

**INOVASI PLATFORM PENCINTA HEWAN DENGAN MISI  
MENINGKATKAN *ANIMAL WELFARE* MELALUI *WEBSITE* EIDOS**

**TUGAS AKHIR (TEKNOLOGI TEPAT GUNA)**

Diajukan untuk Persyaratan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir sebagai Bagian  
dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Bisnis Digital



Oleh

**Donny Karunia Pratama**

**NIM 2007655**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL  
KAMPUS TASIKMALAYA  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
TAHUN 2024**

**INOVASI PLATFORM PENCINTA HEWAN DENGAN MISI  
MENINGKATKAN *ANIMAL WELFARE* MELALUI *WEBSITE EIDOS***

Oleh  
Donny Karunia Pratama

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Bisnis Program Studi Bisnis Digital

© Donny Karunia Pratama  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Januari 2024

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Tugas Akhir ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

**DONNY KARUNIA PRATAMA**

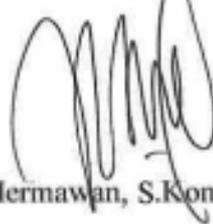
**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**DONNY KARUNIA PRATAMA**

**INOVASI PLATFORM PENCINTA HEWAN DENGAN MISI  
MENINGKATKAN *ANIMAL WELFARE* MELALUI *WEBSITE EIDOS***

disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing:

Pembimbing I



Adam Hermawan, S.Kom., MBA.

NIP. 920190219930105101

Pembimbing II

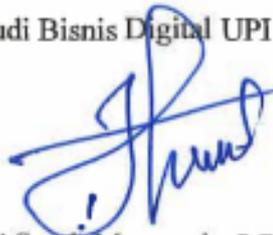


Asep Nuryadin, S.Pd., M.Ed.

NIP. 920200819931110101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Bisnis Digital UPI Kampus Tasikmalaya



Syti Sarah Maesaroh, S.P., MM.

NIP. 920190219900625201

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul “Inovasi Platform Pencinta Hewan dengan Misi Meningkatkan *Animal Welfare* melalui *Website Eidos*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 12 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



**Donny Karunia Pratama**

**NIM 2007655**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan pengembangan produk Eidos. Penulis telah menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan produk. Namun, lingkungan yang positif dalam pembelajaran dan dukungan para dosen memberikan penulis semangat selama melakukan proses pengembangan produk.

Proses pembelajaran dan pengembangan ini selalu didukung oleh dosen dengan memberikan saran dan masukan dari setiap tantangan yang penulis hadapi sehingga penulis dapat berdiskusi langsung dengan para dosen dan mendapatkan masukan yang berharga. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud-Ristek), selaku pemberi dana pengembangan.
2. Program Indonesia Digital Tribe (IDT), selaku pemberi dana pengembangan.
3. Universitas Pendidikan Indonesia, selaku pemberi dana pengembangan.
4. Bapak Prof. Dr. M. Solehudin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Bapak Prof. Dr. Heri Yusuf Muslihin, S.Pd., M.Pd., selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
6. Ibu Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital di Universitas Pendidikan Indonesia.
7. Bapak Oding Herdiana, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Bapak Adam Hermawan, S.Kom., M.BA., selaku pembimbing tugas akhir dan mentor/pembimbing dari keseluruhan pengembangan Eidos.
9. Bapak Asep Nuryadin, S.Pd., M.Ed., selaku pembimbing tugas akhir.
10. Ibu Btari Mariska Purwaamijaya, S.H., M.M., selaku mentor dalam pengembangan produk Eidos.
11. Stella Kova, selaku tim internal Eidos yang juga membantu dalam pengembangan platform.

12. Doni Firmansyah, selaku tim internal Eidos yang juga membantu dalam pengembangan platform.

Semua pertemuan, diskusi, dan umpan balik yang penulis terima telah memperkaya pengalaman pembelajaran penulis dan membantu penulis tumbuh dan berkembang sebagai seorang profesional. Tidak lupa, penulis juga ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menjalani proses ini. Tanpa dukungan mereka, penulis tidak akan dapat mencapai hasil yang penulis raih hari ini.

Akhir kata, laporan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang pengembangan produk Eidos. Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam perjalanan pembelajaran ini. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

Tasikmalaya, 12 Januari 2024

Penulis

# INOVASI PLATFORM PENCINTA HEWAN DENGAN MISI MENINGKATKAN *ANIMAL WELFARE* MELALUI *WEBSITE* EIDOS

## ABSTRAK

Oleh

Donny Karunia Pratama

Indonesia menduduki peringkat ketiga dalam kepemilikan hewan di Asia, atau hampir 50% penduduk Indonesia memiliki hewan peliharaan, tetapi dengan banyaknya tingkat kepemilikan hewan peliharaan masih terdapat beberapa permasalahan, di antaranya pemilik hewan yang belum mengetahui cara merawat hewan dengan baik, proses adopsi yang masih manual sehingga menimbulkan kesulitan dalam mencari hewan peliharaan untuk diadopsi atau melepas hewan peliharaan dalam mencari pemilik hewan yang terpercaya, timbulnya rasa empati para pencinta hewan, tetapi memiliki keterbatasan jarak dalam membantu hewan terlantar, serta butuh kemudahan dalam melakukan pembelian kebutuhan hewan. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis menciptakan sebuah solusi inovatif dalam membantu pemilik hewan dan hewan peliharaan yang diberi judul “Inovasi Platform Pencinta Hewan dengan Misi Meningkatkan *Animal Welfare* melalui *Website* Eidos”, dengan melakukan pengembangan sebuah platform sehingga masyarakat, utamanya para pencinta hewan dapat melakukan adopsi, donasi, diskusi, mencari lokasi layanan hewan terdekat, membaca informasi seputar hewan peliharaan, serta membeli kebutuhan hewan peliharaan. Pengembangan *website* ini dilakukan dengan menggunakan metode *waterfall*. Setelah pengembangan produknya selesai, dilakukan implementasi melalui sosialisasi kepada para pencinta hewan secara langsung. Hasil sosialisasi menunjukkan respons positif, mampu memenuhi kebutuhan mereka, dan sesuai dengan harapan Eidos, para pencinta hewan dapat membantu hewan peliharaan lain dan merawat hewan peliharaannya secara mudah, cepat, dan aman.

**Kata Kunci:** *Metode Waterfall, Pencinta Hewan, Pengembangan Website*

# INNOVATION OF AN ANIMAL LOVERS PLATFORM WITH A MISSION TO ENHANCE ANIMAL WELFARE THROUGH THE EIDOS WEBSITE

## ABSTRACT

by

Donny Karunia Pratama

*Indonesia is ranked third in animal ownership in Asia, with almost 50% of the Indonesian population owning pets. However, with many levels of pet ownership, there are still several problems, including animal owners who do not know how to care for animals properly, the adoption process is still manual, which makes it challenging to find pets for adoption or release pets in finding trusted animal owners. The emergence of empathy for animal lovers but have limited distance in helping abandoned animals, and need convenience in purchasing animal needs. Based on the above problems, the author created an innovative solution to helping animal and pet owners entitled “Innovation of an Animal Lovers Platform with a Mission to Enhance Animal Welfare Through the Eidos Website” by developing a platform so that the community, especially animal lovers, can adopt, donate, discuss, find the nearest animal service location, read information about pets, as well as buying pet necessities. The development of this website is carried out using the waterfall method. After the product development, implementation is carried out directly through socialization with animal lovers. The results of socialization showed a positive response, were able to meet their needs, and, per Eidos's expectations, animal lovers can help other pets and care for them easily, quickly, and safely.*

**Keywords:** *Waterfall Methodology, Animal Lovers, Website Development*

## DAFTAR ISI

|  |    |
|--|----|
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR..... | 1  |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                  | 2  |
| ABSTRAK .....                              | 4  |
| ABSTRACT.....                              | 5  |
| DAFTAR ISI .....                           | 6  |
| DAFTAR TABEL.....                          | 10 |
| DAFTAR GAMBAR .....                        | 11 |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                      | 13 |
| BAB I PENDAHULUAN.....                     | 14 |
| 1.1 Latar Belakang .....                   | 14 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                  | 18 |
| 1.3 Tujuan.....                            | 18 |
| 1.4 Luaran.....                            | 19 |
| 1.5 Kemanfaatan.....                       | 19 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                | 20 |
| 2.1 Hewan Peliharaan.....                  | 20 |
| 2.2 Adopsi Hewan .....                     | 21 |
| 2.3 Platform <i>Website</i> .....          | 22 |
| 2.4 <i>Waterfall Framework</i> .....       | 23 |
| 2.4.1 <i>Requirements Analysis</i> .....   | 24 |
| 2.4.2 <i>Design</i> .....                  | 24 |
| 2.4.3 <i>Development</i> .....             | 25 |
| 2.4.4 <i>Testing</i> .....                 | 25 |
| 2.4.5 <i>Maintenance</i> .....             | 25 |

|                                |  |    |
|--------------------------------|--|----|
| 2.5                            | <i>Implementation/Socialization</i> .....        | 25 |
| 2.6                            | Desain Struktur Informasi .....                  | 26 |
| 2.6.1                          | <i>Use Case Diagram</i> .....                    | 26 |
| 2.6.2                          | <i>User Flow</i> .....                           | 27 |
| 2.6.3                          | <i>Information Architecture</i> .....            | 29 |
| 2.7                            | Perangkat Lunak yang Digunakan .....             | 30 |
| 2.7.1                          | HTML ( <i>Hyper Text Markup Language</i> ) ..... | 30 |
| 2.7.2                          | CSS ( <i>Cascading Style Sheets</i> ) .....      | 30 |
| 2.7.3                          | Java Script .....                                | 31 |
| 2.8                            | Evaluasi Pengalaman Pengguna .....               | 31 |
| 2.8.1                          | <i>Guerilla Testing</i> .....                    | 31 |
| 2.8.2                          | SUS ( <i>System Usability Scale</i> ) .....      | 32 |
| BAB III DESAIN TEKNOLOGI ..... |  | 35 |
| 3.1                            | <i>Requirement Analysis</i> .....                | 35 |
| 3.2                            | <i>Design</i> .....                              | 35 |
| 3.2.1                          | <i>Logo Design</i> .....                         | 36 |
| 3.2.2                          | <i>Content Design</i> .....                      | 37 |
| 3.2.3                          | <i>Use Case Design</i> .....                     | 37 |
| 3.2.4                          | <i>User Flow Design</i> .....                    | 42 |
| 3.2.5                          | <i>Information Architecture Design</i> .....     | 49 |
| 3.3                            | <i>Development</i> .....                         | 52 |
| 3.3.1                          | Instagram .....                                  | 52 |
| 3.3.2                          | Website .....                                    | 52 |
| 3.4                            | <i>Testing</i> .....                             | 53 |
| 3.4.1                          | Instagram .....                                  | 53 |
| 3.4.2                          | Website .....                                    | 53 |

|  |   |    |
|--|---|----|
| 3.5  | <i>Maintenance</i> .....                            | 54 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                |   | 55 |
| 4.1  | <i>Requirement Analysis</i> .....                   | 55 |
| 4.2  | <i>Design</i> .....                                 | 67 |
| 4.2.1  | Instagram .....                                     | 67 |
| 4.2.2  | <i>Website</i> .....                                | 68 |
| 4.3  | <i>Development</i> .....                            | 70 |
| 4.3.1  | Instagram .....                                     | 70 |
| 4.3.2  | <i>Website</i> .....                                | 71 |
| 4.4  | <i>Testing</i> .....                                | 72 |
| 4.4.1  | <i>Testing</i> untuk Instagram.....                 | 72 |
| 4.4.2  | <i>Testing</i> dari Segi <i>Visualization</i> ..... | 73 |
| 4.4.3  | <i>Testing</i> dari Segi <i>Usability</i> .....     | 74 |
| 4.4.4  | <i>Testing</i> dari Segi <i>Performance</i> .....   | 78 |
| 4.5  | <i>Maintenance</i> .....                            | 83 |
| 4.5.1  | Instagram .....                                     | 83 |
| 4.5.2  | <i>Website</i> .....                                | 83 |
| 4.6  | <i>Implementation</i> .....                         | 84 |
| 4.6.1  | Kegiatan Sosialisasi .....                          | 84 |
| 4.6.2  | Manfaat/Dampak .....                                | 85 |
| 4.6.3  | Proyeksi Keuangan .....                             | 90 |
| BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI ..... |   | 91 |
| 5.1  | Simpulan.....                                       | 91 |
| 5.2  | Implikasi.....                                      | 91 |
| 5.3  | Rekomendasi .....                                   | 93 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                             |   | 95 |

|  |     |
|--|-----|
| LAMPIRAN.....  | 102 |
| Lampiran 1. <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....                   | 102 |
| Lampiran 2. <i>Wireframe</i> Web Eidos .....                           | 103 |
| Lampiran 3. Kegiatan <i>Monitoring</i> .....                           | 114 |
| Lampiran 4. Media Sosial Instagram .....                               | 115 |
| Lampiran 5. Kegiatan Inovasi Wirausaha Digital Mahasiswa (IWDM).....   | 116 |
| Lampiran 6. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Karya Seni Terapan .....    | 118 |
| Lampiran 7. <i>Letter of Acceptance</i> (LoA) Artikel Pengabdian ..... | 120 |
| Lampiran 8. Ragam Sertifikasi Lomba/Kejuaraan.....                     | 121 |
| Lampiran 9. Publikasi Eidos di Media Massa.....                        | 131 |
| Lampiran 10. Hasil Kuesioner SUS .....                                 | 135 |
| Lampiran 11. Pengkodean <i>Website</i> Eidos .....                     | 140 |
| Lampiran 12. <i>Chat Template</i> Instagram Eidos.....                 | 141 |
| Lampiran 13. Pendaftaran Hewan untuk Diadopsi via Instagram .....      | 142 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Perbedaan Eidos dengan Kompetitor .....                              | 16 |
| Tabel 1. 2 Segmentasi Pasar Eidos.....  | 17 |
| Tabel 2. 1 Simbol <i>User Flow</i> (Indrajani (dalam Manulang dkk., 2022))..... | 27 |
| Tabel 2. 2 Item Pernyataan SUS (Brooke, 1996).....                              | 32 |
| Tabel 3. 1 Detail <i>Information Architecture</i> Eidos .....                   | 50 |
| Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data untuk <i>Problem Validation</i> .....         | 55 |
| Tabel 4. 2 Fitur pada Eidos .....   | 58 |
| Tabel 4. 3 Kebutuhan Fungsional Pengguna.....                                   | 59 |
| Tabel 4. 4 Kebutuhan API Eidos .....  | 71 |
| Tabel 4. 5 Hasil Pengujian melalui <i>Guerilla Testing</i> .....                | 73 |
| Tabel 4. 6 Item Pernyataan Kuesioner SUS .....                                  | 74 |
| Tabel 4. 7 Hasil Penilaian Responden.....                                       | 75 |
| Tabel 4. 8 Indikator Penilaian PageSpeed Insight.....                           | 78 |
| Tabel 4. 9 Total Penilaian <i>Website</i> Eidos.....                            | 79 |
| Tabel 4. 10 Daftar Peningkatan <i>Website</i> Eidos.....                        | 83 |
| Tabel 4. 11 <i>Rating</i> dari Metode MoSCoW (Hatton, 2008) .....               | 86 |
| Tabel 4. 12 Proyeksi Keuangan Eidos.....  | 90 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Data Kepemilikan Hewan Peliharaan (Rakuten Insight, 2022) ..... | 14 |
| Gambar 2. 1 Metode <i>Waterfall</i> .....                                   | 24 |
| Gambar 2. 2 <i>SUS Score Percentile Rank</i> .....                          | 33 |
| Gambar 3. 1 Logo Eidos .....  | 36 |
| Gambar 3. 2 <i>Color Palette &amp; Elemen Desain</i> .....                  | 37 |
| Gambar 3. 3 Alur Sistem <i>User &amp; Admin</i> .....                       | 38 |
| Gambar 3. 4 Alur Kebutuhan Hewan.....                                       | 39 |
| Gambar 3. 5 Alur Donasi .....   | 40 |
| Gambar 3. 6 Alur Nearme .....   | 40 |
| Gambar 3. 7 Alur Diskusi .....  | 41 |
| Gambar 3. 8 Alur Artikel/ <i>Blog</i> .....                                 | 41 |
| Gambar 3. 9 Alur <i>Login &amp; Register</i> .....                          | 42 |
| Gambar 3. 10 Alur Unggah Hewan untuk Diadopsi .....                         | 42 |
| Gambar 3. 11 Alur Sistem Daftar Akun .....                                  | 43 |
| Gambar 3. 12 Alur Sistem Masuk Akun .....                                   | 44 |
| Gambar 3. 13 Alur Sistem Adopsi Hewan .....                                 | 45 |
| Gambar 3. 14 Alur Sistem Beli Kebutuhan Hewan .....                         | 46 |
| Gambar 3. 15 Alur Sistem Nearme .....                                       | 47 |
| Gambar 3. 16 Alur Sistem Donasi.....  | 48 |
| Gambar 3. 17 Alur Sistem Diskusi.....                                       | 48 |
| Gambar 3. 18 Alur Sistem Artikel/ <i>Blog</i> .....                         | 49 |
| Gambar 3. 19 <i>Information Architecture</i> Eidos .....                    | 50 |
| Gambar 3. 20 <i>Sample</i> Desain Konten Instagram Eidos .....              | 67 |
| Gambar 3. 21 <i>Sample</i> Hasil <i>Insight</i> Instagram Eidos .....       | 72 |
| Gambar 4. 1 <i>Top Problem</i> Eidos .....                                  | 58 |
| Gambar 4. 2 Tampilan Utama <i>Website</i> Eidos.....                        | 68 |
| Gambar 4. 3 Tampilan Fitur Adopsi <i>Website</i> Eidos .....                | 68 |
| Gambar 4. 4 Tampilan Fitur Kebutuhan Hewan <i>Website</i> Eidos.....        | 69 |
| Gambar 4. 5 Tampilan Fitur Artikel <i>Website</i> Eidos.....                | 69 |
| Gambar 4. 6 Tampilan Fitur Diskusi <i>Website</i> Eidos .....               | 70 |

|   |    |
|---|----|
| Gambar 4. 7 Tampilan Fitur Nearme <i>Website Eidos</i> .....              | 70 |
| Gambar 4. 8 Hasil <i>Performance Test</i> dari <i>Website Eidos</i> ..... | 79 |
| Gambar 4. 9 <i>Acessibility Test Eidos</i> .....                          | 81 |
| Gambar 4. 10 <i>Best Practice Test Eidos</i> .....                        | 82 |
| Gambar 4. 11 <i>SEO Test Eidos</i> .....                                  | 82 |
| Gambar 4. 12 Sosialisasi Produk dan Media Sosial <i>Eidos</i> .....       | 84 |
| Gambar 4. 13 Penjualan Produk dan <i>Open Donation Campaign</i> .....     | 85 |
| Gambar 4. 14 Manfaat Keberadaan Fitur Donasi .....                        | 87 |
| Gambar 4. 15 Manfaat Keberadaan Fitur Beli Kebutuhan Hewan .....          | 87 |
| Gambar 4. 16 Manfaat Keberadaan Fitur Nearme .....                        | 88 |
| Gambar 4. 17 Manfaat Keberadaan Fitur Adopsi .....                        | 88 |
| Gambar 4. 18 Manfaat Keberadaan Fitur Artikel.....                        | 89 |
| Gambar 4. 19 Manfaat Keberadaan Fitur Diskusi .....                       | 89 |

## DAFTAR LAMPIRAN

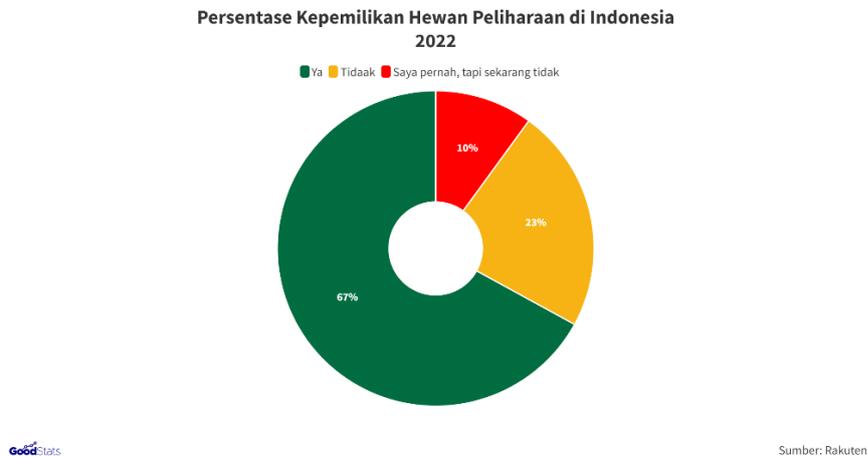
|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1. <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....                   | 102 |
| Lampiran 2. <i>Wireframe</i> Web Eidos .....                           | 103 |
| Lampiran 3. Kegiatan <i>Monitoring</i> .....                           | 114 |
| Lampiran 4. Media Sosial Instagram .....                               | 115 |
| Lampiran 5. Kegiatan Inovasi Wirausaha Digital Mahasiswa (IWDM).....   | 116 |
| Lampiran 6. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Karya Seni Terapan .....    | 118 |
| Lampiran 7. <i>Letter of Acceptance</i> (LoA) Artikel Pengabdian ..... | 120 |
| Lampiran 8. Ragam Sertifikasi Lomba/Kejuaraan.....                     | 121 |
| Lampiran 9. Publikasi Eidos di Media Massa.....                        | 131 |
| Lampiran 10. Hasil Kuesioner SUS .....                                 | 135 |
| Lampiran 11. Pengkodean <i>Website</i> Eidos .....                     | 140 |
| Lampiran 12. <i>Chat Template</i> Instagram Eidos.....                 | 141 |
| Lampiran 13. Pendaftaran Hewan untuk Diadopsi via Instagram .....      | 142 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki berbagai macam budaya, salah satunya adalah budaya untuk memelihara hewan peliharaan. Sebagian besar dari masyarakatnya memilih untuk memelihara hewan peliharaan, seperti kucing dan anjing. Hal ini terbukti oleh Dinnata (2021) bahwasanya kepemilikan kucing di Indonesia telah naik secara signifikan hingga mencapai persentase sebesar 37%. Di samping itu, survei yang dilakukan oleh Rakuten Insight (2022) menunjukkan dari 10.442 responden yang tersebar, sebanyak 67% responden di Indonesia memelihara hewan peliharaannya sehingga tidak heran lagi apabila segala kebutuhan mengenai hewan peliharaan akan terus meningkat. Namun, sangat disayangkan, adanya perkembangan pesat dari industri *pet shop* ini tidak diiringi dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini.



Gambar 1. 1 Data Kepemilikan Hewan Peliharaan (Rakuten Insight, 2022)

Chendra dkk. (2019) dalam artikelnya juga menuliskan bahwa kegiatan adopsi anjing di Indonesia masih dilakukan secara manual sehingga masyarakat yang ingin melakukan adopsi hewan, seringkali mencari segala informasinya melalui mulut ke mulut, datang ke tempat *pet shop*, ataupun mencari anggota komunitas hewan yang mau melepas hewan peliharaannya. Hal tersebut selaras dengan survei yang telah penulis lakukan melalui kuesioner *online* terhadap 72 responden, dari 32 responden

yang pernah melakukan adopsi tersebut mengaku bahwa responden mendapatkan hewan peliharaannya dari saudara, teman, bahkan menemukannya di sekitar rumah atau jalanan, sisanya hanya sedikit responden yang mendapatkan hewan peliharaannya dari tempat layanan hewan peliharaan atau *pet shop*. Ini jelas bertujuan agar kegiatan adopsi hewan dapat diketahui secara jelas dan sesuai dengan keinginan dari si pengadopsi hewannya karena Pratama (2019) mencatat maraknya kejadian hewan terlantar yang tersebar di lingkungan masyarakat kini, salah satunya pada hewan kucing, yang menyebabkan terjadinya over populasi.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Suprantonio & Setiawan (2019) menunjukkan bahwa untuk saat ini, masih belum ada media informasi yang dapat membantu para pencinta hewan dalam mencari lokasi *pet shop* terdekat, sekaligus informasi yang memberi tahu mengenai ketersediaan kebutuhan hewan di tempat *pet shop* yang akan dituju. Dengan begitu, semakin banyak *pet shop* yang memanfaatkan kemajuan teknologi, maka akan semakin mudah juga para pencinta hewan dalam memenuhi segala kebutuhan hewan peliharaannya, tanpa harus keluar rumah. Addwinanda (2019) juga mengatakan bahwa teknologi memudahkan *pet shop* dalam penyampaian informasi karena sebuah sistem informasi yang ada akan membuat lebih efektif. Tentunya, sebuah inovasi dalam usaha *pet shop* dibutuhkan untuk dapat menjaga daya saing yang tinggi karena semakin banyak *pet shop*, maka semakin meningkat pula pesaingnya (Taufik, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, penulis membuat sebuah inovasi kreatif yang solutif sehingga mampu memecahkan semua permasalahan yang ada pada hewan dan para pemilik hewan atau pencinta hewan, dengan menciptakan sebuah platform *online*, khususnya berbasis *website*. Adapun tujuan penulis dalam membuat *website* ini adalah untuk memberikan kemudahan terhadap kelangsungan hidup para hewan dan para pemilik hewannya itu sendiri, demi mendapatkan kesejahteraan hewan atau *animal welfare* yang lebih baik, melalui misinya, yakni (a) Mempertemukan hewan peliharaan dengan pemilik barunya yang baik; (b) Melakukan gerakan penyaluran untuk membantu hewan peliharaan yang membutuhkan, dengan menyediakan wadah donasi bagi pencinta hewan; (c) Mengefektifkan dan mengefisienkan kegiatan pembelian bidang hewan sehingga dapat memaksimalkan pendapatan; (d) Menyiapkan wadah untuk mempertemukan para pencinta hewan

agar dapat saling mendapatkan solusi dari berdiskusi perihal hewan peliharaan; (e) Mengedukasi masyarakat tentang dunia hewan secara *up-to-date*; (f) Membantu para pencinta hewan dalam mencari layanan hewan terdekat ketika menemukan hewan yang ingin dibantu di lokasi tertentu. Dengan begitu, penulis menciptakan beberapa fitur dalam satu platform *website* atau *all-in-one* platform dan media sosial Instagram yang menjadi penghubung, untuk dapat membantu hewan dan para pencinta hewan, khususnya dalam kegiatan adopsi, donasi, diskusi, dan memenuhi segala kebutuhan hewan, serta memudahkan dalam pencarian lokasi layanan kebutuhan hewan terdekat. Tentunya, fitur-fitur yang ada dalam *website* ini dibuat sesuai dengan kebutuhan yang ada di lingkungan dan masyarakat. Terlebih, sesuai dengan arti dari namanya, Eidos berarti kebaikan, dengan harapan Eidos dapat menebar kebaikan kepada hewan peliharaan di seluruh Indonesia.

Melihat data dari Euromonitor (dalam Nurcahyani, 2021), sebagai lembaga survei yang memiliki cabang di berbagai negara, telah melakukan analisis terhadap pertumbuhan peliharaan kucing terkait adanya peningkatan populasi kucing dari tahun 2017 sampai tahun 2021, yakni sebesar 129%. Data tersebut baru persentase peningkatan hewan peliharaan kucing saja, belum dari hewan peliharaan lainnya. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa kehadiran Eidos memiliki momentum yang tepat, diiringi dengan semakin bertambahnya angka kepemilikan hewan.

Tabel 1. 1 Perbedaan Eidos dengan Kompetitor

| Platform             | Jual Beli<br>Kebutuhan<br>Hewan | Edukasi<br>tentang<br>Hewan | Diskusi<br>Pencinta<br>Hewan | Adopsi<br>Hewan | Donasi<br>Hewan | Nearme |
|----------------------|---------------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------|-----------------|--------|
| Eidos                | ✓                               | ✓                           | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓      |
| Petshop<br>Indonesia | ✓                               |                             |                              |                 |                 |        |
| Petskita             | ✓                               | ✓                           | ✓                            |                 |                 |        |
| Peto                 | ✓                               |                             |                              | ✓               | ✓               |        |
| Adopsi.org           |                                 |                             |                              | ✓               | ✓               |        |
| Hellopets.id         |                                 | ✓                           | ✓                            | ✓               |                 |        |

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwasanya telah dilakukan analisis mengenai perbedaannya, Eidos memiliki semua poin tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa Eidos lebih unggul daripada kompetitor karena Eidos berfokus dalam menyelesaikan permasalahan mendasar bagi para pencinta hewan dan hewan itu sendiri, dengan menyediakan tempat untuk adopsi semua jenis hewan dan fitur untuk membantu pencarian lokasi layanan kebutuhan hewan terdekat. Tidak hanya itu, Eidos juga membantu memudahkan para pencinta hewan dalam membeli kebutuhan hewan, serta adanya fitur diskusi yang dapat menjadi solusi bagi para pencinta hewan dari segala permasalahan dalam merawat hewan. Beda halnya dengan para kompetitor, yang lebih berfokus hanya pada pelayanan hewan atau untuk memanjakan hewan itu sendiri.

Tabel 1. 2 Segmentasi Pasar Eidos

| Segmentasi Pasar  | Variabel Segmentasi   |
|-------------------|---|
| Geografis Wilayah | Indonesia   |
| Kepadatan         | Perkotaan   |
| Demografis Usia   | 18 – 54 tahun   |
| Kelas Sosial      | Menengah ke atas  |
| Perilaku Usaha    | Pencinta hewan, pengguna teknologi berbasis aplikasi dan/atau <i>website</i> , serta aktivis kesejahteraan hewan. |

Demografi usia yang aktif dalam kepemilikan hewan berada pada rentang 16 hingga 55 tahun ke atas (Rakuten Insight, 2022). Mengingat Eidos adalah sebuah platform *online* berbasis *website* sehingga targetnya sedikit berbeda, yakni berada pada rentang usia 18-45 tahun karena Gen Z (0-19 tahun), Gen Y (20-39 tahun), dan Gen X (40-54 tahun) adalah persentase terbesar yang beralih menggunakan platform digital, dengan Gen Z sebanyak 40%, Gen Y sebanyak 38%, dan Gen X sebanyak 30% (Databoks, 2017). Kemudian, aktivis kesejahteraan hewan yang menjadi target perilaku usaha Eidos memiliki arti individu yang peduli dengan isu-isu kesejahteraan hewan dan ingin berkontribusi dalam menciptakan perbaikan terhadap isu tersebut. Perilaku yang demikian dapat berpotensi untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan adopsi, donasi, dan diskusi pada platform Eidos.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), jumlah penduduk Indonesia terdapat sebanyak 275 juta. Kemudian, menurut penelitian Rakuten Insight (2022), sebanyak 67% penduduk di Indonesia memiliki hewan peliharaan, artinya dapat dikatakan sebanyak 184 Juta (*Total Available Market*) penduduk Indonesia memiliki hewan peliharaan. Eidos menetapkan target untuk memperoleh pasar di daerah Jabodetabek (Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, dan Bekasi) karena menurut Nugrahaeni (dalam Azzahra, 2023), pemilik hewan peliharaan yang tinggal di daerah perkotaan memiliki *attachment* yang lebih tinggi dibandingkan pemilik hewan yang tinggal di luar kota, dan Jabodetabek adalah kota megapolitan yang memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi.

Adapun total persentase penduduk di Jabodetabek adalah sebesar 12.43% dari seluruh penduduk di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2022). Dengan begitu, dapat diperkirakan angka kepemilikan hewan peliharaan di Jabodetabek sebesar 22,8 Juta (*Serviceable Available Market*). Selanjutnya, berdasarkan pemasaran yang dilakukan, Eidos menetapkan target untuk memperoleh sebanyak 5% dari *serviceable available market* atau sebesar 1,1 juta (*Serviceable Obtainable Market*). Maka dari itu, melihat dari besarnya ukuran pasar tersebut, Eidos menjadikannya sebagai peluang bagi pengembangan sebuah produk teknologi berbasis *website* dan akun media sosial Instagram untuk pasar para pencinta hewan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Didapat beberapa rumusan permasalahan dari penjelasan latar belakang di atas sebagai berikut.

- a. Bagaimana cara menghadapi berbagai macam permasalahan mengenai hewan yang ada di lingkungan dan masyarakat pada era perkembangan teknologi saat ini?
- b. Bagaimana dampak positif dari pemanfaatan teknologi, khususnya melalui platform *online* berbasis *website*, dalam memudahkan kegiatan adopsi, donasi, diskusi, dan pemenuhan kebutuhan hewan peliharaan?

## 1.3 Tujuan

Adapun beberapa tujuan dari penjelasan rumusan permasalahan di atas adalah sebagai berikut.

- a. Mengembangkan produk berupa *website* dan akun media sosial Instagram Eidos yang dapat membantu hewan dan para pencinta hewan, khususnya dalam kegiatan adopsi, donasi, diskusi, dan memenuhi segala kebutuhan hewan, serta pencarian lokasi layanan kebutuhan hewan terdekat, dengan menjadikan keselamatan dan kesejahteraan hewan sebagai prioritas utama sesuai permasalahan mengenai hewan yang ada di lingkungan dan masyarakat pada era perkembangan teknologi saat ini.
- b. Mengetahui dampak positif pada masyarakat dalam platform *online* untuk memudahkan kegiatan adopsi, donasi, diskusi, dan pemenuhan kebutuhan hewan peliharaan.

#### 1.4 Luaran

Berikut merupakan beberapa luaran dari laporan tugas akhir teknologi tepat guna dari produk yang diberi nama Eidos.

- a. Produk teknologi tepat guna berbasis *website* dan akun media sosial Instagram untuk memudahkan kegiatan adopsi, donasi, diskusi, dan memenuhi segala kebutuhan hewan, serta memudahkan dalam pencarian lokasi layanan kebutuhan hewan terdekat.
- b. Publikasi artikel pengabdian di jurnal nasional.
- c. Dokumentasi Desain yang terdaftar di Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

#### 1.5 Kemanfaatan

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh terkait adanya solusi dari Eidos yang berbasis *website* ini adalah sebagai berikut.

- a. Ikut andil dalam meningkatkan *animal welfare* atau kesejahteraan hewan.
- b. Menjadi ladang solusi dari setiap permasalahan dalam merawat hewan peliharaan bagi para pencinta hewan.
- c. Membantu mempertemukan hewan terlantar kepada para pengadopsi atau rumah barunya.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Hewan Peliharaan

Suprantonno & Setiawan (2019) menyatakan bahwa hewan peliharaan adalah hewan yang kehidupannya tidak bebas dan tidak bisa hidup di sembarang lingkungan. Hewan peliharaan merupakan hewan yang mendapatkan segala kebutuhan hidupnya dari manusia baik secara langsung maupun tidak langsung. Hidup dari hewan peliharaan baik sebagian maupun seluruhnya merupakan tanggung jawab dari manusia yang memeliharanya. Selain itu, merawat, menjaga, dan memberi kasih sayang merupakan suatu hal yang wajib dilakukan oleh pemilik atau pemelihara hewan kepada hewan peliharaannya karena kehidupan para hewan tersebut sangatlah bergantung kepada pemiliknya. Tercukupinya kebutuhan fisik, psikis, dan keadaan lingkungan yang sesuai untuk hewan peliharaan merupakan hak asasi yang harus terpenuhi untuk kesejahteraan hewan atau *animal welfare*. Prinsip dari *animal welfare* ini dikenal juga dengan *The Five Freedoms*, yang diadaptasi oleh Association of Shelter Veterinarians, yakni (a) Kebebasan dari rasa lapar; (b) Kebebasan dari ketidaknyamanan; (c) Kebebasan dari rasa sakit; (d) Kebebasan untuk mengekspresikan perilaku normal; serta (e) Kebebasan dari rasa takut dan kesusahan.

Hewan peliharaan dapat dianggap sebagai sahabat bahkan teman hidup oleh manusia (Risthi, 2018). Beberapa penelitian juga telah menunjukkan bahwa memelihara hewan memiliki berbagai macam manfaat untuk kesehatan, baik secara fisiologis maupun psikologis. Adapun tiga manfaat memelihara hewan, yaitu membantu memulihkan kesehatan dengan mengajak hewan peliharaan jalan ataupun bermain, membantu mengatasi stress, dan bersosialisasi dengan lingkungan saat membawanya keluar, Setianingrum (dalam Nurlayli & Hidayati, 2014). Berbeda halnya dengan orang yang tidak memiliki hewan peliharaan, orang tersebut memiliki kemungkinan rentan terkena penyakit fisik maupun psikologis. Ditulis oleh Herzog (dalam Sembodo, 2018) bahwa ditemukan di antara 40.000 orang yang berada di Swedia, seseorang yang memelihara hewan peliharaan

memiliki kesehatan fisik yang lebih baik daripada seseorang yang tidak memelihara hewan peliharaan.

Berdasarkan banyaknya manfaat yang didapat dari merawat hewan peliharaan, maka hadirnya suatu platform yang dapat membantu mempertemukan hewan dengan calon pemelihara, mengedukasi pemilik hewan agar dapat merawat hewannya dengan baik, menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan hewan, dan dapat menjadi jembatan yang menghubungkan pencinta hewan dengan hewan liar melalui donasi, yang akan sangat berguna bagi para pencinta hewan dan tentunya akan berdampak baik juga bagi hewan liar yang ada di lingkungan sekitar.

## **2.2 Adopsi Hewan**

Menurut Prisca (2019), secara umum, adopsi hewan layaknya kumpulan hewan yang tidak memiliki tempat tinggal sebelumnya, yang kemudian kumpulan hewan itu dirawat untuk memiliki peluang hidup yang lebih baik. Rahman (dalam Vahreza & Tanto, 2020) menjelaskan bahwa adopsi hewan merupakan proses pengambilalihan hak asuh dan tanggung jawab hewan dari pemilik hewan sebelumnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa adopsi hewan adalah suatu proses pemindahan tanggung jawab kepada hewan, baik hewan liar maupun domestik, yang telah ditinggalkan atau dilepasliarkan sebelumnya ke dalam asuhan pemiliknya, komunitas, organisasi atau pemilik barunya.

Menurut Anisa dkk. (2017) menjelaskan bahwa cara perawatan setiap hewan itu berbeda sesuai dengan kebutuhan jenis hewannya. Tertulis dalam Pasal 66 ayat (2) huruf C UU 18/2009 bahwa pemeliharaan, pengamanan, perawatan, dan pengayoman hewan dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga hewan bebas dari rasa lapar dan haus, rasa sakit, penganiayaan dan penyalahgunaan, serta rasa takut dan tertekan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan hewan yang perlu disiapkan sebelum mengadopsi hewan, yaitu biaya untuk membeli makanan hewan dalam mengatasi rasa laparnya, vitamin dan suplemen hewan untuk mengantisipasi apabila hewan tersebut sakit, dan tentunya tersedia tempat tinggal yang layak untuk hewan tersebut.

Hal penting lainnya, seseorang yang memelihara hewan bukan hanya memastikan hewan tersebut dapat hidup, tetapi juga harus memastikan hewan

peliharaannya dalam kondisi sehat secara fisik dan mental serta tidak kekurangan dalam hal memenuhi segala kebutuhannya, seperti minuman, pakan, dan tempat berteduh (Rahmiati & Pribadi, 2014) karena melihat adopsi hewan saat ini mulai menarik perhatian banyak orang. Adapun tujuan dari adopsi hewan peliharaan adalah selain untuk mengisi waktu kosong dan mengurangi rasa bosan atau jenuh di rumah, adopsi hewan juga sebagai salah satu upaya untuk mengurangi jumlah hewan yang berkembang biak secara massal.

Diambil dari Deneira & Kadarisman (2019), untuk memitigasi pertumbuhan populasi hewan terlantar, diperlukan edukasi untuk meningkatkan kesadaran mengadopsi hewan terlantar. Penyebab terlantarnya hewan peliharaan antara lain adalah usia pemilik hewan peliharaan yang tidak lagi muda sehingga tidak mampu lagi merawatnya, pemilik hewan peliharaan yang sibuk, dan pemilik hewan yang kesulitan dalam keuangan. Beberapa hewan peliharaan terlantar dikatakan beruntung karena diselamatkan oleh sukarelawan hewan karena nantinya, hewan tersebut akan dibawa dan dititipkan ke shelter atau tempat penampungan hewan. Banyak shelter yang sering *posting* gambar dan informasi tentang hewan di jejaring sosial. Namun, jangkauan media sosial sangat luas sehingga perlu adanya media efektif yang dapat menyatukan informasi tersebut (Mulya dkk., 2020).

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis merasa jika Eidos adalah sebuah platform yang dapat menjadi sebuah solusi efektif. Hal tersebut karena Eidos merupakan sebuah produk berupa platform *online* berbasis *website* dan media sosial Instagram yang akan menjadi penghubung antara hewan-hewan terlantar dengan para pencinta hewan, serta yang menjadi satu kesatuan dalam menjalani fungsinya.

### **2.3 Platform Website**

Dikemukakan oleh Arief (dalam Ibrahim & Ambarita, 2018) *website* merupakan halaman-halaman web yang dipublikasikan dengan sengaja pada jaringan internet dan memiliki *domain* yang dapat diakses semua pengguna internet dengan cara mengetikkan alamatnya. *Website* ini terdiri dari dokumen yang ditulis dengan menggunakan format HTML atau *Hyper Text Markup Language*. Selain itu, menurut Apriansyah & Kardian, (2020) mengartikan sebuah *website* adalah sebuah sistem informasi yang terdiri dari teks, gambar, suara, dan lain sebagainya yang

tersimpan dalam server dan disajikan kembali dalam bentuk *hypertext*. Dalam penggunaannya, *website* diakses melalui HTTP, yang berfungsi sebagai suatu protokol untuk menyampaikan berbagai informasi dari *website server*, hingga dapat ditampilkan kepada para pengguna melalui web *browser*.

*Website* terbagi ke dalam dua jenis, yaitu *website* statis dan *website* dinamis. Menurut Sabilla dkk. (2022), yang dimaksud dengan statis adalah *website* memiliki informasi atau konten yang cenderung jarang berubah atau bahkan tetap, sedangkan dinamis adalah *website* yang memiliki informasi dari dua arah antara pengguna dan pemilik sehingga konten *website* fleksibel dan dapat berubah.

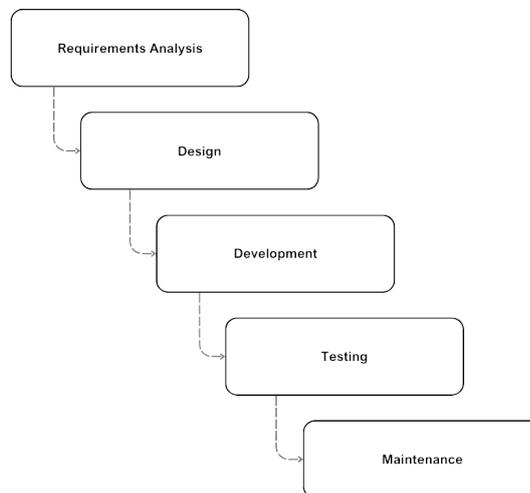
*Website* dipilih sebagai platform yang membantu kegiatan Eidos karena adanya kemudahan bagi para pencinta hewan untuk mengaksesnya. Berbeda halnya dengan aplikasi *mobile* yang harus diunduh terlebih dahulu dan memerlukan ruang penyimpanan lebih pada perangkat pengguna. Terlebih, *website* dapat dikatakan sangatlah fleksibel karena dalam pengoperasiannya, pengguna hanya tinggal menulis alamat *website* yang telah didesain sedemikian rupa sehingga mudah diingat. Lalu, pengguna yang telah masuk ke dalam *website* pun akan langsung dibawa ke halaman utama *website* dan dapat menggunakan segala fitur yang telah disediakan. Selain itu, *website* juga akan memudahkan tim Eidos untuk melakukan analisis jumlah pengunjung dan mempromosikannya karena dapat terhubung dengan Google Analytics, serta adanya berbagai cara untuk meningkatkan jangkauan pemasaran nantinya, baik secara gratis maupun berbayar.

#### **2.4 Waterfall Framework**

Dalam pengembangan produk digital dibutuhkan *framework* agar seluruh proses pengerjaan lebih terstruktur dan efektif dari segi waktu dan biaya. Menurut Daqiqil (2011), *framework* adalah sebuah struktural konseptual dasar yang digunakan untuk memecahkan permasalahan atau isu-isu yang kompleks. Dalam hal ini, Eidos menggunakan *framework* untuk mengembangkan *website* yang akan menjadi produk utamanya. Penggunaan *framework* yang dipilih adalah *waterfall*.

*Waterfall* adalah sebuah pendekatan dalam pengembangan perangkat lunak yang bersifat linier dengan alur kerja yang bertahap dan berurutan, artinya jika proses sebelumnya belum selesai dilakukan, maka tidak dapat diteruskan pada

proses selanjutnya (Apriansyah & Kardian, 2020). Pendekatan ini disebut *waterfall* karena alur kerjanya yang mengalir maju melewati berbagai tahap, seperti air terjun, yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Metode *Waterfall*

Pemilihan *waterfall* menjadi *framework* karena keterbatasan sumber daya manusia untuk melakukan pekerjaan yang iteratif sehingga seluruh pekerjaan dilakukan secara bertahap dan bersama-sama. Adapun tahap-tahap dari *framework waterfall* dalam pengembangan Eidos adalah sebagai berikut:

#### 2.4.1 *Requirements Analysis*

Menurut Rosa & Sahalahudin (2015), tahap *requirement analysis* adalah tahap pengumpulan kebutuhan termasuk dokumen dan *interface* untuk menganalisis kebutuhan perangkat lunak sehingga dapat memahami kebutuhan pengguna agar dapat menentukan solusi *software* yang tepat. Penulis mencoba melakukan validasi masalah, mengembangkan solusi, dan menyusun kebutuhan untuk merealisasikannya. Oleh karena itu, pada tahap ini, akan banyak diisi dengan mengumpulkan data dari calon pengguna platform Eidos, yang merupakan pencinta hewan.

#### 2.4.2 *Design*

Setelah seluruh masalah tervalidasi dan kebutuhan untuk merealisasikan solusi telah terkumpul, selanjutnya akan dilakukan pembuatan

desain platform dan sistem yang akan digunakan untuk menjadi tampilan dari platform nanti. Tahap desain ini diisi dengan merancang desain dan pembuatan program melalui UML (*Unified Modeling Language*), dengan menggunakan *activity diagram* dan *use case diagram* (Rosa & Sahalahudin, 2015).

### **2.4.3 Development**

Tahap selanjutnya adalah pengembangan dari desain yang telah dibuat ke dalam *coding* agar dapat menjadi sebuah *website* yang dapat diakses banyak pengguna lainnya. Menurut Rosa & Sahalahudin (2015), hasil dari tahap ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain. Pada tahap ini, dilakukan dengan menggunakan bahasa pemrograman HTML, CSS, dan Javascript.

### **2.4.4 Testing**

Tahap selanjutnya adalah melakukan *testing* sistem dari *website* yang telah selesai dikerjakan. Menurut Rosa & Sahalahudin (2015), tahap ini berfungsi untuk menguji *software* dari segi logik dan fungsional, serta memastikan bahwa semua bagian sudah diuji agar hasilnya sesuai dengan luaran yang diharapkan. *Website* akan melewati beberapa tahap *testing*, yang diuji secara langsung oleh tim internal untuk meminimalisir adanya *bug* atau *error* pada saat pengguna menggunakan *website* Eidos.

### **2.4.5 Maintenance**

Pada tahap terakhir ini adalah dilakukannya *maintenance* dari *website* yang telah diluncurkan ke masyarakat. Menurut Rosa & Sahalahudin (2015), tahap ini berguna untuk mendefinisikan upaya-upaya pengembangan terhadap sistem untuk mengantisipasi perkembangan maupun perubahan sistem terkait *hardware* dan *software*. Pada tahap ini, penulis mengumpulkan beberapa masalah yang mungkin dirasakan oleh pengguna *website* Eidos dan langsung menindaklanjutinya, dengan melakukan peningkatan terhadap *website*.

## **2.5 Implementation/Socialization**

Sosialisasi dilakukan setelah pengembangan selesai dilakukan untuk memberikan informasi mengenai produk ataupun sebagai bentuk dari sebuah

peningkatan *brand awareness* terhadap produk, seperti pengadaan pameran, *workshop*, dan sebagainya. Peran sosialisasi ini juga sependapat dengan Julyaningsih dkk. (2023), yang menjelaskan bahwa sosialisasi dilakukan guna memberikan informasi kepada narasumber yang memungkinkan narasumber mengingat ketika membutuhkan sebuah produk/jasa tersebut.

Kemudian, Danasari dkk. (2022) juga memanfaatkan sosialisasi dalam upaya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualannya. Dengan begitu, dapat dipahami bahwa sosialisasi merupakan salah satu bentuk dalam memasarkan produk sehingga target narasumber harus sesuai dengan target market. Adapun sosialisasi yang dilakukan Eidos adalah mengikuti sebuah pameran inovasi produk, yang berlokasi di UPN “Veteran” Jawa Timur dan diselenggarakan oleh KMI Expo XIII. Pada kegiatan pameran ini, Eidos berhasil mengenalkan dan/atau memasarkan produknya kepada sebanyak 500 pengunjung secara langsung.

## **2.6 Desain Struktur Informasi**

Perancangan struktur informasi termasuk dalam tahap awal dalam pengembangan sebuah produk, perancangan ini dirasa penting karena dalam membuat sebuah platform yang baik diperlukan perancangan informasi dan alur yang maksimal. Menurut Darmawan (dalam Parinsi, dkk., 2021) menjelaskan bahwa terdapat dua tujuan dalam melakukan desain informasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan sebuah rancang bangun yang jelas kepada tim pengembang sebagai pedoman dalam pengembangan produk. Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa perancangan struktur informasi merupakan hal yang sangat penting agar menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pengguna dan alat komunikasi yang jelas kepada tim teknis pengembangan dalam merealisasikan produk yang diinginkan.

### **2.6.1 Use Case Diagram**

Dalam membuat sebuah platform memiliki sebuah alur sistem yang jelas adalah sebuah hal yang penting. Dalam mewujudkan hal tersebut, diperlukan untuk membuat sebuah alur perencanaan sistem yang baik, salah satunya adalah dengan membuat sebuah *use case diagram*. *Use case diagram* menjelaskan fitur yang dapat diakses oleh setiap tipe *user* dalam bentuk sebuah

gambar. Pada gambar tersebut juga menjelaskan setiap skenario interaksi pengguna dengan sistem (Ridoh & Putra, 2021).

Terdapat tiga bagian penting dalam membuat sebuah *use case* menurut Irzan & Sutriyono, 2021 menjelaskan bahwa terdapat peranan aktor, *use case*, dan hubungannya. *Use case* menjelaskan kegiatan yang dapat dilakukan dalam sebuah platform, aktor merupakan pengguna dari platform, dan kedua hal tersebut harus saling terhubung sehingga setiap fitur dapat menjelaskan dapat diakses oleh tipe pengguna tertentu. Maka dari itu, *use case diagram* merupakan bagian yang penting dalam membuat sebuah alur sistem yang jelas dalam sebuah platform.

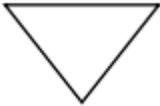
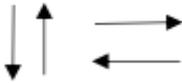
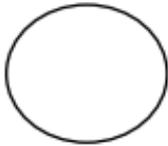
### 2.6.2 User Flow

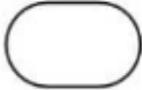
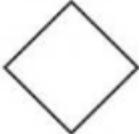
Kemudahan dalam menggunakan produk digital adalah hal penting yang diharapkan tim pengembang bagi para penggunanya, salah satu upaya untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan merancang sebuah *user flow*. *User flow* adalah rangkaian tugas yang harus pengguna lalui dari awal hingga akhir agar dapat menjalankan sebuah fitur (Sekali dkk., 2023). Tujuan dari pembuatan *user flow* adalah untuk memudahkan dalam melakukan pembuatan *user interface* desain sebuah *platform*, serta memudahkan ketika melakukan pengembangan produk. Selain itu, Menurut Ravelino & Susetyo (2023), *user flow* adalah bagian yang sangat penting untuk dapat memaksimalkan *user experience*. Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwasanya *user flow* tidak hanya memudahkan dalam pembuatan *user interface* desain saja, tetapi juga bagian dalam memaksimalkan *user experience* yang baik sehingga *user flow* menjadi bagian mendasar yang sangat penting.

Kemudian, terdapat berbagai simbol yang digunakan dalam pembuatan sebuah *user flow*, yang penjelasan definisinya dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Simbol *User Flow* (Indrajani (dalam Manulang dkk., 2022))

| No | Nama    | Simbol  | Keterangan                              |
|----|---------|---|---|
| 1  | Dokumen |  | Sebuah laporan yang dapat dibuat dengan |

|   |                                 |   |   |
|---|---------------------------------|---|---|
|   |                                 |   | tangan atau cetak oleh komputer.  |
| 2 | Pemrosesan Komputer             |    | Sebuah fungsi pemrosesan yang dilaksanakan oleh komputer, biasanya menghasilkan data atau informasi.                                      |
| 3 | <i>Typing Verifying</i>         |    | Menunjukkan pemasukan data ke dalam komputer melalui <i>online</i> terminal atau perangkat terminal <i>input/output</i> .                 |
| 4 | Arsip                           |  | Arsip dokumen disimpan dan diambil secara manual. Huruf di dalamnya menunjukkan cara pengurutan arsip.                                    |
| 5 | Arus Pemrosesan                 |  | Arah arus dokumen atau pemrosesan; arus normal adalah ke kanan atau ke bawah.   |
| 6 | Penghubung dalam Sebuah Halaman |  | Menghubungkan bagian alir pada halaman yang sama. Simbol ini digunakan untuk menghindari terlalu banyak anak panah yang saling melintang. |

|    |                                 |   |  |
|----|---------------------------------|---|--|
| 7  | Penghubung pada Halaman Berbeda |    | Menghubungkan bagian alir pada halaman yang berbeda. Simbol ini digunakan untuk menghindari terlalu banyak anak panah yang saling melintang. |
| 8  | Terminal                        |    | Digunakan untuk memulai, mengakhiri atau titik henti dalam sebuah proses atau program.   |
| 9  | Keputusan                       |   | Sebuah tahap pembuatan keputusan; digunakan dalam bagan alir program komputer untuk menunjukkan cabang bagi alternatif cara.                 |
| 10 | Anotas                          |  | Tambahan penjelasan deskriptif atau keterangan, atau catatan sebagai klasifikasi.  |
| 11 | Operasi Manual                  |  | Menunjukkan proses yang dikerjakan secara manual.  |
| 12 | Penyimpanan<br><i>Storage</i>   |  | Menunjukkan akses langsung perangkat penyimpanan.  |

### 2.6.3 *Information Architecture*

Perancangan sebuah *information architecture* dilakukan pada saat pengembangan *website* Eidos. Menurut Pratama & Indriyanti (2023),

*information architecture* merupakan struktur dari rancangan produk yang akan dihasilkan. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memudahkan dalam mengorganisir terkait informasi yang akan disajikan di dalam sebuah aplikasi kepada pengguna (Wicaksono dkk., 2022).

## 2.7 Perangkat Lunak yang Digunakan

Selain diperlukan *framework* yang tepat dan sesuai, pengembangan sebuah platform digital juga memerlukan beberapa perangkat lunak yang dapat menunjang proses pemrograman. Menurut Prasetyo dkk. (2015), terdapat bagian-bagian penting yang menjadi fundamental dalam pengembangan tampilan *website* yang dinamis dan interaktif, seperti HTML, CSS, dan Javascript. Dalam upaya pengembangan *website* Eidos yang dapat nyaman digunakan oleh *user*, penulis menggunakan beberapa perangkat lunak sebagai berikut.

### 2.7.1 HTML (*Hyper Text Markup Language*)

HTML adalah bahasa pemrograman yang biasa digunakan dalam pengembangan *website*. Adapun menurut Anhar (2010), HTML merupakan sekumpulan *tag* yang dituliskan ke dalam sebuah *file*, yang digunakan untuk menampilkan halaman pada web *browser*. *Tag-tag* HTML ini berfungsi sebagai bahasa pemrograman dasar yang digunakan dalam pembuatan *website* agar dapat tampil di web *browser*. HTML ini juga sebagai pondasi awal untuk menyusun kerangka halaman *website* agar lebih terstruktur sebelum masuk ke tahap desain dan sisi fungsionalitas (Indah dkk., 2022).

### 2.7.2 CSS (*Cascading Style Sheets*)

CSS adalah bahasa pemrograman yang digunakan untuk mengatur tampilan dan tata letak dari elemen-elemen pada halaman *website*. Menurut Sari dkk. (2022), CSS adalah bahasa yang merepresentasikan halaman web, seperti warna, tata letak, dan *font*. CSS ini berhubungan erat dengan HTML dan Java Script karena memiliki kesamaan tujuan dalam menciptakan desain dan pengalaman yang interaktif bagi pengguna. Indah dkk. (2022) menyebutkan bahwa keunggulan dari CSS ini adalah untuk melengkapi HTML agar menghasilkan tampilan *website* yang menarik.

### 2.7.3 Java Script

Menurut Sari dkk. (2022), Java Script adalah bahasa pemrograman web yang bersifat *Client Side Programming Language*, yang pengolahannya dilakukan oleh *client* berupa web *browser*. Java Script termasuk ke dalam bahasa pemrograman tingkat tinggi yang digunakan secara luas dalam pengembangan aplikasi web. Bahasa ini dapat membuat situs web menjadi interaktif, menanggapi tindakan pengguna, dan memanipulasi elemen-elemen pada halaman web secara dinamis.

Bahasa ini juga populer untuk pemrograman karena menawarkan pengalaman interaktif bagi pengguna web dan kemudahan penggunaan skrip untuk bisa menggunakan kembali kode yang sudah pernah ditulis sebelumnya, serta banyaknya API dan alur data dari *framework* (Mitropoulos dkk., 2019).

## 2.8 Evaluasi Pengalaman Pengguna

Evaluasi merupakan suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan yang bertujuan untuk menentukan kualitas baik dari segi nilai dan arti, dengan berdasarkan pada pertimbangan dan kriteria tertentu, yang hasilnya akan membantu dalam mengambil suatu keputusan (Azis dkk., 2019). Dalam hal ini, kegiatan evaluasi melalui pengujian pengalaman pengguna pada suatu desain platform perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas dari kenyamanan penggunaannya.

### 2.8.1 Guerilla Testing

*Guerilla testing* merupakan pengujian *usability* suatu desain *prototype* yang paling sederhana untuk dilakukan di tempat umum, dengan tujuan untuk memperoleh validasi atau pendapat dari pengguna langsung mengenai pengalaman pertama dalam penggunaannya secara cepat, dengan anggaran yang rendah (Valentina, 2022). Nielsen (2000) juga mengatakan bahwa dibandingkan melaksanakan pengujian yang besar dan membutuhkan biaya yang besar, melaksanakan pengujian kepada sebanyak lima orang saja sudah cukup untuk dapat mengidentifikasi permasalahan utama pada suatu desain. Dengan begitu, Eidos mencoba melakukan *guerilla testing* untuk mendapatkan banyak *insight*, atau secara kualitatif deskriptif sehingga tim dapat lebih

memahami kebutuhan yang sesungguhnya dari pengguna langsung dan dilakukan evaluasi atau peningkatan dari hasil desain yang telah dibuat.

### 2.8.2 SUS (*System Usability Scale*)

Terdapat berbagai macam cara untuk mengukur kegunaan atau *usability* dari suatu desain, salah satunya metode SUS. *System Usability Scale* (SUS) merupakan pengujian yang melibatkan pengguna akhir untuk dilakukan evaluasi suatu perangkat lunak melalui pengukuran skala likert (Subhiyakto dkk., 2023), yang dikembangkan oleh Brooke (1996). Dalam hal ini, pengukuran skala likert terdiri dari 1 (*strongly disagree*), 2 (*disagree*), 3 (*neutral*), 4 (*agree*), dan 5 (*strongly agree*) karena skala likert dapat dijadikan skala interval yang dapat dijelaskan dengan data statistik, korelasi analisis, analisis faktor, analisis keberagaman prosedur, dan sebagainya untuk menjelaskan data secara lebih mendalam (Brown, 2011). Pengujian secara kuantitatif yang berfokus pada statistik, bukan memperoleh *insights* ini, dapat diuji kepada setidaknya sebanyak 20 pengguna (Nielsen, 2012).

Tabel 2. 2 Item Pernyataan SUS (Brooke, 1996)

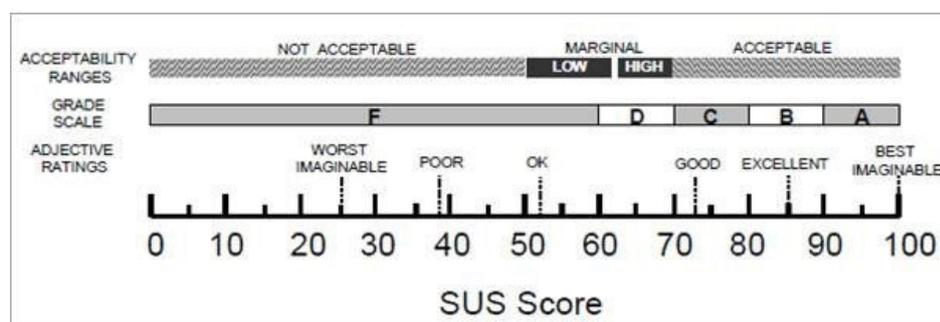
| No | Pernyataan  |
|----|---|
| 1  | <i>I think that I would like to use this system frequently.</i>                                   |
| 2  | <i>I found the system unnecessarily complex.</i>  |
| 3  | <i>I thought the system was easy to use.</i>  |
| 4  | <i>I think that I would need the support of a technical person to be able to use this system.</i> |
| 5  | <i>I found the various functions in this system were well integrated.</i>                         |
| 6  | <i>I thought there was too much inconsistency in this system.</i>                                 |
| 7  | <i>I would imagine that most people would learn to use this system very quickly.</i>              |
| 8  | <i>I found the system very cumbersome to use.</i>   |
| 9  | <i>I felt very confident using the system.</i>  |
| 10 | <i>I needed to learn a lot of things before I could get going with this system.</i>               |

Penggunaan metode SUS ini memiliki 10 item pernyataan yang dapat dilihat pada Tabel 2.2, dengan memiliki beberapa keunggulan yang diambil dari Brooke; Bangor dkk.; Gracis; Tullis and Stetson; & Brook (dalam HN dkk., 2015) di antaranya adalah sebagai berikut.

- a. Penggunaannya yang mudah karena hasilnya berupa skor 0-100.
- b. Penggunaannya tidak membutuhkan perhitungan yang rumit.
- c. Penggunaannya tersedia secara gratis, tidak perlu biaya tambahan.
- d. Penggunaannya terbukti *valid* dan *reliable*, meskipun dengan ukuran sampel yang kecil.

Kemudian, untuk aturan penentuan nilai akhir dari penggunaan SUS ini dijelaskan oleh Fattahaq (2023) bahwa untuk pernyataan dengan nomor ganjil, yakni nomor 1, 3, 5, 7, dan 9, caranya adalah skor yang didapat dari skor pernyataan yang didapat dari *user* dikurangi dengan 1 ( $X - 1$ ), sedangkan untuk pernyataan dengan nomor genap, yakni nomor 2, 4, 6, 8, dan 10, caranya adalah skor didapat dari nilai 5 dikurangi dengan skor pernyataan yang didapat dari *user* ( $5 - X$ ). Adapun untuk nilai akhirnya didapat dari hasil penjumlahan skor setiap pernyataan yang dikali 2,5.

Selanjutnya, ketentuan dan/atau penentuan hasil dari nilai SUS pada Gambar 3 dapat dijelaskan sebagai berikut: (a) *Grade A, excellent*, dengan skor  $\geq 80$ ; (b) *Grade B, good*, dengan skor  $\geq 74$  dan  $< 80,3$ ; (c) *Grade C, ok*, dengan skor  $\geq 68$  dan  $< 74$ ; (d) *Grade D, awful*, dengan skor  $\geq 51$  dan  $< 68$ , serta (e) *Grade F, poor*, dengan skor lebih  $< 51$ .



Gambar 2. 2 SUS Score Percentile Rank

Diambil dari Ependi dkk. (2019), penentuan hasil perhitungan penilaian SUS ini juga dapat dilihat melalui tiga sudut pandang di antaranya *acceptability*

(untuk melihat tingkat penerimaan pengguna terhadap perangkat lunak), *grade scale* (untuk melihat tingkatan (*grade*) perangkat lunak), dan *adjective rating* (untuk melihat *rating* dari perangkat lunak yang dihasilkan). Adapun untuk sudut pandang *acceptability* terdapat tiga tingkatan, yakni *not acceptable*, *marginal* (*low* dan *high*), dan *acceptable*, sedangkan untuk sudut pandang *grade scale* terdiri dari *grade* A, B, C, D, dan F. Beda halnya dengan sudut pandang *adjective rating*, yang memiliki lebih banyak tingkatan, yakni *worst imaginable*, *poor*, *ok*, *good*, *excellent*, dan *best imaginable*.

## BAB III DESAIN TEKNOLOGI

### **3.1 Requirement Analysis**

Produk yang dihasilkan Eidos diharapkan dapat menjadi sebuah solusi bagi para pencinta hewan dan hewan peliharaannya itu sendiri. Dengan begitu, sebelum melakukan pengembangan produk, diperlukan analisis permasalahan. Dalam analisis ini, penulis menggunakan metode kualitatif melalui *in-depth-interview* kepada 12 pencinta hewan karena sudah mencapai titik jenuh dan mengacu pada teori Mason (2010), yang menentukan responden kualitatif dengan wawancara berdasarkan titik jenuh—ketika pengumpulan data tidak lagi memberikan wawasan baru yang signifikan terkait topik penelitian, titik jenuh responden ditemukan pada responden ke-8, dan ke-4 terakhir itu dapat memberikan jawaban yang sama dengan responden sebelumnya. Setelah mengetahui permasalahan yang dirasakan para pencinta hewan, maka dilanjutkan dengan menyusun berbagai kebutuhan yang diperlukan dalam membentuk produk yang dapat menyelesaikan masalah tersebut.

### **3.2 Design**

Pendekatan dan metodologi desain adalah aspek yang berperan penting ketika proses desain, terutama desain produk, grafis, arsitektur, desain pengalaman pengguna, dan desain dari logo itu sendiri. Pendekatan desain berguna untuk memberi arahan dan prinsip-prinsip yang membimbing proses perancangan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan metodologi desain berguna untuk mengorganisasi proses perancangan, mengarahkan langkah-langkah yang harus diambil, dan memastikan bahwa desain yang telah dihasilkan memenuhi tujuan dan kebutuhan yang ada.

Desain *website* merupakan istilah mengenai desain visual yang diterapkan kepada media digital, yaitu *website*. Desain tersebut ditujukan untuk pengembangan dan *styling* informasi di internet guna menyediakan fitur konsumen *high-end* dan memberikan kualitas estetika. Adapun desain pada konten media sosial Instagram bertujuan untuk membangun *branding* dengan cara menghasilkan desain yang konsisten, untuk memberikan kesan yang kuat dan mudah diingat oleh para

pengguna media sosial. Konsistensi ini pun dibentuk dengan berbagai aspek pendukung sehingga menghasilkan konten yang bernilai estetik.

### 3.2.1 *Logo Design*

Logo merupakan hal yang penting karena menjadi sebuah wajah dari perusahaan dan logo harus merepresentasikan keseluruhan entitasnya sehingga sebuah logo baiknya memiliki perbedaan dengan yang lainnya (Agustina dkk., 2021). Pembuatan logo Eidos juga mengacu pada ciri-ciri logo yang baik oleh Rustan (dalam Everlin & Erlyana, 2019) sebagai berikut.

- a. *Long lasting*, dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.
- b. *Unique*, memiliki keunikan dan menarik agar konsumen tertarik untuk mengetahui lebih dalam produk pada perusahaan tersebut.
- c. *Memorable*, mudah diingat oleh masyarakat sehingga dengan sekali lihat masyarakat dapat mengetahui dan mengingat logo tersebut.
- d. *Flexible*, logo memiliki versi bentuk vertikal dan horizontal agar dapat diletakkan di mana pun, serta memiliki berbagai versi warna sehingga dalam kondisi latar belakang dan media apapun tetap terlihat jelas.
- e. *Simple*, selain logo harus menarik dan unik, sebuah logo juga harus sederhana dan keterbacaan yang jelas
- f. *Align with the company vision*, gambar logo harus sesuai dengan tujuan perusahaan karena logo menjadi tanda pengenal perusahaan dan mencerminkan perusahaan atau produk.

Adapun detail dari beberapa variasi tampilan logo Eidos dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini.

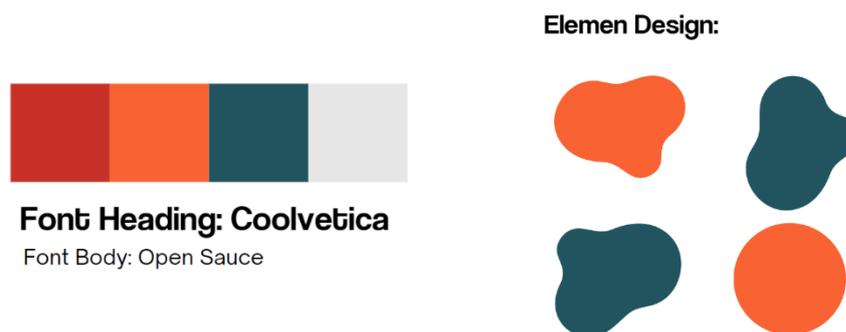


Gambar 3. 1 Logo Eidos

Logo Eidos berbentuk huruf 'E' yang terdapat siluet hewan kucing dan anjing di dalamnya. Huruf 'E' ini mengartikan Eidos, atau dalam Bahasa Yunani memiliki arti kebaikan. Siluet hewan kucing dan anjing ini sebagai simbol hewan peliharaan karena mayoritas hewan peliharaan di dunia adalah kucing dan anjing. Sebuah harapan melalui pemberian nama Eidos adalah mampu memberikan kebaikan yang abadi baik kepada hewan peliharaan maupun pencinta hewannya itu sendiri.

### 3.2.2 *Content Design*

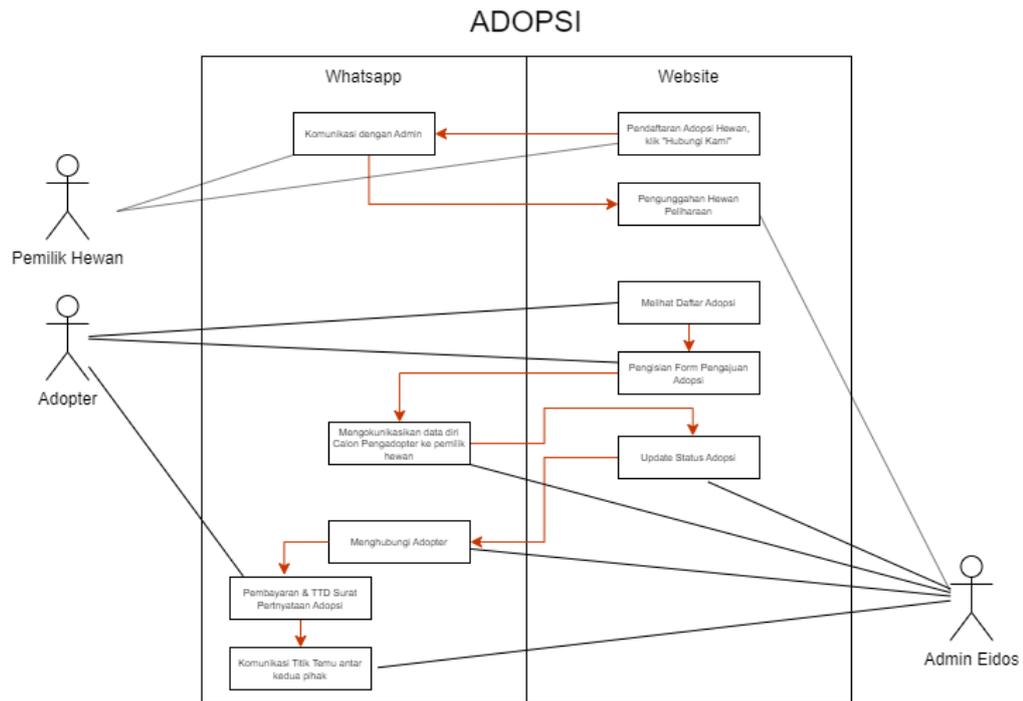
Konten desain adalah elemen-elemen visual yang diproduksi untuk mengomunikasikan suatu pesan. Konten desain ini terdiri dari berbagai bentuk, seperti grafis ilustrasi, fotografi, video, dan berbagai elemen visual lainnya yang dibuat untuk memberikan pengalaman visual. Gambar 3.2 adalah elemen visual yang menjadi dasar dalam pembuatan konten pada Instagram Eidos.



Gambar 3. 2 *Color Palette & Elemen Desain*

### 3.2.3 *Use Case Design*

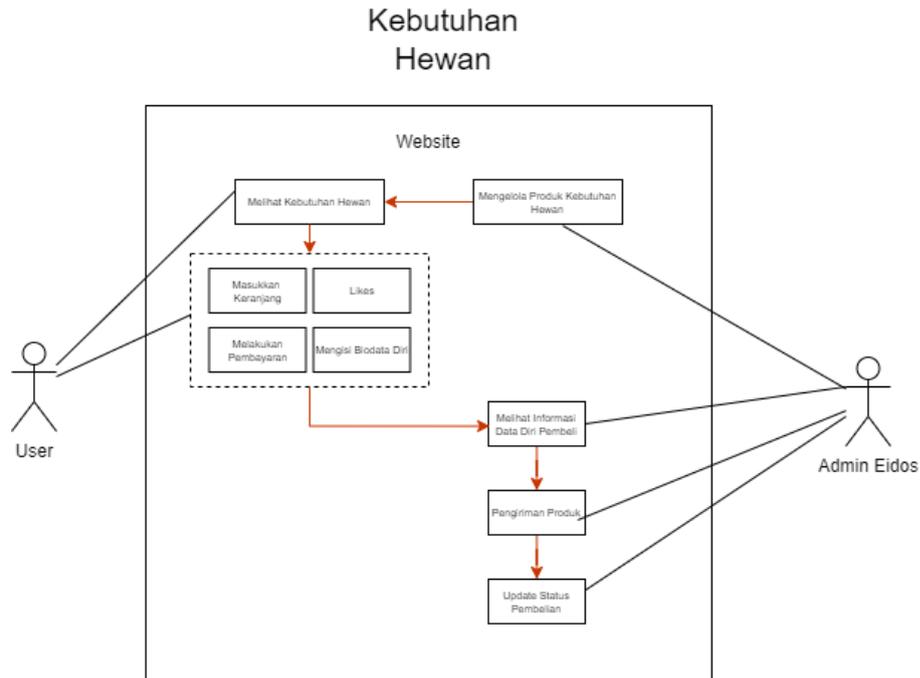
Desain sistem memiliki peran penting dalam proses pengembangan dan implementasi berbagai jenis sistem, seperti sistem perangkat lunak, perangkat keras, atau keduanya. Menurut Afif (2019) dijelaskan bahwa, fungsi *use case diagram* dapat memetakan *behaviour* sistem informasi berdasarkan hak akses setiap penggunanya. Dapat dikatakan juga bahwa desain sistem digunakan sebagai pedoman yang berisi alur sistem yang berjalan beserta setiap pihak yang terlibat di dalamnya.



Gambar 3. 3 Alur Sistem *User & Admin*

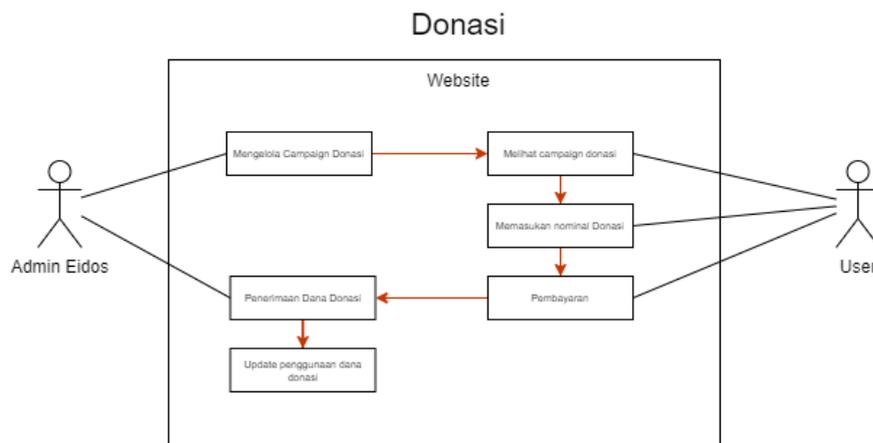
Aktor pada proses adopsi adalah pemilik hewan, *adopter*, dan admin Eidos. Proses adopsi pada Gambar 3.3 dimulai dari pemilik hewan menghubungi admin Eidos untuk melakukan pengunggahan informasi hewan peliharaan. Setelah itu, sistem akan menampilkan informasi hewan peliharaan yang dapat dilihat oleh *adopter*. Ketika tertarik dan sudah memilih hewan yang ingin diadopsi, *adopter* harus mengisi form pengajuan adopsi.

Kemudian, informasi form tersebut akan diterima oleh admin dan akan dikomunikasikan kepada pemilik hewan. Admin juga harus melakukan *update* dari status adopsi. Apabila cocok, maka *adopter* akan dihubungi oleh admin dan harus mengisi surat pernyataan adopsi, termasuk melakukan pembayaran. Lalu, admin akan membantu untuk membuat janji temu secara langsung antara *adopter* dan pemilik hewan.



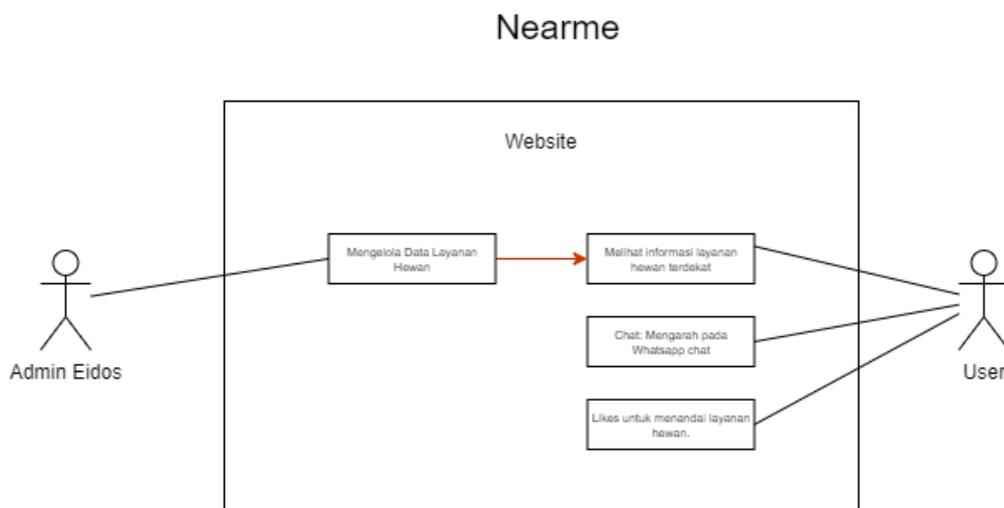
Gambar 3. 4 Alur Kebutuhan Hewan

Aktor pada Gambar 3.4 mengenai proses kebutuhan hewan adalah *user* dan admin. Tahap pertama dimulai dari admin yang melakukan pengunggahan produk kebutuhan hewan. Setelah diunggah, produk dapat dilihat oleh pengguna. Produk yang dilihat tersebut dapat dimasukkan pada keranjang, *likes*, melakukan pembayaran, atau mengisi biodata ketika ingin melakukan pembayaran. Setelah pembayaran dilakukan, maka informasi biodata tersebut diterima oleh admin Eidos dan akan melakukan proses pengiriman produk. Status pembelian kebutuhan hewan juga akan diunggah secara berkala oleh admin Eidos sebagai informasi status oleh pengguna.



Gambar 3. 5 Alur Donasi

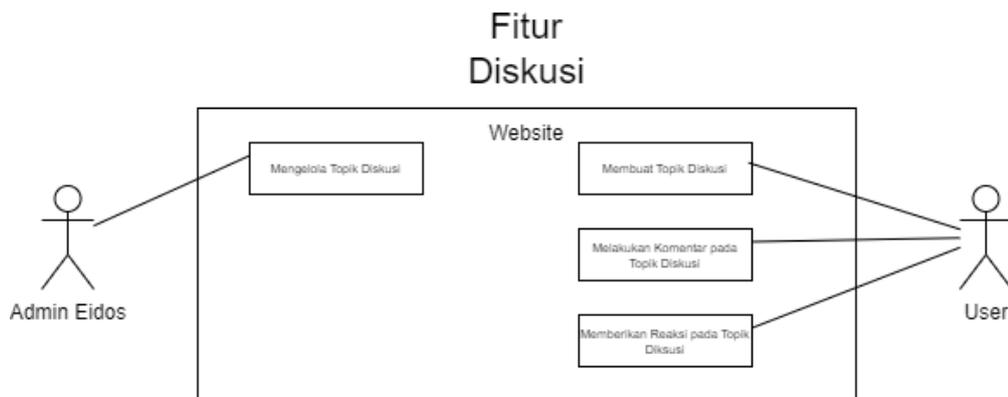
Aktor pada proses adopsi adalah admin Eidos dan pengguna. Proses donasi pada Gambar 3.5 dimulai dari pengelolaan kampanye donasi yang dilakukan oleh admin. Setelah kampanye sudah dibuat, pengguna dapat melihat kampanye donasi yang sedang berjalan, memasukkan nominal untuk donasi, dan melakukan pembayaran. Dana donasi akan diterima oleh admin Eidos dan akan diteruskan kepada penerima donasi. Informasi terbaru mengenai penggunaan dana dari donasi akan terus diperbarui pada laman donasi.



Gambar 3. 6 Alur Nearme

Aktor pada Gambar 3.6 mengenai proses nearme adalah admin Eidos dan pengguna. Admin Eidos akan melakukan pengelolaan informasi dari layanan hewan. Pengguna dapat melihat informasi yang sudah diunggah oleh admin pada laman nearme. Pengguna juga dapat melakukan interaksi melalui

komunikasi dengan layanan hewan yang langsung terhubung dengan WhatsApp dan menandai layanan hewan tersebut.



Gambar 3. 7 Alur Diskusi

Aktor pada Gambar 3.7 dalam proses diskusi adalah admin Eidos dan pengguna. Fungsi dari admin di sini adalah mengelola topik diskusi yang tertera, sedangkan pengguna dapat melakukan pembuatan topik diskusi, berinteraksi dengan berkomentar, dan memberikan reaksi pada topik diskusi.



Gambar 3. 8 Alur Artikel/Blog

Aktor pada Gambar 3.8 dalam proses artikel adalah admin Eidos dan pengguna. Admin Eidos berfungsi untuk melakukan pengelolaan artikel/blog, sedangkan pengguna dapat melihat dan membaca berbagai konten artikel/blog yang sudah diunggah oleh admin.

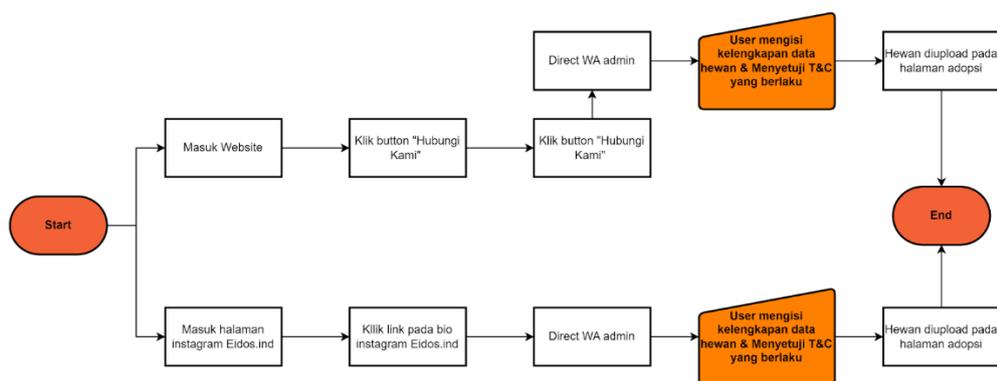


Gambar 3. 9 Alur *Login & Register*

Aktor pada Gambar 3.9 mengenai proses *login* dan *register* adalah pengguna dan admin Eidos. Pengguna dapat melakukan *login*, *register*, dan melakukan aktivasi apabila sudah melakukan registrasi akun.

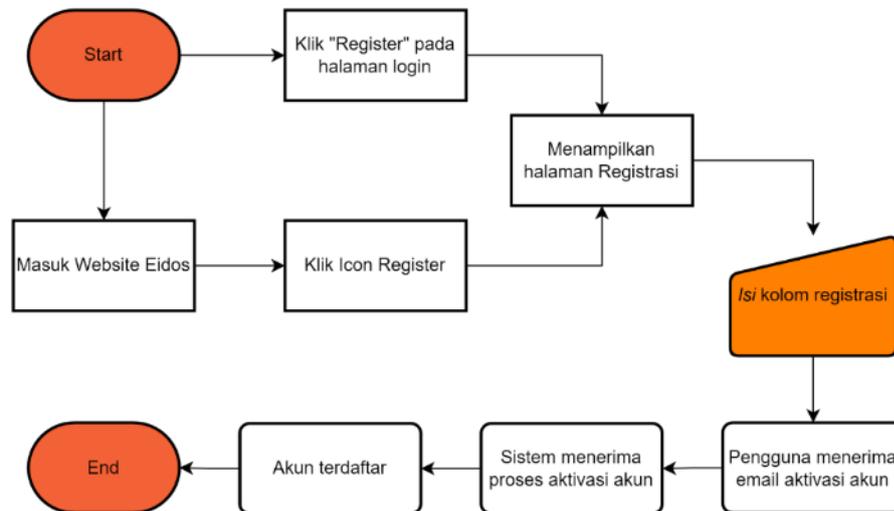
### 3.2.4 *User Flow Design*

Desain *user flow* adalah sebuah acuan dalam pengembangan sistem perangkat lunak, perangkat keras, atau keduanya. Menurut Ravelino & Susetyo (2023), *user flow* adalah bagian yang sangat penting untuk dapat memaksimalkan *user experience*. Desain *user flow* digunakan sebagai pedoman yang berisi alur berjalan untuk memberikan informasi kepada tim *developer* mengenai alur dari sebuah sistem yang nantinya harus dibuat dalam bentuk kode program yang terstruktur sesuai dengan *user flow*. Adapun *user flow* dari produk Eidos adalah sebagai berikut.



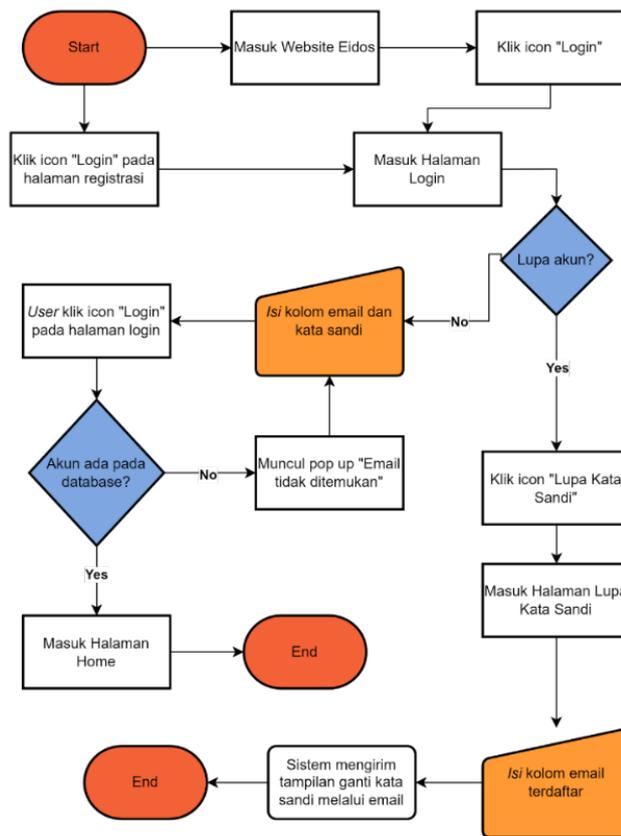
Gambar 3. 10 Alur Unggah Hewan untuk Diadopsi

Desain *user flow* dari alur unggah hewan pada Gambar 3.10 ini menggambarkan proses yang dilalui pemilik hewan ketika ingin mengunggah hewannya untuk diadopsi oleh *adopter* pada *website* Eidos.



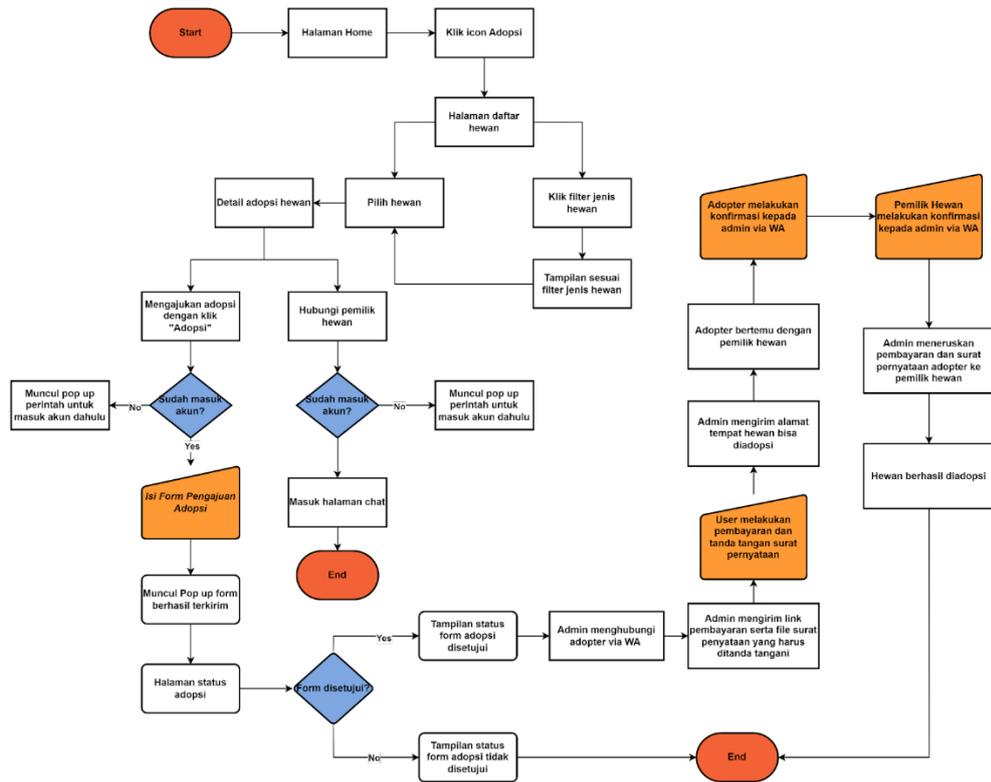
Gambar 3. 11 Alur Sistem Daftar Akun

Desain *user flow* daftar akun pada Gambar 3.11 ini berisi struktur atau alur dari pengguna ketika ingin mendaftarkan akun pada *website* Eidos. Desain ini dimulai dari pengguna ketika menekan ikon daftar akun atau ketika pengguna ingin mulai menggunakan fitur yang ada di dalam *website* Eidos, yang selanjutnya pengguna akan langsung diarahkan pada tampilan untuk membuat akun atau masuk akun terlebih dahulu.



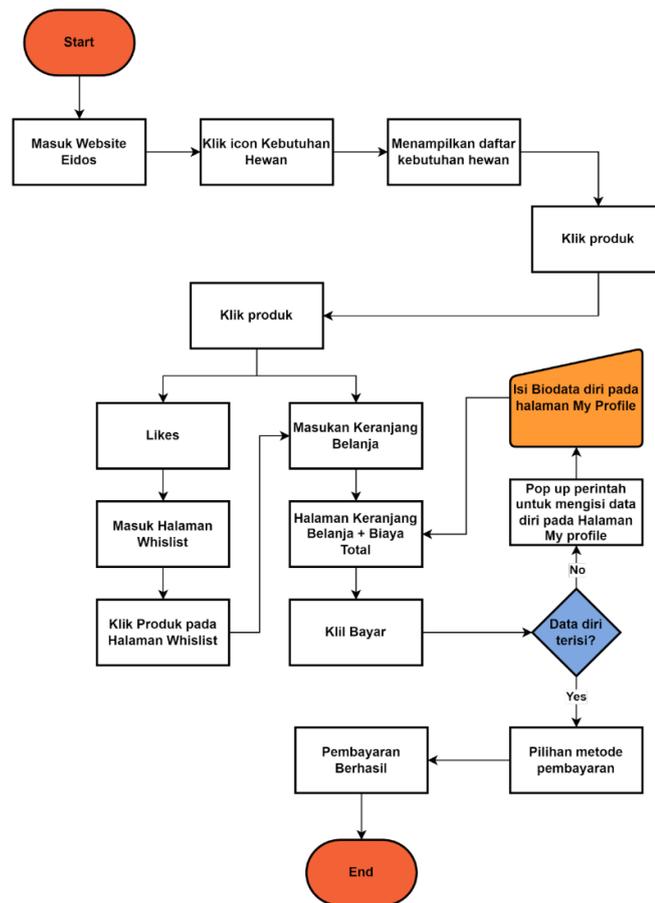
Gambar 3. 12 Alur Sistem Masuk Akun

Pengguna yang sudah memiliki akun akan dapat langsung masuk ke dalam *website* Eidos dengan menggunakan akun yang telah didaftarkan. Akan tetapi, jika pengguna lupa kata sandi saat ingin masuk ke dalam akunnya, maka pengguna juga dapat menggunakan opsi “Lupa kata sandi” yang telah disediakan, yang alurnya dapat dilihat pada Gambar 3.12.



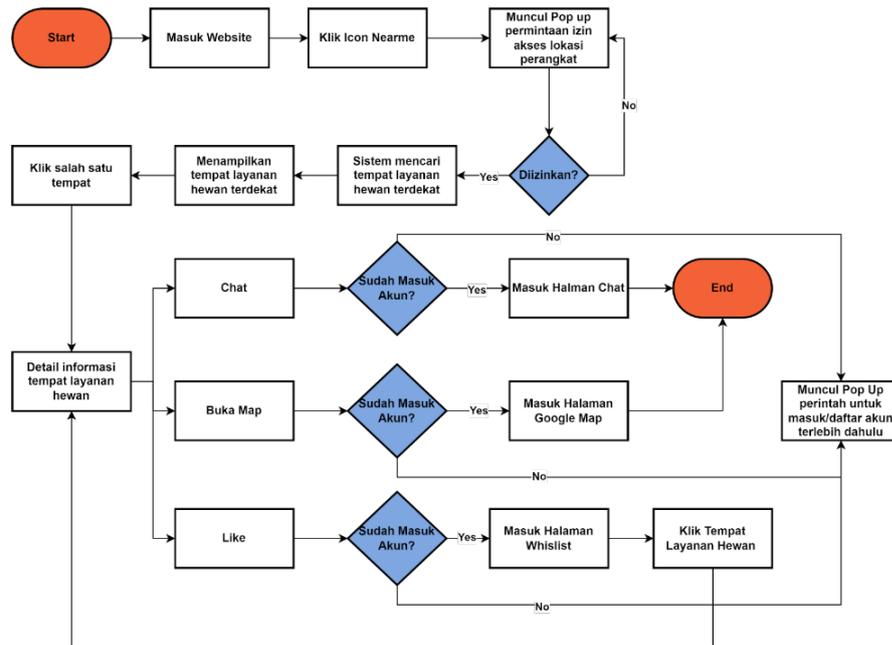
Gambar 3. 13 Alur Sistem Adopsi Hewan

Selanjutnya, alur dari desain adopsi hewan ini dimulai dari pengguna yang akan melakukan adopsi pada halaman adopsi. Ketika pengguna merasa tertarik pada salah satu hewan yang ada pada halaman adopsi, maka pengguna dapat klik ikon adopsi atau dapat bertanya terlebih dahulu kepada pemilik hewan melalui fitur *chat* yang berada pada halaman yang sama dengan ikon adopsi. Alur ini akan berakhir sampai pengguna dapat berhasil melakukan adopsi, yang selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 3.13.



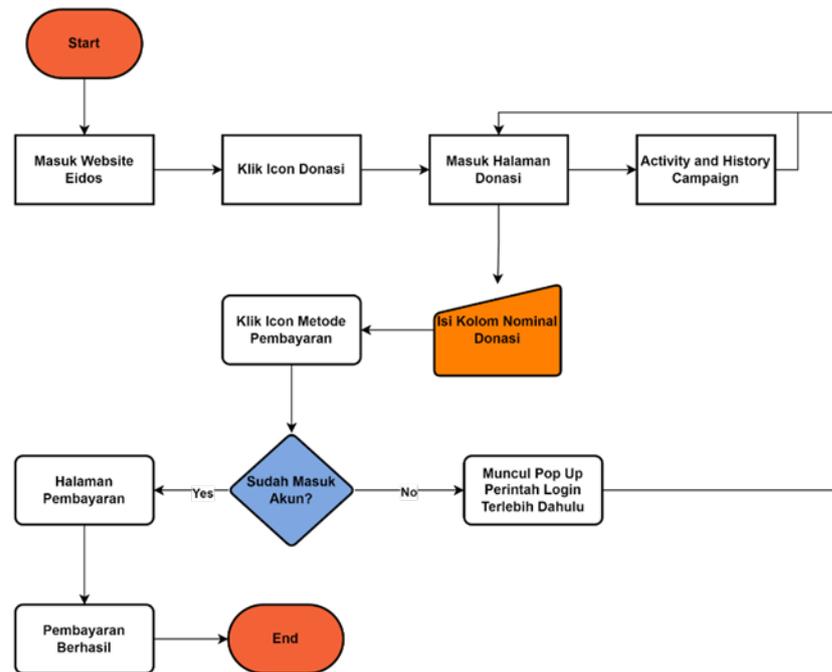
Gambar 3. 14 Alur Sistem Beli Kebutuhan Hewan

Pada Gambar 3.14 alur beli kebutuhan hewan ini, pengguna akan diarahkan untuk dapat membeli kebutuhan hewan melalui halaman beli kebutuhan hewan dengan salah satu produk yang ada pada halaman tersebut. Pengguna yang telah klik produk, maka akan ditampilkan dengan dua pilihan di mana pengguna dapat langsung membeli produknya atau dapat disimpan pada keranjang terlebih dahulu. Alur ini akan berakhir hingga pengguna berhasil membeli produk yang diinginkan.



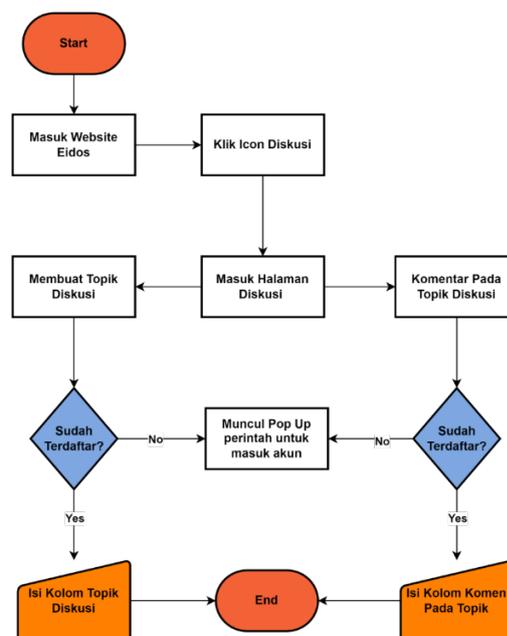
Gambar 3. 15 Alur Sistem Nearme

Alur Gambar 3.15 ini dibuat dengan tahapan di mana pengguna perlu untuk menulis lokasi tempatnya berada atau hanya dengan mengaktifkan lokasi pada perangkat yang digunakannya. Setelah itu, pengguna akan langsung ditampilkan dengan berbagai lokasi dari tempat layanan hewan yang dicari, seperti klinik atau *pet shop* terdekat.



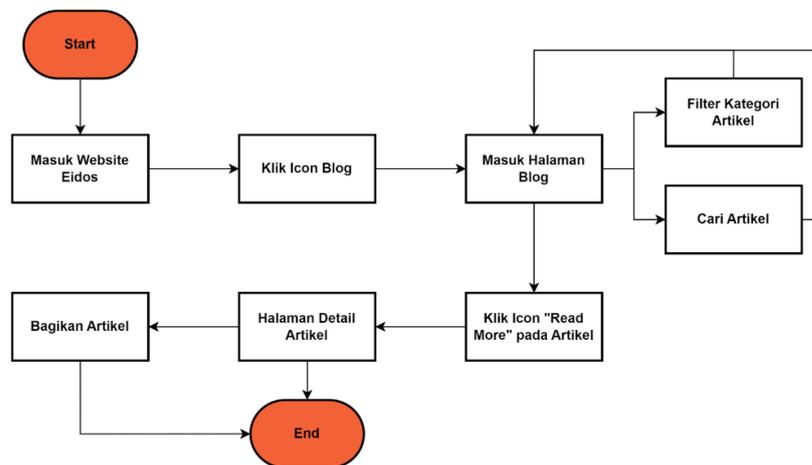
Gambar 3. 16 Alur Sistem Donasi

Alur dari sistem pada Gambar 3.16 ini akan dimulai dari pengguna yang dapat memilih beberapa *campaign* yang tersedia pada halaman donasi. Setelah itu, pengguna dapat klik salah satu *campaign* dan akan langsung diarahkan pada halaman nominal donasi dan pembayaran. Dengan begitu, alur dari sistem donasi ini telah selesai.



Gambar 3. 17 Alur Sistem Diskusi

Alur sistem diskusi yang dapat dilihat pada Gambar 3.17 ini, akan dimulai dari pilihan di mana pengguna dapat mencari topik diskusi dan/atau membuat topiknya sendiri. Pengguna dapat memberikan komentar pada setiap topik diskusi mana saja yang ada pada halaman ini.

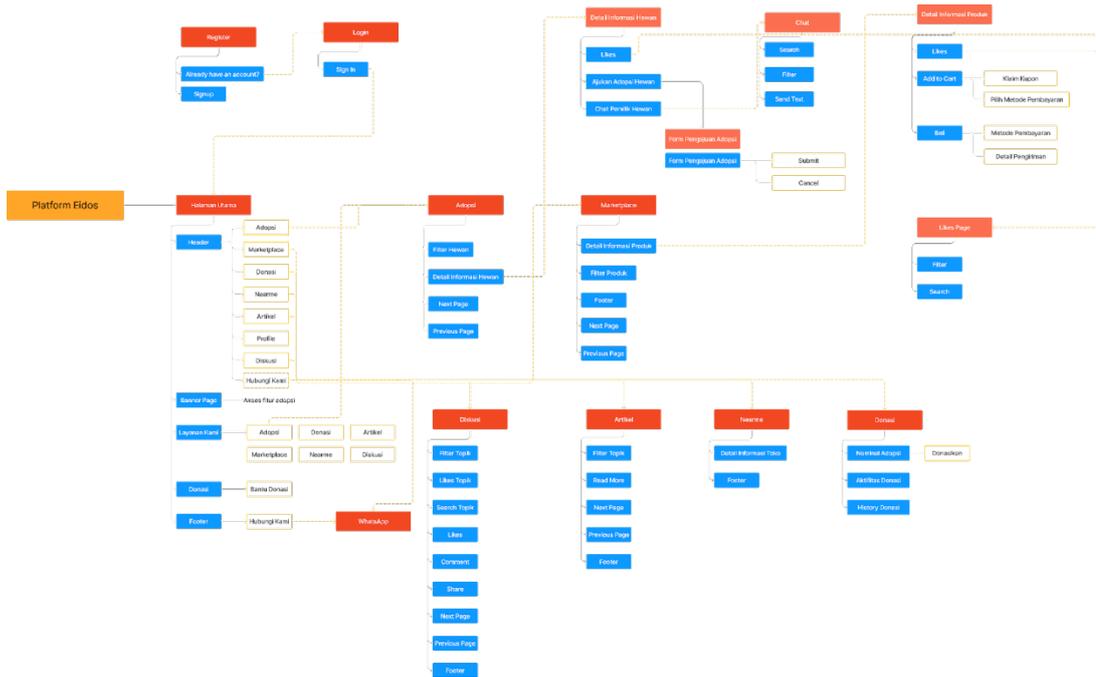


Gambar 3. 18 Alur Sistem Artikel/*Blog*

Alur sistem pada Gambar 3.18 ini menggambarkan alur dari awal pengguna masuk *website* Eidos hingga dapat menemukan artikel yang ingin dibaca mengenai informasi seputar merawat hewan, serta dapat dilihat bahwa pengguna dapat melakukan filter atau mencari artikel yang ingin dibaca.

### 3.2.5 *Information Architecture Design*

*Information Architecture* (IA) adalah strukturisasi konten pada sebuah platform agar alur dan konten dapat mudah dimengerti oleh pengguna (Nabil dkk., 2023). Fungsi pada bagian ini adalah untuk melihat isi konten dan tombol yang terdapat pada setiap *page* dalam platform *website* Eidos. Selain itu, tujuannya agar dapat merancang *user interface* yang baik karena ketika melakukan desain, sudah dapat melihat beberapa konten dan tombol yang akan masuk pada tampilan, selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 3.19.



Gambar 3. 19 Information Architecture Eidos

Setelah *Information Architecture* (IA) dibentuk, penulis juga membuat perincian mengenai tombol yang ada pada setiap halaman. Tabel 3.1 berikut adalah rincian dari tombol yang ada pada setiap halaman *website* Eidos.

Tabel 3. 1 Detail *Information Architecture* Eidos

| Halaman         | Tombol   |
|-----------------|--|
| <i>Homepage</i> | Adopsi   |
|                 | Ikon Hubungi Kami Unggah Hewan pada Fitur Adopsi |
|                 | <i>Marketplace</i>                               |
|                 | Donasi   |
|                 | Nearme   |
|                 | Artikel  |
|                 | <i>Profile</i>                                   |
|                 | Diskusi  |
|                 | Bantu Donasi                                     |
| Adopsi          | <i>Filter</i> Hewan                              |
|                 | Detail Informasi Hewan                           |

|                         |                                 |
|-------------------------|---------------------------------|
|                         | <i>Next Page</i>                |
|                         | <i>Previous Page</i>            |
| Detail Informasi Hewan  | <i>Likes</i>                    |
|                         | Ajukan Adopsi Hewan             |
|                         | <i>Chat</i> Pemilik Hewan       |
| <i>Marketplace</i>      | Detail Informasi Produk         |
|                         | <i>Next Page</i>                |
|                         | <i>Previous Page</i>            |
| Detail Informasi Produk | <i>Likes</i>                    |
|                         | <i>Add to Cart</i>              |
|                         | Beli                            |
| Diskusi                 | <i>Filter</i> Topik             |
|                         | <i>Liked</i> Topik              |
|                         | <i>Search</i> Topik             |
|                         | <i>Likes</i>                    |
|                         | <i>Comment</i>                  |
|                         | <i>Share</i>                    |
|                         | <i>Next Page</i>                |
|                         | <i>Previous Page</i>            |
| Artikel                 | <i>Filter</i>                   |
|                         | <i>Read More</i>                |
|                         | <i>Next Page</i>                |
|                         | <i>Previous Page</i>            |
| Nearme                  | Detail Informasi Toko           |
| Donasi                  | Donasikan                       |
|                         | Aktivitas Donasi                |
|                         | <i>History</i> Donasi           |
| <i>Register</i>         | <i>Already have an account?</i> |
|                         | <i>Sign up</i>                  |
| <i>Login</i>            | <i>Sign in</i>                  |
| <i>Chat</i>             | <i>Search</i>                   |

|                   |                  |
|-------------------|------------------|
|                   | <i>Filter</i>    |
|                   | <i>Send Text</i> |
| <i>Likes Page</i> | <i>Filter</i>    |
|                   | <i>Search</i>    |

### 3.3 *Development*

#### 3.3.1 **Instagram**

Tahap pengembangan dimulai dengan merencanakan tujuan dari pembuatan akun media sosial Instagram Eidos beserta penentuan target audiens yang ingin dituju. Setelah tujuan dan audiens ditetapkan, maka dimulai untuk melakukan optimisasi profil, serta penyusunan konten berdasarkan kategori dan konsep dari tiap konten yang akan dibuat. Lalu, penentuan jadwal unggah konten juga ditetapkan sesuai dengan kebiasaan pengikut dari Instagram Eidos, yaitu pukul 19.00 WIB. Proses selanjutnya adalah memulai konsistensi dalam pengunggahan konten dan terus mengumpulkan *feedback* yang didapatkan pada setiap unggahan.

#### 3.3.2 *Website*

Tahap awal sebelum melakukan pengembangan adalah melakukan analisis setiap fitur yang akan dikembangkan. Selain itu, sebuah produk yang dikembangkan harus mempertimbangkan juga dari sisi kesanggupan sumber daya dalam melakukan pengembangan produk. Hal ini bertujuan untuk melihat kemungkinan fitur yang tidak dapat dikembangkan dalam waktu dekat dan dapat menggunakan API sehingga tidak perlu melakukan pengembangan untuk fitur-fitur yang dirasa sulit untuk dikembangkan. *Application Programming Interface* (API) dapat mengintegrasikan aplikasi yang berbeda dalam satu platform, tujuannya untuk mempercepat proses *development* sehingga *developer* tidak perlu membuat fitur serupa yang dapat mengefisienkan waktu pengembangan (Sulistyorini dkk., 2022).

Setelah melakukan analisis setiap fitur yang akan dikembangkan, selanjutnya dapat dilakukan pengembangan produk, dengan menggunakan beberapa bahasa pemrograman di antaranya HTML, CSS, dan Javascript dalam

membangun struktur antarmuka pengguna yang responsif dan *user-friendly*. Selain itu, penulis juga menggunakan Wordpress sebagai platform manajemen konten (CMS) sehingga memudahkan dalam pengembangan *website* karena terdapat beberapa *plugin* dan fitur yang disediakan untuk memaksimalkan fungsionalitas *website*, seperti manajemen pengguna dan pengelolaan konten dengan lebih mudah. Penggunaan HTML, CSS, dan Javascript yang juga diintegrasikan dengan Wordpress sebagai manajemen konten dapat sangat membantu dalam melakukan pengembangan *website* secara cepat dan efisien.

### 3.4 *Testing*

#### 3.4.1 *Instagram*

Setelah akun Instagram rutin mengunggah konten, maka penulis akan melakukan evaluasi konten yang telah diunggah sebelumnya berdasarkan data *insight* yang didapatkan. Pengujian akan dilakukan dengan membandingkan setiap *insight* yang ada dari setiap konten yang diunggah. *Insight* yang diteliti mulai dari *account reached*, *account engaged*, dan *total follower*. Hasil data *insight* yang didapatkan akan dijadikan acuan untuk menentukan konsep konten dan penentuan target untuk konten selanjutnya sehingga dapat menghasilkan akun Instagram yang mudah ditemukan oleh target audiens.

#### 3.4.2 *Website*

Setelah pengembangan selesai, dilakukan pengujian untuk memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan spesifikasi yang sudah dipertimbangkan sebelumnya, baik dari kebutuhan pengguna maupun tampilan dan fungsionalitas. Dalam hal ini, selain melakukan pengujian internal, dilakukan pengujian eksternal untuk menguji *usability* dari penggunaan *website* Eidos, dengan menggunakan *guerilla testing*. Melalui penggunaan *guerilla testing*, pengguna dapat memberikan *insights* secara mendalam dan menyeluruh terkait pengalaman dalam menggunakan platform ini.

Pengujian ini dilakukan secara langsung kepada sebanyak 5 pengguna yang merupakan pencinta hewan, dengan rentang usia antara 18-45 tahun. Penggunaan sebanyak 5 pengguna saja sudah dianggap cukup untuk mengidentifikasi sebagian besar masalah desain yang mungkin muncul dan

apabila dilakukan kepada lebih dari 5 pengguna, dianggap kurang efisien karena kemungkinan informasi yang diperoleh akan serupa (Nielsen, 2000).

Kemudian, dari segi fungsionalitas *website* Eidos, dilakukan pengujian melalui penilaian *usability* (kegunaan), dengan menggunakan metode SUS (*System Usability Scales*), yang memiliki 10 item pernyataan dari Brooke (1996), dengan pengukuran skala likert 1-5. Pengujian dengan metode SUS ini dilakukan kepada sebanyak 25 orang karena teori dari Nielsen (2012) menjelaskan bahwasanya studi kuantitatif yang berfokus pada data berupa angka, dengan tujuan untuk mendapatkan angka yang signifikan secara statistik dapat diuji dan dinilai sudah cukup kepada setidaknya 20 pengguna saja.

### **3.5 Maintenance**

Tahap terakhir yang dilakukan dalam pengembangan produk adalah *maintenance*. Tim masih perlu untuk melakukan pemeliharaan, seperti pemantauan kinerja *website*, perbaikan *error*, dan melakukan perbaikan atau peningkatan dari umpan balik yang diberikan oleh pengguna untuk meningkatkan kualitas platform menjadi lebih baik. Tahapan *maintenance* ini dilakukan secara berkala agar dapat meminimalisir adanya kesalahan yang terjadi secara berulang dan/atau kesalahan yang tidak terlihat di tahapan sebelumnya. Dengan begitu, *user experience* yang dirasakan pengguna *website* Eidos akan jauh lebih baik dan mampu meningkatkan *user satisfaction*.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 *Requirement Analysis*

Pada tahap *requirement analysis* penulis melakukan pemahaman masalah kepada pencinta hewan untuk melakukan validasi dari asumsi penulis. Asumsinya adalah para pencinta hewan ingin membantu hewan peliharaan yang tidak memiliki rumah, tetapi terkendala jarak dan kondisi kesehatan karena waktu itu tengah marak penyakit Covid-19. Untuk melakukan validasi asumsi, penulis mengumpulkan data yang bersumber dari wawancara terhadap 12 pencinta hewan.

Penentuan jumlah responden terhadap 12 pencinta hewan ini mengacu pada teori Mason (2010), yang menentukan responden kualitatif dengan wawancara berdasarkan titik jenuh—ketika pengumpulan data tidak lagi memberikan wawasan baru yang signifikan terkait topik penelitian, titik jenuh responden ditemukan pada responden ke-8 dan ke-4 terakhir dapat memberikan jawaban yang sama dengan responden sebelumnya.

Kemudian, untuk melakukan validasi dan mencari tahu permasalahan yang paling menyakitkan (*pain*) dan harapan (*gain*). Diperoleh hasil pengumpulan data melalui *in-depth-interview* untuk *problem validation* kepada sebanyak 12 pencinta hewan yang dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data untuk *Problem Validation*

| Responden | Permasalahan Pengguna   |
|-----------|---|
| 1         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pada saat pandemi, pengguna merasa kesulitan dari segi transportasi ke dokter hewan ketika hewan peliharaannya sakit.</li><li>• Pengguna sering melakukan <i>restock</i> makanan untuk hewan peliharaannya secara <i>online</i>, tetapi jadwal pengirimannya sangat lama.</li><li>• Pengguna merasa kasihan dengan hewan liar yang ada di jalanan.</li><li>• Pengguna merasa biaya obat hewan yang cukup mahal.</li></ul> |

---

|   |   |
|---|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna merasa kesulitan ketika memberikan obat pada hewan peliharaan.</li></ul>   |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna merasa iba dengan hewan yang ada di jalanan karena seringkali menemukan tindakan kekerasan terhadap hewan.</li><li>• Pengguna ingin membantu hewan yang ada di jalan dengan cara adopsi, tetapi memiliki kendala untuk melakukannya.</li><li>• Pengguna merasa biaya obat hewan yang cukup mahal.</li></ul>  |
| 3 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna terganggu saat melihat bahwa ternyata masih banyaknya tindak kekerasan terhadap hewan.</li><li>• Pengguna kesulitan untuk mencari layanan hewan terdekat.</li><li>• Pengguna kesulitan untuk mencari dokter hewan yang tepat.</li></ul>  |
| 4 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna sering melihat hewan peliharaan yang dilepasliarkan begitu saja oleh pemilik hewan sebelumnya.</li><li>• Pengguna sering melihat hewan peliharaan yang dilepasliarkan dan memiliki keinginan untuk membantu dengan cara adopsi, tetapi memiliki kendala untuk melakukannya sehingga hanya bisa membantu dengan cara <i>street feeding</i>.</li></ul>   |
| 5 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna sering menemukan kucing liar di jalanan, tetapi memiliki keterbatasan untuk membantunya.</li><li>• Pengguna kebingungan untuk menghubungi seseorang yang bisa atau mampu bertanggung jawab saat melihat adanya kucing liar di jalanan yang sakit ataupun tersesat.</li><li>• Pengguna memiliki kendala dari segi finansial untuk membawa hewan ke dokter hewan karena biayanya yang mahal.</li></ul> |

---

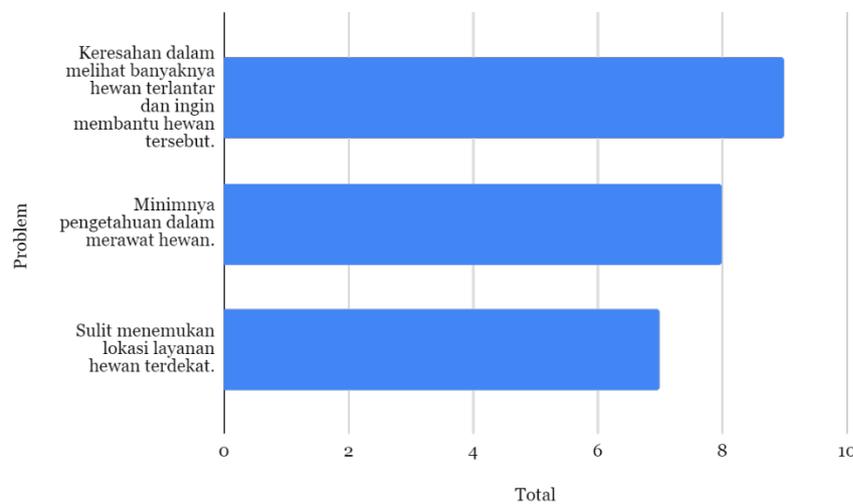
---

|    |   |
|----|---|
| 6  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna sering melihat kucing yang sakit ditelantarkan begitu saja.</li><li>• Pengguna geram dengan kurangnya rasa empati dari masyarakat terhadap kucing.</li><li>• Pengguna merasa populasi kucing saat ini kian membludak, tidak terkendali.</li></ul>                          |
| 7  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna sering melihat tindakan kekerasan terhadap hewan.</li><li>• Pengguna sering melihat hewan liar di jalan, tetapi tidak bisa menolongnya karena kondisi pengguna selalu sedang terburu-buru.</li><li>• Pengguna sulit menemukan tempat penampungan hewan terdekat.</li></ul> |
| 8  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna memiliki keterbatasan informasi untuk merawat hewan selain melalui media sosial.</li><li>• Pengguna sering merasa kasihan ketika melihat hewan liar yang sakit di jalanan, tetapi tidak bisa menolongnya.</li></ul>  |
| 9  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna merasa kebingungan ketika melihat hewan peliharaannya sakit.</li><li>• Pengguna merasa kebingungan dalam hal merawat hewan peliharaannya karena kurangnya ilmu untuk merawat hewan dengan baik.</li></ul>  |
| 10 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna merasa kurang memiliki pengetahuan dalam merawat hewan peliharaan yang baik.</li><li>• Pengguna merasa kesulitan untuk menemukan tempat layanan hewan terdekat dan terpercaya.</li></ul>   |
| 11 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pengguna merasa kurang mendapatkan informasi yang <i>up-to-date</i> mengenai hewan maupun hewan peliharaan.</li><li>• Pengguna terganggu dengan bau dari hewan.</li><li>• Pengguna kebingungan untuk menitipkan hewannya saat berada dalam kondisi tertentu.</li></ul>              |

---

- 
- 12
- Pengguna kurang percaya untuk meninggalkan atau menitipkan hewan peliharaannya kepada orang lain.
  - Pengguna merasa kesulitan untuk mencari klinik hewan terdekat.
  - Pengguna terganggu dengan hewan peliharaan yang seringkali membuang kotoran sembarangan.
- 

Setelah melakukan wawancara, penulis melakukan pengkategorian dari setiap data yang diberikan oleh responden. Hasil pengkategorian data untuk permasalahan yang kerap dirasakan masyarakat dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4. 1 *Top Problem Eidos*

Dari hasil wawancara kepada para pencinta hewan, maka dapat dipahami terkait beberapa masalah yang dialami oleh para pencinta hewan. Adapun 3 poin masalah utama yang berhasil dikategorisasikan, yaitu keresahan dalam melihat banyaknya hewan terlantar dan ingin membantu hewan tersebut, minimalnya pengetahuan dalam merawat hewan, dan sulit menemukan lokasi layanan hewan terdekat. Dengan begitu, secara garis besar, Eidos dapat memberikan beberapa solusi yang dapat dilihat pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4. 2 Fitur pada Eidos

| No | Nama Fitur | Deskripsi   |
|----|------------|---|
| 1  | Adopsi     | Pengguna dapat melakukan adopsi hewan peliharaan ataupun mengunggah hewan peliharaannya untuk diadopsi. |

|   |                           |  |
|---|---------------------------|--|
| 2 | Pengunggahan Hewan Adopsi | Pemilik hewan dapat mengunggah foto hewan yang ingin dipasarkan pada fitur Adopsi <i>website</i> Eidos melalui aplikasi WhatsApp yang yang terhubung dengan media sosial Instagram dan <i>website</i> Eidos. |
| 3 | Diskusi                   | Pengguna dapat melakukan interaksi dengan sesama pencinta hewan dan pakar hewan, yakni bertanya sekaligus memberikan tanggapan atau jawaban.   |
| 4 | Blog/Artikel              | Berbagai informasi dan berita yang <i>up-to-date</i> mengenai hewan.   |
| 5 | Donasi                    | Pengguna dapat bersama-sama mengumpulkan dana untuk membantu para hewan peliharaan yang terlantar.   |
| 6 | <i>Marketplace</i>        | Membantu pengguna dalam melakukan pembelian kebutuhan hewan peliharaan   |
| 7 | Nearme                    | Memudahkan pengguna dalam mencari <i>pet shop</i> , shelter, dan klinik hewan dari lokasi terdekat.  |

Setelah memahami berbagai masalah yang dihadapi pengguna dan mengetahui solusi yang akan dikembangkan melalui *website* dan Instagram Eidos, penulis mengumpulkan kebutuhan fungsional yang diperlukan dalam mengembangkan fitur-fitur pada *website* dan Instagram Eidos secara lebih detail, yang dijelaskan pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Kebutuhan Fungsional Pengguna

| <b>Fitur Pengunggahan Hewan Adopsi</b> |  |   |
|--|--|---|
| No                                     | Kebutuhan  | Penjelasan  |
| 1                                      | Ikon Hubungi Kami dari <i>Website</i> menuju Kontak WhatsApp Admin Eidos | Pemilik hewan yang masuk melalui <i>website</i> Eidos dapat melakukan unggah hewan miliknya pada fitur adopsi dengan cara klik <i>button</i> Hubungi Kami pada halaman utama. |
|  | <i>Campaign</i> Terima Hewan untuk                                       | Pemilik hewan dapat mendapatkan informasi bahwa ada platform yang dapat membantunya dalam mencarikan <i>adopter</i> bagi hewannya dengan melihat                              |

|   |   |
|---|---|
| Diadopsi pada Instagram Eidos   | <i>campaign</i> penerimaan hewan untuk diadopsi pada Instagram Eidos.   |
| <i>Direct Link</i> pada Bio Instagram Eidos menuju Kontak WhatsApp Admin dan <i>Website</i> Eidos | Pengguna yang telah melihat <i>campaign</i> penerimaan hewan untuk diadopsi, dapat langsung klik <i>link</i> yang ada pada bio Instagram Eidos yang menuju pada kontak WhatsApp admin Eidos.  |
| Kontak WhatsApp Admin Eidos   | Pemilik hewan akan menyerahkan foto dan deskripsi kriteria hewan yang akan diunggah pada <i>website</i> Eidos. Pemilik hewan juga akan menerima syarat dan ketentuan yang harus disetujui dalam pengunggahan hewan pada <i>website</i> Eidos. |

### Fitur Adopsi

| No                         | Kebutuhan             | Penjelasan  |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
|----------------------------|-----------------------|---|-----------|------------------|----------------------|----------------------------|-----------|-----------|------------|--------------|
| 2                          | <i>Dashboard</i>      | <p><i>Adopter</i> dapat mencari hewan yang akan diadopsi melalui kategori hewan peliharaan yang diinginkan, di antaranya adalah sebagai berikut.</p> <table border="0"> <tr> <td>a) Anjing</td> <td>e) Kelinci</td> </tr> <tr> <td>b) Kucing</td> <td>f) Ikan</td> </tr> <tr> <td>c) Burung</td> <td>g) Reptil</td> </tr> <tr> <td>d) Hamster</td> <td>h) Kura-Kura</td> </tr> </table> <p><i>Adopter</i> dapat melihat gambar, nama, jenis kelamin, status, dan deskripsi singkat tentang hewan peliharaan yang akan diadopsi.</p> | a) Anjing | e) Kelinci       | b) Kucing            | f) Ikan                    | c) Burung | g) Reptil | d) Hamster | h) Kura-Kura |
| a) Anjing                  | e) Kelinci            |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
| b) Kucing                  | f) Ikan               |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
| c) Burung                  | g) Reptil             |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
| d) Hamster                 | h) Kura-Kura          |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
|                            | Form Pengajuan Adopsi | <p><i>Adopter</i> dapat masuk pada laman form pengajuan adopsi dan mengisi data informasi mengenai hewan peliharaannya, yang terdiri dari:</p> <table border="0"> <tr> <td>a) Alamat</td> </tr> <tr> <td>b) Nomor Telepon</td> </tr> <tr> <td>c) Spesifikasi Rumah</td> </tr> <tr> <td>d) Alasan ingin Mengadopsi</td> </tr> </table>   | a) Alamat | b) Nomor Telepon | c) Spesifikasi Rumah | d) Alasan ingin Mengadopsi |           |           |            |              |
| a) Alamat                  |                       |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
| b) Nomor Telepon           |                       |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
| c) Spesifikasi Rumah       |                       |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |
| d) Alasan ingin Mengadopsi |                       |   |           |                  |                      |                            |           |           |            |              |

---

|  |  |
|--|--|
|  | e) Lingkungan Rumah                              |
|  | f) Penjelasan Cara Merawat & Memelihara Hewan    |
|  | g) Jenis Hewan Peliharaan yang sedang Dipelihara |

---

|  |   |
|--|---|
| Chat dengan Adopter atau Pemilik Hewan | Adopter dapat melakukan komunikasi dengan pemilik hewan menggunakan fitur <i>chat</i> . |
|--|---|

---

|               |  |
|---------------|--|
| Status Adopsi | Adopter dapat mengakses laman status adopsi untuk melihat perkembangan proses adopsi, serta dapat melakukan penentuan janji temu dari yang sudah disepakati pada laman tersebut. |
|---------------|--|

---

#### Fitur Kebutuhan Hewan

| No | Kebutuhan     | Penjelasan  |
|----|---------------|---|
| 3  | Dashboard     | <p>Pembeli dapat melakukan <i>filter</i> berdasarkan produk terbaru, ulasan terbanyak, harga termurah, dan harga termahal.</p> <p>Pembeli dapat melakukan pencarian produk.</p> <p>Pembeli dapat melakukan <i>filter</i> berdasarkan kategori produk yang ingin dicari.</p> <p>Pembeli dapat melakukan <i>filter</i> berdasarkan harga.</p> <p>Pembeli dapat melihat iklan banner dengan dimensi 279 x 967.</p> |
|    | Detail Produk | <p>Pembeli dapat melihat gambar, nama, harga, dan deskripsi singkat dari produk untuk hewan peliharaan.</p> <p>Pembeli dapat menekan tombol <i>love</i> untuk memasukkan produk ke dalam laman <i>likes</i> atau <i>wishlist</i>.</p> <p>Pembeli dapat menekan tombol <i>next</i> dan <i>previous</i> untuk melihat detail gambar lain dari produk tersebut.</p>  |

---

|                   |  |
|-------------------|--|
|                   | Pembeli dapat menekan tombol tambah atau kurang untuk menambah atau mengurangi kuantitas produk yang akan dibeli dan/atau dimasukkan ke dalam keranjang. |
|                   | Pembeli dapat menekan tombol tambah keranjang untuk menambahkan produk ke keranjang.   |
|                   | Pembeli dapat menekan tombol beli.   |
|                   | Pembeli dapat membaca ulasan serta melihat rating dan peringkat berupa bintang dan angka dari pembeli lain.  |
|                   | Pembeli dapat melakukan <i>filter</i> pada saat membaca ulasan dan/atau melihat <i>rating</i> berdasarkan semua, dengan foto, dan peringkat.             |
| Keranjang         | Pembeli dapat melihat produk yang sudah dimasukkan ke dalam keranjang.   |
|                   | Pembeli dapat menghapus produk yang sudah masuk pada keranjang.  |
|                   | Pembeli dapat menambahkan jumlah kuantitas produk yang sudah masuk pada keranjang.   |
|                   | Pembeli dapat melakukan penginputan kode promo dan melakukan klaim promo.  |
|                   | Pembeli dapat melihat rekomendasi produk lainnya yang mungkin dapat ditambahkan pada keranjang.  |
|                   | Pembeli dapat menekan tombol metode pembayaran dan memberikan akses kepada laman detail pembayaran untuk memilih metode pembayaran.                      |
|                   | Pembeli dapat melihat rekomendasi produk.  |
| Detail Pembayaran | Pembeli dapat mengakses laman detail pembayaran dan memilih metode yang ingin digunakan ketika melakukan pembayaran.                                     |
|                   | Pembeli dapat melakukan pembayaran sesuai dengan metode yang dipilih.  |

| Fitur Diskusi |                      |   |
|---------------|----------------------|---|
| No            | Kebutuhan            | Penjelasan  |
| 4             | Detail Fitur Diskusi | <p>Pengguna dapat mengakses laman diskusi.</p> <p>Pengguna dapat melihat topik yang sering dibahas, yang muncul pada bagian atas laman.</p> <p>Pengguna dapat mencari spesifik topik yang ingin dicari.</p> <p>Pengguna dapat menekan tombol <i>love</i> untuk dapat menyimpan percakapan yang ditemuinya.</p> <p>Pengguna dapat mengakses percakapan diskusi yang sudah ada, serta dapat membalas, menyukai, dan melakukan <i>share</i>.</p> |
| Fitur Nearme  |                      |   |
| No            | Kebutuhan            | Penjelasan  |
| 5             | Dashboard            | <p>Pengguna dapat melihat gambar, alamat lengkap, dan daftar nama toko layanan hewan terdekat dari lokasinya.</p> <p>Pengguna dapat melihat jarak toko dari lokasinya secara <i>real</i>.</p> <p>Pengguna dapat melihat iklan banner toko layanan hewan.</p> <p>Pengguna dapat menekan button <i>next</i> dan <i>previous</i> untuk melihat iklan banner toko layanan hewan yang ada.</p>   |
|               | Detail Toko          | <p>Pengguna dapat melihat gambar, nama, dan deskripsi singkat dari toko layanan hewan tersebut.</p> <p>Pengguna dapat menekan <i>button</i> telepon untuk melihat nomor <i>handphone</i> dan melakukan panggilan dengan toko layanan hewan tersebut.</p> <p>Pengguna dapat menekan <i>button</i> kirim pesan untuk mengirimkan pesan kepada toko layanan hewan tersebut.</p>  |

---

Pengguna dapat menekan *button* salin nomor untuk menyimpan nomor handphone dari toko layanan hewan tersebut.

---

Pengguna dapat menekan *button* Buka Map untuk melihat detail lokasi dari toko layanan hewan tersebut.

---

Pengguna dapat melihat daftar toko layanan hewan terdekat lainnya.

---

### Fitur Donasi

| No | Kebutuhan           | Penjelasan  |
|----|---------------------|---|
| 6  | Detail Fitur Donasi | <p>Pengguna dapat mengakses laman donasi dan melihat <i>campaign</i> donasi yang sedang dilakukan.</p> <p>Pengguna dapat memasukkan nominal donasi sesuai dengan keinginannya dan memilih metode pembayaran ketika ingin melakukan pembayaran.</p> <p>Pengguna dapat melihat setiap detail aktivitas donasi yang sudah dilakukan serta mengetahui penggunaan uang yang sudah didonasikan.</p> <p>Pengguna dapat melihat <i>history</i> dari <i>campaign</i> donasi yang pernah diadakan sebelumnya.</p> |

---

### Fitur Artikel

| No | Kebutuhan            | Penjelasan   |
|----|----------------------|--|
| 7  | Detail Fitur Artikel | <p>Pengguna dapat mengakses laman artikel untuk menambah ilmu mengenai perawatan hewan dari sumber yang terpercaya.</p> <p>Pengguna dapat melihat artikel terbaru yang sudah di unggah dan dapat memilih salah satu artikel yang ingin dibaca.</p> <p>Pengguna dapat melakukan pencarian spesifik kata kunci untuk mencari artikel yang ingin dipelajari.</p> <p>Pengguna dapat melakukan <i>filter</i> berdasarkan kategori produk yang ingin dicari.</p> |

---

|  |   |
|--|---|
|  | Pengguna dapat melihat popular artikel.   |
|  | Pengguna dapat melihat iklan banner dengan dimensi 279 x 967.   |
|  | Pengguna dapat memberikan komentar pada artikel tersebut. Pengguna juga dapat membalas komentar dari pengguna lain. |

---

### ***Wishlist***

| No | Kebutuhan                       | Penjelasan   |
|----|---------------------------------|--|
| 8  | Detail Fitur<br><i>Wishlist</i> | <p>Pengguna dapat melihat kembali hewan peliharaan yang diberi tanda <i>love</i> di bagian Adopsi.</p> <p>Pengguna dapat melihat kembali toko layanan hewan terdekat yang diberi tanda <i>love</i> di bagian Nearme.</p> <p>Pengguna dapat melihat kembali produk untuk hewan peliharaan yang diberi tanda <i>love</i> di bagian Kebutuhan Hewan.</p> <p>Pengguna dapat melihat kembali topik diskusi yang diberi tanda <i>love</i> di bagian Diskusi.</p> <p>Pengguna dapat melakukan pencarian <i>wishlist</i> melalui kolom <i>search</i>.</p> <p>Pengguna dapat menekan button <i>next</i> dan <i>previous</i> untuk melihat daftar <i>wishlist</i> yang ada di halaman sebelumnya atau selanjutnya.</p> |

### **Detail Transaksi**

| No | Kebutuhan        | Penjelasan   |
|----|------------------|--|
| 9  | Detail Transaksi | <p>Pembeli dapat mengakses laman daftar transaksi dan melihat status dari setiap produk yang sudah dibeli.</p> <p>Pembeli dapat melakukan <i>filter</i> berdasarkan status, di antaranya adalah sebagai berikut.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Semua</li> <li>b) Berlangsung</li> <li>c) Berhasil</li> </ol> |

---

---

 d) Tidak Berhasil
 

---

Pembeli dapat melakukan *filter* berdasarkan tanggal pembelian dan menampilkan produk transaksi pembelian pada tanggal tersebut.

---

Pembeli dapat melakukan pencarian dari produk yang sudah dibeli.

---

**Pusat Bantuan**


---

| No | Kebutuhan            | Penjelasan   |
|----|----------------------|--|
| 10 | Detail Pusat Bantuan | Pengguna dapat mengakses laman pusat bantuan oleh tim Eidos.<br><hr/> Pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dengan <i>customer service</i> Eidos. |

---

**Chat**


---

| No | Kebutuhan          | Penjelasan   |
|----|--------------------|--|
| 11 | Detail <i>Chat</i> | Pengguna dapat melakukan komunikasi dengan pemilik hewan dan kepada tim Eidos untuk menanyakan produk kebutuhan hewan. |

---

**Pengunggahan Adopsi Hewan**


---

| No | Kebutuhan                        | Penjelasan   |
|----|----------------------------------|--|
| 12 | Detail Pengunggahan Adopsi Hewan | Pengguna dapat mengakses laman pengunggahan adopsi hewan.<br><hr/> Pengguna dapat mengisi informasi hewan, seperti mengunggah foto hewan, deskripsi hewan, kesehatan hewan, dan biaya yang diinginkan. |

---

**Status Adopsi**


---

| No | Kebutuhan            | Penjelasan  |
|----|----------------------|---|
| 13 | Detail Status Adopsi | Pengguna dapat mengakses laman status adopsi.<br><hr/> Pengguna dapat melihat status dari hewan yang ingin diunggah pada laman adopsi. Terdapat tiga ketentuan status, yakni <i>waiting</i> , <i>processing</i> , dan <i>approved</i> . |

---

## 4.2 Design

### 4.2.1 Instagram

Setelah dasar konsep dari desain telah ditetapkan, selanjutnya adalah pembuatan desain sesuai dengan alur yang telah ditetapkan. Pembuatan desain konten dilakukan secara konsisten sehingga menghasilkan empat konten dalam satu minggu. Gambar 3.20 merupakan *sample* desain konten yang dihasilkan.



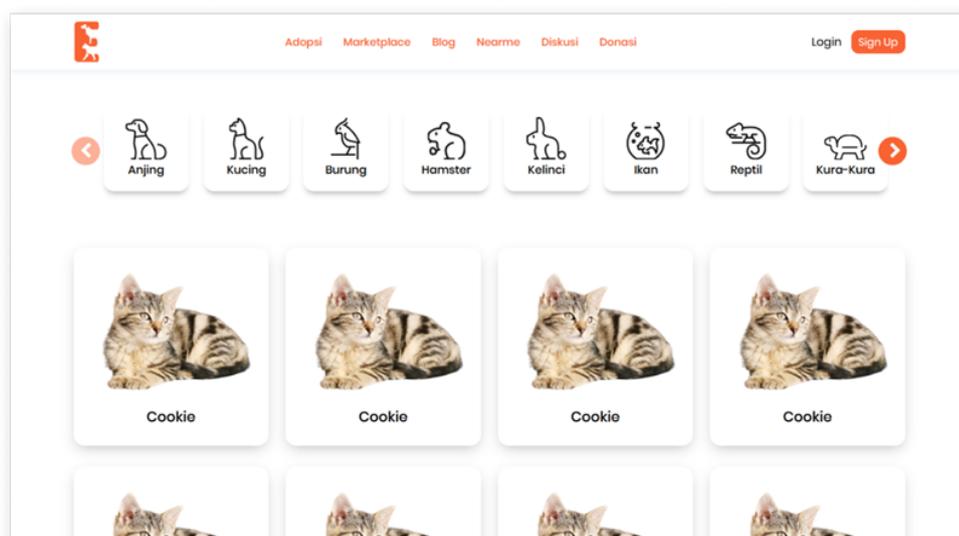
Gambar 3. 20 *Sample* Desain Konten Instagram Eidos

#### 4.2.2 Website

Setelah dirasa sesuai untuk alur dan tata letak setiap komponen, tahap selanjutnya adalah pembuatan *user interface* atau dapat disebut *high fidelity* dalam UI/UX. *High fidelity* ini maksudnya adalah tampilan *website* yang sudah diberikan warna dan mengisi konten setiap fitur layaknya tampilan *website* asli. Fungsinya adalah memberikan gambaran secara visual sekaligus panduan kepada tim pengembang atau *engineer* agar tim terkait dapat lebih mudah memahami alur dan tampilan *website* saat melakukan pengkodean. Berikut adalah beberapa hasil rancangan *high fidelity user interface* Eidos.



Gambar 4. 2 Tampilan Utama *Website* Eidos

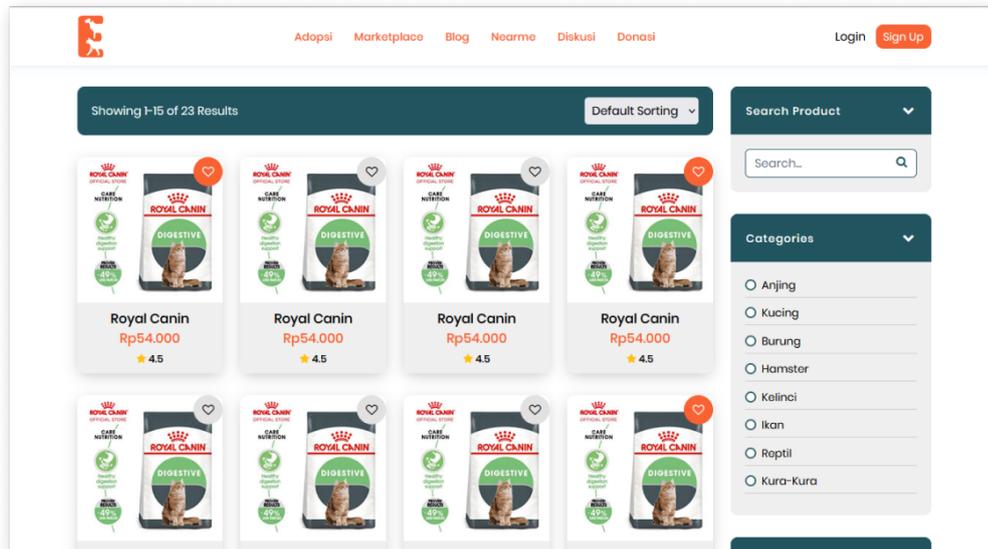


Gambar 4. 3 Tampilan Fitur Adopsi *Website* Eidos

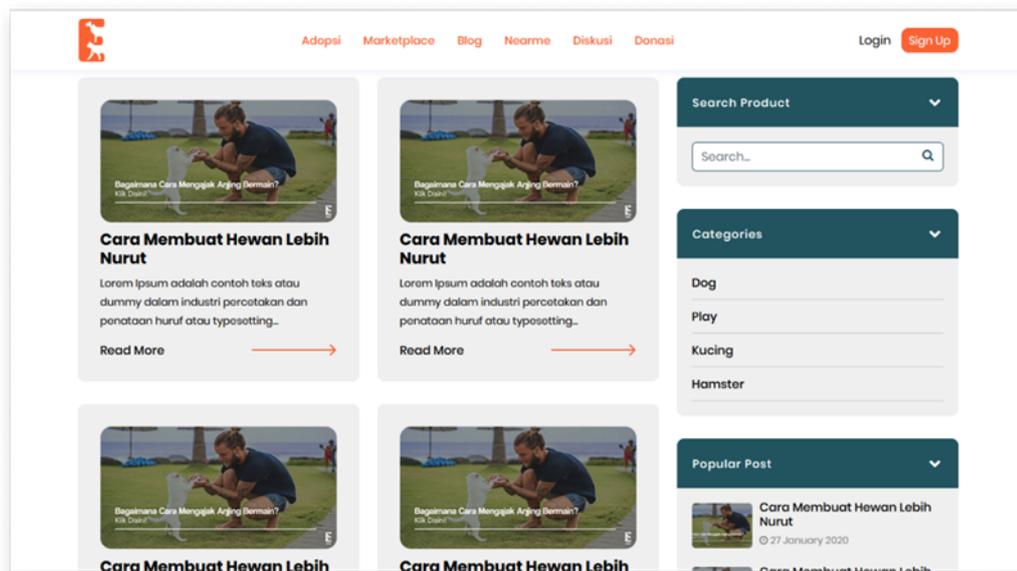
Donny Karunia Pratama, 2024

**INOVASI PLATFORM PENCINTA HEWAN DENGAN MISI MENINGKATKAN ANIMAL WELFARE MELALUI WEBSITE EIDOS**

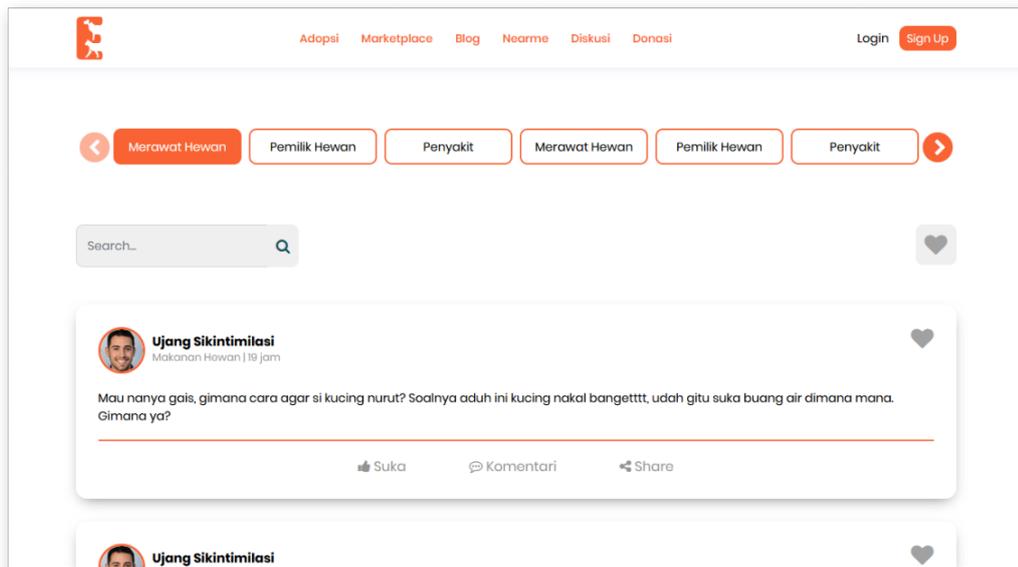
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



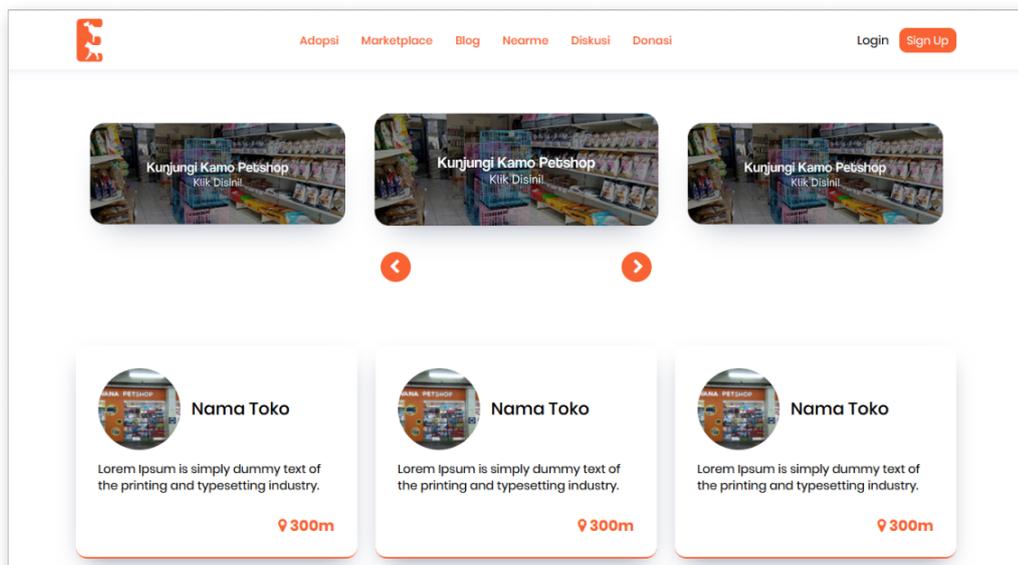
Gambar 4. 4 Tampilan Fitur Kebutuhan Hewan *Website Eidos*



Gambar 4. 5 Tampilan Fitur Artikel *Website Eidos*



Gambar 4. 6 Tampilan Fitur Diskusi *Website Eidos*



Gambar 4. 7 Tampilan Fitur Nearme *Website Eidos*

## 4.3 Development

### 4.3.1 Instagram

Media sosial Instagram Eidos dikembangkan dengan melibatkan serangkaian langkah strategis untuk meningkatkan tampilan yang menarik bagi audiens yang relevan. Tahapan yang dilakukan dalam pengembangan dimulai

Donny Karunia Pratama, 2024

**INOVASI PLATFORM PENCINTA HEWAN DENGAN MISI MENINGKATKAN ANIMAL WELFARE MELALUI WEBSITE EIDOS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan mengidentifikasi tujuan, Eidos membuat akun media sosial Instagram ini bertujuan untuk menjadi media interaksi dengan para pencinta hewan, serta jembatan bagi para pencinta hewan yang ingin mengunggah hewannya untuk ditampilkan pada fitur adopsi di dalam *website* Eidos.

Eidos menasar target audiens para pencinta hewan yang aktif dalam bermain media sosial. Untuk merangkul target audiens yang ditetapkan, Eidos melakukan optimasi profil dengan cara memasang profil dan bio dengan tema yang menyenangkan dan identik dengan hewan peliharaan. Eidos juga mengembangkan akun media sosial Instagram dengan membuat berbagai konten mengenai tingkah lucu hewan hingga tips dan trik dalam merawat hewan peliharaan dengan baik. Selain itu, beberapa konten juga dibuat dengan interaktif sehingga dapat memancing interaksi dari pengikutnya.

#### 4.3.2 *Website*

Hal yang harus dilakukan sebelum melakukan pengembangan adalah analisis, dengan melihat segala kebutuhan fitur dan *design* yang sudah dibuat sebelumnya. Analisis ini dilakukan untuk menilai tingkat kesulitan pembuatan bagi setiap fitur berdasarkan kemampuan sumber daya. Jika dirasa sulit, solusinya adalah menggunakan sebuah API (*Application Programming Interface*). Tentunya, dengan API dapat lebih mengefisienkan waktu pengembangan karena tidak perlu membangun keseluruhan fitur dari awal. Adapun kebutuhan dan penggunaan API dijelaskan pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4. 4 Kebutuhan API Eidos

| Fitur              | Kebutuhan  | API                                  |
|--------------------|--|--------------------------------------|
| <i>Marketplace</i> | Perlu melakukan pembayaran di dalam <i>website</i> . | Xendit<br>( <i>Payment Gateway</i> ) |
| <i>Marketplace</i> | Perlu melakukan pengecekan ongkir pembelian.         | RajaOngkir<br>(Pengecekan Ongkir)    |
| Nearme             | Perlu untuk akses layanan hewan terdekat.            | Google Maps                          |

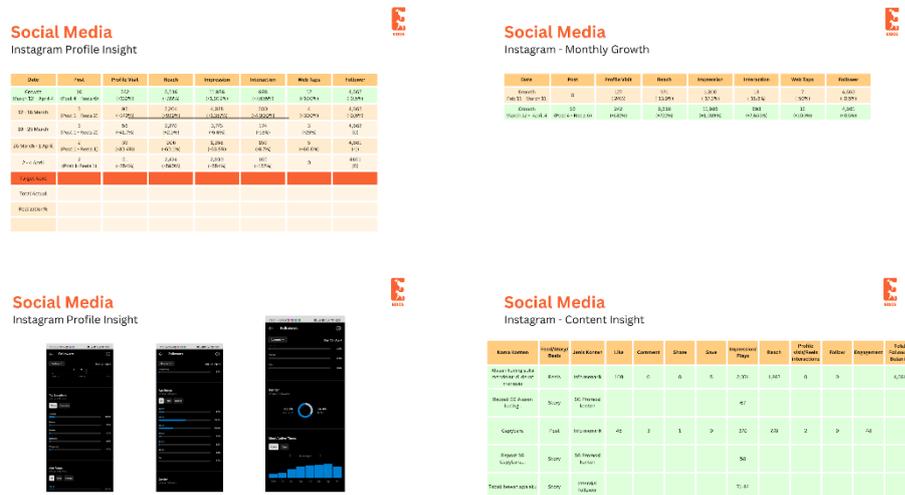
Pengembangan produk ini menggunakan metode *waterfall*, yang artinya pengembangan dilakukan secara bertahap sampai *website* secara keseluruhan telah selesai, dengan pengerjaan dalam kurun waktu 3 bulan untuk

memenuhi kebutuhan setiap fitur *website*. Dalam melakukan pengembangan, *website* Eidos juga menggunakan Wordpress sebagai platform manajemen konten (CMS), yang diintegrasikan dengan HTML, CSS, dan Javascript. Hal yang demikian dapat sangat membantu dalam melakukan pengembangan *website* Eidos dengan cepat dan efisien. Selain itu, penulis juga menggunakan *hosting* dan *domain* untuk persiapan ketika *website* sudah dapat dirilis.

#### 4.4 Testing

##### 4.4.1 Testing untuk Instagram

Pengujian efektivitas dari konten dan *branding* yang dibangun pada media sosial Instagram diukur dan dievaluasi berdasarkan hasil *insight* yang didapatkan dari *tool dashboard* profesional pada aplikasi Instagram. Pengujian dilakukan dengan menganalisis *insight* yang didapat, serta dilakukannya *benchmarking* dengan akun media sosial serupa. *Output* dari pengujian menghasilkan angka yang menunjukkan jumlah *accounts reached*, *accounts engaged*, dan total *followers*. Gambar 3.21 adalah salah satu contoh hasil *insight* dari akun media sosial Instagram Eidos yang telah diolah.



#### Kesimpulan

1. Pada debut pertama bulan ini semua insight berwarna hijau karena pada beberapa bulan kemarin kita sempat off.
2. Reels original memiliki insight yang jauh lebih tinggi dibanding repost
3. SG yang dipost pada siang hari di hari weekend memiliki view yg lebih tinggi dibanding hari kerja.
4. Postingan copyreader memiliki like paling tinggi (Asumsi: mengangkat hal yg viral bisa berdampak pada like follower)
5. SG/Postingan Prestasi selalu mendapat insight tinggi (Asumsi: Ayo kita ikut astronaut cok!!)

Gambar 3. 21 *Sample* Hasil *Insight* Instagram Eidos

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, penulis memperoleh beberapa masukan yang dapat diterapkan untuk mengembangkan pengunggahan konten ke depannya agar mendapatkan *insight* yang lebih baik.

#### 4.4.2 *Testing* dari Segi *Visualization*

Pengujian dari segi tampilan ini menggunakan *guerilla testing* kepada sebanyak 5 pencinta hewan karena apabila dilakukan kepada lebih dari 5 pengguna dinilai kurang efisien dan kemungkinan besar mendapatkan informasi serupa (Nielsen, 2000), hingga diperoleh hasilnya pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Hasil Pengujian melalui *Guerilla Testing*

| Responden | Hasil Pengujian   |
|-----------|---|
| 1         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secara keseluruhan, desain dan <i>icon</i> yang digunakan sudah bagus.</li> <li>• Beberapa laman yang tidak bisa diakses, diberikan tanda secara visual.</li> </ul>                                      |
| 2         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Overall</i> ini sudah mudah dimengerti.</li> <li>• Secara desain dan pemilihan <i>icon</i> sudah bagus.</li> </ul>  |
| 3         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tampilan di bagian status adopsi menarik.</li> <li>• Desain <i>simple</i> dan bagus sehingga mudah dipahami.</li> </ul>  |
| 4         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alur aplikasi jelas dan mudah digunakan, informatif dan tidak ribet.</li> <li>• Desain sudah baik.</li> <li>• Tampilan di bagian pilih hewan yang akan diadopsi sangat menarik.</li> </ul>               |
| 5         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagian tanda tangan surat pernyataan adopsi hewan sebaiknya ada tempat <i>upload</i> gambar tanda tangan berupa jpg/jpeg/png.</li> <li>• Pemilihan warnanya sudah bagus dan desainnya simpel.</li> </ul> |

Berdasarkan hasil *guerilla testing*, dapat dilihat bahwa mayoritas responden sangat menyukai tampilan dari *website* Eidos. Menurut responden, desain *website* Eidos sudah menarik, pemilihan *icon* yang bagus, dan

penggunaan warna yang dirasa tepat. Namun, terdapat beberapa saran perubahan untuk peningkatan tampilan *website* Eidos yang lebih baik, yaitu dengan menambahkan tempat *upload* gambar tanda tangan, yang formatnya berupa jpg/jpeg/png ketika *user* melakukan pengisian surat pengajuan adopsi.

#### 4.4.3 Testing dari Segi Usability

Dilakukan penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan tautan <https://bit.ly/UX-WebEidos>, yang bertujuan untuk menguji sekaligus menilai tingkat *usability* dari *website* Eidos kepada sebanyak 25 orang, utamanya para pencinta hewan. Kuesioner ini mengacu pada metode SUS (*System Usability Scales*), yang memiliki 10 item pernyataan pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4. 6 Item Pernyataan Kuesioner SUS

|     |  |
|-----|--|
| Q1  | Saya akan ingin lebih sering menggunakan <i>website</i> ini.                                 |
| Q2  | Saya merasa <i>website</i> ini tidak harus dibuat serumit ini.                               |
| Q3  | Saya pikir <i>website</i> ini mudah untuk digunakan.   |
| Q4  | Saya membutuhkan bantuan dari orang teknis untuk menggunakan <i>website</i> ini.             |
| Q5  | Saya menemukan fitur pada <i>website</i> ini terintegrasi dengan baik.                       |
| Q6  | Saya pikir ada ketidaksesuaian dalam <i>website</i> ini.                                     |
| Q7  | Saya merasa kebanyakan orang mudah untuk mempelajari <i>website</i> ini dengan sangat cepat. |
| Q8  | Saya menemukan, <i>website</i> ini sangat rumit untuk digunakan.                             |
| Q9  | Saya percaya diri untuk menggunakan <i>website</i> ini.                                      |
| Q10 | Saya perlu belajar sebelum saya menggunakan <i>website</i> ini.                              |

Diperoleh hasil penilaian responden terkait *usability* dari *website* Eidos yang dapat dilihat pada Tabel 4.7, atau untuk selengkapnya terdapat pada Lampiran 10. Berdasarkan hasil perhitungan metode SUS, *website* Eidos secara *usability* dapat diterima dan layak untuk digunakan, dengan hasil *acceptability ranges*, yakni *acceptable* karena berhasil meraih skor akhir sebesar 75.20, yang termasuk ke dalam B *grade scale*, dengan berhasil meraih kategori *good* di mata responden untuk *adjective ratings*.

Tabel 4. 7 Hasil Penilaian Responden

|     | Sangat<br>Tidak<br>Setuju | Tidak<br>Setuju | Netral | Setuju | Sangat<br>Setuju |
|-----|---------------------------|-----------------|--------|--------|------------------|
| Q1  | 1                         | 0               | 6      | 15     | 3                |
| Q2  | 4                         | 10              | 6      | 3      | 2                |
| Q3  | 0                         | 1               | 1      | 13     | 10               |
| Q4  | 9                         | 11              | 2      | 3      | 0                |
| Q5  | 0                         | 0               | 3      | 17     | 5                |
| Q6  | 11                        | 8               | 2      | 3      | 1                |
| Q7  | 0                         | 2               | 1      | 11     | 11               |
| Q8  | 11                        | 10              | 2      | 2      | 0                |
| Q9  | 0                         | 0               | 1      | 11     | 13               |
| Q10 | 8                         | 7               | 3      | 5      | 2                |

Di samping itu, penulis juga melakukan *in-depth-interview* kepada sebanyak 5 dari 25 responden yang ada, untuk mengetahui secara lebih mendalam terkait alasan dari setiap penilaian yang diberikan. Dalam hal ini, menggunakan sebanyak 5 responden saja sudah dianggap cukup untuk mengidentifikasi sebagian besar masalah desain yang mungkin muncul dan apabila dilakukan kepada lebih dari 5 pengguna, dianggap kurang efisien karena kemungkinan informasi yang diperoleh akan serupa (Nielsen, 2000). Adapun untuk pernyataan pertama, mayoritas responden setuju mengenai keinginan untuk menggunakan *website* Eidos dalam frekuensi yang lebih sering karena *all-in-one* platform.

“Platform ini baru pertama kali saya lihat dan sangat lengkap untuk memenuhi kebutuhan dalam merawat hewan. Saya sangat suka dengan variasi pilihan hewan, serta fitur yang ada sehingga tidak perlu berpindah ke platform lain.”

Pada pernyataan kedua, mayoritas responden tidak setuju mengenai *website* Eidos yang tidak harus dibuat serumit ini, yang berarti secara penggunaan, *website* Eidos sangat mudah untuk digunakan dan tidak ada hal yang membuat penggunaanya kesulitan karena alurnya cukup sederhana.

“Menurut saya, *website* Eidos sama sekali tidak sulit untuk dioperasikan. Saya sebagai pengguna pertama juga, tanpa perlu belajar dan tanpa bantuan orang lain, sudah bisa eksplor *website* sendiri karena alurnya sangat mudah untuk dimengerti. Meskipun ada sedikit *struggle* di beberapa bagian, seperti saat membaca deskripsi dan detail dari hewan/produknya, masih agak bingung perbedaannya karena mungkin belum terbiasa.”

Pernyataan mengenai *website* Eidos yang mudah untuk digunakan dibuktikan dengan mayoritas responden mengatakan setuju. Terlebih, banyak fitur yang sangat membantu memudahkan kebutuhan para penggunanya.

“Ketika saya menggunakan *website* ini, tidak perlu diajarkan lagi, sudah paham dengan fitur yang ada karena kebiasaan *website* mirip dengan *website* pada umumnya. Eidos sudah memberikan gambaran keseluruhan mengenai produknya di halaman pertama sehingga pengguna bisa langsung paham. Secara UI/UX juga mudah dipahami karena penggunaan atau pemilihan tata letak dari setiap *icon/button* yang familiar.”

Kemudian, kebutuhan pengguna terkait adanya bantuan dari orang teknis untuk menggunakan *website* Eidos ini dirasa tidak perlu, mayoritas responden juga mengatakan tidak setuju karena aksesibilitasnya sangat mudah, pun saat dihadapkan dengan kebingungan, tidak lama setelahnya, pengguna dapat langsung memahami maksud dari setiap fitur yang ada. Pengguna terbantu dengan melihat penjelasan produk yang ada di dalam *website* Eidos.

“Saya merasa *website* Eidos mudah digunakan. Saya tidak memilih sangat tidak setuju karena pada awalnya sempat salah mengira di bagian donasi, seperti platform Kitabisa, yang bisa pilih *campaign*. Namun, setelah mencoba memahami lagi terkait produknya, ternyata Eidos membuka *campaign* secara *general*.”

Pada pernyataan kelima, mayoritas responden setuju bahwasanya fitur pada *website* Eidos ini sudah terintegrasi dengan baik. Ditambah lagi, seluruh fitur yang ada juga saling berhubungan satu sama lain, dapat dikatakan *website* Eidos merupakan *all-in-one* platform untuk para pencinta hewan.

“Saya coba beli produk kebutuhan hewan dan itu sudah bagus, terhubung dengan metode pembayaran yang dapat diakses langsung. Pada fitur donasi juga keren, langsung masuk ke halaman *checkout* dan sudah cukup

terintegrasi dengan baik. Mungkin beberapa hal masih bisa dikembangkan lebih lanjut agar lebih baik lagi.”

Saat para pengguna mencoba eksplor *website* Eidos, mayoritas umpan baliknya adalah sangat tidak setuju dengan pernyataan keenam terkait adanya ketidaksesuaian dalam *website* ini. Dalam hal ini, pengguna melihat sudah cukup konsisten, meskipun di beberapa bagian belum bisa berjalan dengan sempurna karena masih dalam tahap pengembangan. Untuk responden yang menilai sangat setuju melihat adanya ketidaksesuaian juga merupakan kesalahan saat pengisian karena responden tersebut salah mengira, seharusnya *overall* sudah sangat sesuai dan berjalan dengan sebagaimana mestinya.

“Dirasa semua sudah sesuai dan cukup konsisten, tetapi mungkin pada saat *login* di bagian Home, perubahan tampilannya sempat agak *delay*. Pada fitur diskusi juga belum bisa membuat topik.”

Selanjutnya, mayoritas responden merasa sangat setuju dan setuju, kedua penilaian ini memiliki total yang sama bahwa kebanyakan orang akan mudah untuk mempelajari *website* ini dengan sangat cepat karena tata letak maupun penggunaan *icon* dan *button* yang jelas, serta alurnya yang sederhana membuat pengguna mampu memahaminya dengan cepat.

“*Website* Eidos mudah untuk dipelajari, misal yang pertama dilihat itu bagian Home, di sini Eidos sudah memberikan informasi yang sangat jelas, ada penjelasan data di sana dan ada *review* orang. Itu adalah informasi yang bagus untuk orang awam dan penjelasan *website* secara keseluruhan.”

Mayoritas responden juga mengatakan sangat tidak setuju apabila *website* ini dinilai sangat rumit untuk digunakan karena selama eksplor *website* Eidos, pengguna tidak menemukan kesulitan yang berarti dan saat mencoba keseluruhan fitur yang ada, alurnya sangat mudah untuk dilewati, bahkan pengguna sangat suka dengan salah satu fitur yang ada karena Eidos berhasil memberikan kesan yang dapat dipercaya.

“*Overall*, *website* Eidos sangat mudah digunakan, tidak ada yang rumit. Saya paling suka fitur donasi karena sekarang sangat banyak orang yang *open* donasi di Instagram, Twitter, dan sebagainya, tetapi masih dipertanyakan kebenarannya. Namun, dengan adanya *website* Eidos, merasa jauh lebih aman, bisa lebih terjamin, misal ada suatu kejadian, bisa langsung

lapor ke Eidos karena saya melihat Eidos bisa dipercaya dan kegiatan donasinya juga lebih nyaman untuk digunakan.”

Selain itu, mayoritas responden merasa sangat percaya diri untuk menggunakan *website* Eidos karena merasa tidak membutuhkan bantuan untuk memahami keseluruhan *website* dan mudah digunakan.

“*Website* Eidos mudah digunakan dan tidak merasa kesulitan sama sekali sehingga saya sangat percaya diri untuk menggunakan *website* ini tanpa bantuan orang lain.”

Terakhir, mayoritas responden juga mengatakan sangat tidak setuju apabila diperlukan belajar terlebih dahulu sebelum menggunakan *website* Eidos karena alurnya tidak rumit dan Eidos dinilai mampu menjelaskan *service* yang ditawarkannya dengan baik. Namun, masih terdapat beberapa hal yang membutuhkan *effort* untuk mengetahui fungsi dari *icon* yang ada.

“Saya pribadi merasa tidak perlu banyak belajar karena mengikuti naluri saja juga sudah bisa mengerti cara aksesnya, tetapi ada beberapa hal yang sebenarnya tidak diketahui, misal bagian *logout* di *profile*. Kemudian, ada tanda *love* di bagian diskusi juga tiba-tiba masuk ke halaman *wishlist*. Mungkin itu bisa dilakukan *improvement* kembali.”

#### 4.4.4 *Testing dari Segi Performance*

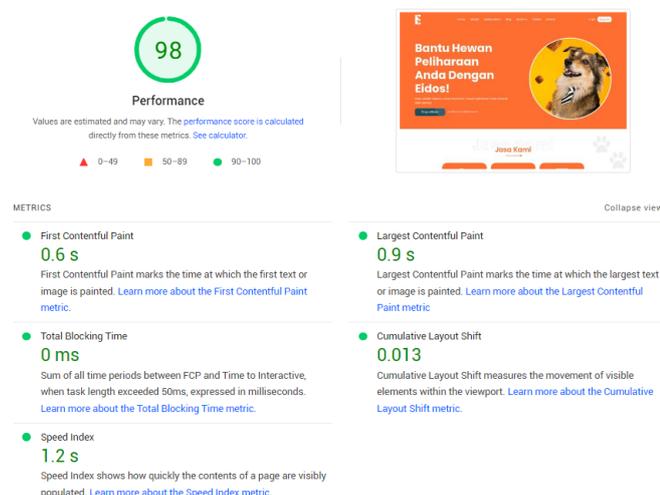
Pengujian performa dilakukan dengan menggunakan *tools* PageSpeed Insight oleh Google. Dari hasil *testing* ini akan menguji sebanyak 4 kategori, yaitu *performance*, *accessibility*, *best practices*, dan SEO (*Search Engine Optimization*). Adapun maksud dari *performance* adalah menilai kecepatan akses sebuah *website*, *accessibility* menilai kemudahan akses sebuah *website*, *best practice* menilai kondisi kode halaman sebuah *website*, dan SEO adalah kemudahan pencarian sebuah *website* dalam *search engine*.

Tabel 4. 8 Indikator Penilaian PageSpeed Insight

| Kategori | Nilai | Penjelasan   |
|----------|-------|--|
| Baik     | 80+   | <i>Website</i> sudah menerapkan sebagian besar praktik terbaik performa. |

|        |       |  |
|--------|-------|--|
| Sedang | 60-79 | <i>Website</i> tidak memiliki beberapa pengoptimalan performa umum dan terdapat ruang utama medium untuk pengoptimalan |
| Buruk  | 0-59  | <i>Website</i> tidak dioptimalkan dan terdapat ruang utama yang cukup besar untuk pengoptimalan                        |

Mengacu pada indikator penilaian dari PageSpeed Insight, secara umum, hasil pengujian *website* Eidos pada *tools* PageSpeed Insight oleh Google dapat dikatakan baik, dengan skor rata-rata sebesar 83.75.



Gambar 4. 8 Hasil *Performance Test* dari *Website* Eidos

Dalam melakukan pengujian *performance*, *website* Eidos mendapatkan skor 98, artinya secara performa termasuk dalam kategori baik. Penilaian ini dihitung berdasarkan 5 faktor, yakni *First Contentful Paint*, *Total Blocking Time*, *Speed Index*, *Largest Contentful Paint*, dan *Cumulative Layout Shift*. Adapun besaran bobot dari setiap bahan penilaian terdapat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Total Penilaian *Website* Eidos

| Metriks                       | Penjelasan  | Value (ms) | Score | Bobot |
|-------------------------------|---|------------|-------|-------|
| <i>First Contentful Paint</i> | Metrik ini mengukur waktu sejak pengguna pertama kali membuka | 644        | 98    | 10%   |

|                                 |   |       |     |     |
|---------------------------------|---|-------|-----|-----|
|                                 | halaman hingga konten halaman muncul di layar.  |       |     |     |
| <i>Total Blocking Time</i>      | Metrik ini mengukur jumlah total waktu pemblokiran <i>thread</i> utama hingga <i>thread</i> tidak dapat lagi merespons input setelah <i>First Contentful Paint</i> (FCP). | 0     | 100 | 30% |
| <i>Speed Index</i>              | Metrik ini mengukur seberapa cepat konten ditampilkan secara visual saat halaman dimuat.  | 1,155 | 94  | 10% |
| <i>Largest Contentful Paint</i> | Metrik ini menunjukkan waktu rendering blok teks atau gambar terbesar yang terlihat di area pandang dan sesuai dengan waktu pengguna pertama kali membuka halaman.        | 896   | 97  | 25% |
| <i>Cumulative Layout Shift</i>  | Metrik ini mengukur peningkatan maksimum dalam pergeseran tata letak untuk setiap   | 0.01  | 100 | 25% |

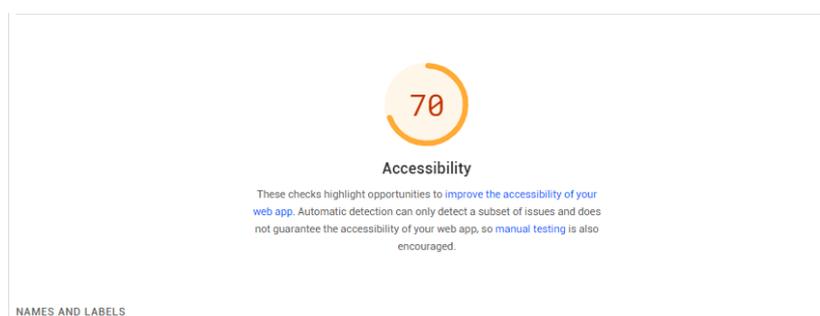
---

perubahan tata letak  
tak terduga yang  
terjadi selama masa  
aktif laman.

---

Walaupun hasil *performance* menunjukkan sudah baik, tetapi terdapat beberapa saran perubahan untuk meningkatkan *performance website* Eidos menjadi lebih baik, di antaranya adalah sebagai berikut.

- (a) Menggunakan pemroses pasif untuk meningkatkan performa *scroll*.
- (b) Terdapat beberapa *cache* pada *website* yang dapat dihapus sehingga dapat meningkatkan kecepatan penggunaan *website*.
- (c) Terdapat beberapa gambar yang besar sehingga membutuhkan waktu pemrosesan sedikit lebih lama sehingga dapat melakukan pengoptimalan besaran gambar.
- (d) Terdapat konten teks yang cukup besar sehingga membutuhkan waktu pemrosesan sedikit lebih lama sehingga perlu untuk menghindari tata letak yang besar.

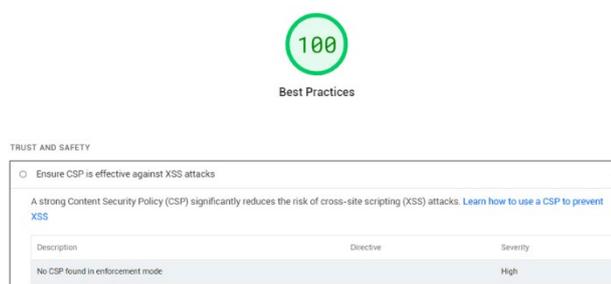


Gambar 4. 9 *Acessibility Test* Eidos

Kemudian, masuk ke dalam tahap pengujian berikutnya pada Gambar 4.9, yakni *accessibility test*, yang bertujuan untuk menguji kemudahan akses dari *website* Eidos. Pada pengujian *accessibility*, Eidos mendapatkan skor sebesar 70 atau dapat dikatakan sedang. Dalam hal ini, berarti *website* Eidos tidak memiliki beberapa pengoptimalan performa umum. Di samping itu, terdapat beberapa saran perubahan untuk meningkatkan *accessibility*, yaitu:

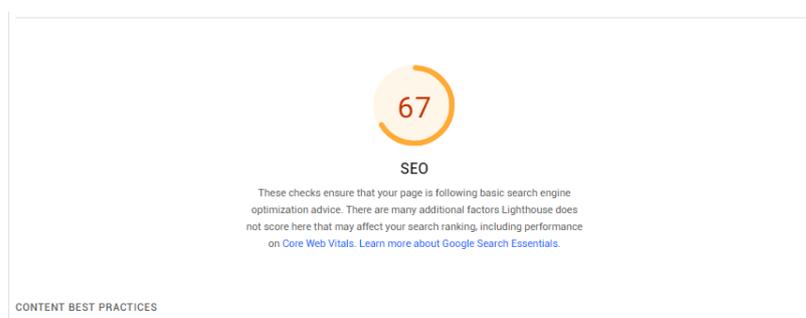
- (a) Memberikan nama akses pada tombol.

- (b) Memberikan nama pada gambar.
- (c) Memberikan nama pada *link*.
- (d) Meningkatkan kontras antara warna latar belakang dan latar depan.
- (e) Mengubah elemen *heading* menjadi *sequentially-descending order*.
- (f) Penetapan nilai “role=” agar memiliki peran yang valid.



Gambar 4. 10 *Best Practice Test Eidos*

Selanjutnya, Gambar 4.10 adalah *best practices test*, yang menilai kondisi kode pada sebuah *website*. Pada pengujian ini, *website* Eidos mendapatkan skor 100 atau dapat dikatakan baik sehingga berbeda dengan sebelumnya, tidak terdapat saran perubahan untuk kategori *best practices*.



Gambar 4. 11 *SEO Test Eidos*

Pengujian terakhir adalah SEO, yang melakukan penilaian kemudahan pencarian sebuah *website* dalam *search engine*. Pada pengujian ini, penulis mendapatkan skor 67 atau sedang. Hal ini mungkin saja terjadi karena memang Eidos sempat terkendala untuk melakukan unggah konten melalui *website* dan lebih sering melakukan konten edukasi pada akun media sosial Instagram. Adapun beberapa saran dalam meningkatkan SEO, yaitu:

- (a) Menambahkan deskriptif teks pada *link*.
- (b) Memberikan penamaan pada setiap konten gambar.
- (c) Melakukan pengaktifan *indexing* dengan menambahkan head > meta<meta name="robots" content="noindex, nofollow" />.

## 4.5 Maintenance

### 4.5.1 Instagram

Pemeliharaan pada akun media sosial Instagram Eidos dilakukan dengan rutin mengunggah konten secara konsisten dan menerapkan hasil analisis dari *insight* yang didapatkan. Hal ini dilakukan untuk menjaga jumlah pengikut dari akun Instagram Eidos agar tidak berkurang, serta selalu teredukasi dan teringat mengenai Eidos (*brand awareness*).

Pemeliharaan juga dilakukan dengan melakukan berbagai tindakan preventif agar terhindar dari peretasan akun Instagram oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Adapun tindakan yang dilakukan adalah dengan cara terus menjaga dan mengubah kata sandi dari akun Instagram Eidos secara berkala.

### 4.5.2 Website

Pada tahap ini adalah dilakukan pemeliharaan, seperti pemantauan kinerja *website*, serta melakukan perbaikan *error* dan umpan balik yang diberikan oleh pengguna untuk meningkatkan kualitas platform menjadi lebih baik. Pengujian tidak hanya dilakukan kepada pencinta hewan saja, tetapi juga dilakukan oleh tim internal. Adapun hasil perbaikan yang perlu dilakukan oleh Eidos dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4. 10 Daftar Peningkatan *Website* Eidos

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <i>Guerilla Testing</i>             | Menambahkan tempat <i>upload</i> gambar tanda tangan berupa jpg/jpeg/png ketika melakukan pengisian surat pengajuan adopsi.  |
| <i>System Usability Scale</i> (SUS) | Mengubah tata letak <i>logout</i> di bagian <i>profile</i> agar lebih terlihat oleh pengguna.  |
|                                     | Memberikan <i>direction</i> atau tanda lain selain <i>love</i> sebagai ciri bahwasanya ketika menekan <i>icon</i> tersebut akan masuk ke halaman <i>wishlist</i> . |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <i>Bugs</i> atau <i>Error</i> | <i>Error</i> penggunaan <i>cart</i> pada fitur <i>marketplace</i> .            |
|                               | <i>Error</i> dalam menggunakan fitur filter pada laman diskusi.                |
|                               | <i>Error</i> tidak bisa melakukan <i>like</i> dan komentar pada laman diskusi. |

Pemeliharaan ini tentunya harus dilakukan secara berkala untuk memantau bahwa *website* tetap dapat digunakan, dengan kata lain secara fungsional dapat berjalan dengan baik dan setiap *error* yang dialami dapat langsung segera dibenahi guna meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menggunakan produk Eidos.

#### 4.6 Implementation

Setelah seluruh proses pengembangan *website* Eidos dengan menggunakan metode *waterfall* selesai, dilakukan sosialisasi kepada para pencinta hewan langsung untuk mengetahui sejauh mana dampak atau manfaat yang dirasakan oleh para pencinta hewan dari adanya produk berbasis *website* Eidos ini.

##### 4.6.1 Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan kepada para pencinta hewan melalui keikutsertaan dengan berpartisipasi dalam pameran pada acara KMI Expo XIII. Sosialisasi yang dilakukan ini berhasil menjangkau lebih dari 500 pengunjung dan sebanyak 50 orang melakukan registrasi akun di *website* Eidos. Selain sosialisasi produk, Eidos juga mengenalkan akun media sosial Instagram yang aktif mengunggah berbagai macam konten seputar hewan setiap minggunya. Hal yang demikian dilakukan agar keberadaan Eidos dapat dikenal dan disadari oleh masyarakat, khususnya para pengguna internet, serta sebagai upaya awal dalam menjangkau calon pengguna Eidos.



Gambar 4. 12 Sosialisasi Produk dan Media Sosial Eidos

Selanjutnya, dilakukan *campaign* donasi untuk mendukung shelter hewan yang membantu membiayai pakan hewan peliharaan terlantar. *Campaign* donasi ini diselenggarakan khusus untuk salah satu *shelter* hewan di daerah Bogor. Selain itu, penjualan kebutuhan hewan yang dilakukan juga telah berhasil menjual sebanyak 37 produk kepada para pencinta hewan. Secara umum, para pengunjung memberikan dukungan positif pada produk Eidos dan tertarik akan fitur yang terdapat pada *website* Eidos.



Gambar 4. 13 Penjualan Produk dan *Open Donation Campaign*

#### 4.6.2 Manfaat/Dampak

Proses penilaian kebermanfaatan yang diambil dari hasil mengikuti Hackathon Session pada ajang perlombaan Indonesia Digital Tribe (IDT), yang diselenggarakan oleh BUMN (Badan Usaha Milik Negara), Narasi, dan ITDRI pada tahun 2022 dengan menggunakan metode MoSCoW ini merupakan hasil adaptasi dari penelitian Hatton (2008), yang memiliki fungsi sebagai alat untuk menentukan prioritas kebutuhan sistem melalui identifikasi *user stories* sehingga bisa mengklasifikasikan daftar yang sesuai dengan tingkat prioritasnya (Suprpto dkk., 2020). Namun, dalam konteks ini, dapat disesuaikan dengan kebutuhan, yang diperluas untuk menilai kebermanfaatan dari adanya produk Eidos karena hal tersebut memiliki kesamaan dengan esensi dari tujuan kebermanfaatan, yakni untuk mengetahui penilaian atau dampak yang dirasakan oleh pengguna.

Ketentuan untuk dapat dikatakan valid kebermanfaatannya harus memenuhi persyaratan tertentu, yakni setiap solusi dari fitur yang ada di dalam produk Eidos harus mampu berhasil memperoleh kategori “*Must Have*”

setidaknya dari 10 pengguna. Adapun arti dari setiap *rating* yang ada pada metode MoSCoW dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut ini.

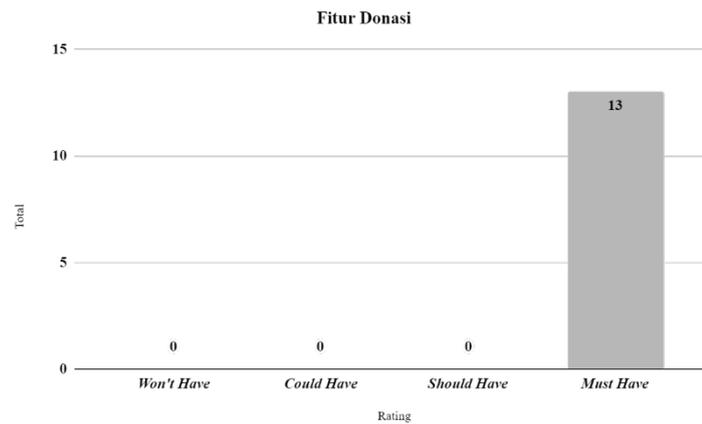
Tabel 4. 11 *Rating* dari Metode MoSCoW (Hatton, 2008)

| <b>Kategori/Rating</b> | <b>Arti</b>   |
|------------------------|---|
| <i>Won't Have</i>      | Kategori ini merupakan persyaratan yang dianggap tidak dibutuhkan atau tidak berhubungan bagi sistem.                   |
| <i>Could Have</i>      | Kategori ini menjadi pelengkap sistem sehingga apabila tidak terpenuhi juga tidak akan berdampak apapun.                |
| <i>Should Have</i>     | Kategori ini merupakan persyaratan yang penting bagi sistem, tetapi tidak menentukan keberhasilan proyek.               |
| <i>Must Have</i>       | Kategori ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi karena apabila tidak terpenuhi, maka proyek akan dianggap gagal. |

Metode ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada calon pengguna, hingga mendapatkan 10 pengguna yang merasa bahwa solusi yang diberikan adalah diperlukan dan bermanfaat untuk pengguna, selaku target *user*, yang merupakan pencinta hewan. Nantinya, setelah tim Eidos memaparkan dan mendemokan *prototype* solusinya, pengguna diminta untuk memberikan *rating* terhadap solusi yang telah dipaparkan.

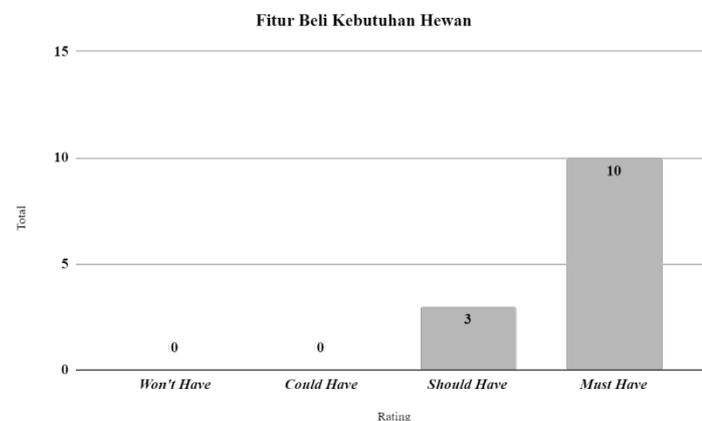
*Rating* paling tinggi dari metode ini adalah “*Must Have*” sehingga untuk memastikan solusi yang diberikan oleh Eidos bermanfaat, maka dibutuhkan 10 calon pengguna yang hasilnya memberikan *rating* “*Must Have*”, beserta alasan dari pemberian *rating* tersebut.

Pada kegiatan ini, dilakukan kepada sebanyak 13 pengguna melalui *video conference* Zoom Meeting karena mengingat saat itu tengah dalam kondisi pandemi sehingga pengambilan datanya dilakukan secara daring untuk meminimalisir lonjakan persebaran Covid-19. Berikut adalah hasil validasi manfaat dari setiap fitur yang ada di dalam *website* Eidos, yang dilakukan kepada calon pengguna melalui teknis yang telah dijelaskan sebelumnya.



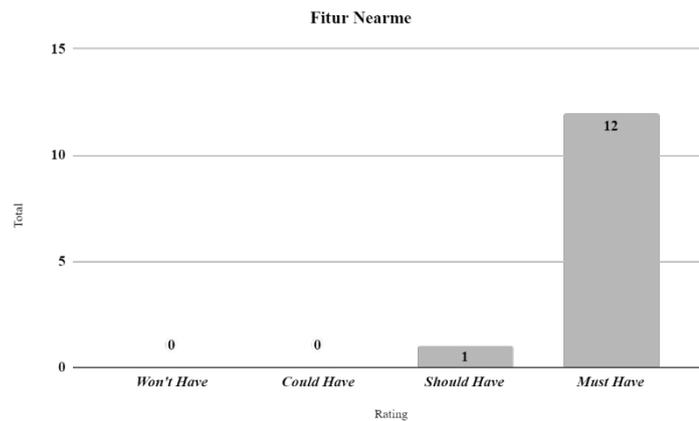
Gambar 4. 14 Manfaat Keberadaan Fitur Donasi

Pada Gambar 4.14 mengenai fitur donasi, sebanyak 13 dari 13 pengguna yang dilakukan *interview*, memberikan *rating* “*Must Have*”, dengan alasan fitur ini sangat membantu permasalahan pencinta hewan yang seringkali merasa iba dengan keadaan hewan di lingkungan sekitar, tetapi tidak memiliki waktu yang cukup untuk membantu hewan tersebut dalam bentuk aksi. Para pengguna merasa fitur ini akan sangat membantu para pencinta hewan untuk terus berbuat baik kepada hewan walau di tengah kesibukan.



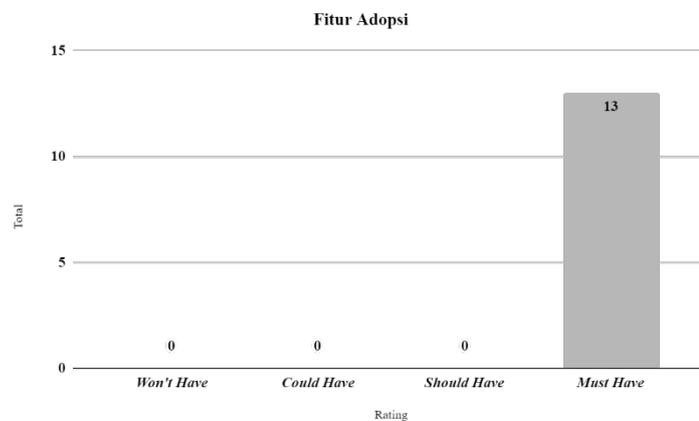
Gambar 4. 15 Manfaat Keberadaan Fitur Beli Kebutuhan Hewan

Pada Gambar 4.15 mengenai fitur kebutuhan, sebanyak 10 dari 13 pengguna yang dilakukan *interview*, memberikan *rating* “*Must Have*”. Pengguna merasa fitur ini bermanfaat bagi para pencinta hewan untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya di tengah kesibukannya dan akan menjadi solusi bagi pencinta hewan yang tidak memiliki waktu untuk membeli kebutuhan hewan secara langsung di toko, atau mencari di *marketplace*.



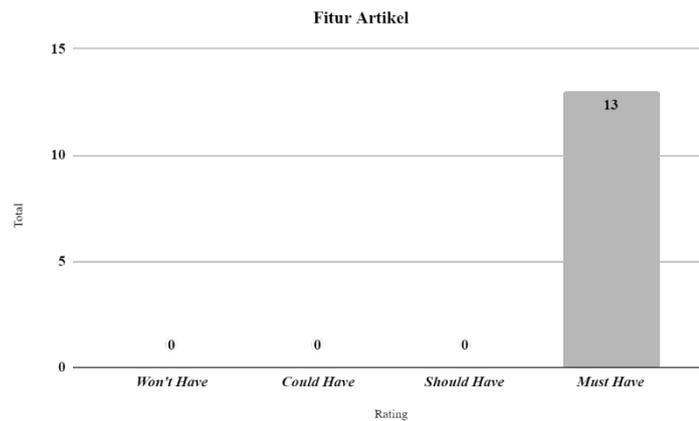
Gambar 4. 16 Manfaat Keberadaan Fitur Nearme

Pada Gambar 4.16 mengenai fitur nearme, sebanyak 12 dari 13 pengguna yang dilakukan *interview*, memberikan *rating* “*Must Have*” karena sangat membantu pencinta hewan yang sedang berada di daerah lain, tetapi tetap ingin membantu hewan di lingkungan sekitar, dengan melakukan *street feeding* atau untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya sendiri, serta mencari layanan hewan terdekat, terutama ketika sedang keadaan darurat.



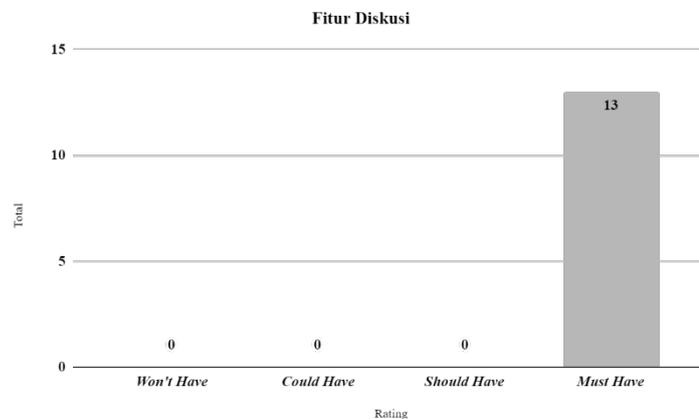
Gambar 4. 17 Manfaat Keberadaan Fitur Adopsi

Pada Gambar 4.17 mengenai fitur adopsi, diperoleh sebanyak 13 dari 13 pengguna yang dilakukan *interview*, memberikan *rating* “*Must Have*” karena dirasa memiliki kebermanfaatannya yang besar bagi para pencinta hewan. Hal demikian dinilai dapat membantu mengurangi populasi hewan terlantar dan dapat membantu para pencinta hewan yang sudah tidak mampu merawat hewannya untuk diadopsi oleh orang lain, yang tentunya aman dan tepercaya karena telah melewati seleksi terlebih dahulu di dalam platform Eidos.



Gambar 4. 18 Manfaat Keberadaan Fitur Artikel

Pada Gambar 4.18 mengenai fitur artikel, sebanyak 13 dari 13 pengguna memberikan *rating* “*Must Have*”, dengan alasan fitur ini dapat membantu para pencinta hewan yang baru saja mengadopsi hewan karena terdapat banyak informasi edukasi mengenai cara merawat hewan yang baik dan benar. Selain itu, fitur ini juga dirasa berhubungan dengan fitur adopsi karena menganggap bahwasanya para *adopter* baru dapat mengetahui atau belajar terkait cara merawat hewan peliharaannya melalui fitur ini.



Gambar 4. 19 Manfaat Keberadaan Fitur Diskusi

Pada Gambar 4.19 mengenai fitur diskusi, diperoleh sebanyak 13 dari 13 pengguna memberikan *rating* “*Must Have*” karena dirasa memiliki kebermanfaatan yang besar sebagai sumber informasi dalam membantu pencinta hewan merawat hewannya.

### 4.6.3 Proyeksi Keuangan

Berdasarkan sumber pendapatan dan perhitungan biaya yang dimiliki, Eidos akan *payback period* pada tahun ketiga, dengan perolehan keuntungan sebesar Rp10.460.000, yang selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Proyeksi Keuangan Eidos

|                          | <b>Tahun 1</b> | <b>Tahun 2</b> | <b>Tahun 3</b> |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Pendapatan (Rp)</b>   |                |                |                |
| Fitur Kebutuhan Hewan    | 6.960.000      | 17.000.000     | 25.500.000     |
| Fitur Adopsi Berbayar    | 4.800.000      | 9.600.000      | 21.600.000     |
| Total Pendapatan         | 11.760.000     | 26.600.000     | 47.100.000     |
| <b>Biaya (Rp)</b>        |                |                |                |
| Pemasaran                | 2.000.000      | 4.000.000      | 8.000.000      |
| Hosting                  | 1.500.000      | 1.500.000      | 1.500.000      |
| Stock Kebutuhan Hewan    | 6.000.000      | 12.000.000     | 18.000.000     |
| Internet                 | 500.000        | 1.000.000      | 1.000.000      |
| Domain                   | 1.000.000      | 1.000.000      | 1.000.000      |
| Pembuatan <i>Website</i> | 15.000.000     |                |                |
| Hutang Tahun Sebelumnya  |                | (14.240.000)   | (7.140.000)    |
| Total Biaya              | 26.000.000     | 33.740.000     | 36.640.000     |
| <b>Laba</b>              | -14.240.000    | -7.140.000     | 10.460.000     |

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Produk Eidos dikembangkan berdasarkan melihat permasalahan yang terjadi pada lingkungan hewan peliharaan. Mulai dari permasalahan pengetahuan tentang merawat hewan peliharaan, proses pencarian hewan peliharaan untuk dilepas atau diadopsi, dan timbulnya rasa empati untuk membantu hewan peliharaan lain, tetapi memiliki keterbatasan jarak dalam melakukan kebaikan. Melihat permasalahan tersebut, Eidos mencoba memberikan wadah untuk membantu para pencinta hewan dalam melakukan adopsi, donasi, diskusi, dan mencari kebutuhan hewan.

Proses pengembangan produk Eidos menggunakan metode *waterfall*. Metode ini digunakan dalam proses realisasi pembuatan *website*, mulai dari tahap analisis kebutuhan sistem, hingga pengujian *website* kepada pengguna. Adapun proses pengembangan platform Eidos berbasis *website* saat ini telah mencapai MVP (*Minimum Viable Product*). Di samping itu, Eidos juga aktif melakukan interaksi, edukasi, dan menjual produknya melalui media sosial Instagram Eidos.

Eidos telah dinilai mampu memberikan kebermanfaatan, yang telah terbukti melalui proses validasi kepada para pencinta hewan sebagai calon pengguna. Eidos memberikan manfaat dengan cara membantu mengatasi permasalahan hewan terlantar melalui kemudahan pencinta hewan dalam mengadopsi dan merawat hewannya. Selain itu, pemilik hewan dapat memberikan hewannya untuk diadopsi oleh *adopter* dengan perasaan tenang karena terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui oleh *adopter* untuk dapat mengadopsi hewan.

#### 5.2 Implikasi

Beberapa implikasi yang mampu dihasilkan oleh Eidos dalam menyelesaikan permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat dan lingkungan terkait populasi hewan yang ada akan dijelaskan pada poin sebagai berikut, mulai dari penjelasan terkait implikasi bagi lingkungan:

- a. Eidos membantu mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan Tujuan 11 Target 6, yakni mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan per kapita. Sebagaimana yang kita ketahui, populasi hewan liar kian meningkat, bahkan hewan liar seringkali buang air sembarangan. Hal ini dapat mengganggu kesehatan dan kenyamanan lingkungan. Oleh karena itu, Eidos membuat sebuah platform mempertemukan hewan dengan pemilik barunya dan membuat wadah donasi untuk membantu kehidupan hewan liar agar mendapatkan sterilisasi dan vaksinasi. Dengan terkendalinya hewan liar, Eidos membantu dalam mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan.
- b. Eidos membantu mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan Tujuan 3 Target 3, yakni mengakhiri epidemi penyakit tropis, salah satunya *zoonosis*, yang terabaikan. Dalam hal ini, Eidos menyediakan platform hewan yang mengumpulkan para pencinta hewan dan membuat wadah donasi untuk melakukan vaksinasi terhadap hewan liar sehingga dapat mencegah terjadinya penyakit *zoonosis*.
- c. Eidos membantu mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan Tujuan 8 Target 2, yakni tercapainya tingkat produktivitas ekonomi yang lebih tinggi. Eidos memiliki *marketplace* yang menjual kebutuhan berbagai jenis hewan. Melalui inovasi teknologi yang dilakukan Eidos, kegiatan jual-beli akan menjadi lebih efektif dan efisien.

Selanjutnya, terdapat beberapa implikasi bagi masyarakat yang dapat dijelaskan pada poin sebagai berikut:

- a. Eidos membantu masyarakat yang ingin melepas hewan peliharaannya dengan aman karena terdapat fitur adopsi dan dapat memilih calon pengadopsi sesuai dengan karakter hewan peliharaannya.
- b. Eidos membantu masyarakat yang ingin mengadopsi hewan dengan adanya platform adopsi untuk mencari hewan peliharaan yang diinginkan.
- c. Eidos menyiapkan wadah diskusi dan artikel seputar edukasi tentang hewan untuk meningkatkan pengetahuan pemilik hewan atau pencinta hewan dalam merawat hewan peliharaannya.

- d. Eidos membantu memberikan kemudahan dalam membeli kebutuhan hewan. Dengan adanya *marketplace*, Eidos dapat memenuhi segala kebutuhan hewan dengan mudah dan cepat.
- e. Eidos membantu menyediakan wadah untuk pemilik hewan melakukan kebaikan kepada hewan peliharaan terlantar dengan adanya wadah donasi.

### 5.3 Rekomendasi

Selama melakukan pengembangan produk Eidos, pastinya terdapat beberapa pembelajaran. Hal ini dirasa wajar karena pada saat itu *website* Eidos dikembangkan oleh kelima mahasiswa yang masih berada pada semester satu. Pengembangan *website* ini bukan hanya memberikan dampak pada para pencinta hewan dan pemilik hewan, melainkan juga memberikan dampak berupa pembelajaran tambahan bagi para pengembangnya.

Pembelajaran pertama yang didapatkan adalah mengenai pengembangan produk. Metode pengembangan yang dilakukan adalah menggunakan *waterfall*, yang menunggu keseluruhan fitur sudah selesai dikembangkan baru dapat dilakukan perilsan. Di sisi lain, Eidos memiliki 5 fitur utama yang membuat pengembangan *website* menjadi lambat. Total waktu pengembangan *website* adalah selama tiga bulan dan selama pengembangan tersebut, tim belum dapat memberikan kontribusi yang maksimal karena belum dirilisnya platform tersebut.

Dari banyaknya metode pengembangan, menurut penulis, *waterfall* bukan metode yang cocok untuk Eidos karena memakan waktu yang cukup lama untuk menunggu seluruh fiturnya dapat digunakan. Metode yang cocok dalam pengembangan platform Eidos adalah *agile scrum*. Metode ini tidak menunggu keseluruhan fiturnya selesai dikembangkan, melainkan melakukan perilsan per fitur. Contohnya, Eidos memiliki 5 fitur utama, maka dalam 2 minggu pertama 1 fitur sudah dikerjakan dan dirilis, serta dapat langsung digunakan. Hal ini memungkinkan pengguna untuk langsung menggunakan produknya, walau seluruh fitur belum rilis. Dengan begitu, selagi tim pengembang melakukan pengembangan fitur lainnya, pengguna sudah dapat menggunakan fitur yang sudah dirilis.

Setiap tahapan dalam metode pengembangan juga dirasa perlu diperhatikan, salah satunya dalam membuat sebuah PRD (*Product Requirement Document*) ketika ingin melakukan pengembangan. Dokumen ini berisikan ketentuan produk

secara detail sehingga dapat menjadi sebuah acuan dalam melakukan pengembangan. PRD juga menjadi saran komunikasi antara tim pengembang dan tim bisnis. Dengan adanya PRD, kedua pemahaman terkait produk dapat disamakan. Sebelumnya tahapan pengembangan yang digunakan adalah hanya menjelaskan keinginan fitur secara umum sehingga tim pengembang harus melakukan eksplorasi sendiri, walaupun sebenarnya sudah ada *mockup* sebagai acuan tim pengembang, tetapi *mockup* belum sepenuhnya selesai sehingga tim pengembang harus melakukan eksplorasi dalam pembuatan platform Eidos.

Kemudian, menerapkan *daily sprint* pada tahap pengembangan produk akan dirasa efektif. *Daily sprint* adalah melakukan komunikasi setiap hari untuk memberikan *update* pengembangan platform sehingga seluruh tim dapat mengetahui prosesnya per hari dan solusi dari kendala yang dialami oleh tim pengembang. Sayangnya, pada pengembangan kemarin, tim Eidos belum menggunakan metode tersebut dan hanya mempercayakan sepenuhnya dengan *management* waktu dari tim *developer* sehingga tidak terpantau secara jelas.

Penulis rasa, tim Eidos memang belum sepenuhnya sempurna, tetapi selalu berupaya dengan belajar untuk menjadi sempurna. Dalam kondisi ilmu yang masih belum banyak, tim Eidos memiliki keberanian dalam melakukan pengembangan produk, dan melalui praktik pembelajaran ini menjadi sebuah bekal yang sangat mahal untuk karir tim Eidos ke depannya. Walaupun masih banyak kekurangan dan kendala yang dialami, tetapi perlahan tim Eidos mulai belajar dan memperbaiki semuanya untuk bangkit menjadi lebih kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Addwinanda, M. (2019). *Sistem Informasi Penitipan Hewan Berbasis Web pada Olaf Pet Shop Bandung* (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Afif, M. (2019). Perancangan Sistem Informasi Media Promosi Pemesanan Desain Lemari dan Kamar Set Pengantin pada Toko Perabot Pinang Balirik Berbasis Web. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 1-6.
- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 4(1), 69-76.
- Anhar, ST. (2010). *Panduan Menguasai PHP & MySQL Secara Otodidak*. Jakarta: Mediakita.
- Anisa, A., Tursina, T., & Pratiwi, H. S. (2017). Sistem Perawatan Kucing Berbasis Aturan. *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*, 5(4), 219-222.
- Apriansyah, M. G., & Kardian, A. R. (2020). E-Business Penyedia Layanan Jasa Penulisan Konten Artikel Menggunakan Metode *Waterfall* Berbasis Website. In *Prosiding Seminar SeNTIK* (Vol. 4, No. 1, pp. 37-48).
- Association of Shelter Veterinarians. (n.d). *The Five Freedoms for Animals*. [Online]. Diakses dari <https://www.animalhumanesociety.org/health/five-freedoms-animals>.
- Azis, M. A., Az-Zahra, H. M., & Fanani, L. (2019). Evaluasi dan Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Layanan Pengaduan Masyarakat Online Menggunakan Human-Centered Design. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(1), 529-537.
- Azzahra, K. P. (2023). *Pengaruh Pet Attachment terhadap Psychological Well-Being pada Wanita Lajang Dewasa Awal yang Memiliki Hewan Peliharaan di Jabodetabek* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi Interim di Provinsi Jawa Barat Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin*

- (Orang), 2021-2023. [Online]. Diakses dari <https://jabar.bps.go.id/indicator/12/731/1/jumlah-penduduk-hasil-proyeksi-interim-di-provinsi-jawa-barat-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin.html>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin (Jiwa), 2018-2022*. [Online]. Diakses dari <https://tangerangkota.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020-2022*. [Online]. Diakses dari <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/1270/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-.html>.
- Brooke, J. (1996). SUS: A 'Quick and Dirty' Usability Scale. *Usability Evaluation in Industry*, 189(3), 189-194.
- Brown, J. D. (2011). Likert Items and Scales of Measurement. *Statistics*, 15(1), 10-14.
- Chendra, A., Simanjuntak, K. G., Widjaja, A. E., & Suryasari, S. (2019). Pengembangan Sistem Informasi untuk Memfasilitasi Proses Adopsi Anjing Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Matrik*. 21(1):1–10
- Danasari, I. F., Sari, N. M. W., Selvia, S. I., & Mandalika, E. N. D. (2022). Sosialisasi Pemasaran Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Kelompok Wanita Tani Al-Ummahat Desa Lendang Nangka. *Prosiding Semnaskom-Unram*, 4(1), 401-407.
- Daqiqil, I. (2011). *Framework Codeigniter (Panduan dan Best Practice)*. Pekanbaru.
- Databoks. (2017). *Gen Y dan Z Cenderung Beralih ke Platform Online*. [Online]. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/04/28/gen-y-dan-z-cenderung-beralih-ke-platform-online>.
- Deneira, D., & Kadarisman, A. (2019). Perancangan Media Informasi dan Edukasi Hewan Terlantar di Jakarta. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).
- Dinnata, R.Y.W. (2021). *Angka Kepemilikan Kucing di Indonesia Naik Signifikan*. [Online]. Diakses dari <https://yogya.ayoindonesia.com/explore/pr>

39469989/Angka-Kepemilikan-Kucing-di-Indonesia-Naik-Signifikan?page=all.

- Ependi, U., Kurniawan, T. B., & Panjaitan, F. (2019). System Usability Scale vs Heuristic Evaluation: A Review. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 10(1), 65-74.
- Everlin, S., & Erlyana, Y. (2020). Analisis Perubahan Desain Logo Gojek Tahun 2019. *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa dan Media*, 1(1), 72-88.
- Fattahaq, R. Z. (2023). *Analisa Usability pada User Interface Aplikasi Mobile Jkn (Jaminan Kesehatan Nasional) Menggunakan Heuristic Evaluation* (Bachelor's Thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hatton, S. (2008). Choosing the Right Prioritisation Method. In *19th Australian Conference on Software Engineering (ASWEC 2008)* (pp. 517-526). IEEE.
- HN, I. A., Nugroho, P. I., & Ferdiana, R. (2015). Pengujian Usability Website menggunakan System Usability Scale. *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 17(1), 31-38.
- Ibrahim, A. & Ambarita, A. (2018). Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis Website pada PDAM Kota Ternate. *IJIS-Indonesian Journal On Information System*. 3(1).
- Indah, P. S., Azzahrah, A., Isnaini, F. Q., Nurkumala, L., & Thamita, A. (2022). Perancangan Sistem Absensi Pegawai Kantoran Secara Online pada Website Berbasis HTML dan CSS. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 1(1), 8-15.
- Irzan, M. I., & Depa, D. S. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Inventaris Barang Dinas Komunikasi dan Informatika Indragiri Hulu: Design and Build an Inventory System at Indragiri UpstreamCommunication and Informatics Office. *Indonesian Journal of Informatic Research and Software Engineering (IJIRSE)*, 1(1), 53-59.
- Julyaningsih, A. H., Irmayani, I., & Hamdani, I. M. (2023). Sosialisasi Pentingnya Desain Kemasan terhadap Peningkatan Nilai Jual Produk Pangan. *Abdimas Singkerru*, 3(1), 1-7.

- Manullang, E. H., Solikhun, S., Saputra, W., Windarto, A. P., & Hamdani, H. (2023). Perancangan Sistem Pengelolaan Data Pasien Covid-19 Rumah Sakit Tentara Pematangsiantar. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer dan Sains* (Vol. 1, No. 1, pp. 623-630).
- Mason, M. (2010). Sample Size and Saturation in PhD Studies using Qualitative Interviews. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 11, No. 3).
- Mitropoulos, D., Louridas, P., Salis, V., & Spinellis, D. (2019). Time Present and Time Past: Analyzing the Evolution of Javascript Code in the Wild. In *2019 IEEE/ACM 16th International Conference on Mining Software Repositories (MSR)* (pp. 126-137). IEEE.
- Mulya, J. N. B., Kuntjara, A. P., & Sutanto, R. P. (2020). Perancangan Website Adopsi Anjing dan Kucing. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 9.
- Nabil, M. Z., Aisyah, S., Mildy, D. A., Silitonga, E. B., & Hutapea, T. T. R. (2023). Rancangan Desain Aplikasi Majalah Elektronik Bank Indonesia sebagai Media Edukasi Perbankan di Indonesia. *Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis*, 1(1), 31-38.
- Nielsen, J. (2000). *Why You Only Need to Test with 5 Users*. [Online]. Diakses dari <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>.
- Nielsen, J. (2012). *How Many Test Users in a Usability Study?*. [Online]. Diakses dari <https://www.nngroup.com/articles/how-many-test-users/>.
- Nurchayani, I. (2021). *Data Monitor Sebut Penyayang "Anabul" Kian Banyak*. [Online]. Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/2617005/data-monitor-sebut-penyayang-anabul-kian-banyak>.
- Nurlayli, R. K., & Hidayati, D. S. (2014). Kesepian Pemilik Hewan Peliharaan yang Tinggal Terpisah dari Keluarga. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(1), 21-35.
- Parinsi, M. T., Mewengkang, A., & Rantung, T. (2021). Perancangan Sistem Informasi Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(3), 227-240.

- Prasetyo, S. M., Nugroho, M. I. P., Putri, R. L., & Fauzi, O. (2022). Pembahasan Mengenai Front-End Web Developer dalam Ruang Lingkup Web Development. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(06), 1015-1020.
- Pratama, R.B. (2019). *Jumlah Kucing di Jakarta hingga Tahun 2021*. [Online]. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparannews/menerka-jumlah-kucing-di-jakarta-hingga-tahun-2021-1547206689104270805/full>.
- Pratama, W. S. A., & Indriyanti, A. D. (2023). Perancangan Design UI/UX E-Commerce TRINITY Berbasis Website dengan Pendekatan Design Thinking. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(1), 50-61.
- Prisca, H. (2019). Perancangan Program Kampanye *Rescue and Adopt* melalui Webtoon Four Little Feet untuk Membangun Sikap Kepedulian pada Hewan. *Journal of Servite*, 1(1), 50-73.
- Rahmiati, D. U., & Pribadi, E. S. (2014). Tingkat Pendidikan dan Status Ekonomi Pemilik Hewan Kesayangan dalam Hal Pengetahuan dan Penerapan Kesejahteraan Hewan. *Jurnal Veteriner*, 15(3), 386-394.
- Rakuten Insight. (2022). *Ragam Statistik Hewan Peliharaan di Indonesia*. [Online]. Diakses dari <https://goodstats.id/article/ragam-statistik-hewan-peliharaan-di-indonesia-GbtcU>.
- Ravelino, C., & Susetyo, Y. A. (2023). Perancangan UI/UX untuk Aplikasi Bank Jago menggunakan Metode User Centered Design. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 7(1), 121-129.
- Ridoh, A., & Putra, Y. I. (2021). Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Dokumen Layanan Publik Berbasis Web untuk Mempermudah Masyarakat Memperoleh Informasi pada Pemerintah Kabupaten Bungo. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 4227-4235.
- Risthi, W. (2018). *Aplikasi Kesehatan Hewan Berbasis Android*. (Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945).
- Rosa, A. S., & Salahuddin, M. (2011). Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak (Terstruktur dan Berorientasi Objek). *Bandung: Modula*, 2.
- Sabilla, M., Mukaram, M., & Putri, I. S. S. (2022). Pembuatan Aplikasi Perjalanan Dinas Berbasis Web di Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Ecotourism

- Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. *Applied Business and Administration Journal*, 1(1).
- Sari, I. P., Jannah, A., Meuraxa, A. M., Syahfitri, A., & Omar, R. (2022). Perancangan Sistem Informasi Penginputan Database Mahasiswa Berbasis Web. *Hello World Jurnal Ilmu Komputer*, 1(2), 106-110.
- Sekali, I. B. K., Montolalu, C. E., & Widian, S. A. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Produk Fashion Pria pada Toko Celcius di Kota Manado Menggunakan Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Ilmu Komputer (JIMA-ILKOM)*, 2(2), 53-64.
- Sembodo, K. C. (2018). *Deskripsi Kedukaan terhadap Kehilangan Hewan Peliharaan Berdasarkan Dimensi-Dimensi Kedudukan Videbeck* (Doctoral Dissertation, UNIKA Soegijapranata).
- Subhiyakto, E. R., Pratiwi, M. R., & Hapsari, S. A. (2023). Redesigning Family Education Media Website Using Design Thinking Method and System Usability Scale. *JST (Jurnal Sains dan Teknologi)*, 12(1), 81-94.
- Sulistyorini, T., Sova, E., & Ramadhan, R. (2022). Pemantauan Kasus Penyebaran Covid-19 Berbasis Website Menggunakan Framework React Js dan Api. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 01-13.
- Supranton, W., Setiawan, E. B. (2019). *Pembangunan Aplikasi E-Pet Solution Berbasis Android*. (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Taufik, A. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Makanan Kucing dan Anjing Berbasis Web. *Jurnal Manajemen Informatika (Jumika)*, 6(2).
- Vahreza, & Tanto. (2020) *Perancangan Aplikasi untuk Adopsi Hewan Peliharaan Berbasis Android*. Skripsi Thesis, Universitas Dinamika Bangsa.
- Valentina, A. B. (2022). *Evaluasi Usability Terhadap Aplikasi Digital Desa Menggunakan Guerilla Testing dan System Usability Scale (Studi Kasus: Desa Simalinyang, Kecamatan Kampar Kiri Tengah, Kabupaten Kampar)* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Wicaksono, W. R. A., Sianturi, R. S., & Kharisma, A. P. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Pembelajaran & Pengembangan Minat pada Esport

menggunakan Metode Human Centered Design (Studi Kasus: Gamers Casual-Competitive FILKOM UB). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(9), 4424-4433.

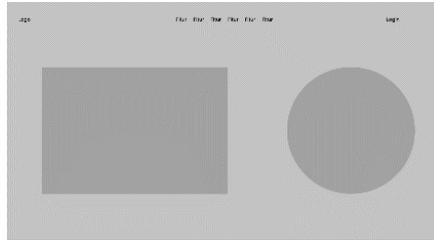
## LAMPIRAN

### Lampiran 1. *Business Model Canvas* (BMC)

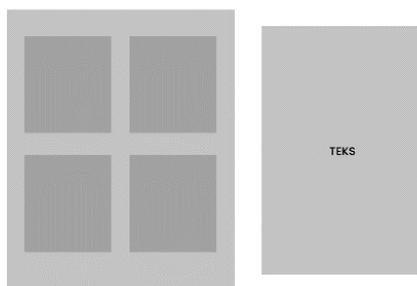
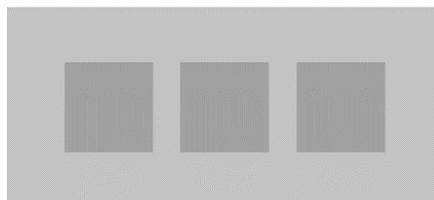
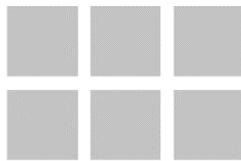
|  |   |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
|--|---|---|---|---|---------|--|---|---|-------------------|-----------|-----------------|-------------|---------------|-------------------------|--------------|------------------|-----------------|--|
| <p><b>Key Partners</b> </p> <p>Payment gateway:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Xendit</li> </ul> <p>Jasa ekspedisi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• JNE</li> <li>• JNT</li> <li>• SICEPAT</li> <li>• Indone Kargo Express</li> </ul> <p>Perantara server:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• API Maps</li> <li>• API RajaOngkir</li> <li>• API Chatbot</li> </ul> <p>Pendukung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Shelter Hewan</li> <li>• Pemberi Adopsi</li> <li>• Distributor Kebutuhan Hewan</li> </ul> <p>Pengembangan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web Developer</li> </ul>   | <p><b>Key Activities</b> </p> <p>Membantu hewan dan para pencinta hewan, khususnya dalam kegiatan adopsi, donasi, dan diskusi, serta memenuhi segala kebutuhan hewan dan memudahkan dalam pencarian lokasi layanan kebutuhan hewan terdekat.</p> <hr/> <p><b>Key Resources</b> </p> <p>Pembagian sumber daya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Research and Development</li> <li>• Social Media Specialist</li> <li>• Administration</li> <li>• Finance</li> <li>• Marketing</li> <li>• Design</li> </ul> | <p><b>Value Propositions</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan <i>animal welfare</i> melalui donasi dari pencinta hewan dan 5% dari pendapatan Eidos.</li> <li>• Mempertemukan hewan terlantar dengan rumah barunya melalui adopsi.</li> <li>• Menjadi solusi dari setiap permasalahan dalam merawat hewan melalui diskusi dan artikel.</li> <li>• Memudahkan pencinta hewan dalam memenuhi segala pakan hewan peliharaannya melalui fitur kebutuhan hewan.</li> <li>• Pencarian lokasi layanan kebutuhan hewan terdekat melalui fitur <i>nearme</i>.</li> </ul> | <p><b>Customer Relationships</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan promo, seperti potongan harga pembelian kebutuhan hewan.</li> <li>• Live chat sebagai pelayanan secara cepat dan <i>real-time</i>.</li> <li>• Adanya fitur diskusi dan artikel, untuk wadah interaksi antar sesama pengguna, sekaligus dengan tim Eidos.</li> </ul> <hr/> <p><b>Channels</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Social Media Marketing</li> <li>• Search Engine Optimization</li> <li>• Search Engine Marketing</li> <li>• Membuat acara seputar hewan.</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="text-align: right;"><b>Rata-Rata Jangkauan</b></td> <td style="text-align: center;">153.000</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">353.000</td> </tr> </table> | <b>Rata-Rata Jangkauan</b>  | 153.000 |  | 353.000   | <p><b>Customer Segments</b> </p> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 50%;">Geografis Wilayah</td> <td style="width: 50%;">Indonesia</td> </tr> <tr> <td>Demografis Usia</td> <td>18-45 tahun</td> </tr> <tr> <td>Jenis Kelamin</td> <td>Laki-Laki dan Perempuan</td> </tr> <tr> <td>Kelas Sosial</td> <td>Menengah ke atas</td> </tr> <tr> <td>Perilaku Khusus</td> <td>Pencinta hewan, pengguna internet, dan suka belanja <i>online</i> serta bergaya hidup praktis.</td> </tr> </table> | Geografis Wilayah | Indonesia | Demografis Usia | 18-45 tahun | Jenis Kelamin | Laki-Laki dan Perempuan | Kelas Sosial | Menengah ke atas | Perilaku Khusus | Pencinta hewan, pengguna internet, dan suka belanja <i>online</i> serta bergaya hidup praktis. |
| <b>Rata-Rata Jangkauan</b>   | 153.000   |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
|  | 353.000   |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| Geografis Wilayah  | Indonesia   |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| Demografis Usia  | 18-45 tahun   |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| Jenis Kelamin  | Laki-Laki dan Perempuan   |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| Kelas Sosial   | Menengah ke atas  |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| Perilaku Khusus  | Pencinta hewan, pengguna internet, dan suka belanja <i>online</i> serta bergaya hidup praktis.  |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| <p><b>Cost Structure</b> </p> <p>Dibutuhkan dana sebesar Rp76.287.200 untuk pembangunan awal.</p> <table style="width: 100%; font-size: small;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembuatan <i>Website</i> Rp25.000.000.</li> <li>• Domain dan Hosting Rp2.500.000.</li> <li>• Pemasaran Rp15.000.000.</li> <li>• Pembelian API Rp4.500.000.</li> <li>• Pembelian ATK Rp500.000.</li> </ul> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Stock</i> Produk Kebutuhan Hewan Rp24.300.000.</li> <li>• Internet dan Telepon Rp822.200.</li> <li>• <i>Gathering</i> Rp3.000.000.</li> <li>• Akun Zoom Premium Rp645.000.</li> <li>• <i>Icon</i> Kebutuhan Desain <i>Website</i> Rp20.000.</li> </ul> </td> </tr> </table> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembuatan <i>Website</i> Rp25.000.000.</li> <li>• Domain dan Hosting Rp2.500.000.</li> <li>• Pemasaran Rp15.000.000.</li> <li>• Pembelian API Rp4.500.000.</li> <li>• Pembelian ATK Rp500.000.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Stock</i> Produk Kebutuhan Hewan Rp24.300.000.</li> <li>• Internet dan Telepon Rp822.200.</li> <li>• <i>Gathering</i> Rp3.000.000.</li> <li>• Akun Zoom Premium Rp645.000.</li> <li>• <i>Icon</i> Kebutuhan Desain <i>Website</i> Rp20.000.</li> </ul>  | <p><b>Revenue Streams</b> </p> <p>Jika target pemasaran kami berhasil menjangkau 135.000 orang, yang kami asumsikan sebesar 2.5% dari total tersebut adalah active user, maka sumber pendapatannya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Pasang Iklan:</b> Rp1.000.000/bulan x 5 pengiklan x 12 bulan = Rp60.000.000/tahun.</li> <li>• <b>Jasa Adopsi:</b> Rp2.000.000/bulan x 12 bulan = Rp24.000.000/tahun.</li> <li>• <b>Kebutuhan Hewan:</b> Rp4.050.000/bulan x 12 bulan = Rp48.600.000/tahun</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>ROI = (132.600.000 - 76.287.200) / Rp76.287.200 = 0.74 (Layak)</b></td> </tr> </table> |         |  | <b>ROI = (132.600.000 - 76.287.200) / Rp76.287.200 = 0.74 (Layak)</b> |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembuatan <i>Website</i> Rp25.000.000.</li> <li>• Domain dan Hosting Rp2.500.000.</li> <li>• Pemasaran Rp15.000.000.</li> <li>• Pembelian API Rp4.500.000.</li> <li>• Pembelian ATK Rp500.000.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Stock</i> Produk Kebutuhan Hewan Rp24.300.000.</li> <li>• Internet dan Telepon Rp822.200.</li> <li>• <i>Gathering</i> Rp3.000.000.</li> <li>• Akun Zoom Premium Rp645.000.</li> <li>• <i>Icon</i> Kebutuhan Desain <i>Website</i> Rp20.000.</li> </ul>  |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |
| <b>ROI = (132.600.000 - 76.287.200) / Rp76.287.200 = 0.74 (Layak)</b>  |   |   |   |   |         |  |   |   |                   |           |                 |             |               |                         |              |                  |                 |  |

Lampiran 2. *Wireframe* Web Eidos

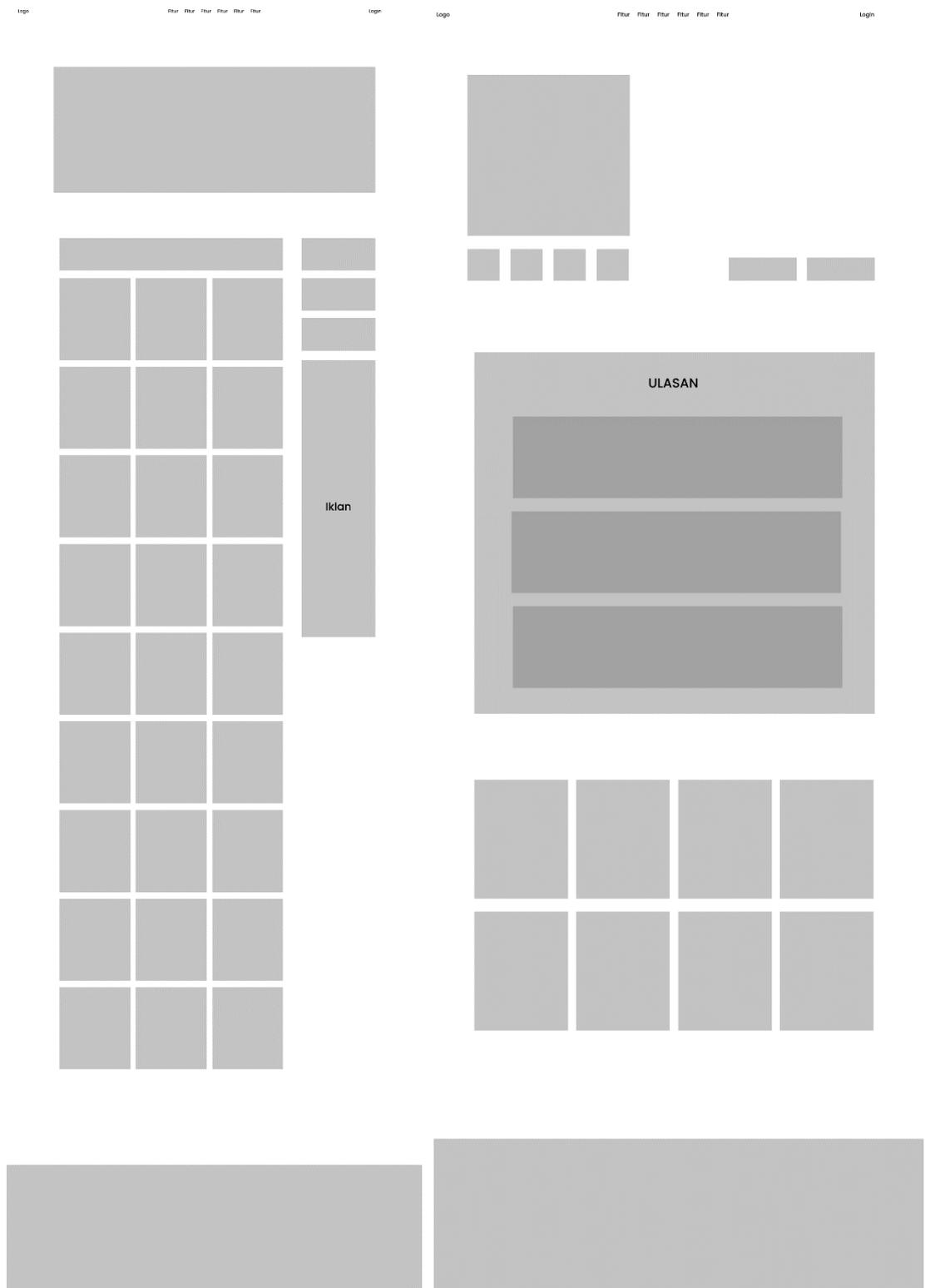
## a) Halaman Utama



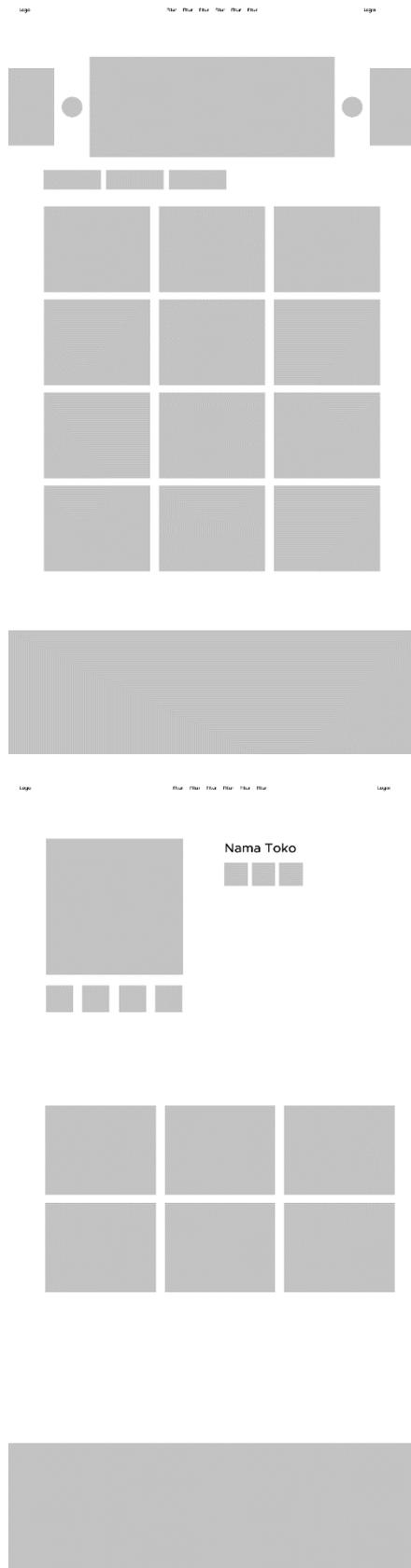
JUDUL



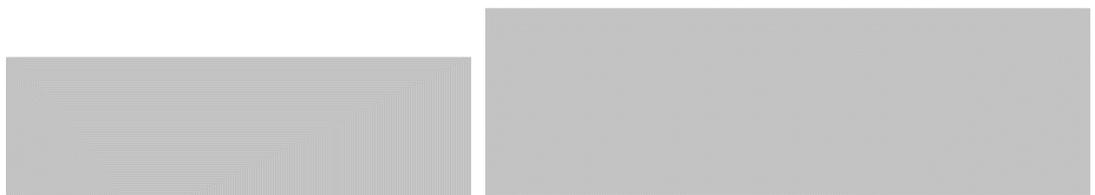
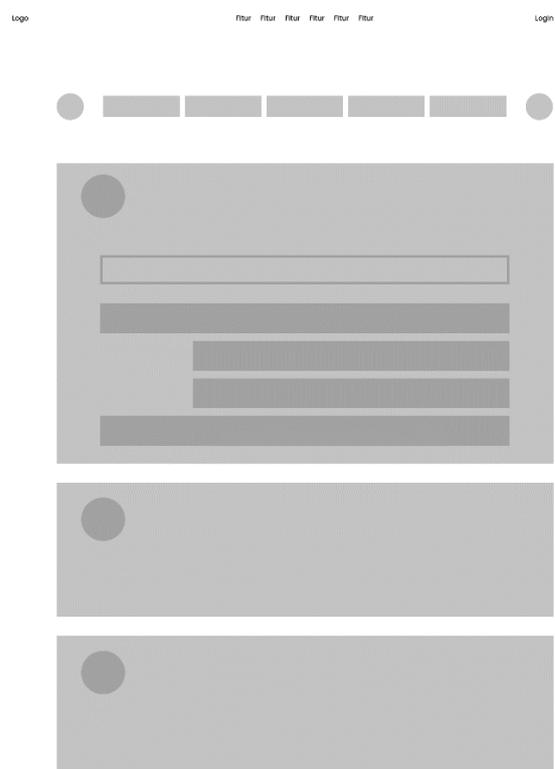
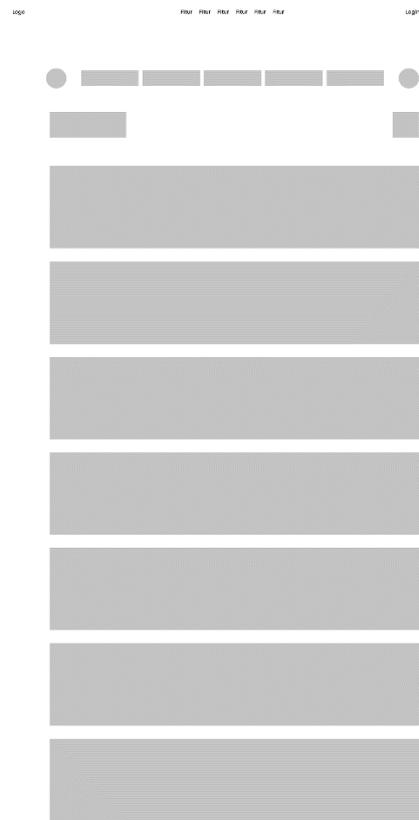
## b) Kebutuhan Hewan



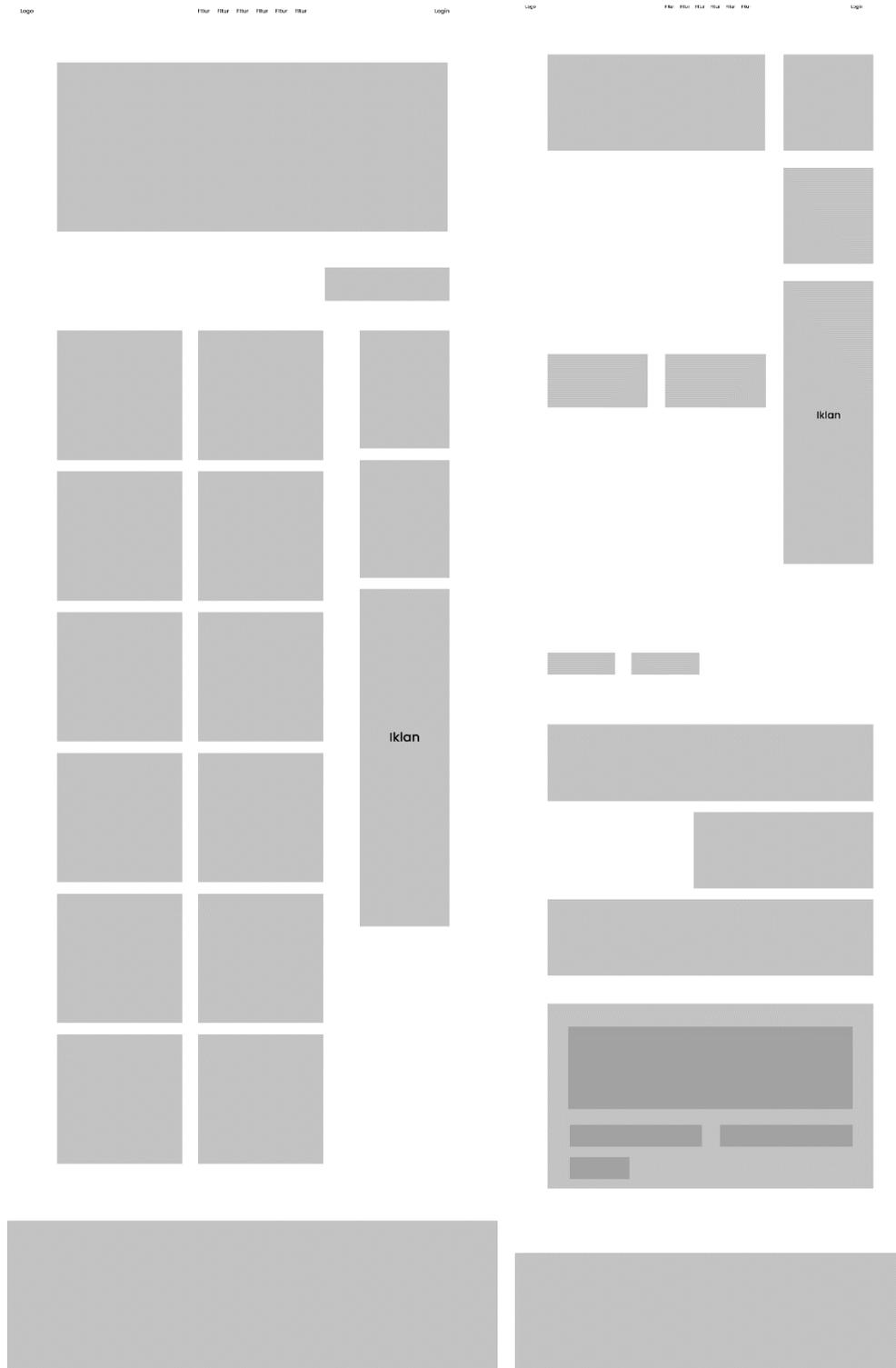
c) Nearme



### d) Diskusi

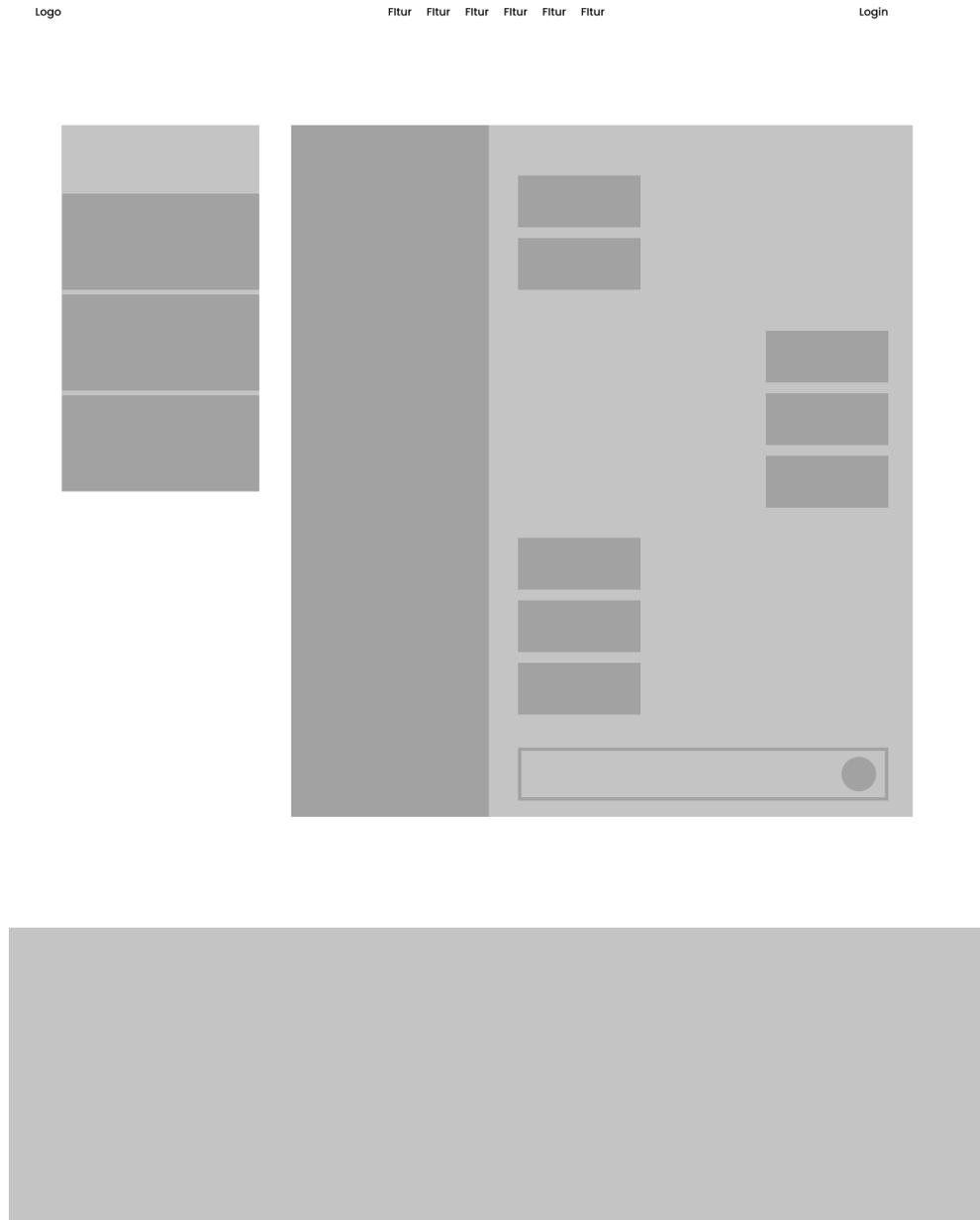


### e) Artikel/Blog





g) *Chat*

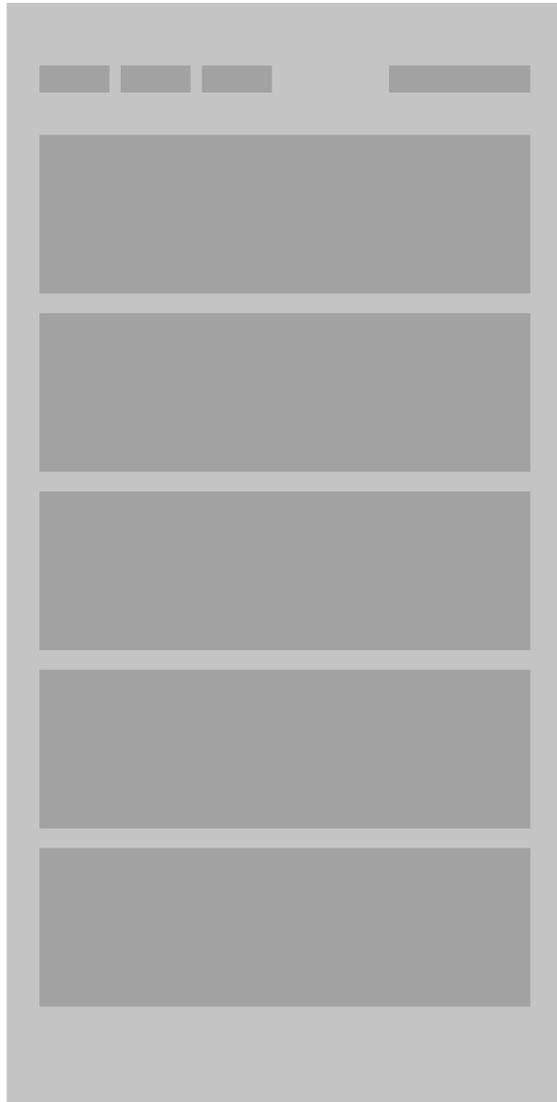
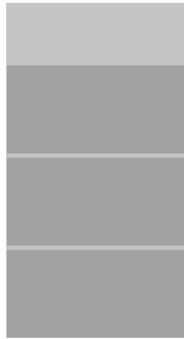


## h) Daftar Transaksi

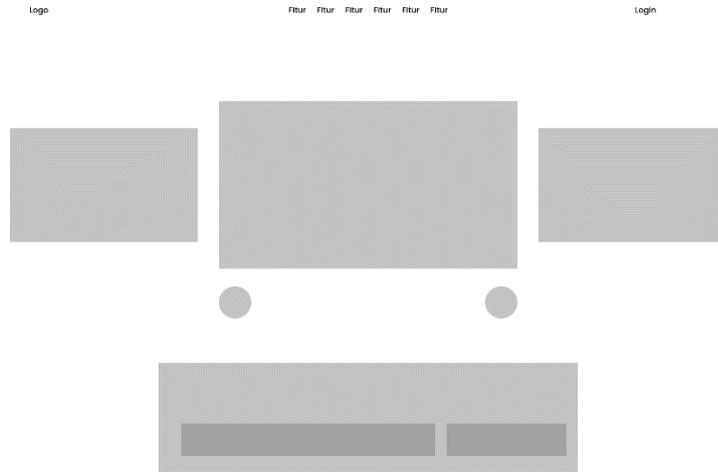
Logo

Fitur Fitur Fitur Fitur Fitur Fitur

Login



### i) Donasi



- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]

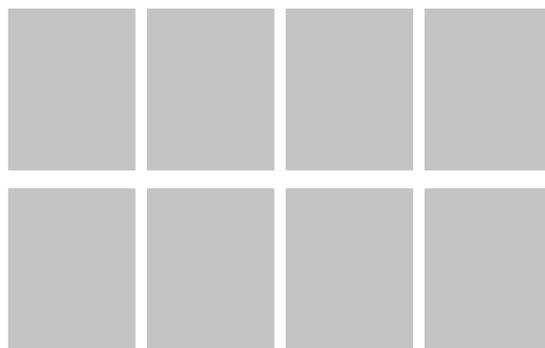
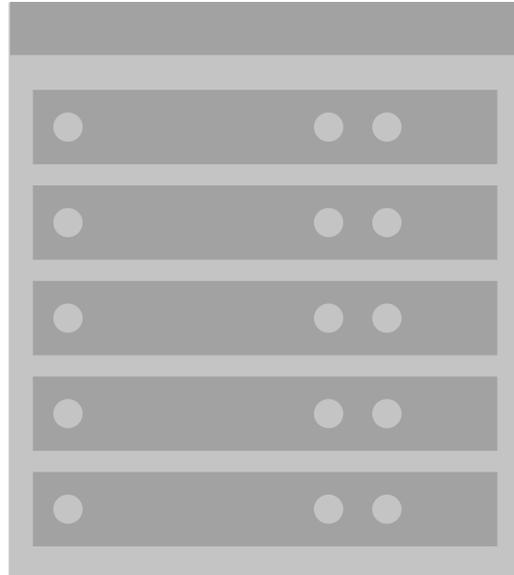


## j) Keranjang

Logo

Fitur Fitur Fitur Fitur Fitur

Login

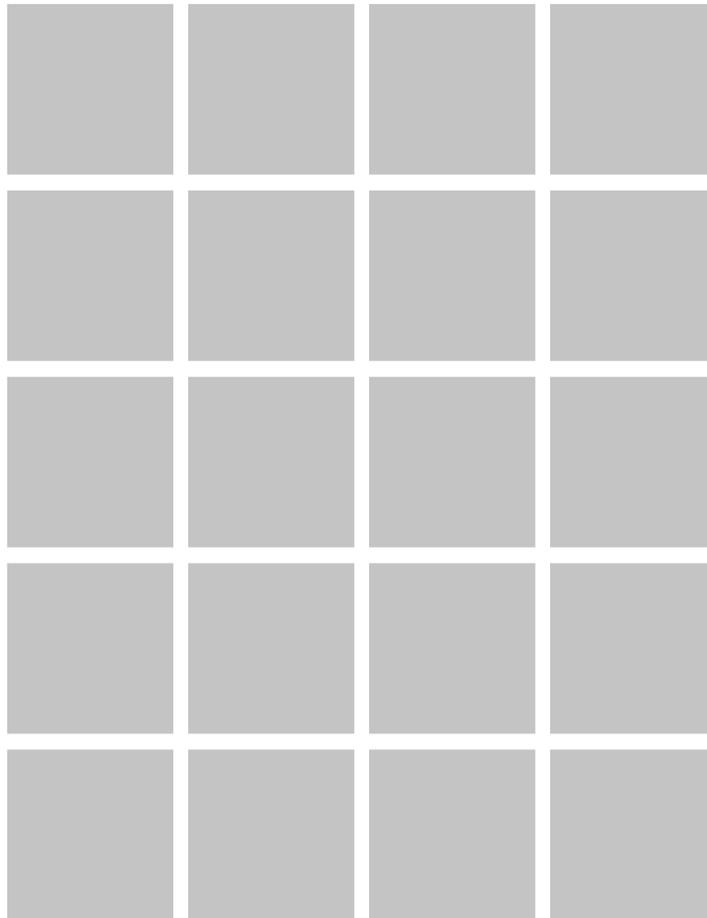


### k) Likes Page

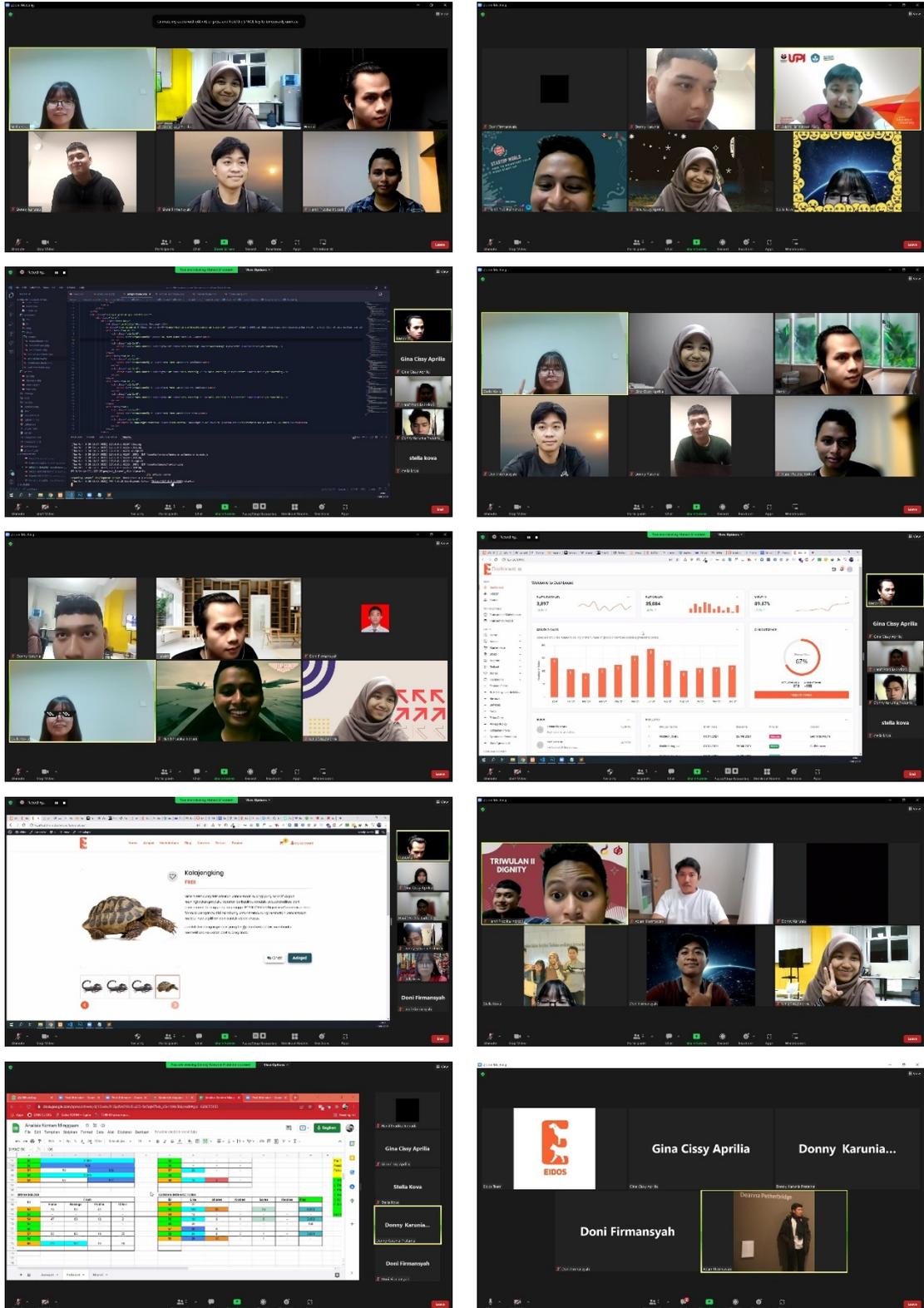
Logo

Fitur Fitur Fitur Fitur Fitur Fitur

Login



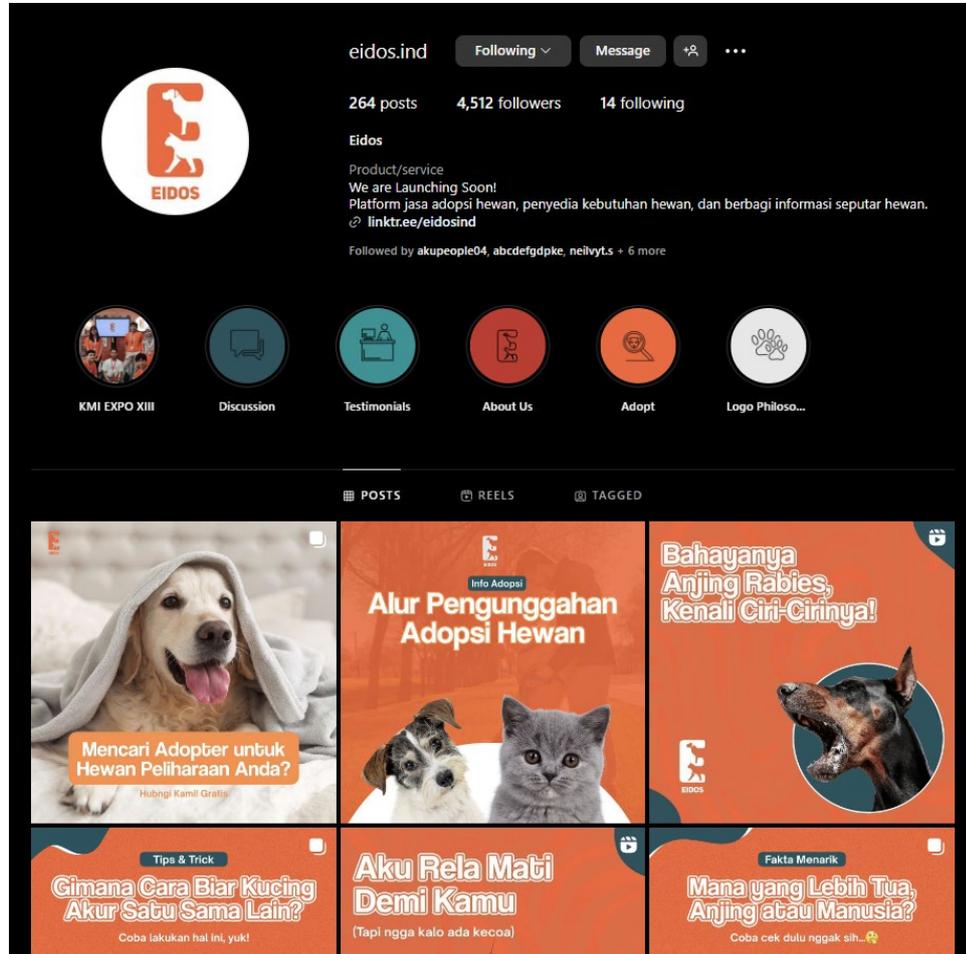
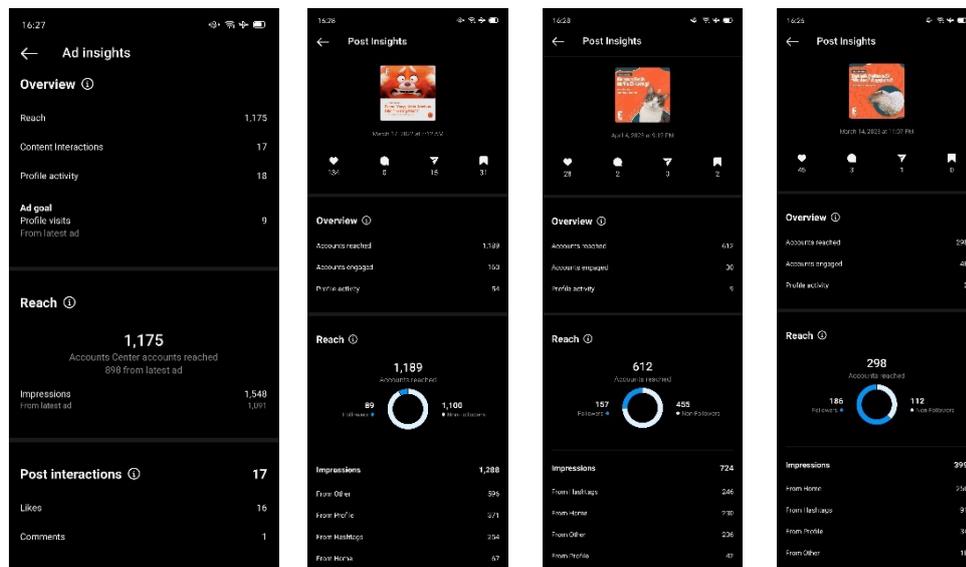
Lampiran 3. Kegiatan *Monitoring*



## Lampiran 4. Media Sosial Instagram

## a) Akun Instagram

<https://www.instagram.com/eidos.ind/>.

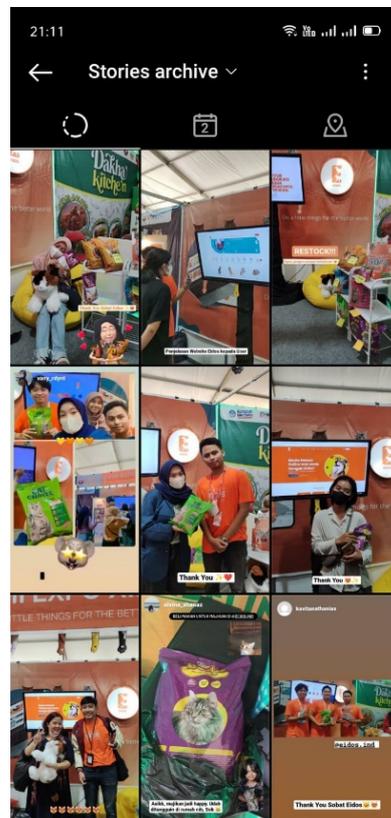
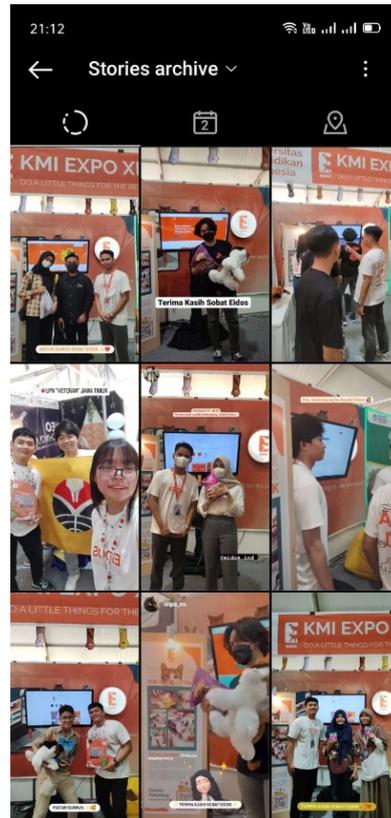
b) Beberapa Contoh *Insight* Eidos di Instagram

## Lampiran 5. Kegiatan Inovasi Wirausaha Digital Mahasiswa (IWDM)

## a) Dokumentasi Kegiatan &amp; Booth



b) Interaksi dengan Para Pencinta Hewan



## Lampiran 6. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Karya Seni Terapan

  
REPUBLIC INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023141956, 30 Desember 2023

**Pencipta**

Nama : **Hanif Pradika Indradi, Gina Cissy Aprilia dkk**

Alamat : Bogor Raya Residence Terracotta 14/20 Jl. Guru Muhtar RT/RW 010/016 Kel. Cimahpar, Kec. Bogor Utara, Bogor Utara - Kota, Bogor, Jawa Barat, 16155

Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**

Nama : **Universitas Pendidikan Indonesia, Hanif Pradika Indradi dkk**

Alamat : Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat, Sukasari, Bandung, Jawa Barat, 40154

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Seni Terapan**

Judul Ciptaan : **Desain Dokumentasi Website Eidos Untuk Pencinta Hewan**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 28 Agustus 2021, di Bogor

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 25 (dua puluh lima) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

Nomor pencatatan : 000574909

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.  
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

  
Anggoro Dasananto  
NIP. 196412081991031002



Disclaimer:  
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

**LAMPIRAN PENCIPTA**

| No | Nama                  | Alamat  |
|----|-----------------------|---|
| 1  | Hanif Pradika Indradi | Bogor Raya Residence Terracotta 14/20 Jl. Guru Muhtar RT/RW 010/016 Kel. Cimahpar, Kec. Bogor Utara , Bogor Utara - Kota, Bogor |
| 2  | Gina Cissy Aprilia    | Perumahan Cijati Asri Blok H No. 1 RT/RW 01/15, Kel. Jayawaras, Kec. Tarogong Kidul, Garut , Tarogong Kidul, Garut              |
| 3  | Donny Karunia Pratama | Jalan Nyi Mas Melati No. 53 RT/RW 03/05, Kel. Sukarasa, Kec. Tangerang, Tangerang, Tangerang                                    |

**LAMPIRAN PEMEGANG**

| No | Nama                             | Alamat   |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Universitas Pendidikan Indonesia | Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat , Sukasari, Bandung   |
| 2  | Hanif Pradika Indradi            | Bogor Raya Residence Terracotta 14/20 Jl. Guru Muhtar RT/RW 010/016 Kel. Cimahpar, Kec. Bogor Utara, Bogor Utara - Kota, Bogor                   |
| 3  | Gina Cissy Aprilia               | Perumahan Cijati Asri Blok H No. 1 RT/RW 01/15, Kel. Jayawaras, Kec. Tarogong Kidul, Garut, Tarogong Kidul, Garut                                |
| 4  | Donny Karunia Pratama            | Jalan Nyi Mas Melati No. 53 RT/RW 03/05, Kel. Sukarasa, Kec. Tangerang, Tangerang, Tangerang   |
| 5  | Adam Hermawan                    | Jalan Brigdjen Wasita Kusumah, Perum Grand Mutiara Tasik Regency Jalan Mars 2 Blok D20, Tasikmalaya, Indhiang, Jawa Barat, Indhiang, Tasikmalaya |
| 6  | Asep Nuryadin                    | Gunung Kialir RT/RW 04/01 Kel. Setiajaya, Kec. Cibureum, Cibureum, Tasikmalaya   |



Lampiran 7. *Letter of Acceptance* (LoA) Artikel Pengabdian**ABDIMAS UMTAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**

Tasikmalaya, 4 January 2023

Dear Author,

**Paper ID:** AbdimasUmtas\_Submission\_4322

**Paper Title:** Implementing Waterfall Methodology in Eidos Website Development for Animal Welfare Enhancement

Congratulations! On behalf of the Editorial Team of the "Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat," we are pleased to inform you that your Paper has been accepted for publication in Abdimas Umtas Current Issue of Vol. 7, No. 1, 2024 as the recommendations given by the peer review group of experts.

Please treat this email as an Official communication reference email for all the publication-related activities & and quote Paper No. & Name for future correspondence.

We would like to further extend our congratulations to you that your paper has been accepted for publication in an upcoming issue of Abdimas Umtas Journal. Kindly email us your final paper and a scanned copy of the copyright form.

**Final Decision: Accepted**

For any further queries feel free to contact us.

Regards

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mujiarto', is written over a horizontal line.

**Assoc. Prof. Dr. Mujiarto, S.T., M.T.**  
Editor in Chief  
Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

## Lampiran 8. Ragam Sertifikasi Lomba/Kejuaraan

## a) Sebelas Maret Business Plan Competition 2021





b) Komika UNS 2021



## c) Indonesia Digital Tribe 2022



## d) Universitas Mulawarman Business Competition



## e) IDEAS Business Plan Competition Batch 8

  
 UNIVERSITAS GADJAH MADA  
 FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

**SERTIFIKAT**  
 NOMOR: 5086/UNI/FEB.1/SWPDC/KM/2022

DIBERIKAN KEPADA:

**Hanif Pradika Indradi**

---

Ayam Mambo Team  
 Sebagai Semi Finalist IDEAS Business Plan Competition Batch 8  
 THE 16TH MANAGEMENT'S EVENTS  
 FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UGM  
 YOGYAKARTA, II JUNI 2022

WAKIL DEKAN BIDANG AKADEMIK  
 DAN KEMAHASISWAAN FAKULTAS  
 EKONOMIKA DAN BISNIS

  
 Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.  
 NIP. 197805202005011002



CHIEF EXECUTIVE OFFICER  
 THE 16TH MANAGEMENT'S EVENTS

  
 Nicolas Anggaraksa Putra H.  
 NIM. 20/461242/EK/23198

FEB UGM is the member of:



Accredited by:



  
 UNIVERSITAS GADJAH MADA  
 FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

**SERTIFIKAT**  
 NOMOR: 5086/UNI/FEB.1/SWPDC/KM/2022

DIBERIKAN KEPADA:

**Donny Karunia Pratama**

---

Ayam Mambo Team  
 Sebagai Semi Finalist IDEAS Business Plan Competition Batch 8  
 THE 16TH MANAGEMENT'S EVENTS  
 FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UGM  
 YOGYAKARTA, II JUNI 2022

WAKIL DEKAN BIDANG AKADEMIK  
 DAN KEMAHASISWAAN FAKULTAS  
 EKONOMIKA DAN BISNIS

  
 Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.  
 NIP. 197805202005011002



CHIEF EXECUTIVE OFFICER  
 THE 16TH MANAGEMENT'S EVENTS

  
 Nicolas Anggaraksa Putra H.  
 NIM. 20/461242/EK/23198

FEB UGM is the member of:



Accredited by:



## f) Sebelas Maret Business Plan Competition 2022





g) Program Kreativitas Mahasiswa Tingkat UPI Kampus Tasikmalaya 2022





## h) Peraih Pendanaan PKM-K 2021



## i) Peraih Pendanaan IWDM &amp; Peserta KMI Expo XIII 2022



j) Peraih Start-Up Favorit



k) Mahasiswa Berprestasi & Peraih Pendanaan Rektor UPI



## 1) IDEAS Business Plan Competition Batch 7

  
 UNIVERSITAS GADJAH MADA  
 FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

# SERTIFIKAT

No : 3504/UNI/FEB/SWPDC/KM/2021

DIBERIKAN KEPADA :

## Donny Karunia Pratama

Sebagai Semifinalis National Business Plan Competition  
 pada IDEAS BATCH 7  
 THE 15TH MANAGEMENT'S EVENTS  
 YOGYAKARTA, 18 April 2021

DEKAN FEB UGM



Eko Suwardi, M.Sc., Ph.D.  
NIP. 196309141988031001

  
INDONESIA STUDENT ENTREPRENEUR  
BATCH 7  
THE 15TH  
MANAGEMENT'S  
EVENTS  
disponsori oleh :  


CHIEF EXECUTIVE OFFICER



Haikal Ahmad R  
18/422998/EK/21676

member of:   

accredited by:  

## Lampiran 9. Publikasi Eidos di Media Massa

### c) Artikel IDN Times Jabar

<https://jabar.idntimes.com/news/indonesia/galih/penuh-inovasi-intip-10-startup-finalis-idt?page=all>.

IDN TIMES JABAR



Gabung di IDN Times



#GENZMEMILIH NEWS BUSINESS SPORT AUTOMOTIVE TECH REGIONAL LAINNYA

#### 6. Eidos

Eidos merupakan *platform online* untuk membantu hewan dan para pecinta hewan dalam kegiatan adopsi, donasi, diskusi dan memenuhi segala kebutuhannya serta pencarian lokasi layanan kebutuhan hewan terdekat.

Tim Eidos terdiri dari Hanif Pradika Indradi, Gina Cissy Aprilia, dan Donny Karunia Pratama, yang memiliki tujuan dan ambisi yang sama: membangun sebuah *startup* yang dapat memberikan manfaat kebaikan kepada lingkungan masyarakat.

#### 7. Fly Nusantara

Fly Nusantara adalah *platform* perdagangan ekspor dengan pengembangan inovasi logistik, di mana menjadi aplikasi yang dapat membantu pelaku usaha terutama UMKM agar dapat terhubung dan mempermudah proses suplai ke pasar global.

Fly Nusantara lahir karena adanya problem para pelaku usaha terutama UMKM mengenai sulitnya menjalin kerja sama ekspor dengan global, sulit mencari jada logistik yang sesuai, dan sulitnya prosedur perizinan ekspor.

### d) Twitter Katadata.co.id

<https://twitter.com/KATADATAcoid/status/1511919291485937665>.



## e) Artikel Media Indonesia

<https://mediaindonesia.com/teknologi/481382/indonesia-digital-tribe-bidani-soonicorn-unicorn-baru>.

The screenshot shows the top navigation bar of the Media Indonesia website with categories like HOME, NEWS, VIEWS, FOTO, VIDEO, INFOGRAFIK, WEEKEND, SEPAK BOLA, SAJAK KOFE, OTOMOTIF, TEKNOLOGI, HIBURAN, LAINNYA, and LAYANAN BISNIS. The main article is titled '7. Eidos' and describes it as an online platform for pet adoption, donation, and discussion. Below the text is a Google advertisement for 'Send feedback' and 'Why this ad?'. To the right, there are several news snippets under 'Berita Populer', including 'Jadwal Lengkap Manchester United 2023-2024', 'Survei Data Insight: Elektabilitas Prabowo-Gibran Turun', 'Kerap Sewenang-wenang, DPRD DKI akan Panggil Pejabat Dishub', and 'Awali Tahun 2024, Pertamina Patra Niaga Sesaikan Harga Pertamina Solar dan Bayu'.

## 8. donASI

donASI adalah platform yang membantu menghubungkan para pendonor ASI dan resipien ASI. donASI yang diprakarsai oleh Vidya, Soraya, dan Naufal, memiliki visi untuk membantu meningkatkan ketercapaian ASI eksklusif bagi bayi di Indonesia.

## 9. DoZen

## f) Artikel Liputan 6

<https://www.liputan6.com/tekno/read/4934231/3-startup-lokal-terbaik-idt-2022-bercerita-latar-belakang-solusi-mereka?page=3>.

The screenshot shows the top navigation bar of Liputan 6 with categories like NEWS, PEMILU, BISNIS, BOLA, TV, SHOWBIZ, TEKNO, FOTO, HOT, CEK FAKTA, ISLAMI, CRYPTO, and LAINNYA. The main article is titled 'Hadiah' and discusses the winners of the Indonesia Digital Tribe 2022 startup competition: JadiBoss, Hello HOPE, and CIRO WASTE. It mentions that these winners received a prize of Rp 100,000,000. The article also notes that 20 other startups will receive a chance to work at BUMN. To the right, there is a sidebar with a section titled 'SAIPUL JAMIL' containing several news items: 'Saipul Jamil Bersyukur Dengan Insiden Diamank...', 'Klarifikasi Saipul Jamil Usai Ditangkap Polisi, Ng...', 'Saipul Jamil Terkejut dan Teriak Minta Tolong Saat ...', 'Tak Terbukti Pakai Narkoba, Saipul Jamil Dib...', and 'Pengakuan Saipul Jamil Histeris saat Diamankan ...'. At the bottom, there is a large graphic for 'UNICORN' with a hand holding a smartphone and a unicorn illustration.

## g) Artikel Teman Startup

<https://temanstartup.com/inilah-3-tim-terbaik-indonesia-digital-tribe-2022-idt-final-day-lets-kickstart-the-future/>.

HOME ARTICLES ▾ ABOUT US TS ACADEMY TS BUSINESS TS CLUB



3 tim terbaik indonesia Digital Tribe tahun 2022, IDT Fir [start the Future](#) adalah JadiBoss, Hello HOPE, dan CIRO WASTE. Mereka berhasil membawa hadiah masing-masing senilai Rp 100.000.000. Selain itu, tim Eidos berhasil keluar menjadi juara favorit pilihan penonton melalui vote dilaman [indonesiadigitaltribe.id](#) dan berhasil membawa pulang hadiah sebesar Rp 20.000.000.

Dengan demikian berakhirlah Digital Tribe tahun 2022 yang telah berlangsung selama 5 bulan terakhir, 18 ribu pendaftar dan 1500 ide, hingga kemudian mengerucut menjadi 20 tim terbaik yang masuk dalam IDT Final Day: Let's Kickstart the Future. Serta serangkaian Pitching Forum, Conference Session, dan Round Table Session.

## h) Artikel Youngster.id

<https://youngster.id/headline/program-indonesia-digital-tribe-siapkan-ide-bisnis-jadi-unicorn-baru/>.

**youngster** NEWS ▾ TECHNOPRENEUR ▾ CREATIVEPRENEUR ▾ SOCIOPRENEUR ▾ INNOVATION ▾ YOUTH DEVELOPMENT ▾

Baca juga : [NusantaraRun Kumpulkan Donasi Untuk Pendidikan Penyandang Disabilitas](#)

Ada juga Certifish, platform pelacakan produk berbasis blockchain yang memungkinkan seluruh pemangku kepentingan untuk bisa mengakses informasi mengenai kualitas produk perikanan sedini mungkin. Platform ini digagas oleh Dionisius, Fariz, Galih dan Naradhipa. Kemudian ada Ciro Waste, layanan jual beli sampah yang cepat mudah dan transparan. Ide bisnis ini digagas Sandy Wijaya, Dianisa Ester Bassay, dan Riko Riswandha Fahmi Prasetyo.

Selain itu ada Eidos platform online untuk membantu hewan dan para pecinta hewan. Tim Eidos terdiri dari Hanif Pradika Indradi, Gina Cissy Aprilia, dan Donny Karunia Pratama ingin membangun sebuah startup yang dapat memberikan manfaat kebaikan kepada lingkungan masyarakat.

Kemudian ada donASI, platform yang membantu menghubungkan para pendonor ASI dan resipien ASI. donASI yang diprakarsai oleh Vidya, Soraya, dan Naufal. Lalu DoZen, platform yang bertujuan untuk mempermudah pengurusan dokumen masyarakat, sehingga masyarakat dapat mengurus dokumen masyarakat secara mudah, cepat dan dapat diakses dimana saja. Dozen dikembangkan oleh Rizky, Nokiamy dan Muniroh.

Baca juga : [Tiket.com Kembali Membuka Penggalangan Dana Berbagi Tahap Ketiga](#)

Ada juga Fly Nusantara adalah platform perdagangan ekspor dengan pengembangan inovasi logistik, dimana sebuah aplikasi yang dapat membantu pelaku usaha terutama UMKM agar dapat terhubung dan mempermudah proses suplai ke pasar global.



Jadi Agen BRILink Mekar, Kini Nasabah PNM Mekar Dapat Penghasilan Tambahan  
8 JANUARI 2024



Bangun Pabrik Mobil Listrik di Bekasi, VinFast Alokasikan US\$1,2 Miliar  
8 JANUARI 2024

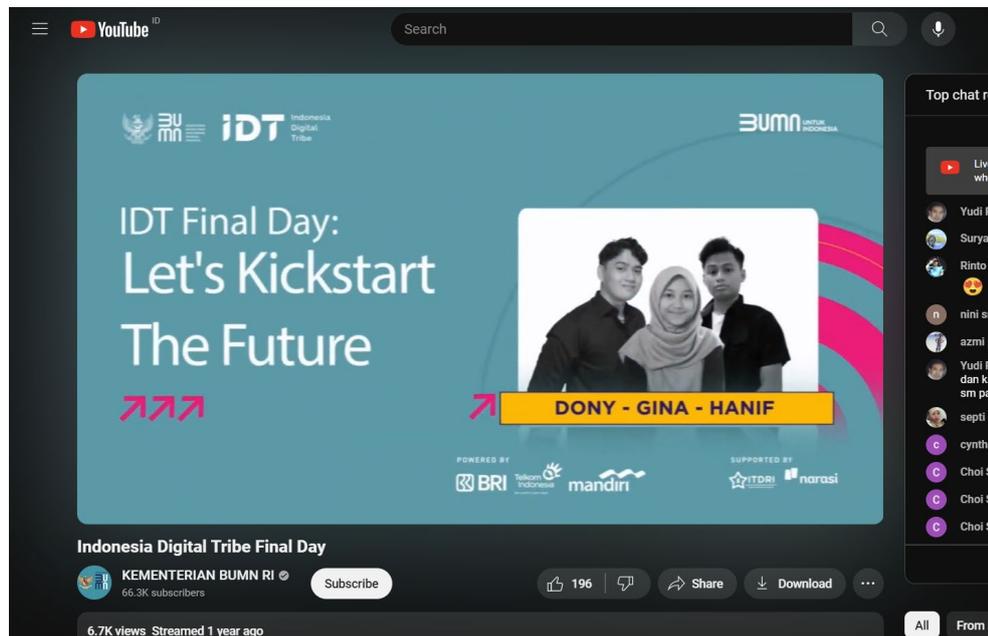


AMD Hadirkan Dua Perangkat Baru untuk Segmen Otomotif di SEC 2024  
7 JANUARI 2024



BCA Naikkan Limit Transaksi Harian untuk Semua Jenis Kartu Debit  
7 JANUARI 2024

- i) YouTube Kementerian BUMN RI x Indonesia Digital Tribe 2022  
<https://www.youtube.com/watch?v=v45aEhL29WY>.



## Lampiran 10. Hasil Kuesioner SUS

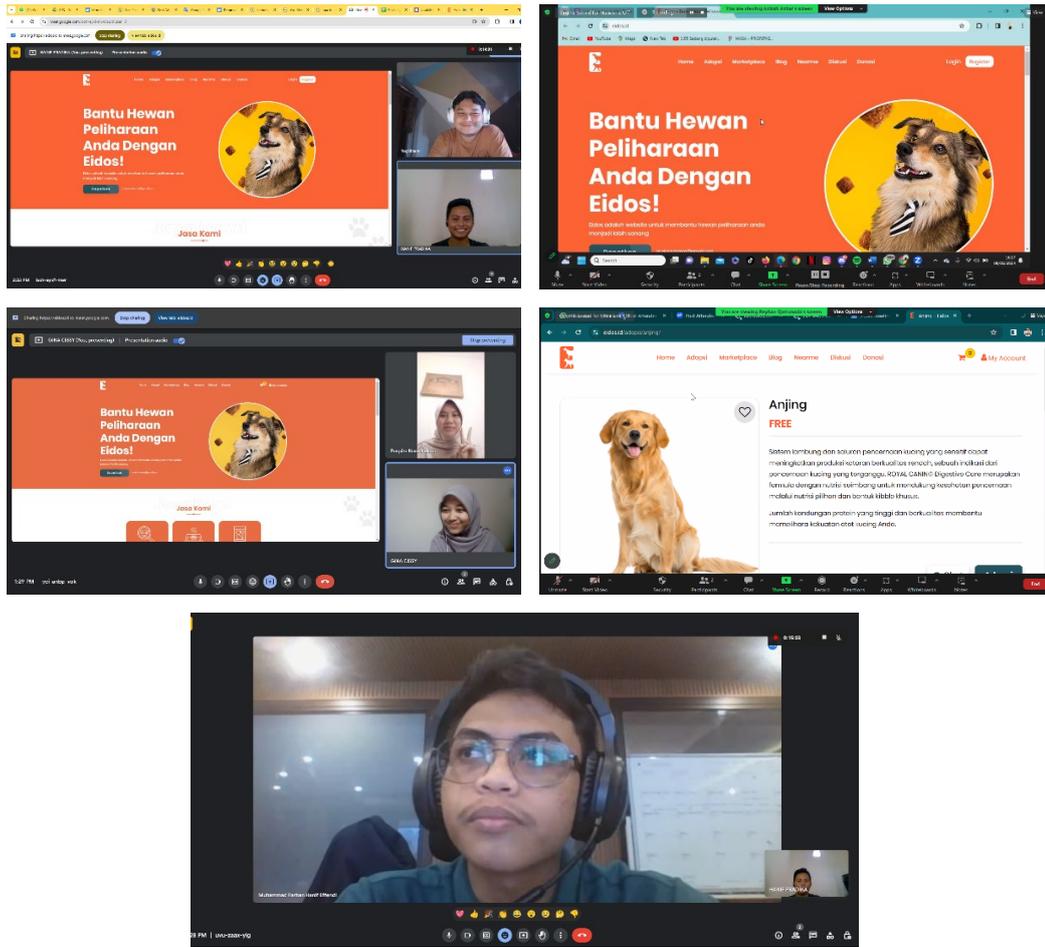
*SUS Original Score*

| <b>Responden</b> | <b>Q1</b> | <b>Q2</b> | <b>Q3</b> | <b>Q4</b> | <b>Q5</b> | <b>Q6</b> | <b>Q7</b> | <b>Q8</b> | <b>Q9</b> | <b>Q10</b> |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| <b>1</b>         | 3         | 1         | 5         | 2         | 5         | 1         | 4         | 1         | 5         | 2          |
| <b>2</b>         | 5         | 3         | 5         | 3         | 4         | 1         | 4         | 1         | 5         | 4          |
| <b>3</b>         | 1         | 3         | 5         | 3         | 4         | 4         | 4         | 3         | 4         | 4          |
| <b>4</b>         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4          |
| <b>5</b>         | 4         | 2         | 4         | 1         | 4         | 1         | 4         | 2         | 5         | 2          |
| <b>6</b>         | 3         | 2         | 4         | 2         | 4         | 1         | 5         | 2         | 4         | 1          |
| <b>7</b>         | 3         | 2         | 4         | 1         | 3         | 3         | 4         | 1         | 4         | 1          |
| <b>8</b>         | 4         | 1         | 4         | 1         | 4         | 1         | 4         | 1         | 5         | 1          |
| <b>9</b>         | 4         | 2         | 5         | 1         | 5         | 2         | 5         | 1         | 5         | 1          |
| <b>10</b>        | 4         | 5         | 5         | 1         | 4         | 5         | 2         | 2         | 5         | 4          |
| <b>11</b>        | 4         | 3         | 3         | 2         | 4         | 4         | 4         | 2         | 4         | 3          |
| <b>12</b>        | 4         | 1         | 5         | 2         | 5         | 1         | 5         | 1         | 5         | 2          |
| <b>13</b>        | 4         | 2         | 5         | 4         | 4         | 1         | 5         | 1         | 5         | 5          |
| <b>14</b>        | 3         | 4         | 4         | 2         | 4         | 1         | 3         | 2         | 4         | 4          |
| <b>15</b>        | 3         | 3         | 4         | 2         | 3         | 2         | 5         | 3         | 4         | 1          |
| <b>16</b>        | 4         | 3         | 4         | 2         | 4         | 2         | 4         | 2         | 4         | 3          |
| <b>17</b>        | 5         | 2         | 5         | 1         | 5         | 2         | 5         | 1         | 5         | 1          |
| <b>18</b>        | 4         | 2         | 4         | 1         | 4         | 2         | 5         | 1         | 5         | 1          |
| <b>19</b>        | 4         | 4         | 2         | 4         | 4         | 2         | 2         | 4         | 3         | 5          |
| <b>20</b>        | 4         | 5         | 5         | 2         | 5         | 1         | 5         | 1         | 5         | 2          |
| <b>21</b>        | 3         | 3         | 4         | 2         | 3         | 3         | 5         | 2         | 5         | 2          |
| <b>22</b>        | 4         | 2         | 4         | 1         | 4         | 2         | 5         | 2         | 5         | 2          |
| <b>23</b>        | 4         | 2         | 4         | 2         | 4         | 2         | 4         | 2         | 4         | 1          |
| <b>24</b>        | 4         | 2         | 4         | 2         | 4         | 1         | 4         | 1         | 4         | 2          |
| <b>25</b>        | 5         | 1         | 5         | 1         | 4         | 1         | 5         | 2         | 4         | 3          |

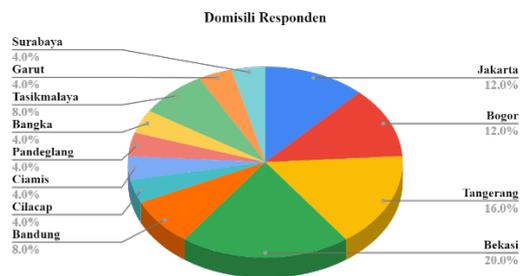
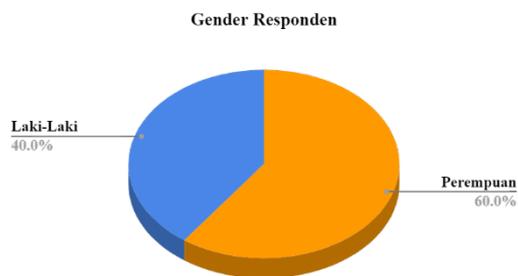
## SUS Final Score

| <b>Responden</b> | <b>Q1</b> | <b>Q2</b> | <b>Q3</b> | <b>Q4</b> | <b>Q5</b> | <b>Q6</b> | <b>Q7</b> | <b>Q8</b> | <b>Q9</b> | <b>Q10</b> | <b>Total</b>       | <b>Nilai</b> |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|--------------------|--------------|
| <b>1</b>         | 2         | 4         | 4         | 3         | 4         | 4         | 3         | 4         | 4         | 3          | 35                 | 87.5         |
| <b>2</b>         | 4         | 2         | 4         | 2         | 3         | 4         | 3         | 4         | 4         | 1          | 31                 | 77.5         |
| <b>3</b>         | 0         | 2         | 4         | 2         | 3         | 1         | 3         | 2         | 3         | 1          | 21                 | 52.5         |
| <b>4</b>         | 3         | 1         | 3         | 1         | 3         | 1         | 3         | 1         | 3         | 1          | 20                 | 50           |
| <b>5</b>         | 3         | 3         | 3         | 4         | 3         | 4         | 3         | 3         | 4         | 3          | 33                 | 82.5         |
| <b>6</b>         | 2         | 3         | 3         | 3         | 3         | 4         | 4         | 3         | 3         | 4          | 32                 | 80           |
| <b>7</b>         | 2         | 3         | 3         | 4         | 2         | 2         | 3         | 4         | 3         | 4          | 30                 | 75           |
| <b>8</b>         | 3         | 4         | 3         | 4         | 3         | 4         | 3         | 4         | 4         | 4          | 36                 | 90           |
| <b>9</b>         | 3         | 3         | 4         | 4         | 4         | 3         | 4         | 4         | 4         | 4          | 37                 | 92.5         |
| <b>10</b>        | 3         | 0         | 4         | 4         | 3         | 0         | 1         | 3         | 4         | 1          | 23                 | 57.5         |
| <b>11</b>        | 3         | 2         | 2         | 3         | 3         | 1         | 3         | 3         | 3         | 2          | 25                 | 62.5         |
| <b>12</b>        | 3         | 4         | 4         | 3         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 3          | 37                 | 92.5         |
| <b>13</b>        | 3         | 3         | 4         | 1         | 3         | 4         | 4         | 4         | 4         | 0          | 30                 | 75           |
| <b>14</b>        | 2         | 1         | 3         | 3         | 3         | 4         | 2         | 3         | 3         | 1          | 25                 | 62.5         |
| <b>15</b>        | 2         | 2         | 3         | 3         | 2         | 3         | 4         | 2         | 3         | 4          | 28                 | 70           |
| <b>16</b>        | 3         | 2         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 2          | 28                 | 70           |
| <b>17</b>        | 4         | 3         | 4         | 4         | 4         | 3         | 4         | 4         | 4         | 4          | 38                 | 95           |
| <b>18</b>        | 3         | 3         | 3         | 4         | 3         | 3         | 4         | 4         | 4         | 4          | 35                 | 87.5         |
| <b>19</b>        | 3         | 1         | 1         | 1         | 3         | 3         | 1         | 1         | 2         | 0          | 16                 | 40           |
| <b>20</b>        | 3         | 0         | 4         | 3         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 3          | 33                 | 82.5         |
| <b>21</b>        | 2         | 2         | 3         | 3         | 2         | 2         | 4         | 3         | 4         | 3          | 28                 | 70           |
| <b>22</b>        | 3         | 3         | 3         | 4         | 3         | 3         | 4         | 3         | 4         | 3          | 33                 | 82.5         |
| <b>23</b>        | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 4          | 31                 | 77.5         |
| <b>24</b>        | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 4         | 3         | 4         | 3         | 3          | 32                 | 80           |
| <b>25</b>        | 4         | 4         | 4         | 4         | 3         | 4         | 4         | 3         | 3         | 2          | 35                 | 87.5         |
|                  |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            | <b>Nilai Akhir</b> | <b>75.20</b> |
|                  |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            | <b>Grade</b>       | <b>B</b>     |
|                  |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            | <b>Rating</b>      | <b>Good</b>  |
|                  |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            | <b>ACCEPTABLE</b>  |              |

Dokumentasi *In-Depth-Interview*

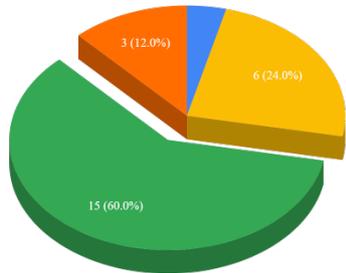


*Demography* Responden



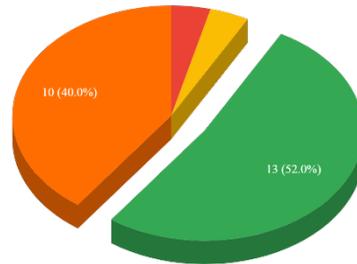
## Hasil SUS Pernyataan *Positive*

Saya akan ingin lebih sering menggunakan website ini.



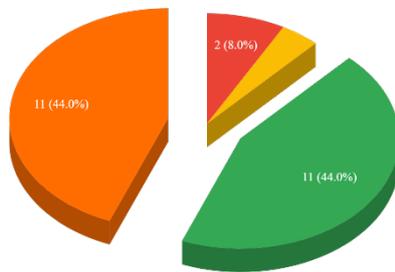
● Sangat Tidak Setuju ● Netral ● Setuju ● Sangat Setuju

Saya pikir website ini mudah untuk digunakan.



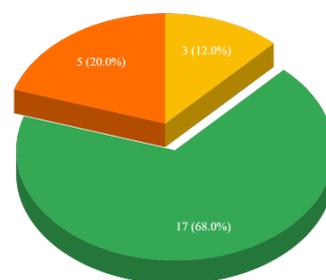
● Tidak Setuju ● Netral ● Setuju ● Sangat Setuju

Saya merasa kebanyakan orang mudah untuk mempelajari website ini dengan sangat cepat.



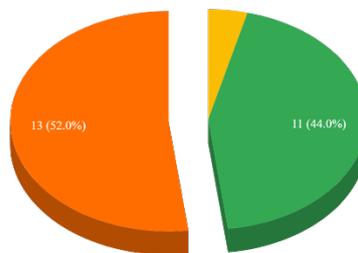
● Tidak Setuju ● Netral ● Setuju ● Sangat Setuju

Saya menemukan fitur pada website ini terintegrasi dengan baik.



● Netral ● Setuju ● Sangat Setuju

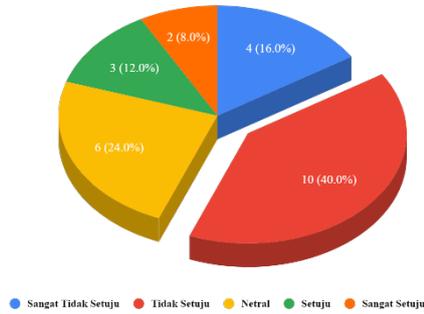
Saya percaya diri untuk menggunakan website ini.



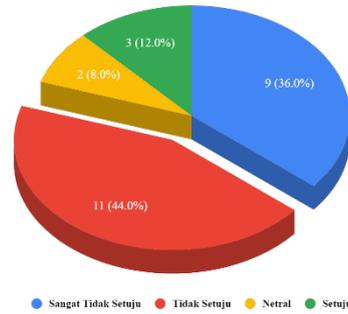
● Netral ● Setuju ● Sangat Setuju

## Hasil SUS Pernyataan *Negative*

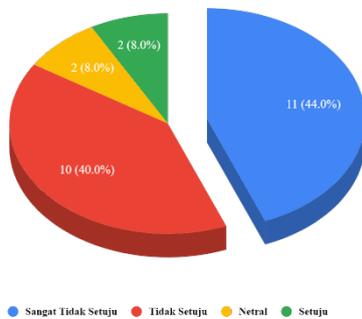
Saya merasa website ini tidak harus dibuat serumit ini.



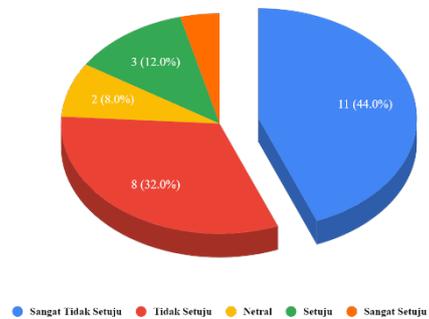
Saya membutuhkan bantuan dari orang teknis untuk menggunakan website ini.



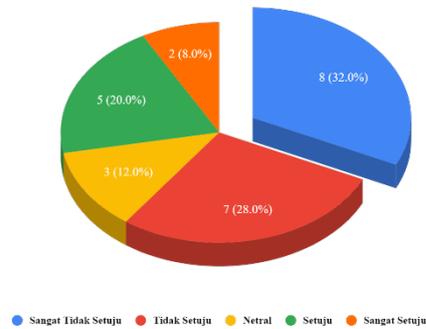
Saya menemukan, website ini sangat rumit untuk digunakan.



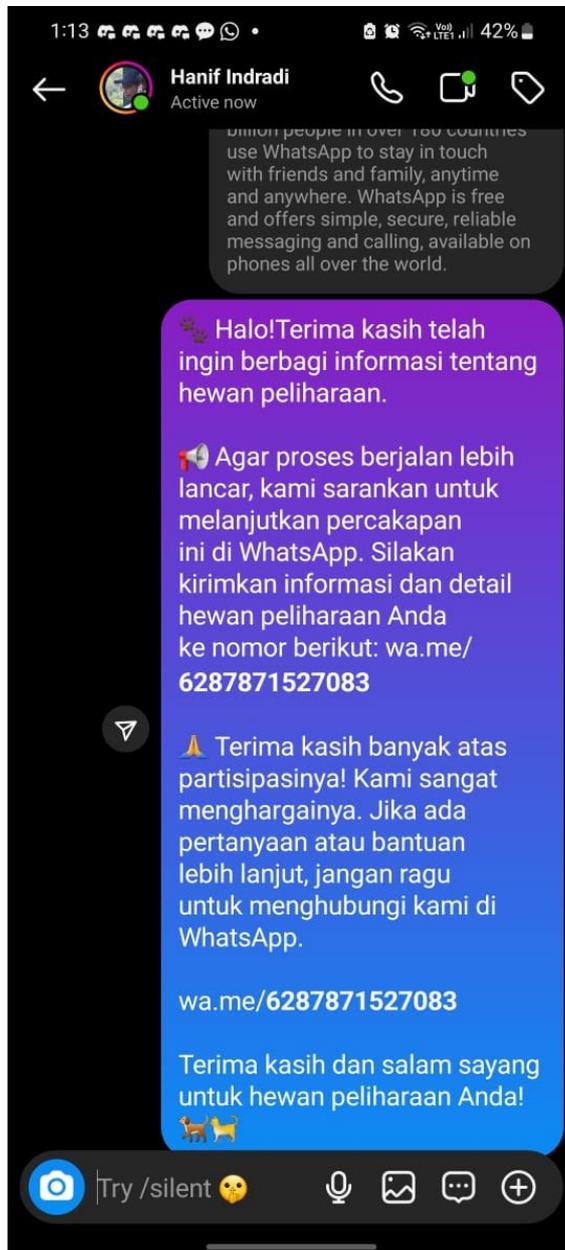
Saya pikir ada ketidaksesuaian dalam website ini.



Saya perlu belajar sebelum saya menggunakan website ini.





Lampiran 12. *Chat Template* Instagram Eidos

## Lampiran 13. Pendaftaran Hewan untuk Diadopsi via Instagram

