



## Furriend Sebagai Pengembangan Usaha *Pet Shop and Care Digital* Berbasis Website (Studi di Kota Pasuruan)

**Shandy Ilham Alamsyah<sup>1</sup>, Fisma Meividianugraha Subani<sup>2</sup>, Alvin Febrianto<sup>3</sup>, Refila Dyah Ghizanda Wardoyo<sup>4</sup>, Dodik Arwin Dermawan<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>D4 Manajemen Informatika, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, shandy.21015@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup>D4 Manajemen Informatika, Universitas Negeri Surabaya, Pasuruan, Indonesia, fismameividianugraha.21017@mhs.unesa.ac.id

<sup>3</sup>D4 Manajemen Informatika, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, alvinfebrianto.21031@mhs.unesa.ac.id

<sup>4</sup>D4 Manajemen Informatika, Universitas Negeri Surabaya, Tulungagung, Indonesia, refileadyah.21041@mhs.unesa.ac.id

<sup>5</sup>D4 Manajemen Informatika, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, dodikdermawan@unesa.ac.id

### STATUS ARTIKEL

Dikirim 15 Maret 2023

Direvisi 20 Mei 2023

Diterima 17 April 2023

### Kata Kunci:

*Furriend, Usaha Digital, Website*

### ABSTRAK

Website dapat menyajikan sistem informasi dengan baik dan cepat sehingga cocok digunakan dalam pengembangan usaha. Pengimplementasian website sebagai usaha digital berhasil meningkatkan kualitas sebuah usaha dalam aspek layanan sistem informasi dan media pemasaran. Faktanya sebagian besar usaha masyarakat di Indonesia masih belum memanfaatkan teknologi sebagai penanganan dalam menghadapi masalah mekanisme pelayanan secara konvensional, salah satunya pada usaha *pet shop*. Tujuan dari penelitian adalah menawarkan sebuah inovasi untuk meningkatkan kualitas kinerja pelayanan secara digital yaitu dengan Furriend. Penelitian memakai metode R&D (*Research and Development*) seringkali digunakan pada riset pengembangan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah solusi dalam bentuk ide maupun produk serta mengukur keefektifannya sebagai bukti kesuksesan penelitian. Berikut langkah-langkah yang digunakan pada penelitian ini: sumber masalah, pengumpulan data, analisa data, solusi, dan ide/produk. Pengambilan data dilapangan menggunakan angket, *interview*, serta pendokumentasian. Kesimpulan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Website terbukti sebagai layanan sistem informasi dan media pemasaran yang sering digunakan oleh masyarakat, usaha digital sangat mendukung kemajuan sebuah usaha, penerapan Furriend sangat membantu usaha *pet shop* dalam menangani mekanisme pelayanan secara konvensional.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penggunaan website mampu memberikan sebuah layanan sistem informasi dengan sangat baik bagi masyarakat untuk memberikan kemudahan dalam keperluan kegiatan sehari-hari. Dewi Maharani (2021) menyampaikan bahwa website menjadi salah satu bentuk layanan sistem informasi yang digunakan oleh penetrasi internet secara global. Website sering kali digunakan oleh pengguna internet karena menyediakan sarana informasi, komunikasi, transaksi jual beli online, dan hiburan. Bentuk pemanfaatan website oleh masyarakat yang memiliki sebuah usaha biasanya menggunakan website sebagai bentuk usaha secara digital sebagai penyedia layanan sistem informasi dan media pemasaran dalam mendukung kesuksesan dan kemajuan usahanya.

Penerapan website sebagai bentuk usaha digital memberikan banyak keuntungan bagi usaha masyarakat. Keuntungan yang diperoleh dalam bidang pemasaran menurut Syarifah (2020) website menjadi sarana yang efektif dalam proses pemasaran usaha karena informasi

dapat dipublikasikan dengan jangkauan yang luas, informasi dapat lebih cepat diterima, dan meminimalisir biaya pengeluaran. Dalam usaha digital terdapat beberapa layanan yang ditawarkan berupa barang dan jasa untuk mencukupi permintaan pelanggan (*customer*). Pemilik usaha (*owner*) dapat menambahkan, merubah, atau menghapus informasi melalui website terkait pelayanan barang atau jasa yang disediakan pada usahanya sehingga informasi yang diterima oleh pelanggan akan diperbarui secara langsung (*real-time*). Akan tetapi, kondisi usaha masyarakat yang tersebar di Indonesia ternyata masih banyak yang menerapkan bentuk usaha konvensional. Hasil data Badan Pusat Statistik (2022) mencatat bahwa terdapat 67,77% usaha yang dilakukan secara konvensional, dan 32,23% usaha yang dilakukan secara digital. Hal ini membuktikan bahwa kurangnya perkembangan usaha masyarakat dalam memanfaatkan kemajuan teknologi, salah satunya pada usaha *pet shop* di kota Pasuruan.

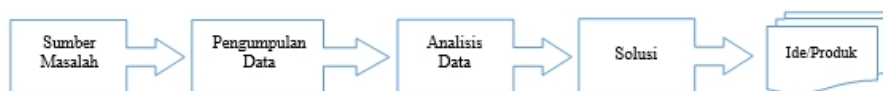
Usaha *pet shop* di kota Pasuruan menjadi salah satu usaha yang menawarkan sebuah layanan barang dan jasa untuk membantu memenuhi kebutuhan pelanggan yang memiliki hewan peliharaan. Penawaran layanan barang pada *pet shop* dapat berupa perlengkapan kebutuhan hewan seperti makanan, suplemen, dan aksesoris. Sedangkan penawaran layanan jasa berupa penitipan dan perawatan hewan. Namun, dalam mekanisme pelayanannya masih menggunakan cara konvensional sehingga menimbulkan beberapa permasalahan, seperti membutuhkan waktu yang lama dalam proses pendataan barang atau pelanggan, kesulitan dalam meningkatkan target pasar karena media pemasaran yang kurang, dan terbatasnya respons pelayanan terhadap pelanggan karena terhalang pada aturan jam kerja. Hal ini menjadi faktor penyebab ketertinggalan sebuah usaha sehingga tidak mampu bersaing dengan usaha ternama. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengembangan usaha digital melalui website sebagai solusi dalam menangani permasalahan tersebut.

Terwujudnya sebuah inovasi Furriend Sebagai Pengembangan Usaha Digital *Pet Shop and Care* Berbasis Website dapat menjadi sebuah solusi pada usaha *pet shop* untuk membantu meningkatkan kinerja pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Furriend memanfaatkan teknologi berbasis website untuk mengatur layanan sistem informasi dan media pemasaran secara efektif sehingga mampu menarik minat banyak pelanggan. Dengan penerapan website sebagai usaha digital, furriend mampu menekan biaya pengeluaran untuk mendapatkan hasil yang optimal.

## 2. METODE

### 2.1 Jenis Penelitian

Penelitian memakai metode R&D (*Research and Development*) seringkali digunakan pada penelitian pengembangan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah solusi dalam bentuk ide maupun produk serta mengukur keefektifannya sebagai bukti kesuksesan penelitian (Sugiyono, 2014). Berikut tahapan yang digunakan pada penelitian dengan metode R&D (*Research and Development*) sebagai berikut:



**Gambar 2.1** Metode Penelitian

#### 1. Sumber Masalah

Peneliti menyelidiki sumber masalah yang berada di lapangan kemudian dilakukan proses pengidentifikasian terhadap sumber masalah. Dalam penelitian ini sumber masalah yang diperoleh yaitu mekanisme pelayanan secara konvensional dalam usaha *pet shop*.

#### 2. Tahap Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian dengan cara angket (pengisian kuesioner), *interview* (wawancara), dan dokumentasi. Sumber Data yang ditemukan berasal dari proses identifikasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap sumber masalah di lapangan.

3. Tahap Analisis Data

Peneliti menganalisis data melalui proses reduksi data (*data reduction*), analisis deskriptif, menyajikan data (*data display*), dan pemberian kesimpulan. Sumber data yang diperoleh kemudian dilakukan proses pemahaman dan penjabaran secara maksimal oleh peneliti.

4. Solusi

Menurut hasil analisis data yang sudah dilaksanakan, peneliti kemudian menemukan solusi baru dalam mengatasi masalah yang ditemukan. Solusi tersebut yaitu pengembangan usaha digital dengan memanfaatkan teknologi berbasis website dalam menangani mekanisme pelayanan secara konvensional.

5. Ide/Produk

Maka dari itu, peneliti membuat sebuah karya yang berjudul *Furriend Sebagai Pengembangan Usaha Pet Shop and Care Digital Berbasis Website (Studi di Kota Pasuruan)*.

2.2 Tahap Pengumpulan Data

1) Angket (Pengisian Kuesioner)

Teknik pengumpulan data menggunakan angket bertujuan untuk menghasilkan data yang lebih efisien dan mengetahui kesesuaian dengan permintaan narasumber (Sugiyono, 2014:230). Penelitian ini menerapkan pernyataan/pertanyaan secara rahasia yang diberikan kepada para pemilik hewan peliharaan di Kota Pasuruan dengan jumlah 30 orang. Dalam penelitian ini diukur dengan mengaplikasikan pada skala likert. Pedoman pemberian skor kuesioner, sebagai berikut:

**Tabel 2. 2** Pedoman Pemberian Skor Kuesioner

No	Pernyataan	Skor
1	Strongly Disagree (SD)	1
2	Don't Agree (DA)	2
3	Enough (E)	3
4	Agree (A)	4
5	Strongly Agree (SA)	5

2) *Interview* (Wawancara)

Peneliti melakukan *interview* kepada setiap narasumber dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan ringan untuk memperoleh sumber data secara lisan yang bermanfaat untuk proses penelitian dan dapat memahami secara langsung kondisi masalah yang dialami narasumber (Sugiyono, 2014). *Interview* yang dilakukan peneliti ditujukan kepada para pemilik hewan peliharaan di Kota Pasuruan. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan akan dijawab secara langsung oleh responden dan mencatat poin pentingnya untuk dijadikan sumber data secara lisan.

3) Dokumentasi

Peneliti melakukan perekaman gambar atau memfoto setiap pelaksanaan proses wawancara dan pemberian pengisian kuesioner kepada para pemilik hewan peliharaan di Kota Pasuruan. Tujuan dokumentasi ini sebagai bukti keaslian dalam proses penelitian dan menjadi sumber data yang valid.

2.3 Tahap Analisis Data

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Peneliti melakukan pengklasifikasian terhadap sumber data yang didapatkan dengan memilah hal-hal primer dan menekankan pada hal-hal bersifat urgen untuk memudahkan dalam pemodelan masalah. Proses reduksi data yang dilakukan akan memberikan solusi yang ideal sehingga data-data yang telah dipilih sudah menjadi

pokok penting dalam penelitian “*Furriend Sebagai Pengembangan Usaha Pet Shop and Care Digital Berbasis Website (Studi di Kota Pasuruan)*”

2) Analisis deskriptif

Peneliti melakukan pengelompokan hasil jumlah skor yang didapat dari narasumber. Pengelompokan didasarkan pada jumlah skor dari setiap pernyataan/pertanyaan agar dapat mengetahui tingkat kecenderungan jawaban dari narasumber. Penilaian jumlah skor menggunakan nilai rata-rata untuk mengetahui kualitas jawaban pada rentang skala likert berikut ini:

**Tabel 2. 3** Kualitas Skala Likert

No	Skala	Keterangan
1	0,00 - 0,995	Sangat Lemah
2	1,00 - 1,995	Lemah
3	2,00 - 2,995	Menengah
4	3,00 - 3,995	Kuat
5	4,00 - 5,000	Sangat Kuat

3) Penyajian Data (*Data display*)

Peneliti melakukan pengelolaan informasi data untuk mendapatkan hasil maksimal dengan menyajikan dalam bentuk teks deskriptif yang terstruktur agar mudah dipahami dan simple. Proses penyajian data yang dilakukan akan menghasilkan data yang akurat dalam penelitian “*Furriend Sebagai Pengembangan Usaha Pet Shop and Care Digital Berbasis Website (Studi di Kota Pasuruan)*”

4) Kesimpulan

Peneliti menekankan pada hasil penelitian, data dan bukti-bukti yang real dan konsisten melalui wawancara masyarakat dan pelajar sekitar. Kemudian kesimpulan yang didapatkan menunjukkan hasil penelitian dengan inovasi baru dalam mengatasi masalah tersebut.

---

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

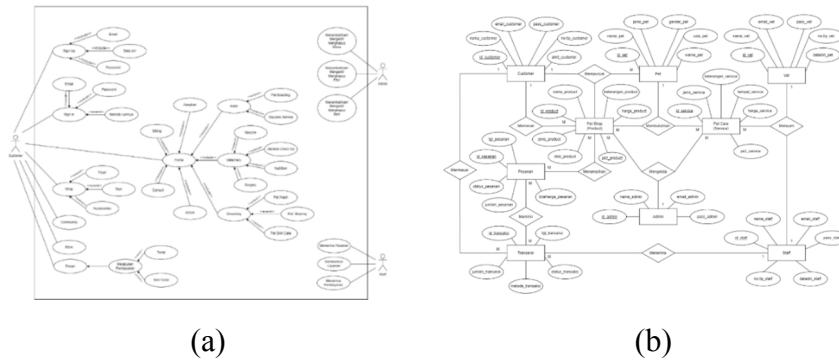
#### 3.1 Penerapan Furriend Sebagai Pengembangan Usaha *Pet shop and Care Digital Berbasis Website*

Furriend menjadi sebuah konsep baru sebagai model pengembangan usaha *pet shop and care* digital berbasis website pada usaha-usaha *pet shop* lokal di Kota Pasuruan. Furriend memiliki konsep yang lebih modern dalam memberikan pelayanan jasa atau barang kepada pelanggan dengan ciri khasnya tersendiri. Bentuk pelayanan jasa atau barang yang ditawarkan oleh Furriend sangat lengkap, beberapa layanan jasa yang disediakan seperti: *Grooming, hotel, adoption, sitting, veterinary, consult, dan community*. Sedangkan pelayanan barangnya yaitu *pet shop* yang menyediakan barang kebutuhan peliharaan hewan mulai dari makanan, aksesoris, mainan, dan kesehatan. Analisis kebutuhan sistem pada website Furriend telah dirancang secara efisien berdasarkan *use case diagram, entity relationship diagram, desain user interface, dan sistematika penggunaan* untuk memberikan kenyamanan kepada pemilik hewan peliharaan sebagai pengguna website Furriend dalam memenuhi semua kebutuhan perawatan hewan peliharaannya. Berikut hasil analisis kebutuhan sistem pada website Furriend:

##### 3.1.1 Analisis Kebutuhan Sistem

###### A. Model Analisis Diagram

Berikut analisis kebutuhan sistem model analisis diagram pada website Furriend:



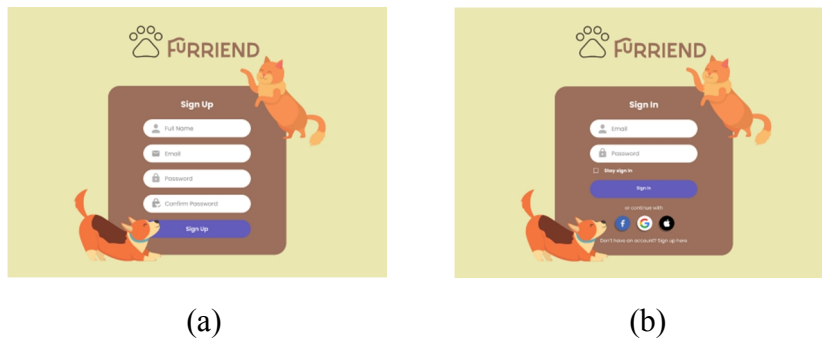
**Gambar 3.1** (a) *Use Case Diagram* (b) *Entity Relationship Diagram*

**B. Desain *User Interface***

Berikut analisis kebutuhan sistem beberapa desain *user interface* pada website Furriend:

1) Halaman *Sign Up* dan *Sign In*

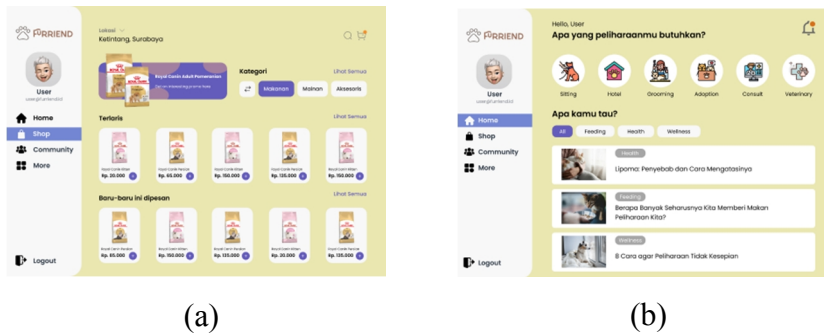
Pada halaman pendaftaran akun digunakan oleh pelanggan untuk melakukan registrasi akun pada website Furriend agar dapat mengakses fitur layanan pada website. Pada halaman masuk website menjadi halaman pertama yang akan dijumpai oleh pelanggan dan admin untuk dapat mengakses website Furriend. Pengguna (*customer* dan admin) wajib mengisi *email* dan *password* yang telah didaftarkan agar proses login pada website berhasil.



**Gambar 3.2** (a) Halaman *Sign Up* (b) Halaman *Sign In*

2) Layanan *Pet Shop and Care*

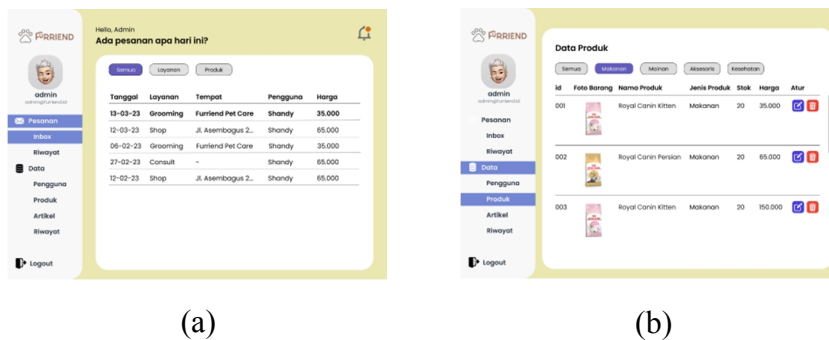
Pelanggan dapat menggunakan semua fitur layanan *pet shop (product)* yang terdiri dari jenis makanan, mainan, aksesoris, dan kesehatan. Pada layanan *pet shop (product)* menampilkan informasi mengenai produk yang mendapatkan diskon, produk terlaris, dan beberapa produk yang baru saja dipesan. Pelanggan juga dapat menggunakan semua fitur layanan *pet care (service)* sesuai dengan kebutuhan perawatan hewan peliharaan seperti: *Sitting, hotel, grooming, adoption, consult, dan veterinary*. Pada layanan *pet care (service)* juga didukung dengan beberapa referensi artikel untuk dapat meyakinkan pemilik hewan peliharaan mengenai pentingnya menjaga dan merawat hewan peliharaan.



Gambar 3.3 (a) Layanan *Pet shop* (b) Layanan *Pet Care*

3) Menu Pesanan (*Inbox*) dan Data (Produk)

Admin dapat menggunakan fitur menu pesanan (*inbox*) untuk mengecek semua pesanan pelanggan yang masuk agar dapat segera dilakukan koordinasi secara terstruktur dengan para pegawai (*staff*) dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pada fitur *inbox* (menu pesanan) juga dilengkapi dengan tampilan informasi pesanan secara rinci dan jelas disertai filter pesanan berdasarkan layanan yang dipesan oleh pelanggan sehingga mempermudah proses pengerjaan. Selanjutnya admin juga dapat menggunakan menu data (produk) untuk mengelola informasi data produk yang akan disediakan pada layanan *pet shop* (produk). Pada fitur produk (menu data) terdapat proses penambahan, penghapusan, dan perubahan pada informasi data produk sesuai dengan jenisnya masing-masing yang akan dilakukan oleh admin.



Gambar 3.4 (a) Menu Pesanan (*Inbox*) (b) Menu Data (Produk)

C. Sistematika Penggunaan

Berikut analisis kebutuhan sistem sistematika penggunaan pada website Furriend:

1) Sistematika Pendaftaran Akun Website Furriend

- Pelanggan dapat melakukan pendaftaran akun pada halaman pendaftaran akun dengan melengkapi data pribadi seperti nama, *email*, dan *password* sebagai rekaman data pelanggan yang akan digunakan pada website Furriend.
- Setelah mengisi data pelanggan dengan benar, kemudian pilih sign up untuk dilakukan pembuatan akun website Furriend.
- Akun pengguna website Furriend telah berhasil dibuat.

2) Sistematika Masuk Website Furriend

- Pelanggan dapat mengakses website Furriend melalui *email* dan *password* yang telah teregistrasi.
- Setelah masuk kedalam website Furriend, terdapat langkah lanjutan dalam verifikasi data pelanggan secara lengkap dengan mengisi foto, nomor telepon, alamat, dan data hewan peliharaan, kemudian pilih tombol simpan.
- Semua data yang sudah tersimpan dapat dilakukan perubahan dengan pilih tombol edit atau hapus.

- d. Pelanggan dapat menikmati layanan *pet shop and care* yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaan.
  - e. Pelanggan dapat keluar dari website setelah selesai menggunakan website Furriend.
- 3) Sistematika *Pet Care (Service)* Website Furriend
- a. Pelanggan dapat memilih beberapa jenis layanan *pet care* yang tersedia pada website Furriend, seperti: *Grooming, hotel, veterinary, adoption, sitting,* dan *consult* sesuai dengan kebutuhan hewan peliharaan.
  - b. Pada fitur layanan *grooming* menyediakan beberapa spesifikasi layanan, seperti: *Pet wash* untuk memandikan hewan peliharaan, *pet shaving* untuk memotong bulu hewan peliharaan, dan *pet skin care* untuk perawatan kulit hewan peliharaan.
  - c. Pada fitur layanan *hotel* menyediakan beberapa spesifikasi layanan, seperti: *Pet boarding* untuk menitipkan hewan peliharaan, dan *daycare service* untuk penitipan hewan peliharaan dengan memberikan beberapa layanan tambahan.
  - d. Pada fitur layanan *veterinary* menyediakan beberapa spesifikasi layanan, seperti: *Vaccine* untuk memberikan kekebalan imunitas hewan peliharaan, *general checkup* untuk pengecekan kesehatan hewan peliharaan secara umum, *nutrition* untuk memberikan nutrisi dan vitamin pada hewan peliharaan, *surgery* untuk melakukan tindakan bedah atau operasi pada hewan peliharaan.
  - e. Pada fitur layanan *adoption* digunakan untuk proses pengadopsian hewan peliharaan.
  - f. Pada fitur layanan *sitting* digunakan untuk memanggil pengasuh datang ke rumah untuk menjaga hewan peliharaan pemilik.
  - g. Pada fitur layanan *consult* digunakan untuk berkonsultasi dengan *vet* (dokter hewan) secara online.
  - h. Setelah memilih jenis layanan yang telah disediakan, pelanggan dapat menentukan jadwal dan tempat pelayanan sesuai dengan keinginan. Tempat pelayanan bisa dilakukan di rumah atau tempat usaha.
  - i. Pelanggan dapat pilih tombol pesan dan bayar setelah melengkapi kebutuhan data pada layanan. Metode pembayaran juga tersedia secara kontan dan digital.
  - j. Pelanggan dapat keluar dari website setelah selesai menggunakan website Furriend.
- 4) Sistematika *Pet shop (Product)* Website Furriend
- a. Pelanggan dapat membeli beberapa jenis produk pada layanan *pet shop* yang tersedia pada website Furriend, seperti: *Food, toys, accessories,* dan *healty* sesuai dengan kebutuhan hewan peliharaan.
  - b. Pada jenis produk *food* digunakan untuk memenuhi kebutuhan makanan hewan peliharaan.
  - c. Pada jenis produk *toys* digunakan untuk stimulasi peningkatan human interactions dan melatih kesehatan motorik (fisik) dan kognitif (mental) hewan peliharaan.
  - d. Pada jenis produk *accessories* digunakan untuk pemberian identitas khusus dan kesesuaian *life style* dalam memelihara hewan peliharaan.
  - e. Pada jenis produk *healty* digunakan untuk menunjang kualitas hidup hewan peliharaan.
  - f. Semua produk yang akan dipesan akan disimpan pada *icon* keranjang agar pelanggan dapat mengetahui jumlah produk dan total harga pesanan.
  - g. Setelah menentukan pesanan produk, pelanggan dapat mengatur alamat pengiriman yang sesuai.
  - h. Pelanggan dapat pilih tombol bayar setelah melengkapi kebutuhan data pada *shop (product)*. Metode pembayaran juga tersedia secara kontan dan digital.

### 3.2 Efektivitas Furriend Sebagai Pengembangan Usaha *Pet Shop and Care* Digital Berbasis Website (Studi di Kota Pasuruan)

Peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian dengan cara angket (pengisian kuesioner), *interview* (wawancara), dan dokumentasi kepada para pemilik hewan peliharaan dan masyarakat di Kota Pasuruan. Peneliti kemudian menganalisis data yang telah

dikumpulkan untuk menarik kesimpulan dan mengetahui kesesuaian permintaan narasumber. Berikut adalah data-data yang dikumpulkan peneliti dalam mengukur keefektivitasan:

### 3.2.1 Data Penelitian

#### A. Hasil Deskriptif Penelitian Berdasarkan Pengisian Kuisisioner

##### 1) Klasifikasi Narasumber Menurut Gender

Menurut dari hasil penelitian yang dilakukan dengan angket (pengisian kuesioner) kepada narasumber didapatkan hasil data seperti berikut:

**Tabel 3.1** Klasifikasi Narasumber Menurut Gender

No	Keterangan Gender	Jumlah	Persentase
1.	Male	8	40,00
2.	Female	12	60,00
Total		20	100,00

##### 2) Klasifikasi Narasumber Menurut Umur

Menurut dari hasil penelitian yang dilakukan dengan angket (pengisian kuesioner) kepada narasumber didapatkan hasil data seperti berikut:

**Tabel 3.2** Klasifikasi Narasumber Menurut Umur

No	Keterangan Umur	Jumlah	Persentase
1.	18 - 28 Tahun	1	5,00
2.	28 - 38 Tahun	5	25,00
3.	38 - 48 Tahun	7	35,00
4.	48 - 58 Tahun	6	30,00
5.	> 58 Tahun	1	5,00
Total		20	100,00

##### 3) Klasifikasi Narasumber Menurut Pemilik Hewan Peliharaan

Menurut dari hasil penelitian yang dilakukan dengan angket (pengisian kuesioner) kepada narasumber didapatkan hasil data seperti berikut:

**Tabel 3.3** Klasifikasi Narasumber Menurut Pemilik Hewan Peliharaan

No	Hewan Peliharaan	Jumlah Pemilik	Persentase
1.	Ikan	3	15,00
2.	Burung	5	25,00
3.	Ayam	2	10,00
4.	Kucing	8	40,00
5.	Anjing	2	10,00
Total		20	100,00

##### 4) Tanggapan Narasumber Terhadap Penggunaan Website dalam Usaha

Narasumber dalam penelitian ini adalah para pemilik hewan peliharaan di Kota Pasuruan dengan jumlah 20 narasumber. Menurut dari hasil penelitian yang dilakukan dengan angket (pengisian kuesioner) kepada narasumber didapatkan hasil skor seperti berikut:



**Tabel 3.4** Tanggapan Narasumber Terhadap Penggunaan Website dalam Usaha

No	Item Pernyataan	Nilai					Jumlah	Rata-rata	Keterangan
		5	4	3	2	1			
1	Website menyediakan layanan sistem informasi dengan baik	3	6	-	8	3	58	2,90	Menengah
2	Saya memperoleh informasi dengan mudah melalui website	5	-	3	10	2	56	2,80	Menengah
3	Usaha digital mampu meningkatkan hasil produktivitas kerja	2	4	-	9	5	49	2,45	Menengah
4	Saya tertarik untuk menggunakan website dalam usaha	3	2	-	8	7	46	2,30	Menengah
5	Saya menggunakan website sebagai media pemasaran usaha	1	-	-	11	8	31	1,55	Lemah
Rata-rata keseluruhan								2,40	Menengah

5) Tanggapan Narasumber Terhadap Penerapan Furriend

Narasumber dalam penelitian ini adalah para pemilik hewan peliharaan di Kota Pasuruan dengan jumlah 20 narasumber. Menurut dari hasil penelitian yang dilakukan dengan angket (pengisian kuesioner) kepada narasumber didapatkan hasil skor seperti berikut:

**Tabel 3.5** Tanggapan Narasumber Terhadap Penerapan Furriend

No	Item Pernyataan	Nilai					Jumlah	Rata-rata	Keterangan
		5	4	3	2	1			
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Furriend	6	4	-	7	3	63	3,15	Kuat
2	Saya dapat sharing kepada sesama pemilik hewan peliharaan	4	3	2	8	3	57	2,85	Menengah
3	Furriend menyediakan layanan fitur dengan lengkap dan praktis	3	5	-	10	2	57	2,85	Menengah
4	Saya merawat hewan peliharaan dengan mudah dan nyaman	2	6	1	7	-	51	2,55	Menengah
5	Furriend membantu sistem pengelolaan data secara efisien	1	5	-	9	5	48	2,40	Menengah
Rata-rata keseluruhan								2,76	Menengah

B. Hasil Deskriptif Penelitian Berdasarkan Wawancara

Setelah penerapan Furriend dilaksanakan di Kota Pasuruan, usaha-usaha *pet shop* lokal mulai mengembangkan menjadi usaha digital secara bertahap seperti yang telah dilakukan oleh Furriend. Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara setelah penerapan Furriend di Kota Pasuruan untuk menunjukkan bahwa Furriend sebagai pengembangan usaha *pet shop and care* digital mampu mendukung kemajuan sebuah usaha dan mengatasi mekanisme pelayanan secara konvensional. Peneliti melakukan wawancara kepada salah satu karyawan NIKI *Pet shop* di Kota Pasuruan, bernama mengatakan “Penerapan konsep Furriend sebagai pengembangan usaha *pet shop and care* digital termasuk kreatif dan modern dari segi proses pemesanan layanan, pendataan barang, pemasaran semua telah dilakukan secara digital. Saya jadi termotivasi untuk mengembangkan NIKI *Pet shop* menjadi bentuk usaha digital agar dapat meningkatkan target pasar dan kualitas usaha. Semoga Furriend dapat menjadi cikal bakal inspirasi usaha-usaha *pet shop* lokal di Kota Pasuruan.”

Berdasarkan hasil dari pernyataan tersebut sudah dapat disimpulkan bahwa penerapan Furriend sebagai usaha *pet shop and care* digital sangat efektif dalam mendukung kemajuan sebuah usaha dan menangani mekanisme pelayanan secara konvensional. Furriend menawarkan layanan dan barang secara lengkap dengan konsep

modern dan digital dalam memenuhi kebutuhan perawatan hewan peliharaan. Furriend juga mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan untuk meningkatkan peluang target pasar. Maka dari itu, penerapan Furriend ini sangat bermanfaat dan tidak perlu diragukan lagi keefektifitasannya dalam mengatasi mekanisme pelayanan secara konvensional.

---

#### 4. KESIMPULAN

Merujuk pada hasil pembahasan yang telah disajikan, peneliti akan memaparkan kesimpulan seperti berikut:

1. Website terbukti sebagai layanan sistem informasi yang baik dan media pemasaran yang sering digunakan oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan jumlah rata-rata keseluruhan berdasarkan tabel tanggapan narasumber terhadap penggunaan website dalam usaha sebesar 2,40 yang termasuk dalam kualitas menengah menurut tabel skala likert.
2. Keberhasilan penerapan konsep Furriend sebagai pengembangan usaha *pet shop and care* digital berbasis website dibuktikan dengan jumlah rata-rata keseluruhan berdasarkan tabel tanggapan narasumber terhadap penerapan konsep Furriend sebesar 2,76 yang termasuk dalam kualitas menengah menurut tabel kualitas skala likert. Hal tersebut menjadi bukti bahwa usaha digital sangat mendukung kemajuan sebuah usaha.
3. Penerapan Furriend sangat membantu usaha *pet shop* dalam menangani mekanisme pelayanan secara konvensional. Banyak masyarakat di Kota Pasuruan yang memelihara hewan peliharaan mulai dari ikan, burung, ayam, kucing, dan anjing. Jumlah narasumber terbanyak menurut tabel klasifikasi narasumber berdasarkan kepemilikan hewan peliharaan berada pada hewan peliharaan kucing sebanyak 8 narasumber.
4. Masyarakat pemilik hewan peliharaan di Kota Pasuruan terdiri gender male (laki) terdiri dari 8 narasumber atau 40%, sedangkan gender female (wanita) terdiri 12 narasumber atau 60%. Selain itu rata-rata usia narasumber terbanyak berada pada umur 38 sampai 48 tahun yang termasuk masa usia produktif dengan tingkat kematangan yang tepat dari segi finansial, emosional, dan tanggung jawab sehingga memungkinkan untuk membantu keberlangsungan penerapan Furriend dalam merawat hewan peliharaannya dengan memenuhi kebutuhan dan kesehatan mereka.

---

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Bapak Dodik Arwin Dermawan sebagai Dosen Pembimbing yang sudah berkenan mendampingi kami selama kegiatan penelitian berlangsung, serta semua pihak yang sudah bersedia kerjasama dengan baik dalam penyelesaian penelitian.

---

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Cindy Mutiara. 2022. "Survei BPS: Pelaku Usaha RI Yang Berdagang Di E-Commerce Masih Minim." *Databoks*. Retrieved March 15, 2023 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/19/survei-bps-pelaku-usaha-ri-yang-berdagang-di-e-commerce-masih-minim>).
- Farida, Syarifah Ida, Desi Prasetyani, Abdul Rahman Safiih, Dodi Prasada, and Budi Ismanto. 2020. "Humanis Humanis." *Abdi Masyarakat Humanis* 1(2):127–35.
- Maharani, Dewi, Fauriatun Helmiyah, and Nurul Rahmadani. 2021. "Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet Dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19." *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika* 1(1):1–7. doi: 10.25008/abdiformatika.v1i1.130.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.