

RESEARCH ARTICLE

Perancangan Digitalisasi Bisnis Berbasis Website Menggunakan Metode *Design Thinking*

Akbarrul Ismail and Sisca Eka Fitria*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, 40257, Jawa Barat, Indonesia

*Corresponding author: siscaeka@telkomuniversity.ac.id

Received on 12 April 2024; accepted on 16 May 2023

Abstrak

Business digitalization is a process where changes occur in communication, interaction and everything related to changes in business processes in companies which are usually done manually to digital. At this time technology is increasing rapidly and companies have begun to digitize their business processes so that everything is done efficiently, especially in the field of selling goods. Furthermore, with this research we aim to find out the right design thinking method to get results from website-based digitalization at the CV.Gunungsari Endah company. This study uses primary and secondary data using the design thinking method. The design thinking process consists of 5 stages, namely emphasize, define, ideate, prototyping, and test. After the design thought stage was carried out, CV. Gunungsari Endah has the ability to implement related problems, so that it can be used as the right solution and also take advantage of extensive business opportunities.

Key words: *Business Digitalization, Design Thinking, Business Process, Website, Tea.*

Pendahuluan

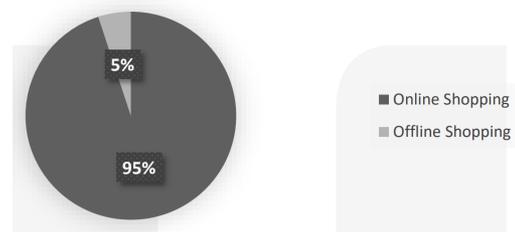
Perkembangan teknologi pada saat ini berkembang sangat pesat sehingga, masyarakat menggunakan teknologi untuk memecahkan masalah yang sering dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Pesatnya perkembangan teknologi tidak hanya karena ide yang terus berkembang tetapi juga karena adanya pertukaran informasi yang cepat melalui *search engine machine*. Oleh karena itu, akan selalu ada ruang untuk inovasi baru menggantikan inovasi-inovasi sebelumnya dengan inovasi yang lebih baik, inovasi baru akan selalu muncul seiring dengan perkembangan zaman (UGM, 2022).

Dengan berkembangnya teknologi pada saat ini, pelaku bisnis harus mampu memahami kondisi dan situasi yang terjadi dengan beradaptasi untuk melakukan transformasi digital yang sejalan dengan revolusi industri 4.0. Kemajuan teknologi membawa pengaruh besar dalam dunia bisnis. Pesatnya kemajuan teknologi membawa dampak yang besar dalam urusan jual beli. Usaha baru banyak lahir dengan berbasis digital, kebanyakan usaha tersebut tidak memiliki toko fisik. Tren belanja *online* juga semakin diminati dengan berbagai kemudahannya, hal itu turut mempercepat proses digitalisasi bisnis. Pada saat ini *e-commerce* sangat populer, menjadi alasan kuat jika perusahaan perlu memulai bisnis secara *online* dengan melakukan penjualan secara *online*.

Shopping Decision in 2040

Menurut Nasdaq pada tahun 2040 mendatang nanti, sebesar 95 persen kegiatan belanja konsumen tidak akan lagi belanja datang ke toko

Shopping Decision in 2040
by Nasdaq



Gambar 1. Shopping Decision in 2024.

melainkan akan dilakukan secara *online*. Berdasarkan data statistika dalam [store.sirclo.com](https://www.sirclo.com) pada tahun 2021 lalu, jumlah pelanggan yang berbelanja secara *online* di seluruh dunia telah mencapai lebih dari 2 miliar orang. Kondisi tersebut membuat banyak pelaku usaha mulai melakukan perpindahan dari toko fisik ke toko *online* atau digitalisasi [3].

Menurut Marulanda [4], digitalisasi adalah perubahan model bisnis untuk menggunakan proses digital daripada konvensional. Digitalisasi bisnis adalah integrasi teknologi yang mengubah model bisnis beroperasi di berbagai bidang, layanan, dan pemasaran dengan *customer* maupun pemangku kepentingan. Perubahan digitalisasi tidak hanya berdampak pada interaksi dengan *customer*, tetapi juga mengubah

operasi bisnis. Digitalisasi bisnis meningkatkan efisiensi pada proses, konsistensi, dan kualitas. Ketiga hal tersebut sangat memberikan peningkatan bagi perusahaan, diantaranya: (Infotech, 2022)

1. Mengintegrasikan dokumen ke dalam bentuk digital dan memperpendek rantai komunikasi,
2. Meningkatkan dan memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih baik.
3. Membantu dalam menyediakan layanan pelanggan dari seluruh dunia.
4. Mengurangi biaya operasional.
5. Mencegah *human error*.
6. Memanfaatkan data pengguna dan selanjutnya dianalisis.

Website sangat dibutuhkan untuk menarik calon pembeli di seluruh dunia, dengan adanya website, calon pembeli dapat menemukan produk kita melalui search engine tanpa adanya pertemuan. *Platform website* sangat efisien dalam meningkatkan akses ke pasar ekspor. Dengan adanya profil perusahaan pada website bisa meningkatkan kepercayaan calon pembeli yang berminat dengan produk yang kita jual atau tawarkan (Rinaldi, 2020). Pada penelitian Adhi Prasetyo & Aliffia Muchnita [1] ditemukan bahwa *website quality* sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian yang impulsif. Pada penelitian (Candiawan & C [2]) Hasil analisis penelitian menunjukkan kualitas informasi dari website sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan website.

Jawa Barat memiliki luas perkebunan teh terbesar di Indonesia yang memiliki luas 86.976 ha pada tahun 2021, menyumbang sekitar 77,62% dari perkebunan teh nasional. CV. Gunung Sari Endah sendiri terletak di daerah Jawa Barat dimana memiliki potensi untuk ekspor cukup tinggi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022). Pada zaman ini rangkaian inovasi digital telah diterapkan pada pengaturan yang memiliki sifat bersaing kompetitif dan kooperatif lalu kemampuan digital juga berpengaruh dalam persaingan perusahaan [5].

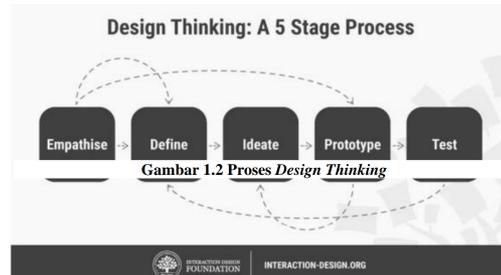
Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas bahwa digitalisasi bisnis sangat penting. Perkembangan teknologi informasi mengharuskan kewirausahaan untuk mengikuti perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan internet sebagai sarana pasar digital. Pada penelitian ini penulis ingin mendigitalisasi bisnis berbasis website. Agar perusahaan teh CV. Gunung Sari Endah kedepannya mudah dan menambah kepercayaan calon pembeli terhadap perusahaan terutama untuk penjualan dalam negeri maupun ekspor.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang, masalah yang diangkat pemilik CV. Gunung Sari Endah mengatakan perusahaan ini masih mengandalkan pemesanan produk melewati aplikasi *Whatsapp*, dan melakukan promosi melalui *Whatsapp broadcast*, poster dan campaign melalui stiker, poster, atau kalender yang dibagikan setiap tahunnya, bahkan seringkali perusahaan ini melakukan pengajuan melalui surat dan email saja.

Perusahaan ini masih memiliki kekurangan pada pengembangan digitalisasi pada perusahaan yang tidak tepat sasaran dan keterbatasan layanan. CV. Gunung Sari Endah masih menggunakan layanan *Whatsapp* biasa.

Sehingga masalah yang ingin dikaji pada penelitian ini yaitu melakukan digitalisasi bisnis berbasis website menggunakan metode *design thinking* pada perusahaan CV. Gunung Sari Endah. Bagaimana perancangan digitalisasi berbasis website pada perusahaan CV. Gunung Sari Endah dengan menggunakan metode *design thinking*?



Gambar 2. Proses *Design Thinking*.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah yang telah ditemukan, maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui perancangan digitalisasi berbasis website pada perusahaan CV. Gunung Sari Endah dengan metode *Design Thinking*.

Tinjauan Pustaka

Design Thinking

Menurut (Dam & Siang, 2020a), *design thinking* merupakan proses berulang untuk mencoba dan memahami pengguna dalam membuat strategi baru. *Design Thinking* dapat mengamati dan berempati dengan pengguna, dan bermanfaat dalam mengatasi masalah atau tantangan yang tidak jelas, dengan cara melakukan reframing masalah yang ada pada manusia, menciptakan ide dalam brainstorming, dan melakukan pendekatan langsung dengan membuat prototype dan testing. Dalam perkembangannya metode *design thinking* seperti pada gambar 2 ini disusun dalam 5 tahap proses yaitu *empathise, define, ideate, prototype, test* [6].

- a. *Empathize* Pada langkah pertama ini pengguna harus ditentukan dan ditemukan oleh peneliti. Pada langkah pertama ini peneliti akan bertemu dengan calon pengguna, lalu mengamati dan membangun empatinya lalu diolah menggunakan empathy map. Empathy map memiliki variabel berikut: *hearing, thinking and feeling, seeing, sepaking and doing, pain, and gain* [13].
- b. *Define* Pada tahap kedua ini akan dilakukan sebuah analisis dari informasi yang telah terkumpul dari proses sebelumnya yaitu *empathize*. Kumpulan informasi yang telah didapat lalu diolah agar menghasilkan sebuah permasalahan yang akan didefinisikan menjadi sebuah sumber masalah utama agar menjadi sebuah acuan untuk membawa kepada pilihan beberapa ide, konsep, dan model bisnis apa yang akan digunakan dalam membantu menyelesaikan masalah.
 - [c. *Ideate*] *Ideate* merupakan tahapan ketiga yang akan dilakukan setelah proses selesai pada tahap sebelumnya. Pada tahap *ideate* dilakukan proses penetapan ide, konsep, dan model yang berupa sebuah solusi dari permasalahan yang telah didapat dari tahap proses *define*. Penentuan terhadap ide yang akan dijadikan sebuah solusi yang akan dipilih berdasarkan pengaruh terkuat dalam menyelesaikan masalah.
 - [d. *Prototype*] Tahap *prototype* akan membuat sebuah rancangan yang berupa contoh dan model dari ide yang telah didapat pada tahap *ideate*. Pembuatan *prototype* akan membantu calon *customer* dalam mendapatkan pandangan dan bayangan dalam bentuk

sebuah solusi yang akan dikembangkan pada penyelesaian masalah tersebut. Secara besar proses tampilan dari purwarupa yang dibuat agar dapat berinteraksi pada penggunaannya.

[e. *Test*]

Tahapan terakhir dari proses *design thinking* adalah *test*, yang akan melakukan pengujian dari tahapan sebelumnya. Pengujian akan dilakukan secara berulang agar solusi dalam menyelesaikan masalah ini sempurna. Tahap ini yang akan menjadi validasi keberhasilan solusi terhadap penyelesaian masalah.

Digitalisasi Bisnis

Perubahan digital adalah masalah kompleks yang mempengaruhi setiap bagian dalam perusahaan. Manajemen harus mampu untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi sumber daya perusahaan supaya perusahaan tetap memiliki kinerja yang baik menghadapi tantangan perubahan digital dan kebutuhan untuk tetap mampu bersaing di dalam industri, sebuah perusahaan harus merumuskan dan mengimplementasikan perubahan digital dan mendorong kinerja operasional yang lebih baik. Perubahan digital merupakan restrukturisasi ekonomi tingkat sistem lembaga masyarakat yang terjadi melalui difusi digital sehingga memiliki pengaruh pada keseluruhan jenis organisasi. Digitalisasi dan transformasi digital adalah pendorong untuk perubahan dalam perusahaan karena membangun teknologi baru berbasis internet dengan implikasi dapat menjangkau pasar lebih luas (Unruh dan Kiron, 2017).

Business to Business (B2B)

Market bisnis terdiri dari organisasi yang memperoleh barang dan jasa yang digunakan untuk memproduksi produk atau jasa lain yang dijual, disewakan atau dipasok kepada orang lain, setiap pemasok komponen untuk produk dalam market disebut *Business to Business* (B2B) [12].

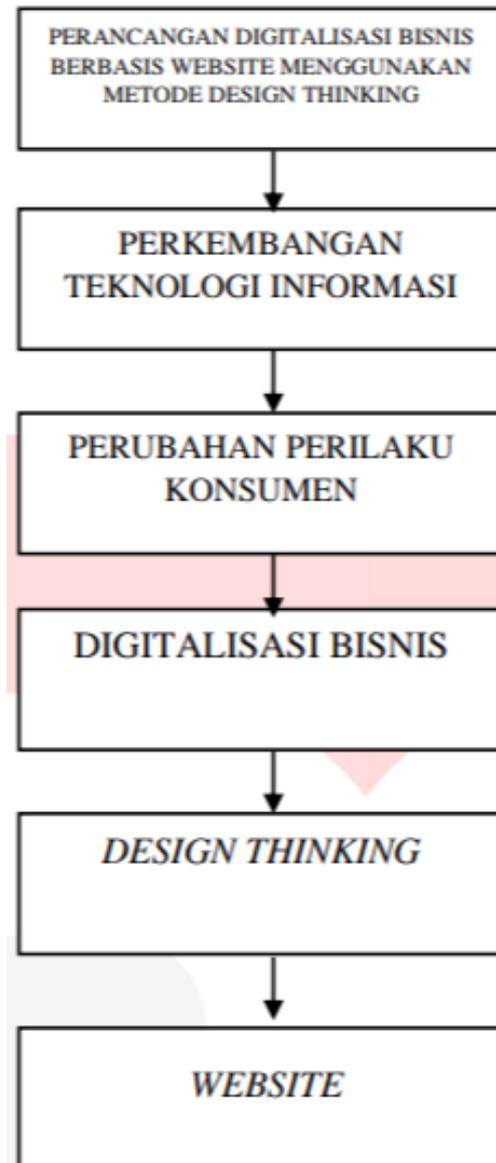
Kewirausahaan

Secara bahasa Inggris wirausaha diistilahkan sebagai *entrepreneur*. *Entrepreneur* adalah seseorang yang dapat menciptakan nilai. Kewirausahaan adalah kelompok atau orang yang berani mengambil risiko ekonomi yang bertujuan untuk menciptakan organisasi baru yang akan mengeksploitasi teknologi yang inovatif dan proses menghasilkan nilai bagi orang lain (Carl J, 2013).

Disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai, kemampuan, dan perilaku masyarakat untuk menghadapi tantangan dalam hidup dan memperoleh berbagai kemungkinan peluang risiko yang dihadapi disebut juga sebagai wirausaha (Suryana, 2008). Dengan pengertian kewirausahaan di atas maka seorang wirausaha berkesempatan atau berpeluang dan mengambil risiko untuk mengembangkan bisnisnya. Digitalisasi bisnis juga termasuk kedalam pengembangan, peningkatan kinerja, perubahan model bisnis dalam perusahaan. Peluang-peluang tersebutlah yang mempengaruhi berkembangnya sebuah perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti ingin merancang digitalisasi bisnis dengan membuat website menggunakan metode *Design Thinking*.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode eksploratif. Metode eksploratif merupakan suatu metode yang berusaha menjelajah atau menggambarkan apa yang terjadi termasuk siapa, kapan, dan dimana atau yang berhubungan dengan karakteristik suatu gejala atau masalah sosial, baik berupa pola, bentuk, ukuran, dan distribusi (Sugiyono, 2020). Kelebihan pada penelitian ini adalah menggunakan metode *Design Thinking* sebagai pendekatan dan proses dalam pengumpulan informasi yang melibatkan pengguna.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan langkah nyata dalam menyusun penelitian ini dengan terjun langsung melakukan hal berikut:

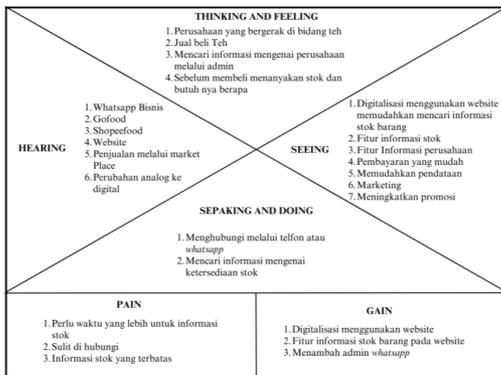
1. Melakukan wawancara tidak terstruktur pada konsumen, mitra, karyawan, dan pemilik CV.Gunung Sari Endah.
2. Menemukan poin-poin yang menjadi empati dengan menggunakan empathy map dari narasumber demi menemukan pain dan gain untuk perancangan digitalisasi bisnis berbasis website pada CV.Gunung Sari Endah.

Kerangka Pemikiran

Dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Table 1. Data Hasil Reduksi

VARIABEL	NARASUMBER KONSUMEN		NARASUMBER MITRA CV.GUNUNG SARI ENDAH		NARASUMBER PEMILIK DAN KARYAWAN CV.GUNUNG SARI ENDAH		KESIMPULAN
	N1	N2	N3	N4	N5	N6	
Thinki Feeling	.. selama saya menjalin hubungan perusahaan dengan Gunungsari .. perusahaan yang bergerak di bidang teh, jual beli teh, seperti itulah kira-kira. (Baris 17-19)	.. dari mana ya.. lupa soalnya udah lama .. Kalau ga salah dari teman bisnis juga dulu ada recommend yang reV Gunung Sari. (Baris 14-16)	yaaa yang saya tau, dulu dulu juga saya pernah main ke kantor sekalian ke pabriknya, yaa setuju saya sih gunung sari perusahaan yang bergerak di bidang teh secara retail. (Baris 22-25)	Ya waktu itu, pemilik CV.Gunung Sari Endah pak Iman Order ke perusahaan kita untuk memenuhi kebutuhan untuk perusahaan nya, nah setelah itu kami jadi tahu Gunung Sari ini. (Baris 17-20) &	untuk proses .. pertama konsumen biasanya menanyakan stok dulu sama dia butuh berapa (Baris 45-46)	..., konsumen pertama info dulu kencari gunungsari melaluin WA (Baris 20 – 21) selanjutnya perusahaan memberitahu apakah tersedia atau tidaknya teh yang diminta oleh konsumen, kalau ada selanjutnya membuat kesepakatan harga dengan pemilik perusahaan, kalau sudah deal baru dikirim (Baris 24-25)	CV.Gunung Sari Endah perusahaan yang bergerak di bidang teh, jual beli teh (N1)
Hearing	yang saya tau sekarang ada <i>whatsapp</i> bisnis ya? (Baris 49)	digitalisasi ya. kayanya itu kaya gofood shopeefood gitunya? (Baris 63-64)	Digitalisasi sih paling website aja untuk selanjutnya mungkin kami masih belum tau ya. (Baris 41-42)	yang saya tahu ya, penerapan digitalisasi seperti penjualan melalui market place kepada perusahaan terus website juga termasuk &	iya jaman sekarang semuanya sudah diubah ke digitalisasi, kalo digitalisasi bisnis mungkin ke	Oh ya mungkin membuat website (Baris 60)	Narasumber mengetahui digitalisasi salah satunya dalam bentuk



Gambar 4. Empathy Map.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari Jawaban Narasumber Objek

Empathy

Didapatkan hasil dari empathy map 4 bahwa narasumber membutuhkan website sebagai sarana memberi informasi yang lengkap untuk memenuhi dan memudahkan kebutuhan konsumen terkait produk dan ketersediaan teh yang ada tanpa harus menunggu informasi dari *whatsapp* atau telepon. Narasumber menginginkan kemudahan dalam

mencari informasi seputar perusahaan atau pun teh yang dibutuhkan. Menghemat waktu. Hal ini penting agar para konsumen bisa lebih cepat mendapatkan informasi stok secara *update* salah satunya melalui website sehingga tidak perlu menunggu balasan *chat whatsapp* atau telfon yang memakan waktu.

Define

Ketika mendefinisikan sebuah masalah, peneliti harus tetap mengutamakan *users*, bukan kepada tujuan bisnis. Contohnya *website E-commerce* yang dikembangkan harus menghasilkan keuntungan yang tinggi. Sedangkan *Website E-commerce* harus memudahkan *users* agar bisa berbelanja kapan saja dan dimana saja tanpa batasan waktu dan tempat (Fitria et al., 2022). Menurut Dam & siang (2019) proses ini mendefinisikan problem berdasarkan pada teknik *point of view*.

a. Mendefinisikan Masalah

Pendefinisian masalah dirujuk dari hasil yang sudah dilakukan pada bagian *empathize* berdasarkan tabel 5 *point of view*.

b. Pada tahap wawancara terdapat beberapa masalah yang ada dalam konsumen mengetahui informasi mengenai perusahaan CV.Gunung Sari Endah yaitu hanya *whatsapp platform* yang memberi informasi sehingga dibutuhkan nya *platform* yang mempermudah dalam memberi informasi seperti website. Fungsi dan fitur mendefinisikan apa saja yang ada dalam sebuah website yang akan dibuat. Fitur- fitur yang akan dibuat dalam sebuah website akan memiliki dua pengguna yaitu pihak CV.Gunung Sari

Table 2. Data Hasil Reduksi

VARIABEL	NARASUMBER KONSUMEN		NARASUMBER MITRA CV.GUNUNG SARI ENDAH		NARASUMBER PEMILIK DAN KARYAWAN CV.GUNUNG SARI ENDAH		KESIMPULAN
	N1	N2	N3	N4	N5	N6	
				digitalisasi (Baris 34-37)	Arah merubah ya? yang tadinya analog ke digital (Baris 24-26)		website. (N3)
Seeing	.. saya setuju sama digitalisasi .. website itu, .. buat kedepan nya kalau ada pelanggan baru jadi gampang .. nyari informasi atau stok barang nya kan .. ada fitur nya buat informasi ... terus kalo ada yang .. kerjasama juga kan calon pembeli .. bisa liat website dulu, jadi bisa lebih gampang buat akses info nya. (Baris 71-78)	wah bagus itu bermanfaat sekali. jadi diwebsite kan bisa cek stocknya tanpa harus tanya ke admin ya. tinggal klik terus bayar jadi kita tahu apa yang ready dan apa yang sold out (Baris 78-81)	yang utama nya .. konsumen bisa mendapat informasi mengenai perusahaan kami, untuk selanjutnya meng hubungi contact person yang ada di website (Baris 47-50)	memudahkan pada saat mengumpulkan file nya .. kalo punya website memudahkan calon pembeli dari luar negeri mengetahui informasi mengenai perusahaan kami, lalu marketing juga bisa melalui web (Baris 50-54)	ya sayar kira sih efektif ya untuk kedepan nya sama ngikutin perkembangan zaman juga ya (Baris 33-34)	ya mungkin membuat website bisa meningkatkan proses untuk promosi dan lain lain sih (baris 60 – 62)	Narasumber setuju dengan digitalisasi website untuk kedepannya agar mudah konsumen mencari informasi atau stok barang karena di website bisa menerapkan fitur tersebut sehingga konsumen bisa tahu apa yang sedang ada stok dan tidak (N1,N2)

Endah dan Konsumen. Fitur-fitur yang akan tersedia pada website diantaranya:

- Informasi yang lengkap dan detail mengenai perusahaan dan teh
- Informasi yang *update* mengenai ketersediaan stok
- Pembelian teh langsung melalui website

How, Might, We pada Tabel 6 digunakan dalam tahap define ini karena mengharuskan kita agar berpikir lebih terbuka dan inovatif. How menjelaskan bahwa kita belum punya jawaban nya, lalu might menekankan bahwa solusi kita mungkin adalah solusi yang tepat, tetapi bukan satu satunya solusi yang tepat, dan terakhir we menunjukkan bahwa ide dari solusi ini adalah hasil dari kolaborasi.

Ideate

Salah satu metode utama yang dilakukan pada tahap ideate yaitu brainstroming. Metode ini merupakan salah satu metode yang layak dicoba untuk menghasilkan ide dengan cara mengombinasikan antara satu ide dengan ide lainnya. Metode ini memfokuskan pada suatu masalah atau tantangan pada waktu. Pada saat ide-ide sudah terkumpul kemudian dapat disempurnakan dan diperkecil menjadi solusi [9].

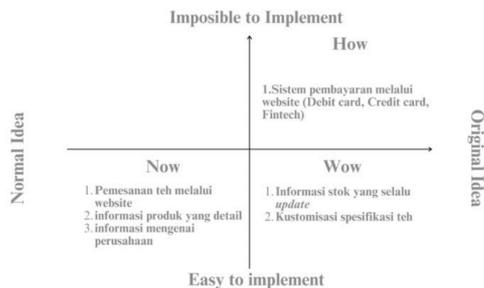
- Brainstroming*

Terdapat 5 kebutuhan pada tabel 7 yaitu pengguna yang menjadi acuan untuk rancangan aplikasi pada penelitian ini. Kebutuhan-kebutuhan tersebut terdiri dari fitur *home page*, *about us*, *product*, dan *menu*.
- Memilih ide

Proses ini dilakukan dengan menggunakan metode *Now Wow How Matrix* dengan cara memilih ide-ide yang didapat pada saat brainstroming menjadi 3 kuadran pada pemilihan ide ini. Ide tersebut dibagi 3 menjadi *Now*, *How*, dan *Wow*.
- Affinity Map
 - Kategori Produk
 - Jenis Teh (*Black tea*, *Green tea*, *Oolong*, *White tea*) Dalam digitalisasi bisnis produk teh, perlu mempertimbangkan

Table 3. Data Hasil Reduksi

VARIABEL	NARASUMBER KONSUMEN		NARASUMBER MITRA CV.GUNUNG SARI ENDAH		NARASUMBER PEMILIK DAN KARYAWAN CV.GUNUNG SARI ENDAH		KESIMPULAN
	N1	N2	N3	N4	N5	N6	
Speaki Doing	kadang lewat telfon kadang <i>Whatsapp</i> aja (Baris 37)	kalau dulu Pak Imannya susah banget angkat telpon mungkin .. handle sendiri. kalau sekarang lebih cepat tapi proses pengecekan stocknya lamaaaaa banget. ... itu yang bikin keselnya karena harus stand by buat nunggu stock dan langsung payment biar bisa langsung dikirim (Baris 39-45)	kalau saat ini sih kendala nya dalam stok nya aja sih (Baris 37-38)	Selama ini saya bekerja sama sih belum ada ya, soalnya kan Gunung Sari yang order ke kita jadi mungkin proses nya lebih banyak di kita nya aja, .. (Baris 66-69)	kalau dari perusahaan sih sebenarnya sudah cukup .. dari dulu sudah terbiasa dengan proses yang seperti ini, .. dulu lewat telfon kali ya .., sekarang lewat <i>whatsapp</i> bedanya dulu sama sekarang itu aja sih. tapi kita sebagai owner harus selalu mengecek stok yang tersedia berapa dan tidak ada data yang otomatis untuk selalu mengecek tersedianya stok. (Baris 57-64)	untuk sekarang.. kita nawarin stok yang ada ke konsumen tetap yang selalu memesan dengan spek yang kita sediakan lewat <i>whatsapp</i> aja sih, .. (Baris 40-43)	Yang dilakukan konsumen saat ini jika ingin membeli yaitu menelfon tetapi informasi mengenai stok nya harus menunggu dahulu. (N2)



Gambar 5. Error! No text of specified style in document.4 Now.

variasi jenis teh yang akan ditampilkan dan dipromosikan melalui website. Menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang kategori produk tersebut dapat membantu pelanggan dalam memilih dan memahami produk teh yang tersedia.

b. Tujuan Pengguna

- Mencari informasi CV.Gunung Sari Endah

- Mencari informasi produk teh
- Membeli produk teh secara *online*
- Mencari rekomendasi produk teh

Pemahaman tentang berbagai tujuan pengguna dalam mengunjungi website produk teh penting untuk memberikan pengalaman yang memenuhi kebutuhan mereka. Pengguna memiliki berbagai tujuan, seperti mencari informasi perusahaan, seperti mencari informasi produk, membeli secara *online*, atau mencari rekomendasi produk teh. Tujuan ini dalam desain dan fungsi website adalah penting.

c. Fitur Website

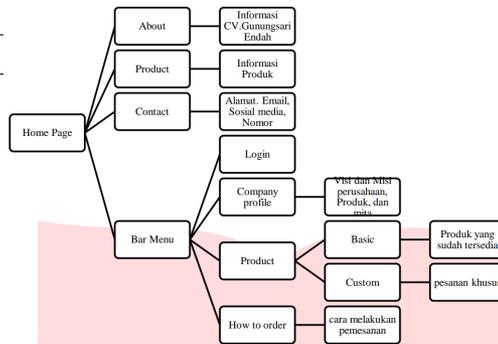
- Pencarian produk yang Mudah
- Jumlah stok produk yang selalu *update*
- Deskripsi produk yang jelas
- Foto produk
- Ulasan user
- Fitur Kustomisasi produk
- Fitur *Pre-Order*
- Fitur *wishlist*
- Pengaturan *user*

Table 4. Data Hasil Reduksi

VARIABEL	NARASUMBER KONSUMEN		NARASUMBER MITRA CV.GUNUNG SARI ENDAH		NARASUMBER PEMILIK DAN KARYAWAN CV.GUNUNG SARI ENDAH		KESIMPULAN
	N1	N2	N3	N4	N5	N6	
Pain	.. selama ini .. menurut saya cukup <i>whatsapp</i> aja, tapi kadang juga, saya gatau stok barang ada atau engga, terus juga ada kadang perlu waktu untuk nunggu balasan <i>whatsapp</i> (Baris 40-43)	kalau dulu Pak Imannya susah .. angkat telpon mungkin karena riweuh jugaya handle sendiri. (Baris 39-41)	kalau saat ini sih kendala nya dalam stok nya aja sih (Baris 37-38)	Selama ini saya bekerja sama sih belum ada ya (Baris 66)	kalau dari perusahaan .. sebenarnya sudah cukup ya karna kita dari dulu sudah terbiasa dengan proses yang seperti ini, ya kalo dulu lewat telfon kali ya ..., sekarang lewat <i>whatsapp</i> bedanya dulu sama sekarang itu jaja sih. (Baris57-60)	untuk sekarang sih kita nawarin stok yang ada ke konsumen (Baris 40-41)	Menurut konsumen saat ini cukup melalui <i>whatsapp</i> tetapi terkadang harus menunggu informasi melalui <i>whatsapp</i> mengenai teh yang di inginkan tersedia atau tidaknya sehingga memerlukan waktu. (N1)
Gain	.. saya setuju sama digitalisasi .. website itu, apalagi .. buat kedepan nya kalau ada pelanggan baru jadi gampang buat nyari informasi atau stok barang nya kan bisa tuh ada fitur nya buat informasi itu, terus kalo ada yang mau kerjasama juga kan calon pembeli nya bisa liat website dulu, jadi bisa lebih gampang buat akses info nya. (Baris 71-78)	kayanya bisa dengan cara nambah personil untuk cek stock atau admin <i>whatsapp</i> nya dehya (Baris 58-59)	Untuk CV.Gunung yang utama nya sih konsumen bisa mendapat informasi mengenai perusahaan, untuk selanjutnya menghubungi contact person yang ada di website (Baris 47-50)	yaa selama ini sih cukup memudahkan kami ya dan juga profesionalitas perusahaan kami (Baris 47-48)	ya kita pelan pelan .. menuju ke arah digital. untuk sekarang juga invoice udah lewat email dan kontrak melalui email ya, terus juga kita untuk retail nya udah pake moka buat keuangan nya. mungkin selanjutnya kita cari tahu lagi apa yang bisa ditingkatkan dari proses yang ada saat ini. (Baris 73-78)	., ya mungkin membuat website bisa meningkatkan proses untuk promosi dan lain lain sih, kalau untuk <i>whatsapp</i> business masih belum paham saya (Baris 60-63)	Digitalisasi dengan website untuk kedepan nya konsumen mudah untuk mencari informasi mengenai stok barang atau perusahaan itu sendiri. (N1)

Table 5. Error! No text of specified style in document..2 Point of View

Permasalahan	Kebutuhan
1. Konsumen atau calon konsumen kekurangan informasi mengenai perusahaan	Dibutuhkan platform yang bisa digunakan untuk mendapat informasi secara detail dan terbaru seperti website
2. Harus menelepon atau <i>chat WhatsApp</i> jika ingin mendapat informasi sehingga memakan waktu yang lama	
3. Semua pemesanan teh melalui <i>Whatsapp</i>	
4. Semua transaksi pemesanan, penjualan teh melalui <i>whatsapp</i>	Fitur pemesanan, penjualan, dan pembayaran terintegrasi dengan website
5. Harus menunggu konfirmasi ketersediaan barang yang memakan banyak waktu	Otomatis stok produk



Penjualan, User Flow.

Table 6. How Might We Question

Problem	How Might We question
Memerlukan waktu yang lebih atau lama untuk mendapatkan informasi stok	Bagaimana konsumen bisa mendapat informasi stok dengan cepat?
Sulit di hubungi	Bagaimana konsumen bisa mudah untuk menghubungi perusahaan agar mendapatkan informasi seputar produk?
Informasi stok terbatas	Bagaimana konsumen atau calon konsumen bisa mendapatkan informasi 'stok terbaru atau jumlah stok yang tersedia?

Fungsi dan fitur-fitur yang akan ditawarkan oleh website produk teh perlu dipertimbangkan. Fitur-fitur seperti pencarian produk yang mudah, jumlah stok produk yang selalu *update*, deskripsi produk yang jelas, foto produk yang menarik, ulasan pengguna, fitur kustomisasi produk, fitur preorder, dan fitur wishlist dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan membantu mereka dalam pengambilan keputusan.

d. Tata Letak dan Navigasi

- Logo dan nama merek yang terlihat jelas
- Menu navigasi yang intuitif
- Pencarian mudah ditemukan
- Tata letak yang bersih dan mudah dibaca

Tata letak dan navigasi website harus didesain dengan baik agar mudah dinavigasi dan intuitif bagi pengguna. Logo dan nama merek harus terlihat jelas, menu navigasi harus mudah diakses, dan pencarian produk harus mudah ditemukan. Desain tata letak yang bersih dan mudah dibaca akan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik.

e. Responsif dan Kompatibilitas Perangkat

- Desain website memiliki tampilan yang baik untuk berbagai perangkat (Desktop dan Mobile)
- Kompatibilitas dengan berbagai *browser*

Desain responsif yang menyesuaikan dengan berbagai perangkat, seperti desktop dan mobile, adalah penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal.

f. Pengalaman Pengguna

- *User friendly*
- Pengalaman mencari informasi yang mudah
- Pembelian yang lancar
- Kemudahan dalam pembayaran dan pengiriman yang jelas
- Kemudahan dalam memberikan ulasan dan nilai produk

Menyediakan pengalaman pengguna yang baik dan lancar dalam proses pembelian, seperti pencarian informasi yang mudah, pembelian yang lancar, kemudahan dalam pembayaran dan pengiriman yang jelas serta kemudahan memberikan ulasan dan rating produk, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas.

g. Strategi Pemasaran

- Promosi produk teh baru
- Penawaran khusus
- Program loyalitas pelanggan

Melalui website, perusahaan dapat mempromosikan produk teh terbaru, menawarkan diskon dan penawaran khusus, serta mengimplementasikan program loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran ini dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk teh. *Affinity Map* ini memberikan panduan tentang hal-hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam desain dan pengembangan website produk teh untuk mencapai pengalaman pengguna yang optimal dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

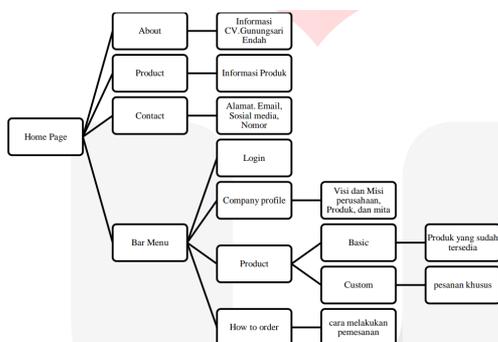
Prototype

Tahap ini merupakan ide yang dipindahkan dari tahap ideate ke *low fidelity* yang dituangkan dalam bentuk hitam putih agar mengetahui alur pengguna pada website.

Gambar 7 menggambarkan site map pada website yang menampilkan struktur isi keseluruhan konten pada website yang dirancang. *High Fidelity, User Interface* desain dilakukan pada tahap prototype yang menyesuaikan hasil dari kesimpulan kebutuhan pengguna pada tahapan sebelumnya. Kami menyediakan berbagai jenis teh, mulai dari teh hitam yang berani hingga teh hijau yang menyegarkan, dan dari teh oleg yang menggoda hingga teh yang bobas kofei. Semua teh dikumpulkan, diarases, dan dikemas dengan cermat untuk menjaga kesegaran dan rasa yang.

Table 7. Brainstroming

User Goals		
Home Page		
1. Pengetahuan mengenai teh	1. Highlight produk yang dijual	1. Diperlukan mendaftarkan akun login terlebih dahulu
2. Informasi jenis teh		2. Multi bahasa
3. Informasi mengenai produk yang dijual		
4. Informasi perusahaan		
5. Social media plugin		
6. review		
About Us		
1. Profil perusahaan	1. Sejarah dan profil CV.gunung Sari Endah	1. Foto Produk
2. Visi dan Misi	2. Visi dan Misi CV.Gunung Sari Endah	2. Pilihan jenis teh
3. Layanan	3. Produk CV.Gunung Sari Endah	3. Informasi stok masing-masing produk
4. Mitra	4. Mitra CV.Gunung Sari Endah	4. Cara melakukan pemesanan
		5. Alamat, nomor telepon dan e-mail, sosial media
Menu		
	1. Jenis teh	
	2. Spesifikasi jenis teh	
	3. Kustomisasi teh	
	4. Cara pemesanan	
	5. kontak	
Produk		
1. Jenis produk teh	1. Pemilihan jenis produk teh	
2. Informasi stok yang tersedia	2. Permintaan khusus spesifikasi teh	
3. Pemesanan khusus (kustomisasi)		
User		
1. Pemilihan dan kustomisasi spesifikasi teh	1. Memilih jenis teh, spesifikasi daun teh, dan bubuk teh	
2. pemesanan	2. Akan dialihkan ke <i>customer service</i> dan melakukan konfirmasi pemesanan	



Gambar 7. Site Map.

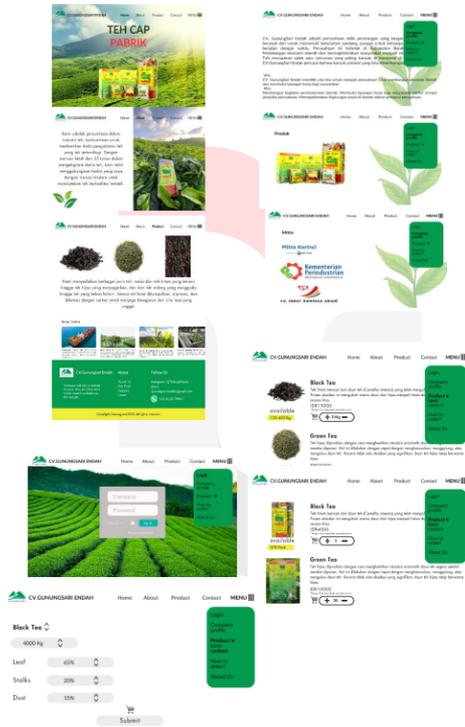
Kesimpulan

Setelah tahapan *design thinking* dilakukan, CV.Gunungsari Endah 8 menghasilkan berbagai macam solusi yaitu perusahaan melakukan penjualan melalui *Whatsapp*, jadi berkembang dengan menciptakan

website yang memiliki berbagai macam fitur yang diperlukan konsumen. Masalah diuraikan dan diterangkan pada masing-masing tahap *design thinking* membuktikan bahwa CV.Gunungsari Endah memiliki kemampuan di dalam implementasi yang berhubungan dalam setiap permasalahan, sehingga dapat dijadikan solusi yang tepat dan juga pemanfaatan peluang bisnis yang luas.

Daftar Pustaka

1. Prasetyo A, Muchnita A. The Role Website Quality, Credit Card, Sales Promotion On Online Impulse Buying Behavior. *Jurnal Manajemen*. 2022 Oct;26(3):424–448. Available from: <http://dx.doi.org/10.24912/JM.V26I3.922>.
2. ;. [Accessed 31-05-2024]. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85104526119&origin=resultslist&sort=plf-f>.
3. ;. [Accessed 31-05-2024]. <https://www.nasdaq.com/articles/uk-online-shopping-and-e-commerce-statistics-2017-2017-03-14>.
4. ;. [Accessed 31-05-2024]. <https://www.pagero.com/blog/what-is-business->



Gambar 8. Cv. Gunungsari Endah.

digitalization/https://www.pagero.com/blog/what-is-business-digitalization/.

5. Wahyuningtyas R, Disastra GM, Rismayani R. Digital Innovation and Capability to Create Competitiveness Model of Cooperatives in Bandung, Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*. 2021 Aug;21(2):171. Available from: <http://dx.doi.org/10.25124/JMI.V21I2.3633>.
6. library.parenthelp.eu;. [Accessed 31-05-2024]. https://library.parenthelp.eu/wp-content/uploads/2021/03/www.interaction-design.org_.pdf.
7. UX Daily: The World's Largest Open-Source UX Design library — interaction-design.org;. [Accessed 31-05-2024].

<https://www.interaction-design.org/literature/article/stage-3-in-the-design-thinking-processideate>.

8. Kolaborasi dan Sinergi Untuk Tingkatkan Produksi dan Daya Saing Teh Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia — ekon.go.id;. [Accessed 31-05-2024]. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3950/kolaborasi-dan-sinergi-untuktingkatkan-produksi-dan-daya-saing-teh-indonesia>.
9. ;. [Accessed 31-05-2024]. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/22190>.
10. Council YE. Council Post: Why Every Business Needs A Website — forbes.com;. [Accessed 31-05-2024]. <https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/02/03/why-every-business-needs-a-website/?sh=258db9b36e75>.
11. ;. [Accessed 31-05-2024]. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=D.+Hutt+%26+Thomas+W.+Speh+2013&b.
12. Kotler P, Keller KL. *Marketing Management*. Always learning. Pearson; 2016. Available from: <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>.
13. Lewrick M, Link P, Leifer L. *The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems*. Design Thinking Series. Wiley; 2018. Available from: <https://books.google.co.id/books?id=DpVcDwAAQBAJ>.
14. Admin R. What Is The Importance of Digitalization In Business Growth? — rolsoninfotech.com;. [Accessed 31-05-2024]. <https://www.rolsoninfotech.com/blog/importance-of-digitalization-of-business/>.
15. 5 Cara Melakukan Digitalisasi Bisnis Untuk Modernisasi Usaha — store.sirclo.com;. [Accessed 31-05-2024]. [https://store.sirclo.com/blog/digitalisasi-bisnis/](https://store.sirclo.com/blog/digitalisasi-bisnis/https://store.sirclo.com/blog/digitalisasi-bisnis/).
16. UGM F. Perkembangan Teknologi di Era Digital — feb.ugm.ac.id;. [Accessed 31-05-2024]. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3614-perkembanganteknologi-di-era-digital>.
17. Sukses Ekspor dengan Penggunaan Platform Digital - UKMIN-DONESIA.ID — ukmindonesia.id;. [Accessed 31-05-2024]. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/sukses-ekspor-dengan-penggunaan-platform-digital>.