

BAB III

MARKET AND PRODUCT VALIDATION

3.1 Market Research Validation

Penulis dan tim melakukan *market validation* dengan mempertimbangkan target market dari AluPet sendiri dan mengapa target market tersebut dipilih. Dengan melakukan pengumpulan data untuk survey, AluPet juga mendapatkan masalah-masalah yang dihadapi para pemilik hewan peliharaan saat ingin mendapatkan perawatan.

3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning

Sebelum merealisasikan perancangan bisnis AluPet ini, langkah penting yang perlu dilakukan adalah analisis terhadap *customer* atau calon *user*, sehingga penulis dan tim akan dengan mudah menentukan segmen target market yang akan dituju. Tujuan dari Langkah ini adalah menentukan strategi bisnis dan juga desain produk yang sesuai dengan kebutuhan target market. Kotler dan Amstrong (2016) mengatakan penentuan target market ini mencakup beberapa tahapan proses yakni *segmentation*, *differentiation* dan *positioning*.

Tahap pertama yaitu *segmentation*, Kotler dan Amstrong (2016) membagi tahap *segmentation* ini menjadi beberapa bagian berdasarkan beberapa faktor yakni demografis, geografis, psikografis dan *behavioral* atau kebiasaan *customer*. Berikut merupakan analisis yang dilakukan penulis dan tim terhadap segmentasi pasar untuk AluPet:

Tabel 3.1 *Segmentation*

Variabel Segmentasi	Keterangan
Demografis	
▪ Usia	: 25-35 tahun (primer) 35-40 tahun (sekunder)
▪ Gender	: Laki-laki dan perempuan

▪ Pekerjaan	:	Swasta, pengusaha, dsb
▪ Pendidikan	:	SMA/ sederajat, S1
▪ Pengeluaran per bulan	:	Primer: SES A (>Rp6.000.000) Sekunder: SES B (Rp4.000.000- Rp6.000.000)
▪ SES	:	A-B
▪ Bahasa	:	Inggris dan Indonesia
Geografis		
▪ Area	:	Tangerang
▪ Tingkat kepadatan penduduk	:	Tinggi – padat (Perkotaan)
Psikografis		
▪ Interest	:	Hewan, teknologi, perawatan
▪ Lifestyle	:	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional sibuk (individu dengan gaya hidup yang sibuk atau memiliki jadwal yang padat) - Pemilik hewan peliharaan urban (individu yang tinggal di perkotaan dan memiliki hewan peliharaan) - Komunitas sosial aktif (individu yang aktif dalam komunitas pencinta hewan)
Behavioral		
▪ 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
▪ Platform	:	Mobile dan PC/laptop
▪ Keuntungan yang diharapkan	:	Layanan, produk dan komunitas

Tahapan kedua melibatkan targeting, yang mencakup fokus pada pemilihan konsumen dari segmen pasar target yang telah diidentifikasi sebelumnya. Ini dilakukan dengan mengevaluasi berbagai segmen dan menentukan pasar yang akan diprioritaskan (Kotler & Armstrong, 2016). Setelah melakukan analisis terhadap segmen pasar berdasarkan faktor-faktor yang telah ditentukan, penulis menetapkan target pasar untuk AluPet sebagai berikut:

Tabel 3.2 Targeting

Targeting	
Demografis	Geografis
<ul style="list-style-type: none"> - 25-35 Tahun (primer) - 35-40 Tahun (sekunder) - Unisex (laki-laki dan perempuan) - SES A-B 	Berdomisili di kota-kota besar terutama Tangerang, dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi
Psikografis	Behavioral
<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki interest pada hewan - Gaya hidup yang sibuk dan bersosialisasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan Mobile untuk memesan layanan perawatan hewan - Suka mengikuti komunitas pecinta hewan

- Kepribadian yang suka berempati dan peduli	- Well prepared untuk kebutuhan hewan peliharaan
--	--

Target pasar AluPet adalah laki-laki dan Perempuan dalam rentang usia 25-35 tahun untuk primer dan 35-40 tahun untuk sekunder, berdomisili di daerah urban seperti Kota Tangerang. Target pasar ini termasuk dalam kategori SES B dengan pengeluaran bulanan sekitar Rp4.000.001 hingga Rp6.000.000. Hal ini dipertimbangkan karena perawatan hewan peliharaan dianggap sebagai kebutuhan sekunder. Mereka yang menjadi target pasar ini memiliki minat terhadap hewan dan cenderung peduli serta empati terhadap mereka, namun memiliki gaya hidup yang sibuk. Mereka juga cenderung menggunakan perangkat mobile untuk berbagai aktivitas, termasuk memesan layanan perawatan hewan dan terlibat dalam komunitas pecinta hewan. Selain itu, mereka juga siap dalam memenuhi kebutuhan hewan peliharaan mereka.

AluPet memiliki *differentiation* dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu karena AluPet menyediakan layanan-layanan yang lengkap dan kredibel, serta pilihan kategori hewan yang tidak hanya menjangkau anabul seperti anjing dan kucing, tetapi juga merangkul reptil seperti ular, kadal, kura-kura, dan bearded dragon.

Dalam hal *positioning*, AluPet juga memposisikan diri sebagai Solusi bagi para pemilik hewan peliharaan yang membutuhkan layanan jasa perawatan hewan peliharaan mereka, karena AluPet memiliki banyak fitur layanan yang lengkap serta cakupan kategori hewan yang cukup luas. Meskipun belum memiliki *brand awareness* yang tinggi, tetapi AluPet diyakinkan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya yaitu PETO, Hewania dan juga Pawlyclinic. Fitur unggulan yang AluPet miliki adalah

additional package dimana jika para pemilik hewan peliharaan tidak sempat untuk membawa peliharaan mereka untuk mendapatkan perawatan, layanan antar jemput disediakan melalui aplikasi, sehingga memudahkan bagi para pemilik hewan peliharaan saat mereka memiliki jadwal yang sibuk. Hal ini dapat membantu mereka untuk tetap menjaga kesehatan dan juga kesejahteraan hewan peliharaan mereka di tengah kesibukan yang mereka jalani tanpa mengganggu aktivitas mereka.

3.1.2 Market Persona

Setelah menetapkan segmentasi, targetting, dan positioning yang dituju oleh AluPet, langkah berikutnya adalah penulis mengembangkan market persona dengan maksud untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan, perilaku, dan hambatan yang dihadapi oleh target pasar. Market persona yang disusun ini merupakan gambaran visual atau representatif dari karakteristik pelanggan yang akan menggunakan AluPet, dengan menyajikan deskripsi yang lebih terperinci mengenai data pribadi, tujuan, sifat-sifat personal, bahkan kendala yang dihadapi (Preece, 2019). Terdapat dua persona yang menggambarkan secara umum target pasar AluPet, dengan fokus pada identifikasi aspek visual dan naratif.



Gambar 3.1 Target Market Persona AluPet

Persona pertama adalah seorang pria yang bernama Agus, berusia 28 tahun, bekerja di sektor bisnis, tinggal di Tangerang, dan tinggal sendirian

dengan anjing peliharaannya. Agus adalah individu yang perhatian dan pekerja keras, tetapi karena kesibukannya, ia menghabiskan sebagian besar waktunya di tempat kerja sehingga mengalami kesulitan dalam memperhatikan rutinitas grooming anjingnya. Di sisi lain, ia ingin menjaga grooming anjingnya secara teratur dan memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya tanpa mengganggu rutinitas kerjanya.

Persona kedua merupakan seorang wanita berumur 25 tahun yang bernama Anna, dia bekerja di sektor swasta dan tinggal di BSD agar memudahkan akses ke tempat kerjanya. Anna adalah tipe orang yang ekstrovert, dia tidak suka tinggal sendirian, sehingga dia memiliki seekor kucing sebagai teman. Anna sendiri adalah individu yang lembut dan setia, tetapi karena waktunya banyak dihabiskan di kantor, dia sering tidak siap untuk memenuhi kebutuhan kucingnya dan kesulitan menyisihkan waktu untuk membawa kucingnya ke dokter hewan. Namun, Anna ingin lebih memperhatikan kesehatan dan kebersihan kucingnya meskipun dia sibuk di kantor.

Dengan dua persona diatas, penulis dan tim berharap untuk memiliki pemahaman yang mendalam akan preferensi *customer* dan sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga hal ini dapat memudahkan penulis dan tim untuk merancang pemasaran dan pengembangan produk yang sesuai, efektif dan juga tepat

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis

Penulis dan tim menggunakan metode pengumpulan data campuran yaitu dengan pendekatan secara kualitatif dan juga kuantitatif. Hal ini dilakukan penulis untuk mendapatkan data yang dapat mendukung sesuai statistic dan juga pendapat langsung dari para responden mengenai permasalahan yang dihadapi selama mengurus hewan peliharaan mereka.

3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif

Focus group discussion dilakukan sebagai salah satu sumber data kualitatif yang dilakukan oleh penulis dan juga tim untuk mendapatkan data melalui sebuah diskusi. *focus group discussion* ini dilakukan secara online menggunakan aplikasi zoom dan dihadiri oleh tujuh partisipan.

Focus group discussion dimulai dengan perkenalan dengan menyebutkan nama, umur domisili, dan pekerjaan. semua partisipan berusia 25-40 tahun dan berdomisili di jakarta dan tangerang.

Tabel 3.3 *Focus group discussion*

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

Penulis menanyakan pertanyaan pertama mengenai hewan peliharaan apa yang partisipan miliki atau pernah miliki dan rata-rata responden memiliki satu hewan peliharaan dan hewan rata-rata yang dimiliki adalah anjing, kucing, dan juga ada yang memiliki hewan peliharaan reptil seperti kura-kura dan juga kadal.

Para partisipan juga berkata bahwa mereka memiliki peliharaan sebagai peliharaan bersama dalam keluarga, sehingga hewan peliharaan di rumah dirawat bersama anggota keluarga yang lain. Ada juga beberapa dari partisipan yang tinggal sendirian sehingga hewan peliharaan hanya di tinggal di rumah sehari-hari saat mereka pergi bekerja atau kegiatan lain.

Pertanyaan selanjutnya penulis menanyakan apakah partisipan biasanya membawa hewan peliharaan mereka langsung untuk mendapatkan layanan jasa dan juga perawatan seperti grooming dan juga kesehatan bagi hewan peliharaan mereka. Semua partisipan menjawab bahwa mereka biasanya membawa hewan peliharaan mereka sendiri untuk grooming, cek dokter dan juga layanan kesehatan lainnya. Beberapa partisipan mengatakan bahwa mereka biasa menghabiskan banyak waktu untuk pergi ke dokter hewan karena relatif ramai karena mereka hanya sempat setelah jam kerja. Bagi partisipan yang memiliki peliharaan reptil, mereka mengatakan cenderung sulit untuk menemukan layanan kesehatan yang profesional dan hanya mendapatkan layanan seadanya dari tempat mereka membeli hewan peliharaan tersebut.

Penulis juga menanyakan partisipan bagaimana jika ada satu aplikasi yang memiliki banyak fitur layanan jasa bagi hewan peliharaan. Para partisipan mengatakan akan sangat memudahkan jika ada layanan jasa untuk hewan peliharaan secara online melalui aplikasi yang dapat membantu mereka melakukan reservasi untuk layanan kesehatan dan juga grooming. Dengan begitu mereka tidak perlu membuang waktu antri dan datang ke tempat untuk mengambil nomor lagi. Partisipan yang memiliki hewan peliharaan reptil juga mengatakan bahwa aplikasi tersebut bisa memudahkan mereka menemukan layanan kesehatan yang dibutuhkan dan terpercaya.

Penulis menyampaikan bahwa penulis dan tim akan merancang aplikasi yang memiliki beberapa fitur seperti layanan kesehatan, *grooming*, *pet hotel* dan juga *pet shop*, dengan layanan antar jemput agar dapat memudahkan para pemilik hewan untuk mendapatkan layanan jasa. penulis juga memberitahukan rencana fitur-fitur yang akan mendatang seperti *pet sitter*, *pet training*, *cage cleaner*, dan juga *adoption*.

Pada akhir sesi, penulis dan tim menanyakan saran dari partisipan terkait dengan perancangan aplikasi. Para partisipan pun menyampaikan

saran mereka, dan saran yang paling banyak adalah tampilan aplikasi yang menarik dan juga simple yang banyak diinginkan, mengetahui target primer yang dituju adalah orang yang sibuk dan membutuhkan waktu cepat untuk mendapatkan layanan. Para partisipan juga mengharapkan tenaga kerja yang kredibel dan dapat dipercaya untuk merawat hewan peliharaan mereka.

3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif

Kuesioner menjadi salah satu teknik pengumpulan data kuantitatif yang dipilih penulis dan juga tim, kuesioner ini sebar secara online menggunakan *google form* dengan tujuan mendapatkan data secara garis besar mengenai perancangan aplikasi AluPet. Kuesioner ini disebar dengan tujuan responden berumur 25-40 tahun, sesuai dengan umur target market secara primer. Kuesioner diisi oleh total 100 responden dengan total 56 responden perempuan dan 44 responden laki-laki. Responden rata-rata berdomisili di Jakarta dan juga Tangerang.

Semua responden menjawab pada pertanyaan apakah mereka pernah menggunakan layanan jasa secara online, bahwa mereka pernah menggunakan layanan jasa secara online, seperti melalui aplikasi gojek, grab dan juga halodoc.

Pada pertanyaan apakah responden memiliki hewan peliharaan, 69% dari responden memiliki hewan peliharaan. dan 23% mengatakan dulu pernah memiliki hewan peliharaan dan 8% tidak pernah memiliki hewan peliharaan.

Pada pertanyaan apa masalah yang sering dihadapi saat melakukan perawatan hewan peliharaan, 83% responden mengatakan 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.

Pada pertanyaan apakah layanan jasa untuk hewan peliharaan berbasis aplikasi akan membantu, 92% responden, atau semua yang

memiliki dan pernah memiliki hewan peliharaan sebelumnya, mengatakan bahwa aplikasi layanan jasa untuk hewan peliharaan akan memudahkan, dan 8% lainnya menganggap biasa saja.

Kesimpulannya, mayoritas responden yang pernah memiliki hewan peliharaan menganggap merawat peliharaan terkadang menjadi hal yang susah karena keterbatasan waktu, dan juga sulit menemukan yang sesuai dengan kebutuhan. Responden juga menganggap aplikasi untuk layanan jasa seperti AluPet akan sangat memudahkan para pemilik hewan peliharaan untuk merawat dan menjaga kesejahteraan hewan peliharaan mereka.

3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor

Penulis menetapkan PETO, Hewania dan juga Pawlyclinic sebagai competitor AluPet. Penulis melakukan Analisa dengan membuat positioning map dengan variabel X yang berisikan banyak nya kategori hewan dan variabel Y yang berisikan kelengkapan fasilitas layanan. Variabel X dengan kategori hewan mulai dari kiri sebagai kategori hewan yang paling sedikit sampai ke kanan yaitu kategori hewan yang paling lengkap. Variabel Y dengan kelengkapan fasilitas layanan hewan mulai dari bawah yang berarti paling sedikit fasilitas layanan ke atas yang berarti emiliki fasilitas layanan paling lengkap. AluPet berada di kolom kanan atas karena dapat memnuhi standar indikator yang sangat baik. Aplikasi Hewania dan Pawlyclinic ditempatkan di kanan bawah karena keduanya kurang menyediakan fasilitas yang lengkap, sedangkan Peto ditempatkan di kiri atas karena aplikasi tersebut memiliki jumlah kategori hewan yang sangat terbatas

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 3.2 Brand Positioning Map

Setelah membuat *positioning map*, penulis dan tim kembali membuat tabel perbandingan dengan variabel pembanding akses, promosi, fasilitas, dan kategori hewan yang tersedia. Dalam tabel tersebut PETO dan Hewania memiliki persamaan sehingga bersaing dalam hal fasilitas dan kategori hewan. PETO memiliki fasilitas yang lengkap tetapi memiliki kategori hewan yang cenderung sedikit, sedangkan Hewania memiliki banyak kategori hewan, tetapi sedikit fasilitas layanan yang dimiliki. Sedangkan Pawlyclinic memiliki akses yang cukup sulit dan juga fasilitas yang kurang lengkap.

Tabel 3.4 Tabel Perbandingan Kompetitor

Variabel Pembanding	AluPet	PETO	Hewania	Pawly clinic
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

3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi

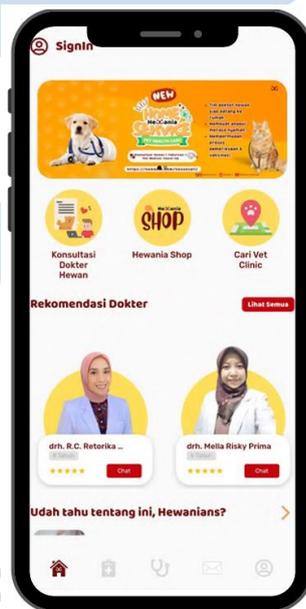
Penulis dan tim melakukan studi eksisting dan juga stude referensi untuk mendapatkan ide-ide dan juga mnetapkan kekuatan dan juga kelemahan dari AluPet dengan melihat potensi dan juga tantangan yang dimiliki,

3.4.1 Studi Eksisting

Studi eksisting melalui aplikasi Hewania dengan dilakukan sebagai referensi selama melakukan perancangan aplikasi Alupet. Dalam bagian ini penulis juga mencantumkan *SWOT* (*strength, weakness, opportunity, threat*) dari aplikasi Hewania.

Hewania merupakan aplikasi layanan kesehatan bagi hewan peliharaan dan juga memiliki fitur shop sehingga memudahkan para pengguna untuk dapat menemukan rekomendasi dokter hewan yang baik dan juga langsung membeli kebutuhan hewan peliharaan mereka.

Hewania juga memberikan rekomendasi dokter hewan sesuai dengan kebutuhan dan juga dokter hewan yang terpercaya. Dalam aplikasi tersebut, pengguna juga bisa melihat *rating* dokter hewan yang tertera pada halaman aplikasi, mencari *vet clinic* terdekat dan juga mendaftarkan jadwal konsultasi dengan dokter hewan.



Gambar 3.3 Aplikasi Hewania

Berikut analisis *SWOT* yang dilakukan untuk Hewania:

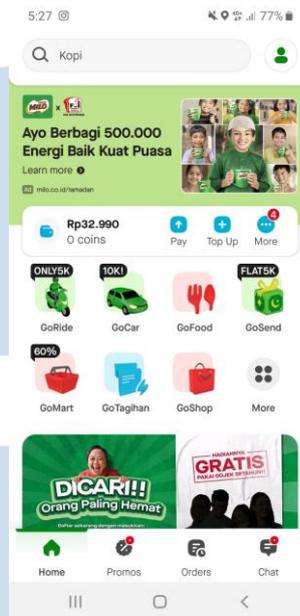
Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan fasilitas konsultasi kesehatan hewan peliharaan • Menyediakan fitur berbelanja di dalam aplikasi • Menyediakan fitur untuk mencari dokter hewan sesuai dengan rekomendasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menyediakan Fitur lain selain kesehatan • Barang-barang yang dapat dibeli terbatas
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> • Fitur layanan lain dapat ditambahkan untuk kenyamanan pengguna 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi lain yang memberikan banyak layanan lain selain kesehatan.

3.4.2 Studi Referensi

Studi referensi pada aplikasi gojek dilakukan untuk menjadi referensi dalam melakukan perancangan aplikasi AluPet, studi referensi ini mengambil aplikasi Gojek karena aplikasi ini yang kerap banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dan mempunyai fitur yang cukup lengkap untuk setiap layanan.

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 3.4 Aplikasi Gojek

Aplikasi gojek ini memiliki tampilan UI yang mudah untuk dipahami dan juga icon yang menggambarkan setiap layanan sehingga memudahkan user untuk mengetahui layanan apa yang ada di setiap tampilannya. Gojek juga menaruh beberapa iklan-iklan yang mereka tawarkan sesuai dengan momen yang sedang berlangsung, sehingga menarik dan juga sesuai dengan kebutuhan *user*.

Pada halaman utama Gojek juga menaruh beberapa fitur pada bagian atas sehingga memberikan pemahaman pada *user* fitur apa saja yang ada pada aplikasi tersebut. *User* dapat membuat akun, sehingga memudahkan mereka untuk melihat catatan akan transaksi mereka sebelumnya dan juga promo-promo yang ditawarkan pada aplikasi tersebut.

Pada beberapa tampilan UI, Gojek juga menaruh beberapa informasi secara singkat untuk memberikan pengetahuan kepada user secara singkat dan juga informatif. Ini juga bisa membantu para *user* agar tidak bosan selama menggunakan aplikasi.

Melalui aplikasi Gojek ini, penulis dan tim mendapatkan referensi berupa konten UI yang menarik, dan juga promosi yang dilakukan agar dapat

menarik perhatian *user*. Banyak fitur-fitur yang dapat memudahkan juga seperti ikon yang sesuai dan simple, promo yang sedang berlangsung dan juga *history* atau jejak transaksi yang telah dilakukan, sehingga memudahkan *user* untuk melihat layanan apa saja yang sedang berlangsung, atau yang sudah mereka dapatkan.

3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa

Penetapan harga untuk layanan jasa dan juga penjualan produk pada aplikasi AluPet telah ditetapkan bersama sesuai dengan apa yang telah dipertimbangkan. penulis dan tim menetapkan *revenue system* melalui komisi sebesar 10% untuk setiap layanan jasa, mulai dari layanan kesehatan, layanan *grooming* dan juga layanan *pet hotel*. Untuk penjualan produk kebutuhan pada bagian *shop*, penulis dan tim berencana sebagai *dropshipper*, dimana para user yang ingin membeli produk pada aplikasi dapat langsung memesan melalui aplikasi, dan kemudian akan diperankan oleh pihak AluPet. penulis dan tim juga menetapkan *transaction fee* sebesar 3% untuk setiap produk dengan harga di bawah Rp500.000,00 dan *transaction fee* sebesar 2.5% untuk produk dengan harga di atas Rp500.00,00.

3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa

Pada metode perancangan, penulis dan tim menggunakan metode perancangan sesuai dengan buku Robin Landa, *Graphic Design Solution*. Dalam buku tersebut terdapat lima proses tahapan desain yakni *orientation*, *analysis*, *concepts*, *design* dan *implementation*. Berikut penjabaran proses desain AluPet:

3.6.1 Orientation

Selama tahap orientasi, penulis dan tim mengumpulkan data menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data ini digunakan untuk menyempurnakan sasaran target dan memahami kebutuhan pengguna produk/jasa, sehingga solusi bagi masalah pasar sasaran dapat diatasi secara efektif.

3.6.2 Analysis

Pada proses analisis, penulis dan tim melakukan Analisa untuk strategi perancangan, proses ini merupakan lanjutan dari proses orientation. Dalam proses ini penulis dan tim mempertimbangkan pemilihan typeface dan warna produk.

3.6.3 Concepts

Pada tahapan ini penulis dan tim melakukan brainstorming dan mindmapping untuk mendapatkan ide untuk nama, logo, ikon, serta tema yang akan dipakai dalam perusahaan. Penulis dan tim juga melakukan Analisa ulang terhadap kompetitor untuk mengoptimalkan konsep pembuatan produk dan layanan jasa.

3.6.4 Design

Tim menjalani beberapa langkah dalam proses perancangan. Tahap pertama melibatkan penggunaan data yang telah dikumpulkan, di mana penulis dan tim menggabungkan informasi ini dan memulai membuat sketsa. Langkah selanjutnya adalah merancang penempatan dan gaya desain yang akan diadopsi. Setelah desain komprehensif terbentuk, tim menambahkan mockup produk sebelum melangkah ke tahap implementasi.

3.6.5 Implementation

Tahap terakhir yaitu implementation, penulis dan tim merealisasikan produk menjadi sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh pengguna. Pada tahapan ini penulis dan tim juga terbuka pada *feedback* yang diberikan, dengan begitu semua masukan bisa digunakan sebagai acuan untuk mengoptimalkan produk sesuai dengan kebutuhan *user*.

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 produk *prototype* ini, penulis dan tim menjabarkan timeline dan di sesuaikan seperti metode perancangan pada buku “*graphic design solution*” yang di tulis Robin Landa. Berikut adalah timeline produksi serta Perancangan aplikasi AluPet.

Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi *Prototype* Produk/Jasa

Waktu	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				
<i>Orientation</i>																												
Identifikasi masalah																												
Studi Eksisting																												
<i>Base Plan</i>																												
Kuesioner melalui <i>G-form</i>																												
<i>Focus Group Discussion</i>																												
<i>Analysis</i>																												
Penetapan masalah utama																												

	3 (14-17 Februari 2024)		<i>Content writing</i>
	4 (18-20 Februari 2024)		Perancangan <i>low-fidelity</i>
	4 (21-22 Februari 2024)		Perancangan icon dan penentuan <i>typeface</i>
	4 (23-24 Februari 2024)		Perancangan asset ilustrasi <i>user interface</i>
	4 (25-29 Februari 2024)		Revisi dan detailing ilustrasi user interface
	1 Maret - 3 April (1 Maret - 20 April 2024)		Perancangan <i>high-fidelity</i>
3	4 April - 1 Mei (21 April - 4 Mei 2024)	Prototyping	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)	Marketing	<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 booth AluPet
--	----------------------------	--	---------------------------------

4.2 Uraian Perancangan *Prototype* Produk/Jasa

Dalam merancang prototype produk, penulis dan timnya menjalani tujuh tahapan utama: pembuatan brief prototype, pembuatan mind map, penyusunan moodboard, perancangan desain, pembuatan draft desain, revisi, dan finalisasi. Berikut adalah penjelasan mengenai perancangan prototype produk.

- **Perancangan Brief *Prototype* Produk/Jasa**

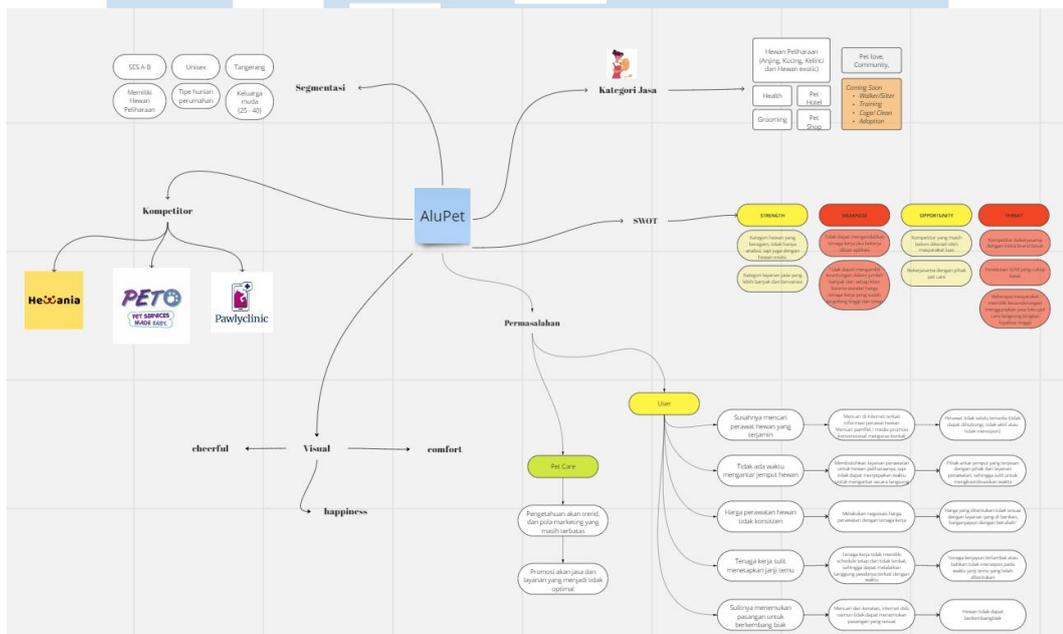
AluPet adalah sebuah aplikasi inovatif yang dirancang untuk mempermudah perawatan hewan peliharaan. Aplikasi ini menyediakan berbagai layanan yang membantu pemilik dalam mengatur perawatan dan kesejahteraan hewan peliharaan mereka. Kata kunci desain yang digunakan adalah *comfort*, *happiness*, dan *cheerful*. Brief desain untuk AluPet akan menekankan elemen-elemen yang mencerminkan nilai inti aplikasi tersebut: *comfort*, *happiness*, dan *cheerful*. Desainnya akan minimalis namun beragam untuk menarik perhatian pengguna potensial, dengan fokus pada pengalaman pengguna yang ramah dan intuitif. Palet warna cerah dan gambar yang menampilkan kebahagiaan hewan peliharaan akan menjadi pusat perhatian, menciptakan suasana yang menyenangkan dan mengundang bagi pemilik hewan peliharaan. Setiap elemen desain akan menyertakan aspek yang menggambarkan kesejahteraan hewan peliharaan dan kemudahan penggunaan aplikasi. Tujuan utama desain AluPet adalah untuk memperkenalkan konsepnya dengan jelas dan menarik, memberikan gambaran yang kuat tentang nilai dan manfaat yang ditawarkannya kepada pemilik hewan peliharaan.

- ***Mindmapping Brainstorming***

Selama proses perancangan konsep visual, mind map berguna untuk mencari kata kunci yang akan dikembangkan dan menjadi acuan selama

proses (Anggarini, 2021). Setelah melakukan brainstorming dan membuat mind map bersama, penulis dan tim telah menentukan 3 konsep visual yaitu comfortable, cheerful dan happiness.

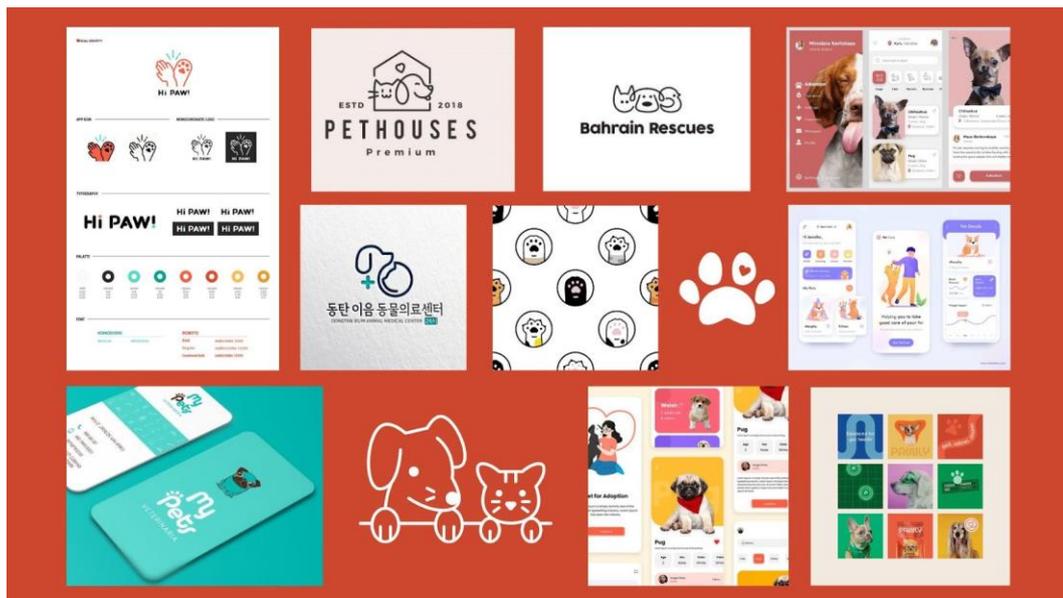
Dari mind map di bawah ini, penulis dan tim menggunakan keyword tersebut sebagai acuan visual untuk setiap media yang digunakan oleh AluPet. Dalam mind map tersebut juga tercantum informasi mengenai AluPet yang dapat memudahkan penulis dan tim untuk kembali menggunakannya selama proses desain.



Gambar 4.1 Mindmap AluPet

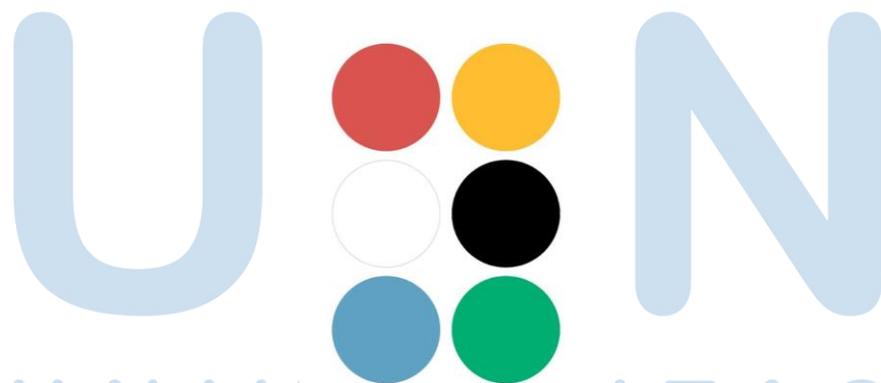
- **Moodboard**

Moodboard merupakan kumpulan gambar-gambar yang telah disesuaikan dengan suasana tertentu, seperti yang telah ditetapkan (Anggarini, 2021). *Moodboard* untuk AluPet sendiri telah disesuaikan dengan 3 keyword yang telah ditetapkan yaitu *cheerful*, *happiness* dan *comfort*. Ketiga keyword ini akan merepresentasikan keseluruhan tampilan AluPet dengan menonjolkan setiap aspek tersebut dalam semua desain AluPet.



Gambar 4.2 Moodboard AluPet

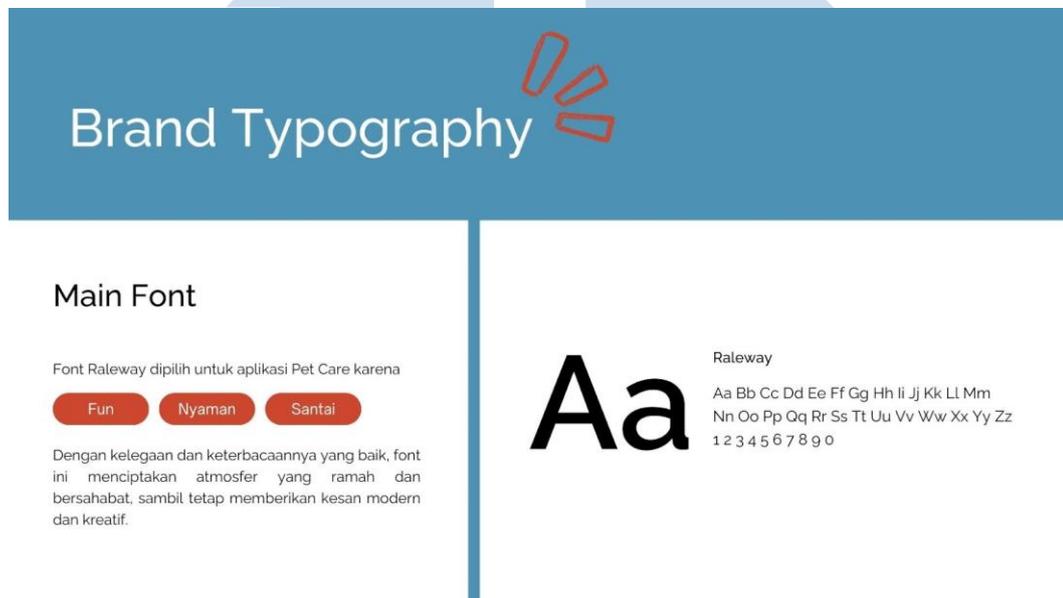
Penulis dan tim mengumpulkan referensi gaya visual untuk brand identity Alupet sesuai dengan keyword yang ditetapkan. Penulis dan tim menentukan bahwa logo Alupet akan menggunakan lineart dan juga warna yang cerah untuk memberikan kesan cheerful dan juga happiness. Penulis dan tim juga banyak mengumpulkan referensi logo yang menggunakan gaya lineart untuk menetapkan logo Alupet dengan acuan design yang serupa.



Gambar 4.3 Color Palette AluPet

Setelah menetapkan gaya visual yang akan digunakan, penulis dan tim juga menetapkan *color palette* sesuai dengan *keyword* sebelumnya untuk merepresentasikan *cheerful*, *happiness* dan *comfortable*. Maka itu penulis dan

tim menetapkan warna yang cerah tapi tidak terlalu beragam untuk memberikan kesan *comfortable* dan warna yang digunakan juga tidak terlalu tajam atau mencolok di mata.



Gambar 4.4 Typeface AluPet

Typeface utama untuk Alupet sendiri telah ditetapkan untuk menggunakan font Raleway, hal ini digunakan penulis untuk memberikan kesan *fun*, nyaman dan santai. Font yang memiliki *stroke* kecil dipilih untuk memberikan keringanan pada mata saat membaca dan juga melihat konten yang disediakan Alupet, sehingga pengguna dapat dengan nyaman menggunakan fitur yang disediakan dalam jangka waktu yang cukup lama.

- **Perancangan Desain**

Menurut Sofyan, Gustomi, & Fitrianto (2016), perancangan atau desain didefinisikan sebagai penerapan berbagai teknik dan prinsip untuk merinci suatu perangkat, proses, atau sistem dengan cukup detail sehingga dapat diwujudkan secara fisik.

1. *Brand Identity*

Menurut Aaker (2000), identitas merek adalah asosiasi unik yang menunjukkan janji kepada konsumen. Identitas AluPet dimulai dengan

perancangan logo, di mana AluPet menggunakan logo jenis pictorial mark yang dikombinasikan dengan word mark.

a. Logo

Pada gambar dibawah tercantum beberapa logo AluPet dengan berbagai warna sebagai alternatif, serta icon yang memiliki arti tertentu.



Gambar 4.5 Logo AluPet

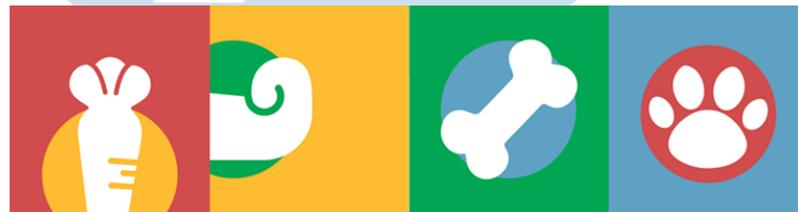
Logo aplikasi AluPet mencakup empat jenis ikon. Ikon pertama adalah lineart berbentuk anjing yang mewakili hewan jenis anabul (anak bulu). Ada juga ikon kadal yang melambangkan hewan jenis eksotik. Di sekitar kedua hewan tersebut, terdapat ikon rumah yang menggambarkan bahwa aplikasi ini dapat menjadi tempat yang nyaman bagi pemilik dan hewan peliharaan. Terakhir, ada ikon hati yang mewakili rasa cinta dan kasih sayang pemilik hewan serta para pekerja aplikasi terhadap hewan peliharaan mereka.

Dalam elemen warna, kami menggunakan beberapa alternatif warna untuk logo. Untuk warna netral, kami memilih putih, yang melambangkan bahwa aplikasi kami adalah layanan yang membantu

pemilik dalam mensejahterakan hewan peliharaannya. Selain warna netral, kami juga menciptakan alternatif logo dengan berbagai warna untuk menunjukkan bahwa aplikasi kami menawarkan berbagai layanan untuk berbagai jenis hewan peliharaan. Kami menggunakan kombinasi warna merah, kuning, hijau, dan biru, yang identik dengan kesan ceria, sebagai bagian dari identitas merek AluPet, baik sebagai warna primer maupun sekunder. Selain itu, kami menyertakan warna hitam sebagai alternatif untuk situasi di mana warna logo tidak terlihat jelas karena latar yang terlalu terang.

b. Supergraphic

Menurut Kankan (2020), supergraphic dalam elemen visual berkaitan dengan logo dalam identitas visual. Surianto Rustan (2009) menjelaskan bahwa supergraphic adalah elemen-elemen visual yang digunakan dalam berbagai bentuk penerapan logo.



Gambar 4.6 *Supergraphic* AluPet

Supergrafis aplikasi AluPet merepresentasikan empat kategori hewan yang tersedia di aplikasi: kelinci dilambangkan dengan wortel, reptil dengan ekor bunglon, anjing dengan tulang, dan kucing dengan tapak kaki kucing. Supergrafis ini dapat digunakan untuk tampilan aplikasi, merchandise, booth, dan strategi pemasaran lainnya.

2. *User Interface* dan Aplikasi

Menurut Lastiansah dalam Fransiska Farah et al. (2020), User Interface adalah metode yang digunakan untuk interaksi antara manusia dan sistem. Oleh karena itu, penulis membagi UI menjadi tiga bagian.



Gambar 4.8 *Landing Page*

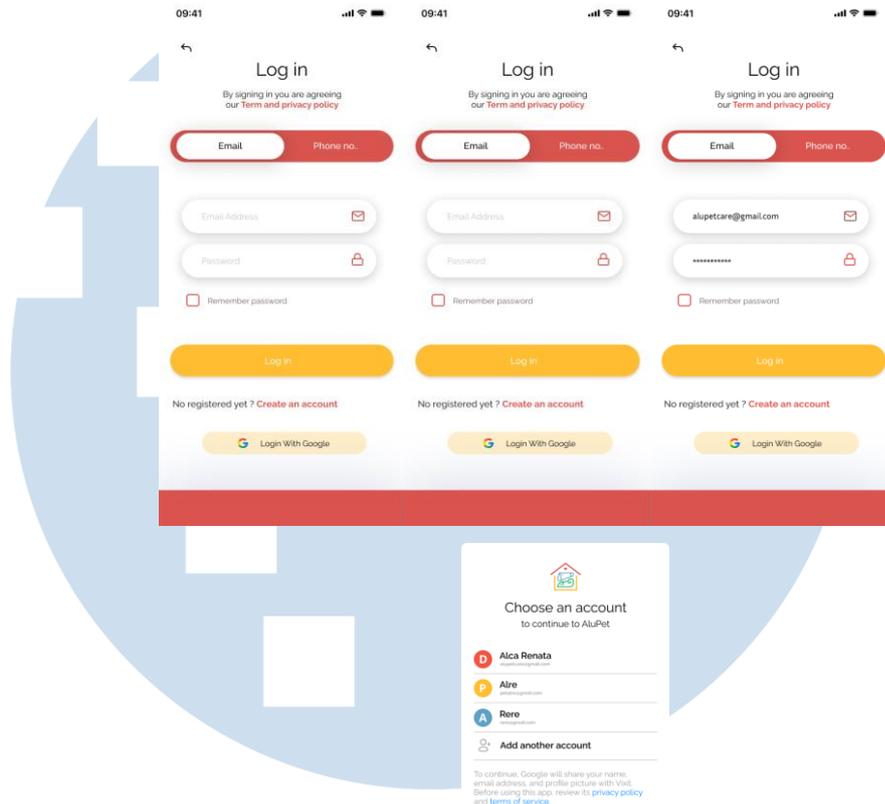
2. *Welcome Page*

Setelah tampilan *Landing Page* menghilang, pengguna kemudian akan sampai di *Welcome Page*, di mana logo AluPet terletak di bagian atas tengah. Pada *Welcome Page*, terdapat juga menu untuk *login* dan membuat akun. Jika pengguna sudah memiliki akun, mereka dapat memilih menu *login*; namun, jika belum memiliki akun, pengguna dapat memilih menu *create account* terlebih dahulu.



Gambar 4.9 *Welcome Page*

3. Login Page Email

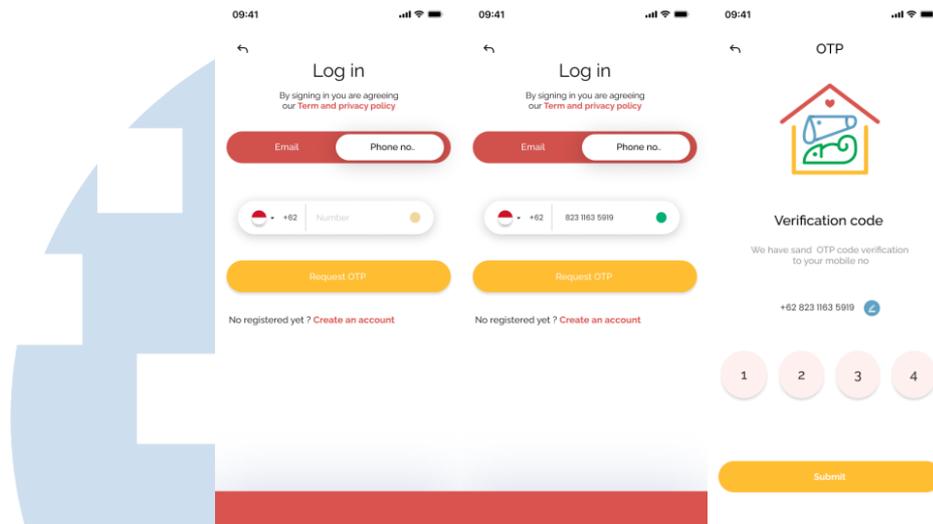


Gambar 4.10 Log In Page melalui email

Jika pengguna telah memiliki akun dan memilih menu login, mereka akan diarahkan ke halaman Login. Di halaman pertama ini, terdapat menu Login Page Email. Di sini, pengguna diberi dua opsi untuk login: mereka dapat masuk menggunakan akun Google dengan mengklik "Use Google" atau memasukkan email dan password secara manual.

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

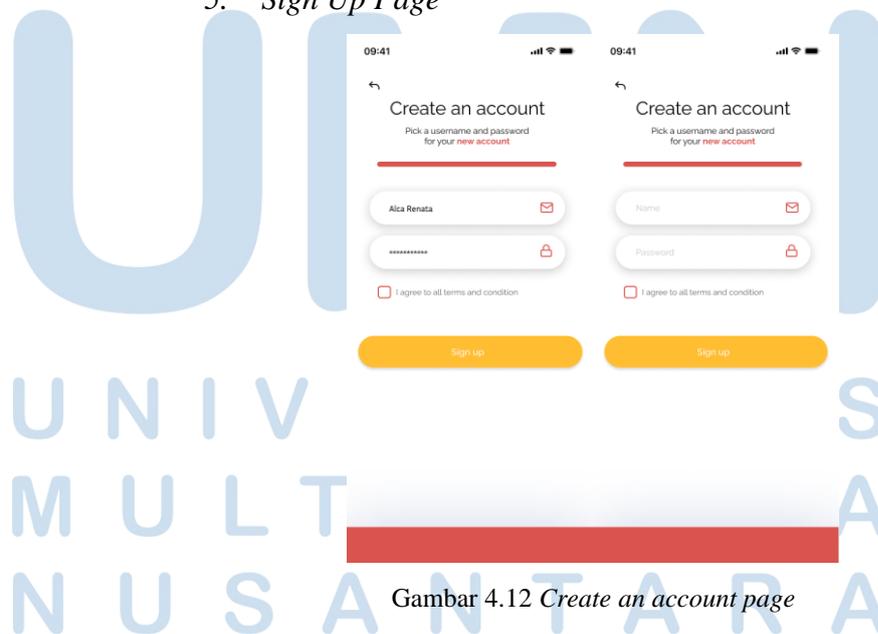
4. Login Page Nomor Telepon



Gambar 4.11 Log In Page melalui nomor telepon

Pada opsi login berikutnya, terdapat menu Login Page Nomor Telepon. Di sini, pengguna dapat masuk dengan memasukkan nomor telepon mereka, kemudian menekan tombol "Request OTP", di mana kode OTP akan dikirimkan melalui aplikasi WhatsApp. Jika pengguna belum terdaftar, mereka akan diberikan opsi untuk membuat akun baru.

5. Sign Up Page



Gambar 4.12 Create an account page

Jika pengguna belum memiliki akun, mereka akan dialihkan ke halaman *Sign Up Page* setelah memilih opsi *Create an Account*. Di halaman ini, pengguna dapat mengisi email dan password mereka yang nantinya akan digunakan untuk login ke aplikasi AluPet. Pengguna juga harus menyetujui semua syarat dan ketentuan dengan memberikan tanda centang pada bagian *"I agree to all terms and conditions"* sebelum menekan tombol *sign up*.

6. *Homepage*



Gambar 4.13 *Home Page*

Setelah berhasil login, pengguna akan diarahkan ke menu Homepage. Di sini, pengguna dapat mencari kebutuhan mereka dengan menekan ikon pencarian. Selain itu, mereka juga dapat memilih kategori hewan peliharaan mereka. Menu ini juga menampilkan iklan diskon menarik. Pengguna dapat menggulir ke bawah untuk melihat opsi Reminder, Latest News, dan Community. Di bagian bawah, terdapat navigation bar yang mencakup home, service, shop, orders, dan profile. Di sudut kiri atas, terdapat fries menu yang berisi opsi *About*, *Goal*, *Calendar*, *Contact Us*, *Pet*

Love, dan *Log Out*. Di sudut kanan atas, terdapat menu chat yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lain atau grup mereka.

7. *About*



Gambar 4.14 *About Page*

About pada aplikasi AluPet dapat dilihat pengguna untuk mengetahui informasi singkat mengenai AluPet. Di halaman tersebut, terdapat informasi seperti pengertian serta kepanjangan dari AluPet.

8. *Goals*



Gambar 4.15 *Goals AluPet*

Pengguna dapat melihat Goals pada aplikasi AluPet di menu fries bar untuk mendapatkan gambaran singkat tentang AluPet. Di halaman ini, terdapat informasi mengenai tujuan, visi, dan misi dari aplikasi AluPet.

9. Calendar



Gambar 4.16 Calendar Page

Menu kalender berfungsi untuk menyusun jadwal kegiatan seperti grooming, kesehatan, dan penginapan yang akan diikuti oleh pengguna. Selain itu, kalender ini dapat diakses melalui menu order saat pengguna hendak memesan layanan yang disediakan oleh 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

10. Contact



Gambar 4.17 *Contact Us Page*

Untuk mengakses halaman kontak, pengguna dapat mengetuk tombol fries menu yang terletak di pojok kiri atas halaman utama. Di dalam halaman ini, terdapat logo AluPet, bersama dengan informasi kontak seperti email dan nomor telepon AluPet yang dapat dihubungi. Kami juga menyediakan informasi tambahan berupa tautan media sosial AluPet dan situs web AluPet.

11. Pet Details



Gambar 4.18 *Pet Details Page*

Pet details page berisi ringkasan tentang setiap jenis hewan, termasuk anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Setiap halaman juga menawarkan opsi untuk mengakses halaman *service*, *shop*, *community*, *news*, dan *love*. Warna yang dipilih sesuai dengan kategori hewan, misalnya merah untuk anjing, kuning untuk kucing, biru untuk kelinci, dan hijau untuk hewan eksotis. Halaman eksotis khususnya menampilkan informasi tentang beberapa hewan eksotis yang tersedia, seperti kura-kura, ular, kadal, *bearded dragon*, dan *gecko*.

12. Service



Gambar 4.19 Services Page

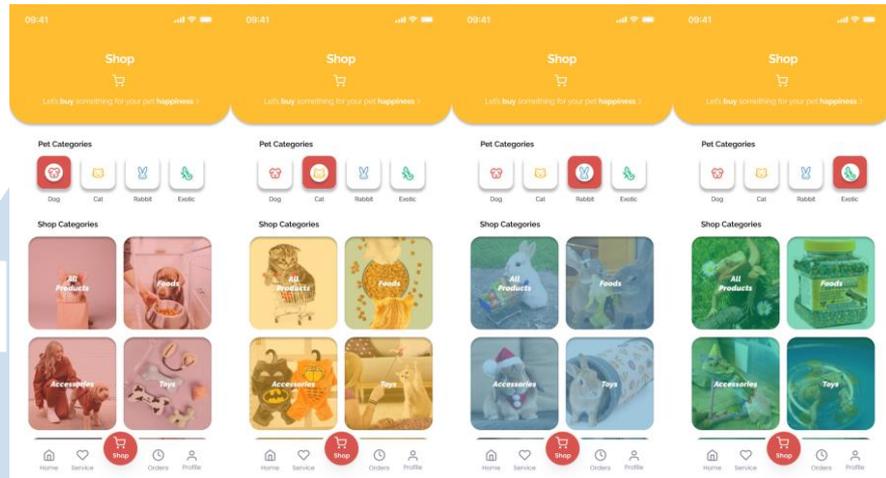
Di halaman *service*, AluPet membagi kategori berdasarkan jenis hewan, termasuk anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Setiap jenis hewan menawarkan layanan grooming, kesehatan, penginapan, dan belanja. Namun, layanan *grooming* tidak tersedia untuk hewan eksotis, karena *grooming* hanya tersedia untuk hewan anabul.

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

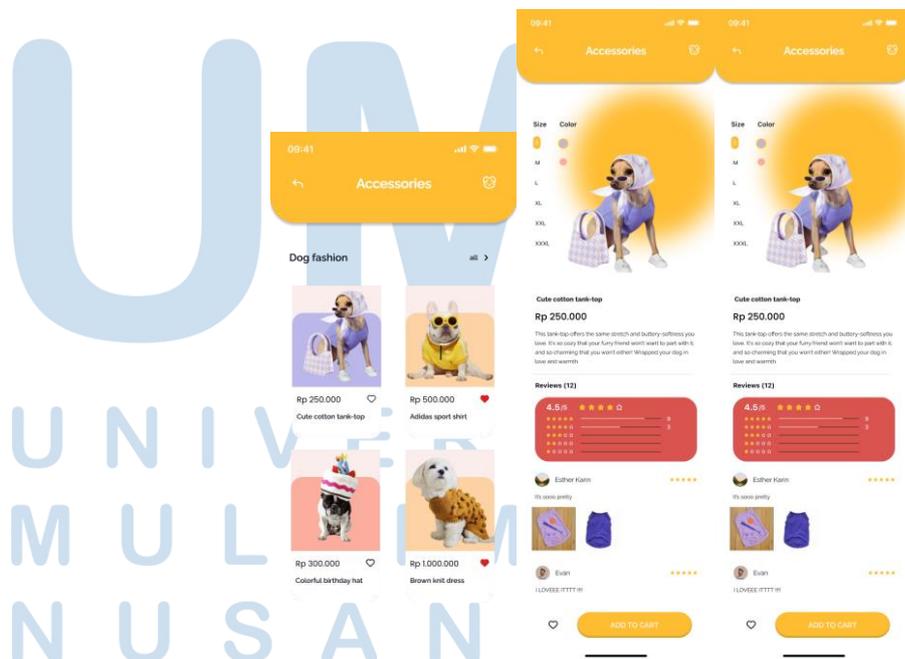
13. Shop



Gambar 4.20 Shop Page

Pada halaman shop, AluPet mengelompokkan kategori sesuai dengan jenis hewan, termasuk anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis. Di sini, pengguna dapat memilih opsi toko yang menampilkan semua produk atau hanya makanan, aksesoris, mainan, kebersihan, kesehatan, dan lainnya sesuai dengan kebutuhan mereka.

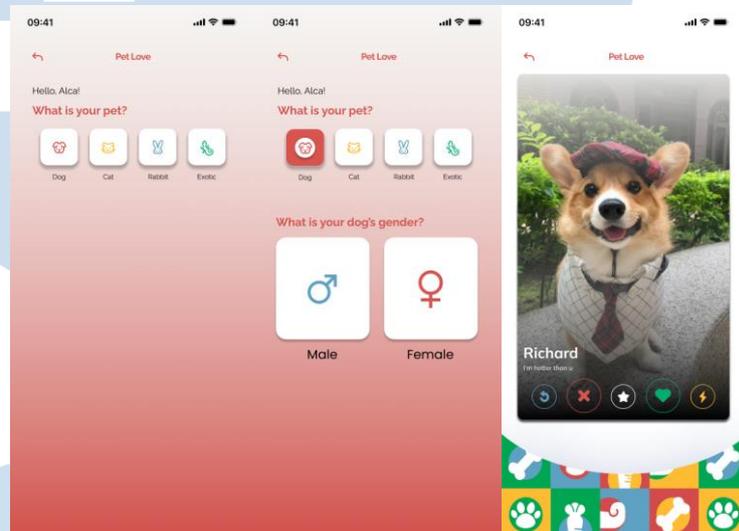
14. Accessories Shop



Gambar 4.21 Accessories Shop

Di menu *accessories*, pengguna dapat melihat variasi bentuk, ukuran, dan warna barang yang tersedia, bersama dengan deskripsi singkat dan ulasan dari pengguna lain. Pengguna dapat menyukai barang yang mereka anggap menarik dengan memberikan *like*. Jika pengguna ingin menambahkan barang ke daftar keinginan atau keranjang belanja, mereka akan diminta untuk mengisi ukuran dan warna barang yang diinginkan, sebelum mereka dapat menambahkannya ke daftar keinginan aplikasi.

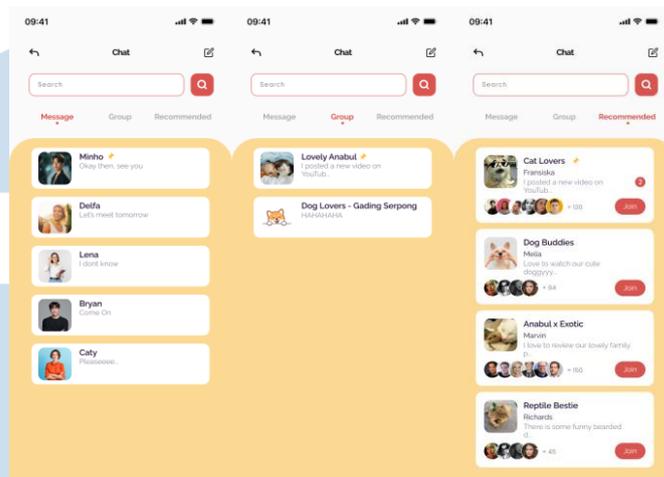
15. *Pet Love*



Gambar 4.22 *Pet Love Page*

Di halaman pet love, pengguna bisa mencari hewan peliharaan berdasarkan gender dan preferensi pemilik hewan. Di sini, pengguna dapat memilih kategori hewan, jenis kelamin, dan hewan yang ingin dijodohkan. Pengguna menggunakan fitur ini dengan menggeser layar ke kiri untuk menolak dan ke kanan untuk menjodohkan.

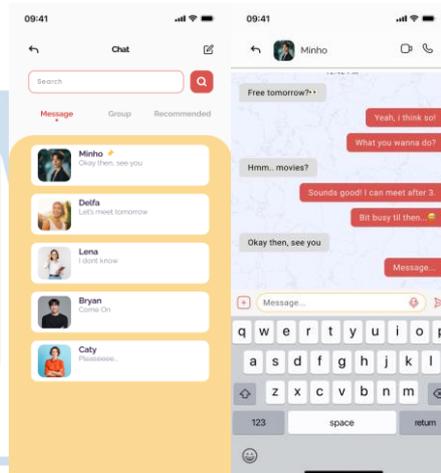
16. Chat



Gambar 4.23 Chat Page

Pada halaman chat, pengguna dapat melakukan obrolan dengan pengguna lain, selain itu pengguna juga dapat join ke grup komunitas, sedangkan pada *slide* rekomendasi, pengguna dapat mencari dan menambahkan pengguna lain atau *join* ke grup tertentu.

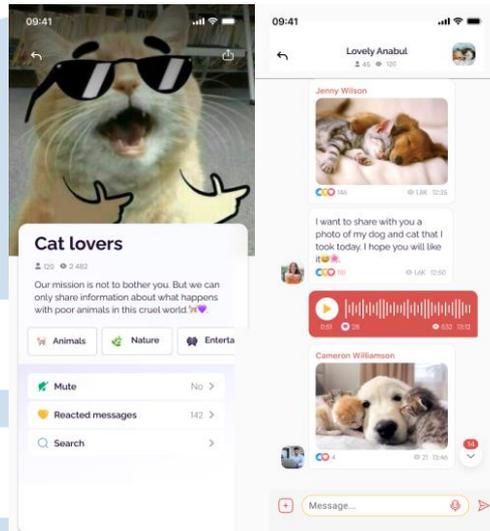
17. Personal Chat



Gambar 4.24 Personal Chat Page

Pada *personal chat*, pengguna dapat mencari chat serta melakukan chat dengan pengguna lain. Selain itu pengguna juga bisa melakukan *voice call* maupun *video call* dengan sesama pengguna melalui fitur yang ada di halaman chat.

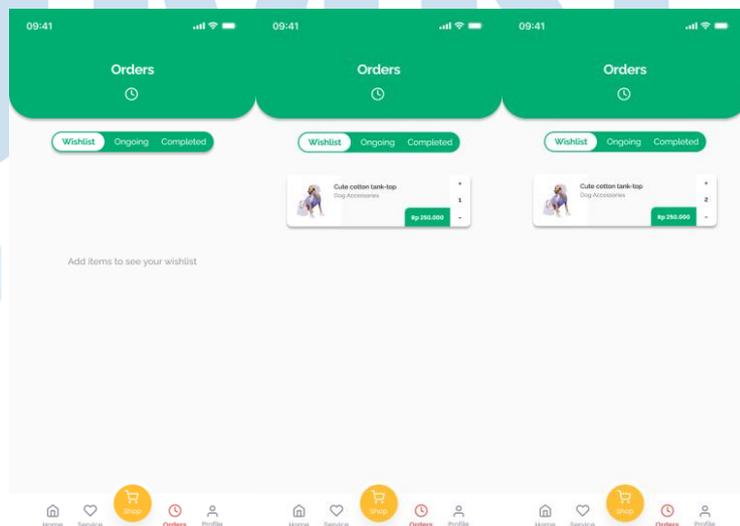
18. Group Chat

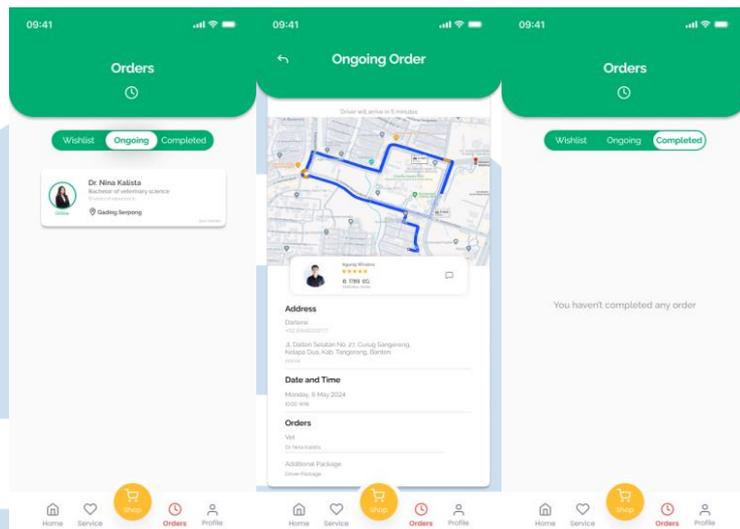


Gambar 4.25 Group Chat Page

Di kolom obrolan grup, pengguna dapat bergabung dengan grup yang sudah ada seperti grup untuk pecinta kucing, pecinta anjing, dan sejenisnya. Selain itu, dalam obrolan grup, pengguna dapat berbagi pesan suara dan gambar hewan peliharaan mereka. Ada beberapa opsi pengaturan yang memudahkan pengguna, seperti opsi untuk menonaktifkan suara grup dan opsi pencarian untuk mencari pesan di dalam grup.

19. Order



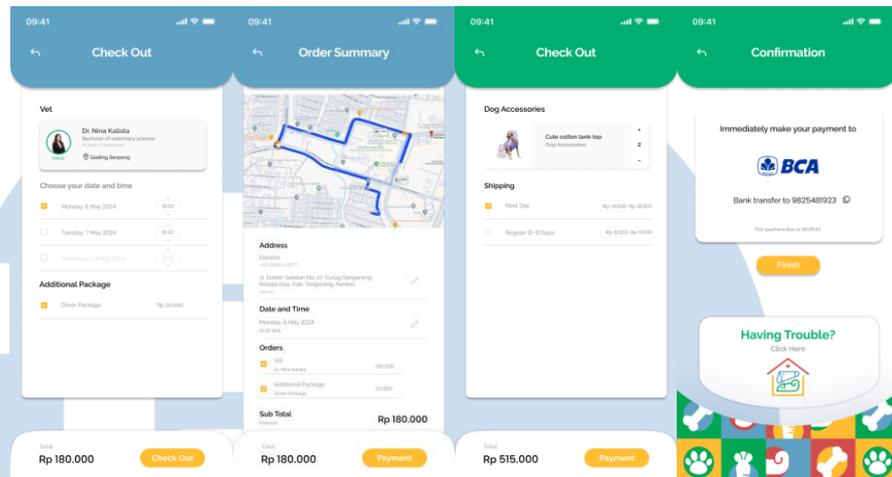


Gambar 4.26 Orders Page

Di halaman *order*, pengguna bisa menggeser antara pilihan *wishlist*, *ongoing*, dan *completed*. Di pilihan *wishlist*, pengguna dapat melihat daftar produk yang telah mereka tambahkan dari menu *petshop*. Pengguna juga bisa menambah atau mengurangi jumlah produk yang sudah ditambahkan ke daftar keinginan. Di *slide ongoing*, pengguna bisa melihat produk yang sudah di-*checkout* dan dikirim ke alamat yang tertera. Terakhir, di *slide completed*, pengguna bisa melihat produk yang sudah dikirim dan diterima oleh mereka.

U M M N
 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

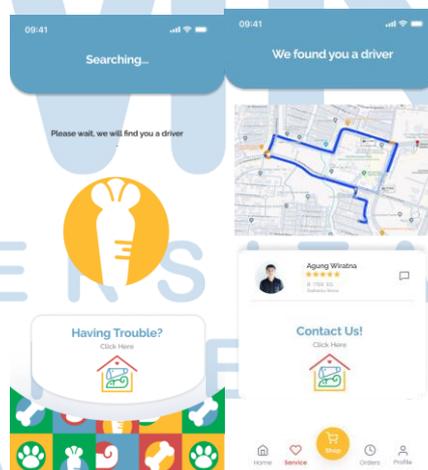
20. Check Out dan Payment



Gambar 4.27 Check Out dan Payment Page

Pada halaman *check out*, pengguna dapat memilih beberapa pilihan yang disediakan oleh AluPet. Pada pilihan jasa, pengguna dapat memilih tanggal, waktu, serta pilihan *additional package* untuk *driver*. Sedangkan untuk produk, pengguna dapat memilih jasa ekspedisi. Setelah semuanya dipilih, pengguna yang membeli jasa dapat melihat kembali dan memastikan tanggal, alamat rumah, dan informasi tambahan lainnya. Setelah semuanya selesai, maka pengguna dapat segera melakukan pembayaran.

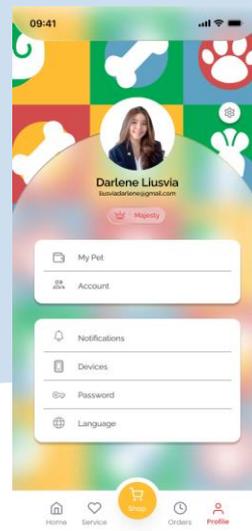
21. Searching for Driver



Gambar 4.28 Searching for Driver Page

Jika pengguna sudah memesan barang atau jasa, pengguna akan mendapatkan notifikasi dan pencarian *driver* akan dimulai sesuai waktu yang sudah ditentukan. Jika pengguna sudah mendapatkan *driver*, maka aplikasi akan langsung berpindah ke halaman selanjutnya dimana akan terdapat informasi singkat mengenai foto, nama, dan *rate* dari *driver*. Terdapat juga informasi tambahan berupa plat nomor dan jenis kendaraan dari *driver* tersebut.

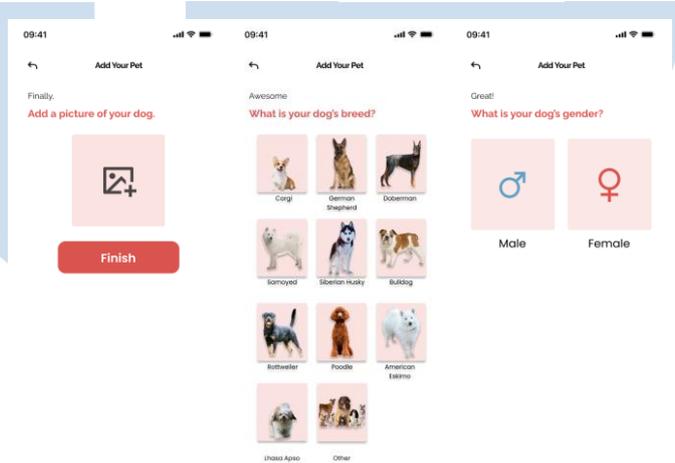
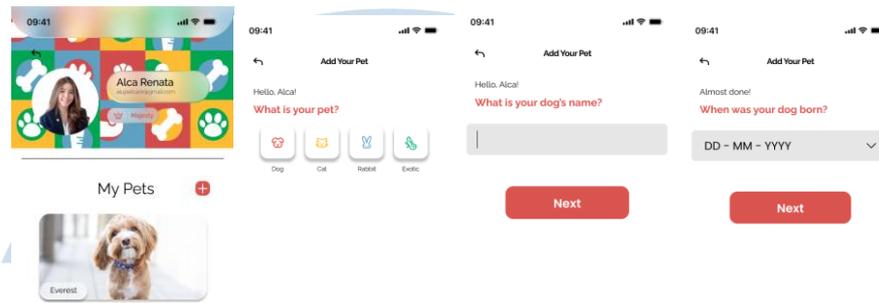
22. Profile



Gambar 4.29 Profile Page

Pada halaman *profile*, terdapat keterangan nama pengguna, email pengguna, serta beberapa ikon seperti *my pet*, *account*, *notifications*, *devices*, *password*, serta *language* yang dapat diatur oleh pengguna sesuai kenyamanan pengguna. Selain itu, latar dari halaman *profil* dibuat menggunakan supergrafik dengan tambahan latar transparan *semi blur*.

23. My Pet



Gambar 4.30 Add My Pet Pages

Pengguna dapat menyimpan data hewan peliharaan mereka pada aplikasi AluPet. Pengisian data diri dapat dimulai dari kategori hewan, nama, jenis ras, jenis kelamin, tanggal lahir, dan foto hewan. Menu *My Pet* ini dapat ditemukan di profil pengguna.

3. Desain *Marketing*
 - a. Story Instagram

1. Whatsapp Business

Tim AluPet meningkatkan kesadaran tentang AluPet melalui Instagram Story yang diposting pada akun Instagram AluPet.id dan akun pribadi anggota tim. Sebelum peluncuran aplikasi, tim

kami membagikan cerita yang berisi kode QR *WhatsApp Business* dari AluPet, serta nomor telepon yang tertulis.



Gambar 4.33 Desain Story WA Business

2. Konten

Pada bulan Mei, Tim AluPet berkeinginan untuk meningkatkan kesadaran tentang akun Instagram AluPet di media sosial. Akhirnya, tim AluPet bekerja sama untuk menarik perhatian pengguna dengan merancang konten Instagram yang diunggah tiga kali seminggu. Kami menyajikan konten edukatif yang disebut "AluFact" serta konten kuis yang disebut "AluKnow". Konten tersebut akan diperbarui secara rutin setiap minggu untuk terus mempertahankan minat pengguna.

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 4.34 Desain Konten AluFact

b. Feeds Instagram

Tim AluPet juga meningkatkan kesadaran melalui unggahan di feed Instagram AluPet yang terdiri dari 6 unggahan, serta menyambut pengguna dengan memperkenalkan aplikasi AluPet dan layanan yang ditawarkan oleh AluPet.



Gambar 4.35 Desain Feeds Instagram

c. Flyer

Tim kami juga mendistribusikan *flyer* yang berisi informasi mengenai kategori hewan dan layanan yang kami tawarkan. Kami juga mencantumkan kontak yang bisa dihubungi oleh pengguna, sehingga meskipun aplikasi belum sepenuhnya terwujud, pengguna tetap bisa menikmati layanan dari AluPet.



Gambar 4.36 Desain Flyer

d. *Whatsapp Business Catalog*

1. *About Us*

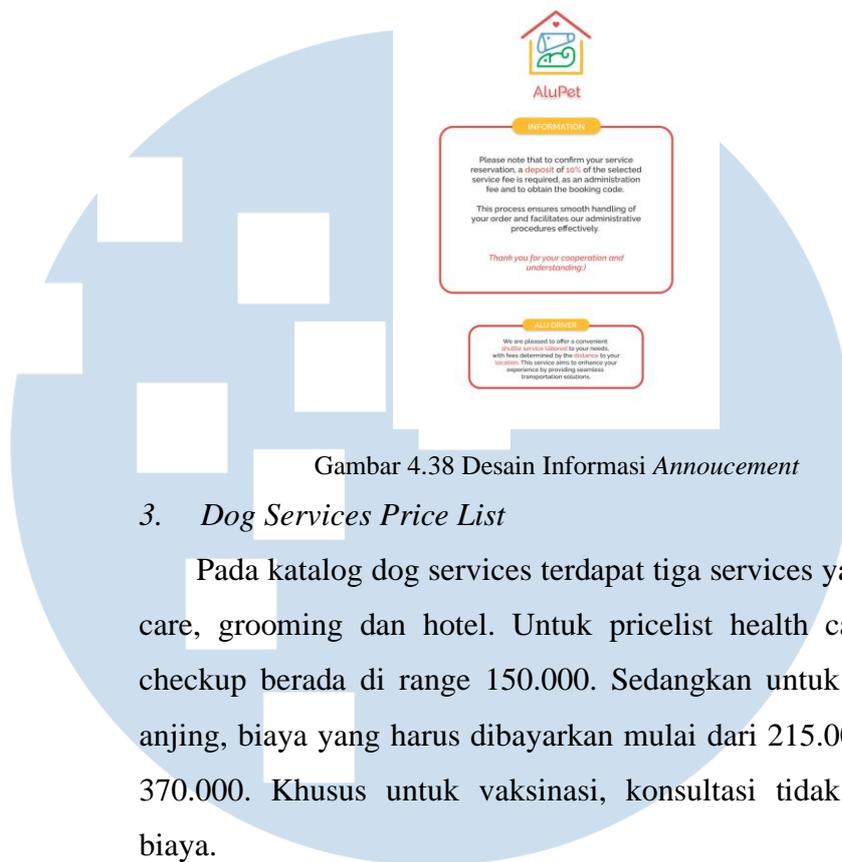
Dalam katalog WhatsApp, terdapat deskripsi ringkas tentang AluPet, yang mencakup gambaran singkat tentang layanan yang ditawarkan dan beberapa jenis hewan yang tersedia di AluPet. Pada halaman berikutnya, terdapat tujuan, visi, dan misi AluPet. Sedangkan pada halaman terakhir, disajikan jenis-jenis layanan yang ditawarkan oleh AluPet, seperti perawatan kesehatan, grooming, dan penginapan..



Gambar 4.37 Desain Catalog bagian *About Us*

2. *Information*

Dalam kategori informasi, terdapat informasi tambahan yang penting bagi konsumen agar mereka dapat memahami syarat dan ketentuan yang diberlakukan oleh AluPet. Kami menjelaskan bahwa untuk memesan layanan, konsumen diharuskan membayar deposit tambahan sebesar 10%. Selain itu, kami memberikan informasi tambahan mengenai AluDriver, di mana biaya pengiriman akan dihitung berdasarkan jarak yang ditempuh oleh driver.



Gambar 4.38 Desain Informasi *Annoucement*

3. *Dog Services Price List*

Pada katalog dog services terdapat tiga services yaitu health care, grooming dan hotel. Untuk pricelist health care, biaya checkup berada di range 150.000. Sedangkan untuk vaksinasi anjing, biaya yang harus dibayarkan mulai dari 215.000 sampai 370.000. Khusus untuk vaksinasi, konsultasi tidak dipungut biaya.



Gambar 4.39 *Dog Healthcare Pricelist*

Service grooming untuk anjing memiliki 4 jenis mandi, yaitu mandi *basic* dengan harga mulai dari 80.000 sampai 180.000, mandi anti jamur dengan harga mulai dari 150.000 sampai 220.000, mandi anti kutu yang harganya dimulai dari 130.000 sampai 220.000, serta potong bulu yang harganya dimulai dari 100.000 sampai 180.000. Pada *pricelist* hotel, harga ditetapkan

berdasarkan berat anjing, dimana harganya dimulai dari 80.000 sampai dengan 140.000.

Grooming and Styling		Hotel Pricelist	
MANDI BASIC		Anjing <math>($0-5$kg)</math>	80K
Anjing Kecil Shorthair	(0-5kg)	Anjing (51-75kg)	85K
Anjing Kecil Longhair	(0-5kg)	Anjing (76-100kg)	90K
Anjing Sedang	(60-80kg)	Anjing (101-125kg)	95K
Anjing Besar	(81-100kg)	Anjing (126-150kg)	100K
Anjing Giant	(200-400kg)	Anjing (200-250kg)	100K
MANDI ANTI JAMUR		Anjing (250-300kg)	105K
Anjing Kecil Shorthair	(0-5kg)	Anjing (300-400kg)	120K
Anjing Kecil Longhair	(0-5kg)	Anjing (>400kg)	140K
Anjing Sedang	(60-80kg)		
Anjing Besar	(81-100kg)		
Anjing Giant	(200-400kg)		
MANDI ANTI KUTU			
Anjing Kecil Shorthair	(0-5kg)		
Anjing Kecil Longhair	(0-5kg)		
Anjing Sedang	(60-80kg)		
Anjing Besar	(81-100kg)		
Anjing Giant	(200-400kg)		
POTONG BULU			
Anjing Kecil Shorthair	(0-5kg)		
Anjing Kecil Longhair	(0-5kg)		
Anjing Sedang	(60-80kg)		
Anjing Besar	(81-100kg)		
Anjing Giant	(200-400kg)		

Gambar 4.40 Dog Grooming and Hotel Pricelist

4. Cat Services Price List

Pada katalog cat services terdapat tiga *services* yaitu health care, grooming dan hotel. Untuk *pricelist health care*, biaya *checkup* berada di range 150.000. Sedangkan untuk vaksinasi kucing, biaya yang harus dibayarkan mulai dari 215.000 sampai 370.000. Khusus untuk vaksinasi, konsultasi tidak dipungut biaya.

Health Care Pricelist	
CHECKUP	
Konsultasi	150K
VAKSINASI (include hemotest)	
Feliceil 3	335K
Feliceil 4	350K
Difense	35K
Rabian	35K
Eukan 4	340K
Eukan 5	350K
Eukan 7	370K
Vanguard SCHL	300K
Vanguard SCHL +H	360K

Gambar 4.41 Cat Healthcare Pricelist

Service *grooming* untuk kucing sama seperti anjing dimana kami menyediakan 4 jenis *grooming*, yaitu mandi *basic* dengan harga mulai dari 80.000 sampai 100.000, mandi anti jamur dengan harga mulai dari 100.000 sampai 150.000, mandi anti

kutu dengan harga 150.000, serta potong bulu yang harganya berkisar 100.000. Pada *pricelist* hotel, harga ditetapkan berdasarkan berat kucing, dimana harganya dimulai dari 80.000 sampai dengan 90.000.

Grooming Pricelist		Hotel Pricelist	
Cleaning and Styling		One day and more	
MANDI BASIC			
Kucing Shorthair	80k	Kucing (<50g)	80k
Kucing Longhair	100k	Kucing (<50g)	90k
MANDI ANTI JAMUR			
Kucing Shorthair	150k	Kucing (>200g motor sendiri)	75k
Kucing Longhair	100k		
MANDI ANTI KUTU			
Kucing Shorthair	150k		
Kucing Longhair	100k		
POTONG BULU			
Kucing Shorthair	100k		
Kucing Longhair	100k		

Gambar 4.42 Cat Grooming and Hotel Pricelist

5. Rabbit Service Price List

Pada kategori hewan kelinci, terdapat *service* berupa *pet hotel* dengan perincian harga yang diberikan diambil berdasarkan hari kerja dimana dan hari libur, dimana pada hari kerja harga dimulai dari 25.000. Sedangkan pada hari libur, terdapat kenaikan harga sebesar 10.000, sehingga harganya naik menjadi 35.000.

Rabbit Hotel Pricelist	
One day and more	
NORMAL	25k/day
Rabbit	
HOLIDAYS	35k/day
Rabbit	

Gambar 4.43 Rabbit Hotel Pricelist

6. Exotic Service Price List

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, dimana pada hari kerja harga dimulai dari 20.000 sampai 40.000. Sedangkan pada hari libur, terdapat kenaikan harga yang dimulai dari 30.000 sampai dengan 50.000.



EXOTIC SERVICES PRICELIST		
Hotel Pricelist One day and more		
NORMAL		
Tortoise (Baby-15cm)		20k/Day
Tortoise (16-30cm)		25k/Day
Tortoise (31-45cm)		30k/Day
Tortoise (>45cm)		40k/Day
Lizard (Small Baby-30cm)		20k/Day
Lizard (Medium 31-60cm)		25k/Day
Lizard (>60cm)		40k/Day
Sugar Glider		20k/Day
Snake Small		20k/Day
Snake Medium		25k/Day
HOLIDAYS		
Tortoise (Baby-15cm)		30k/Day
Tortoise (16-30cm)		35k/Day
Tortoise (31-45cm)		40k/Day
Tortoise (>45cm)		55k/Day
Lizard (Small Baby-30cm)		30k/Day
Lizard (Medium 31-60cm)		35k/Day
Lizard (>60cm)		50k/Day
Sugar Glider		30k/Day
Snake Small		30k/Day
Snake Medium		35k/Day

Gambar 4.44 Exotic Hotel Pricelist

e. Booth Exhibition

Dalam usaha meningkatkan kesadaran, tim kami merancang booth untuk memperkenalkan AluPet kepada masyarakat sekitar BSD. Setelah melakukan pencarian beberapa pameran, kami menemukan beberapa pameran yang akan diadakan dan kami berencana untuk ikut serta dalam acara tersebut.

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 4.45 Desain Booth

Draft Desain

- 1) Ikon Aplikasi AluPet
 - i. Ikon Kategori Hewan



Gambar 4.46 Desain Ikon Kategori Hewan

Ada ikon untuk anjing, kucing, kelinci, dan hewan eksotis, masing-masing dengan warna yang berbeda: merah untuk anjing, kuning untuk kucing, biru untuk kelinci, dan hijau untuk hewan eksotis. Ketika pengguna mengklik ikon, warnanya akan berubah menjadi merah untuk menunjukkan bahwa ikon sudah diklik. Jika ikon anjing diklik, halaman

informasi dan layanan untuk anjing akan terbuka di perangkat pengguna.

ii. *Services Icon*

a. Health Care



Gambar 4.47 *Health Care Icon*

Ikon *health care* pada aplikasi AluPet diberi warna putih dengan bentuk outline hati dengan tanda tambah berada di tengahnya. Pengguna yang menekan ikon tersebut akan langsung diarahkan ke halaman pemilihan dokter dan klinik untuk hewan.

b. Grooming



Gambar 4.48 *Grooming Icon*

Ikon *grooming* dibuat berbentuk gunting dengan detail warna putih. Detail dari bentuk ikon ini menyerupai gunting yang digigit oleh hewan. Pengguna yang menekan ikon ini akan diarahkan ke halaman selanjutnya yaitu pemilihan lokasi grooming terdekat.

c. Hotel



Gambar 4.49 *Hotel Icon*

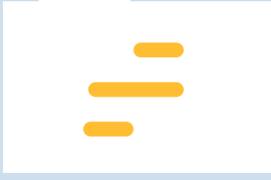
Ikon hotel yang dibuat tim AluPet adalah ikon dengan bentuk menyerupai gedung atau tempat tinggal yang nyaman. Warna outline

yang digunakan adalah putih. Jika pengguna ingin menitipkan hewan peliharaannya, pengguna dapat menekan ikon ini pada menu services.

2) *Fries Menu Icon*

a. *Fries Button*

Ikon tersebut adalah simbol tombol menu *fries*. Dalam aplikasi AluPet, ikon ini berwarna kuning, dan jika pengguna menekannya, menu seperti *about*, *goals*, *calendar*, *contact us*, dan *pet love*.



Gambar 4.50 *Fries Menu Icon*

b. *About*

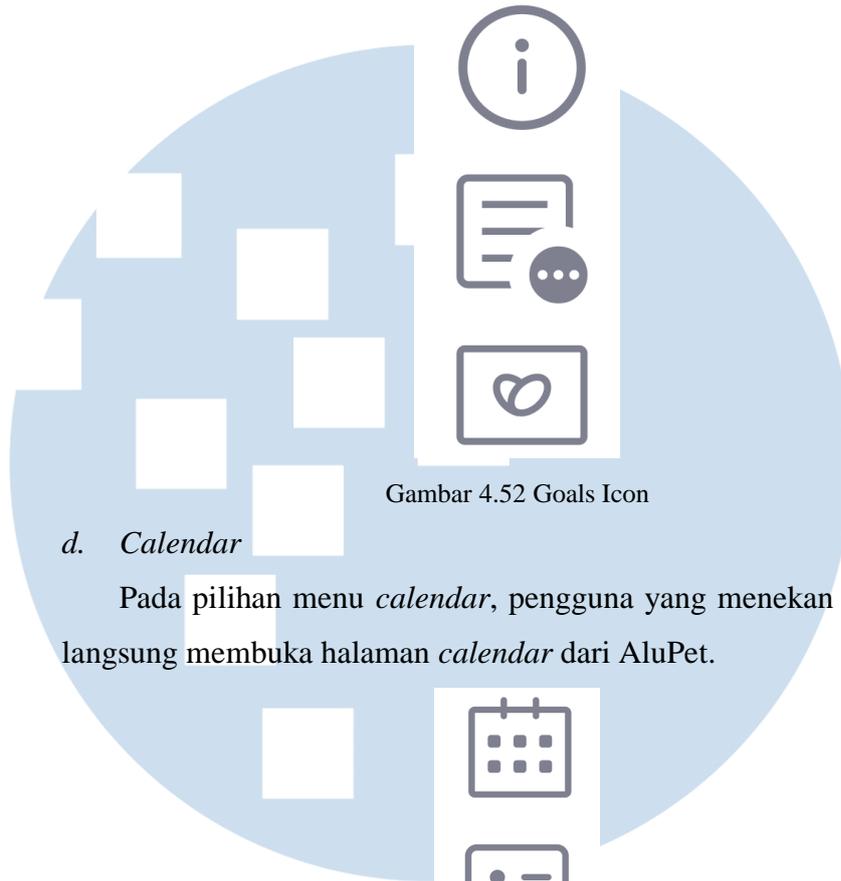
Pada pilihan menu *about*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *about* dari AluPet.



Gambar 4.51 *About Icon*

c. *Goals*

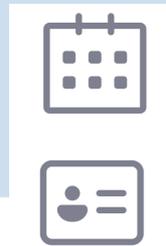
Pada pilihan menu *goals*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *goals* dari AluPet.



Gambar 4.52 Goals Icon

d. *Calendar*

Pada pilihan menu *calendar*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *calendar* dari AluPet.



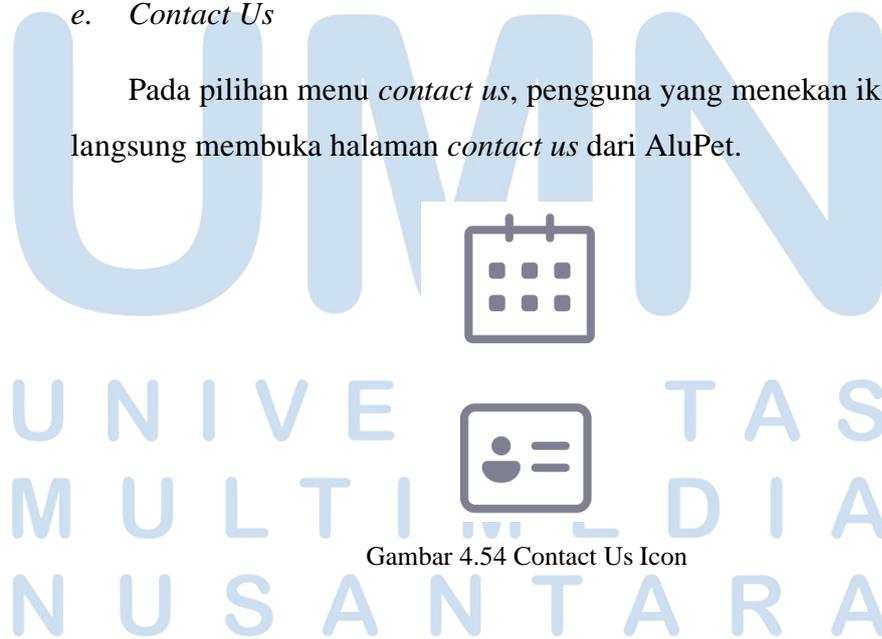
Gambar 4.53 Calendar Icon

e. *Contact Us*

Pada pilihan menu *contact us*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *contact us* dari AluPet.



Gambar 4.54 Contact Us Icon



f. *Pet Love*

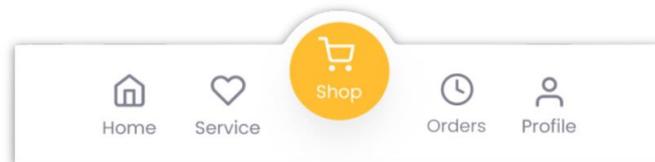
Pada pilihan menu *pet love*, pengguna yang menekan ikon akan langsung membuka halaman *pet love* dari AluPet.



Gambar 4.55 Pet Love Icon

iii. *Navigation Bar Icon*

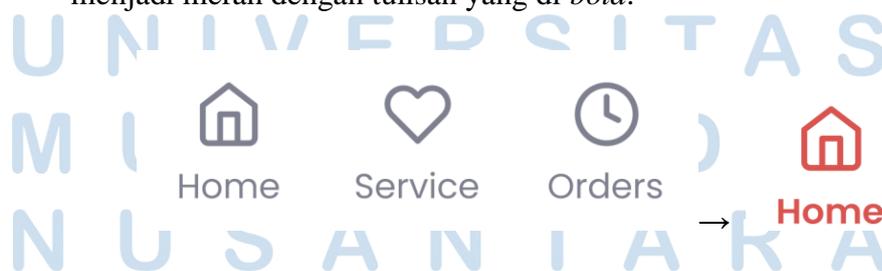
AluPet juga memiliki menu navigasi yang terletak di bagian bawah aplikasi. Ketika pengguna menekannya, teks dan ikon yang semula berwarna abu-abu akan berubah menjadi merah, dan pengguna akan diarahkan langsung ke halaman yang ditekan. Sedangkan ikon toko akan menyesuaikan warnanya dengan menu yang dipilih oleh pengguna.



Gambar 4.56 *Navigation Bar Icon*

a. *Home*

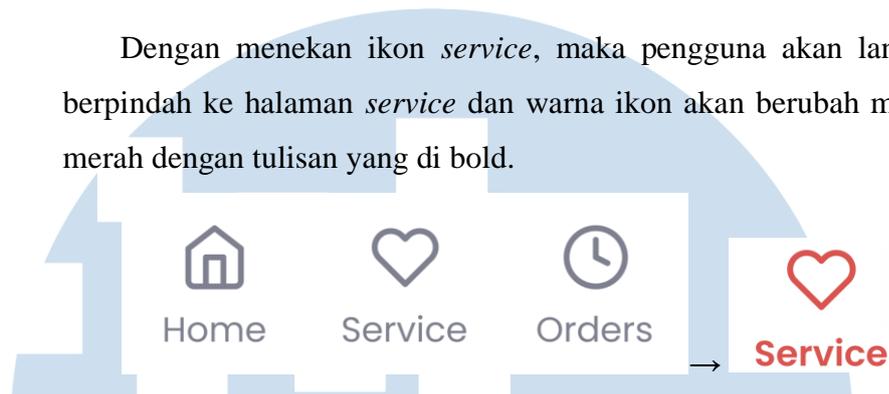
Dengan menekan ikon home, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman utama aplikasi dan warna home akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di *bold*.



Gambar 4.57 *Home Icon Interaction*

b. *Service*

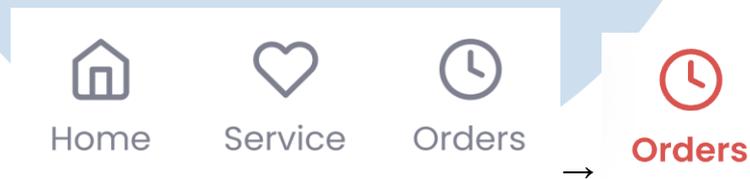
Dengan menekan ikon *service*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *service* dan warna ikon akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di bold.



Gambar 4.58 *Service Icon Interaction*

c. *Orders*

Dengan menekan ikon *orders*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *orders* dan warna ikon akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di *bold*.



Gambar 4.59 *Orders Icon Interaction*

d. *Profile*

Dengan menekan ikon *profile*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *profile* dan warna ikon akan berubah menjadi merah dengan tulisan yang di bold.



Gambar 4.60 *Profile Icon Interaction*

e. *Shop*

Dengan menekan ikon *shop*, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *shop* dan warna ikon akan berubah menjadi warna merah.

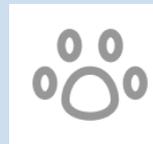


Gambar 4.61 *Shop Icon Interaction*

iv. *Profile Settings Icon*

a. *My Pet*

Pengguna dapat menyimpan data diri hewan peliharaan pada aplikasi AluPet. Pengisian data diri dapat dimulai dari kategori hewan, nama, jenis ras, jenis kelamin, tanggal lahir, dan foto hewan. Menu *My Pet* ini dapat ditemukan di profil pengguna.



Gambar 4.62 *My Pet Icon*

b. *Account*

Pengguna dapat melihat dan mengelola informasi akun mereka. Di sini, mereka dapat menemukan informasi seperti nomor telepon dan alamat email yang terdaftar. Untuk mengubahnya, pengguna dapat menggunakan kode verifikasi yang akan dikirim ke email atau nomor telepon yang terhubung dengan akun mereka. Menu ini dapat diakses di halaman profil.



Gambar 4.63 *Account Icon*

c. *Notifications*

Pengguna dapat menerima pemberitahuan, baik tentang diskon maupun jadwal yang telah diatur di menu kalender. Dengan hanya mengetuk ikon, pengguna akan diarahkan ke halaman pemberitahuan yang berisi penawaran diskon dan jadwal yang telah diatur. Pengguna dapat mengakses menu ini dengan membuka profil pengguna.



Gambar 4.64 *Notifications Icon*

d. *Devices*

Menu *devices* dapat digunakan untuk melihat *device* apa saja yang terhubung dengan akun yang saat ini sedang digunakan. Pengguna dapat melihat dan mengatur *device* apa saja yang boleh atau tidak boleh masuk ke akun pengguna, sehingga hal ini akan meminimalisir adanya penipuan.



Gambar 4.65 *Devices Icon*

e. *Password*

Pengguna AluPet diwajibkan membuat password untuk menghindari terjadinya hack. Pada menu password, pengguna dapat mengubah password lama akun dengan melakukan verifikasi pada email yang terhubung di dalam akun AluPet. Menu ini dapat ditemukan di halaman profil pengguna.



Gambar 4.66 *Password Icon*

f. *Language*

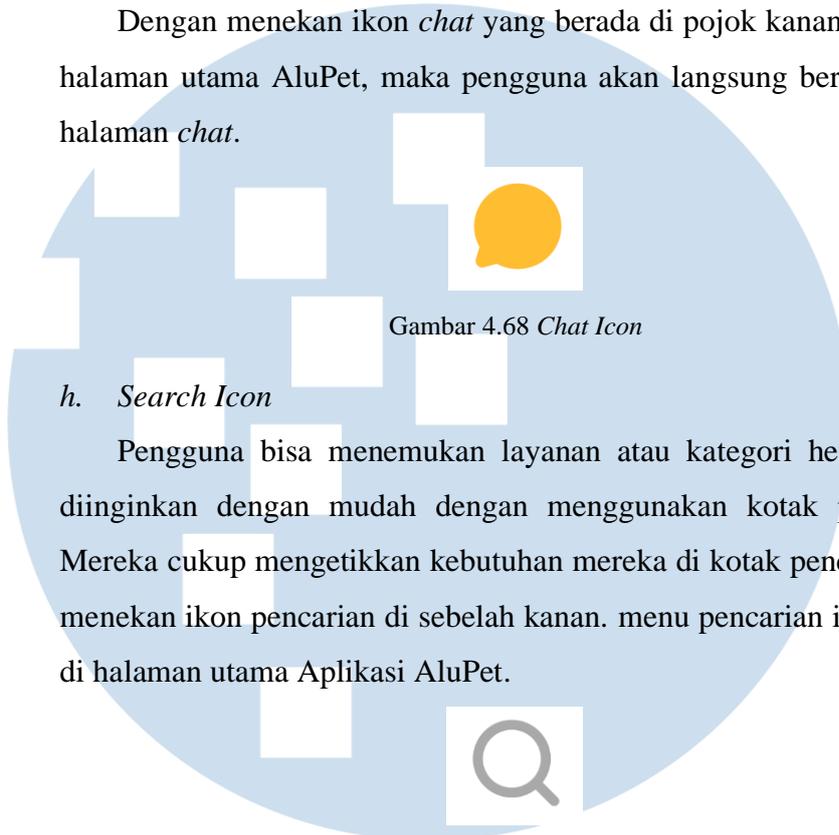
Pengguna dapat mengatur bahasa yang ingin digunakan dengan mengaturnya pada menu Language, sehingga pengguna yang kurang memahami bahasa utama dari Aplikasi AluPet, dapat segera mengubahnya pada menu yang berada di halaman profil pengguna ini.



Gambar 4.67 *Language Icon*

g. *Chat Icon*

Dengan menekan ikon *chat* yang berada di pojok kanan atas pada halaman utama AluPet, maka pengguna akan langsung berpindah ke halaman *chat*.



Gambar 4.68 *Chat Icon*

h. *Search Icon*

Pengguna bisa menemukan layanan atau kategori hewan yang diinginkan dengan mudah dengan menggunakan kotak pencarian. Mereka cukup mengetikkan kebutuhan mereka di kotak pencarian dan menekan ikon pencarian di sebelah kanan. menu pencarian ini terletak di halaman utama Aplikasi AluPet.



Gambar 4.69 *Search Icon*

3) *Low Fidelity*

i. *Landing Page*

Sebelum menyelesaikan secara keseluruhan, Tim AluPet memutuskan untuk membuat halaman utama dengan logo AluPet yang terletak di tengah. Latar belakangnya akan dihiasi dengan gambar khas AluPet yang memiliki tingkat kejernihan rendah, dan kemungkinan akan menambahkan elemen tambahan untuk meningkatkan estetika desain.

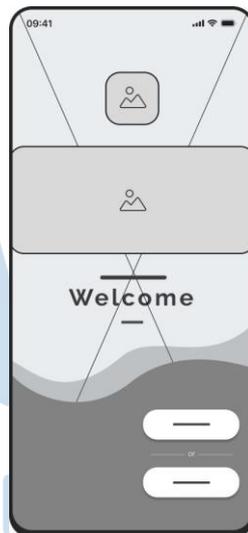
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4.70 *Low-fi Landing Page*

ii. *Welcome Page*

Kemudian, Tim AluPet membuat halaman sambutan, di mana pengguna akan disambut dengan pesan "Selamat Datang" dan logo AluPet. Tombol untuk masuk dan mendaftar ditempatkan di sudut kanan bawah halaman. Pengguna dapat mengetuk tombol tersebut untuk melanjutkan ke halaman selanjutnya.

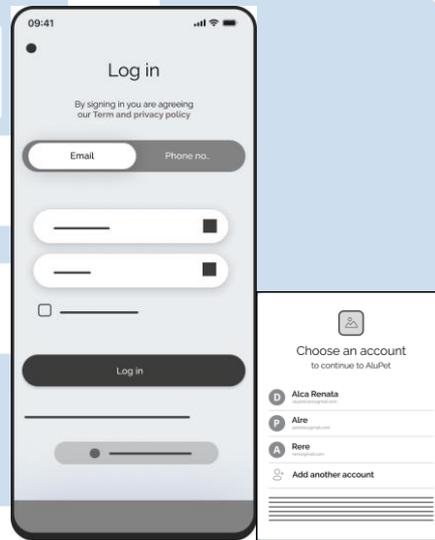


Gambar 4.71 *Low-fi Welcome Page*

iii. *Log In Page Email*

Di halaman login untuk email, terdapat dua bidang kosong yang bisa diisi dengan alamat email dan kata sandi. Namun,

pengguna juga bisa masuk menggunakan akun Google yang telah terdaftar dengan menekan tombol yang tersedia di bawah *login*. Selanjutnya, pengguna akan melihat *pop-up* dengan pilihan akun Google yang telah terdaftar di ponsel mereka.



Gambar 4.72 Low-fi Log In Page Email dan Google

iv. *Log In Page* Nomor Telepon

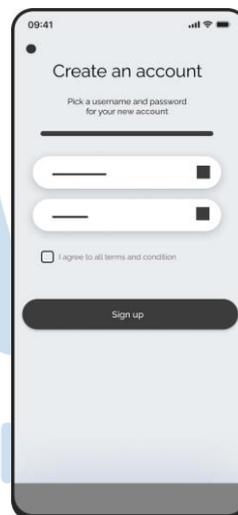
Pengguna bisa mengubah metode masuk menjadi halaman login menggunakan nomor telepon dengan menyetuk menu nomor telepon yang berada di samping opsi email. Setelah tombol bergeser ke nomor telepon, pengguna dapat memasukkan nomor telepon mereka dan akan segera menerima kode verifikasi ke nomor tersebut. Pengguna harus segera memasukkan kode tersebut untuk masuk ke akun.



Gambar 4.73 Low-fi Log In Page Nomor Telepon

v. *Sign Up Page*

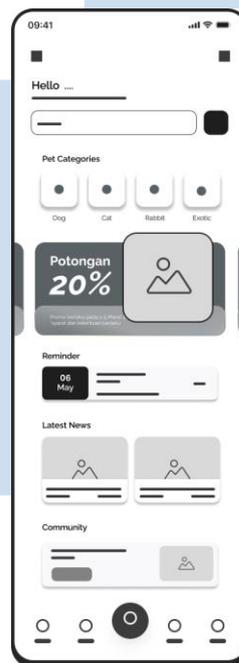
Di halaman pendaftaran, pengguna bisa memasukkan email atau nomor telepon aktif dan membuat kata sandi yang akan digunakan untuk masuk ke akun di aplikasi AluPet. Pengguna juga diminta untuk menyetujui persyaratan dan ketentuan yang berlaku. Setelah menyetujui, pengguna akan diberikan akses untuk mendaftar ke akun AluPet..



Gambar 4.74 Low-fi Sign Up Page

vi. *Home*

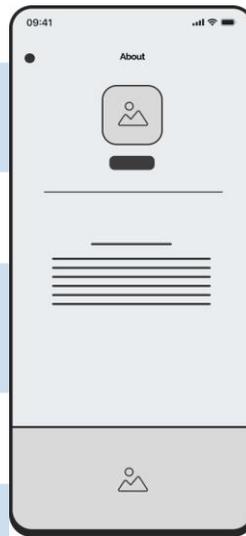
Homepage AluPet memiliki sejumlah fitur, termasuk pilihan kategori hewan, iklan, ringkasan visual kalender, dan beberapa tombol navigasi di bagian bawah halaman. Di sini, pengguna dapat mencari kebutuhan mereka dengan menggunakan kotak pencarian di bagian atas halaman. Selain itu, pengguna juga bisa memulai obrolan dengan mengetuk tombol di pojok kanan atas..



Gambar 4.75 *Low-fi Homepage*

vii. *About*

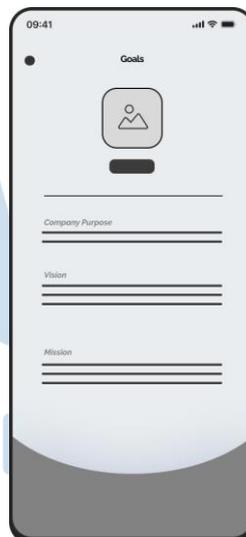
Menu tentang direncanakan untuk berisi logo dan informasi ringkas tentang AluPet yang dapat membantu pengguna memperluas pemahamannya tentang AluPet. Untuk mencegah halaman terlihat monoton, tim berencana untuk menambahkan hiasan berupa gambar yang berkaitan dengan hewan peliharaan dan AluPet.



Gambar 4.76 Low-fi About Page

viii. *Goals*

Di halaman tujuan, tim akan menyajikan logo dan informasi lebih lanjut tentang tujuan, visi, dan misi AluPet. Tim memilih untuk menyampaikan tiga informasi tersebut secara singkat, dengan harapan bahwa tujuan AluPet dapat dipahami dengan jelas dan bahkan tercapai.



Gambar 4.77 Low-fi Goals Page

ix. *Calendar*

Di halaman kalender, pengguna dapat dengan jelas melihat jadwal yang telah direncanakan. Selain itu, kalender berfungsi sebagai pengingat yang memberitahu pengguna tentang jadwal yang telah dijadwalkan beberapa waktu sebelum waktu yang ditentukan. Di dalam aplikasi, pengguna dapat menggeser bulan ke beberapa bulan sebelumnya atau setelahnya, dan mereka juga dapat menambahkan acara mendatang dengan mengetuk tombol tambah yang terletak di pojok kanan bawah halaman.



Gambar 4.78 Low-fi Calendar Page

x. *Contact*

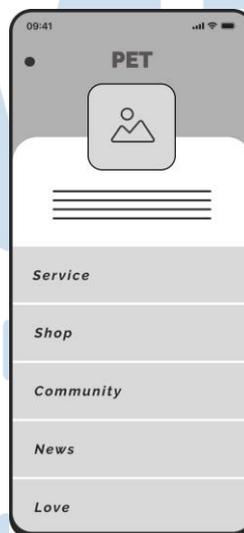
Tim membuat bagian Kontak sebagai opsi tambahan yang mempermudah pengguna untuk menghubungi tim. Di halaman tersebut, terdapat beberapa informasi kontak AluPet yang bisa diakses oleh pengguna, seperti alamat email, nomor telepon, dan media sosial AluPet lainnya.



Gambar 4.79 Low-fi Contact Page

xi. *Pet Details*

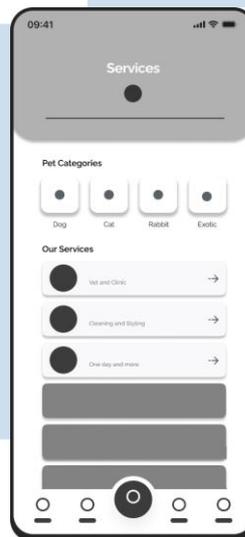
Informasi tentang detail hewan diuraikan secara ringkas dan padat di bagian atas halaman, memungkinkan pengguna untuk memahami jenis kategori yang tersedia. Rencananya, warna dasar halaman akan berubah sesuai dengan kategori hewan yang dipilih: anjing dengan warna merah, kucing dengan warna kuning, kelinci dengan warna biru, dan hewan exotic dengan warna hijau. Di bawah deskripsi singkat hewan, terdapat opsi untuk *menu service, shop, community, news, serta love.*



Gambar 4.80 Low-fi Pet Details Page

xii. *Services*

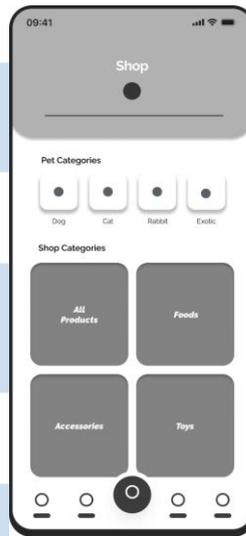
AluPet menyediakan berbagai layanan, jadi di halaman layanan terdapat pilihan kategori hewan dengan daftar layanan yang ditawarkan oleh AluPet. Beberapa layanan masih dalam tahap pengembangan, jadi tim akan terus mengembangkan aplikasi hingga layanan yang masih bertanda "*coming soon*" dapat segera diaktifkan. Halaman ini juga dilengkapi dengan bilah navigasi yang mempermudah pengguna untuk berpindah halaman.



Gambar 4.81 *Low-fi Services Page*

xiii. *Shop*

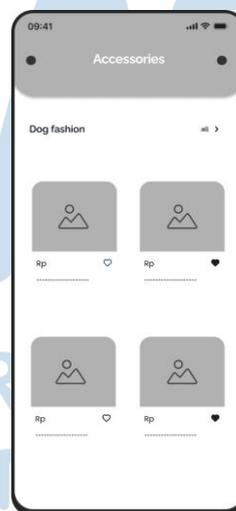
Halaman toko akan dirancang mirip dengan halaman *service*, dengan perbedaan bahwa halaman *shop* tidak memiliki fitur layanan, tetapi menawarkan berbagai jenis kebutuhan hewan yang dapat dipilih oleh pengguna. Tim berencana untuk menyediakan opsi *all products*, *foods*, *accessories* dan *toys*. Di halaman ini, masih ada opsi kategori hewan di bagian atas, serta bilah navigasi di bagian bawah halaman.



Gambar 4.82 *Low-fi Service Page*

xiv. *Accessories Shop*

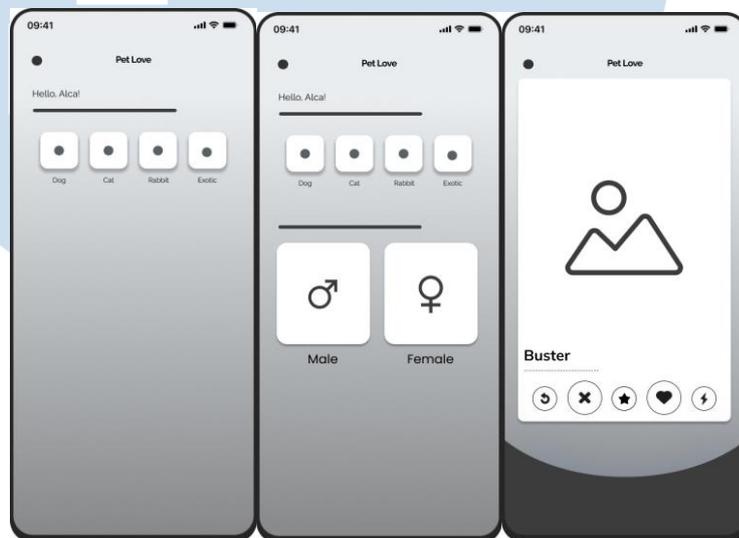
Di halaman aksesoris, pengguna akan melihat berbagai aksesoris yang cocok dengan *pet category* yang telah mereka pilih sebelumnya. Di halaman ini, pengguna dapat memberikan like dan menelusuri produk yang menarik untuk dimasukkan ke dalam daftar keinginan. Informasi yang diberikan untuk setiap produk mencakup nama, harga, dan foto produk tersebut.



Gambar 4.83 *Low-fi Accessories Shop*

xv. *Pet Love*

Dalam fitur "*pet love*", tim kembali menyediakan daftar kategori hewan yang dapat dipilih oleh pengguna sesuai dengan hewan yang ingin mereka jodohkan. Setelah memilih jenis hewan, pengguna akan diarahkan ke halaman berikutnya di mana mereka dapat memilih jenis kelamin dari hewan peliharaan mereka. Pada halaman berikutnya, pengguna akan disajikan dengan pilihan hewan dengan jenis kelamin yang berbeda. Pengguna dapat menggeser ke kanan untuk menyukai dan ke kiri untuk menolak. Terdapat juga tombol favorit dan tombol kembali di halaman ini.

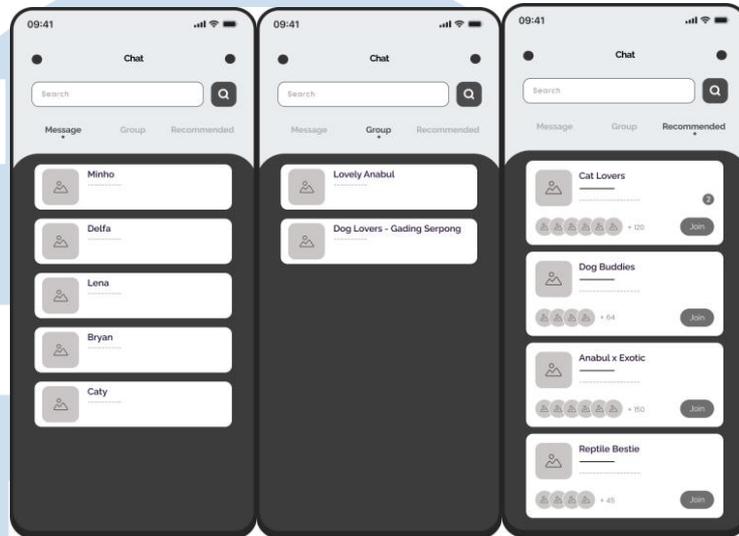


Gambar 4.84 *Low-fi Pet Love Page*

xvi. *Chat*

Fitur obrolan dalam aplikasi AluPet direncanakan memiliki tiga bagian, yakni pesan pribadi, pesan grup, dan rekomendasi. Ketiga bagian ini dilengkapi dengan kotak pencarian yang memungkinkan pengguna untuk mencari nama kontak, nama grup, atau pesan obrolan. Di bagian pesan pribadi, pengguna akan melihat nama dan foto profil dari pemilik akun. Sementara di bagian grup, pengguna akan melihat nama grup serta foto profil grup. Bagian rekomendasi obrolan ini menyajikan beberapa komunitas dari setiap kategori hewan, di mana pengguna dapat

bergabung dengan menekan tombol "join" di bagian kanan bawah daftar komunitas.



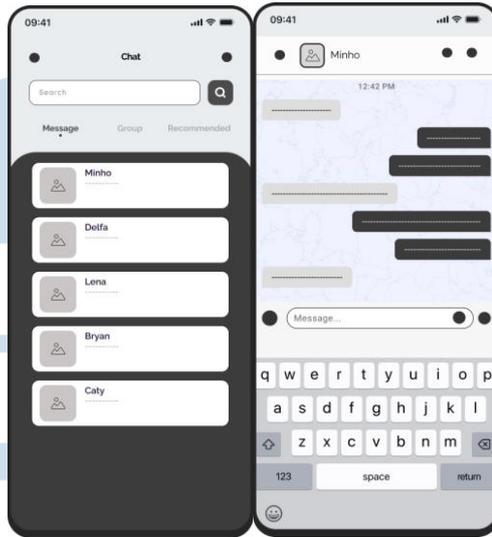
Gambar 4.85 Low-fi Chat Page

xvii. *Personal Chat*

Dalam halaman obrolan pribadi, tim berupaya menyediakan pengalaman pengguna yang lancar dalam menggunakan aplikasi dengan menyertakan kotak pencarian untuk mencari pesan atau nama pengguna lainnya. Di bagian obrolan, pengguna dapat berkomunikasi dengan pengguna lain. Selain itu, tim juga menambahkan fitur tambahan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan panggilan suara dan video dengan pengguna lain di AluPet.

U M N

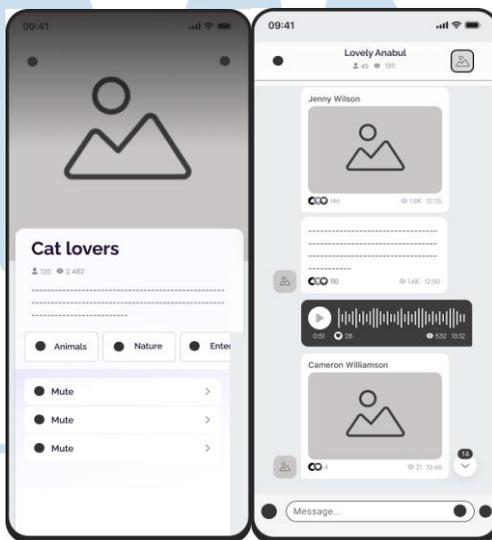
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4.86 *Low-fi Personal Chat Page*

xviii. *Group Chat*

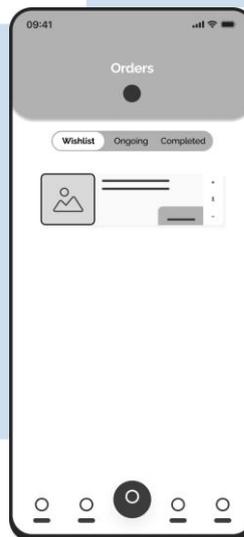
Pada grup chat, pengguna dapat melihat deskripsi grup dan dapat mengatur beberapa settingan seperti *mute* atau keluar dari grup. Pengguna juga dapat melihat jumlah anggota pada grup dan banyaknya pengguna yang melihat-lihat grup. Sedangkan ketika pengguna sudah masuk ke kolom chat grup, maka pengguna dapat saling mengirim gambar pets mereka bertukar informasi, serta mengirim *voice notes*.



Gambar 4.87 *Low-fi Group Chat Page*

xix. *Order*

Di menu orders, terdapat opsi *wishlist*, *ongoing*, dan *completed*. Pengguna dapat menambah produk ke *wishlist* untuk pertimbangan lebih lanjut. Di halaman *wishlist*, pengguna dapat mengatur kuantitas produk. Pada menu *Ongoing* akan menampilkan produk yang masih dalam proses pemesanan. Sedangkan menu *Completed* akan menampilkan produk yang sudah diterima oleh pengguna.



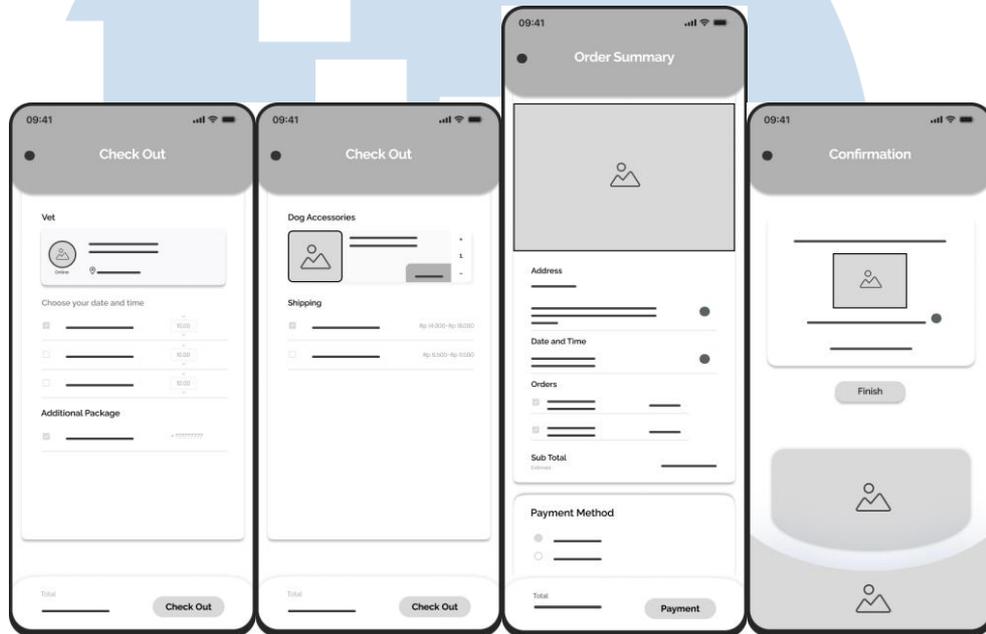
Gambar 4.88 Low-fi Orders Page

xx. *Check Out and Payment*

Halaman *check out* akan mencakup informasi tentang layanan yang dipilih, lokasi, dan foto-foto terkait. Pengguna dapat memilih tanggal pada kalender yang tersedia dan menentukan waktu yang diinginkan. Opsi tambahan seperti layanan pengemudi juga akan tersedia, yang dapat diaktifkan dengan mencentang *checkbox* yang sesuai. Di bagian *checkout* untuk produk, pengguna akan melihat detail produk, jumlah, dan gambar. Di bagian bawah, akan ada pilihan pengiriman dengan kisaran harga yang tertera.

Rencana kami untuk halaman ringkasan pesanan adalah menyertakan peta dengan detail yang dapat disesuaikan, termasuk

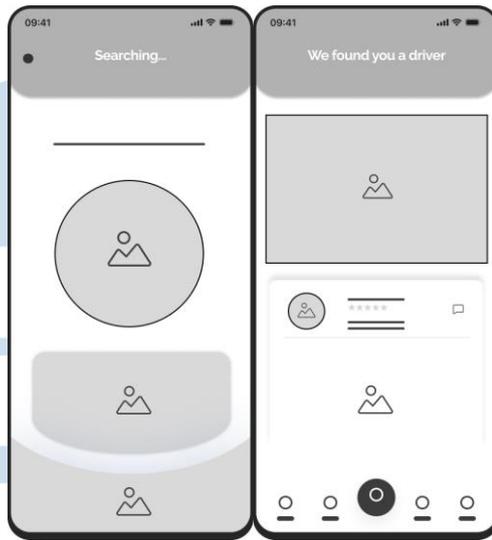
informasi penerima, nomor telepon, alamat, jadwal, dan detail pesanan. Di bagian bawah, pengguna akan melihat opsi pembayaran yang tersedia. Setelah memilih metode pembayaran, pengguna akan diarahkan ke halaman konfirmasi di mana estimasi waktu pembayaran akan diberikan.



Gambar 4.89 Low-fi Check Out and Payment Page

xxi. *Searching for Driver*

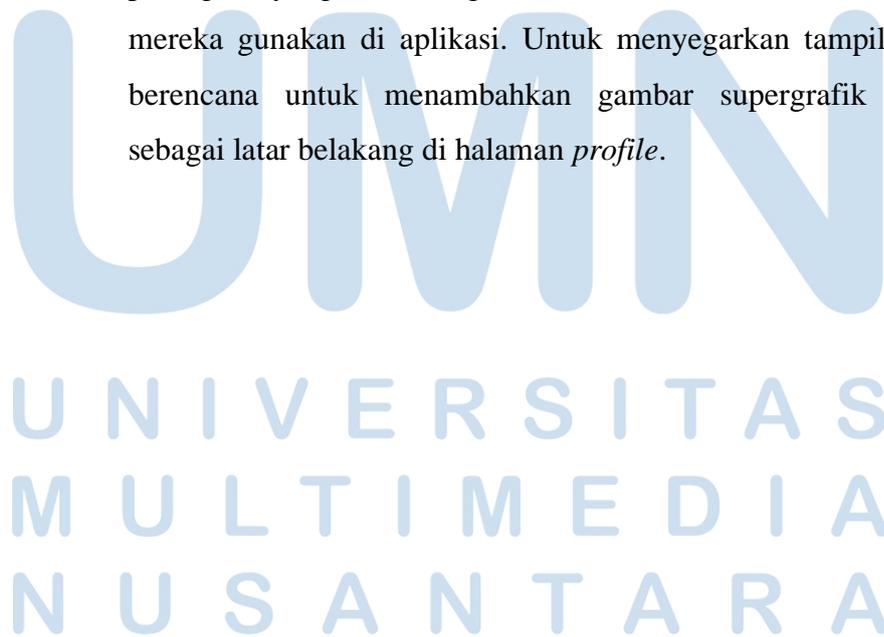
Halaman ini akan aktif ketika waktu pengiriman mendekati jadwal yang telah dipesan oleh pengguna. Pengguna akan diarahkan ke halaman pencarian di mana AluPet akan mencari *driver* terdekat. Setelah menemukan *driver* yang tersedia, aplikasi kami akan menampilkan detail lokasi *driver* beserta *rating*-nya. Pengguna juga dapat mengirim pesan kepada *driver* tersebut dengan menekan tombol chat yang terletak di samping nama *driver*.

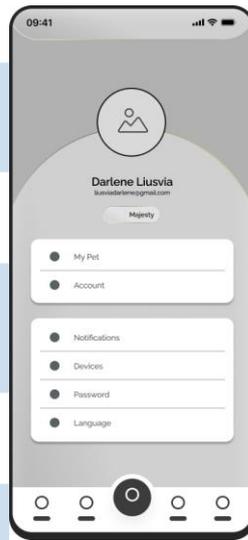


Gambar 4.90 *Low-fi Searching for Driver Page*

xxii. *Profile*

Di menu profil, pengguna akan menemukan foto profil mereka, nama, dan alamat *email*, serta status keaktifan mereka dalam menggunakan aplikasi AluPet. Di bawahnya, terdapat opsi pengaturan yang memungkinkan pengguna untuk mengelola informasi tentang hewan peliharaan mereka dan akun mereka. Di bawah opsi tersebut, pengguna dapat mengelola notifikasi, perangkat yang terhubung, kata sandi akun, dan bahasa yang mereka gunakan di aplikasi. Untuk menyegarkan tampilan, tim berencana untuk menambahkan gambar supergrafik AluPet sebagai latar belakang di halaman *profile*.

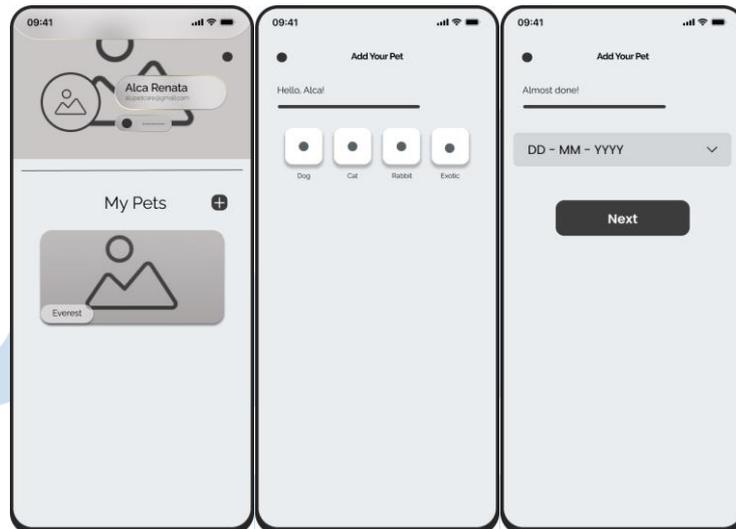


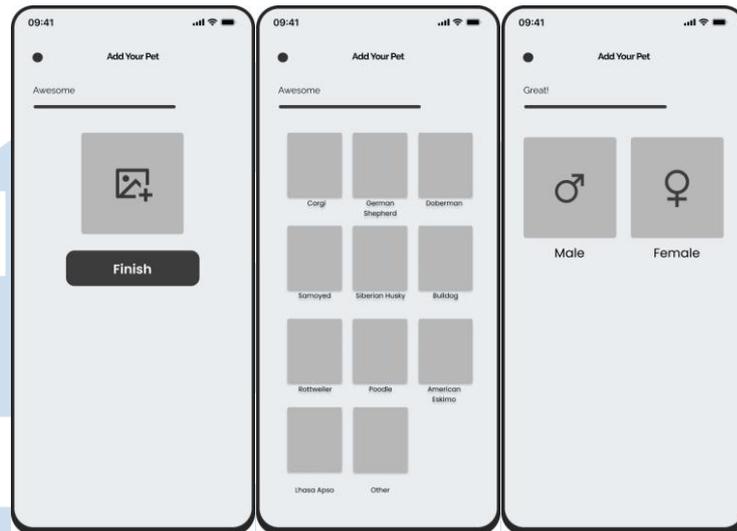


Gambar 4.91 Low-fi Profile Page

xxiii. My Pet

Halaman ini akan aktif ketika pengguna mengklik opsi "My Pet" di profil mereka. Di sini, mereka akan menemukan tampilan untuk memasukkan detail tentang hewan peliharaan mereka. Informasi seperti jenis hewan, tanggal lahir, foto, breed, dan jenis kelamin diperlukan untuk mendaftarkan hewan di dalam aplikasi..





Gambar 4.92 Low-fi My Pet Page

- **Revisi**

Setelah menguji pengguna terhadap prototipe aplikasi AluPet, kami dan tim melakukan beberapa penyesuaian berdasarkan hasil kuesioner serta pengamatan dari respons dan komentar langsung para peserta. Setelah itu, tim AluPet melakukan diskusi internal untuk merinci revisi yang diperlukan pada prototipe aplikasi:

1. User Interface

a. 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 UI nya pun yang sesuai dan tidak mengganjal, 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 4.93 UI Pet Detail 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 1 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 4.94 UI Pet Detail Setelah Revisi

2. Flyer

Penulis dan tim melakukan beberapa penyesuaian desain pada *flyer* AluPet. Saat flyer dicetak, kami menemukan bahwa bayangan yang digunakan pada beberapa bagian justru menjadi bidang hitam yang terlalu jelas dan mengganggu pola desain yang telah ada. Selain itu, pada supergrafik yang diberi efek blur dengan tujuan membuat gambar dan konten lebih menonjol, ketika dicetak, justru terlihat tidak berkualitas tinggi dan tampak seperti terjadi kesalahan dalam proses pencetakan sehingga bagian tersebut kurang jelas..



Gambar 4.95 Desain Flyer sebelum revisi

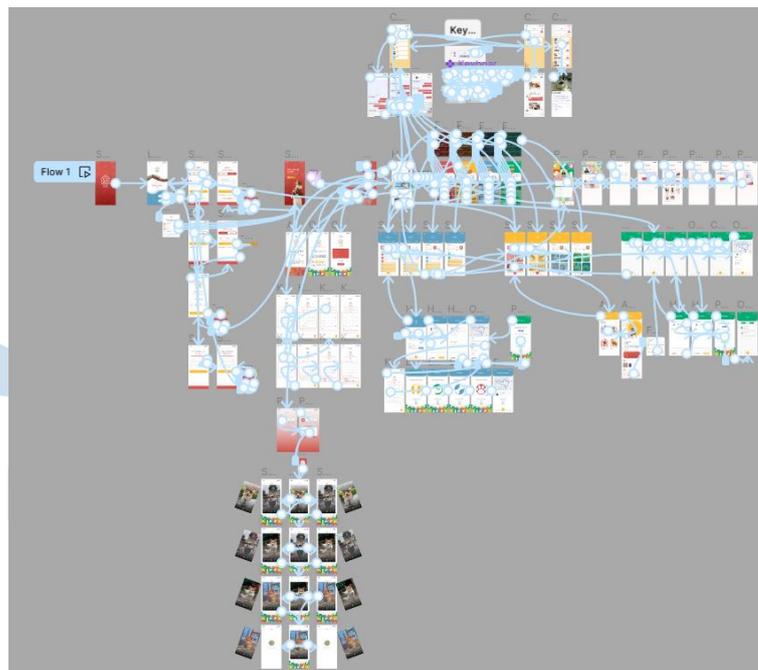
Maka dari itu penulis dan kelompok melakukan beberapa revisi pada desain *flyer* ini. Dimana penulis dan kelompok membuat sebuah outline yang mengelilingi bentuk dari gambar hewan yang digunakan, serta pada bagian bawah pada bidang whatsapp dan instagram, sebagai pengganti *blur* yang digunakan untuk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



Gambar 4.96 Desain Flyer setelah revisi

- Finalisasi

Pada tahap finalisasi, penulis memeriksa prototype secara keseluruhan dan merapikan kembali detail-detail jika diperlukan. *Flow* interaksi dari prototype berdurasi sekitar kurang lebih 5 menit dan dapat diakses melalui Figma (<https://bit.ly/AluPet>).



Gambar 4.97 Screenshot keseluruhan UI Aplikasi

4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa

Dalam perancangan produk AluPet ini, penulis berperan sebagai CFO (*Chief Financial Officer*) yang memiliki tanggungjawab dalam mengatur pengeluaran dan juga pemasukan dari produk yang sudah dijalankan. Penulis juga berperan sebagai graphic designer yang membantu dalam hal perancangan *brand identity*, *merch* dan memberikan masukan dalam pembuatan website dan juga aplikasi. Penulis juga berkontribusi dalam memberikan ide dan masukan selama merancang konsep, hingga proses merancang prototype akhir. Penulis juga berperan menghitung semua pengeluaran mulai dari proses produksi merch dan menghitung pengeluaran untuk printing kebutuhan promosi dan juga mencari vendor untuk merch.

4.3.1 Brand Identity

Penulis merancang *brand identity* sehingga membantu semua tahapan design agar memiliki gaya design yang sama dan menunjukkan kesan *comfortable*, *cheerful* dan *happiness*. Design ini dirancang agar pengguna dapat dengan mudah mengenali desain AluPet yang memiliki warna yang kontras dan menonjol. Berikut merupakan design *brand identity* yang dibuat:



Gambar 4.98 brand identity AluPet

Design dengan warna cerah dan *simple* memberikan kesan yang memudahkan dan menyenangkan bagi para pengguna saat melihat desain yang telah dirancang oleh AluPet.

4.3.2 Merchandise

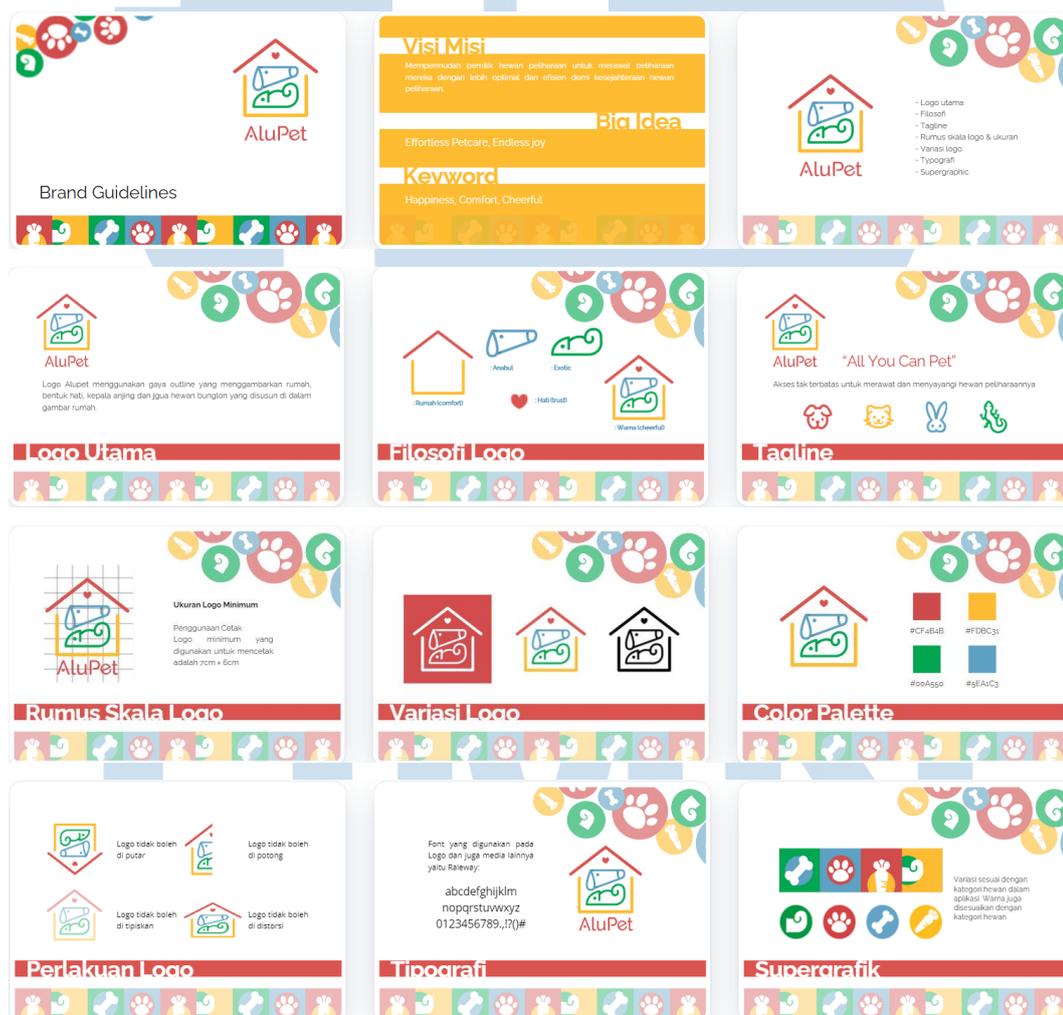
Penulis merancang design untuk *merchandise* yang disediakan oleh AluPet untuk meningkatkan *awareness* terhadap brand sesuai dengan kebutuhan para pengguna. Penulis merancang design *merch* totebag, topi dan juga lanyard. Semua design kembali mengacu pada *brand identity* yang telah di tetapkan oleh penulis dan tim agar kesan yang ingin di sampaikan oleh brand AluPet tetap tersampaikan dengan baik. Berikut merupakan design *merch* yang dibuat:



Gambar 4.99 Merch AluPet

4.3.3 Graphic Standard Manual

Penulis telah merancang *Graphic standard manual* dengan tujuan orang yang mengerjakan design untuk AluPet memiliki pedoman yang pasti sehingga setiap design yang dibuat untuk konten AluPet konsisten dan juga seragam. Penulis merancang GSM ini setelah melakukan *brainstorming* bersama tim dan juga menetapkan konsep untuk AluPet. Berikut *graphic standard manual* yang telah dibuat:

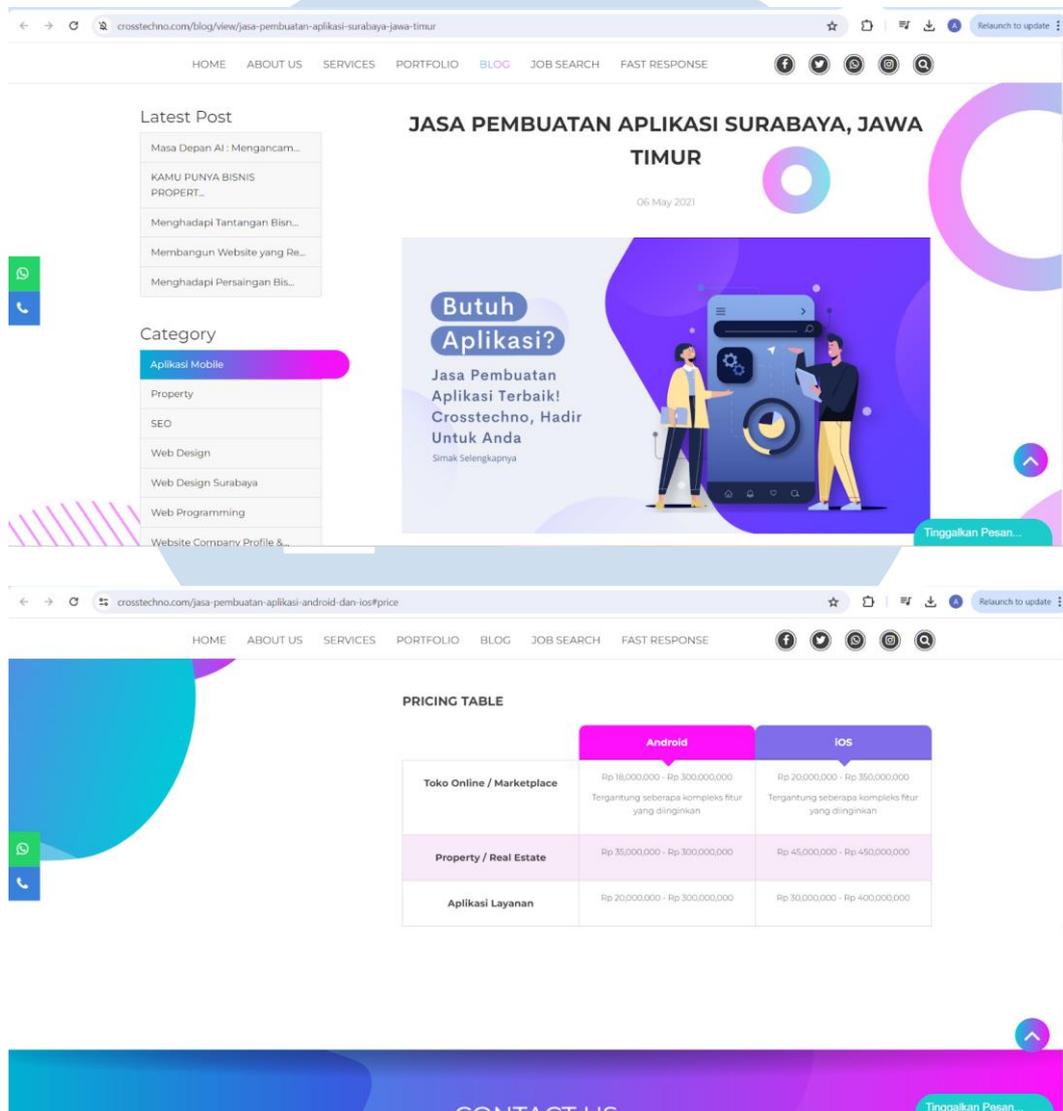


Gambar 4.100 *Graphic Standard Manual*

4.4 Penentuan Vendor *Prototype* Produk /Jasa

Penulis dan team memilih crosstechno sebagai vendor pembuat aplikasi asal Surabaya, hal ini dihasilkan dari riset yang telah dilakukan penulis dan team untuk menentukan vendor ini. Crosstechno memiliki keunggulan dalam membuat aplikasi

karena telah berpengalaman dalam bidangnya. Untuk setiap pembuatan aplikasi dengan guna yang berbeda, Crosstechno memberikan harga yang berbeda-beda.



Gambar 4.101 Vendor Crosstechno

Selanjutnya penulis dan tim juga telah menetapkan vendor lainnya untuk merch, dimana Alupet memiliki beberapa merch seperti jersey, topi, lanyard dan juga tote bag. Penulis telah menetapkan vendor yang berbeda-beda untuk setiap merchnya.

Penulis memilih Wondapparel sebagai vendor jersey, faktor penulis dan tim memilih vendor ini adalah harganya yang cukup murah dibanding yang lain dan

juga hasil *review* yang cukup balik dalam print desain pada jersey. Berikut design yang dicetak melalui vendor:



Gambar 1.102 Desain Jersey AluPet

Penulis dan tim juga menetapkan Krato melalui platform shopee sebagai vendor untuk melakukan *print* desain pada tote bag. Hal ini dikarenakan harga yang cukup murah dan juga hasil print yang cukup tajam pada review nya. *Brand* ini juga memiliki ulasan yang hampir sempurna. Berikut hasil desain yang akan dikerjakan kedepannya:



Gambar 4.103 Desain totebag AluPet

Penulis juga telah menetapkan Ngeprint Digital sebagai vendor yang terpilih untuk print lanyard tim kami sesuai desain yang telah dibuat oleh tim, dengan hasil *review* melalui platform belanja *online*, semua *review* menunjukkan hasil yang baik dan juga hasil print yang tajam, maka itu penulis dan tim menetapkan untuk memilih vendor ini dan melakukan print pada design seperti di bawah ini:



Gambar 4.104 Desain lanyard AluPet

Merch terakhir yaitu topi, penulis dan tim telah mengerjakan desain yang sesuai dengan identitas Alupet sendiri, maka penulis dan tim menetapkan transtopibandung sebagai vendor, karena harganya yang cenderung murah, kualitas yang cukup baik dan juga pengerjaan yang cepat. Maka penulis dan tim menetapkan untuk menggunakan vendor ini untuk melakukan desain bordir pada topi seperti desain di bawah ini:

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 4.105 Desain topi AluPet

4.5 Hasil Ujicoba *Prototype* Produk/Jasa

Penulis melakukan user test dengan tujuan untuk menguji hasil *prototype* aplikasi AluPet yang telah dibuat dan mendapatkan masukan secara langsung dari para partisipan tentang bagaimana pendapat para pengguna selama menggunakan aplikasi AluPet. *Feedback* dari para pengguna juga membantu penulis dan tim untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari *prototype* yang dibuat dan dapat memperbaiki fitur-fitur yang masih perlu disesuaikan, uji coba *prototype* ini juga disertai dengan pengisian google form untuk memberikan penilaian.

User test dilaksanakan secara online dan juga offline pada tanggal 26 April – 7 Mei 2024. Hasil *user test* langsung didapatkan selama proses uji coba *prototype* dan pengisian google form oleh para partisipan.

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 4.106 Dokumentasi user test

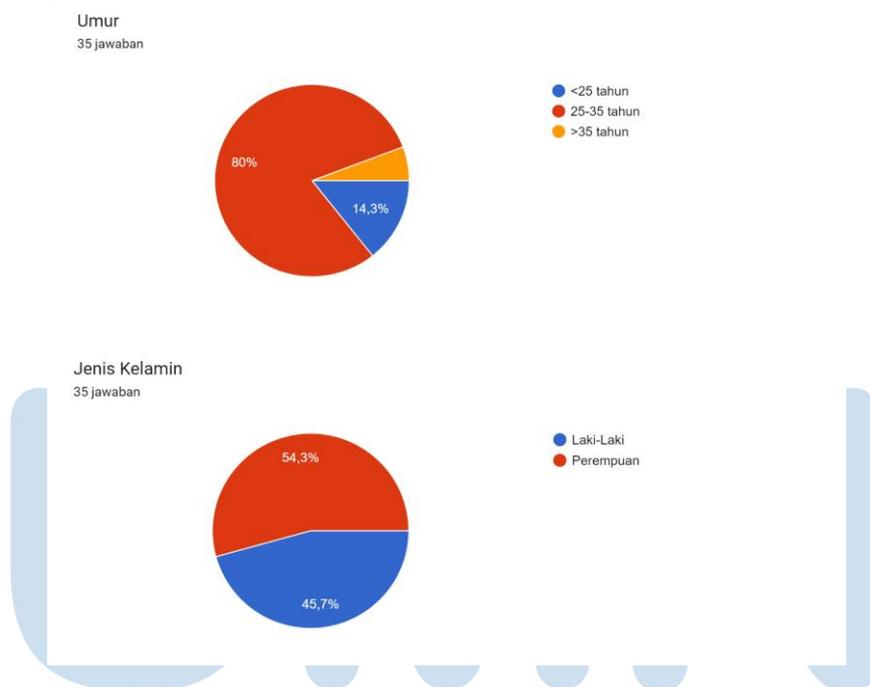
Terdapat total 35 partisipan dengan (19) 54,3% merupakan perempuan dan (16) 45,7% merupakan laki-laki. Range usia dari para partisipan adalah (5) 14,3% untuk usia dibawah 25 tahun, (28) 80% untuk usia 25-35 tahun, dan (2) 5,7% untuk usia diatas 35 tahun.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4.5.1 Desain

Berdasarkan hasil uji coba pengguna, visual desain UI aplikasi ini menjadi daya tarik utama yang meningkatkan minat partisipan dalam menggunakan aplikasi. Partisipan menggambarkan visual aplikasi dengan kata-kata seperti unik (6), menarik (5), ceria (4), lucu (3), dan bagus (3). Pemilihan warna yang digunakan menciptakan suasana ceria yang memberikan kesan menyenangkan dan nyaman untuk dilihat. Desain ikon dan gambar juga sudah sesuai dan jelas sehingga mudah dipahami fungsi dan kegunaannya. Namun, masih diperlukan beberapa perubahan, terutama dalam tata letak beberapa halaman. Berikut adalah hasil dari jawaban tiap pertanyaan terkait desain yang terdapat di dalam *Google Form*;



Gambar 4.107 Umur dan kelamin responden

Penulis telah merangkum hasil dari *feedback* mengenai desain dalam 1 tabel yang membahas aspek yang tercantum dalam *google form*. Berikut tabel *feedback* yang telah dibuat:

Tabel 4.3 *Feedback* 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 pada *prototype* AluPet sendiri telah menarik dan mudah di pahami oleh para partisipan, tetapi dalam beberapa bagian masih dibutuhkan perbaikan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan prototipe dalam navigasi menu dan pengaturan *keyboard* sesuai preferensi masing-masing pengguna. Dengan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan navigasi AluPet, penulis perlu memperbaiki beberapa bagian, terutama dalam petunjuk navigasi, baik berupa ikon maupun teks keterangan. Berikut adalah hasil jawaban dari tiap pertanyaan terkait navigasi yang terdapat di dalam *Google Form*;

Tabel 4.4 *Feedback 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

4.5.3 Pengeluaran

Penulis telah merancang tabel pengeluaran untuk biaya yang dikeluarkan selama proyek ini dilakukan, mulai dari pengeluaran marketing, pengeluaran *merch* dan juga biaya *transport* selama proyek ini berjalan. Berikut tabel pengeluaran yang telah dibuat selama bulan mei:

Tabel 4.5 Pengeluaran bulan mei

Pengeluaran Marketing (1 Bulan)			
	Harga	Kuantitas	Total
Flyer	Rp1.625,00	100	Rp162.500,00
Advertisement	Rp3.000,00	50	Rp150.000,00
Pricelist	Rp83.000,00	1	Rp83.000,00

Table Tent	Rp16.000,00	2	Rp32.000,00
Banner	Rp90.000,00	1	Rp90.000,00
Poster a3	Rp5.500,00	1	Rp5.500,00
Poster	Rp2.750,00	2	Rp5.500,00
Stiker	Rp20.500,00	2	Rp41.000,00
Bensin	Rp200.000,00	1	Rp200.000,00
Properti Booth	Rp27.500,00	2	Rp55.000,00
Jersey	Rp140.000,00	4	Rp560.000,00
Lanyard	Rp7.380,00	20	Rp147.600,00
Topi	Rp30.000,00	10	Rp300.000,00
Totebag	Rp20.000,00	10	Rp200.000,00
TOTAL			Rp2.032.100,00

Dengan tabel di atas, penulis menetapkan pengeluaran untuk 6 bulan kedepan dengan acuan pengeluaran minimal sebesar Rp2.032.100,00. Hal ini dikarenakan kemungkinan pengeluaran yang lebih besar karena adanya event khusus atau tingkat penjualan *merch* yang meningkat yang dikarenakan faktor eksternal lainnya seperti libur panjang dan jadwal kepadatan kerja pada bulan tertentu.

4.6 Kendala yang Ditemukan

Selama pengerjaan MBKM *Cluster* wirausaha ini, penulis dan tim menemukan beberapa kendala dan kesulitan. Penulis dan tim mendapati kendala saat mencari nama aplikasi yang sesuai dengan layanan yang diberikan, hal tersebut juga didapatkan karena banyak nama-nama yang memiliki kemiripan. Penulis juga berulang kali mendapati kendala dalam hal mencari vendor yang cocok untuk melakukan cetak *flyer* dan *merch*. Akan tetapi hal ini tersebut menjadi tantangan yang dihadapi penulis bersama dengan tim sehingga membutuhkan banyak kerjasama selama pembuatan.

Kendala yang berkesan bagi penulis dan tim adalah saat mencari partner dan juga menyebar *flyer* di waktu yang hampir sama. Kesulitan ini dihadapi penulis di

saat penulis dan tim ingin pertama kali merealisasikan ide bisnis ini dengan menggunakan cara manual melalui *flyer*. Penulis dan tim menghadapi kesulitan untuk menemukan *pet shop* yang ingin bekerja sama, karena beberapa dari mereka memiliki media promosi sendiri yang cukup besar sehingga tidak membutuhkan bantuan alupet lagi, ada juga yang sudah memiliki nama yang cukup terkenal sehingga tidak tertarik dengan paparan *partnership* yang ditawarkan. Hal ini juga menjadi tantangan karena waktu yang cukup singkat membuat penulis dan tim perlu mulai menyebarkan *flyer* untuk mencari customer, sehingga hal ini menjadi kendala terbesar tim selama pengerjaan MBKM *Cluster* kewirausahaan ini.

4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

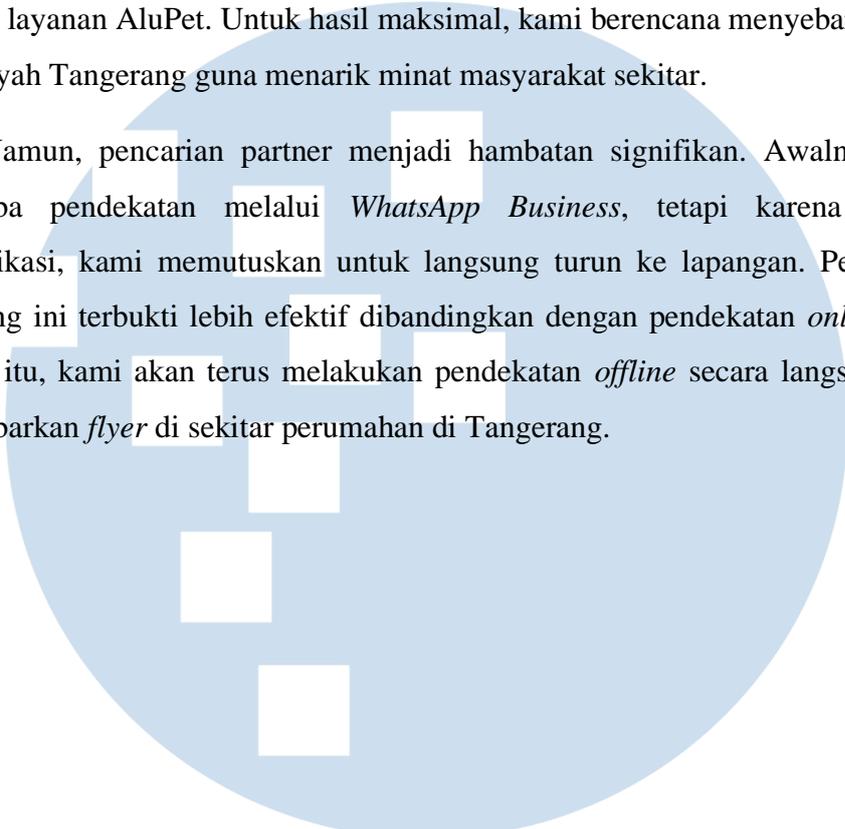
Sesuai dengan kendala yang penulis dan tim temukan, penulis dan tim memutuskan untuk mencari solusi yang tepat. Untuk kendala pertama, yaitu kesulitan dalam mencari nama yang sesuai, tim kami memutuskan untuk melakukan riset, mind mapping, dan brainstorming setiap hari. Dari kegiatan ini, kami menemukan beberapa ide nama aplikasi yang cocok dengan layanan kami. Kami kemudian melakukan riset lanjutan untuk memastikan bahwa nama-nama tersebut belum digunakan oleh perusahaan lain. Proses ini memakan waktu sekitar dua hingga tiga minggu, hingga akhirnya kami memutuskan untuk menggunakan nama AluPet, yang merupakan singkatan dari "*All You Can Pet*". Nama ini belum digunakan oleh tim dan perusahaan lain, sehingga dapat digunakan untuk proyek MBKM Kewirausahaan kami.

Kendala kedua yang dihadapi penulis dan tim adalah mencari berbagai vendor, seperti vendor untuk mencetak *flyer* dan membuat *merchandise*. Untuk mengatasi ini, penulis dan tim memutuskan untuk membagi tugas pencarian vendor agar prosesnya lebih efisien. Setelah menemukan beberapa alternatif vendor, tim menghubungi mereka dan melakukan seleksi. Pada tahap akhir, tim berhasil memproduksi *flyer* dan *merchandise* untuk Aplikasi AluPet.

Dalam menghadapi kendala pencarian *partner* dan konsumen, tim AluPet lebih banyak mengalami kesulitan dalam mencari *partner*. Kami telah menggunakan teknik promosi dari mulut ke mulut untuk menarik perhatian calon

pelanggan di sekitar kami, yang ternyata cukup berhasil karena banyak yang tertarik dengan layanan AluPet. Untuk hasil maksimal, kami berencana menyebarkan *flyer* di wilayah Tangerang guna menarik minat masyarakat sekitar.

Namun, pencarian partner menjadi hambatan signifikan. Awalnya, kami mencoba pendekatan melalui *WhatsApp Business*, tetapi karena kendala komunikasi, kami memutuskan untuk langsung turun ke lapangan. Pendekatan langsung ini terbukti lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan *online*. Oleh karena itu, kami akan terus melakukan pendekatan *offline* secara langsung serta menyebarkan *flyer* di sekitar perumahan di Tangerang.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with a vertical bar through its center, resembling a simplified 'U' or a similar symbol.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Proses perancangan AluPet sebagai solusi yang dapat memberikan kemudahan bagi para pemilik hewan peliharaan menjadi sebuah tantangan yang perlu memperhatikan cara pendekatan dan juga identifikasi masalah yang baik, dan juga memerlukan konsep yang sesuai selama prosesnya. Berdasarkan analisis sepanjang proses perancangan, hasil analisis memberikan data bahwa para pemilik hewan memiliki kesulitan dalam merawat hewan peliharaan mereka karena sibuk dan sulit menemukan waktu yang cocok dan perawatan yang sesuai.

Maka itu sebuah media interaktif yang baik diperlukan, tetapi untuk menarik para pemilik hewan peliharaan untuk menaruh minat pada media ini membutuhkan *brand identity* yang baik sehingga dapat mencapai hati dan juga memberikan kesan nyaman pada para pengguna, sehingga penulis melakukan perancangan pada identitas visual pada media interaktif AluPet dengan banyak melakukan riset dan juga mempertimbangkan apa saja yang perlu di perhatikan selama proses melalui proses *brainstorming* dan juga *prototyping*.

Sebagai CFO (*Chief Financial Officer*), penulis mendapatkan banyak pengalaman dalam mengelola keuangan, menghubungi vendor untuk produksi *merch* dan juga mengurus semua transaksi yang didapat oleh AluPet. Pada sisi lain penulis juga turut serta dalam proses desain *brand identity*, *brainstorming* ide desain UI/UX, dan juga desain *merchandise*. Selain memberikan pengalaman terbaik bagi para pengguna, penulis juga memastikan bahwa para pemilik hewan peliharaan bisa mendapatkan layanan jasa yang terbaik bagi hewan peliharaan mereka.

5.2 Saran

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

1. Mahasiswa perlu menetapkan ide bisnis dengan latar belakang yang pasti untuk dasar dari ide bisnis wirausaha.
2. Mahasiswa perlu melakukan riset terhadap market dan juga menganalisis apa yang sebenarnya dibutuhkan dalam permasalahan yang ada.
3. Memiliki konsep bisnis yang pasti dan juga menetapkan target market.
4. Dalam perhitungan pendapatan tahunan perlu dipertimbangkan perkembangan transaksi dengan bulan yang memiliki libur Panjang dan juga tanggal lain yang memiliki potensi transaksi meningkat.
5. Penjelasan mengenai keuangan dijabarkan dengan detail dan jelas, termasuk pengeluaran untuk marketing dan juga produksi.
6. Membuat GSM untuk setiap perancangan *brand identity*, dimana GSM merupakan *output* yang harus dalam topik perancangan, hal ini untuk mempertahankan konsistensi desain untuk setiap media.
7. Mahasiswa juga perlu memperhatikan kebutuhan dan juga menyesuaikan desain sesuai dengan target market sehingga dapat menarik dan juga menjadi solusi yang tepat pada latar belakang masalah yang ada.
8. Mahasiswa perlu terbuka pada evaluasi dan masukan selama proses perancangan agar dapat menghasilkan solusi yang sesuai dan dapat diminati oleh *target market*.

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