

BAB III

MARKET AND PRODUCT VALIDATION

3.1 *Market Research Validation*

Market research validation adalah proses pengumpulan data dan informasi untuk menguji dan memvalidasi ide atau asumsi bisnis serta menilai potensi pasar dan permintaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini melibatkan penggunaan berbagai metode untuk memastikan ide bisnis yang ditawarkan memiliki dasar yang kuat, jelas & terpercaya sebelum pada akhirnya diluncurkan ke pasar yang lebih luas.

3.1.1 *Segmentation, Targeting, Positioning*

Sebelum perancangan bisnis dan desain ini direalisasikan, penting bagi AluPet untuk melakukan analisis terhadap *customer* atau calon pengguna, sehingga dapat ditentukannya segmen yang akan dijadikan target. Langkah ini sendiri dilakukan agar AluPet dapat menyiapkan strategi bisnis dan desain produk yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan target yang disasar. Proses dari penentuan target market ini mencakup beberapa tahapan proses analisis *customer*. Diantaranya ialah *segmentation, targeting, differentiation, dan positioning* (Kotler & Armstrong, 2016).

Tahap pertama berupa *segmentation*, dimana akan dilakukan pembagian pasar berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku dari *customer* (Kotler & Armstrong, 2016). Pembagian ini akan dilakukan berdasarkan beberapa faktor, yakni demografis, geografis, psikografis, dan *behavioral* dari *customer*. Berikut merupakan analisis yang dilakukan oleh penulis terhadap segmentasi pasar untuk AluPet di daerah Tangerang:

Tabel 3. 1 *Segmentation*

Variabel Segmentasi	Keterangan
Demografis	
Usia	25-35 tahun (primer) 35-40 tahun (sekunder)
<i>Gender</i>	Unisex (laki-laki dan perempuan)
Pekerjaan	Swasta, Pengusaha, <i>etc</i>
Pendidikan	SMA/ sederajat, S1
Pengeluaran per bulan	a. SES A (> Rp6.000.000) b. SES B (Rp4.000.001-Rp6.000.000)
SES	A-B
Bahasa	Inggris dan Indonesia
Geografis	
Area	Tangerang
Tingkat kepadatan penduduk	Tinggi – Padat (Perkotaan)
Psikografis	
<i>Interest</i>	Hewan, Teknologi, Perawatan
<i>Lifestyle</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional sibuk (gaya hidup yang sibuk atau jadwal yang padat). • Pemilik hewan peliharaan urban (tinggal di perkotaan peliharaan). • Komunitas sosial aktif (individu yang aktif dalam komunitas pencinta hewan).
Kepribadian	Berempati, Peduli terhadap isu hewan dan sosial, <i>Expressive</i>

<i>Behavioral</i>	
Kebiasaan	<ul style="list-style-type: none"> • Memperhatikan perawatan hewan • Aktif menggunakan mobile • Mencari informasi tentang perawatan hewan • Sering berselancar di internet • Mengikuti komunitas atau fandom
<i>Platform</i>	<i>Mobile</i>
Keuntungan yang diharapkan	Layanan, produk, dan komunitas

Tahap kedua ialah berupa *targeting*, yakni dengan berfokus pada pemilihan konsumen dari hasil *segmenting* target market yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan mengevaluasi berbagai segmen dan penentuan pasar yang akan dijadikan fokus (Kotler & Armstrong, 2016). Dan setelah melakukan analisa terhadap segmen pasar berdasarkan faktor-faktor yang telah ditentukan, penulis menetapkan target market untuk AluPet sebagai berikut:

Tabel 3. 2 *Targeting*

<i>Targeting</i>	
Demografis	Geografis
a. 25-35 Tahun (primer) 35-40 Tahun (sekunder) b. <i>Unisex</i> (laki-laki dan perempuan) c. SES A-B	Berdomisili di kota-kota besar terutama Tangerang, dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi

Psikografis	Behavioral
a. Memiliki <i>interest</i> pada hewan b. Gaya hidup yang sibuk dan bersosialisasi c. Kepribadian yang suka berempati dan peduli	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan <i>mobile</i> untuk memesan layanan perawatan hewan • Suka mengikuti komunitas pecinta hewan • <i>Well prepared</i> untuk kebutuhan hewan peliharaan

Target market dari AluPet bersifat *unisex* yaitu untuk laki-laki dan perempuan dengan *range* usia 25-35 tahun untuk primer dan 35-40 tahun untuk sekunder. Berdomisili di daerah yang pada penduduk berupa kota Tangerang. Target market termasuk SES B dengan pengeluaran per bulan berkisar Rp4.000.001 - *up to* Rp6.000.000. Hal tersebut menjadi pertimbangan karena perawatan hewan peliharaan merupakan kebutuhan yang tergolong sekunder. Target market yang dituju memiliki ketertarikan pada hewan dan merupakan pribadi yang peduli dan suka berempati, namun disisi lain memiliki gaya hidup yang sibuk. Target market yang dituju juga memiliki kebiasaan dalam menggunakan *mobile* untuk berbagai kepentingan diantaranya seperti memesan layanan perawatan hewan, ataupun terlibat dalam komunitas pecinta hewan, serta *well prepared* untuk kebutuhan hewan peliharaan

AluPet menciptakan *differentiation* untuk membedakan diri dari antara para pesaing yang bergerak di bidang yang sama, dimana AluPet menawarkan berbagai macam fitur layanan yang lengkap dan kredibel, yang dilengkapi dengan pilihan kategori hewan yang beragam. AluPet tidak hanya menjangkau hewan peliharaan konvensional seperti anjing, kucing,

dan kelinci, tetapi AluPet juga menyediakan layanan untuk hewan eksotis yang mencakup ular, kadal, kura-kura dan *bearded dragon*.

Pada tahap *positioning*, AluPet memposisikan dirinya sebagai suatu solusi yang hadir dengan beragam fitur layanan yang lengkap serta kategori pilihan hewan yang beragam sehingga dapat mengoptimalkan aplikasi dengan tepat dan sesuai bagi setiap orang yang memerlukan layanan perawatan hewan peliharaan. Meskipun merek AluPet ini belum diketahui oleh khalayak, yakni belum memiliki *brand awareness* yang tinggi, akan tetapi penulis yakin bahwa dengan berbagai keunggulan yang dimiliki, AluPet dapat mampu bersaing dengan berbagai kompetitornya seperti Peto, Hewania, dan Pawlyclinic. Salah satu keunggulan dari AluPet ini berupa fitur *additional package* berupa penerapan layanan antar-jemput yang menjadi pelengkap pada layanan-layanan lainnya, yang memungkinkan para pemilik hewan untuk tetap merawat hewan peliharaan mereka di tengah-tengah kesibukan mereka, tanpa harus terganggu oleh keterbatasan waktu yang dimiliki.

Alasan dari AluPet memilih untuk mengimplementasikan layanannya pada media berbasis aplikasi ialah dikarenakan pertimbangan yang matang dan strategis atas berbagai aspek, mulai dari tren digital, keunggulan aplikasi, hingga perilaku target audiens dari AluPet. Di era digital saat ini, dunia sedang mengalami percepatan digitalisasi yang signifikan, di mana penggunaan aplikasi mobile semakin meningkat dan bahkan telah menjadi tren global, dengan jutaan pengguna mengandalkan smartphone mereka untuk berbagai kebutuhan sehari-hari. Dalam konteks ini, AluPet melihat peluang besar untuk menjangkau pecinta hewan peliharaan dengan cara yang lebih baik dan inovatif melalui aplikasi *mobile*. Aplikasi *mobile* memiliki banyak keunggulan yang tidak dimiliki media lain, seperti aplikasi dapat diakses kapan saja, di mana saja dan pemilik hewan peliharaan dapat memperoleh informasi dan layanan dengan cepat, akurat & tentunya praktis.

Pemilihan media berupa aplikasi juga didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap perilaku audiens AluPet. Berdasarkan riset, target audiens dari AluPet cenderung memperhatikan perawatan hewan peliharaan mereka dengan seksama, sering mencari informasi tentang kesehatan, nutrisi, dan perawatan hewan secara online. Selain itu, target audiens AluPet merupakan pengguna aktif *platform mobile* dan sering berselancar di internet untuk mencari produk dan layanan terbaik bagi hewan peliharaan mereka. Dengan mempertimbangkan tren digitalisasi, keunggulan aplikasi mobile, dan perilaku target audiens, AluPet yakin bahwa media aplikasi adalah pilihan yang tepat untuk mengembangkan bisnis dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. AluPet berkomitmen untuk terus berinovasi dan mendengarkan umpan balik dari pengguna agar aplikasi ini selalu relevan dan bermanfaat bagi komunitas pecinta hewan peliharaan.

3.1.2 Market Persona

Setelah menentukan *segmenting*, *targeting* dan juga *positioning* yang dituju AluPet, langkah selanjutnya ialah penulis menyusun market persona dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan, perilaku tujuan, kendala yang dimiliki oleh target market. Persona yang digambarkan ini merupakan sebuah visualisasi atau *representative* dari karakteristik *customer* yang akan menjadi *user* dari AluPet, hal ini melibatkan deskripsi yang lebih rinci tentang data personal, tujuan, karakteristik pribadi, bahkan kendala yang dialami (Preece dkk, 2019). Terdapat dua persona yang merepresentasikan gambaran umum target market dari AluPet, dengan berfokus pada identifikasi aspek visual dan naratif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 1 Target Market Persona AluPet

Pada persona pertama terdapat seorang laki-laki bernama Agus, berusia 28 tahun, bekerja pada *sector business*, berdomisili di Tangerang dan hidup seorang diri bersama anjing peliharaannya. Agus merupakan seseorang yang perhatian dan bekerja keras, namun dikarenakan pekerjaan, Agus menghabiskan sebagian besar waktunya dalam pekerjaan sehingga memiliki kendala berupa tidak memiliki waktu dan sulit memperhatikan rutinitas *grooming* anjingnya. Disisi lain, ia memiliki keinginan untuk melakukan *grooming* secara teratur dan membeli kebutuhan anjingnya dengan tanpa mengganggu rutinitas pekerjaannya.

Pada persona kedua terdapat seorang perempuan bernama Anna, berusia 25 tahun, memiliki pekerjaan swasta, berdomisili di BSD untuk menyesuaikan diri dengan lokasi kantornya. Karena Anna merupakan seseorang yang *ekstrovert*, ia tidak ingin tinggal seorang diri, alhasil ia memelihara seekor kucing. Anna sendiri merupakan seseorang yang lembut dan setia, namun dikarenakan ia harus memakan waktu yang lama di kantor, Anna menjadi tidak *well prepared* atas kebutuhan kucingnya dan sulit menyisihkan waktu untuk mengantar kucingnya untuk *checkup*. Namun

Anna memiliki keinginan untuk lebih memperhatikan keadaan kucingnya agar tetap higienis dan sehat walaupun dia sibuk di kantor.

Dengan menyusun kedua market persona tersebut, diharapkan penulis dan tim dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam akan preferensi serta kebutuhan *customer* yang potensial, sehingga memungkinkan penulis untuk merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih sesuai, efektif, dan tepat.

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis

Sugiyono (2015: 6) dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Pendidikan menyatakan bahwa metodologi penelitian pendidikan merupakan sebuah rangkaian proses ilmiah untuk memperoleh data yang *valid* untuk bisa dibuktikan dengan cabang ilmu tertentu yang pada akhirnya hasil pembuktian tersebut dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan di dunia pendidikan. Dalam proses pengumpulan data yang dilakukan, metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam melakukan perancangan ini adalah dengan menggunakan metode campuran, yakni gabungan antara metode kualitatif dan metode kuantitatif. Kedua metode tersebut dibutuhkan guna mendapatkan data yang bersifat deskriptif dan juga data yang dapat terukur dengan statistik. Untuk perolehan data kualitatif, penulis melakukan *FGD (focus group discussion)*. Sementara untuk perolehan data kuantitatif, penulis melakukan survei/ kuesioner secara *online* yakni dengan menggunakan *Google Form*.

3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif

Setelah memiliki gambaran dan acuan terkait target market penulispun melakukan validasi target yang akan disasar dengan data yang valid. Penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa *FGD (focus group discussion)*, yang digunakan untuk membantu penulis dan anggota tim dalam mengumpulkan *insight* terkait bisnis yang dijalankan dalam MBKM Cluster Kewirausahaan.

Pelaksanaan *Focus group discussion* dilakukan secara *online* menggunakan aplikasi zoom dan dihadiri oleh tujuh partisipan. Dengan para

pilihan partisipan yang disesuaikan dengan detail target market yang dituju yakni berusia antara 25-40 tahun, berdomisili di Tangerang ataupun Jakarta dan memiliki hewan peliharaan seperti anjing, kucing, kelinci, ataupun hewan eksotis seperti kura-kura dan kadal. Berikut merupakan profil dari masing-masing partisipan *FGD*:

Tabel 3. 3 Profil Peserta *FGD*

Nama	Usia	Pekerjaan
Anastasya Kezia	26 tahun	Swasta
Leonardo Zefanya	25 tahun	<i>Freelancer</i>
Beverly	35 tahun	Swasta
Djordy Imanuel	25 tahun	Swasta
Laurentcia Imelda	26 tahun	Swasta
Juanetta Abigail	25 tahun	<i>Freelancer</i>
Michael Wicaksono	30 tahun	CEO

Pada awal *Focus group discussion*, penulis bersama dengan kelompok mengarahkan tiap partisipan untuk melakukan perkenalan dengan menyebutkan nama, umur, domisili, dan pekerjaan. Dan setelah melakukan proses perkenalan, diskusi pun dimulai. Penulis menanyakan pertanyaan pertama terkait jumlah dan jenis hewan peliharaan apa yang partisipan miliki atau pernah miliki. Berdasarkan diskusi, diperoleh bahwa rata-rata responden memiliki setidaknya 1 hewan peliharaan dengan jenis hewan yang dimiliki berupa anjing, kucing, kelinci dan juga hewan peliharaan eksotis yakni kura-kura dan kadal.

Dalam pembahasan pola perawatan hewan peliharaan yang ada, banyak partisipan yang mengaku bahwa mereka tidak memiliki waktu dan kewalahan dalam memperhatikan perawatan rutin hewan peliharaannya, bahkan beberapa partisipan juga mengatakan bahwa mereka sering meninggalkan hewan peliharaannya sendirian dirumah dalam waktu yang

cukup lama. Penulis pun melanjutkan diskusi dengan menanyakan apakah partisipan menggunakan jasa perawatan hewan peliharaan. Semua partisipan pun menjawab pernah, akan tetapi tidak secara rutin karena layanan yang ada cenderung memakan waktu yang cukup lama, sedangkan mereka hanya memiliki waktu setelah jam kerja. Dan untuk partisipan yang memiliki peliharaan eksotis, mereka memiliki kendala lain selain waktu, yakni kesulitan dalam menemukan layanan kesehatan yang profesional di daerah tempat tinggal mereka.

Penulis dan tim kemudian menanyakan partisipan apakah partisipan tertarik apabila terdapat aplikasi yang akan menyediakan berbagai macam fitur layanan jasa bagi hewan peliharaan sekaligus juga tempat untuk membeli kebutuhan mereka. Para partisipan pun merespon baik pertanyaan tersebut, dimana mereka mengaku tertarik, karena hal ini akan sangat memudahkan para pemilik hewan untuk memperhatikan hewan peliharaannya dimanapun dan kapanpun. Merekapun menjadi penasaran dan menanyakan terkait hal tersebut, sehingga penulis dan timpun menyampaikan bahwa penulis akan merancang aplikasi AluPet yang akan menyediakan beragam fitur layanan, seperti kesehatan, *grooming*, *pet hotel*, yang dilengkapi juga dengan layanan antar jemput. Penulis juga menceritakan tentang *plan* fitur-fitur yang akan dicanangkan mendatang yakni berupa *pet sitter*, *pet training*, *cage cleaner*, dan juga *adoption*.

Pada sesi terakhir, penulis dan tim membuka ruang bagi partisipan untuk mengajukan pertanyaan, saran dan juga masukan dari ide bisnis perancangan aplikasi AluPet ini. Para partisipan pun memberikan saran terkait tampilan *UI* dari aplikasi, dimana mereka berpendapat bahwa *UI* dari aplikasi harus dirancang dengan *simple* dan mudah dimengerti, akan tetapi tetap memberikan kesan yang *fun* dan menarik. Selain dari itu, para partisipan juga menekankan akan harapan mereka terkait tenaga kerja yang kredibel dan dapat dipercaya

Dengan demikian, proses *FGD* ini telah memberikan pemahaman yang lebih mendalam lagi untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi dari

para pengguna potensial, sehingga memungkinkan penulis dan timnya untuk merancang aplikasi AluPet yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif

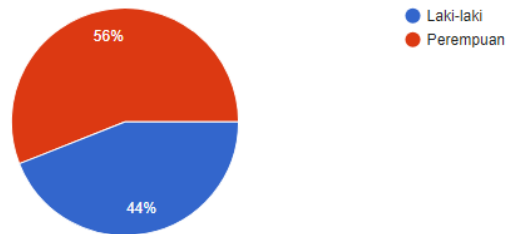
Metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metodologi penelitian yang digunakan dengan tujuan untuk meneliti sampel dari suatu populasi tertentu secara acak, dengan berdasar pada data yang umumnya berupa angka, guna menguji hipotesis (Sugiyono, 2015).

Setelah memiliki gambaran dan acuan terkait target market, maka saatnya penulis memvalidasi target yang akan disasar dengan data yang valid berupa kuantitas/angka. Penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa survei/kuesioner. Kuesioner merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab responden dalam cakupan kriteria tertentu (Sugiyono, 2015). Kuesioner ini dirancang untuk memperoleh informasi dari responden dalam jumlah besar, yakni melalui serangkaian pertanyaan tertulis dan instruksi yang jelas. Kuesioner dilakukan dengan cara disebar secara *daring* melalui *Google Form*. Penulis telah membuat dan menyebarkan kuesioner kepada *target audience* yang sudah ditentukan sebelumnya yakni di area Tangerang. Tujuan dari penyebarluasan kuesioner ini adalah untuk menentukan apakah perancangan yang akan dibuat sudah sesuai dengan minat dari para target dan juga keperluan perbaikan.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh total sebanyak 100 responden. Dalam pengisian kuesioner ini diketahui 56 responden berjenis kelamin perempuan dan 44 lainnya laki-laki. Kebanyakan dari 100 responden ini berdomisili di daerah Tangerang dan sekitarnya.

Kelamin
100 jawaban

Salin



Gambar 3. 2 Responden AluPet

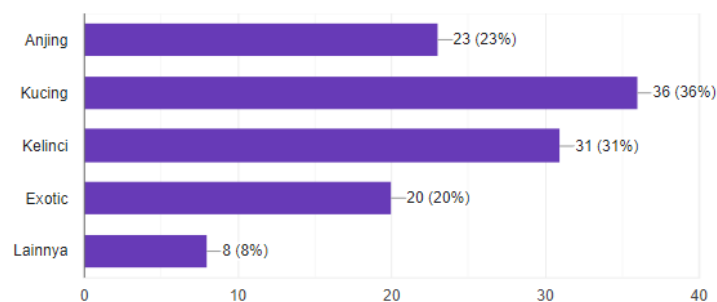
Pada pertanyaan mengenai pengalaman responden dalam menggunakan layanan jasa secara *online*, hampir seluruh responden pernah menggunakan layanan jasa *online* seperti Gojek, Grab, Halodoc, dan Shopee. Hal ini menandakan bahwa target market yang dituju mengikuti perkembangan teknologi dan biasa menggunakan aplikasi.

Semua responden dalam kuesioner telah memberikan tanggapan terhadap serangkaian pertanyaan terkait penggunaan layanan jasa secara *online*, kepemilikan hewan peliharaan, kesulitan dalam mencari layanan jasa hewan, dan pandangan mereka terhadap layanan jasa hewan berbasis aplikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden memiliki hewan peliharaan yaitu sebanyak 72% mengonfirmasi bahwa mereka memiliki atau pernah memiliki hewan peliharaan, kemudian 20% pernah memiliki, dan 8% tidak pernah memiliki hewan peliharaan.

Apa jenis hewan peliharaan Anda?

Salin

100 jawaban



Gambar 3. 3 Presentase Kuesioner tentang Jenis Peliharaan

Berdasarkan pertanyaan mengenai jenis hewan yang sering di pelihara, hasil kuesioner ini mengungkapkan bahwa sebanyak 20% responden memiliki hewan peliharaan yang termasuk dalam kategori hewan eksotis. Data ini sendiri menunjukkan bahwa adanya minat dan kebutuhan yang signifikan di kalangan masyarakat untuk mendapatkan informasi, produk, dan layanan yang berkaitan dengan hewan eksotis. Menyadari kebutuhan ini, AluPet mengambil langkah untuk memperluas jangkauannya dan menyediakan berbagai jasa dan produk yang dirancang khusus untuk hewan eksotis. Dengan mengakomodasi kebutuhan ini, AluPet berharap dapat menjawab permintaan pasar yang belum terpenuhi dan memperkuat posisinya sebagai *platform* utama bagi segala jenis kebutuhan hewan peliharaan.

Selanjutnya terkait dengan masalah yang sering dihadapi saat melakukan perawatan hewan peliharaan, 83% responden mengungkapkan bahwa mereka sulit dalam hal waktu untuk mengantar jemput hewan untuk mendapatkan layanan karena memiliki rutinitas yang tidak menentu. 31 responden juga mengatakan sulit mencari perawat hewan yang terjamin. Sebagian besar responden, yaitu sebanyak 92%, menyatakan bahwa aplikasi layanan jasa hewan peliharaan ini akan memberikan kemudahan bagi pemilik hewan peliharaan dalam merawat dan menjaga kesejahteraan hewan peliharaan mereka, dan 8% responden lainnya menganggap hal ini biasa saja.

Kesimpulan yang diambil dari hasil kuesioner ini ialah, mayoritas responden mengakui bahwa terdapat kendala dan kesulitan dalam merawat hewan peliharaan baik dalam mencari layanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keterbatasan waktu yang biasanya disebabkan oleh pekerjaan atau kesibukan lainnya. Namun, para responden menyambut baik ide dari perancangan aplikasi layanan jasa hewan yakni AluPet sebagai solusi yang dapat membantu memenuhi kebutuhan perawatan hewan peliharaan dengan lebih efisien dan efektif guna kesejahteraan hewan peliharaan mereka.

3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor

Penulis bersama anggota tim, memetakan kedudukan dan *positioning* dari AluPet dengan kompetitor yang bergerak dalam industri hewan yang serupa. Penulis dan tim pun mengambil beberapa bisnis yang dijadikan sebagai kompetitor dari AluPet. Analisa dilakukan dengan pembuatan *positioning map* yang terbagi atas 2 indikator, yakni pada sumbu y, variabel yang digunakan ialah berupa kelengkapan fasilitas layanan yang tersedia. Untuk sumbu x, variabel yang digunakan ialah banyaknya kategori jenis hewan. Untuk kolom di bagian kanan atas memberikan pernyataan indikator yang paling baik dengan fasilitas yang lengkap serta jumlah kuantitas yang tersedia dari kategori layanan jenis hewan, sedangkan di bawah kiri adalah kolom indikator yang kurang lengkap dengan kategori hewan yang lebih terbatas.



Gambar 3. 4 Brand Positioning Map

Berdasarkan *positioning map* yang telah dibuat, dapat dilihat bahwa AluPet berada di kolom atas kanan yang menandakan bahwa AluPet memiliki keunggulan dan berhasil memenuhi standar indikator dengan begitu baik. Dan untuk posisi kompetitor terdapat 2 macam, dimana posisi aplikasi Hewania dan Pawlyclinic berada di bawah kanan, dikarenakan kedua aplikasi ini memiliki kekurangan pada aspek fasilitas, sedangkan untuk posisi dari Peto berada pada kiri atas, karena Peto

memiliki layanan yang cukup lengkap, akan tetapi jumlah kategori layanan hewan yang terdapat dalam aplikasi ini sangat terbatas.

Setelah memetakan *positioning map*, langkah selanjutnya penulis bersama dengan tim memetakan lebih detail terkait kompetitor yang dimiliki yakni dengan membuat tabel perbandingan kompetitor atau *brand positioning*. Terdapat 3 variabel yang menjadi indikator pembandingan, yakni yang pertama ialah akses (kemudahan pengguna untuk masuk ke dalam aplikasi), promosi (banyaknya promosi yang ditawarkan aplikasi, serta pengembangan iklan untuk meningkatkan brand *awareness* dari aplikasi), fasilitas (kelengkapan fasilitas layanan yang ada dalam tiap aplikasi), dan yang terakhir ialah kategori hewan (jumlah banyaknya layanan jenis hewan yang terdapat pada aplikasi).

Tabel 3. 4 Tabel Perbandingan Kompetitor

Variabel Pembandingan	AluPet	Peto	Hewania	Pawlyclinic
Akses	Baik	Baik	Baik	Tidak Baik
Promosi	Baik	Baik	Baik	Baik
Fasilitas	Baik	Baik	Tidak Baik	Tidak Baik
Kategori Hewan	Baik	Tidak Baik	Baik	Baik

Berdasarkan tabel yang telah di buat, didapati bahwa Peto dan Hewania bersaing pada variabel akan kelengkapan fasilitas layanan dan juga kategori hewan yang ada. Peto memiliki fasilitas yang lengkap, akan tetapi jumlah layanan hewan yang disediakan tergolong sedikit, sedangkan Hewania merupakan kebalikannya, yakni Hewania memiliki kategori hewan yang lebih banyak, namun hanya terdapat sedikit fasilitas layanan yang ditawarkan. Disamping kedua aplikasi tersebut, Pawlyclinic hanya memiliki 2 poin dalam memenuhi standar variabel, dimana untuk akses dari pengguna dalam masuk pada aplikasi, tergolong cukup sulit, dan

fasilitas layanan yang diberikan juga tidak lengkap. Dan untuk AluPet sendiri, mampu memenuhi semua variabel yang ada, sehingga hal ini menunjukkan bahwa AluPet memiliki keunggulan dibanding dengan kompetitor lainnya.

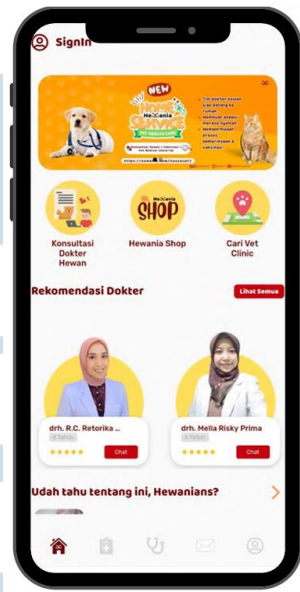
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi

Studi Eksisting mengacu pada penelitian dan analisis yang dilakukan terhadap produk, layanan atau pasar. Hal ini mencakup pengumpulan data tentang produk dan layanan serupa di pasar dengan menganalisis kinerja, kelemahan, dan kekuatan pesaing. Studi Referensi di sisi lain mengacu pada literatur, penelitian, atau sumber informasi lain yang relevan untuk mendukung pengembangan ide bisnis atau perumusan strategi. Manfaat dari kedua jenis penelitian ini mencakup pemahaman yang lebih mendalam tentang target pasar, mengungkap kebutuhan dan peluang pasar yang belum terpenuhi dan memitigasi risiko menggunakan pengalaman dan pembelajaran dari praktik atau kasus saat ini bahkan yang sudah ada.

3.4.1 Studi Eksisting

Pada studi Eksisting, penulis menganalisa 1 *brand* yang memiliki kesamaan ide bisnis, yakni bergerak pada industri hewan peliharaan juga. *Brand* yang dijadikan target untuk dilakukannya studi eksisting ialah aplikasi Hewania. Hewania ini merupakan sebuah aplikasi yang menyediakan layanan kesehatan bagi hewan peliharaan, yang dilengkapi juga dengan rekomendasi dokter terpercaya, *vet clinic* dengan lokasi terdekat, layanan konsultasi dengan dokter hewan, serta juga terdapat fitur *shop* sehingga memudahkan para pengguna dalam membeli kebutuhan hewan peliharaan mereka.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 5 Tampilan Aplikasi Hewanias

Dalam studi eksisting ini penulis juga menganalisa *SWOT* (*strength, weakness, opportunity, threat*) dari aplikasi Hewanias. Berikut merupakan analisis SWOT yang dilakukan:

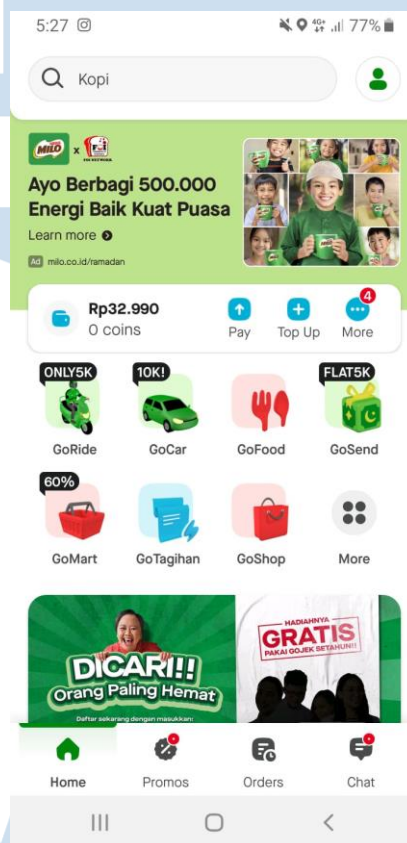
Tabel 3. 5 Tabel Analisa SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan fitur/layanan fasilitas jasa tenaga kerja untuk hewan peliharaan yang bergerak pada bidang kesehatan • Menyediakan layanan untuk melakukan konsultasi dengan dokter hewan • Terdapat fitur Hewanias shop yang digunakan untuk transaksi jual beli produk kebutuhan hewan peliharaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menyediakan layanan fasilitas jasa/fitur lain selain bidang kesehatan • Kategori barang-barang yang dijual hanya terbatas dan • Tampilan <i>UI</i> yang terlalu monoton dan kurang menarik • <i>Art style</i> dari <i>icon</i> fitur yang berubah-ubah dan tidak konsisten

<ul style="list-style-type: none"> • Dilengkapi dengan daftar dokter-dokter yang di rekomendasikan, beserta dengan rating yang mereka peroleh • Dapat mencari lokasi clinic vet terdekat yang tersedia di sekitar lokasi pengguna 	
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi aplikasi AluPet dengan berbagai macam fitur layanan, baik yang bekerja pada bidang kesehatan, <i>grooming</i>, dsb. • Menyediakan beragam kategori kebutuhan barang-barang yang dijual untuk dilengkapi pada <i>pet shop</i> yang dimiliki AluPet • Menciptakan tampilan <i>UI</i> yang menarik dan mudah untuk dipahami para <i>user</i> • Memperhatikan konsistensi pada <i>art style</i> dari <i>icon</i> dan visualisasi <i>UI</i> dari aplikasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat beberapa aplikasi lain yang memiliki kesamaan layanan, sehingga dapat menjadi kompetitor • Tingkat <i>brand awareness</i> dari aplikasi lain yang sudah terlebih dahulu tergolong luas • Keloyalitasan dari para <i>customer</i> pada jasa layanan yang sudah seringkali mereka gunakan.

3.4.2 Studi Referensi

Penulis mengambil 1 contoh studi referensi, dari sebuah *brand* yang tidak memiliki kesamaan ide bisnis, namun terdapat kelebihan dan keunikan yang diminati oleh penulis dalam menjadi contoh. Dalam hal ini aplikasi gojek dijadikan sebagai referensi dalam melakukan perancangan aplikasi AluPet. Dimana berdasarkan riset, aplikasi ini telah berhasil menjangkau pasar dari masyarakat, karena aplikasi ini telah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Alasan lainnya ialah aplikasi ini memiliki berbagai macam jenis fitur untuk setiap layanan yang dapat memudahkan kegiatan serta pemenuhan kebutuhan dari masyarakat.



Gambar 3. 6 Tampilan *UI* Aplikasi Gojek

Dari segi tampilan *UI* yang diterapkan pada aplikasi Gojek ini begitu minimalis dan memvisualisasikan icon dengan gambaran layanan langsung di realita, sehingga hal ini dapat memudahkan *user* dalam memilih dan menggunakan layanan. Pada halaman utama, Gojek juga menaruh beberapa tempat yang mencantumkan iklan-iklan yang mereka tawarkan sehingga dapat menarik perhatian dari para *user*. Dalam aplikasi Gojek *user* dapat membuat akun pribadi, sehingga hal ini dapat memudahkan *user* untuk mengelola *history* atau riwayat aktivitas mereka sebelumnya dan dengan akun pribadi ini, *user* akan ditawarkan dengan berbagai promo-promo yang diberikan.

Melalui studi referensi dari aplikasi Gojek ini, penulis dan tim mendapatkan berbagai macam hal yang dapat dijadikan referensi dalam perancangan aplikasi AluPet, diantaranya ialah berupa visual dari tampilan *UI* yang diterapkan, strategi promosinya yang menarik, dsb. Penulis pun berencana untuk melengkapi fitur-fitur yang ada dengan penggunaan icon yang simple namun sesuai sehingga dapat memudahkan para *user*. Penulis juga akan menyediakan *history* atau catatan jejak aktivitas yang telah dilakukan *user*, sehingga *user* dapat terus mengelola serta memperhatikan riwayat kegiatan mereka, baik yang sedang berlangsung, maupun yang sudah didapatkan.

3.5 Penetapan Harga Jasa

Dalam menetapkan harga layanan jasa dan harga dari produk yang dijual pada aplikasi AluPet, penulis melakukan pertimbangan atas beberapa faktor, diantaranya ialah harga pasar, karakteristik dari target market, dan harga pokok produksi yang diperoleh berdasarkan hasil perhitungan. Pertama-tama, penulis melakukan penetapan *revenue system* yang akan diterapkan pada pola monetisasi AluPet, yakni berupa komisi sebesar 10% untuk setiap fitur layanan jasa yang digunakan, meliputi layanan kesehatan, *grooming*, dan juga *pet hotel*. Sedangkan untuk *pet shop*, AluPet akan berperan sebagai *dropshipper*, dimana *user* dapat melakukan transaksi secara langsung melalui aplikasi, dan untuk proses pemesanan serta pengiriman dengan toko-toko terkait akan dilakukan oleh AluPet. Perolehan keuntungan pada *pet shop*

ini akan diambil melalui *transaction fee* sebesar 3% untuk produk-produk dengan harga dibawah Rp500.000,00 dan sebesar 2,5% untuk produk-produk dengan harga diatas Rp500.000,00. Dan selanjutnya, penulis melakukan penjabaran dan perhitungan harga pokok produksi yang meliputi *variable cost*, *fixed cost*, serta persentase keuntungan yang diharapkan. Melalui strategi ini, penulis berharap bahwa AluPet dapat memberikan sebuah layanan yang komprehensif dan memuaskan bagi setiap penggunaanya, dengan tetapi memperhatikan keseimbangan dan keberlanjutan bisnis yang ada, baik secara prosedur dan finansial dalam jangka waktu yang panjang.

3.6 Metode Perancangan Jasa

Metode yang digunakan oleh penulis dalam perancangan media interaktif AluPet ini mengacu pada tahap-tahap yang telah ditetapkan berdasarkan teori milik Robin Landa (2013) dalam bukunya yang berjudul "*Graphic Design Solutions*". Menurut Landa, perancangan sebuah karya desain meliputi 5 tahap proses desain. Berikut merupakan penjabaran proses desain aplikasi AluPet melalui 5 tahapan tersebut:

3.6.1. Orientation

Pada tahap orientasi ini, penulis dan tim melakukan sebuah riset dan juga mengumpulkan data-data yang ada untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang penulis teliti dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Data yang diperoleh meliputi data *general* dari pola desain dan sistem bisnis yang akan dicanangkan. Riset pengumpulan hasil dari data tersebut akan penulis gunakan untuk lebih memfokuskan target beserta kebutuhannya hingga solusi yang dimiliki target market dapat diatasi dengan baik.

3.6.2 Analysis

Setelah penulis melakukan riset pengumpulan data pada tahap orientasi, berikutnya penulis merangkum dan menganalisis data-data yang telah terkumpul tersebut untuk melihat permasalahan secara keseluruhan dan melakukan analisis. Berdasarkan hasil analisis tersebut, penulis

selanjutnya menentukan strategi yang sesuai untuk melakukan perancangan media informasi ini. Penulis akan membuat sebuah *Design Brief* dan *Creative Brief* berdasarkan data yang telah diperoleh yang kemudian selanjutnya dapat penulis simpulkan langkah apa yang akan diambil untuk merancang media interaktif AluPet ini, dimana strategi yang disusun yakni berupa cara penyampaian komunikasi visual baik berupa tulisan dan juga gambar.

3.6.3 Concepts

Penulis pun memulai proses kreatif pada tahap ketiga ini. Dimana penulis menentukan ide dan konsep yang sesuai setelah melalui proses pembuatan *mind mapping* dan *brainstorming*. Penulis juga kemudian akan membuat *moodboard*, menentukan nama, *color palette*, tema, dan juga menentukan *typeface* yang sesuai dengan hasil dari proses *mind mapping* dan juga *brainstorming* yang telah dilakukan, dan serta menentukan bentuk atau model dari elemen grafis serta gaya yang akan digunakan dalam perancangan desain. Proses ini menyesuaikan dengan strategi yang telah disusun pada tahap sebelumnya untuk menemukan solusi atas permasalahan yang diangkat. Penulis juga akan menganalisa kembali kompetitor serupa serta mencari studi referensi dengan tujuan untuk mengoptimalkan proses pembuatan jasa.

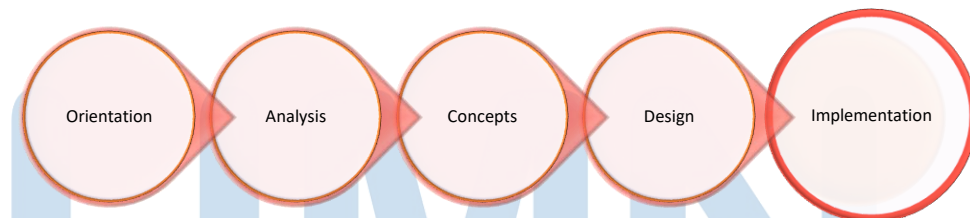
3.6.4 Design

Pada tahap ini, penulis akan memulai proses perancangan desain berdasarkan konsep yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya. Design juga diterapkan dengan mewujudkan ide yang telah ditetapkan, dimana penulis melakukan perancangan yang dimulai dengan proses pembuatan konsep yang menjadikan ide lebih spesifik terkait dengan penggunaan gaya visual, warna, dan *copywriting*. Penulis kemudian akan membuat beberapa sketsa alternatif dari media informasi, melakukan proses digitalisasi, dan melakukan finalisasi hasil akhir dari desain. Setelah desain komprehensif selesai, penulis dan tim melengkapi proses dengan melakukan *trial and*

error berulang kali pada tahap ini, yang mengharuskan penulis untuk melakukan revisi pada karya yang telah dibuat. Proses *trial and error* bertujuan agar membuat karya yang penulis desain menjadi lebih baik.

3.6.5 *Implementation*

Pada tahap terakhir ialah implementasi, dimana karya desain yang telah final pada tahap desain, akan diimplementasikan dan mulai diterapkan pada media-media pelaksanaan yang diperlukan, yakni dengan merealisasikan produk menjadi sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh setiap pengguna. Seiring dengan berjalannya implementasi, penulis juga mengumpulkan *feedback* yang akan menjadi bahan evaluasi untuk proses pengembangan dan perbaikan. Dalam tahap ini, penulis akan menguji solusi yang telah dibuat pada tahap *prototype*. Hal ini dilakukan untuk memastikan keefektifan solusi yang digunakan dalam menyelesaikan masalah serta mengoptimalkan produk sesuai dengan kebutuhan yang dimiliki pengguna.



Gambar 3. 7 Metode Perancangan Menurut Robin Landau

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

BAB IV

PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA

4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan *Prototype* Produk/Jasa

Dalam perancangan *prototype* produk, penulis menjabarkan timeline sesuai dengan metode perancangan dari buku “*Graphic Design Solution*” milik Robin Landa. Berikut ini merupakan pemaparan *timeline* produksi serta tahapan perancangan *prototype* Aplikasi AluPet.

Tabel 4. 1 Tabel *Timeline* Produksi *Prototype* Produk/Jasa

Waktu / Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Orientation																								
Identifikasi masalah																								
Studi Eksisting																								
<i>Base Plan</i>																								
Kuesioner melalui <i>G-form</i>																								
<i>Focus Group Discussion</i>																								
Analysis																								
Penetapan masalah utama																								
Analisis Data																								

	4 (25-29 Februari 2024)		Revisi dan detailing ilustrasi <i>user interface</i>
	1 Maret - 3 April (1 Maret - 20 April 2024)		Perancangan <i>high-fidelity</i>
3	4 April - 1 Mei (21 April - 4 Mei 2024)	<i>Prototyping</i>	Pengerjaan mekanik dari <i>flow starting point</i> pada prototype aplikasi
	1-2 (5-8 Mei 2024)		Pengerjaan mekanik dari transisi halaman-halaman yang ada pada aplikasi
	2 (9-18 Mei 2024)		Pengerjaan mekanik dari <i>interaction</i> setiap <i>icon</i> dan <i>button</i> pada halaman-halaman aplikasi
4	1 (1-5 Maret 2024)	<i>Marketing</i>	<i>Brainstorming and Concepting</i>
	1 (6-7 Maret 2024)		Perancangan desain flyer AluPet
	1 (8-9 Maret 2024)		Perancangan desain WA Business Catalog
	2 (11-13 Maret 2024)		Perancangan desain <i>content feeds</i> Instagram AluPet
	2 (14-15 Maret 2024)		Perancangan desain <i>content story</i> Instagram AluPet
	3 (18-20 Maret 2024)		Perancangan desain <i>booth</i> AluPet

4.2 Uraian Perancangan *Prototype* Produk/Jasa

Dalam perancangan *prototype* produk, terdapat tujuh tahapan utama yang dilakukan oleh penulis dan tim, yaitu perancangan brief *prototype*, *mind map*,

moodboard, perancangan desain, *draft* desain, revisi, dan finalisasi. Berikut ini merupakan penjabaran setiap perancangan *prototype*.

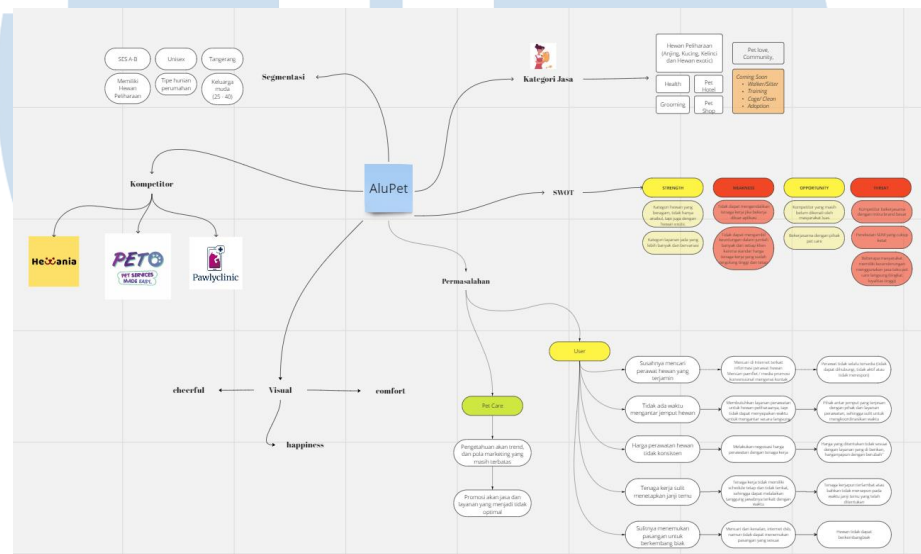
4.2.1 Perancangan *Brief Prototype* Produk/Jasa

AluPet merupakan sebuah aplikasi yang hadir sebagai inovasi untuk mempermudah cara perawatan hewan peliharaan. AluPet menyediakan berbagai layanan yang memudahkan pemilik hewan peliharaan dalam mengatur perawatan dan kesejahteraan hewan peliharaannya. *Keywords* desain yang digunakan adalah *comfort*, *happiness*, dan *cheerful*. *Brief* desain untuk AluPet akan mengutamakan elemen-elemen yang mencerminkan kenyamanan, kebahagiaan, dan keceriaan, sesuai dengan nilai inti aplikasi ini. Desain akan dirancang dengan minimalis namun juga variatif untuk menarik perhatian dari para pengguna potensial, dengan fokus pada *user experience* yang ramah dan intuitif. Palet warna yang cerah dan gambar-gambar yang menggambarkan kebahagiaan hewan peliharaan akan menjadi pusat perhatian, menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan mengundang untuk pemilik hewan peliharaan. Dalam setiap elemen desain, akan disertakan elemen-elemen yang menggambarkan kesejahteraan hewan peliharaan dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi. Tujuan utama dari desain AluPet adalah untuk memperkenalkan konsepnya dengan jelas dan menarik, memberikan gambaran yang kuat tentang nilai dan manfaat yang ditawarkannya bagi para pemilik hewan peliharaan.

4.2.2 *Mindmapping Brainstorming*

Selama tahapan perancangan konsep visual, penggunaan mind map terbukti sangat efektif untuk mengidentifikasi kata kunci yang akan menjadi panduan utama dalam proses kreatif (Anggarini, 2021). Melalui sesi *brainstorming* yang intensif dan pembuatan *mind map* yang kolaboratif, penulis bersama tim berhasil menetapkan tiga konsep visual utama: *comfortable*, *cheerful* dan *happiness*.

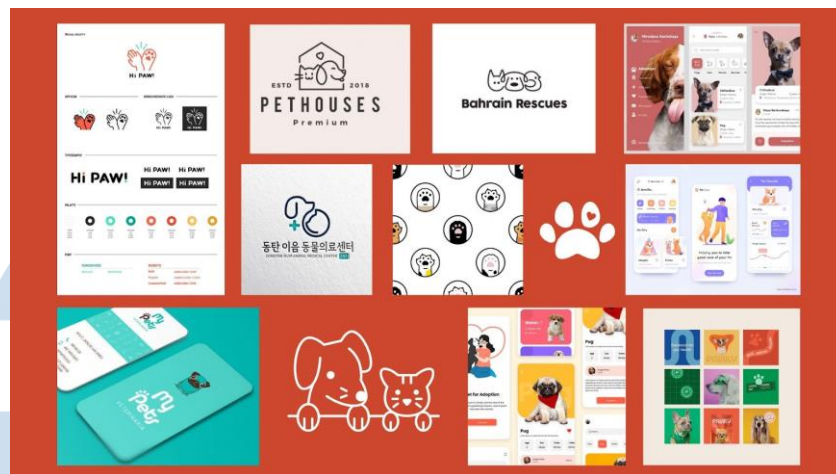
Dalam *mind map* yang telah disusun, kata kunci ini dijadikan sebagai *keyword* desain dari AluPet untuk memastikan bahwa setiap pola perancangan AluPet mencerminkan nilai-nilai tersebut secara konsisten. *Mind map* ini juga mengandung informasi detail tentang AluPet, yang sangat membantu tim desain untuk mengakses dan mereferensi data penting kapan saja selama proses pengembangan desain, memastikan bahwa semua *output* visual selaras dengan visi dan misi dari AluPet.



Gambar 4. 1 Mindmap AluPet

4.2.3 Moodboard

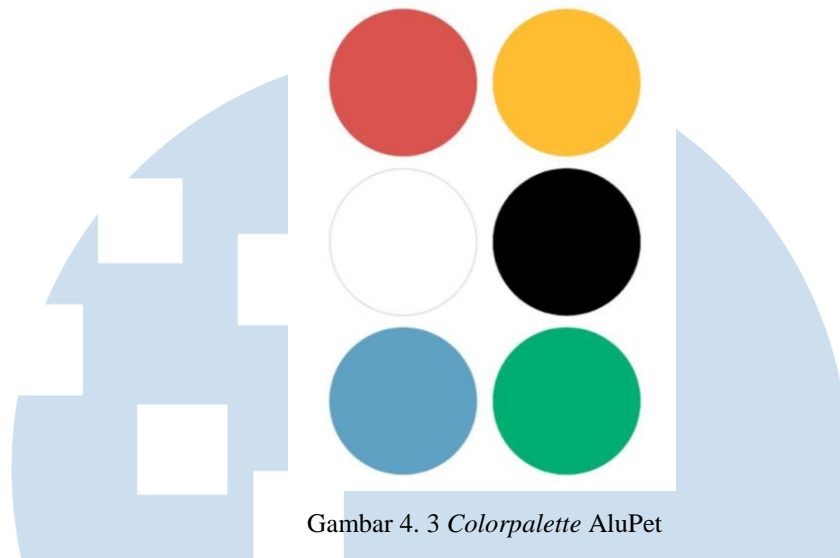
Moodboard adalah kumpulan gambar-gambar yang dirancang untuk menangkap esensi suasana tertentu, sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan (Anggarini, 2021). Untuk AluPet, *moodboard* ini telah dirancang khusus dengan mengintegrasikan tiga kata kunci utama: *cheerful* (ceria), *happiness* (kebahagiaan), dan *comfort* (kenyamanan). Ketiga elemen ini direfleksikan sebagai inti dari identitas visual AluPet, dengan tujuan untuk memastikan bahwa setiap elemen desain menggambarkan suasana yang positif dan menyenangkan. Melalui *moodboard* ini, tim desain AluPet berhasil menciptakan sebuah panduan visual yang konsisten, yang mengarahkan pengembangan dari desain AluPet lebih lanjut sehingga dapat selaras dan menyatu dalam menampilkan citra merek yang ingin dihadirkan.



Gambar 4. 2 Moodboard AluPet

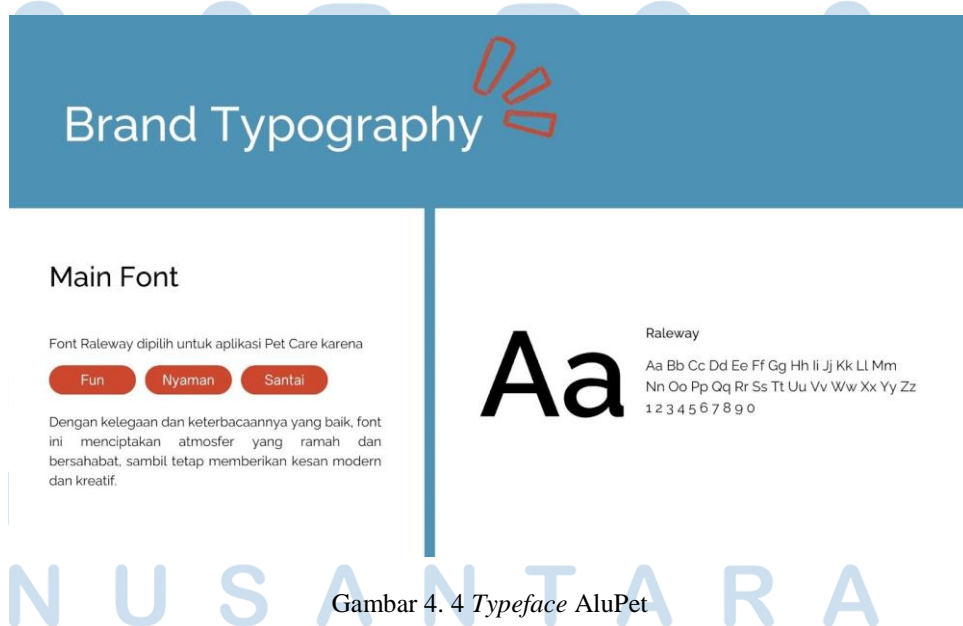
Penulis bersama tim melakukan pengumpulan referensi gaya visual ini untuk membentuk identitas merek Alupet, sesuai dengan kata kunci yang telah ditentukan sebelumnya. Kami telah memutuskan bahwa logo Alupet akan dibuat menggunakan teknik line art serta palet warna yang cerah. Dalam proses ini, penulis dan tim secara intensif mengkaji berbagai referensi logo yang menerapkan gaya *lineart*, agar dapat mengembangkan desain logo Alupet yang tidak hanya menarik tetapi juga kohesif dengan nilai-nilai brand yang ingin disampaikan.

Setelah menetapkan gaya visual yang akan diimplementasikan, penulis bersama tim kemudian menetapkan palet warna yang akan digunakan, sesuai dengan kata kunci yang telah diidentifikasi sebelumnya. Dalam hal ini, kami memilih warna-warna yang cerah untuk menggambarkan keceriaan dan kebahagiaan. Warna yang dipilih dirancang untuk tidak begitu mencolok, sehingga dapat menciptakan tampilan yang menyenangkan namun tetap lembut di mata, sejalan dengan citra yang ingin dihadirkan oleh Alupet. Keputusan inipun diambil untuk memastikan bahwa identitas visual Alupet tidak hanya menarik secara estetis, tapi juga nyaman bagi pengguna, menciptakan kesan yang harmonis dan menyenangkan bagi siapa pun user yang melihatnya.



Gambar 4. 3 *Colorpalette* AluPet

Untuk jenis *typeface* utama yang akan digunakan oleh Alupet sendiri ialah font *Raleway*. Pilihan ini didasari pada keinginan untuk memberikan tampilan yang ringan dan santai, sehingga dapat memudahkan mata pengguna saat membaca dan juga meningkatkan kenyamanan ketika sedang menikmati konten yang disediakan oleh Alupet. Font *Raleway*, dengan *stroke* yang halus dan tipis, dirancang untuk mengurangi beban visual, sehingga memungkinkan pengguna untuk dengan nyaman berinteraksi dengan aplikasi atau website Alupet dalam durasi yang lama.



Gambar 4. 4 *Typeface* AluPet

4.2.4 Perancangan Desain

Sofyan, Gustomi, & Fitrianto (2016) memberikan definisi perancangan atau desain sebagai proses yang melibatkan penerapan berbagai teknik dan prinsip untuk mengembangkan suatu konsep menjadi bentuk yang lebih terinci dan dapat diimplementasikan secara konkret. Proses ini sendiri melibatkan pembuatan rincian yang lebih mendalam mengenai suatu perangkat atau sistem, sehingga dapat memungkinkan proses merealisasikan secara fisik dari konsep tersebut.

4.2.4.1 Brand Identity

Menurut Aaker (2000), identitas merek adalah serangkaian asosiasi merek yang khas, yang memberikan janji atau komitmen tertentu kepada konsumen. Identitas dari AluPet sendiri dimulai dengan proses perancangan logo, di mana AluPet memperkenalkan sebuah logo yang terdiri dari sebuah *pictorial mark* dan *word mark*. Sehingga logo AluPet ini dapat menjadi representasi visual dari nilai-nilai, citra, dan komitmen yang ingin disampaikan kepada konsumen, memperkuat kesan unik dan membedakan merek AluPet dari yang lainnya.

1. Logo

Pada gambar dibawah ini, tercantum logo dari AluPet dengan kombinasi berbagai warna sebagai alternative yang dapat digunakan pada media-media tertentu.



Gambar 4. 5 Logo AluPet

Logo aplikasi AluPet ini dirancang dengan menggabungkan antara beberapa visual ikon yang memiliki arti tertentu. Untuk ikon yang pertama yaitu berupa gambar *lineart* yang membentuk kepala anjing, yang memiliki arti berupa perwakilan atas hewan peliharaan dengan jenis anabul (anak bulu). Selanjutnya, terdapat ikon yang membentuk kadal, yang menjadi lambang atas hewan eksotis. Dan kedua ikon ini di gabungkan dengan posisikan berada dalam gambar rumah yang mengelilinginya, sehingga mengandung pesan bahwa AluPet merupakan tempat yang aman dan nyaman bagi para pemilik hewan dan terutama hewan peliharaanya, dimana mereka akan merasa layaknya seperti berada pada rumah sendiri. Kemudian yang terakhir, terdapat ikon hati yang melambangkan rasa cinta dan kasih sayang yang diberikan oleh pemilik hewan dan tim dari AluPet kepada para hewan peliharaan. Penggabungan keempat ikon ini menciptakan gambaran yang utuh atas logo AluPet serta menyatakan tentang nilai-nilai penting yang dipegang oleh AluPet.

Penulis dan tim menyediakan beberapa alternatif warna logo AluPet, yang didasarkan atas pertimbangan terhadap kebutuhan dan preferensi dari para pengguna. Warna utama yang dipilih adalah warna putih. Dimana warna putih ini sendiri dipilih karena memiliki sifat netral yang elegan, sehingga warna ini juga mampu menyatu dengan berbagai latar belakang dengan sempurna. Kemudian selain warna putih, kami juga menawarkan alternatif lain yang menggunakan kombinasi beberapa warna dari palet warna AluPet yaitu merah, kuning, hijau, dan biru. Kombinasi warna-warna tersebut memberikan kesan yang cerah, ceria dan beragam sehingga dapat memberikan daya tarik dan

memikat pengguna. Terakhir, kami menyediakan opsi warna hitam sebagai alternatif lainnya untuk situasi tertentu. Penggunaan warna hitam pada logo AluPet, dapat dimanfaatkan apabila logo tidak terlihat jelas dikarenakan latar yang terlalu terang dan lain sebagainya. Dengan menyediakan beragam pilihan warna logo, penulis bersama dengan tim memiliki tujuan untuk memastikan bahwa logo AluPet ini dapat beradaptasi dalam berbagai konteks dan juga kebutuhan, sambil tetap mempertahankan esensi dan nilai-nilai yang dimiliki oleh merek AluPet.

2. *Supergraphic*

Kankan (2020) mengungkapkan bahwa konsep supergraphic dalam konteks identitas visual berhubungan erat dengan logo. Konsep ini menyoroti pentingnya elemen visual yang kuat dan mencolok dalam membangun citra merek yang konsisten dan kuat. Di sisi lain, menurut Suriyanto Rustan (2009), supergraphic merujuk pada elemen-elemen visual yang terkait dengan logo dalam berbagai bentuk aplikasi. Ini menunjukkan bahwa supergraphic tidak hanya mencakup desain logo itu sendiri, tetapi juga elemen-elemen visual tambahan yang digunakan untuk memperkuat identitas merek dalam berbagai konteks dan media.



Gambar 4. 6 *Supergraphic* AluPet

Supergrafis AluPet sendiri merupakan gabungan dari representasi empat *icon* yang melambangkan empat jenis

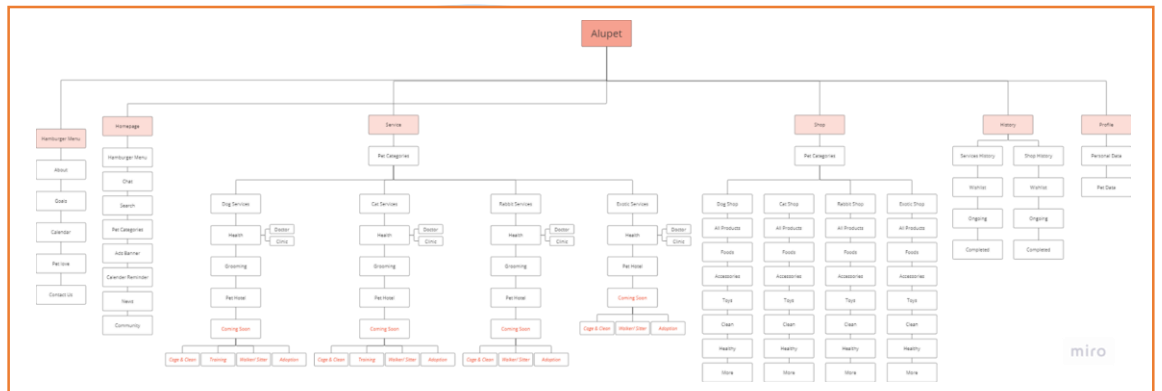
hewan yang layanannya tersedia pada aplikasi AluPet. Yang pertama ialah *icon* kucing yang di lambangkan dengan telapak kaki kucing atau *paw*, lalu anjing yang di lambangkan dengan tulang, kelinci yang dilambangkan dengan wortel dan reptil yang di lambangkan dengan ekor bunglon. Supergrafis yang ada ini dapat digunakan sebagai pelengkap dari *representative* hewan-hewan sesuai kategori dalam AluPet. Supergrafis ini dirancang untuk dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk tampilan aplikasi, merchandise, booth pameran, serta berbagai strategi pemasaran lainnya.

4.2.4.2 User Interface Design

Fransiska Farah et al. (2020) merujuk pada Lastiansah dalam penelitiannya tentang *User Interface (UI)*, menggambarkan *UI* sebagai media yang memfasilitasi interaksi antara manusia dengan sistem yang digunakan. Berdasarkan konsep ini, penulis membagi proses perancangan *UI* menjadi tiga bagian yang bertujuan untuk mempermudah dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam berinteraksi. Berikut penjabaran ketiga bagian:

1. Information Architecture

Dalam konteks sistem, salah satu segmen yang penting dari antarmuka pengguna (*UI*) adalah *information architecture*. Pada gambar dibawah ini, terdapat diagram yang menggambarkan struktur arsitektur informasi dari Aplikasi AluPet. Diagram ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana informasi diorganisir dan disusun di dalam aplikasi, termasuk hierarki menu, navigasi antar halaman, dan tautan antarmuka yang relevan.



Gambar 4. 7 Information Architecture AluPet

Struktur *information architecture* aplikasi AluPet ini disusun berdasarkan halaman-halaman utama, termasuk *Home, Services, Shop, History, dan Profile*, dengan tambahan fitur Hamburger Menu. Pada bagian *Services* dan *Shop*, pengelompokan dilakukan berdasarkan jenis hewan, yakni, anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Setelah pengguna memilih salah satu menu tersebut, pengguna akan diberikan akses ke informasi dan layanan sesuai dengan jenis hewan yang dipilih.

2. Halaman Aplikasi

AluPet membuat penjabaran detail dari tiap desain halaman yang terdapat pada aplikasi. Penjabaran ini mencakup semua implementasi desain, fitur kegunaan dan informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dari para pengguna, guna memastikan pengalaman optimal yang akan di peroleh.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

a. Landing Page

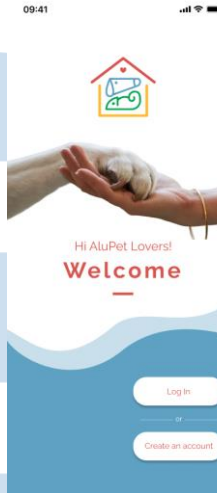
Landing Page pada Aplikasi AluPet, berisikan logo AluPet berwarna putih yang diposisikan di tengah dari halaman. Selain itu, di bagian latar terdapat supergrafik yang dilapisi dengan warna merah dari *palette* AluPet, warna tersebut diimplementasikan dengan menurunkan *opacity*nya ke medium.



Gambar 4. 8 *Landing Page*

b. Welcome Page

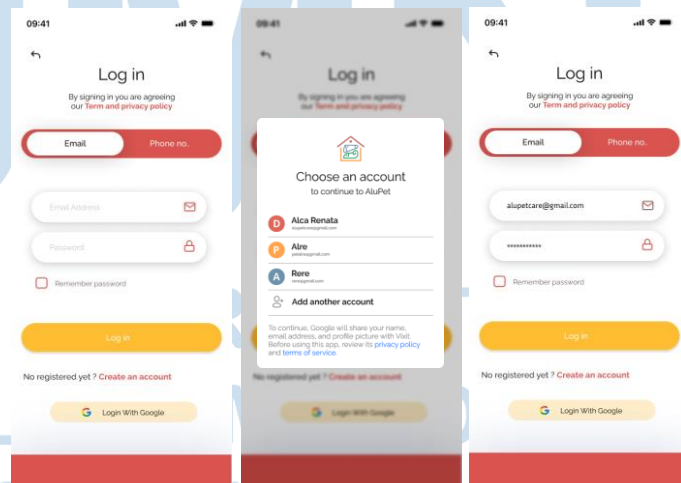
Setelah pengguna melewati *Landing Page*, mereka akan diarahkan ke *Welcome Page*, di mana logo AluPet akan terletak di bagian tengah atas halaman. Pada *Welcome Page* ini, terdapat pilihan menu untuk melakukan login atau membuat akun baru. Jika pengguna sudah memiliki akun, mereka dapat memilih opsi *login* untuk masuk ke dalam sistem. Namun, jika pengguna belum memiliki akun, mereka diberikan opsi untuk membuat akun baru dengan memilih menu *create account*. Proses ini dirancang untuk memberikan akses yang mudah bagi pengguna baru untuk bergabung dengan *platform* AluPet.



Gambar 4. 9 *Welcome Page*

c. *Login Page Email*

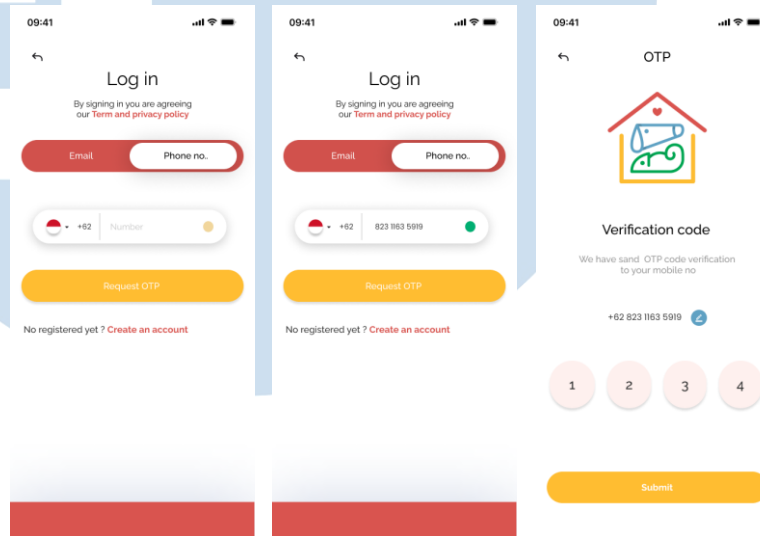
Setelah dari *Welcome page*, jika pengguna sudah memiliki akun sebelumnya dan telah memilih untuk login, nantinya mereka akan diarahkan ke menu *Login*. Di dalam menu ini, pengguna diberikan pilihan untuk login menggunakan akun Google mereka dengan hanya mengklik opsi "*Use Google*" atau mereka dapat memilih untuk memasukkan *email* dan *password* secara manual untuk melakukan *login*.



Gambar 4. 10 *Log In Page* melalui email

d. *Login Page Nomor Telepon*

Di dalam opsi login yang kedua, terdapat menu yang disebut dengan *Login Page Nomor Telepon*. Dimana dalam menu ini, pengguna diberikan kesempatan untuk masuk ke dalam sistem dengan memasukkan nomor telepon mereka. Setelah memasukkan nomor telepon, mereka dapat menekan tombol "*Request OTP*" untuk meminta kode OTP (*One-Time Password*) yang akan dikirimkan melalui aplikasi WhatsApp.

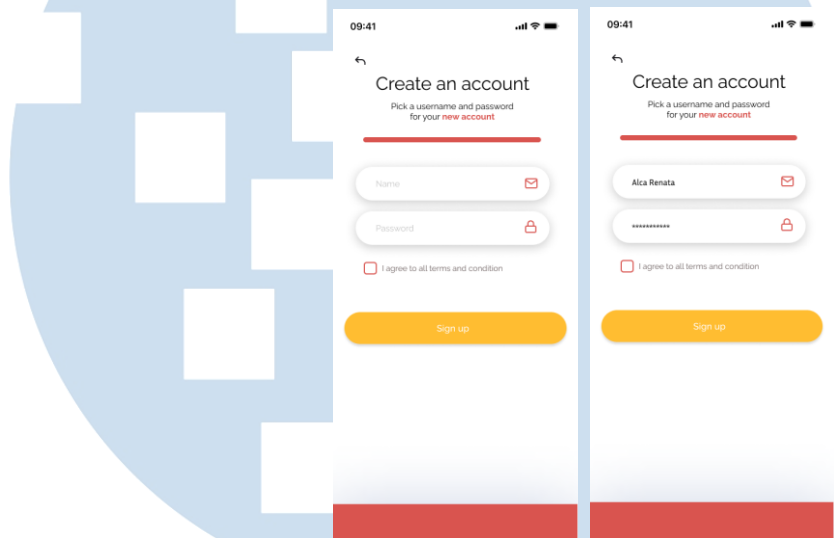


Gambar 4. 11 *Log In Page* melalui nomor telepon

e. *Sign Up Page*

Jika pengguna belum terdaftar di sistem, mereka diberikan pilihan untuk membuat akun baru dengan memilih opsi "*create an account*", dimana pengguna akan dialihkan ke halaman yang disebut sebagai *Sign Up Page*. Di halaman ini, pengguna diberikan kesempatan untuk membuat akun dengan memasukkan email dan *password* yang nantinya akan digunakan untuk masuk ke dalam aplikasi AluPet. Sebelum pengguna dapat menyelesaikan proses pendaftaran, mereka juga diminta untuk memberikan persetujuan dengan

mencentang kotak yang menyatakan "*I agree to all terms and conditions*", yang menandakan bahwa mereka setuju dengan semua syarat dan ketentuan yang berlaku. Setelah memberikan persetujuan, pengguna dapat menekan tombol *sign up* untuk menyelesaikan proses pendaftaran mereka.

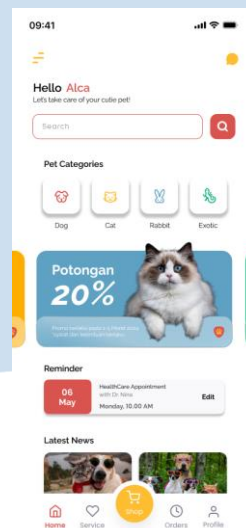


Gambar 4. 12 *Create an account page*

f. *Homepage*

Setelah berhasil melakukan login, pengguna pun lalu akan diarahkan ke halaman utama yang disebut *Homepage*. Pada halaman ini terdapat bagian pencarian, dimana ketika pengguna ingin langsung menemukan suatu halaman atau kebutuhan spesifik, pengguna bisa langsung mengetik di kolom yang tersedia. Selain itu, terdapat juga *icon* kategori hewan untuk mengakses informasi detail dari tiap kategori hewan, beserta layanan yang tersedia. Pada *Homepage* juga terdapat iklan-iklan diskon yang dapat menarik perhatian pengguna. Halaman ini juga dapat di-*scroll* ke bawah untuk melihat pilihan *reminder* yang terhubung dengan kalender, berita (*Latest News*) yang berisikan berita seputar hewan,

dan komunitas (*Community*) sebagai akses ke forum diskusi. Di bagian bawah halaman, terdapat menu navigasi yang mencakup opsi seperti *home*, layanan (*service*), toko (*shop*), pesanan (*orders*), dan profil (*profile*). Di pojok kiri atas, terdapat menu *fries* yang berisi opsi seperti *About*, *Goal*, *Calendar*, *Contact Us*, *Pet Love*, dan *Log Out*. Di sebelah kanan atas, terdapat menu chat yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lain atau grup mereka melalui fitur obrolan.

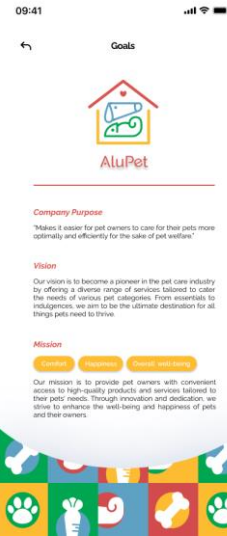


Gambar 4. 13 Home Page

g. *About*

Halaman *about* pada aplikasi AluPet berisikan mengenai informasi singkat dari AluPet. Dimana pada halaman tersebut, terdapat rincian pengertian AluPet dari segi nama dan juga konsep yang diusung AluPet.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 14 About Page

h. Goals

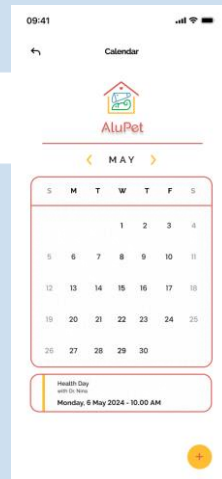
Goals pada aplikasi AluPet dapat diakses pengguna melalui *menu fries bar* yang berisikan informasi seperti tujuan, serta visi dan misi dari aplikasi AluPet.



Gambar 4. 15 Goals AluPet

i. *Calendar*

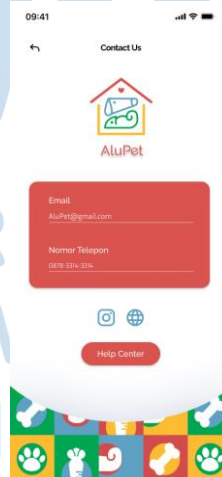
Halaman kalender merupakan fitur untuk merencanakan jadwal aktivitas pengguna terkait dengan layanan yang disediakan oleh AluPet. Selain itu, kalender ini juga dapat digunakan untuk memilih tanggal dan waktu khusus saat mereka memesan layanan yang ditawarkan.



Gambar 4. 16 *Calendar Page*

j. *Contact*

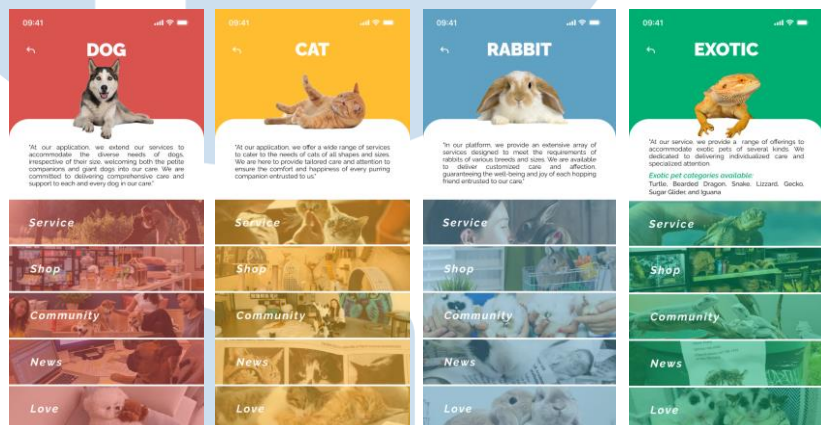
Halaman kontak dapat diakses pengguna dengan menekan tombol *menu fries* yang terletak di pojok kiri atas *homepage*. Dalam halaman ini, disediakan informasi berupa alamat email, nomor telepon, akses *website* resmi, dan media sosial AluPet yang dapat digunakan.



Gambar 4. 17 *Contact Us Page*

k. *Pet Details*

Pet details page menampilkan ringkasan singkat mengenai setiap jenis kategori hewan, yaitu, anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Pada halaman ini juga terdapat akses langsung ke fitur-fitur seperti layanan jasa (*service*), toko (*shop*), komunitas (*community*), berita (*news*), dan fitur "*pet love*". Desain dan warna yang digunakan dalam setiap halaman disesuaikan dengan kategori hewan, yakni warna merah untuk halaman anjing, warna kuning untuk halaman kucing, warna biru untuk halaman kelinci, dan warna hijau untuk halaman hewan eksotis. Pada halaman eksotis juga terdapat penjabaran jenis hewan eksotis yang dilayani, yakni seperti kura-kura, ular, kadal, *bearded dragon*, dan *gecko*.



Gambar 4. 18 *Pet Details Page*

l. *Service*

Pada halaman *service*, AluPet menyediakan layanan yang ditawarkan berdasarkan jenis hewan yang diakomodasi, termasuk anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Setiap jenis hewan memiliki akses ke layanan yang sama, seperti *grooming*, perawatan kesehatan, penginapan di hotel, dan toko, namun terdapat perbedaan untuk hewan

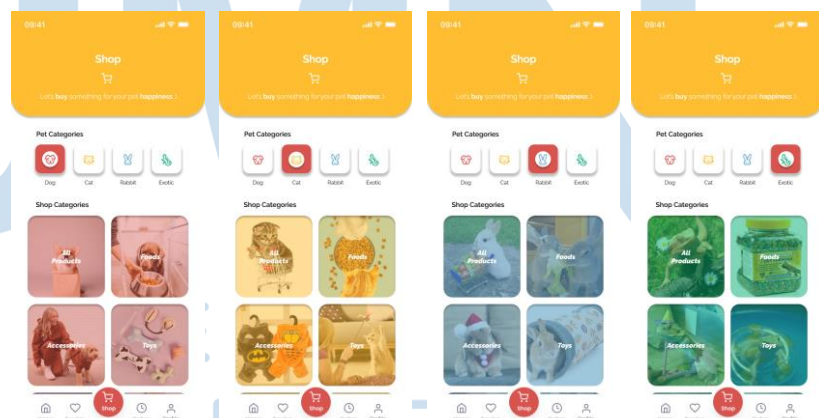
eksotis, yakni untuk layanan *grooming* tidak tersedia, karena layanan tersebut hanya ditujukan untuk hewan anabul.



Gambar 4. 19 Services Page

m. Shop

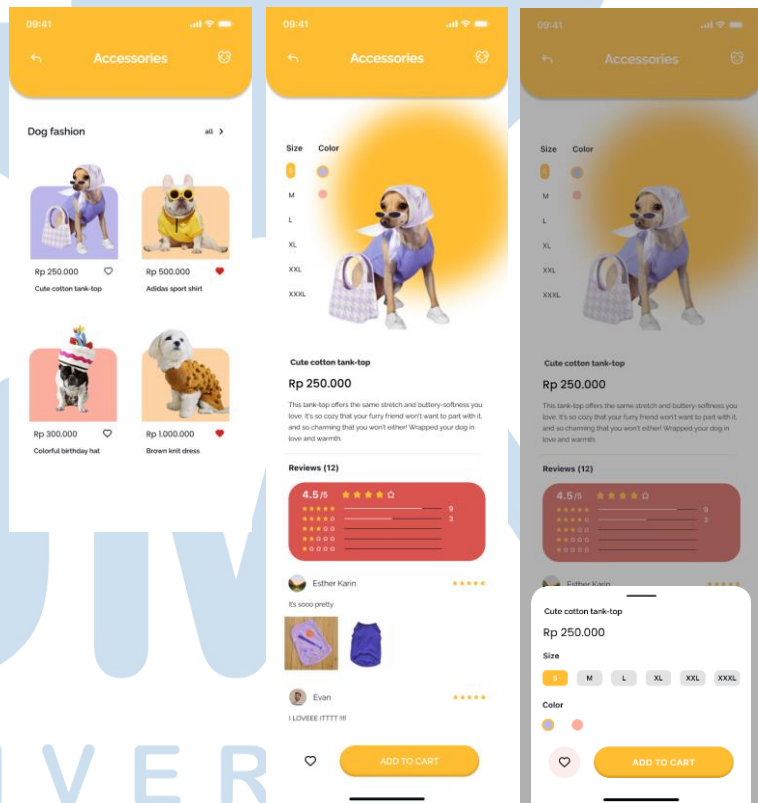
Pada halaman *shop*, AluPet kembali membagi kategori sesuai dengan jenis hewan yakni, anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Pengguna diberikan opsi untuk menjelajahi berbagai kategori produk, termasuk makanan, aksesoris, mainan, perawatan kebersihan, produk kesehatan, dan lainnya. Terdapat juga opsi untuk menampilkan semua produk yang tersedia di toko.



Gambar 4. 20 Shop Page

n. *Accessories Shop*

Dalam *flow interaction* pada menu *accessories* ini, pengguna dapat melihat berbagai macam pilihan *accessories* yang telah dilengkapi dengan *detail* berupa desain, ukuran dan pilihan warna yang ada. Selain itu, mereka juga dapat melihat deskripsi singkat dan bahkan *rating* serta hasil ulasan dari pengguna lain. Pengguna juga memiliki opsi untuk memberikan "*like*" kepada produk yang menarik minat mereka. Jika pengguna tertarik untuk menambahkan barang ke dalam daftar keinginan (*wishlist*) atau keranjang belanja (*cart*), mereka akan diminta untuk memilih ukuran dan warna yang diinginkan.

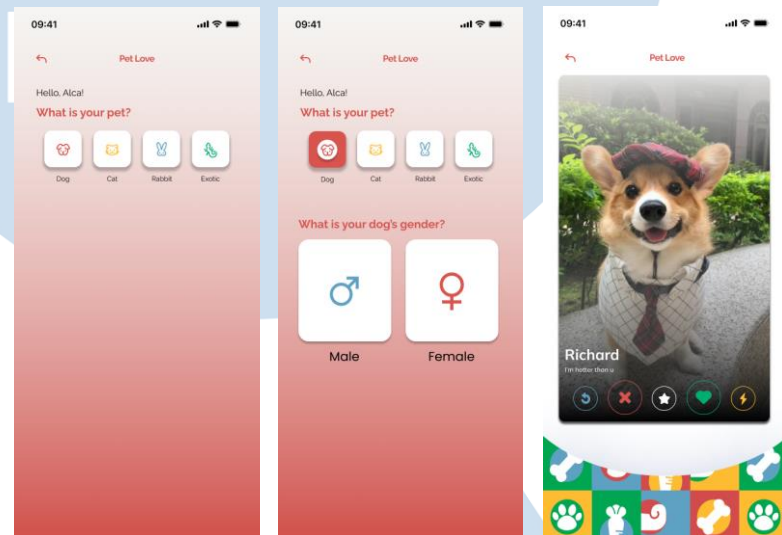


Gambar 4. 21 *Accessories Shop*

U N I V E R
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

o. Pet Love

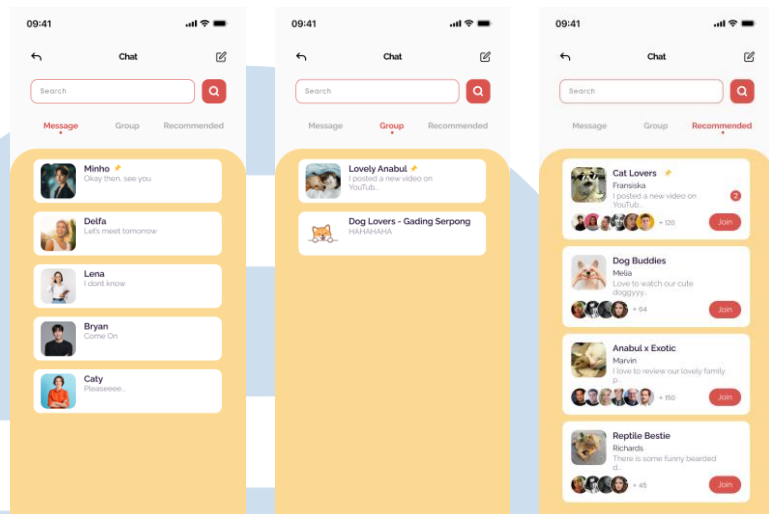
Pada halaman *pet love*, pengguna diberikan kesempatan untuk mencari pasangan bagi hewan peliharaan dengan tujuan untuk *breeding*, dimana mereka dapat memilih sesuai dengan preferensi dan kriteria tertentu, seperti jenis kelamin dan preferensi pemilik hewan. Cara menggunakan fitur ini ialah dengan menggeser layar ke arah kiri untuk menolak atau menggeser layar ke arah kanan untuk menjodohkan (memilih) potensial pasangan bagi hewan peliharaan mereka.



Gambar 4. 22 *Pet Love Page*

p. Chat

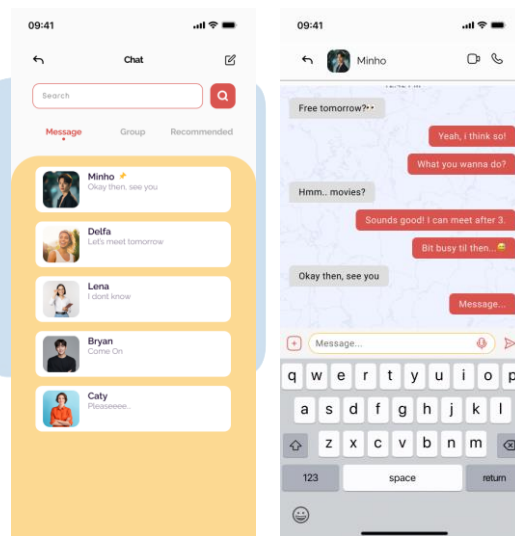
Pada halaman *chat*, pengguna dapat melakukan interaksi secara personal sehingga mereka bisa berbagi informasi, pengalaman, dan tips seputar perawatan hewan peliharaan. Selain itu, pengguna juga memiliki opsi untuk bergabung dengan grup komunitas yang tersedia di *platform*. Di slide rekomendasi, pengguna diberikan *list* grup komunitas pecinta hewan yang dilengkapi dengan keterangan ringkas mengenai grup tersebut.



Gambar 4. 23 Chat Page

q. Personal Chat

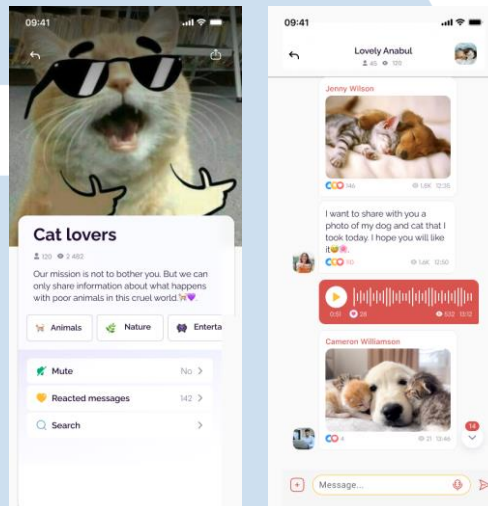
Di dalam fitur *personal chat*, pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui obrolan personal. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan pengguna lain melalui pesan teks, *call* maupun *video call*.



Gambar 4. 24 Personal Chat Page

r. **Group Chat**

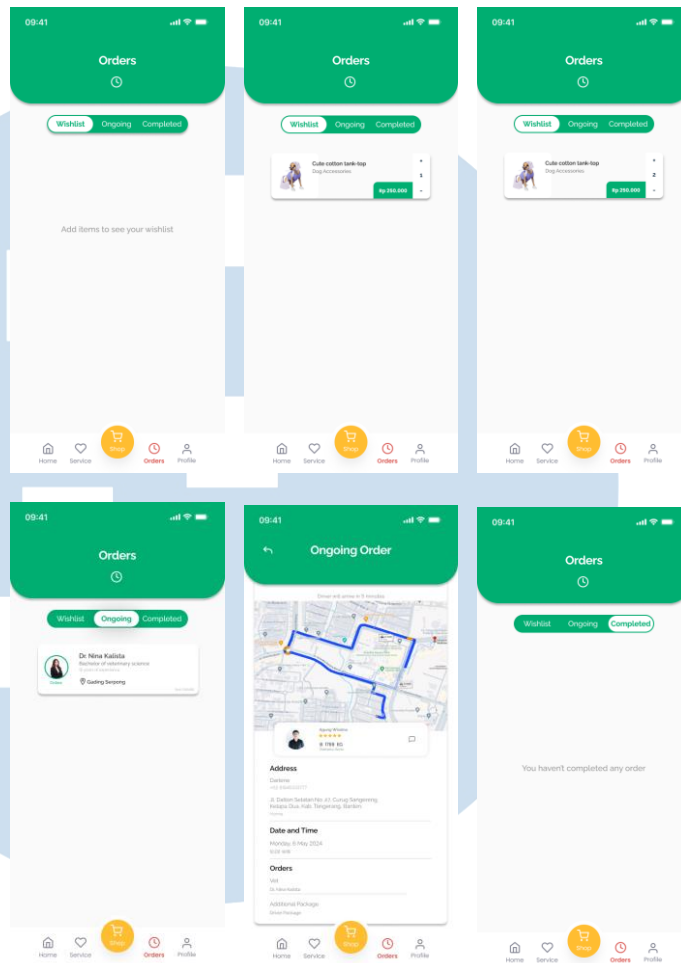
Pada halaman *group chat*, pengguna dapat bergabung dengan berbagai grup. Dan di dalam grup chat, pengguna dapat berbagi pesan suara, gambar, dan konten lainnya terkait dengan hewan peliharaan mereka.



Gambar 4. 25 Group Chat Page

s. **Order**

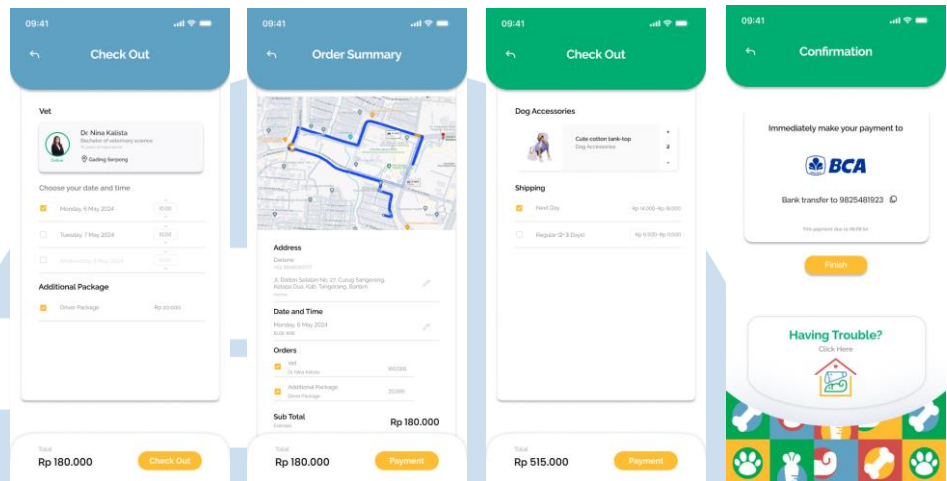
Pada halaman order, pengguna diberikan opsi untuk mengakses tiga kategori yaitu *wishlist*, *ongoing*, dan *completed*. Di bagian *wishlist*, pengguna dapat melihat daftar produk yang telah ditambahkan dari menu petshop, serta mereka dapat melakukan penambahan atau pengurangan jumlah produk. Pada *slide ongoing*, pengguna dapat melihat produk yang telah mereka beli ataupun layanan yang sedang dipesan. Dan yang terakhir pada halaman *completed*, pengguna dapat melihat daftar produk yang telah berhasil dikirim dan atau layanan yang sudah selesai digunakan.



Gambar 4. 26 Orders Page

t. Check Out dan Payment

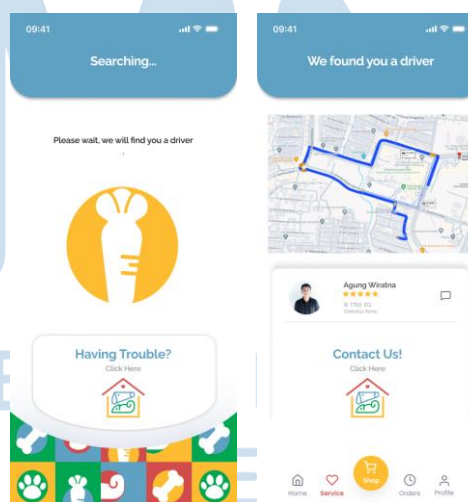
Di halaman *check out*, pengguna dapat memilih beberapa opsi pelengkap yang tersedia oleh AluPet. Pada bagian halaman jasa, pengguna dapat menentukan tanggal, waktu, serta memilih *additional package* untuk *driver*. Dalam halaman produk, pengguna dapat memilih penyedia layanan ekspedisi yang diinginkan. Dan setelah semua opsi dipilih, pengguna dapat meninjau kembali detail pesanan mereka, termasuk tanggal pengiriman, alamat rumah, dan informasi lainnya. Apabila semua telah dikonfirmasi, pengguna dapat lanjut ke proses pembayaran.



Gambar 4. 27 Check Out dan Payment Page

u. *Searching for Driver*

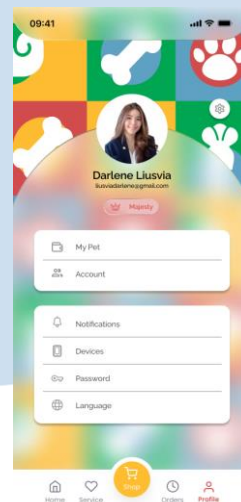
Apabila pengguna berhasil melakukan pemesanan jasa, mereka akan menerima notifikasi dan lanjut pada proses pencarian *driver*. Dan setelah pengguna berhasil mendapatkan *driver*, aplikasi akan secara otomatis memindahkan pengguna ke halaman yang berisi informasi mengenai foto, nama, dan *rating* dari *driver*, nomor plat dan jenis kendaraan yang digunakan oleh *driver*



Gambar 4. 28 Searching for Driver Page

v. *Profile*

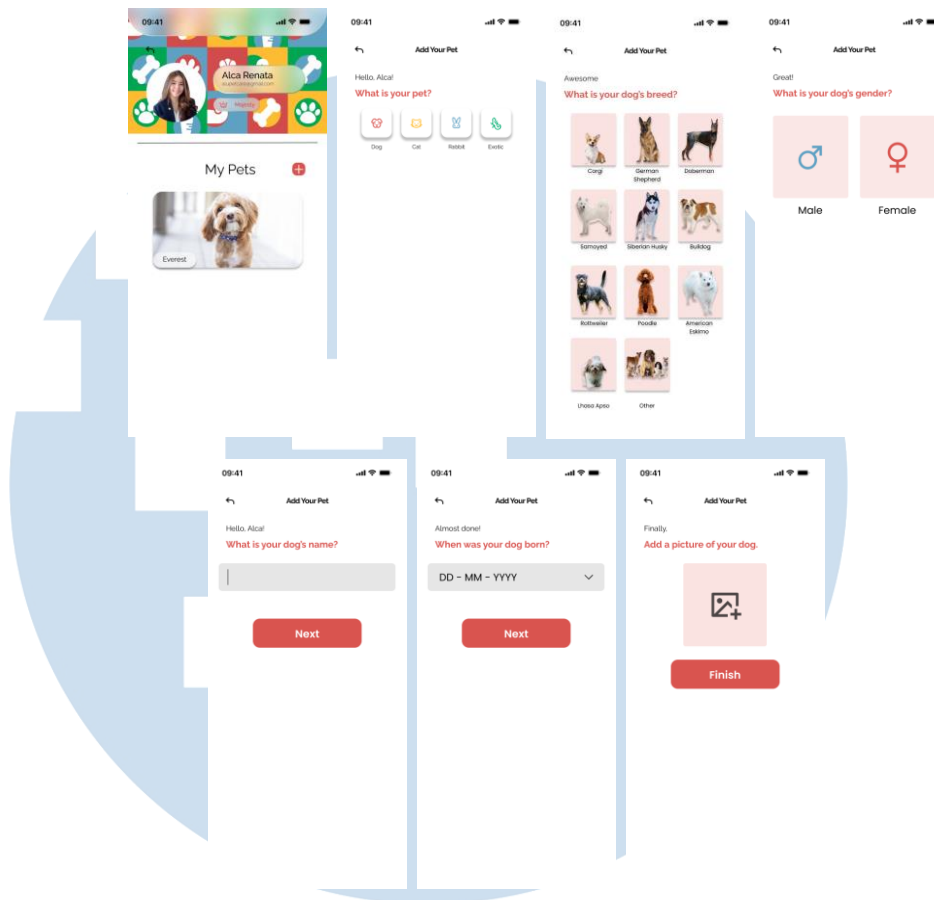
Pada halaman profil, pengguna dapat mengatur informasi berupa nama, alamat email, serta beberapa ikon yang memberikan akses ke fitur-fitur seperti daftar hewan peliharaan, pengaturan akun, notifikasi, perangkat yang terhubung, pengaturan kata sandi, dan pengaturan bahasa. Halaman profil ini dirancang dengan latar belakang yang menggunakan elemen visual supergrafik, yang ditambahkan dengan efek transparan semi *blur*.



Gambar 4. 29 *Profile Page*

w. *My Pet*

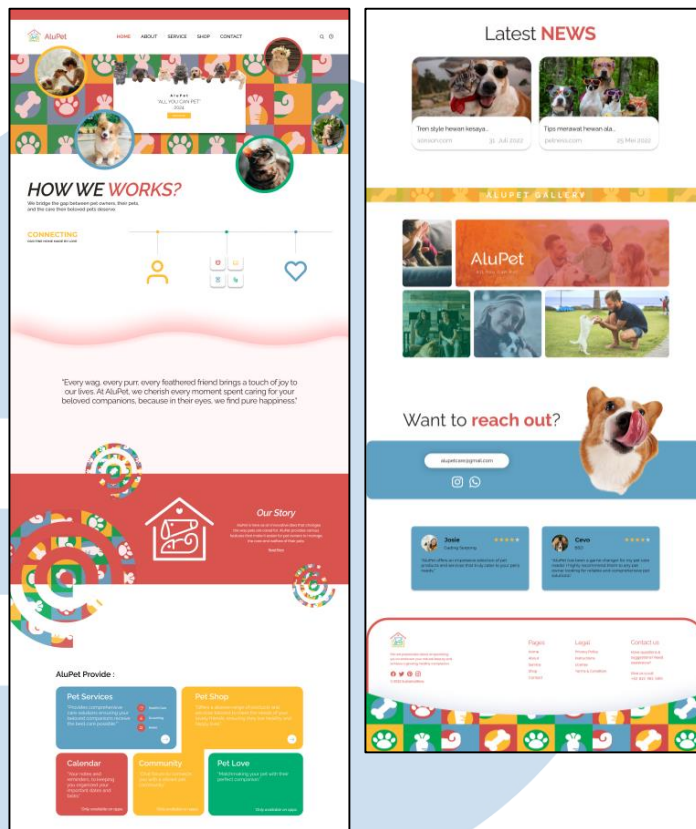
Pengguna memiliki pilihan untuk mengisi informasi lengkap mengenai hewan peliharaan mereka. Proses pengisian informasi hewan dimulai dengan memilih kategori hewan, kemudian pengguna diminta untuk mengisi detail seperti nama hewan, ras, jenis kelamin, tanggal lahir, serta menyertakan foto hewan. Fitur "*My Pet*" ini dapat diakses melalui menu profil pengguna.



Gambar 4. 30 Add My Pet Pages

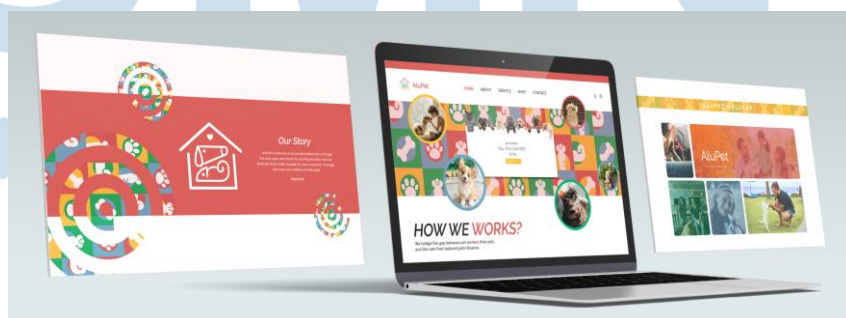
3. Halaman Website

Selain melalui media aplikasi, AluPet juga menyediakan sebuah *website* yang dapat diakses. *Website* dari AluPet ini sendiri dirancang untuk memberikan kemudahan bagi para pengguna yang memiliki kecenderungan untuk hanya menggunakan *browser* mereka. Meskipun beberapa fitur dan tambahan hanya tersedia di aplikasi, *website* AluPet juga tetap menawarkan berbagai layanan utama seperti pemesanan layanan kesehatan, *grooming*, hotel untuk hewan peliharaan, serta fitur *shopping* untuk kebutuhan hewan.



Gambar 4. 32 Desain Website AluPet

Dengan melalui *website* ini, diharapkan pengguna dapat melakukan transaksi dengan cara yang lebih mudah, yakni ketika memesan layanan hewan, serta berbelanja kebutuhan hewan peliharaan mereka. Dimana AluPet memastikan bahwa para pengguna memiliki fleksibilitas dalam mengakses layanan yang ditawarkan AluPet, baik melalui aplikasi maupun *website*.



Gambar 4. 31 Mockup Website AluPet

4.2.4.3 Desain *Marketing* untuk *Customer*

AluPet telah mengembangkan desain *marketing* yang ditujukan khusus untuk *customer*. Desain *marketing* ini sendiri dirancang untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik perhatian pelanggan potensial, dan memperkuat hubungan dengan para pelanggan. *Marketing* AluPet mencakup berbagai elemen, seperti penggunaan media sosial untuk menjangkau audiens, konten visual menarik yang disajikan dan lain sebagainya. Berikut merupakan penjabaran tiap perancangan desain *marketing* yang ditujukan untuk *customer* dari AluPet.

1. *Story Instagram*

AluPet membuat desain dengan format yang khusus disesuaikan untuk *Instagram Stories*, guna menarik perhatian dan melibatkan *customer* dengan cara yang dinamis dan interaktif. Setiap *story* dirancang untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan.

a. *Whatsapp Business*

Sebagai bagian dari strategi pemasaran, tim AluPet membuat desain dengan format *story* Instagram untuk diposting di akun Instagram resmi AluPet.id serta akun pribadi setiap anggota tim. Sebelum peluncuran resmi aplikasi, tim kami membuat *story* yang berisikan *QR* untuk menghubungi layanan *WhatsApp Business* AluPet, serta menampilkan nomor telepon yang tercantum secara jelas. Melalui *story* ini, kami bertujuan untuk memberikan akses yang mudah bagi calon pengguna untuk terhubung dengan AluPet, serta memberikan informasi sebelum peluncuran aplikasi.



Gambar 4. 33 Desain Story WA Business

b. Konten

Pada bulan Mei, Tim AluPet mengembangkan strategi konten yang kreatif dan bermanfaat. Dalam rangka mencapai tujuan ini, tim AluPet berkolaborasi dan menyusun rencana untuk mengunggah konten tiga kali seminggu. Konten tersebut terdiri dari dua jenis konten utama, yaitu "*AluFact*" yang berisi informasi edukatif mengenai dunia hewan peliharaan, dan "*AluKnow*" yang merupakan sebuah kuis interaktif yang dibuat seperti *polling*. Konten-konten ini akan diperbarui secara teratur setiap minggunya, sehingga pengguna akan terus tertarik dan berinteraksi dengan Instagram AluPet.



Gambar 4. 34 Desain Konten AluFact

2. Feeds Instagram

Tim AluPet juga mengimplementasikan strategi peningkatan *awareness* melalui unggahan di *feeds* Instagram AluPet. Dalam unggahan tersebut, tim kami menyambut pengguna dengan memperkenalkan aplikasi AluPet dan menjelaskan berbagai fasilitas layanan yang tersedia. Dengan pendekatan ini, kami bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pengguna mengenai berbagai fitur dan manfaat yang mereka dapatkan dengan menggunakan aplikasi AluPet.



Gambar 4. 35 Desain Feeds Instagram

3. *Flyer*

Tim kami juga membuat sebuah *flyer* yang kemudian disebar di daerah Tangerang. Dimana *flyer* ini berisikan informasi mengenai kategori hewan dan berbagai layanan jasa yang kami tawarkan. Kami juga menyertakan sebuah *QR* dan keterangan atas kontak yang dapat dihubungi oleh pengguna serta juga sosial media dari AluPet, sehingga mereka dapat mengakses layanan kami meskipun aplikasi kami belum tersedia.



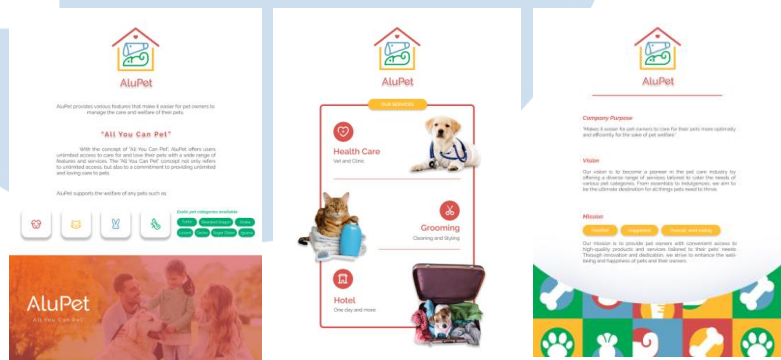
Gambar 4. 36 Desain *Flyer*

4. *Whatsapp Business Catalog*

Tim kami juga membuat desain untuk katalog WhatsApp Business yang dirancang untuk memberikan informasi mengenai AluPet. Katalog ini mencakup berbagai informasi penting, mulai dari gambaran umum tentang AluPet, layanan yang ditawarkan, hingga daftar harga (*pricelist*) produk dan layanan. Berikut merupakan penjabaran detail dari tiap desain.

a. About Us

Dalam katalog WhatsApp, disertakan ringkasan yang menjelaskan mengenai AluPet, termasuk deskripsi singkat mengenai *platform* serta jenis hewan yang dilayani didalam aplikasi ini. Halaman berikutnya menyajikan informasi mengenai tujuan, visi, dan misi dari AluPet sebagai *platform* pelayanan hewan peliharaan. Sedangkan pada halaman terakhir, terdapat detail mengenai berbagai layanan yang ditawarkan oleh AluPet, mencakup layanan perawatan kesehatan hewan, *grooming*, serta penginapan hewan.



Gambar 4. 37 Desain *Catalog* bagian *About Us*

b. Information

Pada halaman informasi, kami juga menyertakan detail tambahan berupa persyaratan dan ketentuan yang berlaku di AluPet. Kami menjelaskan bahwa untuk memesan layanan, konsumen diwajibkan untuk membayar deposit tambahan sebesar 10%. Selain itu, kami juga memberikan informasi tambahan mengenai layanan AluDriver, dimana biaya pengiriman akan dihitung berdasarkan jarak yang ditempuh oleh *driver*.



Gambar 4. 38 Desain Informasi *Annoucement*

c. *Dog Services Price List*

Dalam *pricelist* layanan untuk anjing, terdapat tiga jenis layanan yang tersedia, yakni perawatan kesehatan, *grooming*, dan penginapan. Pada layanan kesehatan, biaya untuk *checkup* berkisar pada Rp.150.000. Sedangkan untuk vaksinasi anjing, biaya yang dibutuhkan berkisar pada Rp.215.000 hingga Rp.370.000. Dan untuk layanan vaksinasi sendiri, konsultasi tidak akan dikenakan biaya.



Gambar 4. 39 *Dog Healthcare Pricelist*

Layanan *grooming* untuk anjing disediakan dalam empat kategori mandi. Mandi *basic* berada dikisaran harga Rp.80.000 hingga Rp.180.000, sementara mandi anti-jamur memiliki kisaran harga mulai dari Rp.150.000 hingga Rp.220.000. Selain itu, mandi anti-kutu juga tersedia dengan harga yang berkisar antara Rp.130.000 hingga Rp.220.000, serta layanan potong bulu dengan harga mulai dari Rp.100.000 hingga Rp.180.000. Di sisi lain, untuk layanan penginapan, harga yang ada dibuat berdasarkan berat anjing, yang berada pada kisaran harga Rp.80.000 hingga Rp.140.000.

Grooming Pricelist		Hotel Pricelist	
Cleaning and Styling		One day and more	
MANDI BASIC			
Anjing Kecil Shorthair (1-5kg)	80k	Anjing (1-5kg)	80k
Anjing Kecil Longhair (5-10kg)	100k	Anjing (5-10kg)	85k
Anjing Sedang (10-20kg)	130k	Anjing (10-20kg)	90k
Anjing Besar (20-30kg)	150k	Anjing (15-20kg)	95k
Anjing Giant (30-40kg)	180k	Anjing (20-25kg)	100k
MANDI ANTI JAMUR			
Anjing Kecil Shorthair (1-5kg)	150k	Anjing (25-30kg)	105k
Anjing Kecil Longhair (5-10kg)	150k	Anjing (30-40kg)	120k
Anjing Sedang (10-20kg)	180k	Anjing (40kg)	140k
Anjing Besar (20-30kg)	200k		
Guest (20-40kg)	220k		
MANDI ANTI KUTU			
Anjing Kecil Shorthair (1-5kg)	130k		
Anjing Kecil Longhair (5-10kg)	150k		
Anjing Sedang (10-20kg)	180k		
Anjing Besar (20-30kg)	200k		
Guest (20-40kg)	220k		
POTONG BULU			
Anjing Kecil Shorthair (1-5kg)	100k		
Anjing Kecil Longhair (5-10kg)	100k		
Anjing Sedang (10-20kg)	100k		
Anjing Besar (20-30kg)	150k		
Anjing Giant (20-40kg)	180k		

Gambar 4. 40 Dog Grooming and Hotel Pricelist

d. Cat Services Price List

Dalam *pricelist* layanan untuk kucing, tersedia tiga jenis layanan yang meliputi perawatan kesehatan, *grooming*, dan penginapan. Untuk *pricelist* perawatan kesehatan, biaya untuk *checkup* dikenakan Rp.150.000. Sedangkan untuk layanan vaksinasi kucing berkisar antara Rp.215.000 hingga Rp.370.000, tergantung pada jenis vaksin yang

dipilih dan kondisi spesifik dari kucing tersebut. Khusus untuk vaksinasi, konsultasi tidak dipungut biaya.

Health Care Pricelist	
Wet and Clinic	
CHECKUP	
Konsultasi	150k
VAKSINASI (Include Konsultasi)	
Felocell 3	335k
Felocell 4	355k
Deltamur	285k
Rabison	255k
Eurican 4	345k
Eurican 6	355k
Eurican 7	375k
Vanguard SCV1	355k
Vanguard SCV1 - R	355k

Gambar 4. 41 Cat Healthcare Pricelist

Layanan *grooming* untuk kucing tersedia dalam beberapa opsi juga. Untuk mandi *basic* berada pada rentang harga mulai dari Rp.80.000 hingga Rp.100.000, untuk mandi anti jamur seharga Rp.100.000 hingga Rp.150.000, serta mandi anti kutu dengan biaya Rp.150.000. Selain itu, terdapat juga opsi potong bulu dengan harga berkisar sekitar Rp.100.000. Untuk *pricelist* penginapan, tarifnya ditentukan berdasarkan berat kucing, dimulai dari Rp.80.000 hingga Rp.90.000.

Grooming Pricelist		Hotel Pricelist	
Cleaning and Styling		One day and more	
MANDI BASIC		Kucing (1kg)	80k
Kucing Shortbar	80k	Kucing (1.5kg)	90k
Kucing Longbar	100k	Kucing (Dewi makan sendiri)	70k
MANDI ANTI JAMUR			
Kucing Shortbar	150k		
Kucing Longbar	100k		
MANDI ANTI KUTU			
Kucing Shortbar	150k		
Kucing Longbar	150k		
POTONG BULU			
Kucing Shortbar	100k		
Kucing Longbar	100k		

Gambar 4. 42 Cat Grooming and Hotel Pricelist

e. *Rabbit Service Price List*

Dalam *pricelist* layanan untuk hewan kelinci, terdapat layanan *pet hotel* yang menawarkan tarif yang bervariasi tergantung pada hari kerja dan hari libur. Pada hari-hari kerja, tarifnya dimulai dari Rp.25.000, sementara pada hari libur, terdapat penyesuaian harga tambahan sebesar Rp.10.000, yang menjadikan tarifnya naik menjadi Rp.35.000.



Gambar 4. 43 *Rabbit Hotel Pricelist*

f. *Exotic Service Price List*

AluPet menawarkan layanan *pet hotel* untuk berbagai jenis hewan seperti *tortoise*, *lizard*, *sugar glider*, dan *snake*. Tarif yang ditawarkan bervariasi tergantung pada jenis hewan dan hari kunjungan, dengan harga yang berbeda antara hari kerja dan hari libur. Pada hari kerja, tarifnya dimulai dari Rp.20.000 hingga Rp.40.000, sedangkan pada hari libur, terjadi penyesuaian harga dengan kisaran mulai dari Rp.30.000 hingga Rp.50.000.

Hotel Pricelist		
One day and more		
NORMAL		
Tortoise	(Baby-10cm)	20k/Day
Tortoise	(10-30cm)	25k/Day
Tortoise	(30-40cm)	30k/Day
Tortoise	(40cm)	40k/Day
Lizard	(Small Baby-30cm)	20k/Day
Lizard	(Medium 30-60cm)	25k/Day
Lizard	(60cm)	40k/Day
Sugar Glider		20k/Day
Snake Small		20k/Day
Snake Medium		25k/Day
HOLIDAYS		
Tortoise	(Baby-10cm)	30k/Day
Tortoise	(10-30cm)	35k/Day
Tortoise	(30-40cm)	40k/Day
Tortoise	(40cm)	50k/Day
Lizard	(Small Baby-30cm)	30k/Day
Lizard	(Medium 30-60cm)	35k/Day
Lizard	(60cm)	50k/Day
Sugar Glider		30k/Day
Snake Small		30k/Day
Snake Medium		35k/Day

Gambar 4. 44 Exotic Hotel Pricelist

5. Booth Exhibition

Untuk meningkatkan *awareness* tentang AluPet, tim kami merencanakan pembuatan desain *booth* sebagai *preparation* untuk digunakan pada *exhibition* yang diadakan di daerah Tangerang. Setelah melakukan riset dan pencarian, kami berhasil menemukan beberapa *exhibition* yang akan diadakan di area ini. Kami melihat sebuah potensi dengan berpartisipasi dalam pameran ini, yakni sebagai kesempatan berharga untuk berinteraksi langsung dengan audiens potensial dan memperkenalkan layanan kami secara langsung kepada mereka.



Gambar 4. 45 Desain Booth

4.2.4.4 Desain *Marketing* untuk Mitra

Alupet sendiri memiliki strategi *partnership* yang pada praktiknya mengimplementasikan sistem *B2B* (*Business-to-Business*) sebagai langkah krusial untuk melakukan penjangkaran dan penjalinan pola kerja-sama. *B2B* (*Business-to-Business*) pada dasarnya adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan transaksi bisnis antara dua perusahaan atau organisasi bisnis. Dalam konteks ini, akan ada perusahaan yang berperan sebagai penjual, disisi lain perusahaan lain-nya berperan sebagai pembeli. *B2B* biasanya melibatkan penjualan produk atau jasa yang banyak digunakan dalam proses operasional bisnis, seperti peralatan, *software*, atau layanan konsultasi.

Dalam menjalankan sistem *B2B* ada beberapa hal yang perlu untuk diperhatikan dan disesuaikan, salah satunya terkait dengan pola *marketing tools* yang dijalankan. Sistem *B2B* yang diimplementasikan dalam aplikasi AluPet memiliki pola *marketing tools* yang lebih bersifat *direct marketing*. Menurut Tjiptono (2015), *direct marketing* adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif & komunikatif dengan memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon dari target, yang dalam konteks ini adalah mitra bisnis AluPet. Untuk memastikan sistem *marketing tools* berbasis *B2B* yang dirancang ini dapat memudahkan kerja-sama dengan mitra bisnis terkait, maka dalam prakteknya ada beberapa tahap yang dapat dilakukan untuk memastikan proses kerja-sama yang mendukung nilai-nilai transparan serta tentunya efisien. Berikut penjelasan lengkap mengenai strategi tersebut.

1. Presentasi *Partnership*

Sebagai pengantar pada tahap awal, langkah yang digunakan adalah dengan melalui media presentasi *PowerPoint* (*PPT*) untuk mengakomodir bentuk interaktif pertama dengan mitra terkait. *PPT* ini berisi gambaran umum

atau *overview* tentang AluPet, visi, misi, serta berisi penawaran terhadap peluang kerja-sama yang dapat dibangun bersama dengan mitra. Presentasi ini dirancang untuk memberikan pemahaman dasar tentang bagaimana kedua belah pihak dapat saling menguntungkan dan sebagai tahap awal untuk membangun *awareness* serta ketertarikan dari pihak mitra.



Gambar 4. 46 Presentasi *Partnership*

2. Proposal AluPet

Jika mitra menunjukkan adanya indikasi minat untuk melakukan kerjasama, AluPet menyediakan proposal yang berisikan informasi mendetail dan dipenuhi dengan informasi-informasi strategis terkait penawaran yang diberikan. Proposal ini mencakup segala informasi mengenai potensi kerjasama, manfaat, skema kerjasama, serta rencana implementasi yang dijabarkan dengan runtut dan lengkap. Dokumen ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih komplit dan memungkinkan mitra untuk melakukan evaluasi yang lebih intensif & komprehensif.



Gambar 4. 47 Proposal Partnership AluPet

3. MoU AluPet

Setelah mencapai persetujuan yang menyangkut kesepakatan mengenai isi proposal, tahap terakhir dari proses ini adalah penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)*. *MoU* ini berisi beberapa syarat dan ketentuan yang disepakati oleh kedua belah pihak terkait kerjasama, dimana didalamnya mencakup aspek hukum, tanggung jawab dan hak kedua belah pihak. *MoU* ini menjadi dasar hukum yang mengikat untuk menjalankan kerjasama yang telah disetujui.



Gambar 4. 48 MoU AluPet

4.2.5 Draft Desain

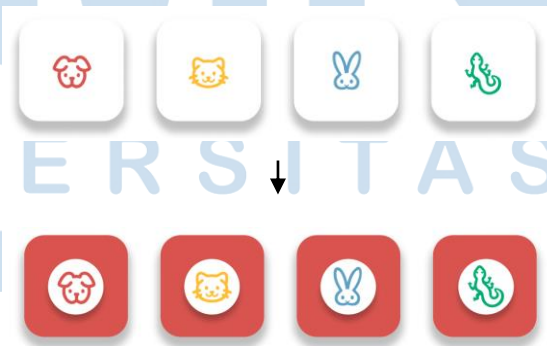
Dalam *draft* desain yang dibuat, AluPet menyertakan detail dari setiap ikon-ikon yang terdapat dalam aplikasi, serta juga perancangan *low fidelity* yang memetakan alur pengguna dan struktur dasar aplikasi.

4.2.5.1 Ikon Aplikasi AluPet

Terdapat berbagai macam ikon yang dibuat untuk diimplementasikan pada aplikasi, dimana penulis merancang ikon sesuai dengan beberapa model, mulai dari kategori hewan, *services icon*, dan lain sebagainya. Berikut merupakan penjelasan detail dari setiap model ikon.

1. Ikon Kategori Hewan

Dalam desain *UI* dari aplikasi AluPet, terdapat empat ikon yang mewakili setiap jenis hewan peliharaan, yaitu anjing, kucing, kelinci, dan eksotis. Setiap ikon memiliki warna yang berbeda untuk membedakan antara setiap jenis hewan tersebut, yakni merah untuk anjing, kuning untuk kucing, biru untuk kelinci, dan hijau untuk eksotis. Ketika pengguna menekan salah satu ikon, warna ikon tersebut akan berubah menjadi merah, menandakan bahwa ikon telah diklik. Misalnya, jika pengguna menekan ikon anjing, maka halaman yang berisi informasi dan layanan terkait dengan anjing akan ditampilkan pada perangkat pengguna.



Gambar 4. 49 Desain Ikon Kategori Hewan

2. *Services Icon*

Dalam desain *UI* dari aplikasi AluPet, terdapat *services icon* yang mewakili setiap jenis kategori dari layanan jasa yang disediakan, yaitu *health care*, *grooming* dan hotel.

a. *Health Care*

Terdapat ikon *health care* pada aplikasi AluPet yang merupakan salah satu bagian dari *services icon*, dimana desain yang diberi berupa *outline* yang berbentuk hati, namun di bagian kiri bawahnya terdapat *outline* yang putus, dan di lengkapi juga dengan tanda tambah pada bagian tengah hati tersebut. Ikon ini sendiri di buat dengan *outline* yang berwarna putih, namun juga diletakkan pada sebuah bidang lingkaran yang berwarna-warni, sesuai dengan seluruh pilihan kategori hewan. Apabila pengguna menekan ikon ini, pengguna akan langsung diarahkan ke halaman *health care* yakni berupa pemilihan dokter dan klinik untuk hewan.



Gambar 4. 50 *Health Care Icon*

b. *Grooming*

Terdapat juga ikon *grooming* pada aplikasi AluPet yang merupakan salah satu bagian dari *services icon*, dimana desain yang diberi berupa *outline* yang berbentuk gunting dengan pola gerigi pada sisi kirinya yang dibuat menyerupai gunting yang telah digigit oleh hewan. Ikon ini sendiri di buat dengan *outline* yang berwarna putih, namun juga

diletakkan pada sebuah bidang lingkaran yang terdiri atas 3 warna yaitu untuk 3 kategori hewan berupa anjing, kucing, dan kelinci. Apabila pengguna menekan ikon ini, pengguna akan langsung diarahkan ke halaman *grooming*.



Gambar 4. 51 *Grooming Icon*

c. *Hotel*

Dan untuk *services icon* terakhir terdapat ikon *hotel*, dimana desain yang diberi berupa outline yang berbentuk menyerupai gedung atau tempat tinggal yang dilengkapi dengan pintunya. Ikon ini dibuat menggunakan *outline* yang berwarna putih, namun juga diletakkan pada sebuah bidang lingkaran yang berwarna-warni, sesuai dengan seluruh pilihan kategori hewan. Apabila pengguna menekan ikon ini, pengguna akan langsung diarahkan ke halaman *hotel* yakni untuk menitipkan hewan peliharaannya.



Gambar 4. 52 *Hotel Icon*

3. *Fries Menu Icon*

Pada *fries menu icon* terdapat pilihan-pilihan halaman aplikasi yang dapat diakses, dimana setiap pilihan memiliki sebuah *icon* yang melambangkan isi dari halaman tersebut.

a. *Fries Button*

Fries menu button adalah salah satu ikon yang terdapat dalam aplikasi AluPet. Ikon ini memiliki warna kuning yang mencolok untuk memudahkan pengguna dalam mengidentifikasinya. Ketika pengguna mengklik ikon tersebut, mereka akan diarahkan ke slide menu yang berisikan fitur menuju tentang (*About*), tujuan (*Goals*), kalender (*Calendar*), informasi kontak (*Contact Us*), dan fitur *pet love*.



Gambar 4. 53 *Fries Menu Icon*

b. *About*

Ketika pengguna memilih menu "*about*" dengan menekan ikon yang tersedia, mereka akan diarahkan secara langsung ke halaman yang berisi informasi mengenai AluPet.



Gambar 4. 54 *About Icon*

c. *Goals*

Ketika pengguna memilih menu "*goals*" dengan menekan ikon yang tersedia, mereka akan diarahkan secara langsung ke halaman yang berisi tujuan, visi misi, dan *company purpose* dari AluPet.



Gambar 4. 55 *Goals Icon*

d. *Calendar*

Ketika pengguna memilih menu "*calendar*" dengan menekan ikon yang tersedia, mereka akan diarahkan secara langsung ke halaman yang berisi *calendar* dalam AluPet.



Gambar 4. 56 *Calendar Icon*

e. *Contact Us*

Ketika pengguna memilih menu "*contact us*" dengan menekan ikon yang tersedia, mereka akan diarahkan secara langsung ke halaman yang berisi informasi akses kontak AluPet yang bisa di hubungi.



Gambar 4. 57 *Contact Us Icon*

f. *Pet Love*

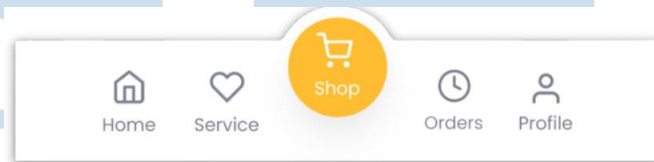
Ketika pengguna memilih menu "*pet love*" dengan menekan ikon yang tersedia, mereka akan diarahkan secara langsung ke halaman yang berisi tempat hewan mencari pasangan atau *pet love* dari AluPet.



Gambar 4. 58 *Pet Love Icon*

4. *Navigation Bar Icon*

AluPet menampilkan menu navigasi yang terletak di bagian bawah aplikasi. Ketika pengguna menekan salah satu opsi menu, tulisan dan ikon yang pada awalnya berwarna abu-abu akan berubah menjadi merah untuk menunjukkan bahwa terjadi interaksi dimana opsi tersebut sedang aktif. Selain itu, pengguna akan langsung diarahkan ke halaman yang terkait dengan opsi menu yang dipilih.



Gambar 4. 59 *Navigation Bar Icon*

a. *Home*

Jika pengguna mengklik ikon "home", aplikasi akan langsung mengarahkannya kembali ke halaman utama, sementara ikon "home" itu sendiri akan berubah warna menjadi merah dan teksnya akan menjadi *bold*, menandakan bahwa halaman utama telah di tekan.

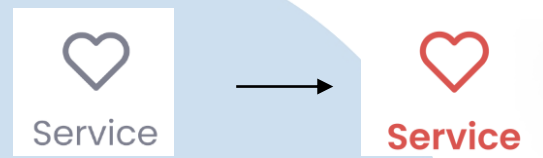


Gambar 4. 60 *Home Icon Interaction*

b. *Service*

Jika pengguna mengklik ikon "service", aplikasi akan langsung mengarahkannya ke halaman *service*, sementara ikon "service" itu sendiri akan berubah warna menjadi merah dan teksnya akan menjadi

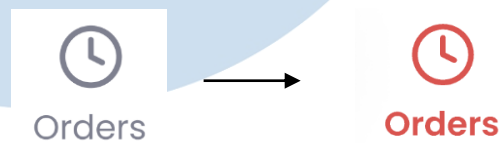
bold, menandakan bahwa halaman utama telah di tekan.



Gambar 4. 61 *Service Icon Interaction*

c. *Orders*

Jika pengguna mengklik ikon "*orders*", aplikasi akan langsung mengarahkannya ke halaman *orders*, sementara ikon "*orders*" itu sendiri akan berubah warna menjadi merah dan teksnya akan menjadi *bold*, menandakan bahwa halaman utama telah di tekan.



Gambar 4. 62 *Orders Icon Interaction*

d. *Profile*

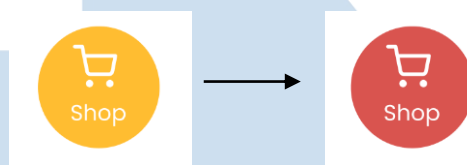
Jika pengguna mengklik ikon "*profile*", aplikasi akan langsung mengarahkannya ke halaman *profile*, sementara ikon "*profile*" itu sendiri akan berubah warna menjadi merah dan teksnya akan menjadi *bold*, menandakan bahwa halaman utama telah di tekan.



Gambar 4. 63 *Profile Icon Interaction*

e. *Shop*

Jika pengguna mengklik ikon "*shop*", ikon itu sendiri akan berubah warna menjadi merah dan menandakan bahwa halaman *shop* telah di tekan.



Gambar 4. 64 *Shop Icon Interaction*

5. *Profile Settings Icon*

Pada halaman *profile* untuk *account* terdapat beberapa pilihan untuk keterangan pengaturan pada aplikasi, dimana setiap pilihan memiliki sebuah *icon* yang melambangkan isi dari halaman tersebut.

a. *My Pet*

Pengguna dapat menyimpan data diri dari hewan peliharaan yang mereka punya pada aplikasi AluPet. Proses pengisian informasi dimulai dengan memilih kategori hewan, kemudian menginput nama dari hewan mereka, jenis ras, jenis kelamin, tanggal lahir, serta menyertakan foto dari hewan tersebut. Fitur ini dapat diakses melalui menu "*My Pet*" yang tersedia pada profil pengguna.



Gambar 4. 65 *My Pet Icon*

b. *Account*

Pengguna dapat meninjau dan mengelola detail dari akun pribadi yang terkait dengan aplikasi. Tersedia informasi seperti nomor telepon dan alamat

email yang terdaftar. Apabila pengguna ingin mengubah informasi tersebut, mereka akan diminta untuk melakukan verifikasi melalui kode yang dikirimkan ke alamat email atau nomor telepon yang sebelumnya telah dihubungkan dengan akun tersebut.



Gambar 4. 66 Account Icon

c. Notifications

Pengguna akan menerima pemberitahuan, baik itu terkait diskon menarik atau jadwal yang sudah dijadwalkan yang tercantum dalam menu kalender. Untuk mengakses menu ini, pengguna dapat langsung menuju ke profil pengguna di dalam aplikasi.



Gambar 4. 67 Notifications Icon

d. Devices

Menu *devices* memberikan kemampuan kepada pengguna untuk melihat daftar perangkat yang terhubung dengan akun mereka secara *real-time*. Dimana pengguna dapat melakukan pengaturan terkait perangkat yang diizinkan atau tidak diizinkan untuk mengakses akun.



Gambar 4. 68 *Devices Icon*

e. Password

Untuk meningkatkan keamanan akun, pengguna AluPet dapat mengganti *password* lama dengan yang baru melalui proses verifikasi menggunakan email yang terhubung dengan akun AluPet mereka. Fitur ini, yang dapat diakses melalui halaman profil pengguna.



Gambar 4. 69 *Password Icon*

f. Language

Pengguna AluPet diberikan fleksibilitas untuk menyesuaikan pemilihan bahasa pada aplikasi sesuai dengan preferensi mereka melalui menu *language*.



Gambar 4. 70 *Language Icon*

g. Chat Icon

Dengan mengklik ikon chat yang terletak di sudut kanan atas pada tampilan *homepage* AluPet, pengguna akan diarahkan secara langsung ke halaman chat. Dengan fitur ini, pengguna dapat mengakses bagian obrolan aplikasi baik secara personal maupun pada *group*.



Gambar 4. 71 *Chat Icon*

h. Search Icon

Untuk memudahkan pengguna dalam mencari layanan atau kategori hewan yang diinginkan, AluPet menyediakan fitur pencarian yang dapat diakses pada *homepage* aplikasi dan mengklik pada kotak pencarian dan menyetikkan kebutuhan mereka dalam kotak pencarian dan menekan ikon *search*.



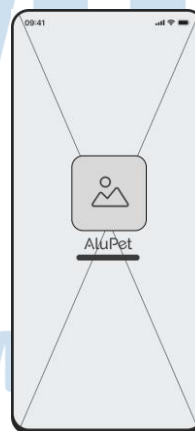
Gambar 4. 72 Search Icon

4.2.5.2 Low Fidelity

Dalam perancangan aplikasi, sebelum masuk pada tahap *high fidelity*, AluPet membuat draft desain untuk *low idelity* dari UI aplikasi, sebagai gambaran atas visualisasi tampilan aplikasi.

1. Landing Page

Sebelum melanjutkan ke tahap finalisasi, tim AluPet merancang *low fidelity* untuk *landing page* dari Aplikasi. Dimana logo AluPet akan ditempatkan secara sentral di tengah halaman dengan latar belakang halaman yang akan dihiasi dengan gambar khas AluPet.



Gambar 4. 73 Low-fi Landing Page

2. Welcome Page

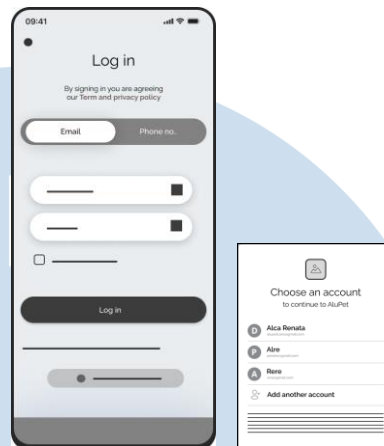
Setelah pembuatan *low fidelity landing page*, tim AluPet melanjutkan dengan merancang *welcome page*. Halaman ini didesain agar pengguna merasa disambut dengan hangat saat pertama kali mengakses aplikasi. Di bagian tengah halaman, terdapat pesan sambutan "Welcome" yang disertai dengan logo AluPet. Kemudian terdapat tombol untuk *login* dan *sign up* yang diletakkan pada bagian bawah kanan halaman.



Gambar 4. 74 Low-fi Welcome Page

3. Log In Page Email

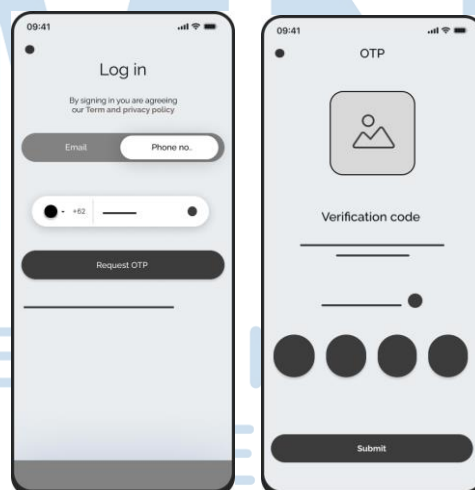
Low fidelity dari halaman login menggunakan email, berisikan dua kolom kosong yang tersedia untuk diisi dengan alamat email dan kata sandi. Selain itu, terdapat opsi lain yang memungkinkan pengguna untuk *login* menggunakan akun Google yang telah terdaftar. Dan apabila pengguna menekan menu *log in* menggunakan google, setelahnya, akan muncul jendela *pop-up* yang menampilkan daftar akun Google yang telah terdaftar pada perangkat.



Gambar 4. 75 Low-fi Log In Page Email dan Google

4. Log In Page Nomor Telepon

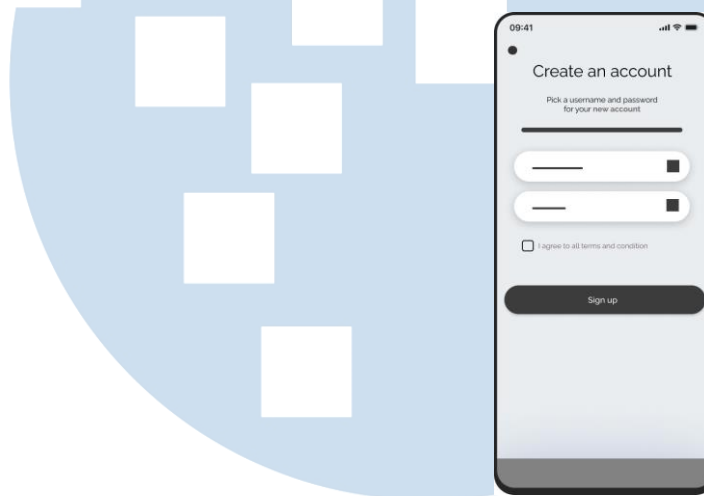
Pengguna memiliki opsi untuk mengubah metode *login* dengan menggunakan nomor telepon. Apabila pengguna menggunakan opsi nomor telepon dan telah menginput nomor yang akan digunakan, maka sistem akan mengirimkan sebuah kode verifikasi ke nomor telepon yang dimasukkan pengguna. Untuk melanjutkan proses *login*, pengguna harus segera memasukkan kode verifikasi yang diterima agar dapat mengakses akun mereka.



Gambar 4. 76 Low-fi Log In Page Nomor Telepon

5. *Sign Up Page*

Pada halaman pendaftaran, pengguna memiliki opsi untuk memasukkan alamat email yang *valid* atau nomor telepon dan juga diminta untuk membuat sebuah *password* yang akan digunakan pada akun AluPet. Selain itu, mereka akan diminta untuk menyetujui syarat dan ketentuan yang berlaku sebelum melanjutkan proses pendaftaran.

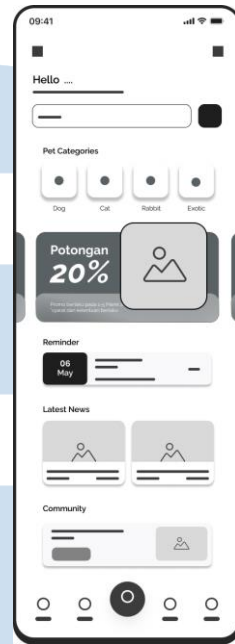


Gambar 4. 77 *Low-fi Sign Up Page*

6. *Homepage*

Pada halaman utama Aplikasi AluPet, terdapat sejumlah fitur yang memudahkan pengguna dalam menjelajahi aplikasi tersebut. Fitur-fitur tersebut meliputi opsi kategori hewan, iklan, *preview* visual dari kalender, serta serangkaian tombol navigasi yang terletak di bagian bawah layar.

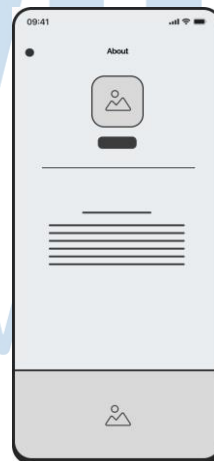
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 78 Low-fi Homepage

7. About

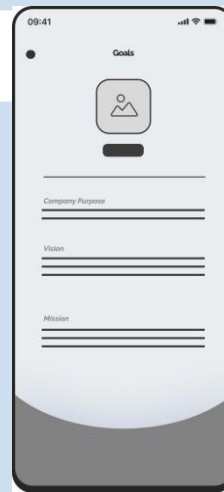
Menu *about* didesain dengan mencakup logo perusahaan serta informasi singkat yang memberikan pengguna pemahaman yang lebih mendalam tentang AluPet. Tim kami berencana untuk menambahkan elemen dekoratif berupa gambar-gambar yang terkait dengan hewan peliharaan dan karakteristik unik dari AluPet. Dengan begitu, halaman tentang akan menjadi lebih menarik dan informatif bagi pengguna.



Gambar 4. 79 Low-fi About Page

8. Goals

Pada halaman *goals*, tim akan menampilkan logo AluPet bersama dengan informasi rinci tentang visi, misi, dan tujuan jangka panjang dari perusahaan. Dengan harapan bahwa pengguna akan lebih memahami dan mendukung visi serta tujuan yang ingin dicapai oleh AluPet dalam jangka waktu yang akan datang.

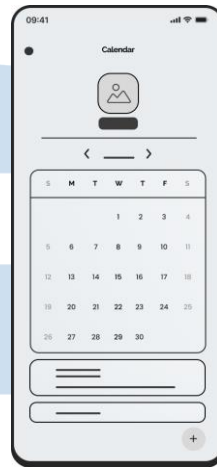


Gambar 4. 80 Low-fi Goals Page

9. Calendar

Pada halaman *calendar*, pengguna akan menemukan tampilan yang dapat diisi dengan jadwal kegiatan yang telah direncanakan. Selain berfungsi sebagai pengingat, kalender juga memberikan notifikasi untuk mengingatkan pengguna beberapa waktu sebelum jadwal yang ditetapkan. Di dalam *calendar* ini pengguna juga dapat menambahkan *notes* baru ke kalender dengan melalui tombol tambah.

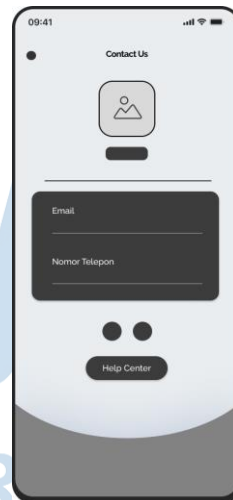
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 81 *Low-fi Calendar Page*

10. *Contact*

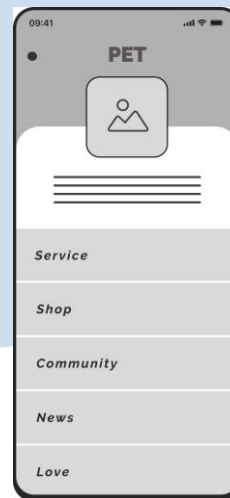
Pada halaman ini, pengguna dapat menemukan beragam informasi kontak AluPet yang dapat dihubungi, termasuk alamat email, nomor telepon, dan akun media sosial AluPet lainnya. Sehingga diharapkan pengguna dapat dengan mudah menghubungi tim AluPet untuk mendapatkan informasi maupun bantuan.



Gambar 4. 82 *Low-fi Contact Page*

11. *Pet Details*

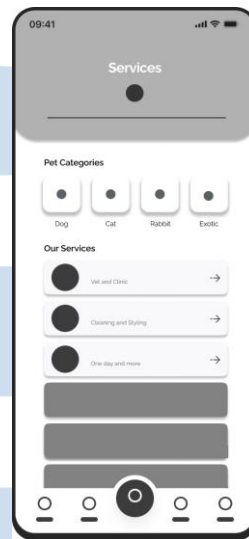
Pada halaman *Pet Details*, informasi tentang berbagai jenis hewan disajikan secara singkat dan padat di bagian atas halaman, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah memahami kategori hewan yang tersedia. Rencananya, warna dasar halaman akan disesuaikan dengan kategori hewan yang ada. Di bawah deskripsi singkat tentang hewan tersebut, pengguna akan menemukan opsi untuk menjelajahi layanan, toko, komunitas, berita, serta fitur "*Love*" yang tersedia.



Gambar 4. 83 *Low-fi Pet Details Page*

12. *Services*

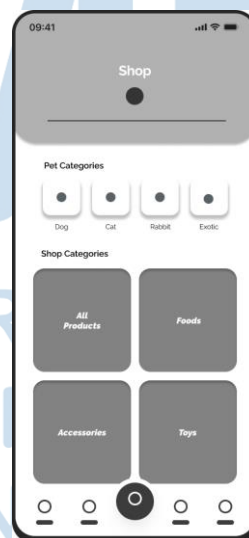
Pada halaman ini akan berisikan mengenai beragam layanan yang ditawarkan oleh AluPet. Meskipun beberapa layanan masih dalam tahap pengembangan, tim AluPet tetap akan memberikan keterangan layanan tambahan dengan status "*coming soon*".



Gambar 4. 84 Low-fi Services Page

13. Shop

Halaman *shop* akan mengikuti desain yang serupa dengan halaman *service*, sehingga perbedaan utamanya terletak pada fokus pada produk daripada layanan. Di bagian atas halaman, pengguna akan menemukan pilihan kategori hewan, sementara dibawahnya pengguna akan menemukan berbagai jenis kebutuhan hewan seperti "*all products*", "*foods*", "*accessories*", dan "*toys*" untuk memudahkan pengguna dalam menavigasi berbagai jenis produk.



Gambar 4. 85 Low-fi Service Page

14. *Accessories Shop*

Pada halaman aksesoris, pengguna akan menyajikan berbagai barang aksesoris yang relevan dengan kategori hewan peliharaan yang telah dipilih sebelumnya. Terdapat juga informasi yang tersedia untuk setiap produk seperti nama, harga, dan gambar produk untuk memberikan keterangan yang jelas kepada pengguna.

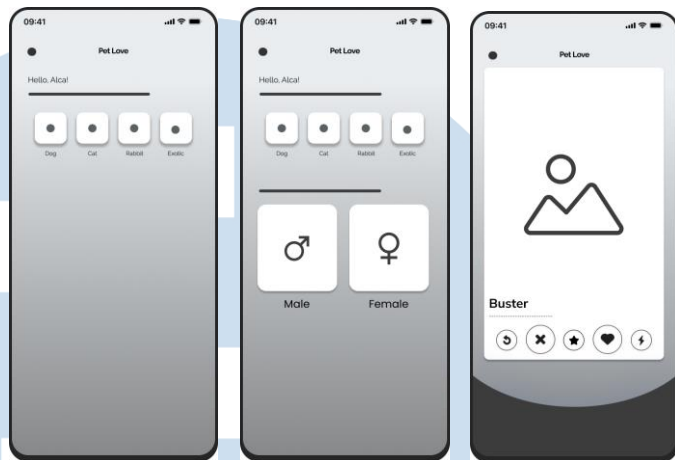


Gambar 4. 86 *Low-fi Accessories Shop*

15. *Pet Love*

Dalam fitur *pet love*, tim menghadirkan detail kategori hewan yang dapat dipilih pengguna untuk mencari pasangan bagi hewan peliharaan mereka. Pengguna dapat menggunakan fungsi geser untuk menyukai atau menolak setiap profil hewan.

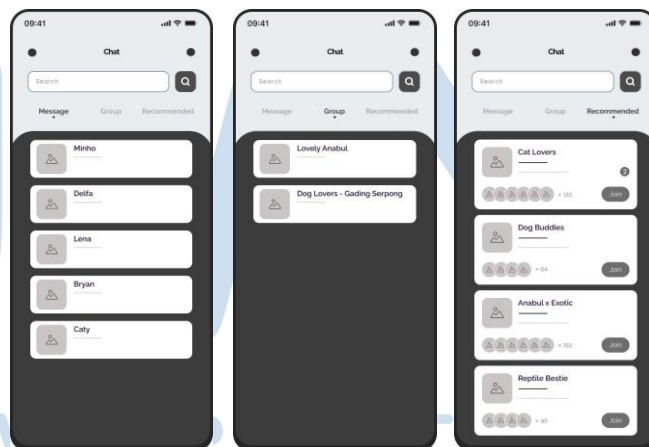
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 87 Low-fi Pet Love Page

16. Chat

Fitur *chat* pada aplikasi AluPet akan dirancang dengan tiga kolom pilihan berupa, pesan personal, pesan grup, dan rekomendasi. Masing-masing kolom akan dilengkapi dengan *search bar* yang memungkinkan pengguna mencari nama orang, nama grup, atau pesan *chat* tertentu.



Gambar 4. 88 Low-fi Chat Page

17. Personal Chat

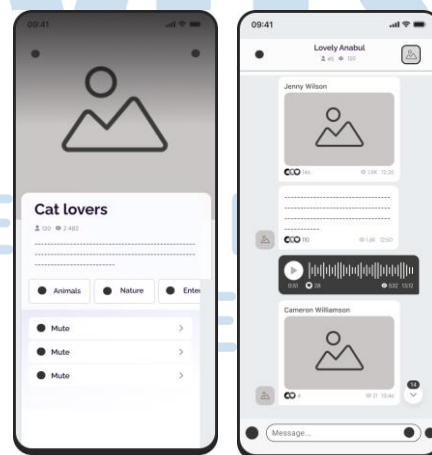
Pada halaman *personal chat*, disediakan juga *search bar* yang memudahkan pengguna dalam mencari pesan atau nama pengguna lain. Dan pada bagian kolom *chat*, pengguna dapat berkomunikasi langsung dengan pengguna lain, baik dalam teks, panggilan suara dan video.



Gambar 4. 89 Low-fi Personal Chat Page

18. Group Chat

Dalam bagian *group chat*, pengguna dapat melihat deskripsi singkat mengenai grup serta mengatur berbagai pengaturan seperti membisukan notifikasi atau keluar dari grup. Pengguna juga bisa melihat jumlah anggota grup dan statistik mengenai jumlah pengguna dalam grup tersebut.



Gambar 4. 90 Low-fi Group Chat Page

19. Order

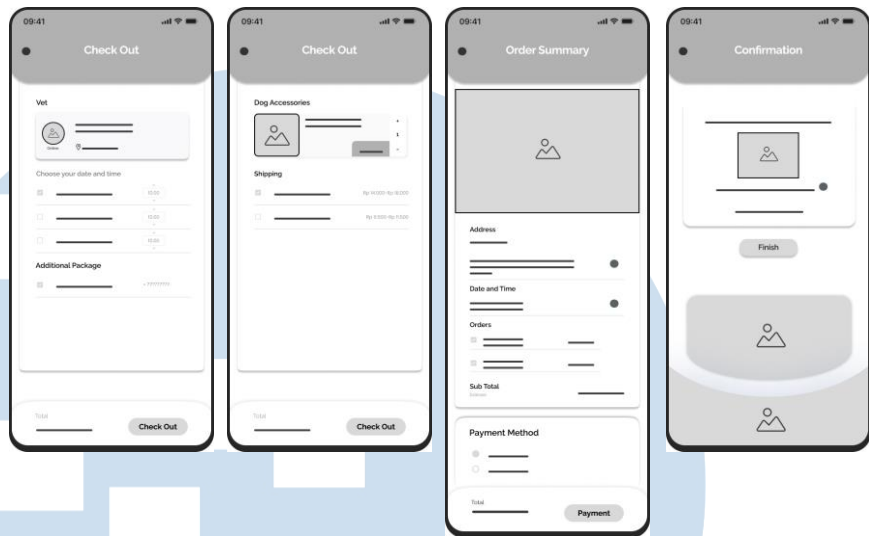
Menu *orders* memiliki tiga pilihan utama: *wishlist*, *ongoing*, dan *completed*. Tim kami berencana untuk membuat pengguna dapat menambahkan produk pada halaman *wishlist*. Pada halaman *ongoing*, pengguna juga akan dapat memantau status produk dan layanan yang telah dipesan. Dan yang terakhir, halaman *completed* akan mencakup semua produk dan layanan yang telah berhasil diterima oleh pengguna.



Gambar 4. 91 Low-fi Orders Page

20. Check Out and Payment

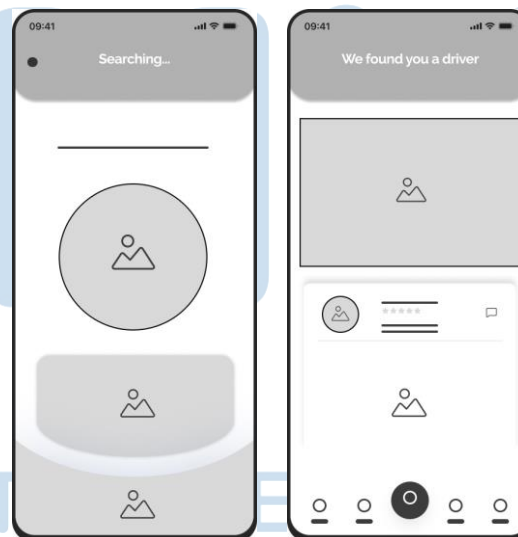
Halaman *check out* akan dirancang untuk memberikan informasi rinci tentang layanan atau produk yang telah dipilih oleh pengguna. Di sini, pengguna akan melihat detail layanan, lokasi, dan deskripsi foto. Saat *checkout* produk, pengguna akan melihat rincian produk yang dipilih. Kami juga berencana membuat halaman *order summary* yang akan menampilkan jenis metode pembayaran yang tersedia, kemudian lanjut pada halaman *payment* dan *confirmation*.



Gambar 4. 92 Low-fi Check Out and Payment Page

21. Searching for Driver

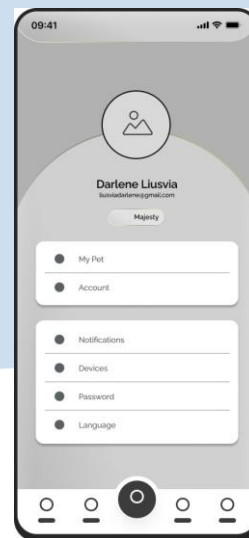
Halaman ini dirancang akan muncul ketika menu *driver* dipilih. Dimana pengguna akan diarahkan ke halaman yang menunjukkan bahwa AluPet sedang mencari *driver* terdekat. Dan setelah *driver* ditemukan, aplikasi akan menampilkan detail lokasi dan keterangan detail terkait *driver*.



Gambar 4. 93 Low-fi Searching for Driver Page

22. Profile

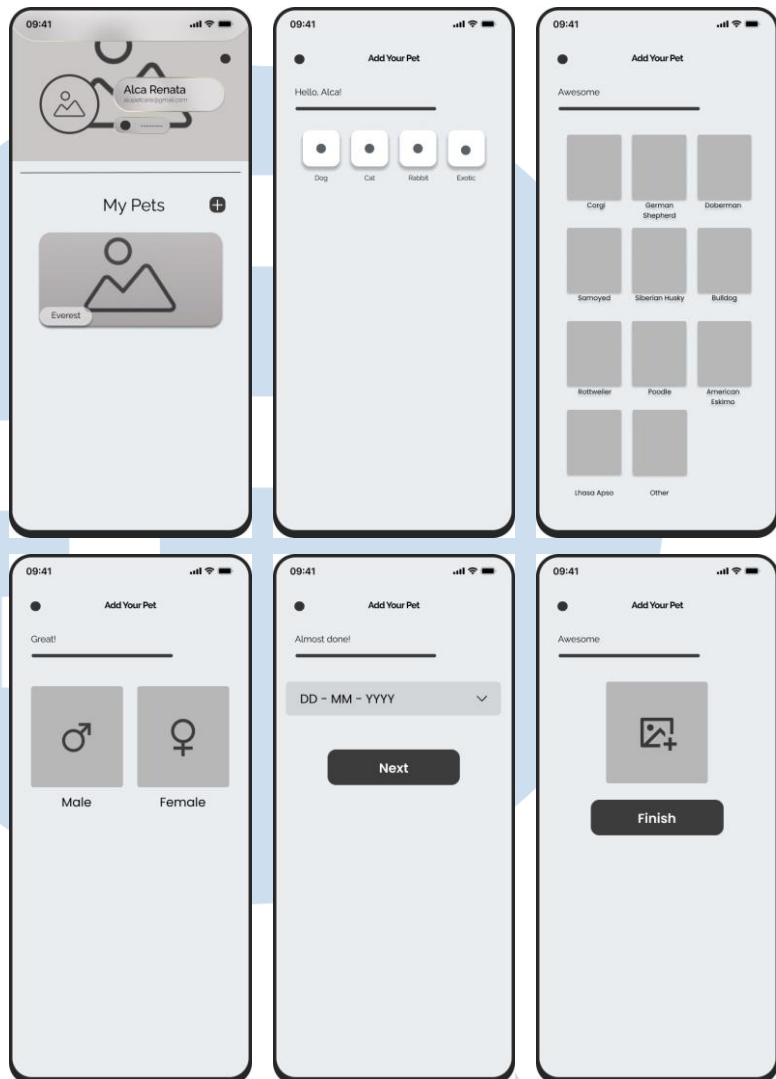
Pada menu profil, pengguna dapat mengisi data pribadi mereka baik berupa foto, nama, dan alamat email mereka. Selain itu, terdapat informasi mengenai tingkat keaktifan pengguna dalam aplikasi AluPet. Di bawah bagian ini, terdapat berbagai pengaturan yang dapat disesuaikan oleh pengguna. Untuk membuat tampilan lebih menarik, tim berencana menambahkan gambar supergrafik khas AluPet sebagai latar belakang halaman profil.



Gambar 4. 94 Low-fi Profile Page

23. My Pet

Setelah pengguna menekan opsi *My Pet* di halaman profil, mereka akan diarahkan ke halaman untuk menambahkan informasi tentang hewan peliharaan mereka. Dimana pada halaman ini, pengguna akan menemukan beberapa pilihan untuk mereka melakukan pengisian berbagai detail mengenai hewan peliharaan mereka.



Gambar 4. 95 *Low-fi My Pet Page*

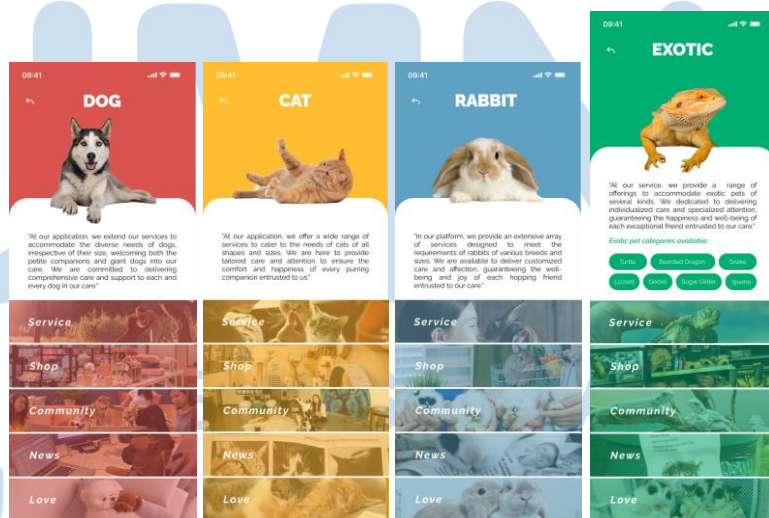
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

4.2.6 Revisi

Setelah melakukan *user test* terhadap *prototype* dari aplikasi AluPet, penulis dan kelompok pun melakukan beberapa revisi berdasarkan hasil kuesioner dan juga observasi yang diperoleh dari respon atau reaksi serta komentar para partisipan secara langsung. Setelah itu, tim AluPet pun melakukan diskusi internal dan berikut merupakan penjabaran revisi yang dilakukan pada *prototype* aplikasi:

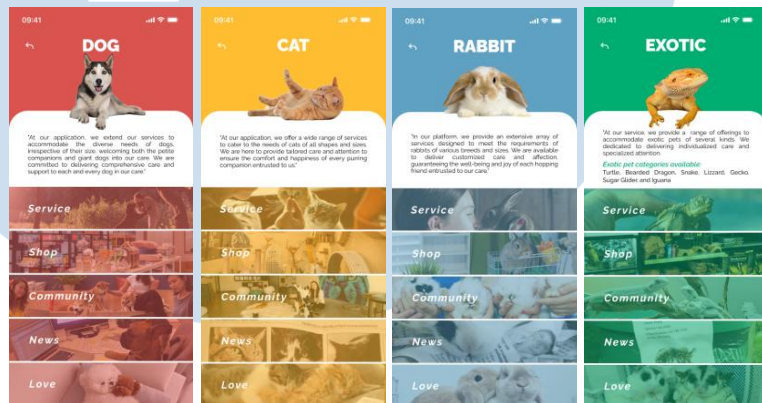
1. *User Interface Pet Details*

Pada halaman *Pet Details*, penulis dan kelompok mendapatkan komentar berupa menu *scroll* bawah untuk melihat pilihan layanan lainnya untuk tiap jenis hewan tidak di *notice* oleh beberapa *user*, dimana ketika *user* membuka halaman *Pet Details*, yang terlihat hanya sampai pilihan *news*, dan dengan posisi *UInya* pun yang sesuai dan tidak mengganggu, *user* mengira pilihan yang ada hanya sampai *news*, dan tidak mengetahui adanya pilihan *Love*. Terdapat komentar juga berupa keterangan *exotic pet categories available* yang ada terlihat menyerupai sebuah *button*, sehingga *user* pun mencoba untuk menekan *button* tersebut.



Gambar 4. 96 *UI Pet Details* Sebelum Revisi

Maka dari itu penulis dan kelompok melakukan beberapa revisi pada halaman *Pet Details* ini. Penulis dan kelompok melakukan perubahan ukuran baik dari gambar hewan, teks, dan juga jarak spasi atas bawah yang ada, yakni dengan mengecilkan serta mengatur kembali tata letak dari gambar dan teks, sehingga tidak diperlukannya *scroll* bawah untuk melihat semua layanan, dimana semua sudah ditampilkan dalam satu layar *fix* saja. Penulis dan kelompok juga mengubah *exotic pet categories available* yang ada menjadi sebuah teks saja, sehingga memberikan makna sebuah informasi dan bukan *button*.



Gambar 4. 97 UI *Pet Details* Setelah Revisi

2. *Flyer*

Penulis dan kelompok melakukan beberapa revisi desain pada *flyer* dari AluPet, dimana ketika desain dari *flyer* di cetak, kami mendapati *shadow* yang digunakan pada beberapa bagian, ketika dicetak malah menjadi sebuah bidang hitam yang terlihat begitu jelas dan mengganggu pola desain yang ada. Kemudian untuk supergraphic yang di *blur*, dengan tujuan untuk membuat gambar dan konten lebih *popup*, ketika dicetak malah terlihat seperti tidak *HD* dan layaknya terjadi kesalahan proses cetak sehingga bagian tersebut terlihat tidak jelas.



Gambar 4. 99 Desain *Flyer* sebelum revisi

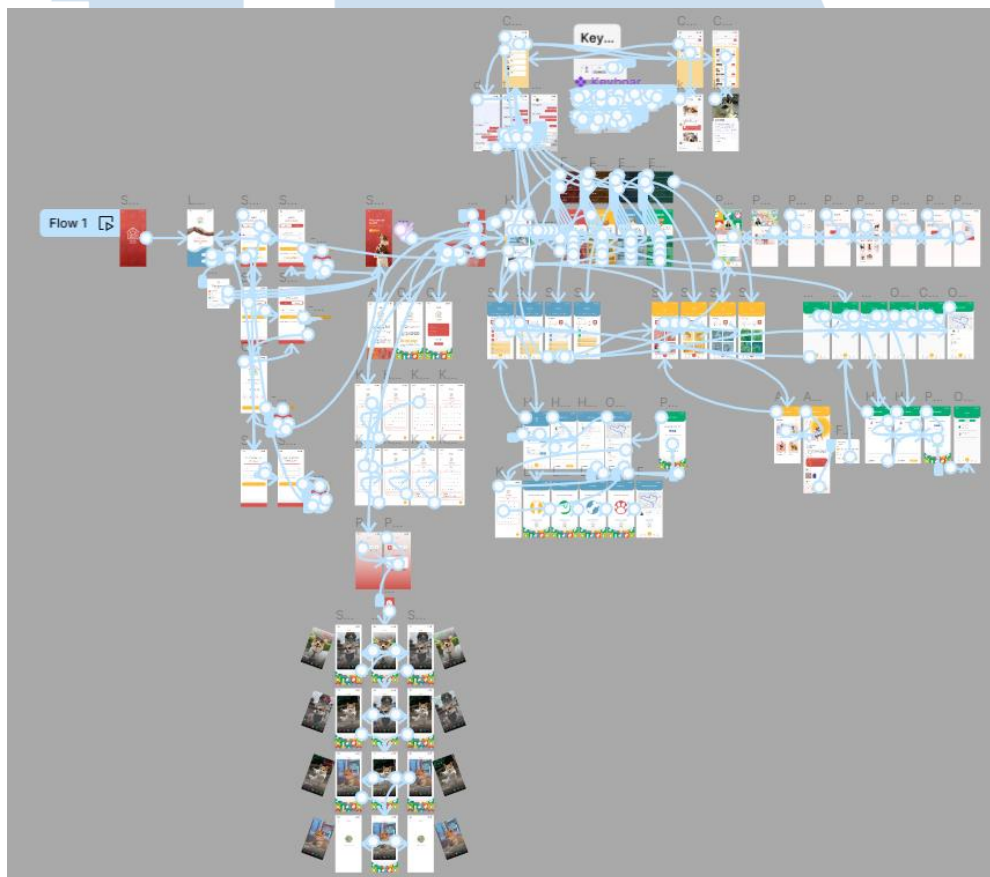
Maka dari itu penulis dan kelompok melakukan beberapa revisi pada desain *Flyer* ini. Dimana penulis dan kelompok membuat sebuah outline yang mengelilingi bentuk dari gambar hewan yang digunakan, serta pada bagian bawah pada bidang whatsapp dan instagram, sebagai pengganti *blur* yang digunakan untuk membuat gambar dan konten terlihat lebih *popup*.



Gambar 4. 98 Desain *Flyer* setelah revisi

4.2.7 Finalisasi

Pada tahap finalisasi, penulis memeriksa *prototype* secara keseluruhan dan merapikan kembali detail-detail jika diperlukan. *Flow* interaksi dari *prototype* berdurasi sekitar kurang lebih lima menit dan dapat diakses melalui Figma (<https://bit.ly/AluPet>)



Gambar 4. 100 Screenshot keseluruhan UI Aplikasi

4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa

Dalam perancangan produk, penulis berperan sebagai *CEO (Chief Executive Officer)* yang bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan seluruh anggota tim dalam pengambilan keputusan yang akan diterapkan oleh perusahaan, namun disisi lain penulis juga bertanggung jawab sebagai *Creative Director*, dimana penulis memberikan arahan dan memastikan kualitas dan konsistensi desain secara keseluruhan, mulai dari *brand identity*, aplikasi, *marketing* dan lain-lain. Penulis

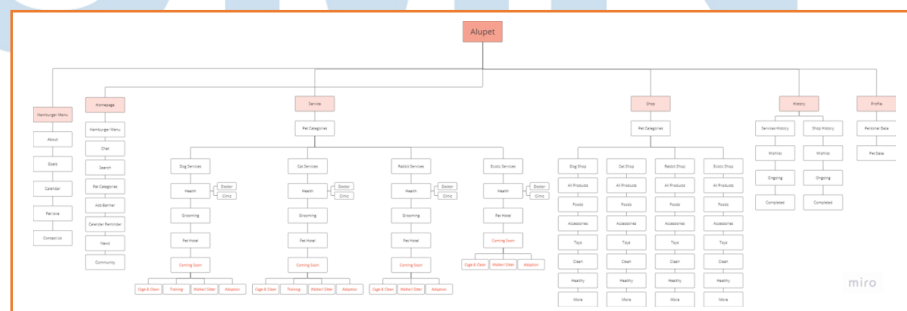
memimpin proses perancangan konsep desain dan diskusi bersama tim AluPet, mulai dari tahap riset awal, *brainstorming*, proses pencarian referensi hingga pembentukan *moodboard*, serta *concepting* dan *mindmapping*. Kemudian, setiap data dan asset yang telah dibuat, dirapikan dalam bentuk dokumen, tabel, folder dan lain-lain dalam satu file *docs* yang telah berisikan semua link akses. Dalam perancangan *prototype*, penulis juga berperan dalam perancangan *UI design* dari aplikasi, *UI design* dari *website*, pembuatan *icon* dan juga untuk *flow interaction* dari *prototype*. Di luar *prototype*, penulis berperan juga dalam membantu konsep perancangan *brand identity* dan visual konten untuk media sosial dari AluPet.

4.3.1 *Prototype AluPet*

Penulis berperan dalam tahap perancangan dari *prototype* aplikasi AluPet, dimana dalam prosesnya, penulis melalui beberapa tahap, mulai dari pembuatan *information architecture* hingga pada tahap implementasi *prototyping* secara langsung.

1. *Information Architecture*

Penulis telah membuat *information architecture* sebagai dasar awal untuk mengarahkan alur setiap halaman dari aplikasi AluPet. *Information architecture* ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap halaman aplikasi memiliki navigasi yang jelas dan intuitif, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi dan fitur yang mereka butuhkan. Berikut dicantumkan *information architecture* dari Aplikasi AluPet.



Gambar 4. 101 *Information Architecture AluPet*

Dalam pembuatan *information architecture* ini, penulis melakukan analisis mendalam terhadap kebutuhan pengguna serta tujuan utama dari aplikasi AluPet. Berdasarkan analisis ini, penulis mengidentifikasi elemen-elemen penting yang harus ada di setiap halaman dan menyusun struktur hierarki yang logis dan efisien. Arsitektur informasi ini mencakup penentuan letak menu, sub-menu, tombol navigasi, serta penempatan konten utama dan sekunder di setiap halaman.

2. *Low-Fidelity*

Setelah membuat *information architecture* sebagai gambaran dasar untuk keseluruhan. Dalam tahap awal perancangan *low-fidelity*, penulis memulai dengan mendesain beberapa halaman utama aplikasi, yakni membuat pola *layoutingnya*, dimana penulis hanya menyertakan beberapa keterangan teks menjadi tanda atau bahkan sebagai teks tetap pada *UI*. Untuk beberapa bagian yang masih belum ditentukan, penulis menggunakan penanda berupa sebuah garis panjang. Dan untuk ikon bergambar gunung digunakan sebagai *placeholder* untuk gambar yang akan dimasukkan nantinya. Sementara itu, ikon lain yang belum selesai dibuat ditandai dengan bulatan hitam pekat. Metode ini memastikan bahwa elemen-elemen yang belum lengkap dapat dengan mudah diidentifikasi dan segera diselesaikan oleh penulis. Proses ini memberikan gambaran visual dasar yang akan menjadi acuan untuk pengembangan desain lebih lanjut, memastikan setiap elemen sudah diidentifikasi dan direncanakan dengan baik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 102 Peran Penulis dalam *Low-Fidelity* Aplikasi

3. *UI Design*

Penulis telah merancang desain antarmuka pengguna (*UI*) untuk aplikasi AluPet. Sebelum memulai proses desain *UI*, penulis membuat panduan model gaya seni (*art style*) untuk keseluruhan aplikasi. Panduan ini berfungsi sebagai acuan untuk memastikan konsistensi visual dan estetika di setiap elemen aplikasi, menciptakan pengalaman yang kohesif dan menyenangkan bagi pengguna.

Desain *UI* yang dibuat oleh penulis mencakup berbagai halaman dalam aplikasi AluPet. Berikut adalah halaman-halaman yang telah dirancang:



Gambar 4. 103 Peran Penulis dalam Desain UI Aplikasi

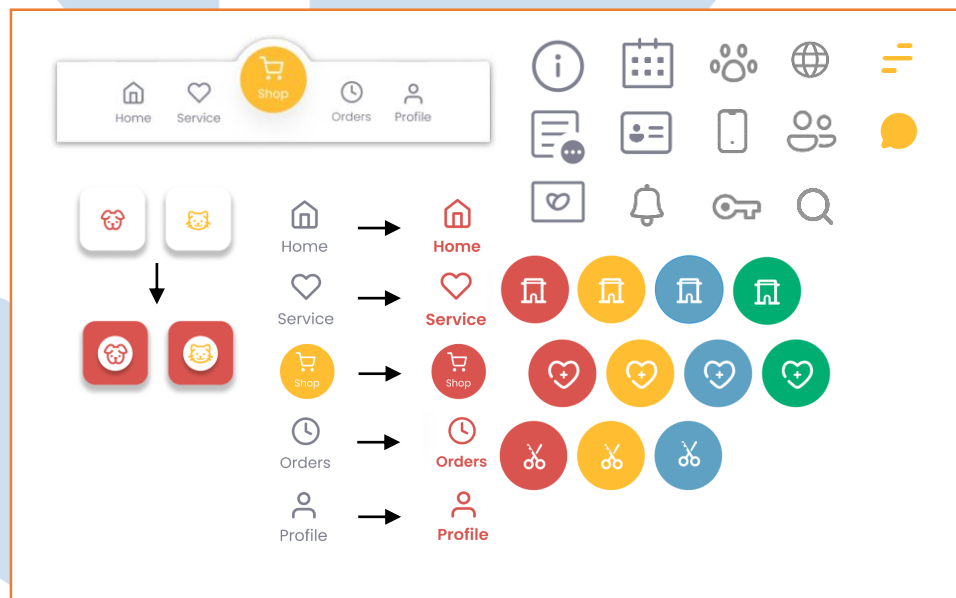
Keterangan:

- a. *Landing Page*: Halaman awal yang menyambut pengguna dengan logo dan tampilan visual AluPet.
- b. *Welcome Page*: Halaman utama yang memberikan pemilihan untuk log in atau create an account.

- c. *Log In/Create an Account*: Halaman untuk masuk atau membuat akun baru melalui Gmail, nomor telepon, atau Google.
- d. *Home*: Halaman beranda yang menampilkan berbagai menu aktivitas dan informasi bagi pengguna.
- e. *About*: Halaman yang berisi informasi tentang penjelasan AluPet.
- f. *Goals*: Halaman yang menampilkan tujuan, visi, misi, dan *company purpose*.
- g. *Contact*: Halaman yang menyediakan informasi kontak untuk menghubungi tim AluPet.
- h. *Profile*: Halaman profil pengguna yang menampilkan informasi pribadi dan pengaturan akun.
- i. *Pet Profile*: Halaman profil hewan peliharaan yang berisi informasi lengkap tentang hewan peliharaan pengguna.
- j. *Pet Details*: Halaman yang memberikan detail lebih lanjut tentang penjelasan hewan terkait dan setiap layanan yang tersedia untuk hewan tersebut.
- k. *Services*: Halaman yang menawarkan berbagai layanan jasa yang tersedia untuk hewan peliharaan tiap-tiap jenisnya.
- l. *Shop*: Halaman toko yang menjual berbagai produk terkait hewan peliharaan.
- m. *Chat Personal*: Halaman untuk percakapan pribadi antar pengguna.
- n. *Chat Group*: Halaman untuk percakapan kelompok dengan pengguna lain.
- o. *Chat Recommended*: Halaman yang merekomendasikan grup obrolan atau topik yang relevan bagi pengguna.
- p. *Pet Love*: Halaman yang menampilkan fitur-fitur khusus yang berfokus pada mencari pasangan untuk hewan peliharaannya.

4. *Icons* dan *Buttons*

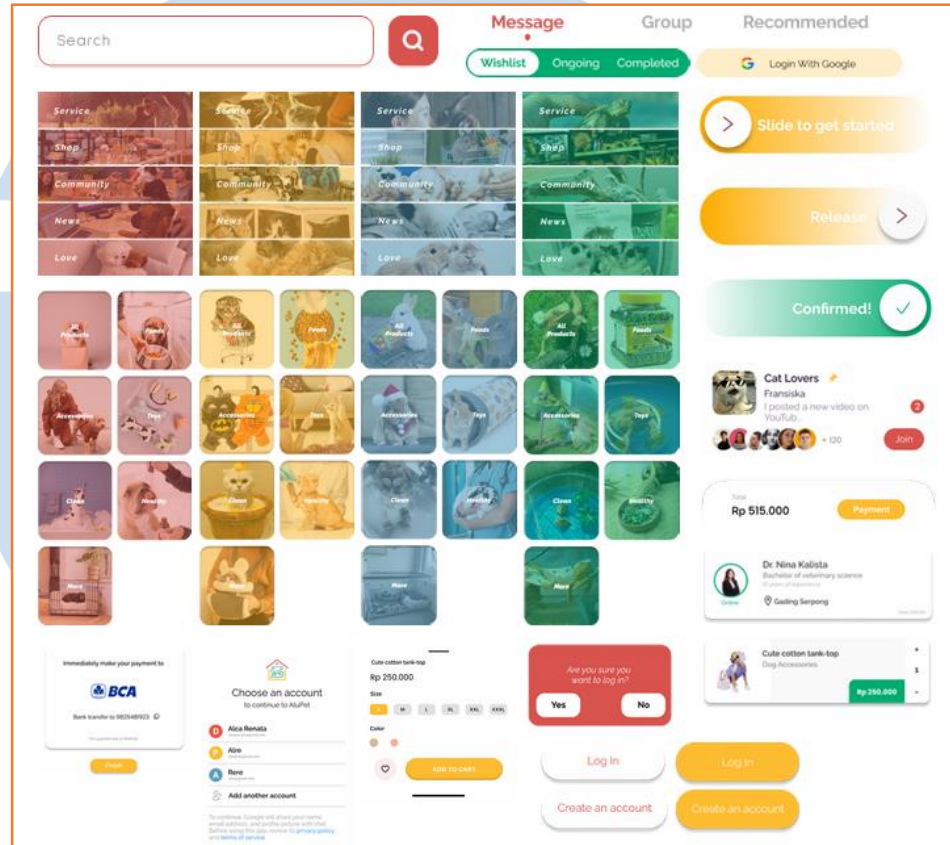
Setelah itu, penulis merancang beberapa *icons* untuk aplikasi AluPet, dengan fokus pada gaya visual yang konsisten dan menarik. *Icons* yang digunakan berjenis *outline*, sesuai dengan estetika keseluruhan aplikasi, yang memberikan tampilan bersih dan *modern*. Selain itu, beberapa ikon solid juga digunakan untuk memperjelas bentuk dan meningkatkan keterbacaan. Ikon yang dirancang tidak hanya estetik tetapi juga interaktif. Ketika ditekan, ikon-ikon ini akan berubah warna, memberikan umpan balik visual kepada pengguna dan meningkatkan pengalaman interaksi. Perubahan warna ini membantu pengguna memahami bahwa aksi mereka telah terdeteksi dan diproses oleh aplikasi. Berikut merupakan ikon yang telah dirancang penulis:



Gambar 4. 104 Desain keseluruhan *icon* oleh penulis

Penulis juga merancang beberapa *button* dari aplikasi AluPet. *Button* yang dirancang dibuat secara estetik dan juga interaktif. Dimana ketika ditekan, *button* tersebut akan mengalami perubahan warna, sebagai penanda visual bahwa aksi mereka telah

terdeteksi dan diproses oleh aplikasi. Berikut merupakan *buttons* yang telah dirancang penulis



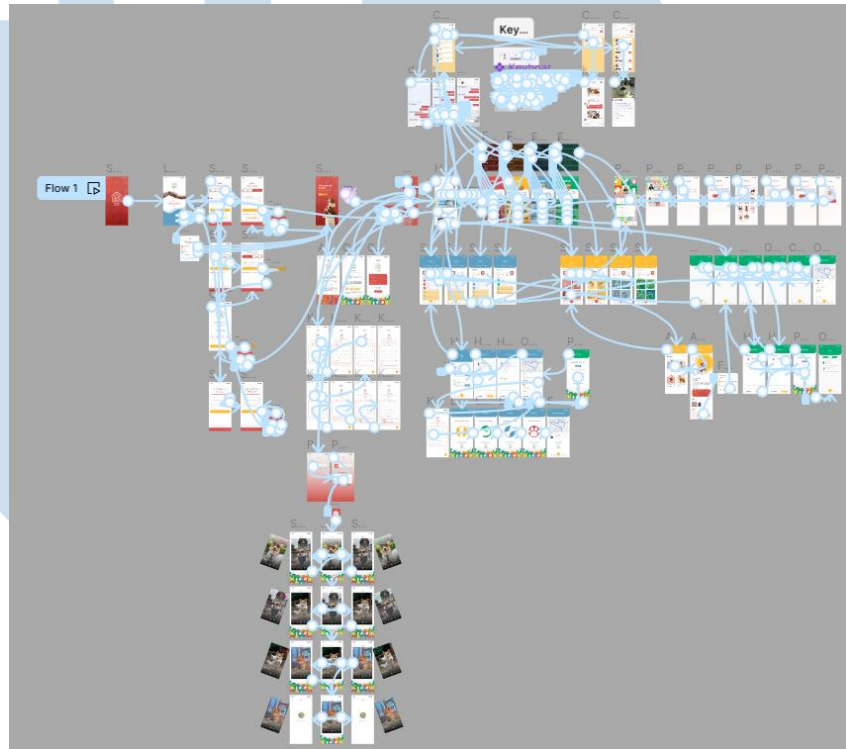
Gambar 4. 105 Desain keseluruhan *button* oleh penulis

5. *Prototyping*

Penulis melakukan *prototyping* dari desain final yang sudah dirancang. Dimana pada tahap ini, penulis mengatur jalannya alur dari *prototype* aplikasi AluPet. Penulis melakukan hampir keseluruhan alur, dimulai dari *start* awal aplikasi hingga pada alur tiap layanan yang ada. Dimulai dari *landing page* sebagai pembuka yang harus dilalui oleh *user*, yakni untuk melakukan proses pembuatan akun ataupun *log in* akun yang sudah ada, baik melalui email, nomor, maupun *google*, hingga dapat masuk sampai pada *homepage*. Dalam aplikasi juga, penulis merancang *flow* untuk bagian *pet details*, *navigation bar*, *fries menu*, *service*, *shop*, *about*, *goals*, *contact us*, *pet love*, *chat* (*personal*, *group*, & *recommended*),

dan *flow* pada *profile*. Penulis menyatukan berbagai *frame* yang ada dengan berbagai *wireframe* yang berbeda secara kompleks, hingga perubahan *interaction* dari *button* yang ditekan.

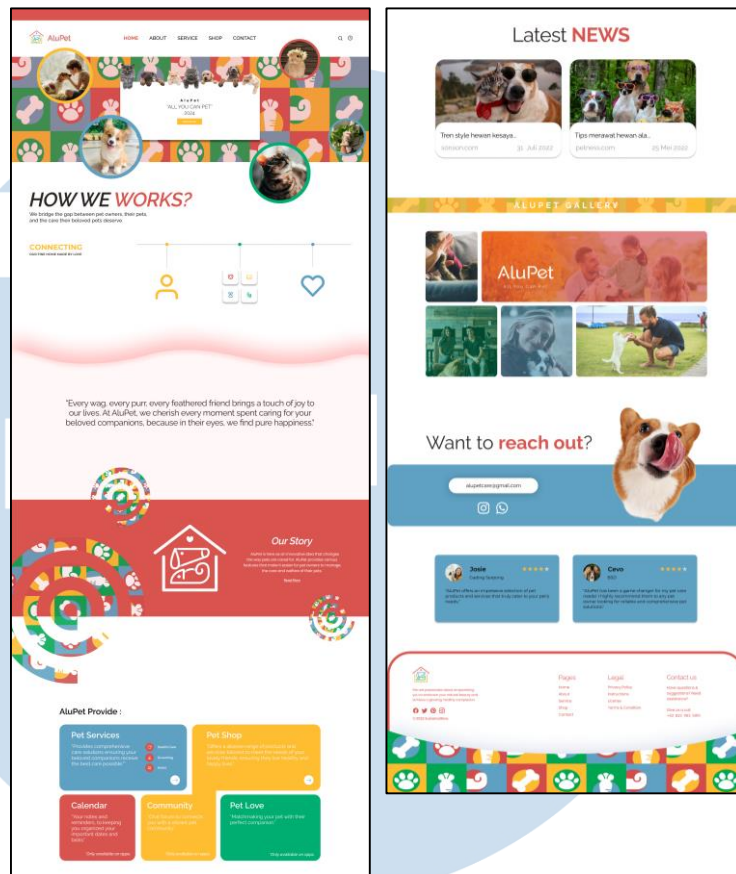
4.3.2 Website



Gambar 4. 106 Peran Penulis dalam *Prototyping* AluPet

Penulis telah merancang desain untuk situs web AluPet dengan tujuan menciptakan *platform* yang informatif, menarik, dan mudah digunakan. Desain ini dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman pengguna (*UX*) dan antarmuka pengguna (*UI*) yang optimal, sehingga pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi dan fitur yang mereka butuhkan. Berikut merupakan desain *website* yang dirancang:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 108 Desain Website AluPet

Dengan desain yang fungsional, estetis, dan *user-friendly*, situs web AluPet diharapkan dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna, meningkatkan keterlibatan mereka, dan memperkuat kehadiran *online* AluPet sebagai *platform* yang peduli terhadap kebutuhan hewan peliharaan dan pemiliknya.



Gambar 4. 107 Mockup Website AluPet

4.3.3 Branding dan Marketing

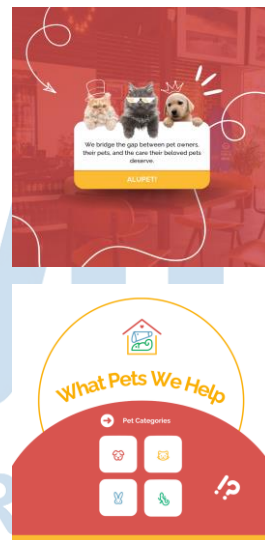
Penulis juga membantu beberapa perancangan desain dalam segi *branding* dan juga *marketing*, seperti *feeds Instagram*, *business catalog* dan pembuatan *merchandise* berupa desain dari *jersey team* AluPet.

1. Feeds Instagram

Penulis juga telah merancang beberapa desain *feed* untuk akun Instagram AluPet, yang mencakup satu baris (*row*) konten yang bertujuan untuk memperkenalkan AluPet kepada audiens. Desain *feed* ini dirancang dengan estetika yang menarik dan informatif, sesuai dengan identitas visual AluPet. Berikut adalah desain *feeds* pengenalan dari AluPet:

a. Post 1

Desain *post* ini berisikan tentang teks keterkaitan yang menjelaskan bagaimana AluPet bekerja. Dengan *slide* selanjutnya yang menyoroti jenis-jenis hewan peliharaan yang dilayani pada aplikasi AluPet.



Gambar 4. 109 Desain *Post Feeds* Instagram 1

b. Post 2

Desain ini menampilkan logo AluPet dengan latar belakang yang menarik berupa gambar tangan manusia dan anjing yang saling menggenggam. Desain ini berfungsi sebagai pengenalan visual yang kuat dan langsung kepada audiens.



Gambar 4. 110 Desain *Post Feeds* Instagram 2

c. Post 3

Slide ini menyoroti penjelasan detail mengenai apa itu AluPet, dimana postingan ini memberikan gambaran informatif kepada audiens tentang *company purpose*, visi misi, serta manfaat yang akan mereka dapatkan dari aplikasi ini.



Gambar 4. 111 Desain *Post Feeds* Instagram 3

2. *Whatsapp Business Catalog*

Penulis juga telah merancang desain dari *whatsapp business catalog* AluPet untuk memberikan informasi mengenai AluPet. Katalog ini mencakup berbagai informasi, mulai dari gambaran umum tentang AluPet, layanan yang ditawarkan, hingga daftar harga (*pricelist*) produk dan layanan.

a. *About Us*

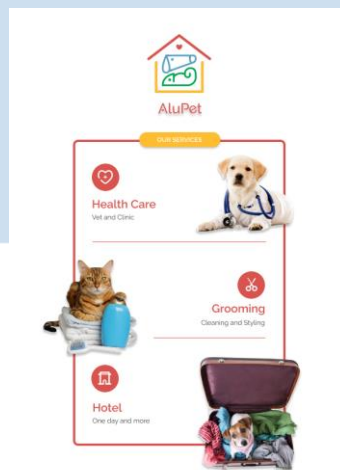
Penulis telah merancang desain untuk katalog WhatsApp AluPet yakni berupa bagian "*About Us*", dengan slide pertama yang menjelaskan secara singkat mengenai AluPet sebagai *platform* yang berkomitmen untuk kesejahteraan hewan peliharaan dengan berbagai layanan profesional, serta jenis hewan yang dilayani. Halaman kedua memaparkan tujuan, visi, dan misi AluPet, yang bertujuan menjadi mitra terpercaya bagi pemilik hewan peliharaan dengan menyediakan solusi lengkap untuk kesehatan dan kebersihan mereka. Halaman terakhir menampilkan jenis-jenis layanan yang ditawarkan oleh AluPet, yaitu *Health Care* (perawatan kesehatan lengkap), *Grooming* (layanan *grooming* profesional), dan *Hotel* (penginapan aman dan nyaman untuk hewan peliharaan).



Gambar 4. 112 *About Us* WA Catalog

b. Information

Penulis juga telah merancang sebuah bagian khusus dalam katalog WhatsApp AluPet yakni berupa informasi untuk memberikan penjelasan mendetail kepada konsumen tentang syarat dan ketentuan yang berlaku. Dalam kategori ini, penulis menyertakan informasi penting bahwa setiap pemesanan layanan dari AluPet memerlukan pembayaran uang deposit sebesar 10% sebagai jaminan. Selain itu, katalog ini juga memperkenalkan AluDriver, layanan antar-jemput hewan peliharaan AluPet, dengan penjelasan bahwa biaya pengiriman akan dihitung berdasarkan jarak yang ditempuh oleh *driver*.



Gambar 4. 113 *Information WA Catalog*

c. Services Pricelist

Penulis telah membuat desain untuk daftar harga layanan AluPet, yang disesuaikan untuk berbagai jenis hewan peliharaan. Desain ini diatur secara rapi dalam format yang mudah dibaca, memastikan bahwa konsumen dapat dengan cepat menemukan informasi harga untuk layanan yang spesifik sesuai dengan jenis hewan mereka, baik itu anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Setiap kategori hewan memiliki halaman tersendiri dalam daftar

harga, dengan rincian biaya untuk layanan kesehatan, grooming, dan penginapan.

Pada katalog *dog services* terdapat tiga *services* yaitu *health care*, *grooming* dan *hotel*. Pada katalog *cat services* terdapat tiga *services* yaitu *health care*, *grooming* dan *hotel*. Pada kategori hewan kelinci, terdapat *service* berupa *pet hotel* dengan perincian harga yang diberikan diambil berdasarkan hari kerja dimana dan hari libur. Terdapat beberapa jenis kategori hewan *exotic* dengan *pet hotel service* yaitu *tortoise*, *lizard*, *sugar glider*, dan *snake*. Perincian harga yang diberikan diambil berdasarkan hari kerja dimana dan hari libur.



Gambar 4. 114 Services Pricelist

U
M
U
N
I
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

3. *Merchandise (Baseball Jersey)*

Penulis telah merancang juga sebuah desain *jersey* untuk *merchandise* AluPet, yang menggabungkan estetika modern dengan pola desain *jersey* yang unik. Desain *jersey* ini terbagi atas dua sisi, yakni merah dan putih, dengan dilengkapi oleh *pictorial* serta *wordmark* dari AluPet, *tagline*, juga keterangan jabatan.



Gambar 4. 115 Desain *Jersey* AluPet

4.4 Penentuan Vendor *Prototype* Produk /Jasa

Untuk vendor dari pembuatan aplikasi, penulis dan tim memutuskan untuk memilih Crosstechno sebagai vendor pembuat aplikasi yang berbasis di daerah Surabaya. Keputusan ini didasarkan pada riset yang telah dilakukan oleh penulis dan tim untuk menentukan vendor yang tepat. Crosstechno ini sendiri unggul dalam pembuatan aplikasi karena memiliki pengalaman yang luas di bidangnya. Pada Crosstechno, harga yang ditawarkan begitu bervariasi tergantung fungsionalitas setiap jenis aplikasi yang hendak dibuat.



Gambar 4. 116 Profile Vendor Crosstechno

Selain itu, penulis dan tim juga telah menentukan vendor lain untuk *merchandise*. AluPet menawarkan berbagai macam jenis *merchandise* seperti *jersey*, *topi*, *lanyard*, dan *tote bag*. Dan untuk setiap jenis *merchandise*, penulis telah memilih vendor yang berbeda-beda.

Untuk pembuatan *jersey*, penulis memilih Wondapparel sebagai vendor dikarenakan harganya yang lebih terjangkau dibandingkan vendor lain dan ulasan yang positif mengenai kualitas cetak desain pada *jersey*. Berikut adalah bentuk desain *jersey* AluPet yang dibuat melalui vendor tersebut:



Gambar 4. 117 Desain Jersey AluPet

Penulis dan tim juga memilih Krato sebagai vendor untuk mencetak desain pada *tote bag*, dimana vendor diperoleh melalui *platform* Shopee. Keputusan ini diambil karena harga yang cukup terjangkau dan ulasan yang menunjukkan hasil pencetakan yang baik. Berikut adalah desain yang akan diproduksi di masa mendatang:



Gambar 4. 118 Desain Totebag AluPet

Penulis juga menetapkan Ngeprint Digital sebagai vendor untuk mencetak lanyard tim sesuai dengan desain yang telah dibuat. Berdasarkan *review* di *platform* belanja online, semua *review* menunjukkan hasil yang baik dan cetakan yang jelas. Oleh karena itu penulis dan tim memilih vendor ini untuk mencetak desain dari lanyard AluPet sebagai berikut:



Gambar 4. 119 Desain Lanyard AluPet

Merchandise terakhir yang akan diproduksi adalah topi. Penulis dan tim telah mengembangkan desain yang mencerminkan identitas AluPet. Untuk keperluan ini, penulis dan tim memilih Transtopibandung sebagai vendor. Pemilihan ini didasarkan pada harga yang relatif murah, kualitas produk yang memadai, dan waktu pengerjaan yang cepat. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis dan tim memutuskan untuk menjadikan Transtopibandung sebagai vendor. Berikut adalah desain bordir yang akan diaplikasikan pada topi tersebut:



Gambar 4. 120 Desain Topi AluPet

Penulis dan tim merasa yakin bahwa setiap pemilihan vendor ini dapat memenuhi harapan dari segi biaya, kualitas, dan efisiensi waktu, sehingga semua barang yang diproduksi akan sesuai dengan standar dan identitas dari Alupet.

4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa

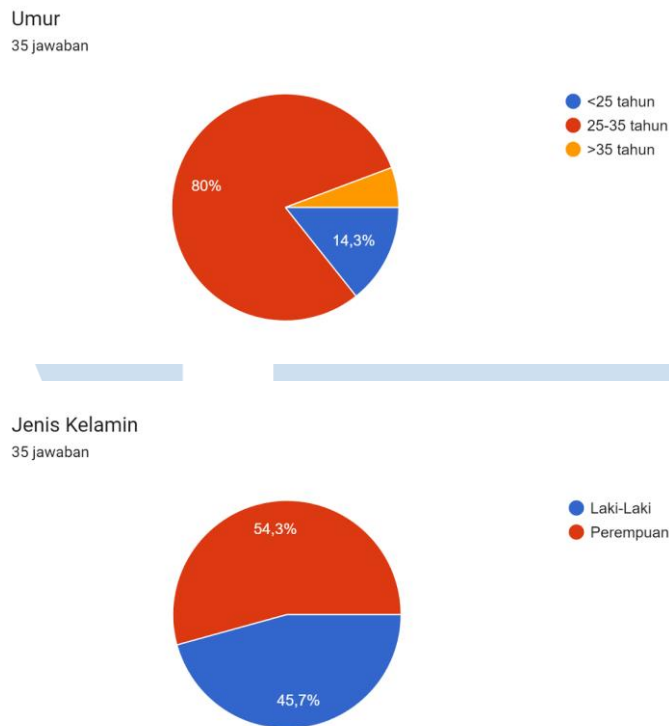
Tujuan dilakukannya *user test* ini adalah untuk menguji hasil *prototype* aplikasi AluPet yang telah dibuat dan mendapatkan wawasan langsung dari para partisipan tentang pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi AluPet. Umpan balik dari partisipan akan membantu penulis dan tim untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan aplikasi, serta untuk memperbaiki fitur-fitur yang mungkin perlu disesuaikan. *User test* ini dilakukan secara bertahap, dan setelah melakukan uji coba *prototype* AluPet, para partisipan mengisi sebuah *google form*, untuk memberikan *feedback*.

Pelaksanaan *user test* dilakukan secara *online* dan *offline* pada *range* tanggal 26 April - 07 Mei 2024. Hasil *user test* didapatkan dari observasi langsung penulis selama *user test* dan pengisian *form* oleh partisipan setelah mencoba *prototype*.



Gambar 4. 121 Dokumentasi *User Test*

Terdapat total 35 partisipan dengan (19) 54,3% merupakan perempuan dan (16) 45,7% merupakan laki-laki. *Range* usia dari para partisipan adalah (5) 14,3% untuk usia dibawah 25 tahun, (28) 80% untuk usia 25-35 tahun, dan (2) 5,7% untuk usia diatas 35 tahun.



Gambar 4. 122 *G-form* Keterangan Umur dan Jenis Kelamin

Secara umum, para partisipan menyatakan *prototype* game sudah bagus, tetapi masih memiliki ruang untuk perbaikan dan perkembangan. Analisa pun dilakukan dengan membagi dalam 2 bagian yaitu dari segi desain dan juga segi navigasi yang diterapkan pada Aplikasi.

4.5.1 Desain

Berdasarkan hasil *user test*, visual dari desain *UI* aplikasi ini menjadi sebuah daya tarik utama yang meningkatkan ketertarikan dari para partisipan dalam menggunakan aplikasi. Partisipan mendeskripsikan *visual game* dengan kata unik (6), menarik/*interesting* (5), ceria/*cheerfull* (4), lucu (3), dan bagus (3). Pemilihan warna yang digunakan juga telah

menggambarkan suasana yang *bright* sehingga memberikan kesan yang ceria dan nyaman untuk dilihat. Desain dari icon serta gambar juga sudah sesuai dan jelas sehingga mudah untuk dipahami fungsi serta kegunaannya. Namun masih diperlukannya beberapa perubahan, yakni dengan memperbaiki beberapa tata letak berupa *layouting* beberapa halaman. Berikut merupakan hasil perolehan tiap jawaban dari pertanyaan yang terdapat di dalam *google form* untuk segi desain;

Tabel 4. 3 Analisa Hasil *User Test* Segi Desain

No	Pernyataan	Jumlah Responden					Skor Rata-rata
		1 (-2)	2 (-1)	3 (0)	4 (1)	5 (2)	
1	Seberapa menarik Anda menilai desain antarmuka pengguna (UI) dari AluPet	0	0	0	6	29	4,8
2	Seberapa menarik Anda menilai color palette yang digunakan AluPet?	0	0	0	16	19	4,5
3	Seberapa konsisten menurut Anda tema desain yang digunakan dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	12	23	4,7
4	Seberapa mudah menurut Anda membaca teks dan navigasi dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	14	21	4,6
5	Seberapa menarik menurut Anda elemen visual seperti ikon dan gambar yang digunakan dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	11	24	4,7
6	Seberapa intuitif menurut Anda tata letak dan organisasi elemen-elemen di dalam aplikasi AluPet?	0	0	3	10	22	4,5

4.5.2 Navigasi

Konsep navigasi yang diterapkan sudah menarik dan mudah untuk dipahami bagi para partisipan, tetapi pada beberapa bagian masih memerlukan perbaikan. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan *prototype* dalam navigasi menu dan pengaturan *keyboard* sesuai preferensi dari setiap *user*. Dan dengan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari navigasi AluPet, penulis perlu memperbaiki beberapa bagian, terlebih dalam petunjuk navigasi, baik berupa ikon maupun teks keterangan yang ada. Berikut merupakan hasil perolehan tiap jawaban dari pertanyaan yang terdapat di dalam *google form* untuk segi navigasi;

Tabel 4. 4 Analisa Hasil *User Test* Segi Navigasi

No	Pernyataan	Jumlah Responden					Skor Rata-rata
		1 (-2)	2 (-1)	3 (0)	4 (1)	5 (2)	
1	Seberapa mudah Anda menggunakan aplikasi AluPet?	0	0	0	8	27	4,8
2	Seberapa mudah Anda dapat memahami cara menggunakan fitur-fitur utama dalam AluPet?	0	0	0	13	22	4,6
3	Seberapa jelas menurut Anda petunjuk navigasi yang disediakan dalam aplikasi AluPet, baik berupa icon dan teks keterangan yang ada?	0	0	4	13	18	4,4
4	Seberapa cepat Anda bisa menavigasi dari satu layar ke layar lainnya dalam aplikasi AluPet?	0	0	0	18	17	4,5
5	Seberapa responsif menurut Anda aplikasi AluPet terhadap aksi yang Anda lakukan	0	0	0	10	25	4,7

4.6 Kendala yang Ditemukan

Selama menempuh proses pelaksanaan MBKM *Cluster Wirausaha* ini, penulis dan tim menghadapi sejumlah tantangan yang mencoba untuk menghambat jalannya proses pengerjaan. Salah satu tantangan pertama yang diperoleh ialah ketika penulis dan tim sedang mencari nama untuk aplikasi yang sesuai dengan layanan yang akan ditawarkan, terutama dikarenakan terdapat banyak nama yang serupa di pasaran. Selain itu, penulis dan tim juga mengalami kesulitan beberapa kali ketika hendak mencari vendor yang cocok untuk mencetak *flyer* dan *merchandise*. Namun demikian, setiap tantangan ini menjadi sebuah peluang bagi penulis bersama-sama dengan tim untuk terus berkolaborasi serta memupuk semangat kerja bersama sepanjang menempuh proses pengembangan proyek ini.

Terdapat pula kendala yang sangat berkesan bagi penulis dan tim, yakni ketika dalam proses mencari *partnership* namun disisi lain pada waktu yang berdekatan kami harus menyebarkan *flyer*. Dimana kesulitan ini muncul ketika penulis dan tim mulai masuk dalam tahap merealisasikan ide bisnis yang ada ke ranah wirausaha. Dalam proses *reach out partnership*, menemukan *pet store* yang bersedia untuk bekerja sama terbukti sulit, karena beberapa diantaranya sudah memiliki *platform* promosi sendiri sehingga kurang membutuhkan kemitraan tambahan. Terbatasnya waktu semakin memperumit tantangan tersebut, sehingga memaksa tim untuk tetap mulai menyebarkan *flyer* guna menarik pelanggan. Akibatnya hal ini pun menjadi hambatan utama yang dihadapi oleh penulis dan tim selama proses pelaksanaan MBKM *Cluster Wirausaha* ini.

4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Setelah melalui seluruh tantangan dan kendala yang dihadapi. Tim AluPet pun mengambil langkah-langkah solutif untuk mengatasi setiap masalah yang muncul. Dalam menghadapi tantangan yang pertama, yakni perihal kesulitan dalam mencari nama yang sesuai, tim kami memutuskan untuk menyisihkan waktu untuk melakukan riset, *mindmapping*, serta *brainstorming* secara intensif. Dari proses tersebut, kami berhasil mengumpulkan beberapa opsi nama aplikasi yang sesuai dengan layanan yang kami tawarkan. Kemudian, tim kami melakukan riset lanjutan untuk memastikan bahwa nama yang dipilih belum digunakan oleh perusahaan lain,

dengan waktu yang hampir memakan dua hingga tiga minggu. Dan pada akhirnya penulis dan tim memutuskan untuk menetapkan nama berupa AluPet yang merupakan singkatan dari “*All You Can Pet*”. Keputusan ini sendiri diambil karena nama ini masih tersedia di pasaran dan cocok dengan konsep layanan yang kami tawarkan.

Tantangan kedua yang dihadapi yakni terkait proses pencarian vendor, baik untuk mencetak *flyer* maupun untuk pembuatan *merchandise*. Untuk mengatasi masalah ini, penulis dan tim melakukan pembagian tugas antar anggota tim agar pencarian vendorpun dapat dilakukan dengan lebih efisien. Setelah menemukan beberapa pilihan vendor, penulis kembali melakukan evaluasi serta seleksi dalam memilih *partner* yang paling cocok, untuk lanjut dalam tahap *approaching*. Akhirnya, penulis dan tim berhasil mengimplementasikan pembuatan *flyer* dan *merch* dari AluPet.

Dalam mencari mitra dan konsumen, kendala utama yang kami hadapi adalah ketika mencari *pet store* untuk dijadikan sebagai mitra atau *partnership*. Dimana untuk memperkenalkan AluPet kepada para calon pelanggan, kami telah menggunakan beberapa teknik promosi mulai dari *word of mouth* kepada orang-orang di sekitar kami, penyebaran *flyer* di sekitar Tangerang juga kami lakukan untuk memperluas jangkauan *customer* kami. Akan tetapi pada saat proses pencarian mitra berlangsung, terdapat beberapa kesulitan. Pada awalnya kami memulai dengan pendekatan melalui WhatsApp Business, tetapi karena kendala komunikasi, dimana beberapa pihak tidak meresponi *approach* yang dilakukan oleh tim AluPet, sehingga kami memutuskan untuk datang ke lapangan dan berinteraksi langsung dengan calon mitra. Pendekatan inipun terbukti membuahkan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan berkomunikasi secara *online*. Dengan melihat potensi yang ada melalui pendekatan ini, penulis dan tim pun memutuskan untuk terus melakukan *approach partnership* dengan berinteraksi secara langsung kepada calon mitra, sambil tetap menyebarkan *flyer* secara langsung di sekitar Tangerang dan juga meningkatkan *awareness* AluPet melalui sosial media dari AluPet.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Proses perancangan media interaktif AluPet sebagai solusi untuk perawatan hewan peliharaan ini memerlukan sebuah pendekatan yang terintegrasi, baik antara masalah yang identifikasi, data lapangan yang telah dikumpulkan, dan konsep yang akan diterapkan. Dimana berdasarkan analisis masalah, didapati bahwa terdapat banyak pemilik hewan peliharaan yang mengalami kesulitan dalam merawat hewan peliharaan mereka secara rutin dan efisien.

Data lapangan sendiri menunjukkan bahwa diperlukannya sebuah tempat yang dapat mendukung sistem perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan baik anabul maupun eksotis, yang bukan hanya menyediakan layanan barang/jasa, tetapi juga memiliki fitur pengingat dan pengelolaan jadwal perawatan hewan. Seluruh pernyataan tersebut divalidasi dengan riset, pengumpulan data, dan perancangan persona yang merepresentasikan masalah serta kebutuhan target market.

Maka dari itu dalam meresponi permasalahan tersebut, penulis menghadirkan aplikasi AluPet sebagai solusi bagi para pemilik hewan untuk membantu mereka dalam merawat hewan peliharaannya dan menjadi media preventif yang terpercaya guna mengoptimalkan kesejahteraan hewan-hewan peliharaan. Proses perancangan yang dilakukan, baik dari tahap *brainstorming* awal hingga masuk ketahap *prototyping*, dirancang sedemikian rupa untuk disesuaikan dengan preferensi dari setiap pengguna. Dengan demikian, AluPet berhasil merancang media interaktif yang efektif dan efisien sebagai solusi untuk perawatan hewan peliharaan

Sebagai *CEO (Chief Executive Officer)* AluPet sendiri, penulis telah mendapatkan berbagai pengalaman berharga dalam memulai serta mengembangkan bisnis wirausaha melalui MBKM Kewirausahaan ini. Dimana dalam proses perancangan, penulis mengemban tanggung jawab dalam mengkoordinasikan seluruh anggota tim dalam pengambilan keputusan. Disisi lain

penulis juga turut serta dalam setiap proses pembuatan desain, baik berupa *Brand identity, UI/UX, Marketing, Merchandise*, dan lain sebagainya. Penulis tidak hanya memastikan bahwa AluPet memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi juga terus berinovasi untuk memberikan layanan yang terbaik bagi para pemilik hewan peliharaan.

5.2 Saran

Berikut ini merupakan saran dari penulis bagi pembaca, terutama bagi setiap mahasiswa yang tertarik, akan, atau sedang menjalani proyek *Cluster MBKM Kewirausahaan*:

1. Sebelum menetapkan konsep bisnis, mahasiswa harus sudah mengetahui latar belakang yang menjadi dasar dari ide wirausaha.
2. Melakukan riset dan menganalisis secara mendalam terhadap target pasar yang ingin dituju sebelum menetapkan konsep bisnis, serta memahami masalah yang di hadapi oleh target audiens, sehingga membantu proses perancangan solusi yang tepat sasaran.
3. Mahasiswa harus memperhatikan komunikasi dan pembagian tugas antar anggota tim dengan jelas, sambil memperhatikan timeline agar perancangan dapat berjalan lancar sesuai waktu dan tujuan yang telah ditetapkan.
4. Melakukan observasi dan evaluasi pada user test yang dilakukan secara maksimal sehingga dapat memperoleh *feedback* dan *insight* untuk membantu dalam proses perbaikan perancangan.
5. Pertimbangkan untuk menghindari penggunaan warna merah pada tombol aplikasi, karena warna merah sering dikaitkan dengan kesalahan atau peringatan, yang dapat membingungkan pengguna. Sebaliknya gunakan warna-warna netral atau positif, seperti hijau atau biru, untuk tugas-tugas utama dan pastikan penggunaan warna yang konsisten.