

BAB 3

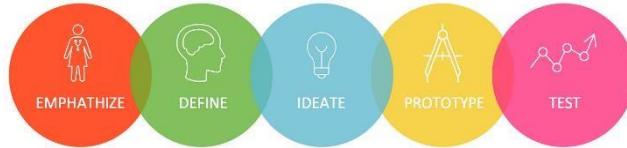
DESAIN TEKNOLOGI

3.1 Pendekatan dan Metodologi Desain

Pendekatan dan metodologi desain adalah kerangka kerja atau strategi yang digunakan untuk merancang sistem dan visual. Pendekatan desain mencakup prinsip dan nilai yang membentuk cara berpikir dan bekerja. Pendekatan desain dapat berfokus pada pengguna, solusi berbasis teknologi, inovasi, atau kombinasi dari semuanya. Sedangkan, metodologi desain merujuk pada proses yang digunakan oleh desainer untuk memecahkan masalah dan merancang produk atau sistem.

Desain *website* adalah implementasi proses desain pada media di Internet. Meliputi pelaksanaan beberapa aspek seperti penataan layout, memproduksi konten, dan proses pembuatan grafis. Desain *website* tidak terbatas pada visual saja, namun juga aspek selain visual dari sebuah *website* yaitu *content*, dan aspek *user experience* dari sebuah *website* (Sodik, 2019).

Terdapat sejumlah pendekatan desain *website* yang dapat digunakan untuk mengetahui desain *website* yang dibuat telah memenuhi aspek visual, *content*, dan *user experience*. Salah satu pendekatan yang berfokus pada pengguna sehingga interaksi yang terjadi dapat bermanfaat sesuai dengan kebutuhan pengguna adalah *Design Thinking*.



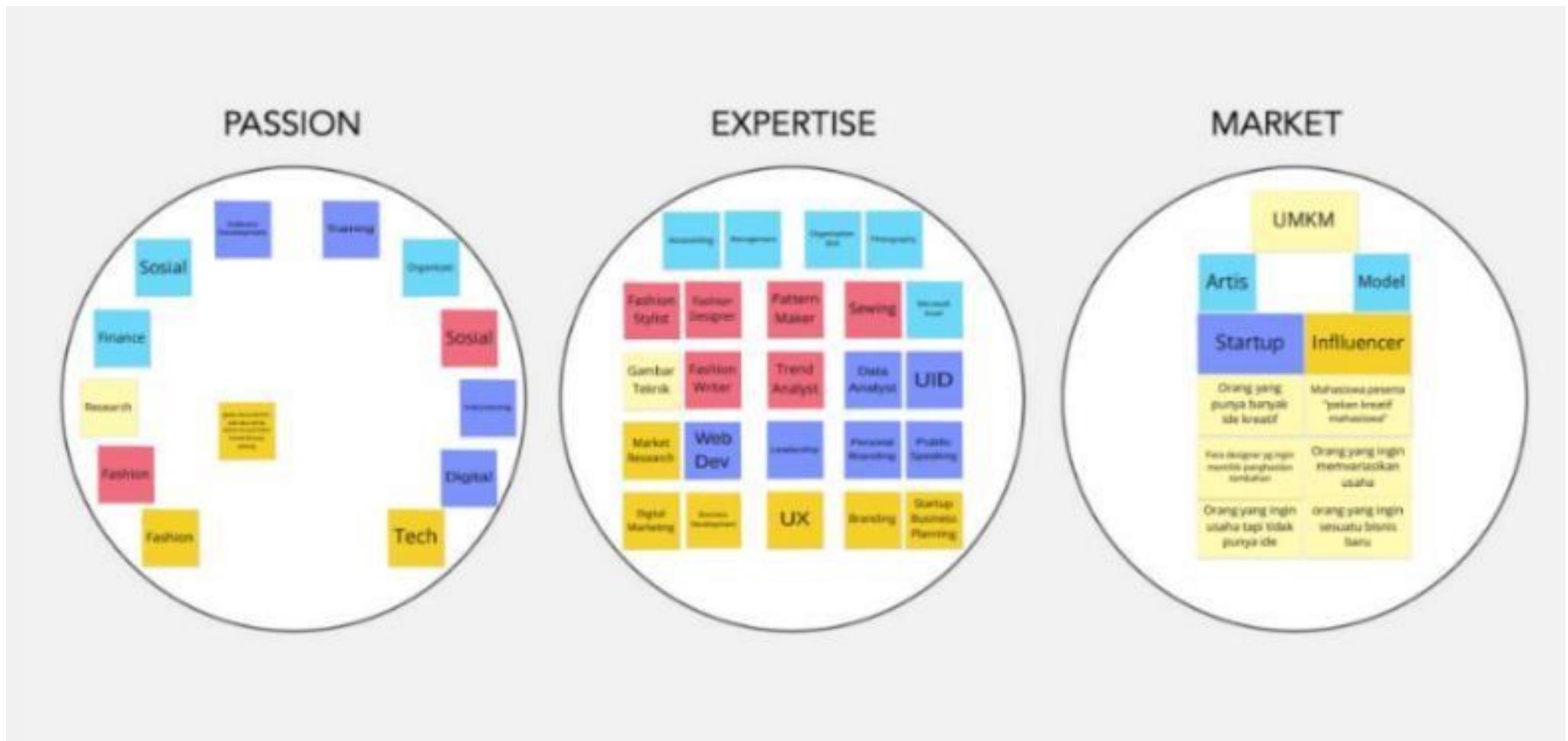
Gambar 1.
Tahapan *Design Thinking*

Design Thinking menurut Kim dan Lee (2018) adalah pendekatan multidisiplin yang menempatkan pengguna atau pelanggan sebagai pusat pemikiran dalam proses inovasi. *Design thinking* mencakup serangkaian langkah yang melibatkan pengumpulan informasi, pemahaman terhadap kebutuhan pengguna, eksperimen, dan iterasi. Tujuan dari *design thinking* adalah menciptakan solusi yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pengguna.

3.1.1 Analisis Kebutuhan Pengguna

3.1.1.1 *Discover Problem*

Langkah pertama adalah menentukan bidang atau area yang ingin dicari masalah dan solusinya. Pemilihan bidang harus mempertimbangkan antara minat dan keahlian anggota tim agar tercapai kecocokan antara pendiri dan bisnis melalui proses yang disebut *founder business fit*. Metode yang digunakan untuk menentukan bidang bisnis yang sesuai dengan menggunakan metode *canvas passion* dan *canvas expertise*. Setelah melalui proses ini, tim memutuskan untuk memilih bisnis di bidang *fashion* berdasarkan minat dan keahlian yang dimiliki.



Gambar 2. *Canvas Passion dan Canvas Expertise*

Setelah memutuskan untuk fokus pada area bidang *fashion*, langkah berikutnya adalah melakukan pengumpulan data sekunder mengenai peluang dan tantangan yang terkait dengan bidang tersebut. Data sekunder yang dimaksud adalah data yang sumbernya berasal dari jurnal, buku, publikasi, serta sumber lain yang dapat mendukung penelitian. Berikut hasil pengumpulan data sekunder dengan beberapa peluang dan tantangan di bidang *fashion* dapat diidentifikasi.

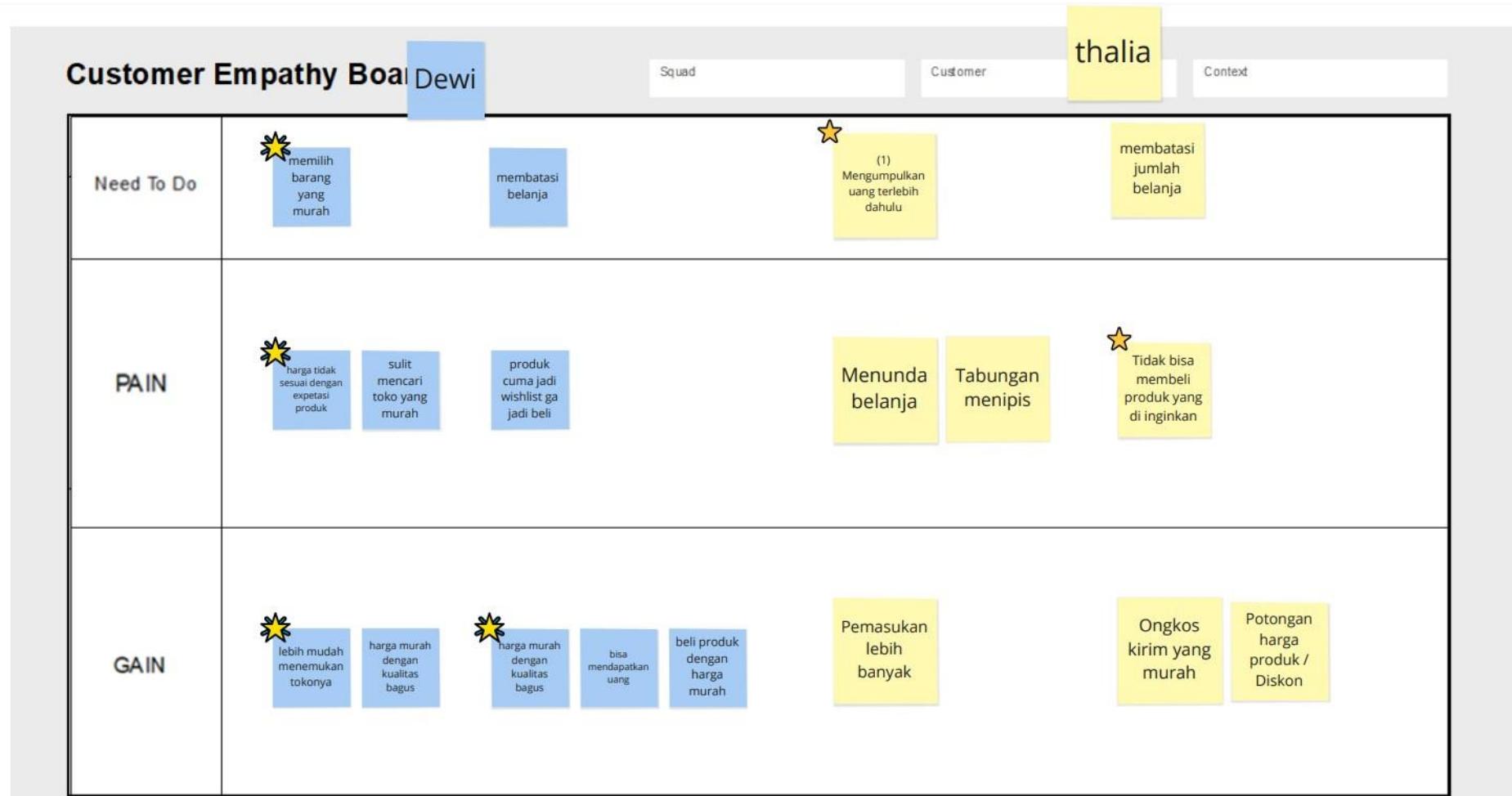
Gambar 3. Data Sekunder Peluang dan Tantangan di Bidang *Fashion*

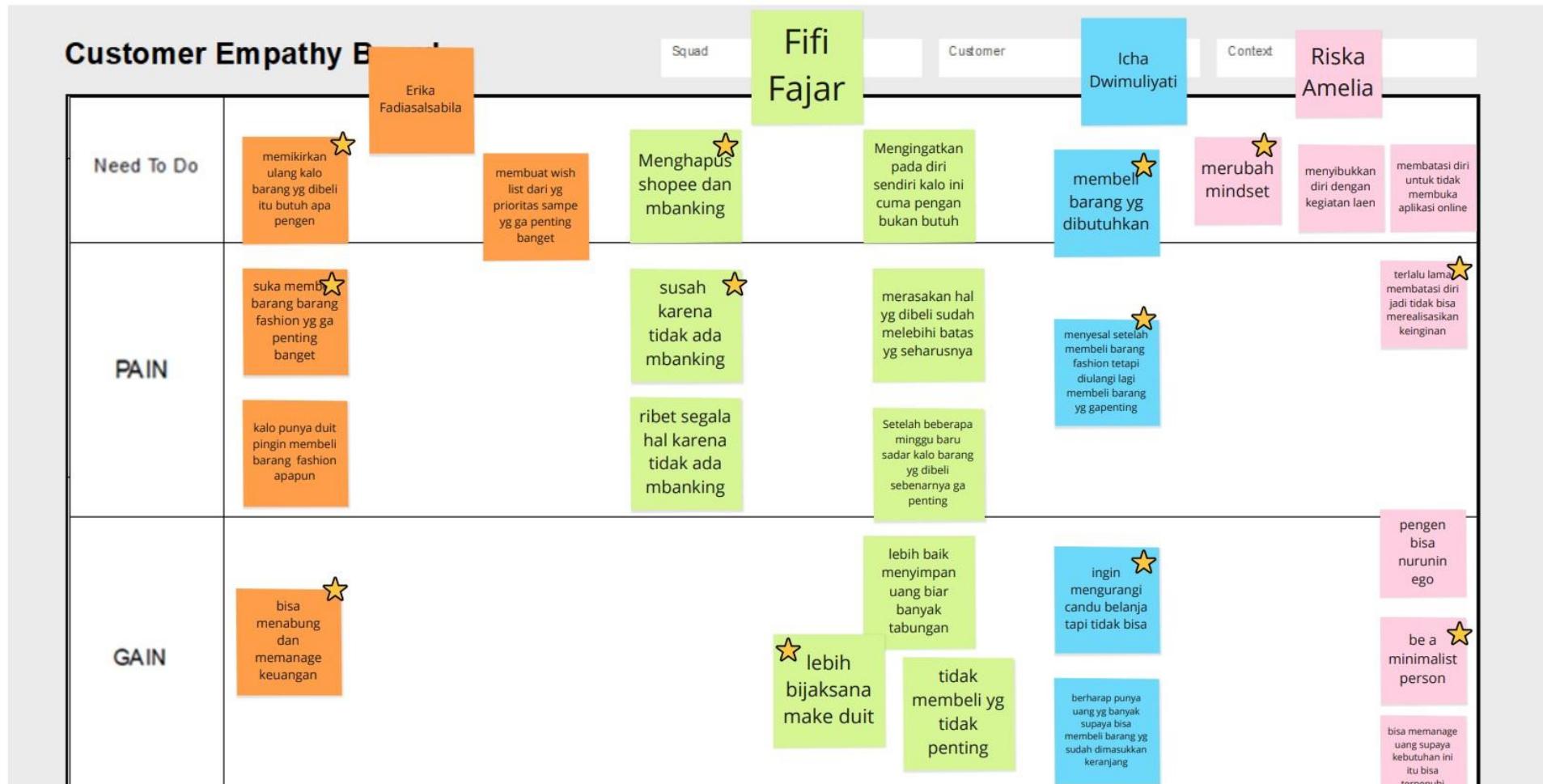
Data primer dipenuhi menggunakan metode *customer empathy board* dan dilakukan wawancara dengan 20 perempuan melalui Zoom Meeting. Narasumber yang diundang memenuhi kriteria usia 20 hingga 30 tahun yang gemar berbelanja pakaian untuk dianalisis masalah yang paling menyakitkan (*pain*) dan harapan (*gain*). Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa masalah yang dihadapi oleh perempuan adalah keinginan untuk dapat berganti model baju tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi.

Customer Empathy Board		Ismalia	Squad	Customer	Nabila	Context
Need To Do	 mengurangi pengeluaran di bulan depan		menambah pemasukan	 menentukan budget maximum belanja	 menentukan tempat toko baju yang pengen dikunjungi	 menentukan merek baju yang standar
PAIN	 diajak keluar sama kawan dan gasadar keluar duid	 bingung yang mana yang mau diprioritasin	 susah bagi waktu	 modal lebih besar	 ketika gapurnya duit saat pengen belanja	 style tidak cocok
GAIN	 memanage keuangan	 pemasukan lebih besar	 lebih selektif dalam berbelanja (prioritas dan bukan)	 pengeluaran lebih stabil	 karena sering diajak temen keluar, kita harus tau pengnya bermanfaat ga?	 mengarahkan teman jangan terlalu boros
					 menemukan fashion yang diharapkan	 dapat diskon
					 bajunya elegan	 style baju matching

Gambar 4. Customer Empathy Board

Customer Experience Board		Siti Khairunnisyah	Andang Arfani	Fira Annisa
Need To Do	Menghapus aplikasi shoppe	Mix and Match	Membeli sesuai kebutuhan	Menabung
PAIN	Uang habis, dengan mementingkan keinginan sesaat dari pada barang yg diperlukan	Tidak sesuai ekspetasi	Takut tidak terpakai	Tergoda dengan diskon
GAIN	lebih memprioritaskan barang yg dibutuhkan dari pada yg diinginkan	Sesuai dengan ekspetasi	Barang nya bisa lebih berguna	Lebih bisa mengontrol diri untuk tidak membuka aplikasi belanja online Bisa nahan selera untuk belanja agar uangnya bisa ditabung beli barang yang lebih dibutuhkan





Customer Empathy Board

Squad

Customer

Context

Need To Do	Sisca	Nuri	Ayu	Fatimah
PAIN	Baju yang diinginkan sudah sold out Susah memilih karena sepetinya semuanya butuh Muncul iklan yang menggoda	Menunggu uang terkumpul Promo tidak muncul setiap saat Kalu telat bayar, serasa dikejar-kejar banyak rentenir	Lama nunggunya untuk bisa beli baju lagi Suka di marahi kakak Takut karena tidak punya dana darurat lagi	Mengikuti giveaway Menahan untuk membeli pakaian lagi Membuat baju sendiri
GAIN	Banyak baju ready stock Uang untuk belanja baju agar tidak perlu memilih-milah lagi Aplikasi penghapus iklan	Uang tambahan untuk memenuhi kebutuhan belanja baju Banyak promo yang unlimited dan ada setiap saat Limitnya besar dan jangka waktu pembayaran bisa di perpanjang	Bisa reimbursement untuk beli kebutuhan termasuk pakaian Ada tempat untuk sharing pakaian Pemasukan tambahan untuk tabungan	Menang giveaway Uang untuk membeli baju apa saja Rental Konveksi yang peralatannya lengkap

Customer Empathy Map											
User Segment			User Segment			User Segment			User Segment		
Salsabila Lubis 20 tahun			Viviana Putri 22 tahun			Astri Mariah 20 tahun			Context		
Need To Do	Menyembunyikan uang ke rekening lain	Memasukan uang ke saham	membeliikan uang ke emas	Memaksakan diri tidak membeli barang yang diinginkan	Menitipkan uang di ibu agar tahan tidak beli baju	Menunda pembelian sementara	Menunda pembelian beberapa item fasion	Menabungkan uang agar tidak belanja terus menerus	Membuat skala prioritas	Memaksakan berhenti belanja fashion	menurunkan standar biar tetep kebeli
PAIN	kesulitan pakai atm tanpa m banking sehingga tidak jadi belanja	mencairkan uangnya lama 4 hari	Menunggu harga bisa dijual, jika harga emas turun tidak bisa dijual dulu	Kerap tidak tahan dan tetap mengeluarkan banyak uang	Saat diminta kembali, uangnya hilang terpakai ibu	Sedih tidak mendapatkan barang yang di inginkan	Stok dan model pakaian yang ingin keburu habis karena terlalu menunda	Tidak berjalan sesuai rencana, tetap memakai uangnya	terkadang membutuhkan semuanya, semua terasa prioritassv	sering ada kebutuhan mendesak seperti menghadiri suatu acara yang mensyaratkan dress code	tidak tahan lama, kualitas kain buruk
GAIN	Mendapatkan potongan harga agar tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk mendapatkan yang diinginkan	berharap bisa tahan untuk tidak beli tanpa harus menyimpan uang	Bisa membatasi pengeluaran fashion tanpa harus menyimpan uang juga	mendapatkan penghasilan lebih agar tetap bisa modis	memenuhi kebutuhan fashion berkualitas tapi murah terjangkau	berharap dapat diskon/ potongan harga tiap barang yang diinginkan	Diskon potongan harga	bisa memanfaatkan promo murah	Dibeliin orang lain	Lebih penging ingin menghemat pengeluaran karena bulan depan butuh	ada pakaian murah namun berkualitas



Gambar 5. Hasil Wawancara Melalui Metode *Customer Empathy Board*

3.1.1.2 *Design and Iterate Solution*

Tahap kedua adalah fase desain dan iterasi solusi, yang berlangsung selama dua minggu. Tujuan dari tahap ini adalah menghasilkan ide solusi dalam bentuk prototipe sederhana yang kemudian diuji dengan pengguna. Kemudian dilakukan iterasi untuk menyempurnakan masalah dan solusinya agar mencapai *problem-solution fit*. Memastikan *Problem-Solution Fit* dapat mengurangi risiko yang fatal, seperti pelanggan tidak membeli, kepuasan pelanggan tidak tercapai, dan tidak ada pembelian ulang. Oleh karena itu, sebelum melakukan upaya berbulan-bulan untuk membangun produk, langkah pertama adalah menentukan apakah produk tersebut layak untuk dibangun.

a. *Define Solution*

1. *Lighting Demo*

Proses ini dirancang untuk mencegah pengulangan ide atau solusi bisnis yang sudah ada dengan melakukan riset komprehensif melalui wawancara kepada pelanggan atau ahli, terkait solusi yang sudah tersedia untuk digunakan oleh pelanggan atau pengguna dalam menyelesaikan masalah mereka. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa solusi yang akan dihasilkan tidak hanya sekadar duplikasi dari yang sudah ada.

2. *Crazy Eight*

Berdasarkan eksplorasi sebelumnya dari solusi yang ada, dilanjutkan dengan setiap anggota membuat 8 sketsa ide dengan durasi 1 menit.

3. *Solution Sketch*

Berdasarkan hasil eksplorasi ide pada aktivitas sebelumnya, dilanjutkan dengan membuat sketsa atau solusi yang dicatat pada kertas.

1. *Solution Gallery Metode*

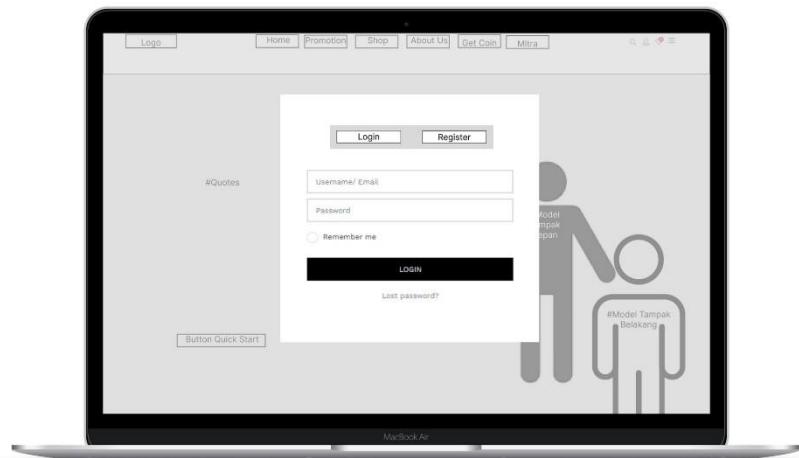
Tahap *Solution Gallery Metode* adalah menempelkan solusi yang dihasilkan oleh masing-masing anggota tim, dan kemudian setiap anggota mempresentasikan solusinya selama tiga menit.

Langkah terakhir adalah memilih satu solusi terbaik atau kombinasi dari beberapa solusi yang dihasilkan. Salah satu ide yang penulis sepakati untuk menyelesaikan permasalahan sebelumnya

adalah membuat platform penyewaan dan penukaran *fashion* yang membantu perempuan *fashionable* untuk berganti-ganti model pakaian tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.

b. *Prototype dan Testing*

Prototype dan *testing* merupakan tahap penting dalam pengembangan produk karena dengan membuat representasi visual dari solusi, produk menjadi lebih konkret dan bisa dilihat oleh calon pengguna sehingga memungkinkan untuk dilakukan pengujian dan validasi terhadap fitur dan fungsionalitas yang ada.



Gambar 6. *Prototype Website Sicloo*

Setelah membuat desain *prototype*, penulis melakukan pengujian kepada 20 calon pengguna untuk memvalidasi kesesuaian antara solusi dan masalah yang pertanyaannya meliputi *usability*, *functionality*, *solvability*, dan *payability*.

1. *Usability* (Kemudahan Penggunaan)

Mengukur seberapa mudah atau seberapa mungkin solusi digunakan oleh pengguna.

2. *Functionality* (Kegunaan Fitur)

Mengukur seberapa fitur di dalam solusi dibutuhkan oleh pengguna (diprioritaskan dari fitur yang paling dibutuhkan)

3. *Solvability* (Ketepatan Solusi)

Seberapa solusi mampu menjawab masalah customer 4.

Payability (Kesediaan Membayar)

Seberapa pengguna bersedia membayar untuk mendapatkan solusi yang dibuat.

Risky Assumption	Feedback Responen 1	Feedback Responen 2 Fira	Feedback Responen 3 Siska
Usability customer membutuhkan desain dan tampilan yang menarik customer mampu melihat dan check out produk dengan mudah	<ul style="list-style-type: none"> Kolom pencarian mudah dicari Jaringan internet memadai website mudah digunakan tapi krama masih prototype dan belum coba secara langsung (website sudah jadi) jadi ny belum bisa menilai bahasa diganti ke bahasa indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> Jaringan aman prototype mudah dipahami dan di gunakan mudah memahami informasi di website 	<ul style="list-style-type: none"> tampilannya mudah cuma bahasa yg perlu diganti keestetikan buat saya yg suka estetik
Functionality Fitur Swap dibutuhkan oleh customer Fitur Rent dibutuhkan oleh customer	<ul style="list-style-type: none"> Fitur Swap lebih efektif digunakan diluar masa pandemi karena mengingat waspada akan kesehatannya Fitur rent kurang diminati karena hanya digunakan sesekali 	<ul style="list-style-type: none"> Fitur swap dibutuhkan karna dapat mengendalikan keuangan ketika pengen belanja Fitur rent kurang diminati karna repot untuk memulangkan pakaiannya lagi (karna baju nya ada batas waktu jadi ketika sudah suka bajunya sayang mau dibalikin) 	<ul style="list-style-type: none"> fitur rent dibutuhkan tapi kemungkinan hanya baju baju acara (tertarik karna pasti harganya murah) tampilan aplikasi harus menarik karna anak anak milenial suka yg instagramable bahasa kurang membutuhkan fitur swap minta dibuatkan fitur jual karena saya yg hoby belanja kan punya banyak baju yg bisa dijual di jadikan uang lagi
Solvability Upstyle dapat membantu (wanita shopaholic) untuk mengendalikan pengeluaran belanja fashion yang berlebihan namun tetap bisa fashionable (scoring skala 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> Membantu dengan skala 8,7/10 (kama masa pandemi) mungkin kalo pandemi selesai karna kesehatan Menambah fitur agar skala penilaian tinggi lebih prefer ke aplikasi dibandingkan website 	<ul style="list-style-type: none"> Membantu karna menghemat uang dan baju yang menumpuk bisa terkenali dengan skala 9/10 Bahasa di ubah ke bahasa indonesia agar skala penilaian jadi tinggi prefer pakai aplikasi 	<ul style="list-style-type: none"> nilai 7/10 tampilannya harus estetik kalo bisa ditambah bisa jual baju juga terus gimana buat pengiriman yg rent? pasti mahal kan itu bolak balik kesehatannya
Payability -Customer bersedia membeli membership	<ul style="list-style-type: none"> Bersedia membayar dibawah Rp50.000 per transaksi bersedia menggunakan solusi nya secara berkelanjutan minta dalam bentuk aplikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Bersedia membayar membership per transaksi bersedia download aplikasi bersedia login dengan e-mail bersedia menggunakan solusi secara berkelanjutan 	<ul style="list-style-type: none"> bersedia membayar pertransaksi bersedia login minta dibuatkan solusi dalam bentuk aplikasi

Gambar 7. Uji Validasi Kesesuaian Solusi dan Masalah

c. Analisa Hasil *Testing* dan Iterasi

Hasil yang didapat dari *prototype testing* yang diujikan kepada 20 pengguna diantaranya.

- Hasil *Testing Usability*

18 dari 20 pengguna mengatakan bahwa solusi mudah digunakan namun terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki seperti tampilan, warna, bahasa, huruf, serta ada permintaan untuk beralih ke aplikasi.

- Hasil *Testing Functionality*

19 dari 20 pengguna menyatakan membutuhkan fitur tukar karena ingin memiliki model lain tanpa mengeluarkan banyak uang, namun rata-rata pengguna menyatakan fitur sewa kurang dibutuhkan.

- Hasil *Testing Solvability*

16 dari 20 pengguna memberikan skor 8 dari 10 untuk fitur tukar membantu perempuan *shopaholic* untuk mengendalikan pengeluaran belanja namun tetap bisa *fashionable*.

- Hasil *Testing Payability*

17 dari 20 pengguna tidak bersedia membayar *membership* perbulan dan lebih baik ada admin dalam setiap transaksi saja. Selanjutnya adalah tahap iterasi *prototype*, penulis memutuskan untuk memprioritaskan penghapusan fitur sewa pakaian dan perbaikan desain *website*.

Cluster	Learning/Insight	Iteration
Kemudahan penggunaan	Prototype mudah digunakan, mudah dipahami, informasi yg tersedia jelas, lebih jika menggunakan aplikasi	Beralih dari website ke aplikasi
Jaringan aman	Jaringan customer aman mudah mengakses website maupun aplikasi	
Tampilan baik	Tampilan simple, efisien, mudah dipahami	
Bahasa diperbaiki	Lebih baik menggunakan satu bahasa saja	Penambahan alur pengiriman produk dari customer
Tampilan kurang menarik	<ul style="list-style-type: none"> Tema website masih belum jelas Font terlalu kecil Menyesuaikan tampilan dengan selera generasi milenial 	
Fitur Sewa diterima customer	<ul style="list-style-type: none"> Fitur Sewa dibutuhkan untuk acara tertentu 	Penambahan Penjelasan sistem koin
Fitur Sewa tidak diterima diterima customer	<ul style="list-style-type: none"> Fitur sewa kurang dibutuhkan karena pandemi belum banyak acara Fitur sewa kurang dibutuhkan karena keterbatasan waktu untuk menggunakan bajunya Fitur sewa kurang dibutuhkan karena baju tidak menjadi hak milik 	
Fitur Tukar diterima customer	Fitur tukar dibutuhkan untuk upgrade isi lemari tanpa harus membeli pakaian baru	Tambahan fitur COD, refund dan jual thrift
Fitur Tukar tidak diterima customer	Kekhawatiran terhadap jaminan kualitas dan kebersihan pakaian	
Fitur tambahan lainnya	Tambahan fitur COD, refund dan jual thrift	perbaikan design, warna, dan font app
Menjawab solusi	<ul style="list-style-type: none"> Fitur tukar menyelesaikan problem customer dan how might we untuk bisa tetap tampil fashinable tanpa harus membeli pakaian baru Fitur sewa kurang menyelesaikan problem customer 	perbaikan penyampaian infomasi yang singkat, padat dan jelas
Lebih prefer pakai aplikasi	Aplikasi lebih mudah digunakan daripada website	
Pembayaran dan pengiriman	Harus bekerjasama dengan banyak bank dan ekspedisi, lalu diberikan deskripsi pada bajunya	
Bersedia download App	customer bersedia mendownload dan mengakses aplikasi serta mendaftar da login	
Bersedia menggunakan secara berkelanjutan	Menyadari bahwa pakaian yang dimiliki dan menumpuk akan menjadi limbah tekstil	
Bersedia membership	Bersedia menggunakan membership karena fitur yang ditawarkan menjawab solusi yang mereka butuhkan	
Tidak bersedia membership	<ul style="list-style-type: none"> Tidak bersedia membership karena tidak selalu bertransaksi Tidak bersedia membership karena tidak biasa menggunakan sistem member 	

Gambar 8. Iterasi *Prototype*

3.1.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras

Analisis kebutuhan perangkat keras sangat berguna untuk mengetahui perangkat keras yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu program. Penulis menggunakan sejumlah perangkat keras untuk membangun *website* sicloo.id seperti laptop dan *smartphone* dengan rincian sebagai berikut.

A. Laptop

- *Processor:* Intel(R) Core (TM) i5-6200U CPU @ 2.30GHz (4 CPUs), ~2.4GHz
- *Memory:* 16384MB RAM
- *SSD:* WD Green 2.5 240GB Dual Channel
- *Operating System:* Windows 10 Home Single Language 64-bit (10.0, Build 19045) (19041.vb_release.191206-1406)

B. Smartphone

- *RAM:* 4,00 GB
- *Processor:* Qualcomm SM4250 8 Core
- *Model:* CPH2127_11
- *ColorOS Version:* V12.1
- *Versi Android:* 12

Spesifikasi tersebut bukanlah spesifikasi minium untuk dapat mengakses *website* sicloo.id. Penulis telah melakukan serangkaian uji coba menggunakan perangkat keras tersebut dan berulang kali dapat diakses. Kemungkinan *website* sicloo.id tidak bisa diakses dapat terjadi karena spesifikasi perangkat

keras yang jauh lebih rendah daripada spesifikasi yang telah digunakan oleh penulis.

3.1.3 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak

Analisis kebutuhan perangkat lunak dibutuhkan untuk mengetahui perangkat lunak seperti apa saja yang dibutuhkan. Penulis menggunakan sejumlah perangkat lunak untuk membangun *website* sicloo.id seperti.

a. Domain dan Hosting

Domain yang digunakan untuk MVP adalah sicloo.me sedangkan pada saat *launching* ke masyarakat menggunakan sicloo.id yang keduanya didaftarkan melalui Namecheap. *Hosting* yang digunakan adalah *thirdparty* yang tersedia dari Namecheap yaitu EasyWp.

The screenshot shows the 'Certificate Viewer' interface for the domain 'sicloo.id'. It has tabs for 'General' and 'Details'. The 'General' tab is selected, displaying:

sicloo.me	
Domain:	sicloo.me
Registrar:	NameCheap, Inc.
Registered On:	2022-06-24
Expires On:	2023-06-24
Updated On:	2022-08-23
Status:	clientTransferProhibited
Name Servers:	dns1.registrar-servers.com dns2.registrar-servers.com

The 'Details' tab shows the SSL certificate information:

Issued To	
Common Name (CN)	sicloo.id
Organization (O)	<Not Part Of Certificate>
Organizational Unit (OU)	<Not Part Of Certificate>

Under 'Issued By':

Common Name (CN)	Sectigo RSA Domain Validation Secure Server CA
Organization (O)	Sectigo Limited
Organizational Unit (OU)	<Not Part Of Certificate>

Under 'Validity Period':

Issued On	Monday, September 5, 2022 at 7:00:00 AM
Expires On	Friday, August 4, 2023 at 6:59:59 AM

Under 'Fingerprints':

SHA-256 Fingerprint	C5 43 60 71 78 24 4C 5C 80 A3 5F A3 06 CF 75 02 61 FC 92 05 C6 41 9F 7F D5 63 1F 35 A3 A2 EF CF
SHA-1 Fingerprint	94 AF 2E BB 8A C4 82 1D 69 85 09 64 67 F3 DB 1F AB BE 3B F4

Gambar 9. Domain Sicloo

b. SSL Certificate

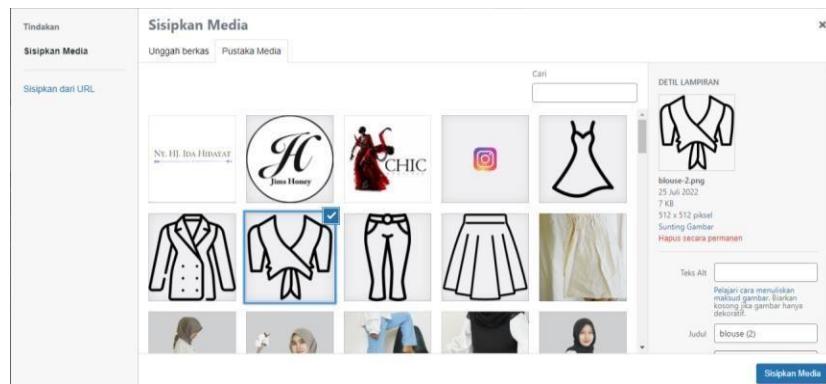
SSL Certificate sebagai salah satu protokol keamanan *website* Sicloo dengan *Signature Algorithm* SHA 256 RSA.



Gambar 10. *SSL Certificate* Sicloo

c. *Aset Website*

Aset *website* sebagai pembentuk UI *website* Sicloo didapat dari aset yang dibuat orisinil dan bebas hak cipta untuk penggunaan komersial.



Gambar 11. *Aset Website* Sicloo

d. *Plugin*

Plugin yang digunakan sebagai penyusun sistem informasi *website* dengan format .php dan .css.

```

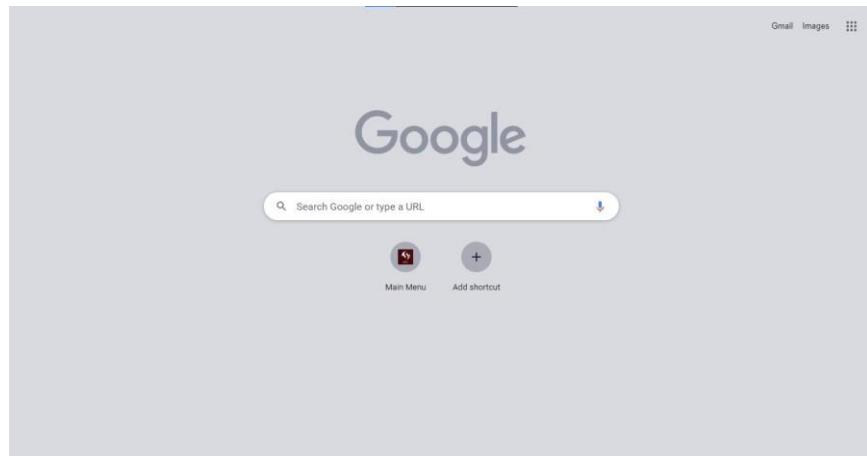
Konten berkas terpilih:
480     'published' => ($table_id > 0 && $this->tables->get($table_id)) ? $this->tables->get($table_id)
481     ['status'] : true,
482     'hide_text_search' => isset($args['hide_text_search']) ? boolval($args['hide_text_search']) :
483     ($table_id > 0 ? !boolval($this->columns->options->get($table_id, 'show_text_search', true)) : false),
484     'skin' => isset($args['skin']) ? strval($args['skin']) : ($table_id > 0 ? strval($this->skins-
485     >get($table_id)) : ''),
486     'text_search_min_symbols' => isset($args['text_search_min_symbols']) ?
487     intval($args['text_search_min_symbols']) : ($table_id > 0 ? $this->columns->options->get($table_id,
488     'text_search_min_symbols', 3) : 0),
489     'placeholder' => isset($args['text_search_placeholder']) ?
WOOT_Vocabulary::get($args['text_search_placeholder']) : ($table_id > 0 ? WOOT_Vocabulary::get($this->columns->options-
>get($table_id, 'text_search_placeholder', 'esc_html__('search by title', 'profit-products-tables-for-woocommerce') . '
...')) : ''),
490     'action' => $table_id > 0 ? WOOT::get_table_action($table_id) : (isset($args['action']) ?
491     $args['action'] : ''),
492     'classes' => $classes,
493     'filter' => $filter,
494     'has_filter' => isset($args['filter_form']) ? boolval(!empty($args['filter_form'])) : ($table_id >
495     ? boolval(count((array) woot->columns->filter->get_acceptor_keys($table_id))) : FALSE),
496     'hide_filter_form' => isset($args['hide_filter_form']) ? boolval($args['hide_filter_form']) :
497     ($table_id > 0 ? boolval($this->columns->options->get($table_id, 'hide_filter_form', FALSE)) : FALSE),

```

Gambar 12. *Plugin yang Digunakan Sicloo*

e. Browser

Browser yang digunakan pada proses pembuatan *website* sicloo.id adalah Google Chrome Version 111.0.5563.65 (Official Build) (64-bit).



Gambar 13. *Browser yang Digunakan Sicloo*

Pengguna juga dapat menyimpan informasi login secara otomatis agar dapat berbelanja di *website* sicloo.id dengan lebih cepat. Penulis menyarankan *browser* Google Chrome dengan versi terbaru agar meningkatkan performa dan keamanan ketika mengakses berbagai *website* termasuk sicloo.id.

3.2 Perancangan Visual

Perancangan visual sangat dibutuhkan agar suatu bisnis memiliki ciri khas dan mudah diingat oleh masyarakat umum dan khususnya target pasar. Perancangan visual Sicloo terdiri dari beberapa jenis yaitu perancangan logo, perancangan kerangka *website*, dan perancangan *user interface website*.

3.2.1 Perancangan Logo

Perancangan logo dari Sicloo menggunakan logo monogram atau sering disebut juga sebagai *lettermarks*. Penggunaan huruf tunggal S memiliki filosofi yang melambangkan sirkulasi atau siklus. Dalam konteks ekonomi sirkular, sirkulasi mengacu pada model ekonomi yang berfokus pada penggunaan ulang dan daur ulang sumber daya alih-alih mengambil dan membuangnya setelah digunakan. Sirkulasi menggambarkan bagaimana sumber daya bisa diolah kembali menjadi barang dan jasa yang bernilai.



Gambar 14. Logo Sicloo

Huruf S adalah singkatan dari "*Sustainability*" yang artinya keberlanjutan.

Model ekonomi sirkular bertujuan untuk menciptakan sebuah sistem yang

berkelanjutan, di mana sumber daya alam dapat dijaga dan digunakan secara optimal untuk generasi masa depan.

Simbol S juga bisa diartikan sebagai "*Symbiosis*". Sirkulasi mengacu pada hubungan simbiosis antara manusia dan lingkungannya, di mana manusia berusaha memanfaatkan sumber daya alam dengan bijaksana dan sekaligus menjaga keseimbangan ekosistem.

Selain itu, huruf S dapat diartikan sebagai "*System*". Model *circular economy* menggambarkan sebuah sistem yang kompleks, yang memerlukan kerjasama dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, perusahaan, dan masyarakat untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi sirkular.

Dengan demikian, filosofi logo huruf S yang ada menggambarkan suatu sistem yang berkelanjutan, memperlihatkan hubungan simbiosis antara manusia dan lingkungannya, serta membutuhkan kerjasama dan koordinasi antara berbagai pihak untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Color palette yang digunakan oleh Sicloo adalah warna putih dan merah *maroon*. Hal ini didasari pada filosofi warna merah *maroon* yang dapat melambangkan kekuatan dan keberanian dalam menghadapi tantangan dan rintangan dalam mencapai tujuan. Ini bisa menjadi simbol kekuatan dan kebanggaan bagi Sicloo sebagai merek *circular economy fashion* Indonesia yang mencoba mengubah industri *fashion* menjadi lebih berkelanjutan.

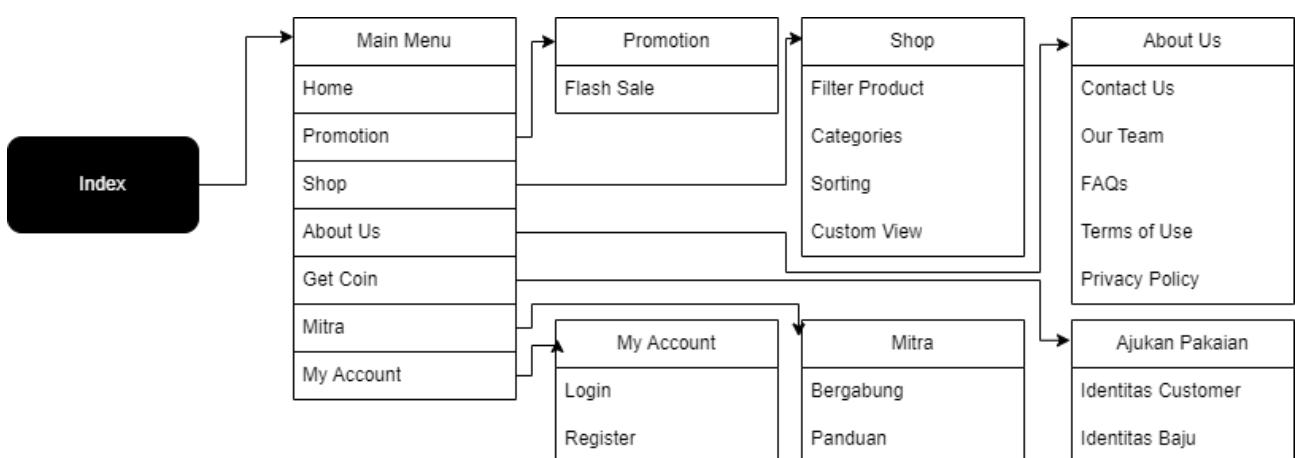


Gambar 15.
Logo Sicloo *Simplified*

Filosofi warna putih sendiri memberi arti kepolosan dan kemurnian namun dalam dunia kemasan, warna putih cenderung digunakan untuk mengangkat kesan bersih dan higienis, sehingga memberi gambaran bahwa pakaian yang berada dalam kemasan sangat steril dan bersih sehingga layak untuk dimiliki.

3.2.2 Perancangan Kerangka Website

Perancangan ini dibuat untuk mengetahui komponen apa saja yang menjadi fitur utama dan fitur tambahan dalam pembuatan website sicloo.id. Dapat dilihat pada gambar, terdapat alur website yang berisi fitur yang dibutuhkan dalam membangun website sicloo.id.



Gambar 16.
Kerangka Website Sicloo

Rancangan ini dibuat dengan memperhatikan konten dari setiap halaman web yang ditampilkan dalam *website* sicloo.id agar efektif dan fungsional dalam menyampaikan informasi dan juga alur bisnis melalui *website*. Halaman web yang dirancang oleh Sicloo sebagai berikut.

1. *Main Menu*

Halaman ini adalah halaman utama atau *landing page* ketika pengguna mengakses *website* sicloo.id. Halaman utama ini berisi sejumlah fitur seperti *home*, *promotion*, *shop*, *about us*, *get coin*, mitra, dan *my account*.

2. *Promotion*

Halaman ini adalah halaman yang berguna untuk menampilkan informasi berupa potongan koin dan *event*. Selain itu, halaman ini diharapkan dapat menarik minat pengguna untuk bertransaksi di *website* sicloo.id.

3. *Shop*

Halaman ini berguna untuk menampilkan barang yang ada di *warehouse* Sicloo. Barang yang ditampilkan memiliki 1 foto, deskripsi, dan harga yang jelas. Terdapat sejumlah fitur di halaman ini seperti *filter product*, *categories*, *sorting*, dan *custom view*.

4. *About Us*

Halaman ini bertujuan untuk memperkenalkan tim Sicloo serta mengedukasi masyarakat melalui sejumlah informasi menarik seputar

SDGs poin ke 12 dan pengelolaan limbah *fashion* lainnya. Terdapat sejumlah fitur pada halaman ini seperti *contact us*, *our team*, *FAQs*, *terms of use*, dan *privacy policy*.

5. *Get Coin*

Halaman ini bertujuan untuk pengajuan pakaian agar pengguna mendapatkan sejumlah koin berdasarkan kuantitas dan kualitas pakaian yang diajukan melalui *form*. *Form* yang harus diisi ini terdiri dari identitas pengguna dan identitas pakaian.

6. *Mitra*

Halaman ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana cara bermitra dengan Sicloo. Selain itu, halaman ini juga memiliki fungsi untuk memperkenalkan mitra toko pakaian Sicloo yang saat ini tersebar di Kota Tasikmalaya. Terdapat dua fitur utama pada halaman ini yaitu bergabung dan panduan.

7. *My Account*

Halaman ini bertujuan untuk mendata pengguna berdasarkan akunnya sehingga koin dan alamat pengguna tidak tertukar. Terdapat dua fitur utama pada halaman ini yaitu *login* dan *register*.

3.2.3 Perancangan *User Interface Website*

Perancangan ini bertujuan untuk mengetahui gambaran sebelum implementasi pembuatan *website*. Rancangan ini merupakan rancangan kerangka *website* sicloo.id dalam bentuk *wireframe user interface website* sicloo.id dengan rincian per halaman sebagai berikut.

1. Header

Pada halaman ini terdapat sejumlah *icon*, *button* dan *image button* di bagian *header* dengan kode warna #FFFFFF □ dan rincian sebagai berikut.



Gambar 17.
Wireframe Header

a. *Icon*

Aset ini merupakan *non-clickable asset* yang berfungsi untuk menunjukkan identitas *website* dengan logo Sicloo *simplified* di kiri atas halaman *web*.

b. *Button*

Aset ini merupakan *clickable asset* yang berfungsi mengarahkan *viewport* pengguna ke suatu halaman *web*. Aset ini memiliki latar transparan dan bertuliskan *Home*, *Promotion*, *Shop*, *About Us*, *Get Coin*, dan *Mitra* dengan kode warna #7F7F7F ■ ketika *idle* dan #262626 ■ ketika *hover*.

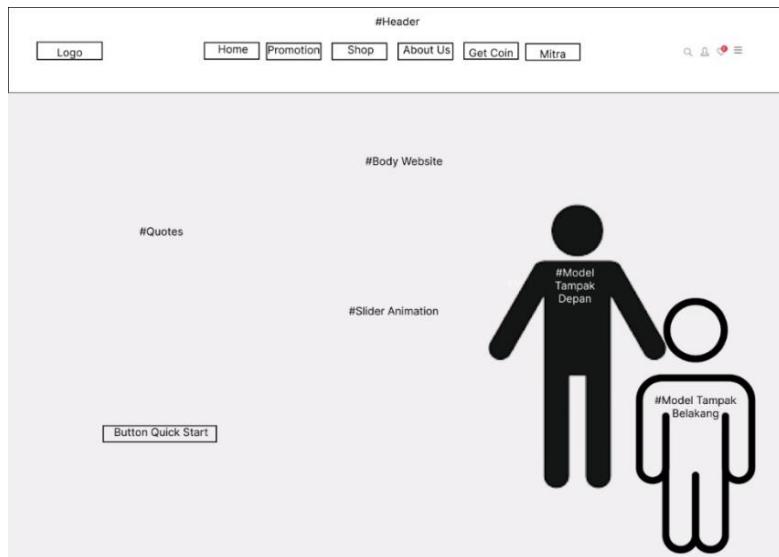
c. *Image Button*

Aset ini merupakan *clickable asset* yang berfungsi mengarahkan *viewport* pengguna ke suatu halaman *web*. Aset ini memiliki latar putih dan bergambar (*Search*), (*My Account*), (*Favorites*), and (≡).



Menu List dengan kode warna #262626 ketika *idle* dan #DD2831 ketika *hover*.

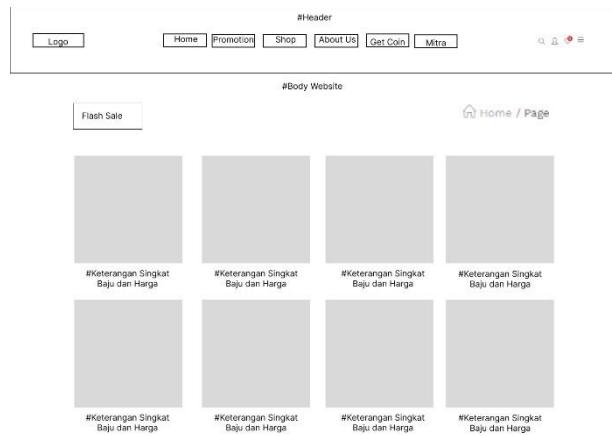
2. Home



Gambar 18.
Wireframe Home

Home memuat bagian *body website* yang berisi *slider animation* yang menggambarkan produk Sicloo secara umum dari tampak depan dan belakang disertai *quick start button* untuk mengajukan pakaian dan *quotes* untuk mengurangi limbah tekstil dengan Sicloo.

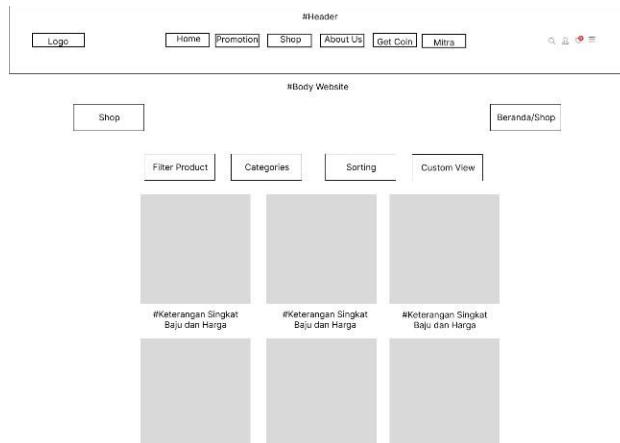
2. Promotion



Gambar 19.
Wireframe Promotion

Promotion berisi berisi *flash sale*. Fitur ini menunjukkan produk Sicloo dengan sejumlah diskon dan *event* promosi yang menarik. Susunan produk pada *portview* laptop pengguna adalah 4 baris dan 2 kolom. Masing-masing produk terdapat setidaknya 1 gambar, keterangan nama pakaian, *rating*, dan harga yang telah diberikan diskon.

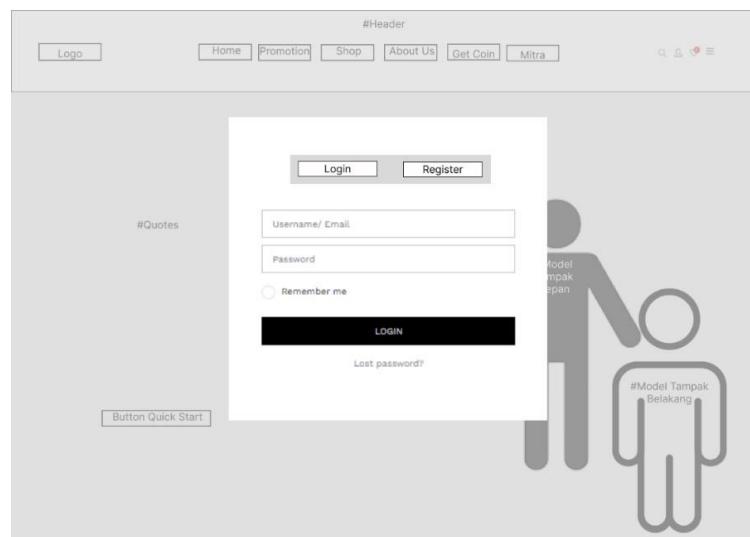
3. Shop



Gambar 20.
Wireframe Shop

Shop menunjukkan produk Sicloo dengan sejumlah fitur pencarian seperti *filter product*, *categories*, *sorting*, dan *custom view*. Susunan produk pada *portview* laptop pengguna secara *default* adalah 3 baris dan 4 kolom. Masing-masing produk terdapat setidaknya 1 gambar, keterangan nama pakaian, *rating*, dan harga.

4. *My Account*



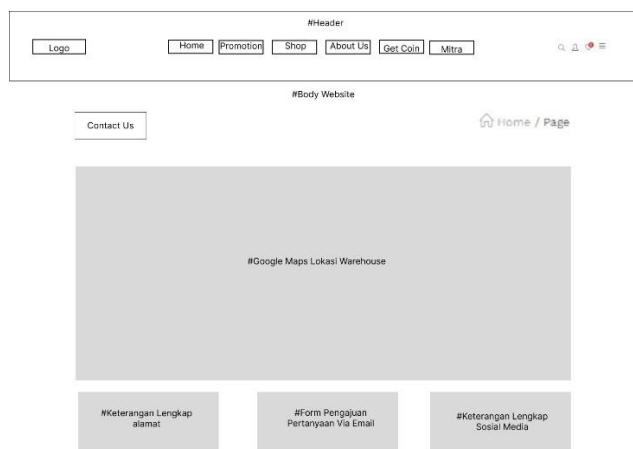
Gambar 21.
Wireframe My Account

Pada halaman ini terfokus pada bagian *body website* yang menunjukkan *pop-up form* untuk *login* dan *register* akun pengguna. Hal ini dibutuhkan untuk mengetahui identitas pengguna seperti nama pengguna dan menjamin keamanan akun pengguna dengan *password* yang dapat

disesuaikan.

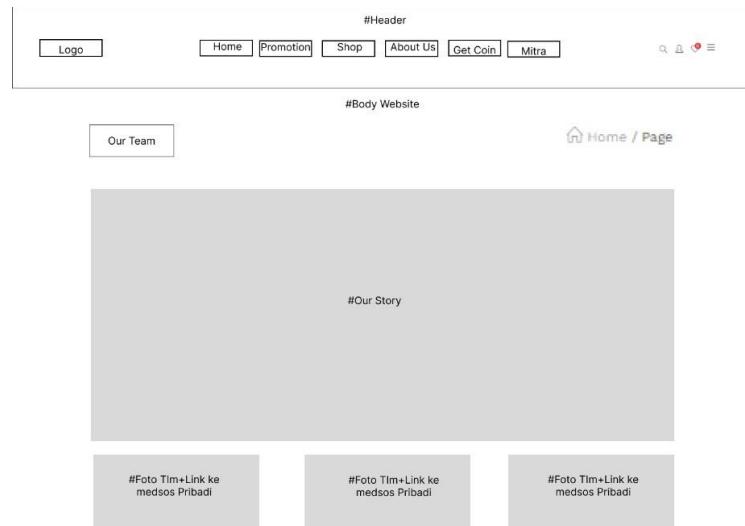
5. Contact Us

Pada halaman ini terdapat sejumlah *icon*, *button* dan *image button* di bagian *header* dengan kode warna #FFFFFF □ dan rincian sebagai berikut. Selain itu, terdapat bagian *body website* yang menunjukkan *contact us* berupa Google Maps dengan koordinat *warehouse* Sicloo, alamat *warehouse* Sicloo, sosial media Sicloo, dan *form* pengajuan pertanyaan via email.



Gambar 22.
Wireframe Contact Us

6. Our Team



Gambar 23.
Wireframe Our Team

Our team menunjukkan *Our Story* berupa latar belakang perjalanan Sicloo, edukasi pengelolaan limbah tekstil, dan foto anggota tim yang disertai media sosial pribadi.

7. FAQs



Gambar 24.

Wireframe FAQs

Bagian ini menjelaskan FAQs (*Frequently Asked Question*) untuk menjawab pertanyaan umum seputar Sicloo dan cara transaksinya.

8. Terms of Use

Bagian ini menunjukkan kebijakan penggunaan dan identitas Sicloo.



Gambar 25.
Wireframe Term of Use

9. Privacy Policy



Gambar 26.

Wireframe Privacy Policy

Privacy Policy berisi kebijakan privasi, identitas Sicloo, kebijakan berkomentar, media, kuki, konten terkait di luar *website*, informasi yang dibagikan, pengelolaan data, hak pengguna, dan pengiriman data.

3.3 Perancangan Teknologi Tepat Guna

Perancangan teknologi tepat guna merupakan tahap setelah desain visual selesai dibuat untuk lanjut ke tahapan pembuatan dan pengembangan (Riyanto, 2022). Salah satu metode pengembangan yang tepat digunakan untuk mengembangkan perangkat lunak adalah metode *agile development*.

3.3.1 Agile Development

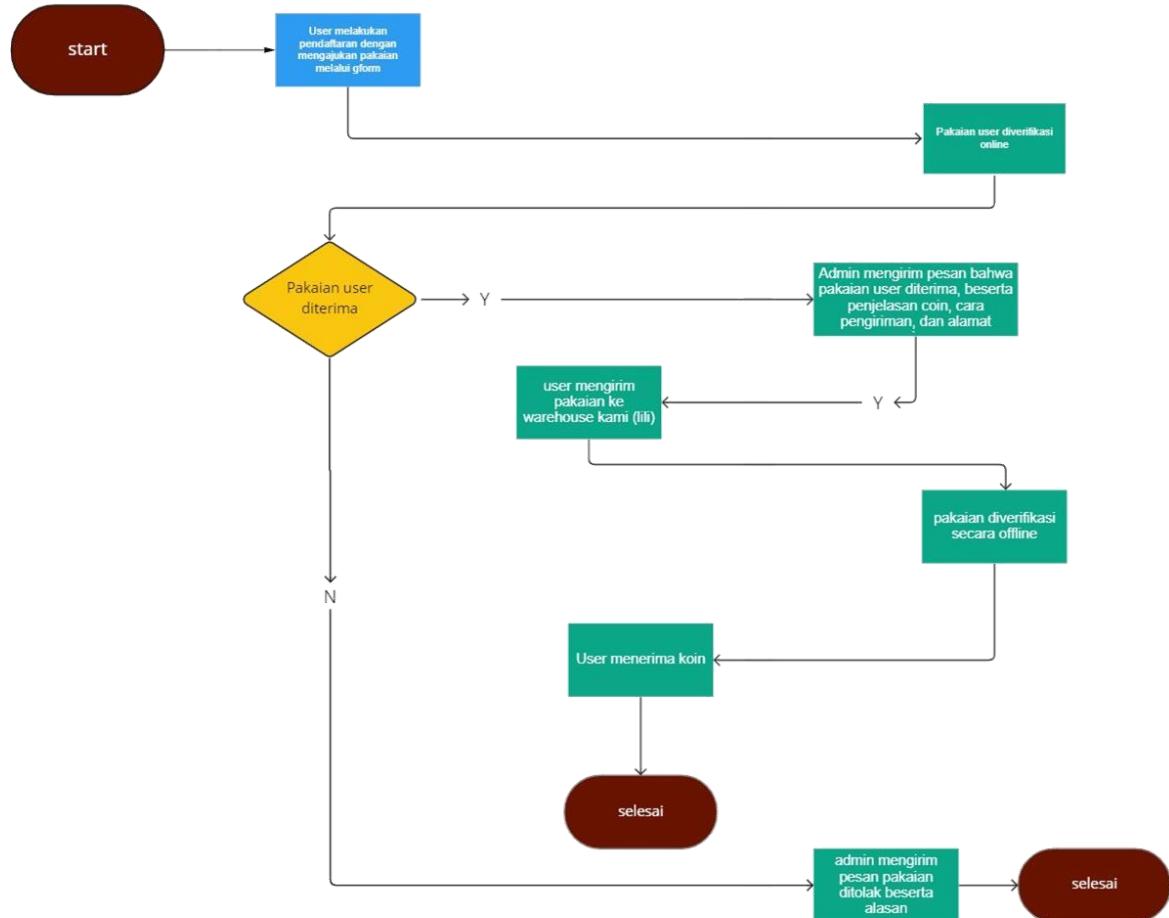
Agile adalah suatu pendekatan pengembangan perangkat lunak yang menekankan pada nilai-nilai seperti kolaborasi, adaptabilitas, dan pengiriman nilai yang cepat kepada pelanggan (Mohammad, M. 2019). *Agile* juga menempatkan fokus pada kebutuhan pelanggan dan memungkinkan untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas dengan lebih cepat dan lebih efektif. Salah satu langkah penting dalam pengembangan *agile* adalah menciptakan *Minimum Viable Product* (MVP). *MVP* adalah produk riil yang memiliki fungsionalitas yang mendasar atau secukupnya, namun sudah layak digunakan oleh pengguna dini (Aulia, 2023). Proses pembuatan *MVP* dilakukan dengan menggunakan *sprint* dan *backlog*. *Sprint* adalah periode waktu yang telah ditetapkan sebelumnya, di mana penulis menciptakan sebuah fitur baru atau memperbaiki fitur yang sudah ada. Sedangkan

backlog adalah daftar tugas yang harus dikerjakan oleh tim pengembang dalam sprint tersebut. Dalam proses pengembangan *Agile*, *MVP* dibuat sebagai cara untuk memvalidasi ide produk sebelum meluncurkannya ke pasar. Penulis dapat memperoleh umpan balik dari pengguna dini tentang kelebihan dan kekurangan produk dengan membuat *MVP* terlebih dahulu. Kemudian, penulis dapat memperbaiki produk berdasarkan umpan balik tersebut. *MVP* juga memungkinkan penulis untuk merancang produk secara iteratif. Dengan membuat *MVP* terlebih dahulu, penulis dapat menyelesaikan satu fitur setelah fitur yang lainnya. Proses ini memungkinkan untuk melakukan perubahan atau penyesuaian pada fitur-fitur yang telah selesai sebelum melanjutkan ke fitur-fitur berikutnya. Dalam rangka mengukur *product-market fit* dan mendapatkan *validated learning*, penulis menggunakan *agile charter canvas*, berikut merupakan *sprint* yang telah dilaksanakan dalam mengembangkan produk Sicloo.

<p> HMW</p> <p>Bagaimana kita bisa membantu wanita untuk tetap tampil fashionable dengan jenis baju yang berbeda-beda tanpa harus mengeluarkan uang untuk belanja pakaian.</p>	<p> Validated Solution</p> <p>Sebuah aplikasi tukar pakaian yang membantu wanita untuk tetap tampil fashionable dengan jenis baju yang berbeda-beda tanpa harus mengeluarkan uang untuk belanja pakaian.</p>	<p> MVP</p> <p>fitur diperlukan oleh seorang verifikator yang melakukan pengecekan kualitas produk yang dikirimkan sehingga customer mendapatkan koin yang sesuai untuk ditukarkan dengan model pakaian yang diinginkan</p>	<p> Team</p> <p>1. Ocktapiana Aulia 2. Benyamin hartanto 3. Carin Manisha Puteri 4. Lili latifah</p>															
<p> Business Opportunity</p> <p>Menurut laporan situs jual beli barang bekas Thredup, pasar barang preloved akan senilai 41 miliar dollar di tahun 2022 dan sekitar 49 persennya adalah pakaian.</p> <p> Desirability</p> <p>Dari 20 wanita ditargetkan 75% wanita akan melakukan transaksi sebanyak 1x pertukaran</p> <p> Feasibility</p> <p>Pakaian yang ditukar dan didapatkan customer mendapatkan kualitas yang senilai</p> <p> Viability</p> <p>Ditargetkan dari 15/20 customer kami akan mendapatkan Rp 1000 per transaksi</p>	<p> Backlogs</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sprint 1</th> <th>Sprint 2</th> <th>Sprint 3</th> <th>Sprint 4</th> <th>Sprint 5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 1. Pembuatan sistem pengajuan dan pertukaran 2. Pembuatan landing page 3. Platfrom media sosial 4. Pengadaan pakaian </td><td> 1. Membuat katalog pakaian 2. Menjalin kerja sama dengan komunitas 3. Mengumpulkan 20 early adopter 4. Melakukan Proses Bisnis 5. MPV 1.0 release dengan DFV terukur </td><td> 1. MPV release 2.0 dengan DFV terukur 2. Penawaran kerja sama 3. Pengadaan franchise 4. Customer akuisisi 2 5. Marketing sosial media 2 </td><td> 1. MPV release 3.0 2. pembukaan gerai 3. customer akuisisi platform online online 3 </td><td> 1. MPV release 2.0 2. Marketing platform 3. Marketing Franchise 4. Daftar Merek 5. Membuat halaman Pembayaran Sicloo </td></tr> <tr> <td></td><td></td><td> 6. Integrasi website dengan sosial media 7. Membuat dompet digital Sicloo </td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>			Sprint 1	Sprint 2	Sprint 3	Sprint 4	Sprint 5	1. Pembuatan sistem pengajuan dan pertukaran 2. Pembuatan landing page 3. Platfrom media sosial 4. Pengadaan pakaian	1. Membuat katalog pakaian 2. Menjalin kerja sama dengan komunitas 3. Mengumpulkan 20 early adopter 4. Melakukan Proses Bisnis 5. MPV 1.0 release dengan DFV terukur	1. MPV release 2.0 dengan DFV terukur 2. Penawaran kerja sama 3. Pengadaan franchise 4. Customer akuisisi 2 5. Marketing sosial media 2	1. MPV release 3.0 2. pembukaan gerai 3. customer akuisisi platform online online 3	1. MPV release 2.0 2. Marketing platform 3. Marketing Franchise 4. Daftar Merek 5. Membuat halaman Pembayaran Sicloo			6. Integrasi website dengan sosial media 7. Membuat dompet digital Sicloo		
Sprint 1	Sprint 2	Sprint 3	Sprint 4	Sprint 5														
1. Pembuatan sistem pengajuan dan pertukaran 2. Pembuatan landing page 3. Platfrom media sosial 4. Pengadaan pakaian	1. Membuat katalog pakaian 2. Menjalin kerja sama dengan komunitas 3. Mengumpulkan 20 early adopter 4. Melakukan Proses Bisnis 5. MPV 1.0 release dengan DFV terukur	1. MPV release 2.0 dengan DFV terukur 2. Penawaran kerja sama 3. Pengadaan franchise 4. Customer akuisisi 2 5. Marketing sosial media 2	1. MPV release 3.0 2. pembukaan gerai 3. customer akuisisi platform online online 3	1. MPV release 2.0 2. Marketing platform 3. Marketing Franchise 4. Daftar Merek 5. Membuat halaman Pembayaran Sicloo														
		6. Integrasi website dengan sosial media 7. Membuat dompet digital Sicloo																

Gambar 27.
Agile Charter Canvas

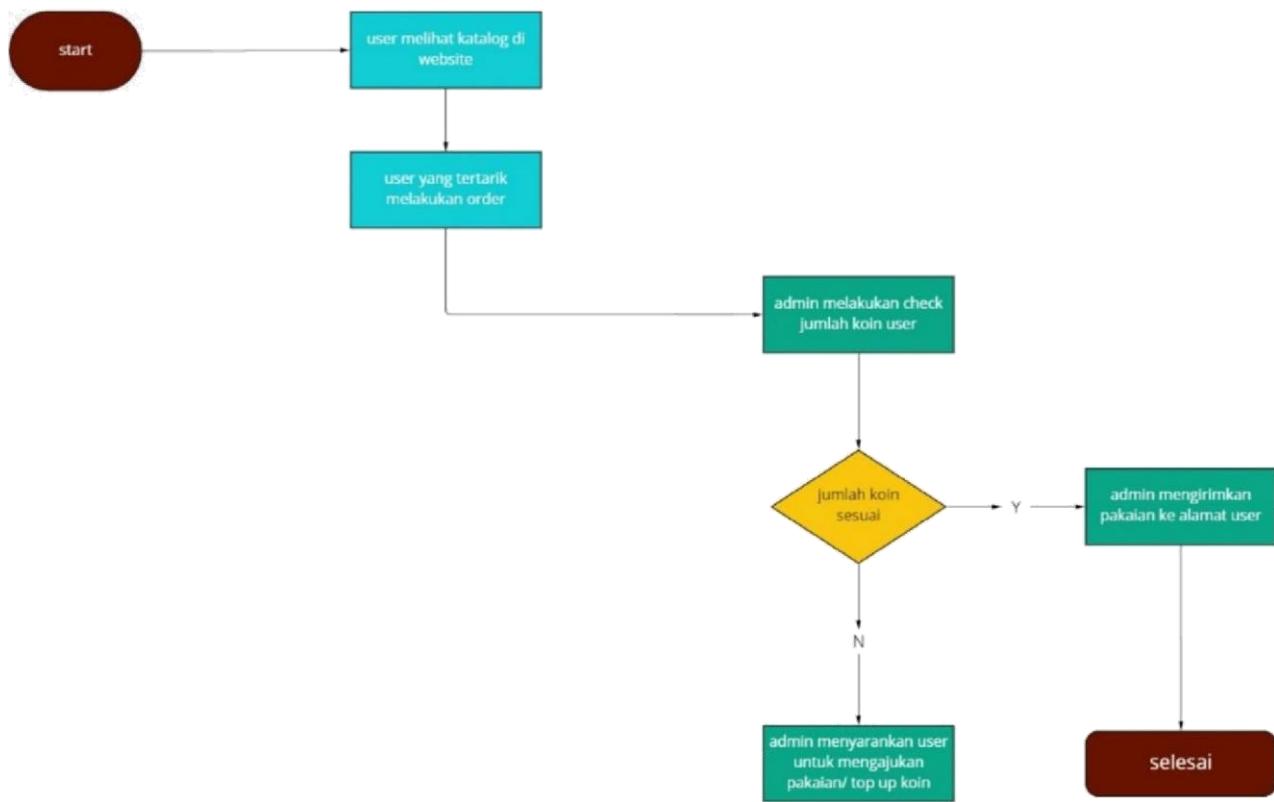
a. Sprint 1



Gambar 28.
Flowchart Pengajuan Pakaian

Sprint satu merupakan tahap awal dalam pengembangan produk yang bertujuan untuk merancang konsep produk. Dalam *sprint* satu, penulis fokus pada pembuatan sistem pengajuan dan pertukaran pakaian untuk *website*.

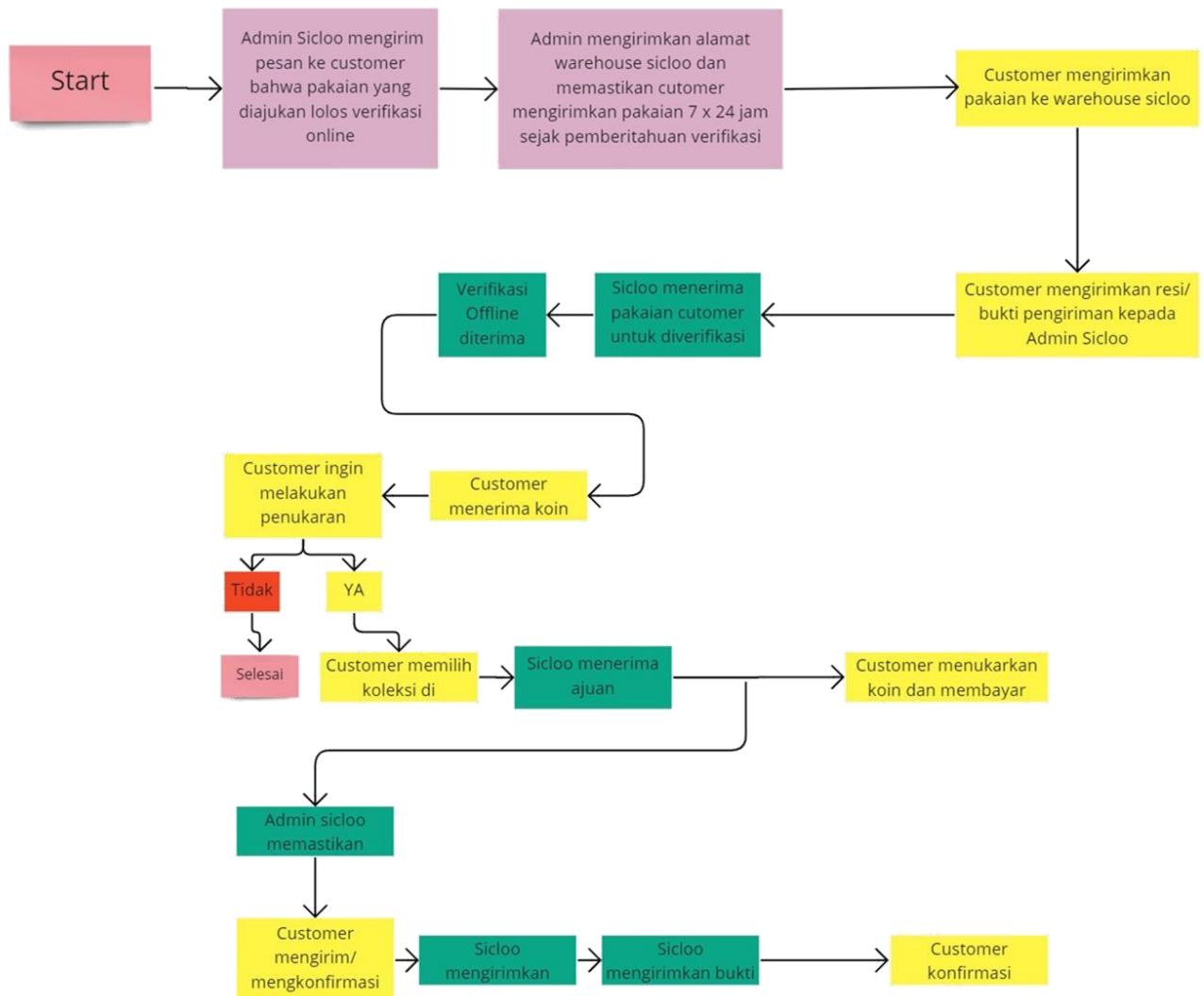
Gambar 29.
Flowchart Penukaran Pakaian



Pada proses pengajuan pakaian pengguna akan mengajukan pakaian yang ingin ditukar. Pakaian tersebut akan melalui proses verifikasi secara *online* dan *offline* sebelum pengguna diberikan koin sebagai imbalan. Jika terdapat pakaian yang tidak berhasil diverifikasi, maka pengguna akan mendapatkan penolakan beserta alasan yang jelas untuk menjaga transparansi dan kepercayaan pengguna terhadap sistem yang berjalan.

Selanjutnya untuk alur pertukaran pakaian dimulai dengan pengguna melihat katalog produk pada *website*, kemudian admin akan memeriksa jumlah koin yang dimiliki oleh pengguna untuk memenuhi permintaan pertukaran pakaian. Jika jumlah koin mencukupi, produk akan dikirimkan ke alamat pengguna, tetapi jika tidak mencukupi, pengguna akan disarankan untuk

mengajukan pakaian mereka terlebih dahulu sebelum dapat memperoleh produk pertukaran.



Gambar 30.
Flowchart Pengiriman Pakaian

Proses bisnis pengiriman pakaian akan dimulai dengan pemberitahuan dari admin mengenai hasil verifikasi *online* pakaian yang dikirimkan oleh pelanggan. Selanjutnya, pelanggan akan mengirimkan pakaianya dan dilakukan verifikasi

secara *offline*. Jika pakaian tersebut lolos verifikasi, pelanggan akan diberikan koin sebagai bentuk pengganti dan dapat digunakan untuk mendapatkan pakaian yang diinginkan di *website*. Dengan cara ini, pelanggan akan dapat memperoleh pakaian yang diinginkan dengan menggunakan koin sebagai alat tukar yang diperoleh dari pengiriman pakaian mereka.

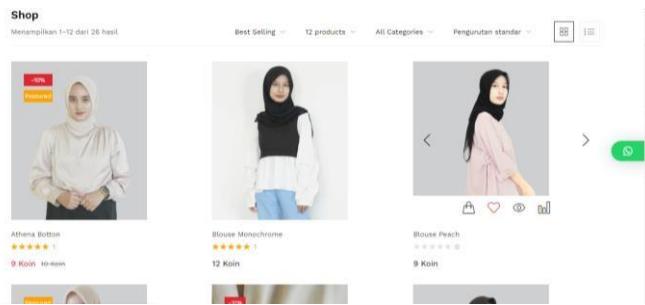
b. *Sprint 2*

Sprint dua merupakan tahap pengembangan produk yang bertujuan untuk pengembangan katalog pakaian *website*. Proses pengembangan dimulai dengan pengadaan pakaian, yang merupakan bagian penting dalam menciptakan katalog pakaian yang berkualitas. Setelah pakaian terkumpul, tim pengembang Sicloo melakukan pemotretan dengan *influencer* dari Tasikmalaya untuk menampilkan pakaian dengan cara yang menarik.



Gambar 31.
Dokumentasi Foto Produk Sicloo

Hasil foto kemudian digunakan untuk membuat katalog di *website*, dengan menyertakan asset foto dan deskripsi detail dari setiap produk yang ditampilkan.



Gambar 32.
Katalog *Website* Sicloo

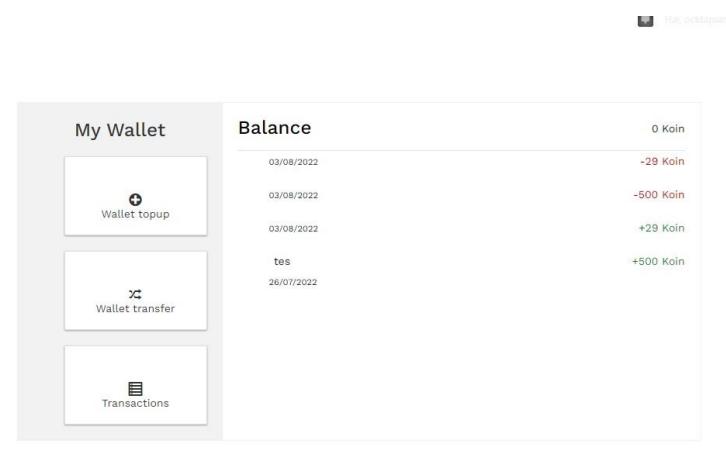
Pada tahap ini, penulis memperhatikan detail dalam setiap proses pengembangan katalog pakaian dengan memastikan bahwa setiap produk yang ditampilkan memiliki deskripsi yang jelas dan detail, sehingga pengguna dapat memahami dengan mudah karakteristik dan fitur dari setiap pakaian. Hal ini penting untuk meningkatkan kualitas katalog pakaian dan pengalaman pengguna pada *website*.



Gambar 33.
Deskripsi Produk *Website* Sicloo

c. Sprint 3

Sprint tiga merupakan tahap yang bertujuan untuk merancang pengembangan fitur dompet digital. Penulis menciptakan sistem dompet digital yang terintegrasi dengan *website* Sicloo, dengan tujuan untuk mempermudah transaksi bagi para pengguna. Selain itu, sistem dompet digital ini juga memungkinkan para pengguna untuk melihat jumlah koin yang dimiliki, yang merupakan hasil dari pengajuan pakaian berdasarkan kualitasnya. Dengan adanya sistem dompet digital ini, pengguna dapat dengan mudah mengelola keuangan dan memantau koin yang dimiliki untuk digunakan untuk tukar pakaian.



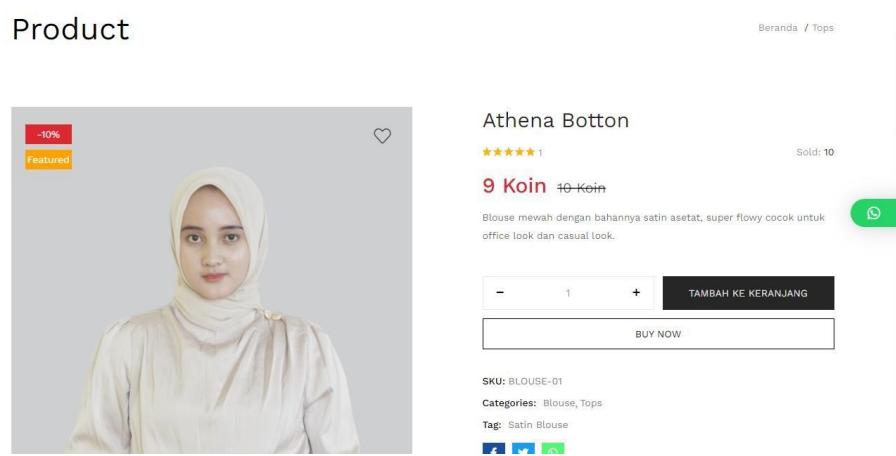
Gambar 34.
Halaman Dompet Digital Sicloo

d. Sprint 4

Sprint empat merupakan tahap yang bertujuan untuk merancang sistem konversi mata uang rupiah menjadi koin di *website* Sicloo. Tujuan dari

pembuatan sistem ini adalah untuk memungkinkan *website* secara otomatis mengkonversi nilai pakaian Sicloo menjadi koin, yang nantinya dapat ditukarkan untuk mendapatkan pakaian di *website*. Sistem konversi ini sangat penting karena memungkinkan pengguna untuk menggunakan nilai pakaian Sicloo yang mereka miliki dengan lebih fleksibel, tanpa harus membeli produk baru. Secara keseluruhan, *sprint* tiga merupakan tahap penting dalam pengembangan Sicloo karena fokus pada pembuatan sistem konversi mata uang rupiah ke koin.

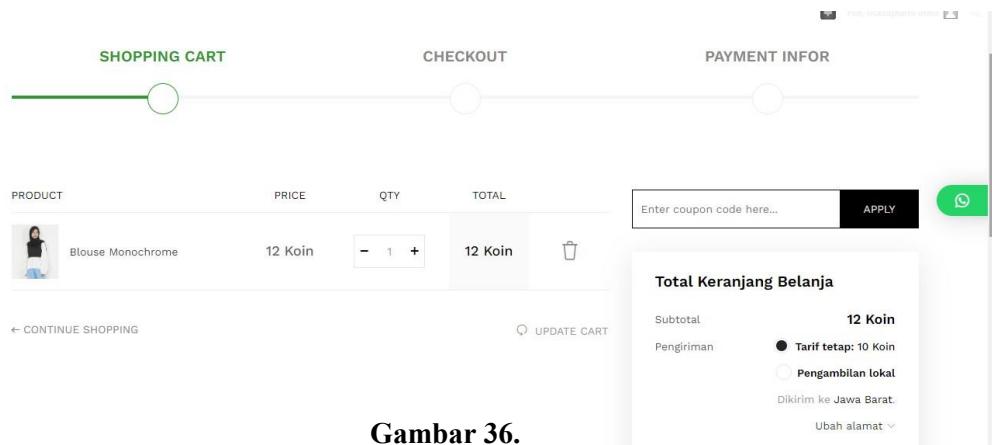
Product



Gambar 35.
Konversi Rupiah ke Koin

Selain itu dalam tahap *sprint* ini penulis menambahkan beberapa fitur baru pada *website*. Salah satu fitur yang ditambahkan adalah halaman *wishlist*, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan produk yang diinginkan untuk dibeli nanti. Penulis juga menambahkan fitur *cart* yang memudahkan pengguna untuk melihat produk yang sudah mereka tambahkan sebelum melakukan pembelian. Selanjutnya, fitur *checkout* juga ditambahkan untuk memudahkan proses

pembayaran bagi pengguna yang ingin membeli produk yang mereka pilih. Selain itu, pengguna sekarang dapat melakukan pembayaran melalui *website* menggunakan mata uang koin sepenuhnya. Semua fitur baru ini dirancang untuk memperbaiki pengalaman pengguna dan meningkatkan kemudahan dalam melakukan transaksi di *website*.



Gambar 36.
Halaman Pembayaran *Website* Sicloo

e. Sprint 5

Sprint lima fokus pada pembuatan halaman mitra untuk memperluas pasar. Penulis membuat *franchise* gerai tukar *offline* yang terintegrasi dengan *website* untuk menambahkan layanan *offline* bagi para pelanggan. Sebelum memulai pengadaan, penulis melakukan survei kebutuhan kepada beberapa toko pakaian di daerah Tasikmalaya, sehingga dapat memahami kebutuhan mitra secara lebih mendalam.



Gambar 37.
Dokumentasi Kunjungan Gerai Tukar Pakaian

Setelah itu, tim melakukan pengadaan untuk *set up* toko, dan mempromosikan *franchise* di halaman mitra untuk membantu meningkatkan promosi tokonya. Diharapkan dengan adanya gerai tukar *offline* ini, pelanggan akan semakin mudah dan nyaman melakukan transaksi, serta dapat memperluas jangkauan pasar bagi mitra bisnis.

Testimoni



★★★★★
Neng Siti Sopiah /Mahasiswa

Sicloo sangat membantu saya yang ingin mengganti gaya berpakaian setiap hari tanpa membeli pakaian setiap bulan



★★★★★
Helena Priska Wardaningrum /Guru
Platform terbaik untuk beli baju dengan baju



★★★★★
Pamelia Roseliani /Karyawan

Dengan adanya Sicloo, pakaian di lemari saya tidak menumpuk dan bisa berganti gaya dengan mudah



★★★★★
Surahmi Salsabila L /Mahasiswa
Pakaian yang ada di Sicloo sangat nyaman dipakai terlihat seperti baru

Mitra



NY. HJ. IDA HIDAYAT

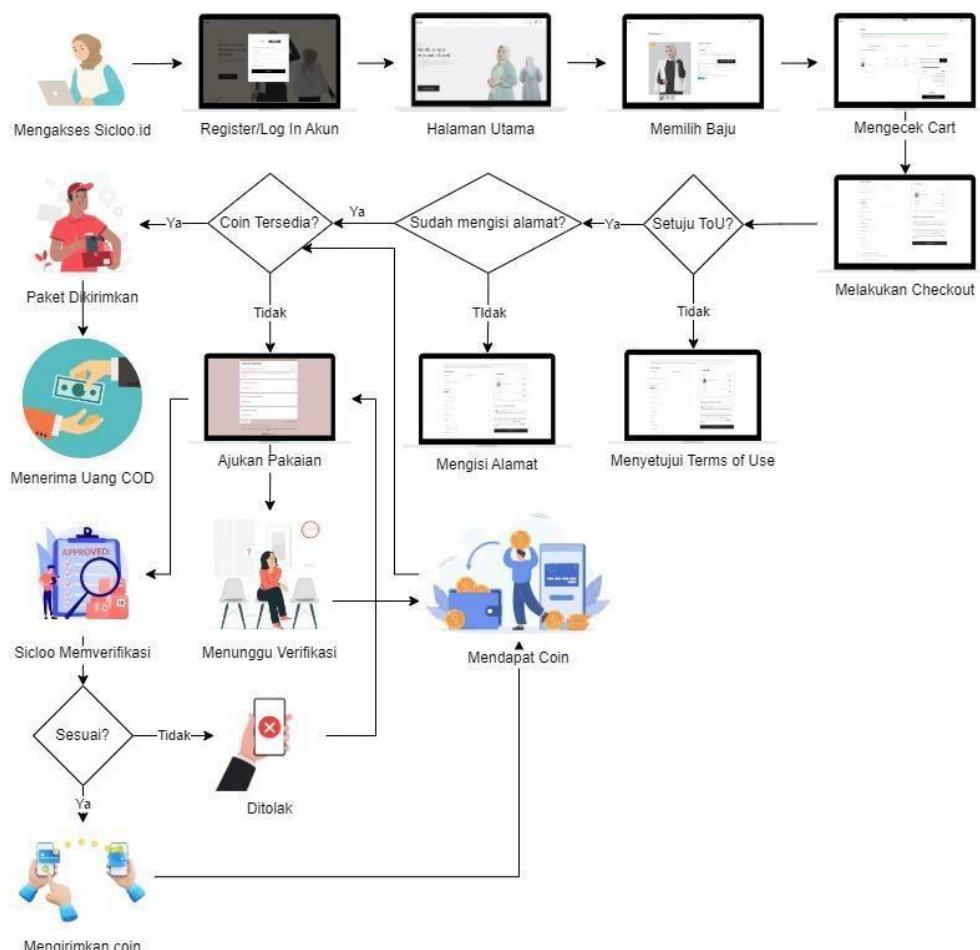
Gambar 38.

Halaman Testimoni *Website* Sicloo

3.4 Desain Bisnis

Berdasarkan data yang dikumpulkan maka alur proses bisnis Sicloo terbagi menjadi dua alur, yaitu alur bisnis melalui *website* dan alur bisnis melalui mitra.

3.4.1 Alur Bisnis Melalui *Website*



Gambar 39.
Diagram Alur Bisnis Sicloo Melalui *Website*

Alur bisnis Sicloo melalui *website* mengikuti tahapan sebagai berikut.

1. Pengguna mengakses *website* sicloo.id menggunakan mesin pencari atau *browser* dari berbagai perangkat seperti *handphone*, *tablet*, dan *laptop*.

2. Pengguna melakukan *register* akun dengan mengisi *username*, *email*, *password*, dan *confirmation password*. Apabila pengguna telah melakukan registrasi, maka pengguna dapat masuk dengan *username* atau *email* dan *password* yang telah diregistrasikan.
3. Pengguna dapat mengeksplor halaman utama untuk melihat berbagai fitur dengan fitur utama pada bagian *shop*.
4. Pengguna memilih baju dengan bantuan fitur *sorting*, *categories*, *grid view*, dan *bestselling*. Setiap produk dapat dilihat label diskon, harga, deskripsi, ukuran, dan *rating* sebagai *preview*. Setelah melihat-lihat produk maka pengguna dapat memasukkan produk ke dalam *cart* beserta jumlah yang diinginkan.
5. Pengguna mengecek *cart* untuk memastikan jumlah produk yang akan dibeli sudah sesuai.
6. Pengguna melakukan *checkout* dengan memperhatikan beberapa hal seperti.
 - a. Telah membaca dan menyetujui *terms of use*
 - b. Telah mengisi alamat penerima
 - c. Memiliki saldo koin yang cukup
7. Pengguna menunggu kiriman barang dari Sicloo dan membayar biaya admin saja sebesar 10 sampai 20 ribu rupiah.

3.4.2 Alur Bisnis Melalui Mitra



Gambar 40.

Diagram Alur Bisnis Sicloo Melalui Mitra

Alur bisnis Sicloo melalui gerai tukar pakaian (*franchise*) mengikuti tahapan sebagai berikut.

1. Pelanggan mengunjungi toko mitra Sicloo. Pengguna juga dapat mengakses *website* sicloo.id untuk mengetahui lokasi dan media sosial dari media sosial mitra Sicloo.
2. Pelanggan membawa pakaian yang akan diajukan sebagai syarat melakukan pertukaran pakaian.
3. Pelanggan menunggu verifikasi pakaian yang dilakukan oleh mitra Sicloo. Mitra Sicloo melakukan verifikasi pakaian sesuai dengan panduan kemitraan.
4. Ketika pengajuan pakaian telah terverifikasi maka pelanggan dapat memilih baju Sicloo yang telah terpajang di setiap toko mitra Sicloo.
5. Setelah memilih baju yang setara dengan baju yang diajukan maka pelanggan dapat menukar baju tersebut dengan hanya membayar biaya admin saja sebesar 10 sampai 20 ribu rupiah.