

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN
IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI PAWMISI**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

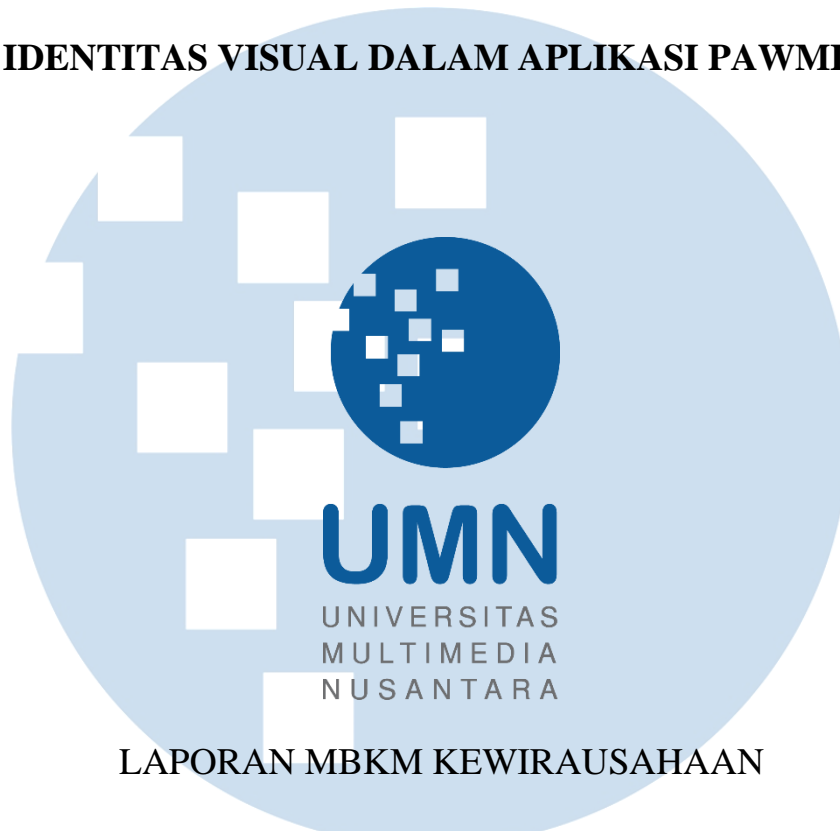
LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Rasya Salsabila Haffaf

0000058900

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN
IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI PAWMISI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Rasya Salsabila Haffaf

0000058900

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rasya Salsabila Haffaf

Nomor Induk Mahasiswa : **00000058900**

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM dengan judul:

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI PAWMISI

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Laporan Cluster MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Rasya Salsabila Haffaf)

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN
IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI PAWMISI**

Oleh

Nama : Rasya Salsabila Haffaf

NIM : 00000058900

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 13.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Pembimbing

Desy Sandrayani Hartanadijaya, S.Sn., M.Pd.
0311127202/L00168

Penguji

Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rasya Salsabila Haffaf
NIM : 00000058900
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Laporan Cluster MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI PAWMISI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan Laporan Cluster MBKM selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Rasya Salsabila Haffaf)

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

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kita karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan MBKM Kewirausahaan sebagai syarat Kelulusan MBKM Kewirausahaan di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proposal tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan doa dari banyak pihak untuk menyelesaikan tugas ini. Oleh karena itu, di kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Desy Sandrayani Hm S.Sn., M.Pd sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Cluster MBKM ini.
5. Tim Skystar Ventures, sebagai Pembimbing Eksternal/Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya karya dalam laporan Cluster MBKM ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Cluster MBKM ini.

Melalui perancangan ini, penulis berharap dapat memberikan wawasan dan *insight* baru bagi pembaca mengenai proses perancangan ide bisnis dan perancangan prototipe aplikasi. Segala bentuk kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan untuk pengembangan dan pembelajaran lebih lanjut

Tangerang, 30 Mei 2024



(Rasya Salsabila Haffaf)

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI PAWMISI

Rasya Salsabila Haffaf

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Indonesia menunjukkan tren positif selama lima tahun terakhir, dengan mencapai skor 5,85 pada skala 1 hingga 10 pada tahun 2022. Peningkatan ini menarik perhatian masyarakat dan menandakan adanya perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak mengintegrasikan teknologi ke dalam kehidupan sehari-hari. Namun, meski persentase pemilik hewan peliharaan di Indonesia sudah mencapai 72%, masih terdapat kesenjangan dalam layanan transportasi hewan peliharaan. Laporan ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan kuesioner dan studi eksisting dengan menggunakan teori Design Thinking oleh Hasso Plattner. Hasil dari penelitian ini adalah pembuatan Graphic Standard Manual *brand* Pawmisi dan desain iklan yang terintegrasi dalam aplikasi serta desain iklan Digital. Dengan penerapan desain dan strategi komunikasi yang efektif, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan solusi terhadap kesenjangan layanan transportasi hewan peliharaan dan memenuhi kebutuhan konsumen, sejalan dengan kemajuan teknologi yang pesat di Indonesia, serta dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup bagi pemilik hewan peliharaan.

Kata kunci: Teknologi Informasi dan Komunikasi, Aplikasi, Layanan antar jemput, Branding, Design Thinking

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BUSINESS STRATEGY AND VISUAL IDENTITY DESIGN

IN PAWMISI APPLICATION

Rasya Salsabila Haffaf

ABSTRACT (English)

The Development of Information and Communication Technology (ICT) in Indonesia has shown a positive trend over the last five years, reaching a score of 5.85 in a scale of 1 to 10 in 2022. This increase has attracted public's attention and indicates a shift in consumer behavior, with more people integrating technology into their daily lives. However, despite 72% of Indonesians owning pets, there remains a gap in pet transportation services. This report uses a quantitative approach, conducting questionnaires and existing studies, and applies the Design Thinking theory by Hasso Plattner. The result of this research include the creation of a Graphic Standard Manual for the Pawmisi brand and the design of integrated advertisements within the application as well as digital ads. With the implementation of effective design and communication strategies, it is hoped that the findings of this research can provide solutions to the gap in pet transportation services, meet consumer needs in line with rapid technological advancements in Indonesia, and contribute to improving the quality of life for pet owners.

Keywords: *Information and Communication Technology, Application, Transportation Services, Branding, Design Thinking*

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

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT (English)</i> | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | i |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan | 3 |
| 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan | 3 |
| 1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan | 3 |
| 1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan | 3 |
| 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan | 4 |
| BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS | 7 |
| 2.1 Validasi Ide Bisnis | 7 |
| 2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis | 7 |
| 2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis | 8 |
| 2.2 <i>Business Model Canvas</i> | 10 |
| 2.4 Struktur Perusahaan | 15 |
| 2.5 Alur Kerja Perusahaan | 17 |
| 2.6 Analisis Kelayakan Usaha | 17 |
| BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION | 21 |
| 3.1 <i>Market Research Validation</i> | 21 |
| 3.1.1 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i> | 21 |
| 3.1.2 <i>Market Persona</i> | 23 |

| | | |
|---|--|-------------|
| 3.2 | Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis..... | 25 |
| 3.2.1 | Metode Pengumpulan Data Kualitatif..... | 25 |
| 3.3 | Analisa Produk Merek dan Kompetitor..... | 26 |
| 3.4 | Studi Eksisting dan Studi Referensi | 29 |
| 3.4.1 | Studi Eksisting | 29 |
| 3.4.2 | Studi Referensi..... | 31 |
| 3.5 | Penetapan Harga Produk/Jasa..... | 36 |
| 3.6 | Metode Perancangan Produk/Jasa | 37 |
| BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA | | 40 |
| 4.1 | <i>Timeline</i> dan Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa.. | 40 |
| 4.2 | Uraian Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa | 46 |
| 4.2.1 | Perancangan <i>Brief Prototype</i> produk..... | 47 |
| 4.2.2 | <i>Mind Map</i> | 47 |
| 4.2.3 | <i>Moodboard</i> | 48 |
| 4.2.4 | Perancangan Desain | 50 |
| 4.2.5 | <i>Draft</i> Desain..... | 57 |
| 4.2.6 | Revisi..... | 60 |
| 4.2.7 | Finalisasi | 63 |
| 4.3 | Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa | 63 |
| 4.3.1 | <i>Prototype</i> Aplikasi | 63 |
| 4.3.2 | <i>Brand Identity</i> | 64 |
| 4.3.3 | <i>Marketing Strategy</i> | 66 |
| 4.4 | Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Produk /Jasa..... | 76 |
| 4.5 | Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk/Jasa..... | 77 |
| 4.6 | Kendala yang Ditemukan | 81 |
| 4.7 | Solusi atas Kendala yang Ditemukan | 82 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | | 83 |
| 5.1 | Simpulan..... | 83 |
| 5.2 | Saran..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | | xiii |
| LAMPIRAN..... | | xvi |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Deskripsi Waktu Pelaksanaan MBKM Kewirausahaan..... | 4 |
| Tabel 2.1 Tabel Investasi | 18 |
| Tabel 2.2 Harga Pokok Produksi | 19 |
| Tabel 3.1 Tabel Segmentasi, Targetting, dan Positioning | 21 |
| Tabel 3.2 Tabel <i>targeting</i> Pemilik Hewan Peliharaan | 22 |
| Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Kompetitor | 27 |
| Tabel 3.4 Tabel Perbandingan Kompetitor | 28 |
| Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT | 30 |
| Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa..... | 40 |
| Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa | 41 |
| Tabel 4.3 Aturan XP Pawbuddy..... | 56 |
| Tabel 4.4 Level Pawbuddy..... | 56 |
| Tabel 4.5 Rincian Vendor | 75 |
| Tabel 4.6 Hasil data <i>Alpha Test</i> | 78 |
| Tabel 4.7 Hasil data <i>Beta Test</i> | 80 |

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i> | 11 |
| Gambar 2.2 Logo Pawmisi..... | 15 |
| Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Pawmisi..... | 15 |
| Gambar 2.4 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan..... | 17 |
| Gambar 3.1 Target Market Persona Primer..... | 24 |
| Gambar 3.2 Target Market Persona Sekunder..... | 25 |
| Gambar 3.3 <i>Brand Positioning Map</i> | 26 |
| Gambar 3.4 Logo The Zoo..... | 31 |
| Gambar 3.5 Tampilan aplikasi The Zoo..... | 31 |
| Gambar 3.6 Logo Wagginton..... | 32 |
| Gambar 3.7 Tampilan aplikasi Wagginton..... | 32 |
| Gambar 3.8 Media publikasi Wagginton..... | 33 |
| Gambar 3.9 Logo PETO..... | 33 |
| Gambar 3.10 Tampilan Aplikasi PETO..... | 34 |
| Gambar 3.11 Logo Shopee..... | 34 |
| Gambar 3.12 Fitur Pelacakan Shopee..... | 35 |
| Gambar 3.13 Logo Gojek..... | 35 |
| Gambar 3.14 <i>Loyalty Status</i> Gojek..... | 36 |
| Gambar 3.15 Visual Gojek..... | 36 |
| Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i> Pawmisi..... | 47 |
| Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Pawmisi..... | 48 |
| Gambar 4.3 <i>Moodboard Visual</i> Pawmisi..... | 49 |
| Gambar 4.4 <i>Color Palette</i> Pawmisi..... | 49 |
| Gambar 4.5 <i>Typeface</i> Pawmisi..... | 50 |
| Gambar 4.6 <i>Information Architecture</i> Pawmisi..... | 51 |
| Gambar 4.7 <i>User Flow</i> Pawmisi..... | 52 |
| Gambar 4.8 <i>Low Fidelity</i> Pawmisi..... | 53 |
| Gambar 4.9 <i>High Fidelity</i> Pawmisi..... | 53 |
| Gambar 4.10 Fitur Pawpay..... | 54 |
| Gambar 4.11 Fitur Pawprofile..... | 55 |
| Gambar 4.12 <i>Draft Page Profile</i> Pawmisi..... | 57 |
| Gambar 4.13 <i>Draft Page On-Going Services</i> Pawmisi..... | 58 |
| Gambar 4.14 <i>Draft Page List Mitra</i> Pawmisi..... | 59 |
| Gambar 4.15 <i>Draft Page setting</i> Pawmisi..... | 59 |
| Gambar 4.16 Revisi <i>taskbar</i> Pawmisi..... | 60 |
| Gambar 4.17 Pop-up <i>homescreen</i> Pawmisi..... | 60 |
| Gambar 4.18 Tingkatan Loyalitas Fitur Pawbuddy..... | 61 |
| Gambar 4.19 <i>Booking Page</i> Pawmisi..... | 61 |
| Gambar 4.20 <i>Booking Detail</i> Pawmisi..... | 62 |
| Gambar 4.21 <i>On-boarding screen Aplikasi</i> Pawmisi..... | 63 |
| Gambar 4.22 Logo Pawmisi..... | 64 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.23 <i>Supergraphic</i> Pawmisi | 65 |
| Gambar 4.24 Feeds Instagram Pawmisi..... | 66 |
| Gambar 4.25 Feeds Instagram Caraosel 1 Pawmisi..... | 67 |
| Gambar 4.26 Feeds Instagram Caraosel 2 Pawmisi..... | 67 |
| Gambar 4.27 Instagram Story Pawmisi | 68 |
| Gambar 4.28 <i>Billboard</i> | 69 |
| Gambar 4.29 KRL <i>Billboard</i> Pawmisi..... | 70 |
| Gambar 4.30 Bus <i>Billboard</i> Pawmisi..... | 70 |
| Gambar 4.31 <i>Pamphlets</i> Pawmisi | 71 |
| Gambar 4.32 Transit media – Halte | 71 |
| Gambar 4.33 Transit media – Stasiun | 71 |
| Gambar 4.34 Transit media - Bandara | 72 |
| Gambar 4.35 Media Promosi di Aplikasi Pawmisi | 73 |
| Gambar 4.36 Landyard Pawmisi 1 | 74 |
| Gambar 4.37 Landyard Pawmisi 2..... | 74 |
| Gambar 4.38 Landyard Pawmisi 3..... | 75 |
| Gambar 4.39 Pertanyaan Kuesioner <i>Alpha & Beta Test</i> | 77 |
| Gambar 4.40 Pelaksanaan <i>Alpha Test</i> | 78 |
| Gambar 4.41 Hasil Perbandingan dengan Skala <i>Benchmark Alpha Test</i> | 79 |
| Gambar 4.42 Pelaksanaan <i>Beta Test</i> | 79 |
| Gambar 4.43 Hasil Perbandingan dengan Skala <i>Benchmark Beta Test</i> | 80 |

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|---------|
| LAMPIRAN A MBKM-1 <i>Cover Leter</i> MBKM Kewirausahaan | xvi |
| LAMPIRAN B MBKM-02 MBKM Kewirausahaan <i>Card</i> | xvii |
| LAMPIRAN C MBKM-03 <i>Daily Task</i> | xviii |
| LAMPIRAN D MBKM-04 <i>Verification Form of Entrepreneurial Report</i> | xxx |
| LAMPIRAN E Lembar Hasil Turnitin | xxxii |
| LAMPIRAN F MBKM Kewirausahaan <i>Letter of Acceptance</i> | xxxvi |
| LAMPIRAN G MBKM Kewirausahaan <i>Letter of Completion</i> | xxxvii |
| LAMPIRAN H Hasil Kuesioner <i>Grooming & Pet Hotel</i> | xxxviii |
| LAMPIRAN I Hasil Kuesioner Open Adoption..... | xli |
| LAMPIRAN J Hasil Kuesioner Adopter | xliii |
| LAMPIRAN K Pemotretan Anjing & Kucing untuk Aset Visual..... | xliv |
| LAMPIRAN L Hasil <i>Alpha Test</i> | xlv |
| LAMPIRAN M Hasil <i>Beta Test</i> | xlvi |
| LAMPIRAN N Dokumentasi Pameran MBKM Kewirausahaan & <i>Alpha Test</i> | xlvii |

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA