

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Penulis menetapkan subjek perancangan aplikasi *AluPet Merchant* untuk mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care* melalui segmentasi audiens berdasarkan target pasar yang dituju dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Demografis:

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : 25 - 35 tahun (primer)
36 - 46 tahun (sekunder)

Pemilihan cakupan usia ini didasarkan pada analisa peluang pasar dimana kelompok usia 25-35 tahun cenderung lebih adaptif terhadap teknologi dan pada usia yang produktif bekerja, yaitu generasi milenial (Hasan et al., 2022, h.135). Sedangkan untuk jangkauan usia 36-46 tahun juga dipertimbangkan untuk menjangkau pelaku usaha yang lebih mapan serta memiliki potensi dalam mendigitalisasikan bisnisnya. Hasil survei Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2023) menunjukkan bahwa sebanyak 61 persen pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) berusia diatas 40 tahun, 37 persen berusia 25-40 tahun, dan hanya dua persen berusia kurang dari 25 tahun. Maka dari itu penulis mengambil cakupan usia dengan potensi yang lebih tinggi, serta dengan prospek yang lebih sesuai jika berkaitan pada digitalisasi.

- c. Tingkat pendidikan : Minimal SMA
- d. Pekerjaan : Pengusaha
- e. SES : SES A2-A1

Status Ekonomi Sosial (SES) Nasional Indonesia tahun 2021 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan diolah oleh Talenta Data Indonsia menyatakan bahwa kategori SES A2 ini mencakup individu

dengan pengeluaran rumah tangga mulai dari Rp 5,000,001 hingga Rp 7,500,000 per bulannya, dan A1 dengan pengeluaran lebih dari Rp 7,500,000 (Realdy, 2022). Kelompok SES ini dipilih penulis karena para pelaku usaha cenderung tergolong dalam kategori ini, yakni individu dengan kemampuan finansial yang kuat serta mampu mengalokasikan dana untuk pengembangan bisnis tertentu.

2. Geografis:

Area Jabodetabek

Pemilihan lingkup geografis dalam perancangan ini difokuskan pada wilayah Jabodetabek yang didasari pada data yang menyatakan bahwa masyarakat di kota-kota besar Indonesia menunjukkan minat yang tinggi dan bahkan terus tumbuh untuk memiliki hewan peliharaan, hal ini memicu kenaikan industri terkait (Rafly et al., 2023, h.22). Kota-kota besar atau yang seringkali disebut dengan kota metropolitan di Indonesia ini mencakup wilayah Jabodetabek, yang meliputi Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Januari et al., 2024, h.30)

3. Psikografis:

- a. Pelaku usaha di industri *pet care* yang memiliki simpati tinggi pada hewan-hewan
- b. Pelaku usaha di industri *pet care* yang mencari keuntungan dan peduli dalam menghadirkan layanan yang optimal
- c. Pelaku usaha di industri *pet care* yang *tech-savvy*
- d. Pelaku usaha di industri *pet care* yang proaktif mencari peluang pemasaran, efisiensi manajemen dan inovasi layanan
- e. Pelaku usaha di industri *pet care* yang mengutamakan efisiensi waktu dan kualitas layanan
- f. Pelaku usaha di industri *pet care* yang terbuka pada kolaborasi dengan pihak eksternal guna memperluas jangkauan pasar

- g. Pelaku usaha di industri *pet care* yang berinisiatif untuk meningkatkan layanan pelanggan melalui teknologi, sehingga dapat memberikan kepraktisan bagi para pemilik hewan peliharaan

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengeksplorasi serta mendapatkan pemahaman makna oleh seorang individu ataupun kelompok terkait dengan isu sosial, dimana prosesnya melibatkan pertanyaan maupun prosedur tertentu, serta penganalisaan data secara induktif (Darwin et al., 2021, h.13). Dengan demikian untuk memperoleh data melalui metode penelitian ini, penulis akan melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, studi eksisting dan juga studi referensi. Pendekatan yang akan diterapkan selama pengumpulan data ialah berupa *purposive sampling*, yakni berfokus pada pemilihan individu yang sesuai dengan kriteria atau batasan masalah yang telah ditentukan. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik perancangan. Penjabaran lebih rinci terkait tahapan dan prosedur dari setiap teknik pengumpulan data akan dijelaskan pada sub-bab berikutnya.

Metode perancangan yang akan digunakan oleh penulis dalam perancangan aplikasi AluPet Merchant ini adalah *Design Thinking* yang diadaptasi dari buku “*Graphic Design Solutions: 6th edition*” karya Landa (2019). Landa menyatakan bahwa pendekatan ini melibatkan pemahaman terkait perilaku dari target serta dengan tujuan untuk menemukan solusi yang paling sesuai dengan kebutuhan dari target. Metode ini terdiri atas lima tahapan proses desain utama untuk yakni *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (h.65). Tahap *Empathize* mencakup pengumpulan data dan informasi menyeluruh terkait permasalahan yang menjadi fokus perancangan. Selanjutnya tahap *Define*, yakni dengan menganalisa data dan informasi yang telah didapat sebelumnya untuk merumuskan permasalahan dengan lebih spesifik. Kemudian tahap *Ideate* yang dilakukan dengan memulai proses *brainstorming* untuk mengembangkan ide dan konsep dari solusi

yang berpotensi. Setelah itu ialah tahapan *Prototype* dimana model awal dari solusi yang telah dipilih masuk dalam proses pengembangan. Tahap terakhir yaitu *Test*, berupa pengujian *prototype* oleh pengguna untuk memperoleh umpan balik dan melakukan iterasi kembali untuk perbaikan. Selama pendekatan ini berlangsung, setiap tahap proses memiliki peran penting dalam menghasilkan solusi desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan sesuai kebutuhan pengguna. Berikut merupakan penjabaran lebih detail terkait kelima tahapan proses desain tersebut:

3.2.1 *Empathize*

Pada tahap *empathize*, penulis akan melakukan riset yang mendalam serta pengumpulan data yang relevan sebagai dasar dari perancangan aplikasi *AluPet Merchant* untuk mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care*. Dalam proses ini, penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif melalui kuesioner dan wawancara guna mendapatkan data yang akurat dan beragam. Penelitian ini mencakup perspektif dari para pelaku usaha *pet care* dan juga pemilik hewan peliharaan guna memperoleh informasi dan pemahaman yang menyeluruh terkait permasalahan dan juga kebutuhan yang menjadi fokus dari perancangan aplikasi *AluPet Merchant*. Riset ini bertujuan untuk mengidentifikasi pandangan, aspirasi dan kebutuhan spesifik dari target perancangan aplikasi *AluPet Merchant*, sebagai *platform* jasa perawatan hewan peliharaan. Tahap ini juga dilakukan untuk membatasi fokus permasalahan, sehingga dapat mendukung proses perancangan solusi yang efektif dan relevan bagi industri *pet care*. Selain itu, penulis juga akan melakukan studi eksisting untuk meninjau pendekatan yang telah diterapkan oleh media yang relevan dengan topik penelitian, sehingga dapat menjadi referensi strategi bagi penulis guna menciptakan inovasi dan pembaruan pada perancangan yang akan dilakukan. Penulis juga akan melakukan studi referensi untuk menjadi panduan maupun inspirasi bagi penulis dalam memperoleh serta mengeksplorasi gaya desain visual yang akan dirancang.

3.2.2 Define

Setelah penulis menyelesaikan proses pengumpulan data pada tahap *empathize*, langkah selanjutnya adalah tahap *define*. Pada tahap ini, penulis akan merangkum dan menganalisa setiap informasi dan data yang telah diperoleh untuk memahami permasalahan secara menyeluruh dan menetapkan masalah utama dalam bentuk *problem statements*. Penulis juga akan membuat *user persona* sebagai sebuah acuan atau representasi dari *target audience* yang telah di rangkum secara detail. Kemudian berdasarkan hasil dari keseluruhan analisa, penulis akan menyusun strategi yang paling sesuai untuk mendukung perancangan aplikasi AluPet Merchant. Strategi ini mencakup penetapan langkah-langkah konkret apa yang akan diperlukan dalam merancang aplikasi AluPet Merchant, baik dari penyampaian komunikasi visualnya, elemen, tulisan, gambar, dan lainnya guna menciptakan karya desain yang optimal.

3.2.3 Ideate

Pada tahap *ideate*, penulis akan memulai proses kreatif dengan mengembangkan ide dan konsep berdasarkan hasil analisa sebelumnya. Proses ini diawali dengan *brainstorming*, *mind mapping*, kemudian *moodboard* yang disajikan dengan kumpulan aspek desain utama yang meliputi *color palette*, *visual style*, *typeface* dan juga hal-hal yang berkaitan dengan visual *interface* lainnya. Segala metode ini bertujuan untuk memastikan bentuk atau model dari elemen grafis serta gaya yang akan digunakan dapat selaras dan efektif. Setelah itu penulis akan mulai menyiapkan *user journey* untuk merancang scenario dari interaksi *user* terhadap produk. Tahapan ini dilanjutkan dengan pembuatan *site-map* atau *information architecture* (IA), untuk menentukan bagaimana sistem informasi akan diorganisasikan secara intuitif dalam UI/UX aplikasi AluPet Merchant. Tahapan ini juga dilengkapi dengan pembuatan *flowchart* untuk memetakan alur interaksi pengguna, mulai dari tahap awal hingga akhir dalam aplikasi.

3.2.4 *Prototype*

Pada tahap ini, penulis akan mulai menerapkan konsep dan ide yang telah ditentukan sebelumnya ke dalam proses perancangan desain. Tahap ini dimulai dengan pengerjaan eksplorasi aset-aset visual yang dibutuhkan beserta dengan pembuatan sketsa dan eksplorasi *low fidelity* dari tampilan desain *ui*, dimana penulis menyiapkan pola *layouting* berupa ukuran *margin*, *space* dan lain sebagainya. Setelah itu, proses finalisasi dilakukan dengan menyempurnakan desain dalam bentuk *high fidelity*. Setelah proses desain *ui/ux* selesai, desain yang telah dirancang akan dilengkapi dengan pola sistem interaksinya pada aplikasi Figma sebagai mediator perancangan desain, sehingga terciptalah sebuah *prototype* atau purwarupa yang dapat menghadirkan gambaran nyata mengenai cara kerja sistem, sekaligus memberikan pengalaman interaktif secara *real time* kepada pengguna dalam menggunakan media interaktif AluPet Merchant yang telah dirancang penulis.

3.2.5 *Test*

Tahap terakhir ialah test, dimana penulis akan melakukan uji coba perancangan menggunakan *prototype* yang ada kepada para target market melalui *alpha* dan *beta testing*. Tahap *alpha testing* merupakan uji coba awal yang bertujuan untuk memberikan pengalaman mengidentifikasi kekurangan dan potensi perbaikan terutama dibagian *user interface* dan *user experience*. Proses ini akan dilakukan pada hari *Prototype Day* yang diselenggarakan oleh prodi DKV UMN. Setelah itu penulis melanjutkan dengan *beta testing*, dimana *prototype* akan diuji secara langsung oleh target utama perancangan, yakni para pelaku usaha di industri *pet care*. Berdasarkan kedua proses *testing* tersebut penulis mengumpulkan *feedback* dan masukkan yang akan digunakan sebagai bahan evaluasi. Kemudian penulis akan melakukan revisi untuk meningkatkan kualitas dan memastikan desain bekerja dengan optimal, serta memastikan solusi yang diimplementasikan dapat efektif dalam menyelesaikan permasalahan.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan ini, teknik penelitian yang akan digunakan oleh penulis meliputi pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, studi eksisting dan juga studi referensi. Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan informasi, data, serta pemahaman terkait tantangan dan kebutuhan industri *pet care*. Para pemilik hewan peliharaan cenderung mencari layanan yang lebih praktis dan mudah diakses karena beberapa kendala yang dapat menghalangi kenyamanan mereka dalam merawat hewan peliharaannya (Charmaraman et al., 2022, h.14). Dalam pengumpulan data, pendekatan yang akan diterapkan adalah *purposive sampling*, yakni dengan memilih responden yang sesuai dengan kriteria atau batasan masalah yang telah ditentukan. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh wawasan yang mendalam serta relevan mengenai tantangan serta kebutuhan dalam industri *pet care*, mencakup perspektif dari pelaku usaha hingga pemilik hewan peliharaan. Dengan demikian, aplikasi yang dirancang nantinya dapat memberikan solusi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan para target audiens.

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang sesuai cakupan kriteria tertentu guna memperoleh data yang akurat serta memiliki reliabilitas tinggi (Abdullah et al., 2022, h.58). Pemilihan metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara efektif dari responden dalam jumlah skala yang lebih besar. Dalam proses perancangan, penulis akan mengarahkan kuesioner kepada dua target audiens utama, yakni para pemilik hewan peliharaan dan para pelaku usaha di industri *pet care*. Kuesioner akan disebarkan secara daring dengan menggunakan *platform* Google Form pada rentang waktu 27 Februari hingga 4 Maret 2025. Tujuan utama dari penggunaan kuesioner untuk kedua audiens ini adalah memastikan bahwa hasil riset memiliki cakupan data yang dalam dan menyeluruh.

1. Kuesioner kepada Pemilik Hewan Peliharaan

Penulis akan menggunakan metode *purposive sampling* dalam kuesioner yang ditujukan kepada para pemilik hewan peliharaan dengan target responden hingga titik jenuh. Kuesioner akan dibagikan kepada target responden yang berdomisili Jabodetabek, berusia 25-35 tahun dan 35 tahun keatas untuk mengambil data sekunder, serta memiliki hewan peliharaan. Target utama adalah individu yang proaktif mencari layanan praktis, seperti *grooming* atau *pet hotel*, namun sering kali terhambat dengan keterbatasan waktu maupun akses. Kuesioner ini bertujuan untuk memahami kebutuhan, preferensi serta tantangan dari para pemilik hewan peliharaan dalam menggunakan layanan *pet care*. Informasi ini tidak hanya berguna untuk memahami kebutuhan pengguna, tetapi juga untuk memperoleh data yang dapat membantu dalam pengembangan strategi bisnis bagi pelaku usaha di industri *pet care*. Yakni dengan mengidentifikasi layanan yang cenderung dibutuhkan, mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemilik dalam memilih layanan, hingga perolehan wawasan tentang harapan para pemilik hewan peliharaan terhadap kualitas dan kemampuan dari layanan *pet care*. Berikut adalah daftar pertanyaan kuesioner yang telah disusun dan dikategorikan sesuai dengan cakupan topik yang ditanyakan.

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Data Diri Kuesioner Pemilik Hewan Peliharaan

BAGIAN 1: Data Responden		Goal: Mengetahui profil umum responden
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Usia	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• 25-28 tahun • 29-32 tahun • 33-35 tahun • >35 tahun
Domisili	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Jakarta • Bogor • Depok • Tangerang • Bekasi

Pengeluaran per bulan	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• < Rp 1.500.000 • Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000 • Rp 2.100.000 - Rp 3.000.000 • Rp 3.100.000 - Rp 5.000.00 • Rp 5.000.000 > Rp 7.500.000 • > Rp 7.500.000
-----------------------	--	--

Pertanyaan pada tabel diatas, yakni bagian satu berfokus untuk mengumpulkan informasi terkait data diri responden, yang mencakup aspek usia, domisili, dan juga pengeluaran mereka per bulan. Data ini sendiri akan digunakan untuk mengetahui profil umum dari responden, sehingga analisis yang dilakukan dapat lebih terfokus.

Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Kepemilikan Hewan Peliharaan

BAGIAN 2: Kepemilikan Hewan Peliharaan		Goal: Mengetahui informasi terkait kepemilikan hewan peliharaan responden
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Berapa jumlah hewan peliharaan yang Anda miliki saat ini?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• 1 • 2-3 • >3
Sebutkan jenis hewan yang Anda pelihara	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Anjing • Kucing • Kelinci • Exotic (reptil, ular, kodok, tarantula, etc) • Unggas • Ikan
Apa alasan utama Anda memilih jenis hewan peliharaan tersebut?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Perawatannya sederhana • Memberikan rasa nyaman dan membantu mengurangi stress • Memiliki karakteristik yang sesuai dengan minat saya • Hewan yang populer atau sedang tren

Dari mana Anda mendapatkan hewan peliharaan Anda?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Adopsi dari shelter atau komunitas • Membeli dari pet shop • Mendapatkan dari teman/keluarga • Menemukan sendiri (stray animal)
Berapa lama Anda memiliki hewan peliharaan?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Kurang dari 1 tahun • 1–3 tahun • Lebih dari 3 tahun

Pertanyaan pada bagian dua berfokus dalam mengetahui informasi terkait kepemilikan hewan peliharaan dari responden. Variabel pertanyaan yang diberikan mencakup, jumlah, jenis, alasan memilih hewan peliharaan, dimana mendapatkannya, serta kurun waktu dalam memiliki hewan tersebut.

Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Pola Perawatan Hewan Peliharaan

BAGIAN 3: Pola Perawatan Hewan Peliharaan		Goal: Mengetahui informasi mengenai pengalaman dan pola perawatan hewan peliharaan responden
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Apa saja rutinitas utama yang Anda lakukan untuk merawat hewan peliharaan?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Memberi makan/minum • Memandikan hewan dan membersihkan kandangnya • Membawa ke dokter hewan • Bermain dan melatih hewan (behavior training)
Seberapa sering Anda meluangkan waktu untuk bermain atau berinteraksi dengan hewan peliharaan Anda?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Selalu, saya punya jadwal tetap • Cukup sering, meskipun kadang tidak terjadwal • Kadang-kadang, tergantung kondisi • Jarang, saya tidak punya jadwal tetap

Apakah Anda rutin membawa hewan peliharaan ke dokter hewan untuk pemeriksaan kesehatan?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Ya, secara berkala sesuai anjuran • Cukup sering, jika terlihat ada masalah kesehatan • Jarang, kecuali situasi darurat • Tidak pernah
Seberapa sering Anda meluangkan waktu untuk bermain atau berinteraksi dengan hewan peliharaan Anda?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Setiap hari, saya selalu menyediakan waktu • Beberapa kali dalam seminggu • Kadang-kadang, jika ada waktu luang • Tidak pernah
Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam merawat hewan peliharaan?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Sulit menemukan waktu untuk merawat hewan • Kurangnya pengetahuan tentang cara merawat • Hewan sulit diatur atau agresif • Masalah kesehatan hewan yang sering terjadi
Apa yang biasanya Anda lakukan saat menghadapi masalah dengan hewan peliharaan?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Bertanya kepada teman/keluarga yang juga memiliki hewan • Konsultasi langsung dengan dokter hewan atau layanan <i>pet care</i> • Mencari informasi di internet atau media sosial • Mengandalkan pengalaman pribadi tanpa mencari bantuan tambahan

Pertanyaan pada bagian tiga berfokus dalam mengetahui informasi mengenai pengalaman dan pola perawatan hewan peliharaan responden. Variabel pertanyaan yang diberikan mencakup rutinitas dan tantangan selama merawat hewan peliharaan mereka.

Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Layanan *Pet Care*

BAGIAN 4: Layanan <i>Pet Care</i>		Goal: Mengetahui informasi mengenai layanan <i>pet care</i> yang digunakan responden
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Apakah kamu memiliki langganan <i>brand pet care</i> tertentu?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Ya • Tidak
Jika ya, apa alasan utama Anda memilih untuk tetap menggunakan <i>brand pet care</i> tersebut?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Kualitas produk/jasa yang baik • Layanan pelanggan yang memuaskan • Harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan • Kemudahan akses atau kepraktisan • Tidak ada langganan <i>pet care</i>
Informasi apa saja yang Anda ketahui tentang <i>brand pet care</i> yang Anda gunakan?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Produk atau layanan yang ditawarkan • Program loyalitas atau promo khusus • Ulasan atau rekomendasi pengguna lain • Ketersediaan layanan di area tertentu • Tidak ada langganan <i>pet care</i>
Layanan <i>pet care</i> apa yang cenderung Anda pakai?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Grooming • Kesehatan (dokter, vaksin, etc.) • Pet Hotel • Pet Shop • Pelatihan Perilaku
Seberapa sering Anda menggunakan layanan tersebut?	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Tidak Pernah • Skala 6 = Sangat Sering

Kapan biasanya Anda memanfaatkan layanan <i>pet care</i> dalam satu minggu?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Setiap hari. • 2–3 kali seminggu. • Seminggu sekali. • Tidak tentu, hanya saat dibutuhkan.
---	--	---

Pada bagian keempat, pertanyaan difokuskan untuk mengetahui informasi mengenai layanan *pet care* yang digunakan responden. Variabel pertanyaan yang diberikan mencakup langganan *pet care* yang dimiliki, jenis layanan yang sering digunakan, serta jangka waktu dalam menggunakan layanan.

Tabel 3.5 Daftar Pertanyaan Harapan terhadap Layanan *Pet Care*

BAGIAN 5: Harapan terhadap Layanan <i>Pet Care</i>		Goal: Mengetahui harapan responden terhadap sistem layanan <i>pet care</i>
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi saat mencari layanan <i>pet care</i> ? (pilih semua yang relevan)	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Informasi layanan <i>pet care</i> belum terintegrasi • Layanan tidak sesuai dengan kebutuhan hewan peliharaan saya • Kurangnya fasilitas khusus untuk jenis hewan tertentu • Tidak ada opsi penjemputan atau pengantaran hewan
Saya menyukai layanan <i>pet care</i> yang dapat memenuhi kebutuhan kesehatan dan perawatan secara terpadu	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Sangat Tidak Setuju • Skala 6 = Sangat Setuju
Saya ingin mendapatkan rekomendasi layanan <i>pet care</i> terbaik berdasarkan lokasi dan kebutuhan saya	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Sangat Tidak Setuju • Skala 6 = Sangat Setuju

Apa saja yang paling Anda harapkan dari brand <i>pet care</i> untuk meningkatkan pengalaman Anda?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Memberikan beragam promo layanan • Kemudahan dalam pemesanan online atau <i>platform</i> yang lebih intuitif • Dukungan pelanggan yang cepat dan responsif • Komunikasi yang lebih mudah di akses
---	-----------------------------------	--

Pada bagian kelima, pertanyaan difokuskan untuk mengetahui harapan responden terhadap layanan *pet care*. Dalam daftar pertanyaan sendiri mencakup tentang tantangan, keinginan, serta kebutuhan responden untuk diimplementasikan dalam sistem layanan *pet care*.

Tabel 3.6 Daftar Pertanyaan Preferensi Responden

BAGIAN 6: Preferensi Responden		Goal: Mengetahui preferensi responden terkait penggunaan media informasi
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Media digital apa yang Anda gunakan untuk mencari atau mengakses informasi terkait <i>pet care</i> ?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Website • Aplikasi • Media Sosial • Tidak menggunakan media digital (menggunakan media konvensional)
Berapa lama durasi Anda mengakses informasi tersebut?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• <5 menit • 5-10 menit • >10 menit
Apa alasan utama Anda memilih menggunakan media tersebut?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Kemudahan penggunaan dan aksesibilitas • Informasi yang disajikan lengkap dan terpercaya • Memiliki navigasi yang intuitif dan mudah digunakan

		• Sudah menjadi kebiasaan atau preferensi pribadi
Menurut Anda media apa yang paling cocok untuk mengakses informasi sekaligus menggunakan layanan <i>pet care</i> secara keseluruhan?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Website • Aplikasi • Media Sosial
Bagaimana tampilan media yang menurut anda paling ideal untuk mencari atau mengakses informasi tersebut?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Desain sederhana dan mudah dipahami • Visual menarik dengan gambar atau ilustrasi • Teks ringkas dan langsung ke poin utama • Terdapat rekomendasi berdasarkan preferensi atau kebutuhan saya

Dalam bagian keenam, pertanyaan yang ada berisikan terkait preferensi responden dalam menggunakan media informasi. Untuk variabel yang ditanyakan berupa media yang digunakan, durasi, alasan penggunaan, serta pilihan media dan tampilan yang paling cocok dalam mengakses layanan *pet care*.

2. Kuesioner kepada Pelaku Usaha di Industri *Pet Care*

Kuesioner kepada para Pelaku Usaha ini dirancang untuk target responden yang berkaitan dalam industri *pet care*, yakni baik pemilik ataupun pengelola bisnis *pet care* yang memiliki cakupan bisnis di daerah Jabodetabek, berusia 25-35 tahun sebagai target primer dan 35 tahun keatas untuk mengambil data sekunder, dengan target sampel hingga mencapai titik jenuh. Hal ini dilakukan karena fokus utama dari pelaku usaha akan digali dengan lebih mendalam melalui wawancara. Kuesioner ini sendiri tetap diperlukan guna memberikan pandangan awal yang terstruktur mengenai pengalaman, tantangan, dan mencari tahu informasi tentang operasional, serta peluang bisnis di industri *pet care* untuk merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga

dapat mendukung pengembangan usaha. Disisi lain, kuesioner ini juga bertujuan untuk mengetahui pertimbangan usaha mereka terhadap digitalisasi dan penerapan inovasi pada operasional layanan.

Tabel 3.7 Daftar Pertanyaan Data Diri Pelaku Usaha di Industri *Pet Care*

BAGIAN 1: Data Responden		Goal: Mengetahui profil responden berkaitan dengan bisnis <i>pet care</i>
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Usia	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• 25-28 tahun • 29-32 tahun • 33-35 tahun • >35 tahun
Pengeluaran per bulan	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• < Rp 1.500.000 • Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000 • Rp 2.100.000 - Rp 3.000.000 • Rp 3.100.000 - Rp 5.000.00 • Rp 5.000.000 > Rp 7.500.000 • > Rp 7.500.000
Apa posisi Anda di bisnis <i>pet care</i> ini?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Pemilik bisnis • Manajer atau supervisor • Karyawan
Berapa lama Anda telah bekerja di industri <i>pet care</i> ?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Kurang dari 1 tahun • 1–3 tahun • 4–5 tahun • Lebih dari 5 tahun
Dimana bisnis <i>pet care</i> Anda beroperasi?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Jakarta • Bogor • Depok • Tangerang • Bekasi
Apakah Anda pribadi memiliki hewan peliharaan?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Ya • Tidak

Pertanyaan pada tabel diatas, yakni bagian satu berfokus untuk mengumpulkan informasi terkait data diri responden yang merupakan pelaku usaha, yang juga berkaitan dengan bisnis *pet care*. Variabel yang ada mencakup aspek usia, pengeluaran per bulan, posisi dalam bisnis *pet care*, kurun waktu bekerja, lokasi bisnis, dan kepemilikan hewan peliharaan pribadi responden.

Tabel 3.8 Daftar Pertanyaan Profil Bisnis

BAGIAN 2: Profil Bisnis		Goal: Mengetahui profil dari usaha <i>pet care</i> , yakni berupa layanan yang ditawarkan
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Jenis hewan apa yang <i>pet care</i> Anda layani?	Checkbox (multiple answer)	• Anjing • Kucing • Kelinci • Exotic (reptil, ular, kodok, tarantula, etc) • Unggas • Ikan
Jenis layanan apa yang ditawarkan di bisnis <i>pet care</i> Anda?	Checkbox (multiple answer)	• Grooming • Kesehatan (dokter, vaksin, etc.) • Pet Hotel • Pet Shop • Pelatihan Perilaku
Coba pilih layanan yang paling sering dibutuhkan pelanggan	Checkbox (multiple answer)	• Grooming • Kesehatan (dokter, vaksin, etc.) • Pet Hotel • Pet Shop • Pelatihan Perilaku
Berapa jumlah pelanggan rata-rata yang Anda layani setiap bulan?	Multiple choice (single answer)	• <10 pelanggan • 10–50 pelanggan • 51–100 pelanggan • >100 pelanggan

Pertanyaan pada bagian dua berfokus untuk mengetahui profil dari usaha *pet care*, yakni berupa layanan yang ditawarkan. Variabel yang ada mencakup jenis hewan yang dilayani, jenis layanan, serta jumlah pelanggan rata-rata dari bisnis terkait.

Tabel 3.9 Daftar Pertanyaan Sistem Operasional

BAGIAN 3: Sistem Operasional		Goal: Mengetahui kendala dan tantangan dalam sistem operasional <i>pet care</i>
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Saya sering merasa sulit dalam mengatur jadwal layanan atau janji dengan pelanggan	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Sangat tidak setuju • Skala 6 = Sangat setuju
Saya merasa waktu saya habis untuk tugas administratif seperti pencatatan layanan dan pelanggan	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Sangat tidak setuju • Skala 6 = Sangat setuju
Saya sering merasa sulit dalam menyebarkan informasi promo atau layanan baru kepada pelanggan	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Sangat tidak setuju • Skala 6 = Sangat setuju
Saya sering merasa sulit menghadapi kendala dalam memproses pembayaran atau mencatat transaksi	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Sangat tidak setuju • Skala 6 = Sangat setuju
Apa tantangan utama dalam sistem operasional bisnis Anda?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Mengatur jadwal layanan dan janji pelanggan • Mempromosikan layanan atau promo baru • Memantau stok barang dan kebutuhan operasional • Mencatat transaksi atau membuat laporan keuangan

Dalam bagian ketiga, pertanyaan yang ada bertujuan untuk mengetahui kendala dan tantangan dalam sistem operasional dari *pet care* pelaku usaha terkait. Variabel yang terdapat dalam pertanyaan mencakup skala kesulitan yang dialami oleh pelaku usaha.

Tabel 3.10 Daftar Pertanyaan Kebutuhan dan Preferensi Digitalisasi

BAGIAN 4: Kebutuhan dan Preferensi Digitalisasi		Goal: Mengetahui kebutuhan dan preferensi dalam lingkup digitalisasi
Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Apakah <i>pet care</i> Anda sudah menggunakan teknologi atau aplikasi digital?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Ya, sudah menggunakan • Tidak, tetapi tertarik untuk menggunakan. • Tidak, dan tidak berencana untuk menggunakan.
Media digital apa saja yang Anda gunakan untuk menjalankan bisnis?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Media sosial (Instagram, Facebook, dll.) • Website bisnis • Marketplace atau <i>e-commerce</i> • Aplikasi khusus <i>pet care</i> • Tidak ada
Apa media digital utama yang Anda harapkan dapat diimplementasikan pada bisnis Anda?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Media sosial (Instagram, Facebook, dll.) • Website bisnis • Marketplace atau <i>e-commerce</i> • Aplikasi khusus <i>pet care</i> • Tidak ada
Menurut Anda, apa hambatan utama dalam implementasi media tersebut	<i>Multiple choice (single answer)</i>	• Dana terbatas untuk pengembangan dan pemeliharaan • Kurangnya pengetahuan • Tidak memiliki waktu atau sumber daya untuk mengelola media digital

		• Takut atau kesulitan beradaptasi dengan teknologi baru • Tidak ada
Seberapa penting integrasi fitur digital untuk meningkatkan efisiensi operasional bisnis?	<i>Linear scale (single answer)</i>	• Skala 1 = Sangat Tidak Penting • Skala 6 = Sangat Penting
Apa yang Anda harapkan dari platform digital untuk mendukung bisnis Anda?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	• Meningkatkan eksposur bisnis • Menarik lebih banyak pelanggan baru • Mempermudah pengelolaan operasional secara praktis dan efisien • Memberikan data dan analitik untuk evaluasi bisnis

Pertanyaan pada tabel bagian keempat berfokus untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi dari pelaku usaha dalam lingkup digitalisasi. Variabel yang ada mencakup media digital digunakan dari bisnis terkait, hambatan dalam implementasi media yang diharapkan, dan skala pentingnya integrasi fitur digital, serta harapan terhadap *platform* yang dapat mendukung.

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyampaikan beberapa pertanyaan yang relevan dengan kebutuhan penelitian kepada narasumber. Proses ini dapat berlangsung secara langsung yakni melalui tatap muka, sehingga memungkinkan peneliti untuk mendokumentasikan jawaban dengan mencatat secara langsung ataupun merekam percakapan terlebih dahulu (Darwin et al., 2021, h.159). Penulis akan melaksanakan wawancara dengan dua pihak narasumber. Yang pertama, penulis akan melakukan wawancara dengan beberapa pelaku usaha di industri

pet care. Dan yang kedua, penulis akan melakukan wawancara dengan pemilik hewan peliharaan yang menjadi perwakilan atas pihak pengguna (konsumen).

1. Wawancara kepada Pemilik Hewan Peliharaan

Wawancara juga akan dilakukan kepada para pemilik hewan peliharaan untuk menggali secara mendalam terkait pengalaman, preferensi, kebutuhan serta tantangan yang mereka hadapi dalam merawat hewan peliharaan. Wawancara ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi peluang strategis yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha di industri *pet care*. Data yang diperoleh dari wawancara ini, diharapkan dapat membantu sebagai acuan dalam merancang layanan yang lebih relevan serta mendukung pengembangan strategi bisnis yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan peningkatan kualitas dari layanan, serta menjadi solusi terhadap masalah yang dihadapi. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber.

- a. Berapa jumlah hewan peliharaan yang Anda miliki?
- b. Apa saja hewan yang dipelihara?
- c. Sudah berapa lama memelihara hewan?
- d. Apa alasan utama Anda memiliki hewan peliharaan?
- e. Apa saja rutinitas yang seringkali Anda lakukan dalam merawat hewan peliharaan?
- f. Apakah Anda memiliki jadwal tetap untuk membawa hewan pada *pet care*?
- g. Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi selama merawat hewan peliharaan sehari-hari?
- h. Apa yang biasanya Anda lakukan saat menghadapi masalah dengan hewan peliharaan?
- i. Seberapa sering Anda membutuhkan layanan *pet care*?
- j. Layanan apa saja yang cenderung digunakan untuk hewan peliharaan Anda?

- k. Apa hal yang biasanya Anda cari ketika memilih layanan *pet care*?
- l. Pernahkan Anda mengalami kesulitan dalam mengakses layanan *pet care* (susah di hubungi, antrian panjang, jadwal tidak tentu, lokasi yang jauh, dll.)?
- m. Apakah Anda merasa bahwa layanan *pet care* yang telah digunakan saat ini sudah memenuhi setiap kebutuhan Anda? Mengapa?
- n. Bagaimana cara Anda biasanya mendapatkan informasi tentang layanan *pet care*?
- o. Apakah Anda merasa layanan *pet care* yang berbasis aplikasi akan mempermudah akses layanan Anda? Mengapa?
- p. Apabila tersedia aplikasi yang dapat membantu dalam mencari layanan *pet care* terdekat dan terpercaya, apakah Anda akan menggunakannya?
- q. Fitur apa yang menurut Anda penting untuk diimplementasikan dalam sebuah aplikasi *pet care* (pencarian layanan, *review* pelanggan, pengingat jadwal, dll.)?

2. Wawancara kepada Pelaku Usaha di Industri *Pet Care*

Wawancara akan dilakukan dengan para pelaku usaha di industri *pet care* langsung, karena peran mereka yang strategis dalam memahami dinamika bisnis di industri ini. Pengalaman mereka selama mengelola operasional, menghadapi kebutuhan dan keresahan pemilik hewan, dapat menciptakan peluang sebagai landasan dalam mengeksplorasi kebutuhan spesifik dan potensi solusi yang dapat diusung. Hasil dari wawancara ini diharapkan dapat berupa wawasan yang mendalam terkait dengan kebutuhan mereka, kendala yang seringkali dihadapi, serta peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas, eksposur, serta efisiensi dan pengembangan usaha mereka. Berikut adalah daftar pertanyaan dalam wawancara yang diajukan oleh penulis kepada narasumber

- a. Berapa lama Anda telah bekerja di industri *pet care*?
- b. Apa yang memotivasi Anda untuk memulai bisnis di industri *pet care*?
- c. Bagaimana Anda melihat perkembangan industri *pet care* dalam beberapa tahun terakhir?
- d. Apa saja tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam menjalankan operasional bisnis sehari-hari?
- e. Bagaimana biasanya Anda menangani permintaan atau keluhan dari pelanggan?
- f. Apa kesulitan utama yang Anda dapati selama proses menjangkau pelanggan di era modern ini?
- g. Bagaimana Anda biasanya mempromosikan layanan ataupun promo kepada para pelanggan?
- h. Apakah Anda merasa bahwa sistem manajemen yang ada saat ini sudah praktis dan efisien? Mengapa?
- i. Apakah Anda melihat adanya kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi layanan bagi pemilik hewan peliharaan? Jika ya, apa bentuk dukungan yang diperlukan?
- j. Menurut Anda seberapa penting teknologi dalam mendukung operasional bisnis Anda saat ini?
- k. Apakah Anda saat ini menggunakan alat atau *platform digital* untuk membantu operasional bisnis? Jika ya, apa saja yang digunakan?
- l. Apakah Anda pernah mempertimbangkan untuk mengembangkan aplikasi bagi bisnis Anda? Mengapa?
- m. Apa fitur yang menurut Anda penting untuk dimiliki dalam aplikasi bisnis *pet care*?
- n. Apa harapan Anda terhadap *platform digital* yang dirancang untuk mendukung industri *pet care*?
- o. Bagaimana Anda melihat peluang pengembangan usaha di industri *pet care* untuk kedepannya?

3.3.3 Studi Eksisting

Pada proses perancangan aplikasi *AluPet Merchant* untuk mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care*, penulis akan melakukan studi eksisting dengan mendalami serta menganalisa aplikasi yang memiliki kesamaan ide bisnis, yakni aplikasi yang bergerak dalam lingkup industri *pet care*. Studi eksisting merupakan sebuah metode penelitian dengan cara menganalisa perancangan yang telah ada sebelumnya melalui metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) (Sasoko & Mahrudi, 2023, h.9) . Pada studi ini, penulis memilih dua aplikasi yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian, yakni *Hewania*, dan *Pawlyclinic*. Tujuan penulis melakukan studi eksisting ini adalah untuk melihat dan memahami pendekatan yang telah diterapkan sebelumnya, sehingga dapat menjadi referensi strategis bagi penulis dalam menciptakan inovasi dan pembaruan pada perancangan yang akan dilakukan.

1. Aplikasi Hewania

Aplikasi *Hewania* merupakan aplikasi yang dirancang untuk memudahkan pemilik hewan peliharaan dalam merawat hewan peliharaan melalui berbagai layanan unggulan, seperti *shop, health consultation*, dan lain sebagainya. Pada aplikasi *Hewania* ini, penulis akan memfokuskan analisa pada keseluruhan layanan yang ditawarkan. Penulis akan menganalisa kelebihan dari cakupan layanan yang luas, yang memungkinkan aplikasi ini menjadi sebuah *platform* serbaguna bagi para pemilik hewan. Di sisi lain, penulis juga akan mengidentifikasi kekurangan dalam setiap penyajian layanan tersebut. Selain itu, SWOT *analysis* ini juga dilakukan untuk menggali peluang pengembangan dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh pasar, terutama dengan cakupan jenis layanan dari aplikasi *Hewania* yang luas.

2. Aplikasi Pawlyclinic

Sementara itu, aplikasi *Pawlyclinic* menawarkan layanan yang lebih terfokus, yaitu pada bidang kesehatan saja. Pendekatan ini

memungkinkan PawlyClinic dalam menjadi solusi bagi pemilik hewan yang membutuhkan layanan kesehatan hewan. Penulis akan menganalisa bagaimana fokus layanan dari aplikasi ini dapat menjadi keunggulan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang lebih sederhana dan efisien. Akan tetapi analisis ini juga akan mencakup potensi kelemahannya, seperti keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan lain dari para pengguna.

3.3.4 Studi Referensi

Dalam proses perancangan aplikasi *AluPet Merchant* untuk mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care* ini juga, penulis akan melakukan studi referensi sebagai salah satu acuan untuk memperoleh panduan terkait model perancangan pada media serupa, khususnya aplikasi berbasis digital. Studi referensi ini digunakan penulis sebagai salah satu metode penelitian, guna memahami bagaimana aplikasi lain yang telah sukses diterima oleh pasar. Pada perancangan ini, penulis akan menganalisa aplikasi Gojek dan Swiggy sebagai sebuah referensi yang diharapkan dapat memberikan sebuah inspirasi bagi penulis baik dalam mengeksplorasi gaya desain, maupun dalam menciptakan aplikasi *AluPet Merchant* yang inovatif dan memiliki kualitas yang unggul serta relevan dengan kebutuhan pengguna.

1. Aplikasi Gojek

Gojek sebagai salah satu *super-app* dari Indonesia yang menawarkan berbagai macam layanan untuk mendukung kebutuhan sehari-hari, mulai dari transportasi hingga kebutuhan jasa di rumah. Meskipun memiliki konsep bisnis yang berbeda, aplikasi ini memiliki keunggulan dan keunikan, terutama dalam keberhasilannya untuk menjangkau pasar masyarakat di Indonesia, melalui fitur yang beragam serta fungsionalitasnya yang tinggi sehingga tidak hanya memudahkan aktivitas dari masyarakat, tetapi juga menjadi solusi praktis dalam memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Analisa pada aplikasi

Gojek ini akan difokuskan pada bagaimana Gojek telah berhasil mengintegrasikan berbagai layanan dalam satu *platform* dengan cara yang *seamless*, sehingga dapat menjaga pola interaksi yang mudah bagi para pengguna. Penulis juga akan menganalisa *ui design* dari aplikasi Gojek yang dikenal dengan desainnya yang sederhana namun tetap dinamis dan kaya akan fungsionalitas.

2. Aplikasi Swiggy

Aplikasi Swiggy merupakan sebuah *platform* pengantaran makanan terbesar di India. Analisa terhadap Swiggy sendiri akan difokuskan pada bagaimana aplikasi ini mendukung para bisnis kecil untuk berkembang melalui berbagai macam fiturnya, seperti manajemen pesanan, laporan penjualan, dan strategi promosi. Penulis juga akan mengidentifikasi bagaimana Swiggy dapat menampilkan *ui design* yang memiliki kesan *clean*, mudah dipahami, serta didukung dengan tata letaknya yang responsif dan intuitif. Elemen-elemen desain yang relevan dari Swiggy akan diadaptasi dan lalu dikembangkan lebih lanjut guna mendukung perancangan aplikasi AluPet *Merchant* penulis.

