	5	1	5	1	5	2	5	1	5	1	77.5
15	4	2	5	1	4	3	4	1	5	1	75
16	5	1	5	1	5	2	4	1	5	1	75
17	5	1	5	2	5	1	5	2	5	1	80
18	5	2	5	1	4	1	5	1	5	1	75
19	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	72.5
Rata-rata											80.92

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Implementasi metode *Design Thinking* dalam perancangan UI/UX *Dashboard Monitoring Sales One Direction* pada PT. XYZ melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* berhasil menghasilkan antarmuka dengan tingkat *usability* sangat baik. Evaluasi menggunakan *System Usability Scale* (SUS) terhadap 19 responden menghasilkan skor rata-rata 80,92 dengan kategori *Excellent*, melampaui *threshold acceptability* sebesar 12,92 poin. Penelitian berkontribusi dalam mendemonstrasikan aplikasi *Design Thinking* pada *dashboard* penjualan dengan fokus konsistensi visual dan menghasilkan desain yang mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Keterbatasan penelitian meliputi jumlah responden terbatas dan orientasi pada perancangan tanpa implementasi teknis aktual. Rekomendasi untuk penelitian mendatang meliputi evaluasi dengan sampel lebih besar, implementasi pada sistem aktif dengan evaluasi *post-implementation* (setelah penerapan), serta studi *long-term usability* untuk perbaikan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Anugradia, N., Arsa, D., & Khaira, U. (2024). *Perancangan UI/UX Dashboard Reporting pada Portal Halal.go.id Menggunakan Metode Design Thinking*. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.22373/cj.v8i1.22948>
- Darmadi, D., Sanusi, S., & Haryati, N. (2024). Pemanfaatan IT pada Mata Kuliah Desain Thinking untuk Menghasilkan Media Pembelajaran yang Inovatif. *Computing and Education Technology Journal*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.20527/cetj.v4i1.12171>
- Edi, B. E. A., & Lutfan Lazuardi. (2022). *Pemanfaatan Digital Dashboard Rumah Sakit dalam Pengambilan Keputusan dan Penentuan Strategi di Rumah Sakit Anugerah Kota Pekalongan*. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan (The Indonesian Journal of Health Service Management)*, 25(02). <https://doi.org/10.22146/jmpk.v25i02.5034>
- Effendy, E., & Andayani, S. (2025). *Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan Dashboard Tes Bahasa Inggris di Lembaga Bahasa UKMC*. *Jurnal Elektro & Informatika Swadharma (JEIS)*, 5(2), 140–150. <https://doi.org/10.56486/jeis.vol5no2.850>
- Hafiz, M. S., & Widyani, W. (2025). *Elemen Visual dalam Perancangan Brand Identity Yumaka*. *Inside: Jurnal Desain Interior*, 3(2), 441–454.
- Halim, N. V. (2023). *Perancangan UI/UX Dashboard Monitoring Produktivitas Kerja Bagian Produksi Menggunakan Metode User-Centered Design (Studi Kasus: PT Yamaha Indonesia)* (Thesis). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

- Hermawan, A., & Sim, K. I. (2020). Business Intelligence Dashboard of Food Sales Based on Key Performance Indicator Case Study: XYZ Cinema. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer dan Sistem Informasi)*, 3(3), 122–128.
- Hidayat, M., & Sinaga, F. A. (2025). Implementasi Metode Design Thinking dalam Perancangan UI dan UX Sistem Manajemen Mutu. *Jsistek: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 3(2), 8–17. <https://doi.org/doi.org/10.37478/jsistek.v2i1.5844>
- Hizriansyah, H., Sanjaya, G. Y., Hariyanto, S., & Panggarjito, D. (2023). Perancangan Model Dashboard Untuk Pelaporan dan Visualisasi Data Kesehatan Sebagai Sistem Monitoring di Dinas Kesehatan Gunungkidul. *Journal of Information Systems for Public Health*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.22146/jisph.72268>
- Husna, N. N., & Juhana, A. (2024). Peran Elemen Visual dalam Upaya Meningkatkan Brand Identity Perusahaan: Tinjauan Literatur yang Sistematis. *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain*, 11(2), 129–141. <https://doi.org/doi.org/10.26858/tanra.v11i2.53906>
- Ismail, M. (2024). Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Aplikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Jakarta Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking (Skripsi). Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, Depok.
- Kesuma, D. P. (2021). Penggunaan Metode System Usability Scale Untuk Mengukur Aspek Usability Pada Media Pembelajaran Daring di Universitas XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 8(3), 1615–1626. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i3.1356>
- Khairunnisa, S. (2023). Analisis Peningkatan Efektivitas Pelayanan FTA Center Untuk Meningkatkan Ekspor. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(8), 2235–2255. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i8.439>
- Khoirullah, D., Sabrina, P. N., & Ashaury, H. (2025). Desain Dashboard Command Center Kabupaten Bandung Barat Menggunakan Metode Design Thinking. *METIK JURNAL*, 9(2), 468–482. <https://doi.org/doi.org/10.47002%25252Fmetik.v9i2.1115>
- Lantarsih, R., Mz, Y., & Suroño, U. B. (2025). Perancangan Dashboard Visualisasi Efektivitas Platform E-Commerce untuk Pemasaran Hasil Pertanian Petani Milenial Kabupaten Sleman. *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 14(2), 417–424. <https://doi.org/doi.org/10.30591/smartcomp.v13i1.4272>

- Limbor, E. G., Putri, T. A., Qadriah, S. A. R., & Beng, J. T. (2024). *Perancangan Dashboard Penjualan Pakaian di Toko Cleo dengan Power BI*. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 13(3), 2061–2069. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v13i3>
- Mahiroh, A. F., Tambak, E. E., Hasibuan, M. R., & Siahaan, A. S. (2023). *Analisis Teknologi Informasi Dalam Pengambilan Data Manajemen Bisnis*. *JAKBS: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 1(3), 410–414. Retrieved from <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/article/view/416>
- Masantono, A. E., Yulianto, R., Saputra, M. R. N., & Ningsih, P. W. P. (2025). *Strategi Transformasi Digital pada Perusahaan PT Lokabyte Digital Innovations Menggunakan Metode High Fidelity dan Prototype*. *JIKOM: Jurnal Informatika dan Komputer*, 15(1), 151–160. <https://doi.org/10.55794/jikom.v15i1.241>
- Novika, N., Putra, P. S., Zunaidi, R. A., Hidayati, S., Mardhiana, H., Chandra, H., & Nafis, A. A. (2024). *User Interface and User Experience Design for TUS Mart Sales Report Dashboard Using Design Thinking Method*. *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, 9(2), 587–599. <https://doi.org/10.35314/dc6gwz52>
- Prayoga, E., & Delima, R. (2022). *Perancangan dan Implementasi Dashboard Keuangan Persekutuan Joy Indonesia dengan Metode User Centered Design*. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 6(2), 95–102. <https://doi.org/10.21460/jutei.2022.62.210>
- Priyandari, Y., Setyoko, R. D., Pujiyanto, E., & Wicaksono, H. (2025). *Desain Dashboard untuk Penyajian Informasi Publik Rumah Sakit berbasis Indikator Kinerja dan Evaluasi Dashboard Menggunakan Short-User Experience Questionnaire*. *Techno.Com*, 24(2), 582–601. <https://doi.org/10.62411/tc.v24i2.12804>
- Putra, A. D., Setiawan, N. Y., & Wicaksono, S. A. (2025). *Pengembangan Business Intelligence Dashboard untuk Monitoring Key Performance Indicator Perusahaan di WWMusik Malang*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(2), 1–9.
- Ravelino, C., & Susetyo, Y. A. (2023). *Perancangan UI/UX untuk Aplikasi Bank Jago menggunakan Metode User Centered Design*. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 7(1), 121–129. <https://doi.org/10.35870/jtik.v7i1.697>
- Sa'adah, L., Muhimmah, I., & Fitriyati, Y. (2023). *Human Centered Design Dalam Perancangan Dashboard Ibu Hamil Di RS Universitas Islam Indonesia*. 10(1).

- Samantha, P. D., & Anggalih, N. N. (2024). *Perancangan Desain UI/UX Fitur Fun Aplikasi Berbagi Lokasi Secara Real-Time*. *Jurnal Desgrafia: Jurnal Desain Grafis Aplikatif*, 2(1), 50–60.
- Situmeang, A. M., Suhayati, M., & Sutara, B. (2025). *Development of User Interface and User Experience for the Spotless Dashboard Application Using the Design Thinking Method at PT. Generasi Anak Muda Berkarya*. *Jurnal Riset Teknik Informatika (JURETI)*, 1(3), 202–212. <https://doi.org/doi.org/10.25126/jtiik.201743299>
- Susanto, R. P. (2021). *Design Sprint dalam Kuliah: Eksplorasi Metode Pembelajaran Baru pada Mata Kuliah Design Thinking*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 21(1), 8–16. <https://doi.org/10.9744/nirmana.21.1.1-62>
- Susilawati Sugiana, N. S., & Musty, B. (2023). *Analisis Data Sistem Informasi Monitoring Marketing; Tools Pengambilan Keputusan Strategic*. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 12(2), 696. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v12i2.1240>
- Triananta, M. F. (2024). *Perancangan Desain UI/UX Website Management Project Dengan Metode Lean UX pada Perusahaan PT. Telkom Indonesia (Skripsi)*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Wiryandhani, F., Widodo, S., & Andrian, R. (2023). *Perancangan Purwarupa Dashboard Digital untuk Pengukuran Produktivitas Kerja dengan Metode Design Thinking*. *Jurnal Teknoinfo*, 17(1), 351. <https://doi.org/10.33365/jti.v17i1.2074>
- Wiwesa, N. R. (2021). *User Interface dan User Experience untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31. Retrieved from scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol3/iss2/2