

PERANCANGAN PENJUALAN ONLINE AQIQAH DAN QURBAN BERBASIS WEB MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Muhammad Alvarel Diyandra Alfaya^{1*}, Zulhalim², Balthasar Lumbantobing³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta, Jakarta

^{1*}22560012@stmik.jayakarta.ac.id, ²zulhalim@stmik.jayakarta.ac.id,

³balthasar_lumbantobing@stmik.jayakarta.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46880/mtk.v12i2.5711>

ABSTRACT

Advances in information technology have encouraged businesses to utilize digital media to support marketing and sales activities, including those in the aqiqah and qurban sector. This study aims to design a web-based online sales system for Kambing Bang Muksin, located in East Jakarta, to improve promotional effectiveness and facilitate information delivery to customers. The research employed the Design Thinking method, which consists of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. Data were collected through observation, interviews with the business owner and five customers, literature review, and documentation to identify user requirements and problems encountered in the existing sales process. A website prototype was developed using HTML and CSS, featuring product catalogs, service information, and customer reviews. The prototype testing stage involved one business owner and five customers to evaluate usability, interface appearance, and feature suitability according to user needs. The test results showed that five out of six respondents (83.3%) considered the system very easy to use, while one respondent (16.7%) considered it easy to use. Furthermore, all respondents (100%) stated that the product information and available features met their needs. The results indicate that the developed website provides clearer product information, facilitates data management, expands promotional reach, and supports the digitalization process of Kambing Bang Muksin's business more effectively.

Keywords: *Aqiqah, Design Thinking, Penjualan Online, Website*

I. PENDAHULUAN

Kambing Bang Muksin merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan hewan aqiqah dan qurban yang berlokasi di Jalan Kayumanis Barat 1 No. 1B, Jakarta Timur. Dalam menjalankan usahanya, proses promosi masih dilakukan secara konvensional, yaitu mengandalkan pelanggan yang datang langsung ke lokasi serta rekomendasi dari mulut ke mulut. Selain itu, komunikasi dengan calon pelanggan sebagian besar dilakukan melalui aplikasi WhatsApp, sehingga penyebaran informasi produk masih terbatas dan belum mampu menjangkau masyarakat secara luas. Kondisi tersebut menyebabkan Kambing Bang Muksin mengalami kesulitan dalam bersaing dengan pelaku usaha sejenis yang telah memanfaatkan website sebagai media promosi dan pemasaran.

Permasalahan lainnya adalah proses pencatatan transaksi dan data penjualan yang masih dilakukan secara manual menggunakan bon dan buku catatan. Cara tersebut berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan, kehilangan data, serta menyulitkan pemilik usaha dalam melakukan pengelolaan dan pemantauan aktivitas penjualan. Selain itu, pelanggan juga mengalami keterbatasan dalam memperoleh informasi mengenai jenis kambing, harga, dan layanan yang tersedia karena informasi hanya dapat diperoleh melalui komunikasi langsung dengan pemilik usaha. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sistem penjualan online berbasis web yang dapat membantu meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung pengelolaan data usaha secara lebih terstruktur dan efisien.

Design Thinking merupakan salah satu metode pengembangan sistem yang berorientasi pada pengguna

(user-centered). Metode Design Thinking menekankan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan permasalahan pengguna melalui tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test[1]. Idul Adha merupakan perayaan keagamaan bagi umat Islam, pada saat idul adha umat Islam memotong hewan ternak seperti kambing, sapi dan domba untuk berqurban sebagai wujud syukur manusia kepada Tuhan. Sedangkan Aqiqah dalam hukum islam bagi kelahiran anak laki-laki diwajibkan memotong dua hewan kambing, sedangkan untuk anak kelahiran anak perempuan satu hewan kambing, daging aqiqah tersebut di berikan kepada fakir miskin dan anak yatim[2].

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Research and Development (R&D) dengan pendekatan pengembangan menggunakan metode design thinking. Metode ini digunakan MIND – 131 Ashza Nur Siam dan Ahmad Fauzi karena merupakan pendekatan yang mana dalam sebuah masalah akan memberikan ide maupun solusi Metode ini diketahui sebagai proses berpikir komprehensif yang berfokus pada penciptaan solusi yang diawali dari empati pada kebutuhan tertentu, pada awalnya metode ini memiliki 3 tahapan yakni inspiration ialah kebutuhan atau masalah yang menjadi motivasi dalam pencarian solusi dan pembuatan inovasi, ideation ialah proses menghasilkan, pengembangan dan pengujian gagasan, dan implementation ialah final dari penerapan pada pengguna[3]. Selain itu, sebagian besar penelitian lebih menitikberatkan pada pengembangan sistem e-commerce secara umum, namun kurang menekankan pendekatan desain yang secara langsung melibatkan pengguna dalam perancangan sistem. Hal ini menimbulkan celah riset yang penting, yakni bagaimana membangun sistem penjualan berbasis web yang benar-



benar sesuai dengan kebutuhan konsumen dan pemilik usaha melalui pendekatan Design Thinking.[4] Berkembang pesatnya teknologi membuat munculnya salah satu ide penjualan dengan cara online yang sangat berguna pada saat ini, penjualan secara online sangat memudahkan bagi semua orang. Dengan adanya penjualan online berbasis website dapat digunakan sebagai sarana penjualan dan profil dari perusahaan yang bisa meningkatkan penjualan pada perusahaan dengan memanfaatkan fasilitas internet. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka untuk mengumpulkan data dan menemukan permasalahan yang ada didalam perusahaan yang bergerak di bidang manufakturing, dimana kegiatan perusahaan ini membuat produk mainan kemudian dijual kembali.

Setelah diamati salah satu permasalahan yang ada yaitu sulit terjualnya barang ke semua orang di berbagai daerah. Dari permasalahan yang ditemukan, penulis membuat website marketplace menggunakan metode design thinking untuk membantu penjualan mainan secara online. Dengan adanya website ini, penjualan mainan dapat tersebar luas dan semua orang mengetahuinya sehingga dapat meningkatkan penjualan.[5].menerapkan metode Design Thinking dalam perancangan antarmuka pengguna untuk aplikasi e-marketplace di sektor pertanian. Metode *Design Thinking* digunakan untuk merancang desain antarmuka yang memenuhi kebutuhan dasar pengguna, termasuk tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Hasil dari pengujian menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi, dengan penilaian yang berada di atas "Good" dan di bawah "Excellent".[6] Design thinking, menawarkan solusi yang relevan. Metode ini berpusat pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan permasalahan pengguna, dengan melalui lima tahapan utama: empati, definisi masalah, ideasi, prototipe, dan pengujian. Pendekatan ini tidak hanya memastikan desain yang responsif terhadap kebutuhan pengguna tetapi juga memungkinkan iterasi untuk terus memperbaiki solusi yang dihasilkan[7]

Berdasarkan berbagai permasalahan yang dihadapi, seperti masih terbatasnya media promosi, pencatatan transaksi yang dilakukan secara manual, serta belum luasnya jangkauan pemasaran kepada pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem penjualan online aqiqah dan qurban berbasis web pada Kambing Bang Muksin dengan menggunakan metode Design Thinking. Melalui pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan pengguna, sistem yang dikembangkan diharapkan dapat menjadi media promosi yang lebih efektif, mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi produk dan layanan, serta membantu pemilik usaha dalam mengelola data penjualan secara lebih terstruktur, akurat, dan efisien. Selain itu, penerapan sistem berbasis web ini diharapkan dapat mendukung proses digitalisasi usaha, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta memperkuat daya saing Kambing Bang Muksin di tengah perkembangan bisnis yang semakin memanfaatkan teknologi informasi.

II. METODE

Penelitian ini dilakukan pada usaha Kambing Bang Muksin

yang berlokasi di Jalan Kayumanis Barat 1 No. 1B, Jakarta Timur. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Design Thinking sebagai metode perancangan sistem. Metode ini dipilih karena berfokus pada kebutuhan pengguna dalam menghasilkan solusi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi pelaku usaha. Tahapan Design Thinking terdiri dari Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.

A. Teknik Pengumpulan Data

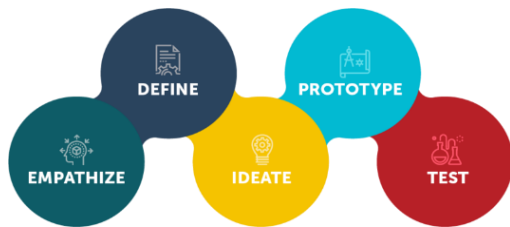
Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik berikut:

- Observasi langsung terhadap aktivitas penjualan di Kambing Bang Muksin selama 2 minggu. Bersama pemilik yang bernama Pak Muslimin.
- Wawancara kepada pemilik usaha dan 5 pelanggan untuk mengetahui kebutuhan pengguna untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan sistem dan kendala yang dihadapi dalam proses penjualan.
- Studi Pustaka referensi dilakukan melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sistem informasi penjualan online dan metode Design Thinking.
- Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto produk kambing, daftar harga, serta catatan transaksi penjualan yang masih menggunakan bon sebagai bukti transaksi. Data dokumentasi tersebut digunakan untuk mendukung proses analisis kebutuhan sistem dan memperoleh gambaran mengenai proses bisnis yang berjalan pada Kambing Bang Muksin.

B. Tahapan Design Thinking

- Empathize, Tahap memahami kebutuhan pengguna melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada proses penjualan dan promosi usaha.
- Define, Tahap identifikasi dan perumusan masalah berdasarkan hasil pengumpulan data sehingga diperoleh kebutuhan sistem yang akan dikembangkan.
- Ideate, Tahap menghasilkan ide dan solusi berupa rancangan sistem penjualan online berbasis web yang dapat membantu promosi dan penyampaian informasi produk kepada pelanggan.
- Prototype, Tahap pembuatan rancangan antarmuka website menggunakan HTML dan CSS yang menampilkan katalog produk, informasi layanan, dan kontak pemesanan.
- Test, Tahap pengujian dilakukan terhadap prototype yang telah dibuat dengan melibatkan satu pemilik usaha dan lima pelanggan sebagai responden. Pengujian dilakukan untuk mengevaluasi kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, serta kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna. Hasil pengujian menunjukkan bahwa lima dari enam responden (83,3%) menyatakan sistem sangat mudah digunakan, sedangkan satu responden (16,7%) menyatakan mudah digunakan. Seluruh responden (100%) menyatakan bahwa informasi produk dan fitur yang tersedia telah sesuai dengan kebutuhan mereka. Hasil tersebut menunjukkan bahwa website yang dirancang dapat diterima dengan baik oleh pengguna dan mendukung peningkatan layanan penjualan secara digital.





Gambar 1. Diagram Tahapan Metode Design Thinking

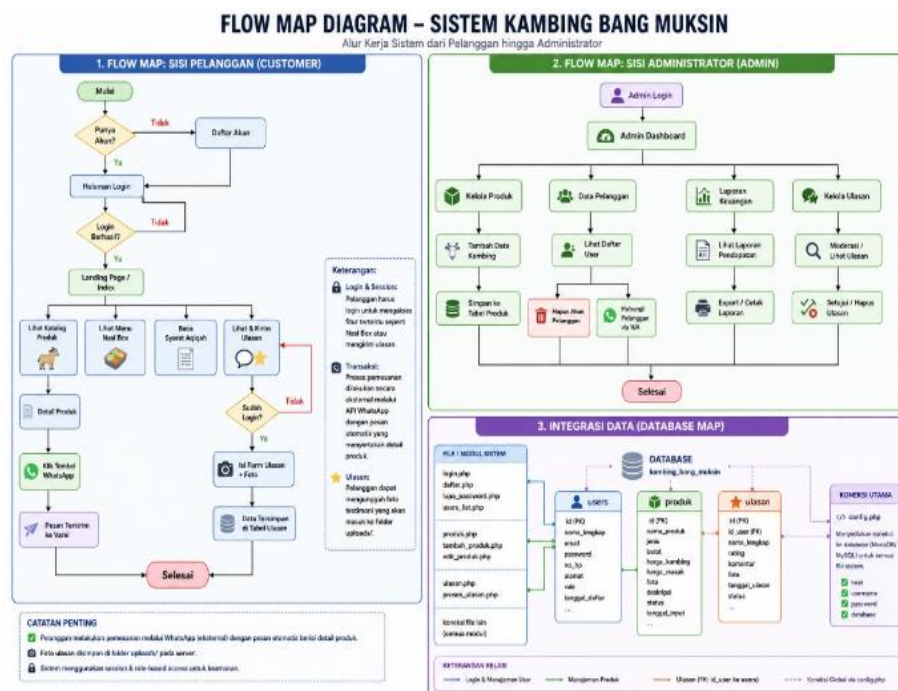
Gambar 1 menunjukkan tahapan metode Design Thinking yang digunakan dalam penelitian ini. Tahap pertama adalah **Empathize**, yaitu memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna melalui observasi dan wawancara dengan pemilik usaha serta pelanggan. Tahap berikutnya adalah **Define**, yaitu mengidentifikasi dan merumuskan masalah berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan. Selanjutnya, pada tahap **Ideate**, peneliti menghasilkan berbagai ide dan solusi untuk mengatasi permasalahan yang ditemukan. Tahap **Prototype** dilakukan dengan membuat rancangan antarmuka website menggunakan HTML dan CSS yang menampilkan katalog produk, informasi layanan, dan fitur ulasan pelanggan. Tahap terakhir adalah **Test**, yaitu melakukan pengujian terhadap prototype yang telah dibuat untuk mengetahui tingkat kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, serta kesesuaian sistem dengan kebutuhan pengguna.

Melalui kelima tahapan tersebut, sistem penjualan online aqiqah dan qurban dapat dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mendukung proses digitalisasi usaha Kambing Bang Muksin.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perancangan dan implementasi yang telah dilakukan, website penjualan online aqiqah dan qurban pada Kambing Bang Muksin telah berhasil

1. Flow Map Diagram



Gambar 2. Flow Map Diagram

memenuhi tujuan penelitian, yaitu menyediakan media promosi berbasis digital serta meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada pelanggan. Sebelum adanya website, proses promosi masih mengandalkan pelanggan yang datang langsung ke lokasi dan rekomendasi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Dengan adanya website, informasi mengenai produk, harga, dan layanan aqiqah maupun qurban dapat diakses oleh pelanggan dengan lebih mudah tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha.

Selain memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melihat katalog produk dan memberikan ulasan, sistem yang dirancang juga membantu pengelola dalam mengelola data produk, data pelanggan, laporan keuangan, serta ulasan pelanggan secara lebih terstruktur dibandingkan dengan pencatatan manual menggunakan buku. Dengan demikian, penerapan website ini dapat mendukung proses digitalisasi usaha dan meningkatkan daya saing Kambing Bang Muksin di tengah perkembangan bisnis yang semakin memanfaatkan teknologi informasi.

Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Sistem yang dikembangkan belum mendukung fitur pembayaran online sehingga proses transaksi masih dilakukan melalui komunikasi langsung dengan pelanggan. Selain itu, jumlah pengguna yang terlibat dalam tahap pengujian masih terbatas sehingga evaluasi terhadap sistem belum mencerminkan seluruh karakteristik pengguna. Sistem juga belum memiliki fitur pengelolaan data pelanggan secara otomatis dan terintegrasi, sehingga pengembangan lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan dan fungsionalitas sistem.

Dari Gambar 2. Pada bagian awal alur, dimulai ketika pengguna mengakses website. Sistem akan memeriksa apakah pengguna sudah memiliki akun atau belum. Jika belum, pengguna di arahkan untuk melakukan pendaftaran terlebih dahulu, kemudian masuk dan halaman login. Setelah berhasil masuk, pengguna akan diarahkan ke halaman utama. Jika proses login gagal, maka pengguna di minta mengulangi kembali hingga berhasil.

Setelah berada di dalam halaman utama, pengguna dapat melakukan aktivitas seperti melihat katalog produk, melihat paket tambahan, membaca informasi layanan, serta melihat atau mengirimkan ulasan. Ketika pengguna memilih produk, sistem akan menampilkan detail produk tersebut. Dari sisi, pengguna dapat melanjutkan proses pemesanan dengan menekan tombol yang akan di arahkan ke aplikasi komunikasi eksternal, sehingga pesanan otomatis berisi detail produk akan di kirim.

Selain itu, terdapat proses pemberi ulasan, Untuk dapat mengirim ulasan, pengguna harus dalam kondisi sudah masuk ke sistem. Jika belum maka akan di arahkan kembali ke halaman login. Setelah berhasil, pengguna dapat mengisi formulir serta mengunggah foto. Data yang di kirim akan di simpan ke dalam basis data dan file gambar akan tersimpan di penyimpanan server.

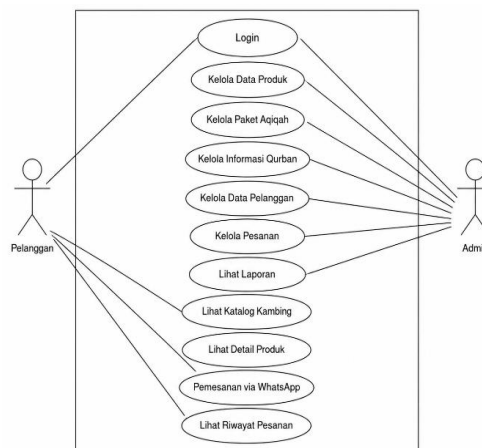
Pada sisi pengelolaan, sistem menyediakan akses khusus bagi pengelola melalui proses login tersendiri (Admin). Setelah berhasil masuk, pengelola akan di arahkan ke halaman utama pengelola yang berisi berbagai menu. Di dalamnya, pengelola dan menambahkan dan mengelola data produk, melihat dan mengelola data pengguna, memantau laporan keuangan, serta melakukan moderasi terhadap ulasan yang masuk.

Pengelolaan data produk dilakukan dengan menambahkan informasi seperti jenis harga, dan gambar, yang kemudian disimpan kedalam basis data. Data pengguna dapat di lihat secara lengkap dan, jika di perlukan, dapat di hapus, atau dihubungi melalui media komunikasi. Ulasan yang di kirim oleh pengguna juga dapat di periksa, disetujui atau di hapus sesuai kebutuhan. Selain itu, tersedia fitur untuk melihat dan mencetak laporan sebagai bentuk pemantauan aktivitas.

Pengelolaan data produk dilakukan dengan menambahkan informasi seperti jenis, harga, dan gambar, yang kemudian disimpan ke dalam basis data. Data pengguna dapat dilihat secara lengkap dan, jika diperlukan, dapat dihapus atau dihubungi melalui media komunikasi. Ulasan yang dikirim oleh pengguna juga dapat diperiksa, disetujui, atau dihapus sesuai kebutuhan. Selain itu, tersedia fitur untuk melihat dan mencetak laporan sebagai bentuk pemantauan aktivitas.

Seluruh proses tersebut terhubung melalui sistem basis data yang menjadi pusat penyimpanan. Data pengguna produk, dan ulasan di simpan dalam table yang berbeda namun saling berkaitan. Setiap bagian sistem mengambil dan mengirim data melalui koneksi yang telah di konfigurasi, sehingga seluruh fitur dapat berjalan secara terintegrasi.

Use Case Diagram



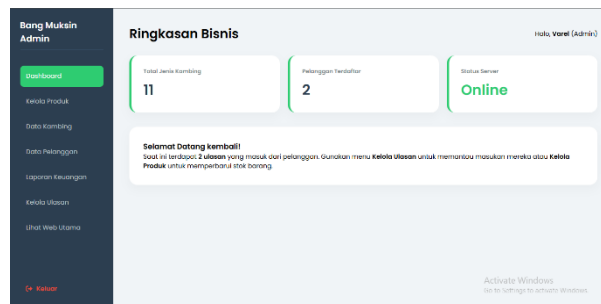
Gambar 3. Use Case Diagram

Berdasarkan Gambar 3, sistem penjualan online aqiqah dan qurban melibatkan dua aktor, yaitu pelanggan dan admin. Pelanggan dapat melakukan login, melihat katalog dan detail produk, melakukan pemesanan melalui WhatsApp, serta melihat riwayat pesanan. Sementara itu, admin memiliki hak akses untuk mengelola data produk, paket aqiqah, informasi qurban, data pelanggan, pesanan, serta melihat laporan penjualan. Use Case Diagram ini menggambarkan fungsi-fungsi utama sistem yang mendukung proses pengelolaan dan pelayanan kepada pelanggan secara lebih efektif.

2. Antarmuka dan Fitur Utama (Role Admin)

Admin memiliki otoritas penuh dalam mengelola siklus layanan pelanggan. Tujuh fitur utama yang diimplementasikan pada sisi admin adalah:

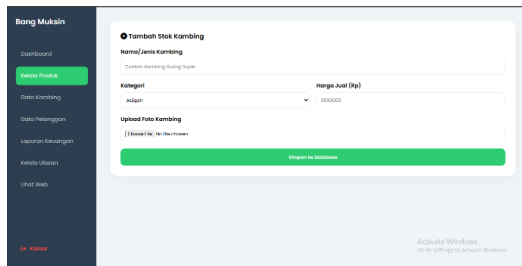
Dashboard Admin



Gambar 4. Halaman Dashboard (Admin)

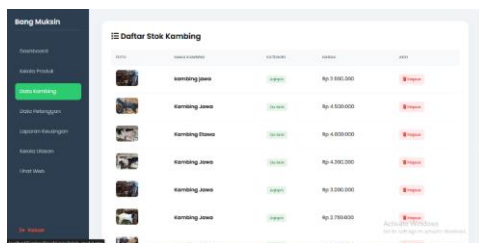
Gambar 4. Menampilkan halaman Dashboard Admin pada sistem penjualan online aqiqah dan qurban berbasis web. Dashboard ini merupakan halaman utama yang muncul setelah admin berhasil melakukan login dan berfungsi sebagai pusat informasi untuk memantau kondisi sistem secara keseluruhan. Pada bagian utama dashboard terdapat tiga kartu informasi (summary card), yaitu Total Jenis Kambing, Pelanggan Terdaftar, dan Status Server. Informasi tersebut memberikan gambaran singkat mengenai jumlah produk kambing yang tersedia, jumlah pelanggan yang telah terdaftar dalam sistem, serta kondisi server yang menunjukkan bahwa sistem sedang Online sehingga dapat diakses oleh pengguna.

Kelola Produk



Gambar 5. Kelola Produk

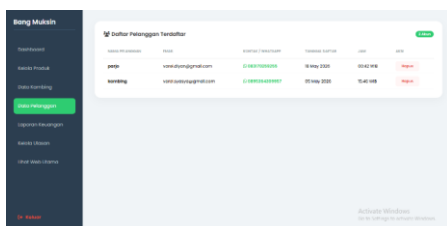
Gambar 5. Menampilkan halaman Kelola Produk yang digunakan oleh admin untuk menambahkan data stok kambing ke dalam sistem penjualan online. Halaman ini berfungsi sebagai media pengelolaan informasi produk agar data yang ditampilkan pada website selalu terbaru dan sesuai dengan kondisi yang tersedia.



Gambar 6. Data Kambing

Gambar 6. menampilkan halaman Data Kambing yang digunakan oleh admin untuk melihat dan mengelola seluruh data stok kambing yang tersedia pada sistem penjualan online aqiqah dan qurban. Halaman ini berfungsi sebagai pusat pengelolaan informasi produk sehingga admin dapat memantau ketersediaan kambing yang akan dipasarkan kepada pelanggan. Pada bagian utama halaman ditampilkan sebuah tabel yang berisi beberapa kolom, yaitu Foto, Nama Kambing, Kategori, Harga, dan Aksi. Kolom Foto menampilkan gambar kambing sebagai identitas visual produk, sedangkan kolom Nama Kambing berisi jenis atau nama kambing yang dijual. Kolom Kategori menunjukkan klasifikasi produk, seperti Aqiqah atau Qurban, sehingga memudahkan admin dalam membedakan layanan yang tersedia. Selanjutnya, kolom Harga menampilkan harga jual masing-masing kambing dalam satuan rupiah.

Data Pelanggan

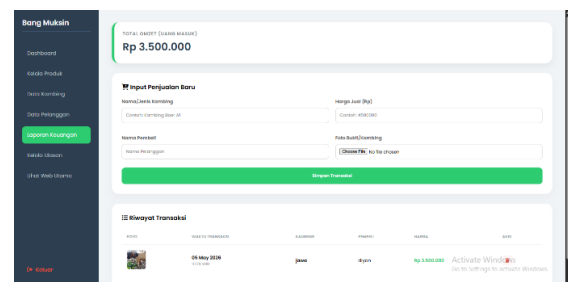


Gambar 7. Data Pelanggan

Gambar 7. Halaman Data Pelanggan digunakan untuk menampilkan dan mengelola informasi pelanggan yang telah melakukan pendaftaran pada sistem. Pada halaman ini, admin dapat melihat daftar pelanggan yang tersimpan

secara lengkap, mulai dari nama pelanggan, alamat email, nomor kontak atau WhatsApp, tanggal pendaftaran, hingga waktu pelanggan melakukan registrasi. Sistem juga menampilkan jumlah total akun pelanggan yang telah terdaftar sehingga memudahkan admin dalam memantau perkembangan pengguna. Selain berfungsi sebagai media pemantauan data pelanggan, halaman ini juga menyediakan fitur penghapusan data yang dapat digunakan oleh admin apabila terdapat data yang tidak valid atau sudah tidak diperlukan. Dengan adanya halaman Data Pelanggan, pengelolaan informasi pelanggan menjadi lebih terstruktur, mudah diakses, dan membantu admin dalam menjaga keakuratan data yang tersimpan di dalam sistem.

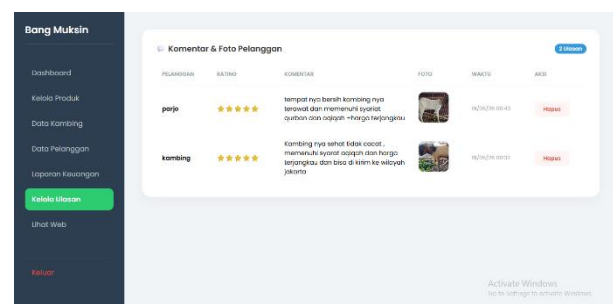
Laporan Keuangan



Gambar 8. Laporan Keuangan

Gambar 8. Halaman Laporan Keuangan berfungsi sebagai media untuk mengelola dan mencatat seluruh transaksi penjualan kambing yang dilakukan oleh admin. Pada halaman ini, sistem menampilkan total omzet atau jumlah pendapatan yang diperoleh dari seluruh transaksi yang telah berhasil dicatat. Admin dapat memasukkan data penjualan baru dengan mengisi informasi mengenai jenis kambing yang dijual, harga jual, nama pembeli, serta mengunggah foto kambing atau bukti transaksi. Setelah data diisi dan disimpan, sistem akan memproses serta menyimpan informasi tersebut ke dalam database. Data transaksi yang telah tersimpan kemudian ditampilkan pada riwayat transaksi yang berisi foto, waktu transaksi, nama kambing, nama pembeli, dan harga penjualan.

Kelola Ulasan

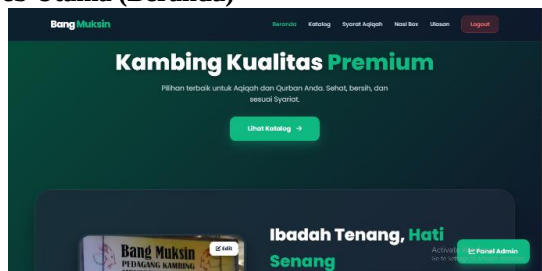


Gambar 9. Kelola Ulasan

Gambar 9. Halaman Kelola Ulasan digunakan untuk menampilkan dan mengelola ulasan yang diberikan oleh pelanggan setelah melakukan pembelian kambing. Pada halaman ini, admin dapat melihat informasi ulasan yang

terdiri dari nama pelanggan, nilai rating yang diberikan, komentar atau testimoni pelanggan, foto yang diunggah sebagai bukti atau dokumentasi, serta waktu saat ulasan dibuat. Sistem juga menampilkan jumlah keseluruhan ulasan yang telah masuk sehingga memudahkan admin dalam memantau tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan. Selain itu, tersedia fitur penghapusan ulasan yang dapat digunakan oleh admin untuk menghapus ulasan yang tidak sesuai, mengandung kesalahan, atau tidak relevan. Dengan adanya halaman ini, admin dapat mengelola masukan dari pelanggan secara lebih efektif serta meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan ulasan yang diterima.

Web Utama (Beranda)



Gambar 10. Halaman Beranda

Gambar 10. Halaman Beranda merupakan halaman utama yang ditampilkan kepada pelanggan setelah berhasil masuk ke dalam sistem. Halaman ini berfungsi sebagai media informasi dan promosi yang memperkenalkan usaha penjualan kambing Bang Muksin kepada pelanggan. Pada bagian atas halaman terdapat menu navigasi yang memudahkan pengguna untuk mengakses berbagai fitur, seperti katalog kambing, informasi syarat aqiqah, informasi nasi box, ulasan pelanggan, serta fitur keluar dari sistem. Bagian utama halaman menampilkan informasi mengenai ketersediaan kambing berkualitas premium yang sehat, bersih, dan sesuai dengan syariat untuk kebutuhan aqiqah maupun kurban. Selain itu, tersedia tombol Lihat Katalog yang dapat digunakan pelanggan untuk melihat daftar kambing yang tersedia. Halaman ini juga menampilkan profil singkat usaha Bang Muksin yang berisi informasi mengenai pelayanan, perawatan kambing, serta komitmen dalam memberikan kemudahan dan keamanan kepada pelanggan. Dengan tampilan yang informatif dan mudah digunakan, halaman beranda membantu pelanggan memperoleh gambaran umum mengenai layanan yang tersedia sebelum melakukan pembelian.

Table 1. Table Fitur-Fitur Sistem

No	Fitur	Fungsi
1	Dashboard Admin	Menampilkan Informasi produk
2	Kelola Produk	Mengelola data produk
3	Data Kambing	Mengelola stok kambing
4	Data Pelanggan	Menyimpan data pelanggan
5	Laporan Keuangan	Memantau Transaksi
6	Kelola Ulasan	Mengelola komentar pelanggan
7	Beranda Website	Menampilkan informasi pengguna

Tabel fitur sistem menjelaskan fungsi utama yang tersedia pada website penjualan kambing Bang Muksin. Dashboard Admin digunakan untuk menampilkan informasi penting sistem, Kelola Produk untuk mengelola data produk, Data Kambing untuk mengelola stok kambing, dan Data Pelanggan untuk menyimpan serta menampilkan data pelanggan. Selain itu, terdapat fitur Laporan Keuangan yang berfungsi mencatat transaksi penjualan, Kelola Ulasan untuk mengelola komentar pelanggan, serta Beranda Website yang menampilkan informasi umum mengenai layanan dan produk yang tersedia. Seluruh fitur tersebut membantu proses pengelolaan data dan pelayanan pelanggan agar lebih efektif dan terorganisir.

Table 2. Table Hasil Wawancara

Responden	Permasalahan
Pemilik Usaha	Promosi masih manual
Pelanggan	Sulit memperoleh informasi produk
Pelanggan	Tidak mengetahui stock terbaru

Tabel hasil wawancara menunjukkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha dan pelanggan. Pemilik usaha mengalami kendala karena proses promosi masih dilakukan secara manual sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas. Sementara itu, pelanggan mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi produk dan tidak dapat mengetahui ketersediaan stok kambing terbaru secara cepat. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah website yang dapat membantu promosi usaha sekaligus memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi produk dan stok kambing secara online.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, perancangan website penjualan online aqiqah dan qurban berbasis web pada Kambing Bang Muksin dengan menggunakan metode Design Thinking berhasil memenuhi tujuan penelitian, yaitu membantu meningkatkan efektivitas promosi, mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi produk dan layanan, serta mendukung pengelolaan data secara lebih terstruktur dan efisien. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem dapat diterima dengan baik oleh pengguna karena memiliki tampilan yang mudah digunakan dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan maupun pemilik usaha. Selain itu, penerapan website ini mampu mendukung proses digitalisasi usaha serta meningkatkan daya saing Kambing Bang Muksin dalam memanfaatkan teknologi informasi. Oleh sebab itu, pada pengembangan selanjutnya disarankan agar sistem dilengkapi dengan fitur pembayaran online, pengelolaan data pelanggan yang lebih terintegrasi, serta dilakukan pengujian dengan jumlah responden yang lebih banyak agar kualitas layanan dan fungsionalitas sistem dapat ditingkatkan secara lebih optimal.

V. REFERENSI

- [1] M. F. F and G. Z. Muflih, "Pengembangan Sistem Informasi Penjualan dan Persediaan Berbasis Web dengan Notifikasi Stok Real-Time Menggunakan Metode

- Design Thinking,” vol. 8, no. 01, pp. 163–177, 2026.
<https://jurnal.umnu.ac.id/index.php/kst/article/view/2214>
- [2] W. Wulandari, I. Prayoga, B. H. Putro, and R. S. Wahyuni, “Rancangan Aplikasi Penjualan Hewan Ternak Untuk Qurban Dan Aqiqah Berbasis Web Pada Raisha Farm Guna Memperluas Area Penjualan,” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 2, pp. 215–222, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i2.2856.
<https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2856>
- [3] A. N. U. R. Siam and A. Fauzi, “Penggunaan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI / UX Mobile Aplikasi Prevent (Studi Kasus : Studi Independen Alterra),” vol. 8, no. 2, pp. 130–141, 2023.
<https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/mindjournal/article/view/9080>
- [4] A. Priyanto and E. Prasetyo, “Pengembangan Sistem Penjualan Berbasis Web Pada Toko Mulia Pati Application Of The Design Thinking Method In The Development Of A Web-Based Sales System At Toko Mulia PatI,” vol. 8, no. 2, 2025.
- [5] T. Pada, P. T. Lestari, G. Jaya, T. C. Ochktavia, and R. Y. Hayuningtyas, “Perancangan Website Penjualan Mainan Menggunakan Metode Design,” vol. 2, no. 2, pp. 88–95, 2022.
<https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/simpatik/article/view/1324>
- [6] A. Kuncorojati, M. E. Purbaya, and J. A. Sugito, “Design Aplikasi Chicku Menggunakan Metode Design Thinking Sebagai Platform Jual Beli Ayam Broiler Chicku Application Design Using the Design Thinking Method as a Platform for Buying and Selling Broiler Chickens,” pp. 1–19, 2024.
https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/sendiko/article/download/5345/4719?__cf_chl_tk=.GMBP9MiAvzR2rLqM5DxHZJZ0V5hcjLZWu8o.ZGC3n4-1781353028-1.0.1.1-KoexcswIW6qtSIpMZQq2_bMvSIsoPrQRlzpWYXKdQE
- [7] D. A. Lestari and A. Supriyanto, “Pembuatan Website E-commerce untuk Online clothing Menggunakan Metode Design Thinking,” vol. 7, no. 3, 2025, doi: 10.32877/bt.v7i3.2042.
https://www.researchgate.net/publication/390669874_Pembuatan_Website_E-commerce_untuk_Online_clothing_Menggunakan_Metode_Design_Thinking