

ABSTRAK

Situs web telah menjadi alat utama dalam strategi pemasaran perusahaan, memungkinkan bisnis menampilkan informasi produk, portofolio, pengalaman pelanggan, dan promosi terbaru. Namun, persaingan digital semakin ketat. PT. Dok dan Perkapalan Air Kantung (PT DAK), perusahaan perkapalan, menggunakan situs web untuk menginformasikan produk kapal baru dan jasa perbaikan kapal, tetapi menghadapi masalah rendahnya kunjungan web pada tahun 2019. Penelitian ini mengkaji masalah situs web PT DAK dengan pendekatan design thinking untuk meningkatkan daya tarik pengunjung. Design thinking dipilih karena menghasilkan solusi yang nyaman dan informatif bagi pengguna. Studi oleh Shirvanadi (2021) menjadi acuan, yang menunjukkan bahwa desain ulang UI/UX dengan metode ini memudahkan pengguna memahami navigasi dan menjalankan tugas dengan lebih efektif. Pada rancangan UI/UX situs web PT DAK, elemen desain di setiap halaman beranda diterapkan dengan warna konsisten, header mencakup logo, navigasi berisi beranda, koleksi, tentang kami, layanan, serta fitur wishlist, keranjang, pencarian, dan customer support. Dari tanggapan tiga narasumber, prototype website dinilai baik dalam tampilan visual, penggunaan 3D modeling, dan konten informatif.

Kata Kunci: UI/UX, website, informasi produk, *design thinking*.