



## Evaluasi dan Pengembangan UI/UX Sistem Penjualan PT. Terra Drone Indonesia Menggunakan Pendekatan design Thinking

Marbun Benni Sitorus<sup>1</sup>, Syarif Hidayatulloh<sup>2</sup>

Universitas Nusa Mandiri

Jl. Raya Jatiwaringin No.2, RT.8/RW.13, Cipinang Melayu, Kec. Makasar,

Kota Jakarta Timur, Jakarta 13620

[marbunbenni1@gmail.com](mailto:marbunbenni1@gmail.com)<sup>1</sup>, [syarif.sfl@nusamandiri.ac.id](mailto:syarif.sfl@nusamandiri.ac.id)<sup>2</sup>

---

### Abstract

The sales website of PT. Terra Drone Indonesia, namely Terra Store, was previously relatively simple and functioned only as a promotional medium and product catalog. Therefore, it had not yet provided a significant impact on the direct drone sales process. This study aims to redesign the UI/UX of the Terra Store website to meet user needs and improve user experience through the application of the design thinking method. The method applied consists of the empathize, define, ideate, prototype, and test stages to identify user needs and produce appropriate solutions, including the addition of negotiation, transaction and payment, and live chat features. The evaluation of the redesigned website UI/UX was conducted using the System Usability Scale (SUS) method, involving 34 respondents consisting of 26 customers and 8 sales staff as the primary users. The test results show a significant improvement, from an average SUS score of 51.22 categorized as Poor before the redesign to 80.22 categorized as Good after the redesign, representing an increase of 28.92 points. The results indicate that the implemented redesign successfully improved user experience and fulfilled user needs. Therefore, the application of the Terra Store website redesign in future development is expected to contribute positively to increasing sales at PT. Terra Drone Indonesia.

**Keywords:** terra store, UI/UX, design thinking, system usability scale

### Abstrak

Website penjualan milik PT. Terra Drone Indonesia yaitu Terra Store, sebelumnya masih sederhana dan hanya berfungsi sebagai media promosi serta katalog produk, sehingga belum memberikan dampak yang signifikan terhadap proses penjualan drone secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang desain UI/UX website Terra Store agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna serta meningkatkan pengalaman pengguna melalui menerapkan metode design thinking. Metode yang digunakan meliputi tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test untuk menggali kebutuhan pengguna dan menghasilkan solusi yang sesuai, termasuk penambahan fitur negosiasi, transaksi dan pembayaran, serta live chat. Evaluasi desain ulang UI/UX website dilakukan menggunakan metode System Usability Scale (SUS) dengan melibatkan 34 responden yang terdiri dari 26 orang pelanggan dan 8 staf penjualan sebagai pengguna utama. Hasil pengujian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, dari nilai rata-rata 51,25 dengan kategori Poor sebelum redesign menjadi 80,22 dengan kategori Good setelah redesign, dengan peningkatan sebesar 28,97. Hasil ini menunjukkan bahwa desain ulang yang dilakukan berhasil meningkatkan pengalaman pengguna serta memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan demikian, penerapan hasil redesign website Terra Store pada pengembangan selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan PT. Terra Drone Indonesia

Kata kunci: Terra Store, UI/UX, Design Thinking, System Usability Scale

(\*) Corresponding Author: [marbunbenni1@gmail.com](mailto:marbunbenni1@gmail.com)

---





## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, khususnya dalam bidang *Unmanned Aerial Vehicle* (UAV) atau drone, mengalami peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Drone telah dimanfaatkan secara luas di berbagai sektor, seperti pertanian, konstruksi, pertambangan, serta industri minyak dan gas. Pemanfaatan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja, tetapi juga memberikan akurasi data yang lebih tinggi dibandingkan metode konvensional (Fahrudin & Mujiburohman, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa teknologi drone memiliki peran strategis dalam mendukung berbagai aktivitas industri modern.

Seiring dengan perkembangan tersebut, perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan drone, seperti PT. Terra Drone Indonesia, mulai memanfaatkan teknologi informasi berupa website sebagai media promosi dan penjualan produk. Website berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi sekaligus sebagai platform interaksi antara perusahaan dan pelanggan. Namun, efektivitas website sebagai media penjualan sangat bergantung pada kualitas sistem informasi yang digunakan, termasuk tampilan antarmuka dan pengalaman pengguna yang dihasilkan (Adriyendi, n.d.).

Sistem informasi penjualan merupakan bagian penting dalam mendukung proses bisnis perusahaan, karena berfungsi untuk mengelola seluruh aktivitas transaksi mulai dari pemesanan hingga pembayaran (Fatawa Imam Al Muftin & Hidayat, 2024). Oleh karena itu, sistem yang digunakan harus mampu memberikan kemudahan, kecepatan, serta kenyamanan bagi pengguna. Dalam konteks ini, website tidak hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sistem yang harus mampu mengakomodasi kebutuhan pengguna secara menyeluruh.

Namun, berdasarkan hasil observasi terhadap website Terra Store milik PT. Terra Drone Indonesia, ditemukan beberapa permasalahan yang menghambat efektivitas penggunaannya. Website tersebut masih bersifat sederhana dan hanya berfungsi sebagai katalog produk, tanpa adanya fitur transaksi langsung. Selain itu, tampilan antarmuka yang kurang konsisten serta navigasi yang belum optimal menyebabkan pengguna mengalami kesulitan dalam mencari informasi dan melakukan interaksi dengan sistem. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem belum sepenuhnya berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Dalam pengembangan sistem berbasis website, aspek *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu sistem. UI berfokus pada tampilan visual yang memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem, sedangkan UX mencakup keseluruhan pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem tersebut (Chairunnisa, 2024). Dengan demikian, perancangan UI/UX yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengguna serta efektivitas sistem secara keseluruhan.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam perancangan UI/UX adalah metode *design thinking*, yaitu pendekatan yang berorientasi pada pengguna dengan melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Metode ini memungkinkan perancang untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam serta menghasilkan solusi yang inovatif dan relevan (Remon, 2025). Selain itu, untuk mengukur tingkat keberhasilan desain yang dihasilkan, digunakan metode *System Usability Scale* (SUS) yang telah terbukti efektif dalam mengevaluasi tingkat kegunaan suatu sistem (Bangor et al., dalam referensi penelitian).

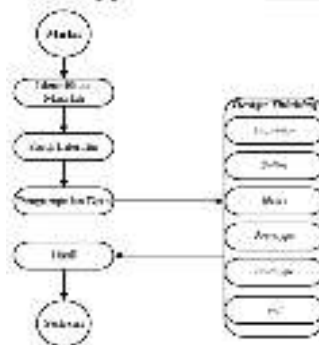
Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi dan perancangan ulang UI/UX website Terra Store menggunakan pendekatan *design thinking*, serta mengukur tingkat usability menggunakan metode SUS. Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna serta mendukung optimalisasi sistem penjualan berbasis website pada PT. Terra Drone Indonesia.



## METODOLOGI PENELITIAN

Pada Penelitian ini Tahapan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam perancangan ulang desain UI/UX *website* Terra Store, yaitu *website* penjualan drone pada PT. Terra Drone Indonesia dengan menggunakan metode *design thinking*. Metode *Design thinking* merupakan metode pendekatan yang dilakukan guna memahami masalah serta kebutuhan pengguna, metode ini juga membantu menyelesaikan masalah, serta memberikan solusi[5].

Metode ini adalah rangkaian proses yang jelas dan sederhana. Pada tahap metode *design thinking* ini, merupakan proses yang berulang dalam memahami kebutuhan pengguna, menemukan masalah, mendefinisikan kembali permasalahan, serta menemukan solusi. Berikut ini adalah gambar tahapan penelitian menggunakan metode *design thinking*.



**Gambar 1.** Tahapan Penelitian

Penelitian ini diawali dengan proses identifikasi masalah pada *website* Terra Store sebagai tahap awal dalam perancangan ulang sistem. Berdasarkan hasil observasi dan analisis terhadap pengguna, diketahui bahwa tampilan antarmuka *website* masih terkesan monoton, kurang interaktif, serta belum mampu menarik secara visual. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya minat pengguna dalam melakukan transaksi melalui *website*. Selain itu, belum diterapkannya pendekatan desain yang berpusat pada pengguna menyebabkan sistem belum mampu memenuhi kebutuhan fungsional maupun preferensi estetika pengguna. Oleh karena itu, identifikasi masalah difokuskan pada perumusan permasalahan utama sebagai dasar dalam pengembangan desain UI/UX yang lebih optimal.

Untuk mendukung proses penelitian, dilakukan tinjauan pustaka sebagai landasan teoritis. Kajian literatur mencakup konsep *User Interface* (UI), *User Experience* (UX), metode *design thinking*, serta penelitian terdahulu yang relevan dalam perancangan sistem penjualan berbasis *website*. Selain itu, peneliti juga mengkaji berbagai praktik pada *website e-commerce* yang telah berkembang di masyarakat, serta referensi ilmiah lain yang menggunakan pendekatan serupa. Tinjauan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dalam menerapkan metode *design thinking* secara efektif dalam pengembangan UI/UX.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelanggan serta tim penjualan, yang didukung dengan observasi langsung terhadap penggunaan *website* Terra Store. Sementara itu, data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form kepada pengguna aktif *website*. Data yang dikumpulkan mencakup aspek tampilan visual, kemudahan penggunaan, serta navigasi sistem, yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam memahami kebutuhan pengguna pada tahap awal perancangan.



Proses perancangan ulang UI/UX website dilakukan menggunakan metode *design thinking* yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap *empathize* digunakan untuk memahami kebutuhan pengguna, tahap *define* untuk merumuskan permasalahan utama, tahap *ideate* untuk menghasilkan solusi desain, tahap *prototype* untuk membuat rancangan awal sistem, serta tahap *test* untuk menguji desain yang telah dikembangkan. Pendekatan ini memungkinkan proses perancangan dilakukan secara sistematis dan berorientasi pada pengguna sehingga menghasilkan solusi yang lebih relevan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner yang melibatkan pengguna langsung website Terra Store. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur terkait desain UI/UX, metode *design thinking*, ulasan pengguna terhadap sistem serupa, serta referensi desain dari platform *e-commerce* lainnya. Penggunaan kedua jenis data ini bertujuan untuk memperkuat analisis kebutuhan pengguna serta mendukung proses perancangan sistem secara lebih menyeluruh.

Pengujian dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur tingkat kegunaan (*usability*) website sebelum dan sesudah dilakukan perancangan ulang. Metode ini merupakan instrumen evaluasi yang digunakan untuk menilai tingkat penerimaan pengguna terhadap suatu sistem berdasarkan pengalaman penggunaan. Pengujian dilakukan dalam dua tahap, yaitu sebelum desain ulang dan setelah pengembangan prototipe berbasis *design thinking*. Instrumen SUS terdiri dari 10 pernyataan yang dinilai menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Interpretasi hasil pengujian SUS mengacu pada metode yang dikembangkan oleh Bangor, Kortum, dan Miller, serta disempurnakan oleh Lewis dan Sauro. Penilaian dilakukan berdasarkan tiga komponen utama, yaitu *acceptability ranges* untuk menentukan tingkat penerimaan sistem, *grade scale* untuk mengklasifikasikan kualitas sistem dalam skala A hingga F, serta *adjective rating* untuk menggambarkan persepsi pengguna terhadap kualitas sistem, seperti *poor*, *good*, atau *excellent*. Dengan pendekatan ini, hasil evaluasi tidak hanya memberikan nilai kuantitatif, tetapi juga gambaran kualitatif mengenai tingkat keberhasilan desain UI/UX yang dihasilkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi awal website Terra Store masih memiliki keterbatasan dalam mendukung aktivitas penjualan secara optimal. Website hanya berfungsi sebagai media informasi dan katalog produk tanpa adanya fitur transaksi langsung. Hal ini berdampak pada rendahnya efektivitas sistem dalam memenuhi kebutuhan pengguna, khususnya dalam proses pembelian dan komunikasi dengan pihak penjual, sehingga pengalaman pengguna menjadi kurang optimal.

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna, ditemukan bahwa pengguna menginginkan sistem yang lebih interaktif, informatif, serta mampu memfasilitasi transaksi secara langsung. Permasalahan utama terletak pada navigasi yang kurang intuitif, informasi produk yang belum lengkap, serta tidak tersedianya fitur negosiasi dan komunikasi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara sistem yang tersedia dengan ekspektasi pengguna, sehingga diperlukan pendekatan desain yang lebih berorientasi pada pengguna (*user-centered design*).





Melalui pendekatan *design thinking*, proses perancangan ulang dilakukan secara sistematis dengan berfokus pada kebutuhan pengguna. Tahapan *empathize* dan *define* menghasilkan pemahaman mendalam mengenai permasalahan utama, sedangkan tahap *ideate* menghasilkan berbagai solusi inovatif seperti penambahan fitur transaksi, *live chat*, serta penyempurnaan struktur navigasi. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menghasilkan solusi yang relevan dan berbasis kebutuhan nyata pengguna.

Sebelum dilakukan *redesign*, *website* Terra Store masih tergolong sederhana dan belum mampu mendukung proses bisnis secara menyeluruh. Bapak Adi Poetra menyatakan bahwa *website* sebelumnya hanya berupa tampilan produk-produk yang dijual perusahaan tanpa mendukung proses pembelian dan negosiasi secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi *website* masih terbatas sebagai media promosi, belum sebagai sistem penjualan yang terintegrasi.

Perbandingan tampilan sebelum dan sesudah *redesign* menunjukkan perubahan yang signifikan, baik dari sisi visual maupun fungsionalitas. Pada kondisi awal, desain *website* didominasi warna sederhana dengan struktur yang kurang menarik, sedangkan setelah *redesign*, tampilan menjadi lebih modern, konsisten, dan memiliki hierarki visual yang jelas. Hal ini memberikan dampak positif terhadap kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi. Selain itu, perbandingan fitur menunjukkan adanya peningkatan yang sangat signifikan. *Website* yang sebelumnya hanya menyediakan fitur pendaftaran pengguna kini telah berkembang dengan adanya fitur pengaturan profil, negosiasi, transaksi, serta komunikasi langsung melalui *live chat*. Perubahan ini menunjukkan bahwa sistem telah bertransformasi menjadi platform e-commerce yang lebih kompleks dan fungsional.

Dari sisi konten, *website* yang sebelumnya hanya menampilkan informasi produk dan blog perusahaan kini telah dilengkapi dengan berbagai halaman penting seperti landing page interaktif, dashboard pengguna, serta sistem transaksi yang terintegrasi. Deskripsi produk juga mengalami peningkatan dengan penyajian informasi yang lebih lengkap, sehingga membantu pengguna dalam mengambil keputusan pembelian.

Pengembangan sistem pembayaran juga menjadi salah satu aspek penting dalam *redesign* ini. Sebelumnya, *website* tidak menyediakan fitur pembayaran, sehingga proses transaksi tidak dapat dilakukan secara langsung. Setelah *redesign*, sistem pembayaran telah diintegrasikan dengan berbagai metode pembayaran serta dukungan voucher, yang memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi pengguna dalam melakukan transaksi.

Dari segi kegunaan (*usability*), perubahan yang dilakukan memberikan dampak yang signifikan terhadap pengalaman pengguna. *Website* yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai media informasi kini mampu memfasilitasi seluruh proses pembelian, mulai dari pencarian produk, negosiasi, hingga pembayaran. Hal ini menunjukkan peningkatan nilai guna sistem secara keseluruhan. Evaluasi *usability* menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Nilai rata-rata sebelum *redesign* sebesar 51,25 berada pada kategori “Poor”, sedangkan setelah *redesign* meningkat menjadi 80,22 yang termasuk dalam kategori





“Good”. Peningkatan sebesar 28,97 poin ini menunjukkan adanya perbaikan yang nyata dalam kualitas sistem.

Selain itu, skor SUS sebesar 80,22 juga berada dalam rentang “Acceptable” dengan *grade B*, serta memperoleh penilaian “Good” pada *adjective rating*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem telah memenuhi standar usability yang baik dan dapat diterima oleh pengguna. Peningkatan ini tidak terlepas dari perbaikan navigasi, konsistensi desain, serta penambahan fitur yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan *design thinking* dalam perancangan UI/UX mampu meningkatkan kualitas interaksi antara pengguna dan sistem. Pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan fitur, kejelasan alur navigasi, serta peningkatan efisiensi dalam melakukan aktivitas pada website. Hal ini sejalan dengan tujuan utama UI/UX, yaitu menciptakan pengalaman pengguna yang efektif, efisien, dan memuaskan.

Dengan demikian, *redesign website* Terra Store tidak hanya meningkatkan aspek visual, tetapi juga meningkatkan performa sistem secara keseluruhan. Transformasi dari website informatif menjadi platform penjualan yang terintegrasi menunjukkan bahwa pendekatan berbasis pengguna mampu memberikan dampak signifikan terhadap kualitas sistem dan potensi peningkatan kinerja bisnis perusahaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan ulang UI/UX website Terra Store menggunakan metode *design thinking* melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, serta evaluasi menggunakan *System Usability Scale* (SUS), dapat disimpulkan bahwa website Terra Store yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai media promosi telah berhasil dikembangkan menjadi platform penjualan yang lebih interaktif dan fungsional. Penambahan berbagai fitur seperti landing page interaktif, dashboard pengguna, sistem transaksi dan pembayaran, fitur negosiasi, serta *live chat* menunjukkan adanya transformasi sistem dari sekadar katalog produk menjadi sistem penjualan yang terintegrasi dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Hasil pengujian usability menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, dengan skor SUS sebelum *redesign* sebesar 51,25 yang berada pada kategori *Poor* (skala D), meningkat menjadi 80,22 pada kategori *Good* (skala B) setelah *redesign*, dengan selisih peningkatan sebesar 28,97 poin. Peningkatan ini menunjukkan adanya perbaikan yang nyata pada aspek *user experience* (UX), baik dari sisi kemudahan penggunaan, efisiensi interaksi, maupun kepuasan pengguna terhadap tampilan dan fitur sistem.

Keberhasilan *redesign* ini menunjukkan bahwa penerapan metode *design thinking* yang berfokus pada kebutuhan pengguna mampu menghasilkan solusi desain yang lebih relevan, efektif, dan adaptif terhadap kebutuhan sistem penjualan berbasis website. Selain itu, integrasi fitur-fitur baru seperti negosiasi, transaksi, dan komunikasi langsung dengan sales memberikan nilai tambah yang signifikan dalam meningkatkan pengalaman pengguna serta mendukung proses bisnis perusahaan.





Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada jumlah responden yang hanya melibatkan 34 orang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih banyak dan beragam agar hasil evaluasi usability menjadi lebih representatif. Selain itu, penggunaan metode evaluasi lain seperti *User Experience Questionnaire* (UEQ), *heuristic evaluation*, maupun *task-based testing* dapat dipertimbangkan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengalaman pengguna.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan secara langsung dalam pengembangan website Terra Store secara menyeluruh. Penerapan prototipe yang telah dirancang diharapkan mampu meningkatkan efektivitas sistem penjualan, memperbaiki pengalaman pengguna, serta meningkatkan minat pembelian pelanggan. Dengan demikian, website Terra Store berpotensi berkembang menjadi platform penjualan drone yang *user-friendly*, efisien, dan mampu memberikan kontribusi positif terhadap kinerja bisnis PT. Terra Drone Indonesia serta perkembangan teknologi berbasis digital di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriyendi. (2018). *Teori sistem informasi*. Sleman: Deepublish.
- Aldi, A., Mufidah, A. H., & Sanjaya, C. B. (2024). Perancangan UI/UX aplikasi pemesanan paket wisata menggunakan metode design thinking. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3), 4045–4053. <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3>
- Bangor, A., Kortum, P., & Miller, J. (2009). Determining what individual SUS scores mean: Adding an adjective rating scale. *Journal of Usability Studies*, 4(3), 114–123.
- Brooke, J. (1996). SUS: A “quick and dirty” usability scale. In P. W. Jordan, B. Thomas, B. A. Weerdmeester, & I. L. McClelland (Eds.), *Usability evaluation in industry* (pp. 189–194). London: Taylor & Francis.
- Chairunnisa, A. A. (2024). Perancangan desain UI/UX sistem e-learning menggunakan metode design thinking. *Jurnal Pendidikan Sistem dan Teknologi Informasi*, 6(1), 1–10.
- Fahrudin, M. F., & Mujiburohman, D. A. (2024). Pemanfaatan teknologi unmanned aerial vehicle (UAV) dalam peningkatan kualitas data spasial pertanian. *Kadaster: Jurnal Informasi Teknologi*, 2(1), 35–49. <https://doi.org/10.31292/kadaster.v2i1.29>
- Muddin, I. R., & Muryanto, S. (2021). Pemanfaatan media website sebagai promosi penjualan alat pancing di masa pandemi. *Senyum Boyolali*, 2(1), 26–32. <https://doi.org/10.36596/sb.v2i1.530>
- Novianti, D. (2024). Redesign user interface website menggunakan metode design thinking dan system usability scale (SUS). *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4300>
- Remon. (2022). *Design thinking: The complete guide*. <https://www.remon.design/design-thinking-guide/>
- Salsabila, H., Natasia, R., Ihsan, M., Putera, A., Sena, R., & Soffa, N. (2024). Redesign UI/UX website menggunakan metode design thinking. *Equiva Journal of Mathematics and Information Technology*, 2(1).





**Evaluasi dan Pengembangan UI/UX Sistem Penjualan PT. Terra Drone Indonesia Menggunakan Pendekatan design Thinking**

Marbun Benni Sitorus<sup>1</sup>, Syarif Hidayatulloh<sup>2</sup>

<https://doi.org/10.37010/nuc.v7i1.2244>

Sutrisno, S., Nuryadin, A., & Ridlo, M. D. A. (2025). Perancangan desain user interface dan user experience website multi-platform menggunakan metode design thinking. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(4), 6192–6203.

Terra Drone Indonesia. (2025). *Terra Store*. <https://store.terra-drone.co.id/>

