

**PENERAPAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* DALAM
RANCANGAN IDE BISNIS KALOGRAFI**



Disusun Oleh:

N a m a : Aswal Chusnan Widodo
NIM : 17523113

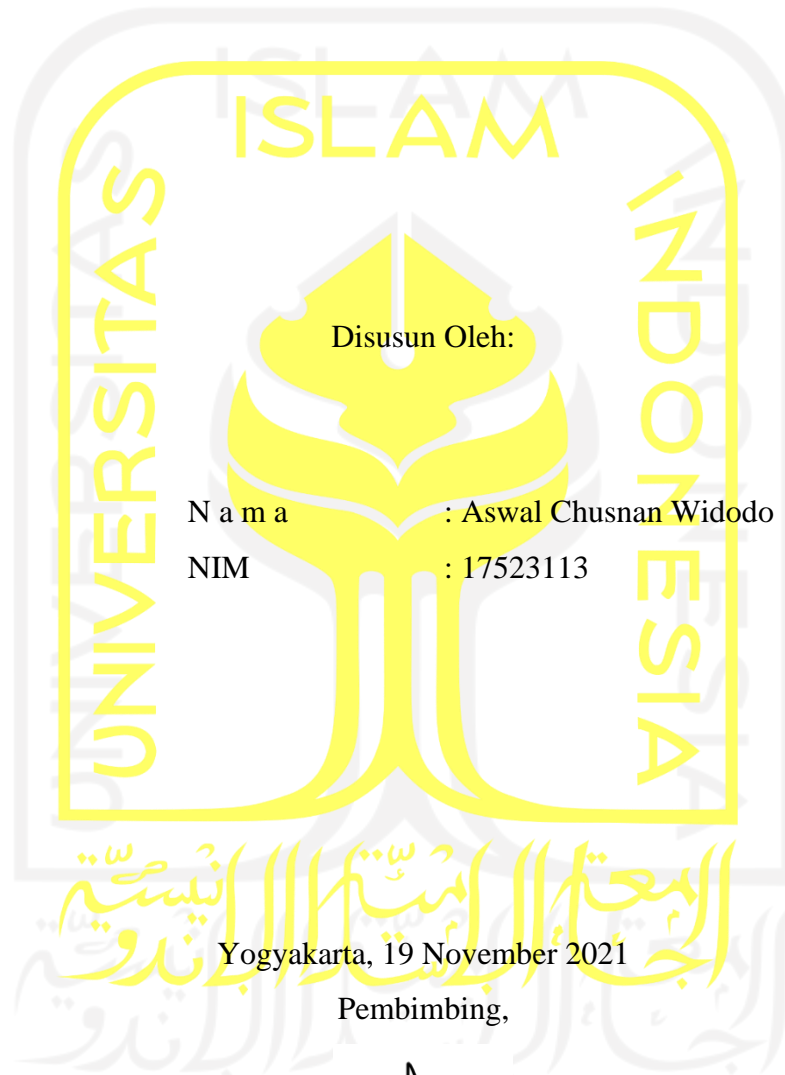
**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**PENERAPAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* DALAM
RANCANGAN IDE BISNIS KALOGRAFI**

TUGAS AKHIR



A handwritten signature in black ink, which appears to be 'Elyza Gusri Wahyuni'.

(Elyza Gusri Wahyuni, S.T., M.Cs)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PENERAPAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* DALAM
RANCANGAN IDE BISNIS KALOGRAFI**

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana
di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 19 November 2021

Tim Penguji

Elyza Gustri Wahyuni, S.T., M.Cs

Anggota 1

Dr. Mukhammad A Setiawan, S.T., M.Sc

Anggota 2

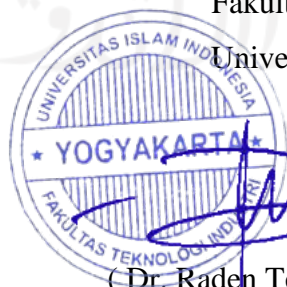
Irving Vitra Papatungan, S.T., M.Sc., Ph.D

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



(Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aswal Chusnan Widodo

NIM : 17523113

Tugas akhir dengan judul:

**PENERAPAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* DALAM
RANCANGAN IDE BISNIS KALOGRAFI**

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 November 2021



(Aswal Chusnan Widodo)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia – Nya sehingga saya selaku penulis dari tugas akhir ini bisa menyelesaikannya dengan lancar. Tugas akhir ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Ibu Siti Halimah dan Bapak Slamet Widodo serta kakak – kakak saya yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta motivasi yang membangun kepada diri saya. Do'a, ketulusan, dan kasih sayang yang terus diberikan dari keluarga saya menjadi sumber semangat dan motivasi saya untuk tidak kenal lelah dalam menjalankan kehidupan ini. Terimakasih atas semua dukungan moral maupun materil yang kalian berikan sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.



HALAMAN MOTO

“You still have a lot of time to make yourself be what you want.”

S. E. Hinton

“Hidup bukan untuk saling mendahului, tak ada yang tahu kapan kau mencapai tuju.”

Hindia

“Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu, maka ia berada di jalan Allah
hingga ia pulang.”

H.R Tirmidzi

الجمعة المباركة
الاستاذ الاندوني

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan segala bentuk kenikmatan yang tak terbatas, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Penerapan Pendekatan *Design Thinking* dalam Rancangan Ide Bisnis Kalografi” untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia.

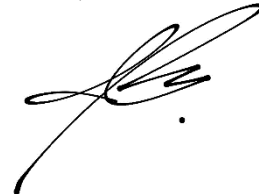
Segala bentuk keluhan dan kesulitan yang dirasakan telah dilalui dengan rasa semangat serta asa yang tinggi. Semua dukungan moral dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis rasanya tidak akan pernah terlupa. Dengan selesainya laporan tugas akhir ini, penulis tidak akan pernah lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu, yang tak pernah lelah membimbing dan mendoakan disetiap perjalanan hidup saya selama ini.
2. Ayah, yang tak pernah lelah memberikan motivasi dan arahan serta kerja keras nya dalam menuntun saya selama ini.
3. Kakak – kakak saya, Ardhi Widodo, Bayu Widodo, Tirta Widodo, dan Annisa Meutia Widodo yang tak pernah henti memberikan semangat dan kepedulian kepada saya selama ini.
4. Nur Yasmin Lis Zeni Cantik, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan perhatian kepada saya selama ini.
5. Teman – teman tim Cypher, Adhin Alifarchan dan Ramadhana Bagus yang selalu bersama – sama saat susah dan senang dalam mengerjakan tugas akhir ini.
6. Teman – teman kontrakan BRI dan Group Bukan Kalap Lagi, yang selalu memberikan dukungan satu sama lain dan canda tawa selama ini.
7. Teman – teman tongkrongan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Teman – teman satu angkatan Informatika 2017.
9. Ibu Elyza Gustri Wahyuni, S.T., M.Cs. selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah membimbing kami.
10. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc. Ph. D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
11. Bapak Prof., Dr., Ir., Hari Purnomo M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
12. Bapak Hendrik, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

13. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Informatika Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
14. Kepada diri saya yang selalu percaya pada diri saya sendiri, kepada diri saya yang tak pernah putus asa dalam melakukan semua ini, kepada diri saya yang tak pernah berhenti, kepada diri saya yang tak pernah lelah mencoba, kepada diri saya yang tak pernah berhenti menjadi diri sendiri.

Penulis tetap mengerti dan menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada laporan tugas akhir ini. Dengan senang hati, saya akan selalu menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun untuk kedepannya. Akhir kata, penulis berharap dengan selesainya laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang dan bagi informatika UII.

Yogyakarta, 19 November 2021



(Aswal Chusnan Widodo)

SARI

Perkembangan *startup* di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat dengan catatan pada tahun 2021 telah mencapai 2.229 *startup*. Menjamurnya *startup* yang ada di Indonesia menjadikan banyak bisnis layanan jasa maupun produk yang menggunakan *startup* sebagai sarana bisnis mereka. Hal itu membuat bisnis dokumentasi pernikahan (*vendor*) banyak ditemukan pada situs digital. Maka dari itu, tren *startup* sangat berpengaruh terhadap menjamurnya *vendor* dokumentasi yang ada di Indonesia. Kemudian terdapat informasi mengenai jumlah pernikahan di Indonesia pada tahun 2020 telah mencapai 1.758.548 angka pernikahan. Oleh sebab itu, agar bisa mengikuti arus perkembangan tren *startup* dan tren dokumentasi pernikahan, maka dibuatlah rancangan ide bisnis Kalografi dengan menggunakan metode pendekatan *design thinking*. Kalografi adalah sebuah aplikasi penyedia layanan jasa dokumentasi pranikah, pernikahan, dan lamaran yang berbasis *website* yang memberikan fitur untuk mempermudah pengguna berdasarkan permasalahan yang telah didapatkan. Metode pendekatan *design thinking* merupakan metode yang sesuai untuk penulisan ini karena dapat membantu melihat sudut pandang subjektif dan objektif dalam menentukan keputusan. Proses pengumpulan ide dan solusi dilakukan berdasarkan pengalaman dari calon pengguna yang menjadi target pasar Kalografi. Melalui tahapan *design thinking* yaitu *empathize*, *define*, dan *ideate* mampu menghasilkan gagasan ide solusi, model proses bisnis dengan menggunakan diagram BPMN yang menggambarkan alur proses ide bisnis Kalografi, analisa kompetitor, analisa komersial, hingga proses validasi oleh para calon pengguna.

Kata kunci: *startup*, pernikahan, kalografi, *website*, *design thinking*

GLOSARIUM

<i>Brainstorming</i>	sebuah metode yang digunakan untuk mendapatkan ide solusi dengan mengumpulkan gagasan ide yang dilakukan bersama dengan tim pengembang.
<i>Define</i>	identifikasi suatu masalah yang ada untuk mendapatkan inti permasalahan.
<i>Design thinking</i>	suatu metode yang digunakan dalam rancangan ide bisnis yang memiliki titik fokus pada pengguna.
<i>Empathize</i>	tahap pendekatan kepada calon pengguna dengan mengamati pemahaman para pengguna.
<i>Feedback</i>	masukan dan saran dari para calon pengguna saat proses pengujian.
<i>Ideate</i>	ideasi solusi untuk meminimalisir permasalahan.
<i>Platform</i>	sebuah wadah untuk menjalankan sistem operasi.
<i>Prototype</i>	bentuk visual dari konsep ide.
<i>Startup</i>	perusahaan yang baru dirintis atau didirikan.
<i>Vendor</i>	pihak penyedia layanan jasa maupun produk.
<i>Website</i>	kumpulan halaman yang dapat diakses melalui internet oleh banyak orang berisikan informasi tertentu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
SARI.....	ix
GLOSARIUM	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.6 Metodologi Perancangan Ide Bisnis	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Kalografi	5
2.2 Dokumentasi Pernikahan	5
2.3 <i>E-Commerce</i>	5
2.4 <i>Startup</i>	5
2.5 <i>Design Thinking</i>	6
2.6 Diagram BPMN	9
2.6.1 <i>Flow Objects</i>	9
2.6.2 <i>Connecting Objects</i>	9
2.6.3 <i>Swimlanes</i>	10
2.6.4 <i>Artefacts</i>	10
2.7 <i>Literature Review</i>	10

2.8	Aktivitas Perintisan Binsis	13
	BAB III METODOLOGI PERANCANGAN IDE BISNIS	14
3.1	<i>Empathize</i>	14
3.1.1	Sasaran Pasar	14
3.1.2	Sumber Data	15
3.2	<i>Define</i>	15
3.3	<i>Ideate</i>	17
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1	Nilai Bisnis pada Aplikasi Kalografi	21
4.1.1	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	21
4.1.2	<i>Business Process Model Notation (Diagram BPMN)</i>	24
4.1.3	Daya Saing Kompetitor	27
4.2	Kebutuhan dan Perilaku Pasar	28
4.3	<i>Prototype</i>	36
4.4	<i>Feedback</i>	39
4.5	Analisis Komersial	42
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Saran	45
	DAFTAR PUSTAKA	46
	LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penulisan Terdahulu	11
Tabel 4.1 Analisis Kompetitor	27
Tabel 4.2 Ide Bisnis Terdahulu	28
Tabel 4.3 Permasalahan dalam Memilih Vendor Jasa Dokumentasi Pernikahan.....	34
Tabel 4.4 Fitur yang Diinginkan Calon Pengguna.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen <i>Design Thinking</i>	7
Gambar 2.2 Tahapan <i>Design Thinking</i>	7
Gambar 2.3 Elemen Diagram BPMN	9
Gambar 4.1 <i>Business Model Canvas</i> Kalografi	22
Gambar 4.2 Diagram <i>Business Process Model Notation</i> Kalografi	25
Gambar 4.3 Diagram <i>Business Process Model Notation Tracking Progress</i>	26
Gambar 4.4 Jenis Kelamin Responden	29
Gambar 4.5 Usia Responden	30
Gambar 4.6 Penghasilan Bulanan	30
Gambar 4.7 Status Responden	31
Gambar 4.8 Respon Terhadap Jasa Dokumentasi Pernikahan	31
Gambar 4.9 Survei Responden yang Pernah Menggunakan Vendor	32
Gambar 4.10 Media Informasi	32
Gambar 4.11 Pertimbangan dalam Memilih Vendor	33
Gambar 4.12 Permasalahan dalam Memilih Vendor	33
Gambar 4.13 Grafik Kebutuhan Pengguna Terhadap <i>Platform Website</i>	34
Gambar 4.14 Fitur yang Diinginkan Calon Pengguna	35
Gambar 4.15 Halaman Awal Kalografi	37
Gambar 4.16 Halaman Awal Kalografi (lanjutan)	38
Gambar 4.17 Penambahan menu “ <i>Custom Documentation</i> ” di Navbar	40
Gambar 4.18 Penambahan banner “ <i>Custom Documentation</i> ”	40
Gambar 4.19 Penambahan <i>input field</i> Kategori Dokumentasi	41
Gambar 4.20 Penilaian Responden Terhadap Ide Bisnis Kalografi	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan *startup* di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat. Terdapat informasi bahwa pada tahun 2021 tercatat Indonesia menduduki posisi lima dunia dengan jumlah yang mencapai 2.229 *startup* (Utami, 2021). Hal itu membuat *startup* di Indonesia akan terus bertambah dan terus berkembang dikarenakan pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 telah mencapai 202,6 juta jiwa yang memungkinkan akan terus bertambahnya pengguna internet di setiap tahun (Anggraeni, 2021).

Startup pada umumnya bergerak di dua bidang yaitu bidang penjualan produk dan bidang penyedia jasa. Telah banyak *startup* yang melibatkan persaingan jasa dengan pilihannya masing-masing. Ide bisnis layanan jasa merupakan ide bisnis yang banyak dicari pada saat ini khususnya pada layanan jasa dokumentasi pernikahan. Dokumentasi pernikahan menjadi elemen penting dalam sebuah acara pernikahan, hal itu menyebabkan setiap orang ingin mengabadikan tiap momen yang terjadi sekali dalam seumur hidup (Shavira, 2020). Pada tahun 2020 Badan Pusat Statistik (BPS) telah mencatat adanya 1.758.548 angka pernikahan di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pernikahan merupakan budaya dan bagian dari siklus hidup manusia. Pernikahan bukan hanya acara religius-yuridis, tetapi juga tempat bertemu dua orang dengan anggota keluarga yang berbeda ras dan latar belakang etnis (Hidayati, 2017). Hal itu membuat tren *startup* dan tren dokumentasi pernikahan saat ini bisa dikatakan sedang beriringan dikarenakan telah menjamurnya *vendor* dokumentasi dalam sebuah acara pernikahan dari tahun ke tahun. Hal ini juga didukung oleh peran artis dan influencer dalam membagikan dokumentasi pernikahan mereka yang digadang-gadang sebagai *weddings goal* di media sosial. Pelaku usaha di bidang dokumentasi pernikahan sudah mulai menjamur, khususnya di kota Yogyakarta. Nilai sekali transaksi untuk dokumentasi pernikahan juga tidak main-main, bisa mencapai puluhan juta untuk sebuah paket eksklusif dokumentasi pernikahan. Untuk bisa mengikuti arus perkembangan antara tren *startup* dan tren dokumentasi pernikahan maka dibuatlah rancangan ide bisnis Kalografi.

Sebenarnya sudah ada banyak *vendor* dokumentasi pernikahan konvensional, tetapi masih ada beberapa permasalahan. Terdapat permasalahan yang umum dikeluhkan oleh pihak penyedia jasa dokumentasi pernikahan yaitu pembayaran yang sering terhambat, umumnya

terjadi pada saat tahap pelunasan. Sedangkan, pada pengguna jasa terdapat tiga permasalahan yang umum terjadi yaitu kesulitan dalam memilih konsep dokumentasi dan kesulitan dalam peyesuaian kebutuhan hasil dokumentasi, serta metode pembayaran yang diinginkan oleh pengguna jasa.

Oleh karena itu, pada laporan tugas akhir ini berusaha untuk merancang sebuah ide bisnis berupa jasa dokumentasi pernikahan dengan menggunakan *platform website* untuk meminimalisir kekurangan yang ada. Kalografi menyediakan fitur yang mempermudah pengguna jasa berupa fitur informasi dokumentasi pernikahan secara detil, fitur pembantu dalam memilih konsep foto, dan fitur pilihan hasil dokumentasi serta menyediakan fitur sistem pembayaran *payment gateway*.

Kalografi adalah sebuah aplikasi penyedia layanan jasa dokumentasi pranikah, pernikahan, dan lamaran yang berbasis *website*. Kalografi menawarkan beberapa macam paket dokumentasi beserta dengan *output* dokumentasi yang berbeda-beda. Kalografi merupakan layanan jasa dengan model bisnis *business to customer* (B2C) yang mana kita sebagai *vendor* menyediakan jasa kepada pengguna untuk mempermudah pengguna dalam transaksi dokumentasi pernikahan yang telah tersedia.

Pada rancangan ide bisnis ini, metode pendekatan *design thinking* digunakan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan. Metode pendekatan *design thinking* merupakan metode yang sesuai untuk rancangan ide bisnis ini karena metode ini memiliki proses yang didukung oleh pemahaman secara menyeluruh melalui pengamatan kepada manusia sebagai pusat inovasi ide bisnis berdasarkan kebutuhan yang diperlukan, serta dapat melihat dari sudut pandang subjektif dan objektif dalam menentukan keputusan (Wahyuni, 2019). Metode *design thinking* merupakan metode pengembangan produk yang berawal dari upaya untuk menjawab permasalahan yang ada di masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada perancangan ide bisnis ini adalah bagaimana merancang sebuah ide bisnis Kalografi dengan metode pendekatan *design thinking*, sehingga dapat menghasilkan model proses bisnis *startup* Kalografi yang sesuai dengan kebutuhan calon pengguna.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas arah pengerjaan, maka batasan masalah pada perancangan ide bisnis ini adalah sebagai berikut:

- a. Perancangan ini hanya membahas ide, tidak sampai dengan pembuatan sistem.
- b. *Prototype* yang dikembangkan hanya untuk validasi ide bisnis.
- c. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah *design thinking*.

1.4 Tujuan

Perancangan ide bisnis ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan ide serta proses bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan metode *design thinking*.

1.5 Manfaat

- a. Memastikan proses bisnis yang telah ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan calon pengguna.
- b. Mendapatkan beberapa ide yang digunakan untuk proses perancangan *UI/UX*.
- c. Mendapatkan beberapa ide yang digunakan untuk proses perancangan aplikasi.

1.6 Metodologi Perancangan Ide Bisnis

Metode pendekatan *design thinking* digunakan dalam perancangan ide bisnis ini, berikut merupakan tahapan yang dilakukan.

a. *Empathize*

Pada tahap ini penulis melakukan observasi melalui tahapan *empathize* dengan cara pengamatan kepada pengguna untuk pencarian informasi awal pada rancangan ide bisnis ini.

b. *Define*

Setelah melakukan observasi, tahap ini penulis melakukan identifikasi permasalahan dari informasi yang telah didapatkan. Tahap *define* adalah tahap dimana penulis merumuskan permasalahan yang didapatkan ketika melakukan observasi.

c. *Ideate*

Setelah melakukan identifikasi masalah, tahap ini penulis mengumpulkan gagasan ide yang akan dikembangkan. Pada tahap ini, masing-masing anggota kelompok memberikan masukan atau ide sesuai perannya. Ide – ide yang telah disampaikan kemudian akan dipilih yang paling sesuai dan efektif untuk digunakan.

d. *Prototype*

Pada tahap ini anggota tim yang berperan sebagai *Hipster* merancang *prototype* dari gagasan ide yang telah didapatkan. Sehingga, gagasan ide dapat direalisasikan menjadi rancangan *prototype*.

e. *Testing*

Pada tahap ini *Hipster* melakukan pengujian untuk melihat secara langsung reaksi mereka melalui rancangan *prototype* pada saat menggunakan *website* Kalografi. *Feedback* yang akan diberikan oleh calon pengguna sangat penting dan berguna untuk dijadikan panduan dalam melakukan perbaikan pada perancangan sistem.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memudahkan dalam memahami tugas akhir ini, maka materi – materi pembahasan ditulis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metodologi perancangan ide bisnis, sistematika penulisan.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN IDE BISNIS

Bab ini berisikan pembahasan tentang metodologi yang digunakan dalam perancangan ide bisnis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pembahasan uraian dan penjelasan hasil penulisan yang telah dilakukan. Pada bab ini, akan ditampilkan gagasan ide dan hasil yang dilakukan untuk memastikan ide bisnis Kalografi telah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan telah tervalidasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari proses hingga hasil penulisan yang telah dilakukan. Selain itu, pada bab ini juga berisi saran sebagai tindak lanjut untuk perancangan dan perbaikan lebih lanjut.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kalografi

Kalografi adalah *platform* layanan jasa dokumentasi pranikah, pernikahan, dan lamaran yang berbasis *website*. Terdapat berbagai macam paket dokumentasi yang ditawarkan beserta dengan *output* dokumentasi yang berbeda-beda pula. Kalografi menyediakan fitur pembayaran online dengan perantara pihak ketiga (*payment gateway*), pilihan berbagai tone dan konsep dokumentasi, serta kustomisasi paket dokumentasi fotografi dan videografi.

2.2 Dokumentasi Pernikahan

Pada tiap prosesi atau acara pernikahan dapat dipastikan menggunakan dokumentasi foto pernikahan. Dokumentasi pernikahan memiliki makna pada kemampuannya dalam menginterpretasikan berbagai kejadian penting yang terjadi pada saat acara pernikahan berlangsung yang bertujuan untuk memberikan kenangan kepada mempelai wanita dan pria. Dokumentasi pernikahan merupakan salah satu bentuk media komunikasi yang menyampaikan pesan melalui media gambar atau non-verbal (Minawati, 2017).

2.3 E-Commerce

Electronic Commerce atau yang biasa disebut *e-commerce* merupakan proses terjadinya jual beli produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer (Dewi Irmawati, 2011). Selain itu, *e-commerce* juga sering digunakan orang untuk melakukan aktivitas bisnis dari sisi pebisnis maupun dari sisi konsumen. Maka, bisa disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan tempat berkumpulnya teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan pihak perusahaan dengan pihak konsumen, juga komunitas tertentu, dimana terjadi pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dari segala macam komoditi dengan skala luas melalui transaksi elektronik, sehingga terjadi hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

2.4 Startup

Startup adalah suatu perusahaan yang baru didirikan oleh individu atau sekelompok individu untuk mengembangkan sebuah produk atau layanan jasa yang unik sesuai dengan target pasar. Tahapan pertama dari *startup* yaitu proses operasional, biasanya pendanaan perusahaan *startup* dilakukan oleh individu atau sekelompok individu. *Startup* merupakan

perusahaan yang dinamis dan inovatif. Dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi, pendirinya berfokus pada pengembangan produk dan layanan karena mereka meyakini akan adanya permintaan terhadap dua hal tersebut (Jain, 2016).

Startup memiliki beberapa karakteristik, menurut jurnal yang ditulis oleh (Syauqi, 2018) adalah sebagai berikut:

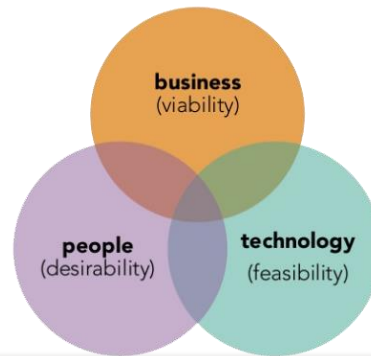
- a. Perusahaan berusia kurang dari tiga tahun.
- b. Pegawai berjumlah kurang dari 20 pegawai yang dimana pada awal pengembangan hanya memiliki beberapa orang.
- c. Sebagian besar bergerak di bidang teknologi.
- d. Sebagian besar beroperasi menggunakan *platform website* atau platform digital lainnya.
- e. Produk yang dibuat berupa aplikasi dalam bentuk digital.
- f. Belum mendapatkan banyak keuntungan karena masih banyak biaya yang dibutuhkan.

2.5 Design Thinking

Design Thinking adalah suatu proses atau pendekatan yang berpusat pada kebutuhan manusia untuk menggabungkan kebutuhan individu atau kelompok sebagai cara untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang ada.

Menurut Kelley & Brown yang dituliskan pada jurnal (Lazuardi & Sukoco, 2019) *design thinking* memiliki beberapa elemen penting antara lain:

1. *People Centered* : elemen ini memusatkan tindakan pada kebutuhan pengguna.
2. *Highly Creative* : elemen ini memberikan ruang menciptakan kreativitas yang tinggi dalam proses perencanaan.
3. *Hands On* : elemen ini bertujuan untuk memberikan pernyataan terkait kesuksesan dan kelayakan sebuah gagasan ide.
4. *Iterative* : elemen ini menunjukkan suatu proses improvisasi dan menghasilkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan pengguna.

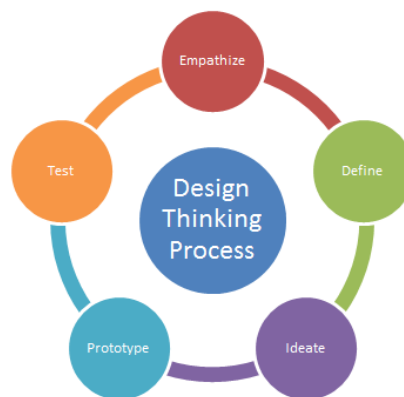


Gambar 2.1 Elemen *Design Thinking*

Sumber: (Marbun, 2018)

Gambar 2.1 menunjukkan bahwa pendekatan *design thinking* menggabungkan tiga elemen yaitu *business (viability)*, *people (desirability)*, dan *technology (feasibility)* sebagai bahan pertimbangan dalam menciptakan suatu ide.

Menurut Kelley & Brown yang dituliskan pada jurnal (Lazuardi & Sukoco, 2019), seiring dengan perkembangan era modern ini, proses desain mulai banyak berubah dan berevolusi. Desain tidak hanya sekadar produk yang laku di pasaran, atau bentuk yang menarik, ataupun mudah untuk dilihat. Desain pada era sekarang ini berkaitan dengan penciptaan yang sesuai keinginan dan kebutuhan para pengguna.



Gambar 2.2 Tahapan *Design Thinking*

Sumber: (Marbun, 2018)

Gambar 2.2 menunjukkan bahwa terdapat lima tahapan dalam proses *design thinking* yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *test*.

1. *Empathize*

Tahapan ini penulis berfokus pada pencarian informasi dan mengamati pengalaman pengguna. Tujuan dari tahapan ini agar penulis bisa berempati kepada pengguna sehingga bisa berada pada posisi dan pada sudut pandang yang sama dengan pengguna.

2. *Define*

Setelah melewati tahap pengumpulan informasi, maka pada tahapan ini penulis melakukan identifikasi dari informasi yang telah dikumpulkan. Dari identifikasi tersebut kemudian ditemukan inti permasalahan yang terjadi yang dimana menjadi tujuan utama dalam pembuatan *website* Kalografi.

3. *Ideate*

Tahapan ini berguna untuk mencari dan menentukan solusi efektif dari masalah yang telah dikumpulkan. Pada tahap ini, masing-masing anggota kelompok memberikan masukan atau ide sesuai dengan *role* atau perannya. Ide-ide yang telah disampaikan kemudian dipilih yang paling sesuai dan efektif untuk digunakan.

4. *Prototype*

Setelah mendapatkan hasil rancangan ide dalam tahap *ideate*, kemudian dilanjutkan dalam perancangan *prototype* yang dikerjakan oleh *hipster*, sehingga ide-ide abstrak yang telah dipaparkan dapat direalisasikan menjadi rancangan *prototype*. Tahapan ini merupakan tahapan eksperimental guna menguji setiap ide solusi sudah sesuai atau belum.

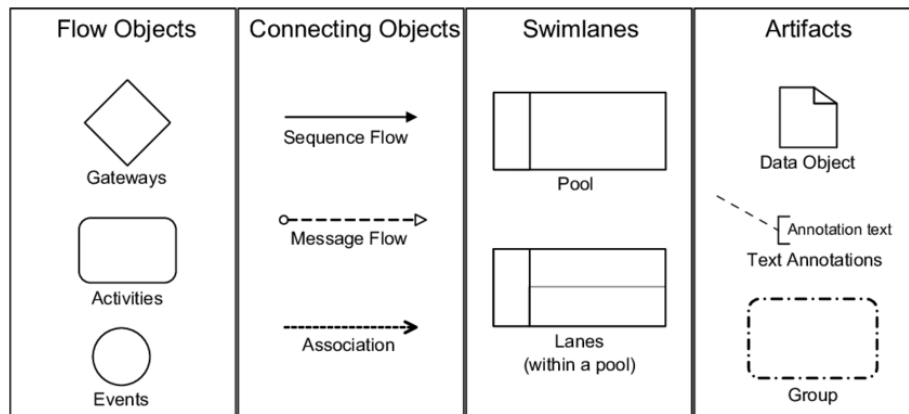
5. *Test*

Pada tahap ini *hipster* melakukan pengujian terhadap rancangan *prototype* kepada calon pengguna. Dari hasil pengujian ini maka dapat diperoleh kritik dan saran yang diberikan oleh *tester*. Hasil tersebut digunakan untuk evaluasi dan perbaikan dalam perancangan aplikasi Kalografi.

Dalam tahapan *design thinking* ini, penulis yang berperan sebagai *hustler* memiliki cakupan pekerjaan pada tiga tahapan, yaitu *empathize*, *define*, dan *ideate*. Ketiga tahapan tersebut dikerjakan penulis untuk menentukan ide bisnis dan model proses bisnis yang sesuai dengan calon pengguna. Sedangkan, pada tahapan *prototype* dan *test* selanjutnya dikerjakan oleh *hipster*. Maka dari itu, cakupan pekerjaan *hustler* hanya pada tahapan *empathize*, *define*, dan *ideate*.

2.6 Diagram BPMN

Business Process Model and Notation (BPMN) merupakan visualisasi suatu diagram proses bisnis yang didasari dengan teknik diagram alur, yang dirangkai untuk menghasilkan model-model grafis dari operasi bisnis yang di dalamnya terdapat aktivitas dan kontrol yang menjelaskan alur urutan kerja (Hidayat, 2015).



Gambar 2.3 Elemen Diagram BPMN

Sumber: researchgate.net

2.6.1 Flow Objects

1. Event

Elemen ini berbentuk lingkaran dan menjelaskan kejadian yang terjadi saat itu juga. *Event* mempengaruhi alur proses kejadian, bisa disebut *trigger* atau dampak atau juga *result*. *Event* terbagi menjadi beberapa jenis yaitu *start* (memulai proses bisnis), *intermediate* (interupsi proses bisnis) dan *end event* (akhir proses bisnis).

2. Activity

Elemen ini merepresentasikan pekerjaan yang harus diselesaikan dengan 4 (empat) macam *activity* yaitu *task*, *looping task*, *sub process*, dan *looping subprocess*.

2.6.2 Connecting Objects

Elemen ini merupakan aliran pesan dan proses kejadian yang saling berhubungan. Terdapat tiga jenis simbol dalam penulisan elemen ini, antara lain:

1. *Sequence flow*, pilihan dasar untuk menjalankan proses.
2. *Message flow*, aliran pesan antar proses.
3. *Association*, menghubungkan elemen dengan *artefact*.

2.6.3 *Swimlanes*

Elemen ini digunakan untuk mengkategorikan secara menyeluruh elem diagram yang terdiri dari dua jenis yaitu *pool* dan *lane*. *Lane*, terletak di bagian dalam *pool* untuk kategori elemen yang ada di dalam *pool* menjadi lebih spesifik.

2.6.4 *Artefacts*

Elemen ini berfungsi untuk memberikan keterangan pada diagram. Terbagi menjadi 3 (tiga) jenis, antara lain :

1. *Data object*, untuk menjelaskan data apa saja yang dibutuhkan dalam suatu proses.
2. *Group*, untuk mengelompokkan *activity* dalam proses tanpa mempengaruhi proses yang sedang berjalan.
3. *Annotation*, untuk memberikan catatan dalam diagram agar lebih mudah dipahami.

2.7 *Literature Review*

Metode *design thinking* telah banyak digunakan pada penulisan – penulisan terdahulu. Pada penerapan metode *design thinking* para penulis mampu menghasilkan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi sehingga menghasilkan beberapa literatur yang berbeda – beda. Tabel 2.1 terdapat informasi tentang empat penulisan terdahulu dengan menggunakan metode *design thinking* yang berfokus pada perancangan solusi dan ide bisnis.

Tabel 2.1 Penulisan Terdahulu

No	Penulis	Judul	Masalah	Tujuan	Metodologi	Hasil
1	Gavrila Vania Tjiabrata (2016)	Implementasi <i>Design Thinking</i> untuk <i>Business Sustainability</i> Perusahaan Distributor Keramik di Surabaya	Subjek penulisan mengalami penurunan profit setiap tahun dari tahun 2013 – 2015 dikarenakan melemahnya nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat.	Memastikan <i>economy sustainability, social sustainability, environmental sustainability</i> serta inovasi untuk meningkatkan profit bisnis.	Penulisan kualitatif dengan menerapkan <i>design thinking</i> . Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi terstruktur. Menggunakan metode pengujian uji trigulasi sumber.	Metode <i>design thinking</i> memberikan nilai tambah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan berupa kemudahan dalam mendapatkan informasi dengan menggunakan <i>website</i> perusahaan.
2	John Reimon Batmetan, Trudi Komansilan, & Alfandy	Model <i>Design Thinking</i> pada Perancangan Aplikasi <i>Mobile Learning</i>	Tampilan <i>mobile learning</i> pada proses pembelajaran sulit untuk dioperasikan, proses pembagian materi masih menggunakan flashdisk sehingga memperlambat proses belajar mengajar, dan pengumpulan tugas dilakukan secara manual yang memakan banyak biaya.	Menciptakan aplikasi <i>mobile learning</i> yang bisa memberikan kemudahan pada proses pembelajaran serta kemudahan dalam akses serta tampilan yang sederhana agar mudah dioperasikan.	Penulisan kualitatif dengan menerapkan <i>design thinking</i> . Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada dosen dan mahasiswa. Membuat <i>storyboard</i> untuk rancangan desain aplikasi dan melakukan pengujian simulasi aplikasi kepada pengguna menggunakan ms ppt.	Metode <i>design thinking</i> membantu penulis dalam merancang aplikasi <i>mobile learning</i> sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan tampilan yang sederhana.

3	Muhammad Luthfi Lazuardi dan Iwan Sukoco (2019)	<i>Design Thinking</i> David Kalley & Tim Brown : Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek	Kemacetan lalu lintas di kota besar terutama di Jakarta seringkali menjadi suatu masalah yang dikeluhkan masyarakat. Hal itu mengakibatkan terganggunya mobilitas, terbuangnya waktu, dan terhambatnya aktivitas, serta menurunnya produktivitas masyarakat.	Menjelaskan setiap tahapan <i>design thinking</i> pada PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) untuk menciptakan solusi yang tepat terhadap masalah kemacetan yang muncul di kota-kota besar.	Melakukan tinjauan literatur dengan analisis deskriptif dan identifikasi masalah menurut teori David Kelley & Tim Brown, serta diperkuat oleh pendapat para ahli dari setiap sumber.	Memberikan solusi berupa aplikasi transportasi <i>online</i> yaitu Gojek untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menciptakan peluang bisnis baru.
4	Intan Permata Sari et al., (2020)	Implementasi Metode Pendekatan <i>Design Thinking</i> dalam Pembuatan Aplikasi <i>Happy Class</i> di Kampus UPI Cibiru	Permasalahan fasilitas listrik di kelas yang kadang tidak berfungsi, manajemen aset yang kurang baik, dan sering terjadi <i>miss communication</i> antar kelas terhadap pemesana fasilitas ruang kelas dll.	Memberikan fasilitas informasi akademik untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi yang lebih baik dan cepat, serta penghematan ruang penyimpanan data sehingga dapat mengurangi penumpukan arsip fisik.	Penulisan kualitatif dengan menerapkan <i>design thinking</i> . Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada dosen dan mahasiswa. Membuat <i>digital prototype</i> berbentuk <i>flowchart</i> sebagai acuan proses desain aplikasi. Melakukan pengujian <i>prototype</i> kepada 20 responden dengan cara simulasi dan wawancara.	Metode <i>design thinking</i> membantu penulis merancang aplikasi <i>Happy Class</i> yang terbukti dengan 50% responden tertarik dan 25% responden sangat tertarik. Serta memberikan kemudahan kepada mahasiswa dan dosen dengan akses kelas dan jadwal secara <i>real-time</i> . Sehingga mengurangi waktu yang terbuang dan mengurangi <i>miss communication</i> antar mahasiswa dan dosen.

2.8 Aktivitas Perintisan Binsis

Pada perintisan ide bisnis Kalografi dilakukan untuk membantu dalam menentukan ide bisnis yang solutif. Dalam penjaluran perintisan bisnis ini, aktivitas dilakukan dalam bentuk tim atau secara berkelompok yang terdiri dari tiga orang dengan perannya masing – masing. Tiga peran tersebut antara lain:

a. *Hustler*

Memiliki peran dalam melakukan analisis tentang ide bisnis dan peluang pasar untuk ide bisnis yang akan dikembangkan.

b. *Hipster*

Memiliki peran dalam menciptakan desain antarmuka untuk platform yang akan digunakan.

c. *Hacker*

Memiliki peran dalam aktivitas *coding* dalam perancangan sistem.

Selain melakukan aktivitas pada perkuliahan khusus nya pada mata kuliah perintisan bisnis, penulis dan tim pengembang pengembang juga mengikuti beberapa *workshop* yang diselenggarakan secara daring. Salah satu *workshop* yang diikuti penulis dan tim pengembang adalah *Design Thinking for Startup* dan *Accelerating Innovation and Entrepreneurship* yang diselenggarakan oleh Ibisma Univesitas Islam Indoneisa. Ibisma Universitas Islam Indonesia adalah salah satu wadah ide bisnis yang ada di Universitas Islam Indonesia. Dari beberapa *workshop* yang diikuti mampu memberikan manfaat yang banyak bagi penulis dan tim pengembang. Sehingga penyusunan rancangan ide bisnis berdasarkan metode yang dilakukan menjadi terstruktur dan terarah, serta memberikan banyak masukan dari berbagai sudut pandang untuk perancangan ide bisnis yang lebih baik. Selain itu, penulis dan anggota tim juga melakukan *research* tentang bagaimana cara membangun sebuah *startup* yang efektif, efisien, dan relevan dengan kebutuhan calon pengguna pada masa sekarang ini.

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN IDE BISNIS

Pada bab ini, penulis menjelaskan proses atau langkah – langkah dalam merancang ide bisnis Kalografi berupa analisa permasalahan hingga menentukan sasaran pasar beserta metode pendekatan *design thinking* yang digunakan. Dilanjutkan dengan pembuatan *Business Model Canvas* berdasarkan sasaran pasar yang telah ditentukan. Proses tersebut sangat diperlukan untuk dijadikan acuan dalam pencarian informasi (*empathize*), identifikasi masalah (*define*), penentuan solusi (*ideate*), hingga perancangan *prototype* dan pengujian (*test*) kepada calon pengguna. Data – data yang digunakan pada proses metode *design thinking* ini adalah data primer dan sekunder.

3.1 Empathize

Tahapan ini memiliki fokus pada pencarian informasi dan melakukan pengamatan pada calon pengguna. Data dan informasi yang dikumpulkan berupa kebutuhan dan keinginan calon pengguna terhadap aplikasi jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan.

Tahap *empathize* dilakukan melalui wawancara dan kuesioner melalui *google form*. Sebelum menentukan gagasan ide, riset pasar harus dilakukan terlebih dahulu. Memahami keadaan pasar sangat penting untuk memahami permasalahan apa yang terjadi dan dapat digunakan sebagai hipotesis untuk mengembangkan ide bisnis. Selain itu, pengembang juga harus mampu mengidentifikasi kebutuhan pengguna melalui analisis pasar. Tujuan dari analisis pasar adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan, keinginan dan perilaku konsumen, sehingga aplikasi yang akan dikembangkan dapat terus dipasarkan dan digunakan.

3.1.1 Sasaran Pasar

Keinginan atau kebutuhan pelanggan tertentu yang memiliki potensial sehingga mampu berpartisipasi dalam transaksi jual beli yang bertujuan untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan tersebut merupakan arti dari sasaran pasar (Lubis, 2004).

Pada rancangan Kalografi menjadi suatu ide bisnis, tim pengembang pengembang Kalografi menentukan sasaran pasar dengan menggunakan metode *design thinking* yang menjadi salah satu acuan perancangan ide bisnis ini. Menentukan target pasar adalah suatu aspek penting untuk mengembangkan *startup* karena keinginan dan kebutuhan calon pengguna

pastinya berbeda-beda. Penentuan target pasar memberikan dampak positif dalam identifikasi dan validasi ide bisnis ini.

Reachable market, *Potential market*, dan *Total available market* merupakan tiga kategori sasaran pasar Kalografi.

a. *Reachable Market*

Sasaran pasar ini disasar terlebih dahulu baik dari pengenalan terhadap pengguna hingga validasi ide. Sasaran pasar ini adalah pria atau wanita yang memiliki rentang usia antara 21 – 35 tahun.

b. *Potential Market*

Sasaran pasar ini disasarkan kepada pengguna yang berpotensi menggunakan aplikasi Kalografi. Sasaran tersebut adalah pengguna yang ingin melaksanakan acara lamaran, pranikah, atau pernikahan dan sedang mencari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan.

c. *Total Available Market (TAM)*

Sasaran pasar ini merupakan sasaran pasar yang memiliki cakupan luas. Cakupan luas tersebut disasarkan kepada seluruh masyarakat di seluruh Indonesia.

3.1.2 Sumber Data

Perancangan ide bisnis ini melakukan pengumpulan data melalui wawancara kepada calon pengguna yaitu pria atau wanita dengan rentang usia 21 – 35 tahun yang ingin mencari atau sudah pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan dan pelaku usaha bidang jasa tersebut yang berdomisili di Kota Yogyakarta.

Selain wawancara, penulis juga menyebarkan atau membagikan kuesioner secara *online* kepada calon pengguna Kalografi. Data yang diperoleh berupa jawaban dari pertanyaan seputar pengalaman atau pengetahuan pengguna terhadap dokumentasi pernikahan, permasalahan yang terjadi di bidang dokumentasi pernikahan, perlu tidaknya aplikasi Kalografi ini untuk dikembangkan, serta saran responden terhadap Kalografi ini. Respon atau jawaban yang diperoleh kemudian dianalisis dan diringkas.

3.2 Define

Setelah mengumpulkan berbagai informasi yang didapatkan pada tahap sebelumnya, maka tahapan yang selanjutnya dilakukan identifikasi permasalahan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan. Identifikasi masalah dilakukan dengan observasi terhadap hasil wawancara

dan jawaban kuesioner *online* yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah keluhan dari calon pengguna terdapat suatu masalah yang membutuhkan solusi.

Berdasarkan hasil yang didapat dari wawancara dengan para calon pengguna, terdapat informasi bahwa para narasumber telah mengetahui dan pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan serta terdapat beberapa keluhan yang sering dirasakan ketika menggunakan jasa tersebut tentunya dengan sudut pandang yang berbeda dari tiap narasumber. Narasumber juga memberikan tanggapan atau pendapat tentang pengadaan platform *website* untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan. Dari wawancara tersebut, penulis dan tim pengembang dapat terbantu untuk melakukan identifikasi masalah dari keluhan yang dialami narasumber. Identifikasi masalah dilakukan dengan cara mengkategorikan permasalahan tersebut sehingga mampu mempermudah tim pengembang dalam mencari ide – ide yang dapat meminimalisir keluhan pengguna berdasarkan keinginan dan kebutuhan pengguna. Sedangkan, wawancara dengan para pelaku usaha dapat memberikan informasi kepada penulis dan tim pengembang bagaimana proses dan alur bisnis yang mereka berikan. Sehingga mampu memberikan pandangan bagi tim pengembang dalam menciptakan dan mengembangkan alur proses bisnis untuk ide bisnis *startup* Kalografi.

Kemudian berdasarkan hasil kuesioner menggunakan *google form* yang disebar melalui media sosial menghasilkan informasi yang sebagian besar mengarah kepada respon calon pengguna mengenai bisnis startup Ivent dengan membawa fitur yang tercipta dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon pengguna. Dalam hal ini ditemukan acuan yang nantinya akan digunakan untuk perancangan aplikasi berupa informasi kebutuhan calon pengguna. Kesimpulan yang diperoleh dari menghimpun informasi dari penyebaran kuesioner adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon pengguna terhadap fitur atau layanan yang nantinya akan diaplikasikan di Ivent. Sehingga dalam proses penciptaan dan perancangan ide diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon pengguna.

Kemudian, berdasarkan hasil survei kuesioner *online* menggunakan *google form* yang disebar melalui media sosial (*whatsapp, instagram, twitter*) terdapat informasi yang menunjukkan sebagian besar mengacu kepada respon calon pengguna mengenai pengalaman dan pengetahuan mereka terhadap layanan digital di bidang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan. Sehingga, pada kuesioner yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa informasi yang terhimpun menjadi acuan terhadap kebutuhan perilaku pasar dan proses perancangan ide bisnis Kalografi berdasarkan kebutuhan dan keinginan calon pengguna.

Dari identifikasi yang dilakukan pada tahapan *define* terhadap informasi yang telah dikumpulkan, dapat memberikan hasil berupa *statement* permasalahan yang digunakan dalam perancangan ide bisnis Kalografi.

Berikut adalah beberapa pernyataan permasalahan yang telah ditemukan oleh tim pengembang:

1. Konsep dasar yang akan digunakan aplikasi Kalografi.
2. *Platform* yang akan digunakan Kalografi.
3. Penentuan fitur – fitur yang digunakan berdasarkan kebutuhan.
4. Perancangan desain antarmuka yang mudah digunakan.
5. Sistem pembayaran yang aman dan mudah digunakan oleh pengguna.
6. Strategi pemasaran yang akan digunakan.

3.3 Ideate

Setelah melakukan identifikasi permasalahan pada tahap *define*, kemudian penulis dan anggota tim melakukan pencarian dan penentuan ide – ide yang solutif melalui proses *braintsorming* bersama tim pengembang yang terdiri dari *hustler*, *hipster*, dan *hacker*.

Pada pelaksanaan proses *brainstorming*, penulis bersama tim pengembang saling memberikan ide dan pandangan berdasarkan aspek – aspek yang ditemukan pada tahap *define* dengan enam poin didalamnya. Keenam aspek tersebut menjadi acuan dalam menentukan suatu ide solusi dalam perancangan ide bisnis Kalografi khususnya untuk melanjutkan proses perancangan *UI/UX* dan proses perancangan aplikasi selanjutnya.

1. Konsep awal Kalografi

Penulis dan tim pengembang merencanakan konsep awal pada aplikasi ini yang akan memiliki dua *user* yaitu admin dan pengguna jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan. Ide awal pada aplikasi ini untuk pengguna adalah tidak menggunakan akun atau membuat akun untuk aktivitas *login* dalam mengakses aplikasi kalografi, berbeda dengan admin yang harus memiliki akun untuk mengelola *website*. Tidak ada nya aktivitas untuk *login* atau pembuatan akun bagi pengguna tentunya bukan karena tidak beralasan, melainkan memiliki tujuan tersendiri. Tujuan tidak adanya akun untuk pengguna karena pada aplikasi kalografi ini bukan lah suatu layanan jasa yang akan

sering digunakan oleh satu pengguna itu sendiri, yang artinya hanya akan digunakan satu kali proses bisnis.

2. Platform yang digunakan

Pada perancangan ide bisnis kalografi ini penulis dan tim pengembang menentukan *platform* yang akan digunakan yakni *website* dan media sosial. Kedua *platform* tersebut berperan penting dalam ide bisnis ini terutama pada *platform website* yang akan menjadi aplikasi utama yang dimana semua proses bisnis kalografi terjadi. Sedangkan pada *platform* media sosial memiliki peran untuk memberikan informasi terkait aplikasi kalografi kepada para calon pengguna. Beberapa pertimbangan yang dilakukan oleh penulis dan tim pengembang dalam memilih *platform website* ini antara lain adalah dalam aspek biaya yang dikeluarkan bisa dikatakan cukup rendah dalam menggunakan *website*, kemudian dalam aspek para pengguna yang tidak perlu mengunduh dan menginstal aplikasi pada *smartphone* mereka sehingga para pengguna tidak perlu mengkhawatirkan bahwa aplikasi kalografi akan memakan memori pada *smartphone* mereka, para pengguna bisa langsung mengakses *website* kalografi pada mesin pencarian yang tersedia pada *smartphone* mereka. Selain itu, *platform website* memiliki kredibilitas yang tinggi dan mampu menampilkan banyak konten yang dibutuhkan. Pertimbangan tersebut merupakan salah satu strategi kalografi untuk menarik antusiasme para pengguna.

3. Rancangan fitur yang digunakan

Konsep awal ide bisnis Kalografi yang didiskusikan bersama tim pengembang adalah para pengguna menjadi peran penting dalam proses bisnis Kalografi. Para pengguna mampu mengakses dan melihat berbagai informasi mengenai portofolio jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan serta informasi harga paket dokumentasi dan beragam fasilitas yang ditampilkan melalui fitur pilihan paket dokumentasi. Pengguna juga mampu melakukan kostumisasi paket dokumentasi, kostumisasi tersebut diadakan jika para pengguna kurang cocok dengan layanan yang tersedia pada paket dokumentasi. Selain itu, para pengguna juga mampu melakukan *tracking* atau pemantauan pasca produksi, pemantauan telah sampai mana produksi

dilakukan. Selain itu, terdapat juga fitur pemberian ulasan yang bertujuan agar pengguna dapat memberikan penilaian terhadap aplikasi kalografi yang gunanya untuk menjadi bahan evaluasi bagi aplikasi ini dan menjadikan cara untuk membangun kepercayaan calon pengguna atas ulasan – ulasan positif yang diberikan oleh pengguna.

4. Desain Antarmuka yang mudah digunakan

Pada awal perancangan konsep desain antarmuka yang akan digunakan berdasarkan observasi yang telah dilakukan melalui wawancara kepada calon pengguna, bahwa terdapat informasi tentang pengguna yang menginginkan adanya *platform website* dengan menggunakan desain antarmuka yang mudah dipahami, mudah dimengerti, dan mudah digunakan. Sehingga pada saat pengguna melakukan akses atau proses pemesanan pada *website* Kalografi, tidak ada kebingungan yang dialami pengguna. Antarmuka yang menarik dan mudah digunakan juga bisa menjadi daya tarik para calon pengguna untuk meningkatkan antusiasme calon pengguna dalam keinginan mereka menggunakan *website* Kalografi.

5. Sistem Pembayaran yang digunakan

Pada awal perancangan konsep sistem pembayaran yang dilakukan penulis dan tim pengembang adalah dengan menggunakan bank transfer saja. Namun, setelah dilakukan observasi melalui wawancara kepada calon pengguna, bahwa terdapat beberapa informasi tentang keluhan dari para pengguna yang mengeluhkan pembayaran melalui bank transfer. Keluhan yang kerap dilontarkan para pengguna adalah perbedaan bank yang dimiliki, sehingga bank transfer yang berbeda tersebut terkena tambahan biaya. Walaupun itu adalah keluhan yang minor, akan tetapi cukup mengganggu para pengguna dalam melakukan transaksi. Maka dari itu, penulis dan tim pengembang merancang konsep sistem pembayaran yang nantinya akan digunakan pada aplikasi kalografi dengan metode *payment gateway*. Pada sistem pembayaran tersebut kalografi bekerjasama dengan midtrans sebagai pihak ketiga pembayaran antara *vendor* dan pengguna. Selain itu, terdapat juga opsi *split payment* yaitu pengguna dapat membayar dengan *full payment* atau dengan *down payment*.

Penggunaan midtrans juga mempermudah pengguna untuk melakukan sistem pembayaran yang mereka inginkan, sehingga tidak mempersulit pengguna dalam proses transaksi. Dengan adanya sistem pembayaran *online* ini merupakan strategi agar proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah, praktis dan aman. Sehingga dengan adanya sistem pembayaran *online* yang akan diterapkan ini dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan serta rasa aman dalam bertransaksi. Kalografi nantinya juga akan menggunakan *secure socket layer* untuk memastikan bahwa keamanan data pengguna tersimpan dengan aman dan menjauhkan dari tindak kejahatan pencurian data digital serta untuk memastikan bahwa aplikasi kalografi aman untuk digunakan.

6. Strategi Pemasaran

Kalografi memiliki konsep strategi pemasaran menggunakan media sosial sebagai media utama untuk memasarkan aplikasi kepada calon pengguna. tim pengembang nantinya akan memberikan pembaharuan – pembaharuan dengan konten yang menarik pada media sosial untuk mengundang para pengguna. Selain menggunakan media sosial, kalografi juga akan menggunakan *online advertising* yang terdapat pada fitur *adsense* media sosial seperti instagram, facebook, dan lain – lain. Rencana dalam pengoptimalan *search engine optimization* juga digunakan pada *website* Kalografi agar mempermudah pengguna dalam mencari *website* Kalografi melalui *google search engine*. Sehingga diharapkan dari pengoptimalan *search engine optimization* tersebut, aplikasi *website* Kalografi mendapatkan *traffic* yang tinggi dari pencarian *google* dan mendapatkan rating tinggi dari *google adsense*. Hal tersebut juga merupakan strategi untuk menambah pemasukan (*revenue streams*) selain dari proses transaksi jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan. Kemudian penulis dan anggota tim merencanakan strategi yang bisa membuat para calon pengguna tertarik terhadap ide bisnis Kalografi dengan berusaha menarik antusiasme dan kepercayaan para calon pengguna dengan cara mendaftarkan aplikasi Kalografi ke dalam badan usaha yang telah terjamin keamanannya untuk memperoleh legalitas dalam pengoperasian aplikasi Kalografi. Didukung dengan sistem pembayaran yang aman dan nyaman juga menjadi salah satu strategi agar pengguna merasa aman dalam melakukan transaksi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

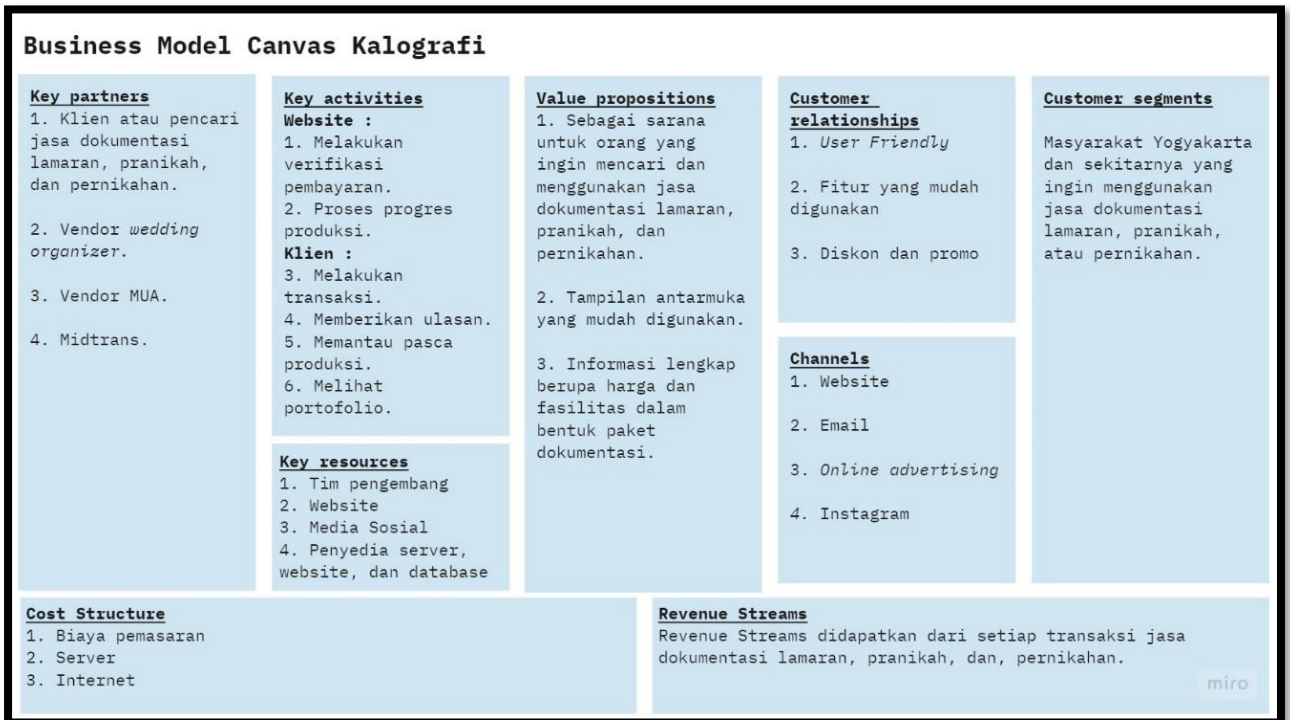
Pada bab ini berisikan hasil yang telah didapatkan pada tahap *empathize*, *define*, dan *ideate* berupa ide – ide solusi dan konsep dalam perancangan ide bisnis Kalografi. Tahapan pada bab ini memaparkan konsep ide bisnis dan model bisnis dalam perancangan Kalografi yang telah ditentukan pada tahapan sebelumnya, yang kemudian konsep dan model bisnis tersebut dapat digunakan oleh *hipster* dan *hacker* tim pengembang untuk melakukan perancangan ide bisnis Kalografi selanjutnya.

4.1 Nilai Bisnis pada Aplikasi Kalografi

Pada tahapan ini penulis dan tim pengembang melakukan *business validation*, kegiatan yang dilakukan penulis dan anggota tim pengembang adalah menganalisa nilai bisnis dan menganalisa model bisnis yang ada pada aplikasi Kalografi agar aplikasi ini dapat dikembangkan pada perancangan selanjutnya. *Business validation* ini mendapatkan hasil sebagai berikut.

4.1.1 *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas merupakan suatu bentuk model bisnis yang terdapat sembilan komponen aktivitas bisnis didalamnya. Menurut Osterwalder dan Pigneur dalam jurnal yang ditulis oleh (Hermawan & Pravitasari, 2013), *business model canvas* merupakan penggambaran model bisnis dari dasar pemikiran sebuah perusahaan dalam menciptakan, menyerahkan, dan menangkap suatu nilai. Sembilan komponen tersebut adalah *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*.



Gambar 4.1 *Business Model Canvas* Kalografi

a. *Customer Segments*

Customer segments pada perancangan ide bisnis Kalografi adalah masyarakat Yogyakarta baik pria maupun wanita yang ingin atau sedang mencari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan.

b. *Value Propositions*

Value propositions pada perancangan ide bisnis *startup* Kalografi adalah menjadikan aplikasi Kalografi sebagai sarana untuk orang yang ingin mencari dan menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan. Dengan memberikan tampilan antarmuka yang mudah untuk digunakan calon pengguna serta terdapat informasi lengkap berupa harga dan fasilitas yang akan didapatkan dalam bentuk paket dokumentasi.

c. *Channels*

Channels pada perancangan ide bisnis Kalografi untuk mencapai calon pengguna adalah *instagram* dan *online advertising*. Sedangkan untuk sarana transaksi Kalografi dengan calon pengguna adalah *website* dan *e-mail*.

d. *Customer Relationship*

Customer relationship pada perancangan ide bisnis Kalografi digunakan untuk menarik minat dan antusias para calon pengguna, maka Kalografi memiliki desain antarmuka yang *user friendly* dan fitur – fitur yang mudah dipahami serta penawaran menarik berupa diskon dan promo pada *website* Kalografi.

e. *Revenue Streams*

Pada rancangan ide bisnis ini aplikasi Kalografi mendapatkan pemasukan biaya dari setiap transaksi pemesanan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan yang dilakukan oleh calon pengguna.

f. *Key Resource*

Key Resource pada perancangan ide bisnis Kalografi ini adalah tim pengembang, media sosial, dan penyedia *website*, *server*, *database* sebagai titik tumpu dalam perancangan ide bisnis ini.

g. *Key Activities*

Key activities merupakan aktivitas utama pada perancangan ide bisnis Kalografi. *Key activities* yang dilakukan Kalografi sebagai *vendor* dengan *website* adalah melakukan verifikasi pembayaran dan memproses progres produksi atau pesanan. Sedangkan *key activities* klien atau calon pengguna dengan *website* adalah melihat portofolio, melakukan transaksi paket dokumentasi, memantau pasca produksi, hingga memberikan ulasan untuk *website* Kalografi.

h. *Key Partners*

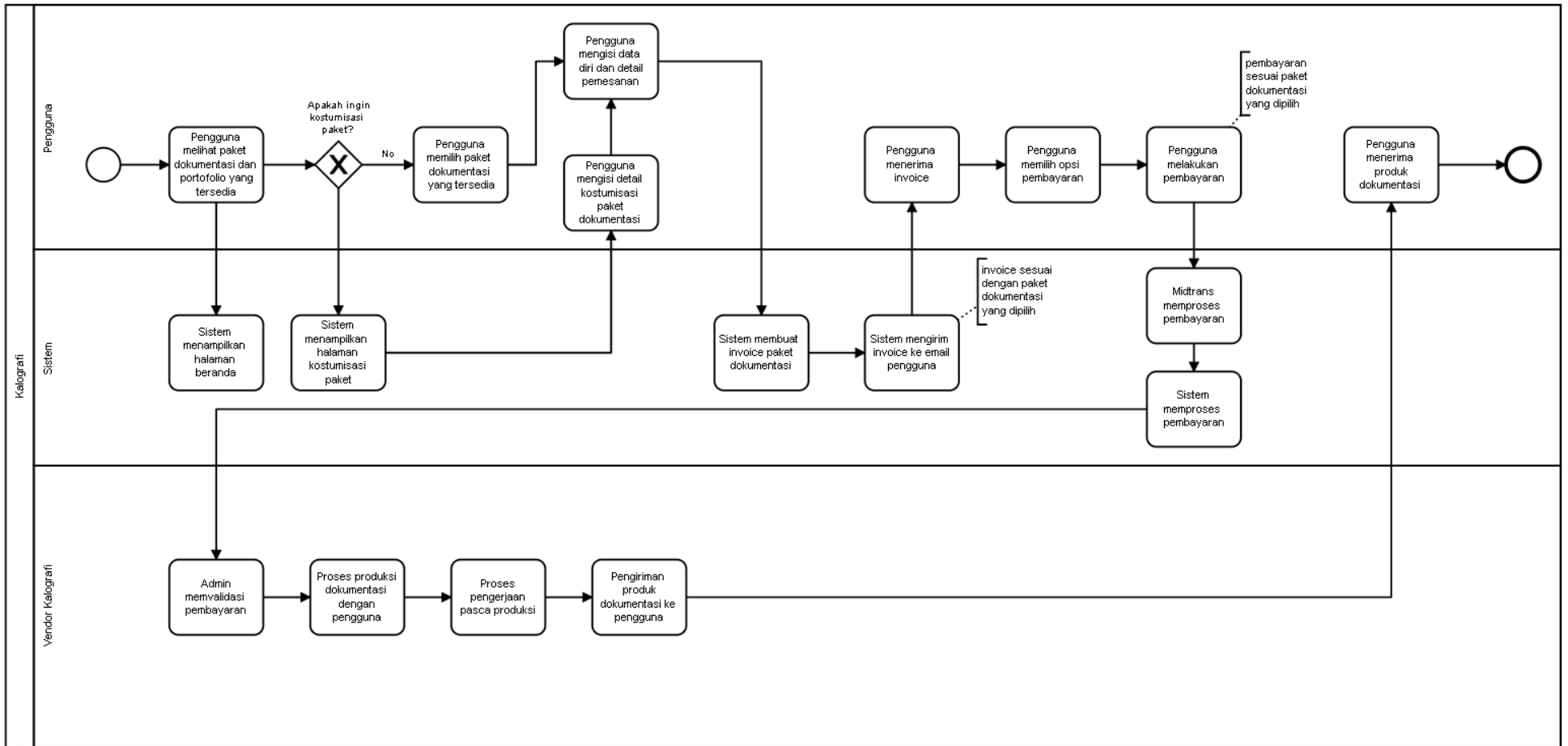
Key partners merupakan suatu jaringan kerjasama sebuah perusahaan. *Key partners* pada perancangan ide bisnis ini adalah bekerjasama dengan klien, *vendor wedding organizer*, *vendor MUA*, dan *midtrans* sebagai pihak ketiga pembayaran.

i. *Cost Structure*

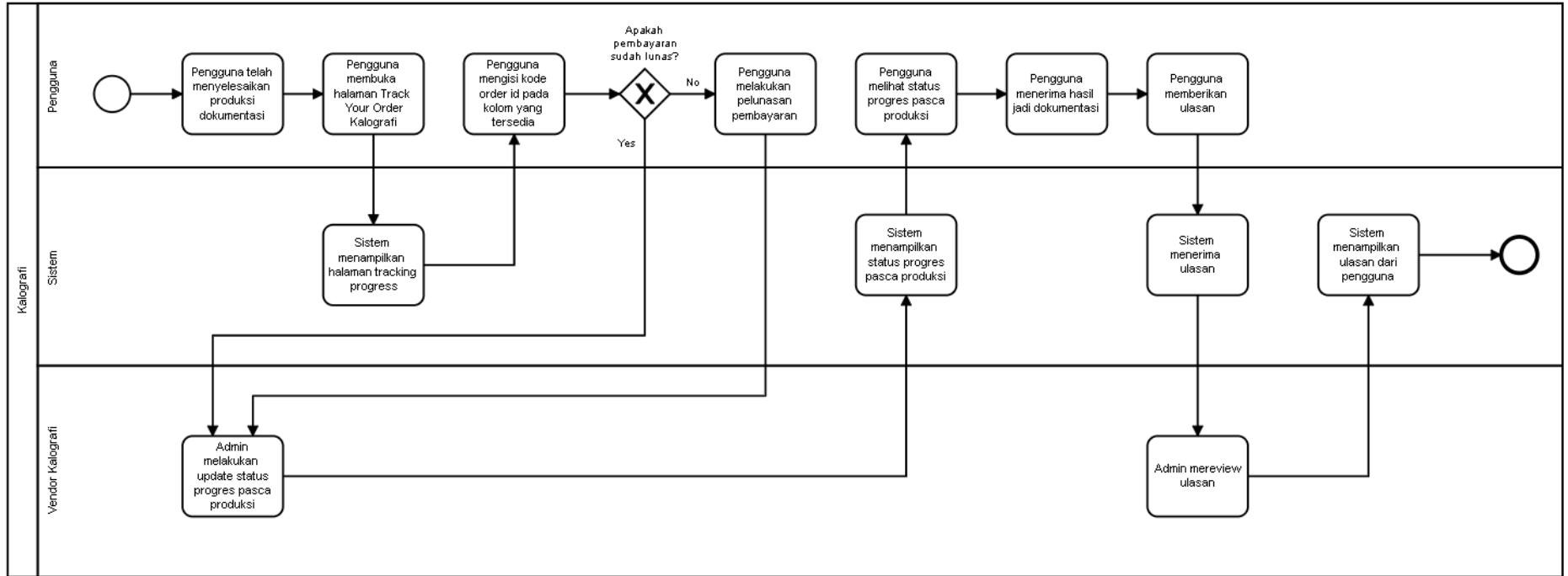
Cost structure pada perancangan ide bisnis Kalografi ini adalah biaya pemasaran, biaya penggunaan server, dan biaya penggunaan internet.

4.1.2 *Business Process Model Notation (Diagram BPMN)*

Pembuatan diagram *Business Process Model Notation (BPMN)* ide bisnis Kalografi dibuat dengan menggunakan *tools* bpmn.io. Terdapat tiga *swimlane*, yaitu pengguna, sistem, dan vendor. Sistem akan otomatis memberikan *feedback* tertentu pada kegiatan yang dilakukan oleh pengguna atau admin. Pada langkah pertama yang dilakukan adalah pengguna bisa membuka halaman paket dokumentasi dan portofolio yang tersedia, sistem akan menampilkan halaman yang sesuai. Kemudian terdapat percabangan kondisional, jika pengguna memilih salah satu paket yang tersedia, maka setelah itu pengguna akan mengisi data diri dan detail pemesanan. Jika pengguna tidak menemukan paket yang sesuai dengan keinginannya, pengguna bisa beralih ke halaman kustomisasi paket untuk kemudian mengisi detail kustomisasinya. Setelah itu akan diarahkan ke halaman yang sama setelah jika pengguna memilih salah satu paket, yaitu mengisi data diri dan detail pemesanan. Setelah itu, sistem akan membuat *invoice* untuk pengguna yang kemudian dikirimkan melalui email yang dicantumkan oleh pengguna. Setelah itu pengguna akan memilih opsi pembayaran dan melakukan pembayaran. Jika pengguna telah melakukan pembayaran, maka akan diproses oleh midtrans dan dikonfirmasi oleh vendor. Setelah pembayaran telah dikonfirmasi, maka proses dokumentasi bisa dilakukan. Setelah itu, masuklah ke tahap pasca produksi, di mana pengguna bisa melihat progress yang telah dilakukan dengan menggunakan *order_id* yang diberikan pada *invoice*. Kemudian produk yang telah selesai dikerjakan dikirimkan kepada pengguna, dan pengguna bisa memberikan ulasan ketika proses pasca produksi telah selesai.



Gambar 4.2 Diagram Business Process Model Notation Kalografi



Gambar 4.3 Diagram *Business Process Model Notation Tracking Progress*

4.1.3 Daya Saing Kompetitor

Berdasarkan teori dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, kompetitor adalah suatu persaingan yang dilakukan oleh suatu individu atau suatu kelompok tertentu, yang bertujuan untuk mendapatkan kemenangan dan hasil secara kompetitif. Namun, menurut (Kasmir, 2014) kompetitor adalah suatu perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang atau jasa yang serupa dengan produk yang kita tawarkan atau kita jual. Maka dari itu, kompetitor merupakan suatu perusahaan yang memiliki konsep dan produk yang serupa dengan perusahaan lainnya.

Aplikasi Kalografi adalah aplikasi yang menghubungkan seseorang dengan layanan jasa yang ingin mereka gunakan. Namun, sebelum aplikasi Kalografi mulai dirintis dan dikembangkan, terdapat beberapa aplikasi yang memiliki kemiripan konsep dengan aplikasi Kalografi. Oleh sebab itu, penulis melakukan analisa terhadap kompetitor untuk menggali informasi terkait kompetitor yang memiliki aplikasi serupa agar penulis bisa mengetahui perbedaan antara aplikasi Kalografi dengan aplikasi serupa tersebut. Berikut adalah analisis kompetitor yang dapat dilihat pada Tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1 Analisis Kompetitor

No	Nama Aplikasi	Keterangan	Kelebihan	Kekurangan
1	Viufinder	Aplikasi <i>marketplace</i> layanan sewa fotografer secara daring berbasis <i>website</i> .	Tersebar luas di seluruh Indonesia dan menyediakan tempat untuk partner fotografi.	Hanya fokus pada penyewaan fotografer saja, sehingga harus menentukan sendiri fotografer yang sesuai dengan kebutuhan.
2	Emboss Photography	Aplikasi <i>marketplace</i> layanan jasa dokumentasi secara daring berbasis <i>website</i> .	Memiliki banyak kategori layanan jasa dokumentasi.	Tidak terdapat estimasi biaya yang dihabiskan dan tidak terdapat fitur untuk pemesanan layanan jasa dokumentasi secara online.

Berdasarkan Tabel 4.1 terdapat dua aplikasi yang memiliki kemiripan konsep dengan perancangan aplikasi Kalografi. Pengumpulan informasi terkait analisis kompetitor dibagi

menjadi tiga aspek antara lain, nama aplikasi, keterangan aplikasi, kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh aplikasi tersebut. Viufinder merupakan aplikasi yang bergerak di bidang fotografi, sama halnya dengan Emboss Photography yang juga bergerak di bidang fotografi dan kedua aplikasi tersebut sama – sama memiliki kategori dalam layanan dokumentasi. Namun, yang membedakan kedua aplikasi tersebut adalah Viufinder membuka tempat untuk siapa saja yang ingin menjadi partner fotografer mereka, sementara Emboss Photography tidak membuka partner fotografi melainkan memiliki kategori dokumentasi yang sangat banyak, mulai dari kategori dokumentasi komersial hingga dokumentasi non komersial. Perbedaan yang mencolok dari kedua aplikasi tersebut adalah pada aplikasi Viufinder bisa melakukan pemesanan langsung melalui website, sedangkan aplikasi Emboss Photography hanya menyediakan pemesanan melalui media sosial whatsapp. Dari kedua aplikasi tersebut memiliki beberapa kelemahan dalam mengembangkan ide bisnis mereka. Maka dari itu, penulis dan tim pengembang mengambil kelemahan dari kedua aplikasi tersebut untuk menjadikan nilai bisnis pada aplikasi Kalografi. Nilai bisnis tersebut antara lain, aplikasi Kalografi tidak berfokus pada penyewaan jasa fotografer saja sehingga calon pengguna tidak perlu pusing untuk memilih fotografer sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, aplikasi Kalografi juga memberikan layanan untuk para calon pengguna bisa melakukan pemesanan langsung pada *website* beserta dengan pembayarannya menggunakan *payment gateway*.

4.2 Kebutuhan dan Perilaku Pasar

Pada saat proses penentuan ide bisnis yang akan dikembangkan penulis dan anggota tim pengembang, dilakukan dahulu sebuah riset pasar sebelum ide tersebut dikembangkan. Terdapat satu ide bisnis sebelum ide bisnis Kalografi ini dikembangkan yang dapat dilihat pada Tabel 4.2 dibawah ini.

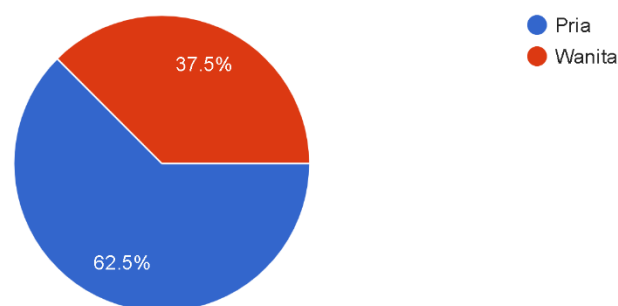
Tabel 4.2 Ide Bisnis Terdahulu

NO	IDE BISNIS	KELEMAHAN
1	TRAVELGIGS adalah aplikasi berbasis website penyedia layanan jasa <i>tour guide</i> bagi para turis asing maupun lokal (<i>solo traveler / group traveler</i>) yang bekerjasama dengan warga lokal sekitar tempat wisata untuk jasa pemandu wisata, jasa transportasi, dan jasa tempat tinggal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terlalu banyak kompetitor seperti Traveloka, AirBnB experience, Couchsurfing, dan sejenisnya. 2. Kesulitan dalam kerjasama dengan warga lokal yang kurang paham dengan teknologi.

Berdasarkan Tabel 4.2 yang berisikan keterangan mengenai ide bisnis terdahulu, penulis dan anggota tim pengembang melakukan *brainstorming* untuk mendapatkan ide bisnis yang akan dikembangkan. Ide bisnis yang pertama dahulu adalah aplikasi Travelgigs, salah satu tujuan yang ada pada ide bisnis tersebut adalah untuk memaksimalkan tempat wisata dan sumber daya manusia (warga lokal) sekitar tempat wisata yang ada di Indonesia. Namun, ide bisnis tersebut memiliki banyak kompetitor yang telah memiliki fitur yang lebih lengkap dibandingkan dengan ide bisnis Travelgigs yang baru akan dikembangkan. Contohnya seperti Traveloka, AirBnB experience, Couchsurfing dan sejenisnya. Selain itu, kesulitan dalam melakukan kerjasama terhadap warga lokal jika mereka kurang paham atau tidak mengetahui teknologi yang digunakan juga menjadi salah satu alasan penulis dan anggota tim pengembang dalam mengganti ide bisnis tersebut.

Setelah penulis dan anggota tim pengembang melakukan *brainstorming* dan mendapatkan ide bisnis Kalografi, maka penulis melakukan survei untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan dalam perancangan ide bisnis Kalografi. Survei dilakukan dengan cara mengisi beberapa pertanyaan yang tersedia melalui *google form*. Survei ini nantinya memiliki kegunaan untuk memvalidasi hipotesis ide yang sudah ada. Survei ini dilakukan dalam waktu enam hari dan mendapatkan 64 responden. Berikut merupakan beberapa data yang didapat dari hasil survei yang telah dilakukan:

Jenis Kelamin
64 responses

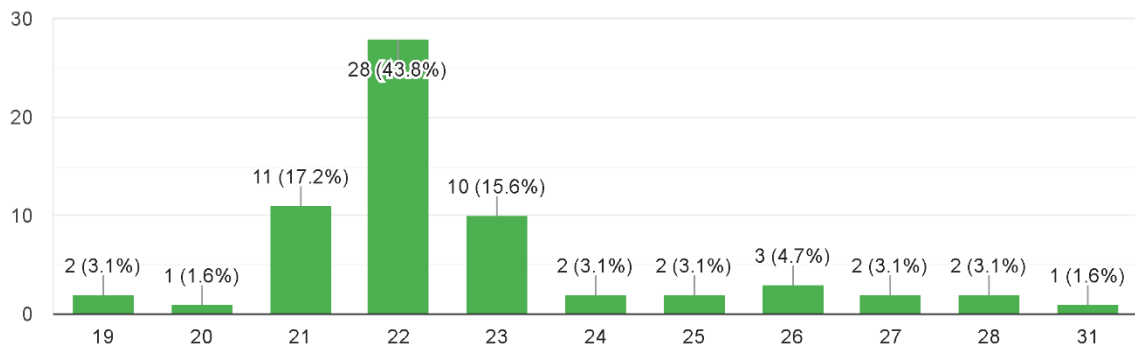


Gambar 4.4 Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.4 menunjukkan data dari jenis kelamin responden, terdapat 62,5% jenis kelamin pria dan 37,5% jenis kelamin wanita.

Usia (dalam tahun)

64 responses

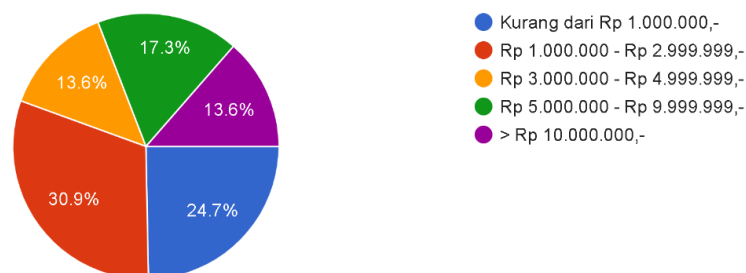


Gambar 4.5 Usia Responden

Gambar 4.5 menunjukkan data dari usia para responden. Data usia tersebut nantinya digunakan untuk dapat mengetahui sasaran usia pada rentang usia berapa saja dalam menggunakan aplikasi Kalografi agar perancangan aplikasi nantinya lebih tepat sasaran. Berdasarkan data usia responden dari survei tersebut, terdapat data usia mulai dari usia 19 tahun sampai dengan usia 31 tahun. Lalu, berdasarkan hasilnya terdapat dua orang berusia 19 tahun, satu orang berusia 20 tahun, 11 orang berusia 21 tahun, 28 orang berusia 22 tahun, 10 orang berusia 23 tahun, dua orang berusia 24 tahun, dua orang berusia 25 tahun, tiga orang berusia 26 tahun, dua orang berusia 27 tahun, dua orang berusia 28 tahun dan satu orang berusia 31 tahun. Responden yang paling banyak mengisi ada pada umur 22 tahun, 21 tahun, dan 23 tahun.

Penghasilan Bulanan

64 responses

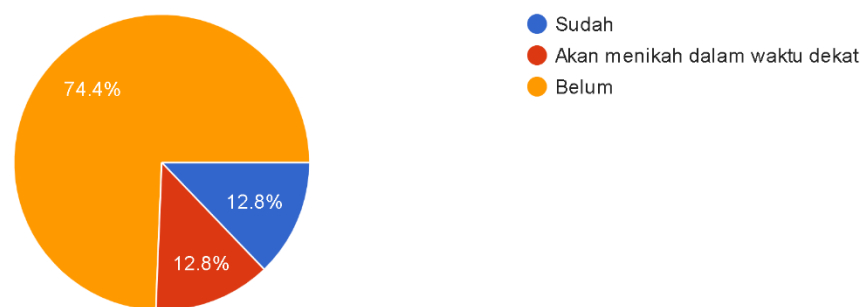


Gambar 4.6 Penghasilan Bulanan

Kemudian dilakukan survei data tentang pendapatan perbulan dari setiap responden. Survei tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui dan menentukan kisaran harga paket dokumentasi yang sesuai pada ide bisnis Kalografi. Berdasarkan data yang terdapat pada Gambar 4.6 menunjukkan informasi dengan persentase bahwa responden yang memiliki penghasilan kurang dari Rp 10.000.000 sebanyak 86,4% dan persentase responden yang memiliki penghasilan lebih dari sama dengan Rp 10.000.000 sebanyak 13,6%.

Apakah Anda sudah menikah?

64 responses

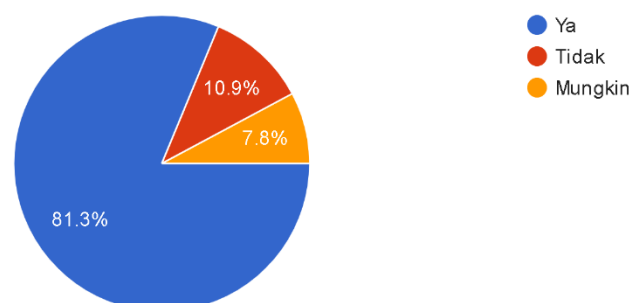


Gambar 4.7 Status Responden

Kemudian dilakukan survei data tentang status dari setiap responden apakah sudah menikah atau belum. Pada Gambar 4.7 terdapat persentase sebanyak 74,4% responden yang belum menikah, 12,8% responden yang akan menikah dalam waktu dekat, dan 12,8% responden yang sudah menikah.

Apakah Anda mengetahui tentang Jasa Dokumentasi Lamaran, Pranikah, Pernikahan?

64 responses



Gambar 4.8 Respon Terhadap Jasa Dokumentasi Pernikahan

Kemudian dilakukan survei data seberapa banyak responden yang mengetahui adanya jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan dalam dunia digital. Pada Gambar 4.8 terdapat persentase sebanyak 81,3% responden yang mengetahui, persentase sebanyak 10,9% mungkin mengetahui dan, 7,8% tidak mengetahui jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan.

Apakah Anda sudah pernah menggunakan Jasa Dokumentasi Lamaran, Pranikah, Pernikahan? Jika sudah pernah, vendor (brand) apa yang Anda gunakan?

64 responses

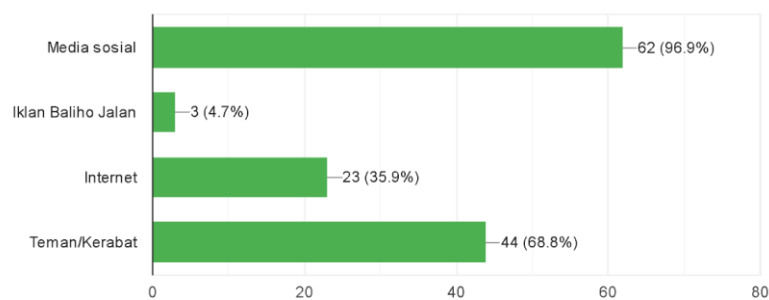
Sawiji.Idn
Belum pernah menggunakan jasa dokumentasi pernikahan
Kania Photo
belum
belum pernah
Diki foto
milik teman/kerabat
dream come true
Kalopsia Photography

Gambar 4.9 Survei Responden yang Pernah Menggunakan Vendor

Kemudian dilakukan survei data seberapa banyak responden yang pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan. Pada Gambar 4.9 terdapat hasil survei yang menunjukkan bahwa dari 64 responden, 14 diantaranya sudah pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, ataupun pernikahan. Sedangkan, 50 diantaranya belum pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, ataupun pernikahan.

Dari platform apa biasanya Anda mendapatkan informasi tentang Jasa Dokumentasi Lamaran, Pranikah, Pernikahan?

64 responses



Gambar 4.10 Media Informasi

Kemudian dilakukan survei untuk mencari tahu para responden dalam mencari atau mendapatkan informasi tentang jasa dokumentasi pernikahan melalui *platform* atau wadah yang menghubungkan antara responden dan penyedia jasa tersebut. Pada Gambar 4.10 terdapat informasi bahwa para responden mengetahui informasi tersebut paling banyak didapatkan dari media sosial dengan jumlah persentase 96,9%.



Gambar 4.11 Pertimbangan dalam Memilih Vendor

Kemudian dilakukan survei untuk mengetahui pertimbangan para responden dalam memilih jasa dokumentasi pernikahan tersebut. Pada Gambar 4.11 terdapat informasi yang menunjukkan bahwa dari 64 responden kebanyakan mempertimbangkan masalah kualitas, portofolio, harga, dan testimonial yang dimiliki jasa dokumentasi tersebut.



Gambar 4.12 Permasalahan dalam Memilih Vendor

Kemudian dilakukan survei untuk mengetahui permasalahan yang sering terjadi kepada para responden ketika hendak memilih vendor jasa dokumentasi pernikahan. Pada Gambar 4.12

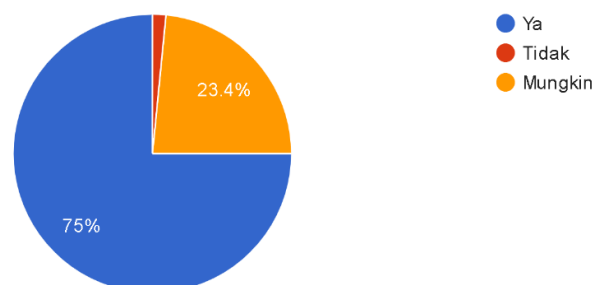
terdapat informasi bahwa para responden seringkali mengeluhkan kurangnya informasi yang tersedia, harga yang terkadang tidak sesuai dengan fasilitas yang didapatkan, dan kualitas atau testimoni yang kurang memuaskan. Lalu, untuk permasalahan lainnya dapat dilihat pada Tabel 4.3 dibawah.

Tabel 4.3 Permasalahan dalam Memilih Vendor Jasa Dokumentasi Pernikahan

No	Permasalahan Pengguna dalam Memilih Vendor Jasa Dokumentasi Pernikahan
1	Minim nya informasi yang tertera dan terkadang portofolio yang tidak sesuai.
2	Terkadang pricelist paket dokumentasi yang ditawarkan itu kurang jelas jadinya harus tanya terus-menerus sehingga memakan banyak waktu.
3	Kesulitan dalam menghubungi vendor nya.
4	Kurang nya pengetahuan tentang jasa dokumentasi pernikahan yang akan digunakan.
5	Vendor yang kurang profesional dalam menawarkan jasa.
6	Harga yang tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan.
7	Fasilitas yang kurang sesuai dengan apa yang diinginkan.
8	Kurang adanya informasi promosi yang bisa menarik minat klien.
9	Akses menuju website yang terkadang susah untuk dibuka.
10	Hasil dokumentasi yang kurang sesuai dan memakan waktu yang lama.
11	Ketakutan akan hasil yang kurang baik. Sebab kurang banyak portofolio dari vendor yang menyediakan jasa.
12	Kurang mengetahui tentang konsep dokumentasi, jadi wajib ada konsultasi dulu dengan vendor nya.
13	Tidak tahu penyedia layanan dokumentasi mana yang dapat memberikan kualitas baik dengan harga terjangkau.
14	Terkadang fasilitasnya sudah sesuai, tetapi pelayanannya yang kurang sesuai.
15	Website dari jasa dokumentasi vendor yang kurang meyakinkan, dari segi konten dan produk nya.

Apakah dibutuhkan platform website untuk vendor jasa dokumentasi pernikahan agar memudahkan Anda dalam proses pemesanan jasa tersebut?

64 responses



Gambar 4.13 Grafik Kebutuhan Pengguna Terhadap Platform Website

Kemudian dilakukan survei untuk mengetahui kebutuhan para responden terhadap *platform website* untuk vendor jasa dokumentasi pernikahan yang bisa mempermudah responden dalam proses pemesanan. Pada Gambar 4.13 menunjukkan grafik para responden yang membutuhkan adanya *platform* tersebut. Terdapat hasil dari grafik diatas yang menunjukkan satu orang (1,6%) menyatakan bahwa tidak membutuhkan *platform website* untuk vendor jasa dokumentasi pernikahan, 15 orang (23,4%) menyatakan bahwa mungkin membutuhkan *platform website* untuk vendor jasa dokumentasi pernikahan, dan 48 orang (75%) menyatakan bahwa membutuhkan *platform website* untuk vendor jasa dokumentasi pernikahan. Terdapat kesimpulan bahwa *platform website* untuk vendor jasa dokumentasi pernikahan dibutuhkan agar mempermudah calon pengguna dalam proses pemesanan jasa tersebut.

Fitur apa yang paling Anda inginkan pada aplikasi website penyedia layanan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan?

64 responses

hasil dari dokumentasi yang pernah di kerjakan, informasi mengenai penuedia jasa
pembayaran virtual account
pemesanan + pembayaran online
penyediaan paket atau custom paket
Hasil, pilihan paket, kelengkapan
Fitur pembayaran yang mudah
Fitur yg dapat membuat lebih mudah untuk melakukan reservasi
Filter berdasarkan tema dan diskon/voucher
Fitur untuk berkomunikasi dengan vendor dan fitur pembayaran yang lebih mudah

Gambar 4.14 Fitur yang Diinginkan Calon Pengguna

Kemudian dilakukan survei untuk pencarian dan mengetahui fitur – fitur yang diinginkan para calon pengguna sehingga bisa menjadi acuan penulis dan anggota tim pengembang untuk menyediakan fitur – fitur pada aplikasi, survei tersebut bertujuan agar aplikasi Kalografi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para calon pengguna. Pada Gambar 4.14 menunjukkan fitur – fitur yang dituliskan para responden untuk aplikasi, antara lain terdapat fitur pembayaran menggunakan pembayaran yang mudah, terdapat informasi lengkap tentang paket yang disediakan, fitur yang mempermudah pemesanan, fitur kustomisasi paket dokumentasi, fitur

diskon atau voucher pada aplikasi, dan fitur – fitur lainnya. Fitur – fitur lainnya dapat dilihat pada Tabel 4.4 dibawah ini.


Tabel 4.4 Fitur yang Diinginkan Calon Pengguna

No	Fitur yang Diinginkan
1	Fitur perkiraan biaya yang dihabiskan.
2	Fitur untuk memilih konsep dokumentasi. (tone warna, tema dokumentasi, dll).
3	Fitur yang menyediakan katalog, kontak, dll secara lengkap.
4	Fitur untuk harga dari tiap paket dokumentasi.
5	Fitur untuk menampilkan hasil dokumentasi yang valid.
6	Fitur untuk menampilkan portofolio pada aplikasi.
7	Fitur untuk berkonsultasi dengan vendor.
8	Fitur detail layanan atau fasilitas yang diberikan.
9	Fitur pembayaran dengan virtual account dengan sistem dua kali bayar (dp dan pelunasan).
10	Fitur pemesanan online realtime.
11	Fitur booking online.
12	Fitur untuk pemilihan tanggal booking secara langsung pada aplikasi.
13	Fitur rekomendasi untuk vendor dekorasi foto.
14	Fitur untuk pemantauan hasil dokumentasi yang telah dikerjakan.

4.3 Prototype


Aplikasi Kalografi merupakan aplikasi berbasis *website*, aplikasi ini dirancang dan didesain berdasarkan keinginan dan kebutuhan dari para calon pengguna, termasuk dengan fitur – fitur yang terdapat pada setiap halaman aplikasi Kalografi. Rancangan *prototype* ini juga memiliki tujuan untuk memberikan petunjuk kepada calon pengguna tentang alur penggunaan aplikasi *website* Kalografi secara garis besar. Penulis bersama tim pengembang membuat rancangan *prototype* dengan desain antarmuka yang interaktif, komunikatif, dan mudah digunakan agar dapat menarik antusias dari para calon pengguna dalam menggunakan *website* Kalografi yang akan dikembangkan di tahapan selanjutnya. Berikut ini adalah hasil dari desain antarmuka rancangan *prototype* ide bisnis Kalografi.

kalografi Home Track Your Order Portfolio Products Contact Us



Discount up to IDR 2 Million*
For Engagements and Weddings Packages


Our Products



Wedding Documentation
Starts from IDR 3,500,000

From "Yes" to "I do" and every moment in between, let's make every engagement, wedding, honeymoon, and anniversary truly memorable through beautifully captured photos.


[Book Now](#)



Pre-Wedding Documentation
Starts from IDR 1,500,000

We truly believe that couples in love have a distinct glow on them! Before you walk down the aisle to begin your new life together, cherish the moments in this season of wooing.

[Book Now](#)




Engagement Documentation
Starts from IDR 2,000,000


Planning to pop the biggest question of your life? Look for inspirations to plan the perfect romantic engagements.

[Book Now](#)

Why should you choose us?



Best Documentation Team
Professional, skill, experienced, and friendly team will serve your visual needs with pride and grateful. No need to worry because we are the best documentation team!



Best Quality Results
Say goodbye to blurry and bad color pictures because our photographer and editor has their own standards to deliver best image.

Gambar 4.15 Halaman Awal Kalografi

Best of Nine

We follow the trends, so this is our best of nine in 2020. Hope yours will get featured there soon. Enjoy!

See All Portfolio

Promo & Offering

Get 20% off only for this month!

Get Discount Code

Our Happy Clients

Customer satisfaction is our priority. Happily, our customers always give a nice feedback.

“

>Lorem ipsum
adipiscing
elit, sed do
eiusmod
tempor
incididunt
ut labore
et dolore
magna
aliqua. Ut
enim ad
minim
veniam.

<

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et dolore magna
aliqua. Ut enim ad minim veniam.

>

consectetur
adipiscing
elit, sed do
eiusmod
tempor
incididunt
ut labore
et dolore
magna
aliqua. Ut
enim ad
minim
veniam.

- John Doe

● ● ● ● ●

Products

Wedding
Prewedding
Engagements

Links

About Us
Portfolio
Pricelist

Social Media

Instagram Facebook Twitter

kalografi

Copyright 2023 Kalografi. All Rights Reserved.

Gambar 4.16 Halaman Awal Kalografi (lanjutan)

Dapat dilihat pada Gambar 4.15 dan Gambar 4.16 merupakan rancangan *prototype* aplikasi Kalografi. Aplikasi ini memiliki empat halaman utama, yaitu:

1. Halaman Home

Pada halaman home terdapat fitur *carousel* yang berisi tentang berbagai informasi terbaru yang hadir pada *website* Kalografi dan terdapat fitur paket dokumentasi yang tersedia yaitu *wedding documentation*, *pre-wedding documentation*, dan *engagement documentation* yang disertai dengan informasi harga atau *pricelist*, deskripsi tiap paket dokumentasi, dan terdapat *button* yang nantinya mengarah ke halaman pemilihan paket dokumentasi *wedding documentation*, *pre-wedding documentation*, atau *engagement documentation*

2. Halaman Track Your Order

Pada halaman ini para pengguna dapat mengetahui aktivitas pasca produksi dengan memasukkan *order id* yang telah didapatkan pada *invoice* paket dokumentasi sebelumnya. *Order id* adalah kode untuk para pengguna yang bisa digunakan pada fitur *tracking progress* ini.

3. Halaman Portofolio

Pada halaman portofolio ini para pengguna dapat melihat berbagai hasil dokumentasi yang telah dilakukan yang bertujuan untuk memberikan pertimbangan kepada para pengguna dalam menentukan konsep dokumentasi yang diinginkan dan untuk meningkatkan *engagement rate* kepada pengguna seperti kualitas tim dokumentasi dan kualitas hasil dokumentasi.

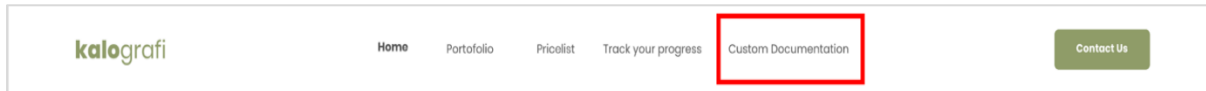
4. Halaman Product

Pada halaman product ini para pengguna dapat melihat berbagai macam paket dokumentasi paket lamaran, pranikah, dan pernikahan yang disertai dengan informasi lengkap tentang paket dokumentasi dan harga – harga dari tiap paket dokumentasi.

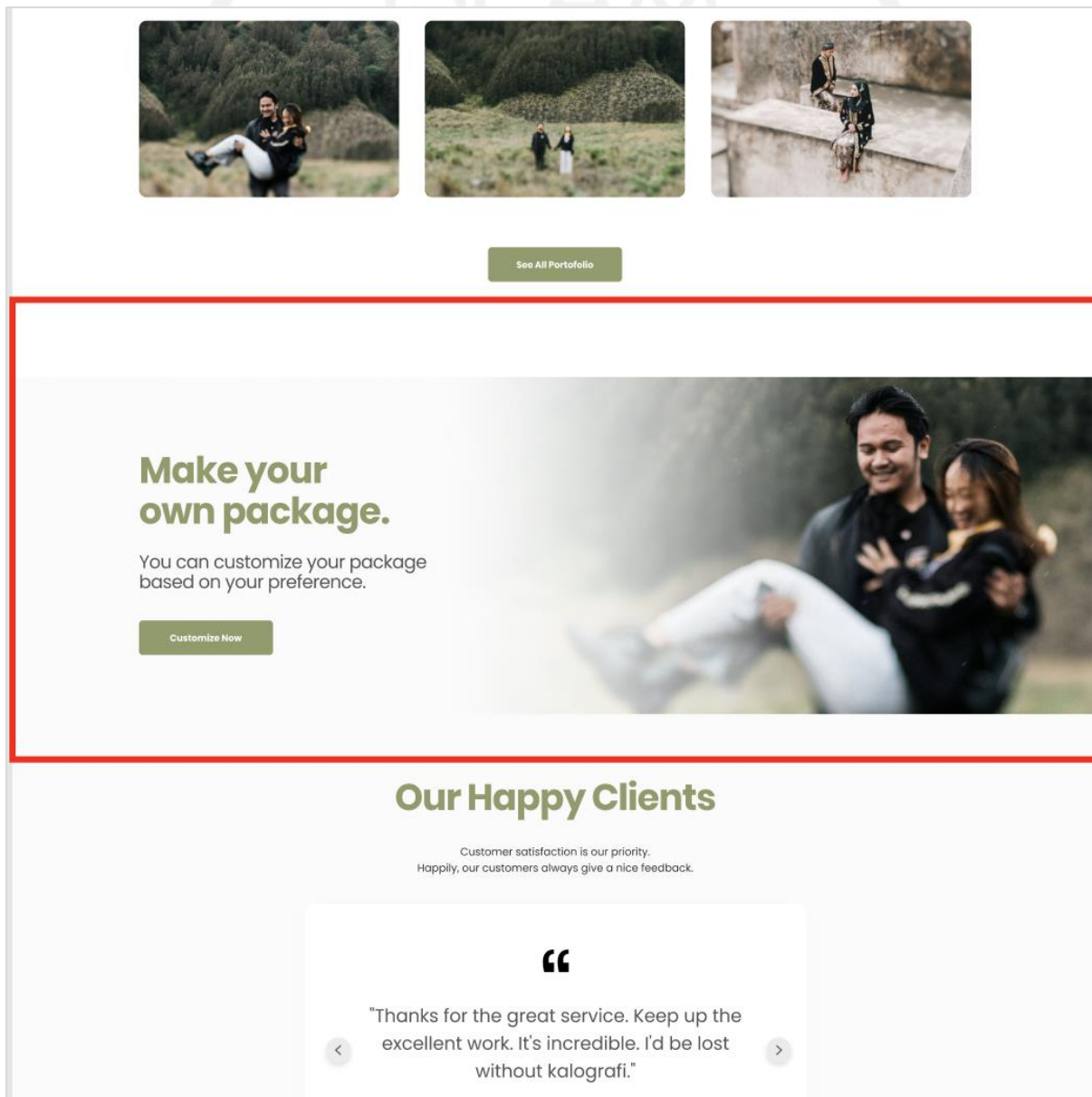
4.4 Feedback

Setelah merancang *prototype* aplikasi, penulis dan anggota tim pengembang *melakukan* pengujian terhadap *prototype* aplikasi Kalografi dengan mendemonstrasikan langsung kepada 10 responden dan memberikan beberapa pertanyaan melalui wawancara secara terstruktur, serta meminta opini atau pendapat mereka terkait desain antarmuka dan fitur – fitur yang tersedia. Kemudian, para calon pengguna memberikan *feedback* untuk *prototype*. *Feedback*

yang diberikan lebih didominasi tentang desain antarmuka aplikasi, sedangkan untuk fitur – fitur yang ada tidak ada perubahan besar setelah dilakukannya pengujian. Terdapat beberapa penambahan desain antarmuka yang dapat dilihat pada ketiga gambar dibawah ini.



Gambar 4.17 Penambahan menu “*Custom Documentation*” di Navbar



Gambar 4.18 Penambahan banner “*Custom Documentation*”

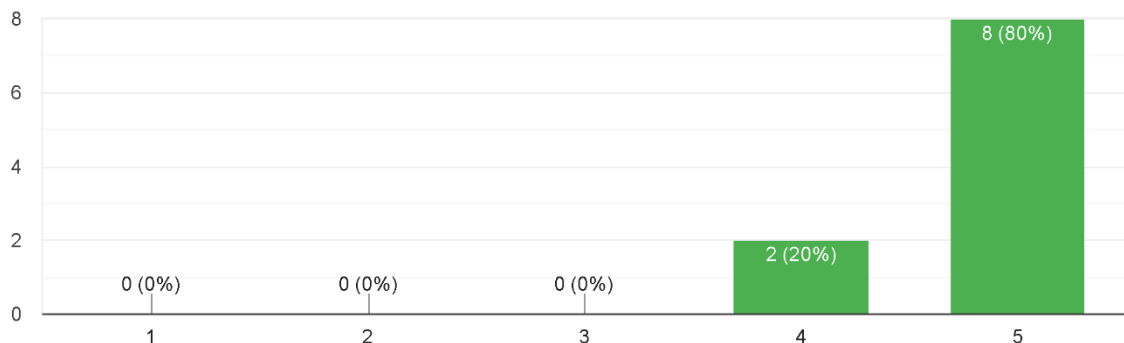
Gambar 4.19 Penambahan *input field* Kategori Dokumentasi

Pada Gambar 4.17, Gambar 4.18, dan Gambar 4.19 menunjukkan perubahan desain antarmuka setelah mendapatkan *feedback* dari para calon pengguna setelah melakukan pengujian. Terdapat penambahan menu “*Custom Documentation*” di *navigation bar*, penambahan banner berisi tentang konten kustomisasi paket beserta *button* yang mengarah langsung ke halaman kustomisasi paket, dan penyesuaian pada halaman kustomisasi paket dengan menambahkan *form select* untuk memilih kategori dokumentasi. Setelah penambahan tersebut, dilakukan kembali pengujian desain antarmuka yang telah diperbaharui dan mendapatkan *feedback* dari calon pengguna yang tidak merasa kebingungan dalam mengakses *prototype* aplikasi Kalografi. Setelah meninjau pengujian ulang bisa ditarik ditarik kesimpulan bahwa iterasi desain sudah berhasil sehingga tidak perlu dilakukan iterasi desain kembali.

Kemudian dari pencarian *feedback* tersebut, penulis juga meminta kepada 10 responden untuk memberikan penilaian terhadap ide bisnis Kalografi yang akan dikembangkan. Penilaian tersebut dapat dilihat pada grafik yang terdapat pada Gambar 4.20.

Berapakah penilaian Anda terhadap rancangan ide bisnis Kalografi?

10 responses



Gambar 4.20 Penilaian Responden Terhadap Ide Bisnis Kalografi

Penilaian rancangan ide bisnis Kalografi dilakukan kepada 10 responden dengan memberikan rentang nilai 1 sampai dengan 5. Nilai 1 pada grafik diatas menandakan bahwa calon pengguna tidak menyetujui sama sekali ide bisnis yang telah dirancang oleh penulis dan nilai 5 menandakan bahwa calon pengguna sangat menyetujui ide bisnis yang telah dirancang serta bisa diterima oleh para calon pengguna. Pada Gambar 4.20 menunjukkan hasil 2 dari 10 responden memberikan nilai 4 dan 8 dari 10 responden memberikan nilai 5 terhadap ide bisnis Kalografi, yang bisa didapatkan kesimpulan bahwa ide bisnis Kalografi dapat diterima oleh para calon pengguna.

4.5 Analisis Komersial

Tahapan analisis komersialis merupakan tahap pencarian data dan informasi dari suatu kegiatan yang memiliki tujuan utama untuk menghasilkan nilai bisnis. Pada proses perancangan suatu ide bisnis aplikasi membutuhkan analisis komersial yang bertujuan untuk mengetahui aplikasi tersebut layak digunakan oleh calon pengguna dan memiliki nilai jual saat nanti memperkenalkan aplikasi kepada calon pengguna. Pada proses perancangan aplikasi Kalografi, penulis dan anggota tim pengembang melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner kepada calon pengguna untuk mencari nilai jual tersebut. Hal yang pertama kali dilakukan adalah mencari tahu apakah aplikasi Kalografi akan dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia dengan penawaran fitur – fitur yang tersedia pada aplikasi Kalografi. Terdapat hasil survei yang dapat dilihat pada subbab kebutuhan dan perilaku pasar, bahwa

banyak dari responden menyatakan bahwa aplikasi Kalografi dibutuhkan agar bisa memudahkan seseorang dalam melakukan pencarian dan pemesanan jasa dokumentasi pernikahan. Selain itu, penulis dan anggota tim pengembang juga melakukan analisis terhadap aplikasi serupa yang dapat dilihat pada Tabel 4.1, dengan tujuan agar hal tersebut mampu memberikan dorongan pada aplikasi Kalografisehingga aplikasi yang dikembangkan penulis dan anggota tim menjadi lebih baik.

Berikut ini adalah beberapa alasan yang didapatkan dari hasil survei, bahwa aplikasi Kalografi layak untuk dikembangkan dan digunakan oleh masyarakat.

1. Aplikasi Kalografi memberikan estimasi biaya secara rinci dan transparan sesuai layanan jasa dokumentasi yang digunakan. Fitur tersebut dapat memudahkan pengguna dalam mempersiapkan biaya yang akan dikeluarkan. Kebanyakan dari pengguna akan mengabaikan suatu produk yang tidak tercantum harga sehingga mengakibatkan potensi turunnya minat konsumen terhadap penjualan produk. Selain itu, saat pengguna tersebut harus menghubungi terlebih dahulu kontak yang ada pada jasa tersebut untuk mengetahui harga, secara tidak langsung pengguna akan memikirkan terlebih dahulu tentang produk yang dijual itu apakah harga yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan atau tidak. Jika harga tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka pengguna akan mengabaikan jasa tersebut dan mencari jasa lain yang harga dan nilai nya sesuai dengan pengguna. Selain itu, rincian biaya yang ada pada aplikasi Kalografi digunakan untuk pengambilan keputusan tentang biaya minimal penjualan ketika pengguna ada yang ingin melakukan penawaran harga produk tersebut.
2. Aplikasi Kalografi menyediakan informasi lengkap berupa detail paket dokumentasi yang disediakan, fasilitas yang didapatkan pada tiap paket, rincian harga pada tiap paket, dan portofolio yang berkualitas untuk memberikan inspirasi dan refrensi kepada pengguna.
3. Pada aplikasi Kalografi pengguna dapat melakukan pemesanan secara online dan melakukan pembayaran melalui *virtual account* dengan metode *payment gateway*. Pembayaran menggunakan *payment gateway* dinilai cukup aman karena sistem pembayaran tersebut terintegrasi dengan bank yang tersedia, pembayaran kepada bank tersebut juga menggunakan *virtual account* yang memiliki nomor unik pada tiap transaksi yang berbeda dan nomor *virtual account* yang tersedia hanya dimiliki oleh

bank itu sendiri. Sehingga, meminimalisir penipuan yang sering dilakukan oleh seseorang yang tidak bertanggung jawab.

4. Pada aplikasi Kalografi pengguna dapat memantau progres pasca produksi untuk mengetahui estimasi waktu hasil produksi tersebut sampai kepada pengguna.
5. Aplikasi Kalografi yang mudah digunakan dan diakses oleh para pengguna dengan desain antarmuka yang *user-friendly*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan semua tahapan dan mendapatkan hasil yang dibutuhkan, maka penulisan ini mendapat kesimpulan yang tertuju pada rumusan masalah sebagai acuan. Kesimpulan tersebut antara lain,

- a. Penerapan metode pendekatan *design thinking* dalam rancangan ide bisnis dan model bisnis Kalografi yang telah dilakukan penulis dinilai telah sukses karena penulis dapat mengumpulkan berbagai sumber informasi terkait sasaran pasar, kebutuhan perilaku pasar, konsep model bisnis, analisis kompetitor, dan analisis komersial, serta pendekatan dengan para calon pengguna terkait pengalaman dan kebutuhan pengguna.
- b. Telah didapatkan data – data dari hasil survei dan *feedback* dari para responden untuk menjadikan ide bisnis Kalografi sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan calon pengguna.
- c. Telah didapatkan ide – ide yang dapat digunakan untuk proses perancangan *UI/UX* dan proses perancangan aplikasi.

5.2 Saran

Meskipun tahapan yang dilakukan sudah dinilai berhasil, namun masih terdapat kekurangan pada ide, konsep, dan model bisnis Kalografi. Berikut ini merupakan beberapa hal yang masih perlu dikembangkan.

- a. Rancangan ide bisnis yang dilakukan hanya sebatas untuk *platform website application* sehingga diperlukan adanya rancangan ide bisnis untuk *platform mobile application*.
- b. Diharapkan dalam pencarian *feedback* terus dilakukan pada rancangan selanjutnya untuk menghasilkan aplikasi yang sangat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, L. (2021, February 16). *Pengguna Internet Indonesia Capai 202,6 Juta Orang - Medcom.id*. <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/yNL4R3qN-pengguna-internet-indonesia-capai-202-6-juta-orang>
- Anisaningtyas, G. (2011). *PERNIKAHAN DI KALANGAN MAHASISWA S-1*. 6(2), 21–33.
- Atabik, A., & Mudhiiah, K. (2014). Pernikahan dan Hikmahnya Perspektif Hukum Islam. *Yudisia*, 5(2), 293–294.
- Batmetan, J. R. (2018). *Model Desain Thinking Pada Perancangan Aplikasi Mobile Learning*. 01(02), 23–30. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xpzyr>
- Dewi Irmawati. (2011). Pemanfaatan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, VI(1), 95–112.
- Hermawan, A., & Pravitasari, J. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi.Id*, 1–23.
- Hidayat, A. R. (2015). PEMODELAN PROSES BISNIS SISTEM AKADEMIK MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS PROCESS MODELLING NOTATION (BPMN) (STUDI KASUS INSTITUSI PERGURUAN TINGGI XYZ). *AUDIT CONTROL CAPABILITY LEVEL TATA KELOLA SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN COBIT 5 (Studi :Direktorat TIK UPI Bandung)*, VII(2), 33–47.
- Hidayati, S. (2017). Penyesuaian Budaya dalam Perkawinan. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, 1(1), 83. <https://doi.org/10.17509/jomsign.v1i1.6053>
- Jain, S. (2016). *Growth of startup ecosystems in India*. 2(12), 152–154.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan Jakarta Rajawali Pers*. 1(1), 43–58.
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35138/organum.v2i1.51>
- Lubis, A. N. (2004). *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*.
- Marbun, E. (2018). *Design Thinking*. <https://medium.com/@esteremarbun/design-thinking-5a42672582b9>
- Minawati, R. (2017). *Makna Fotografi Pernikahan*. 1–11.
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>

- Shavira, N. D. (2020). *PERNIKAHAN (Suatu Penulisan di Kota Banda Aceh) THE DEFAULT IN THE IMPLEMENTATION OF WEDDING PHOTOGRAPHY (the study in the city of banda aceh) PENDAHULUAN Fotografi adalah seni dan proses penghasilan gambar dengan cahaya pada film atau permukaan yang.* 4(3), 431–442.
- Sudarsono, B. (2016). *Menuju Era Baru Dokumentasi.*
- Syauqi, A. T. (2018). *Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia.*
- Tjiabrata, G. V. (2016). Implementasi Design Thinking untuk Business Sustainability Perusahaan Distributor Keramik di Surabaya. *Agora*, 4 no 1(1).
- Utami, S. S. (2021, March 5). *Erick: Jumlah Startup Indonesia Masuk Top 5 Dunia - Medcom.id.* <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/GbmqrQxb-erick-jumlah-startup-indonesia-masuk-top-5-dunia>
- Wahyuni, A. E. (2019). *Esensi dan Peranan Design Thinking sebagai Prosedur Efektif Menuai Inovasi Berkelanjutan.* 170222607542, 1–4.

LAMPIRAN

Wawancara kepada pengguna untuk kebutuhan survei data

Narasumber 1 Vicencia Mita Haninditya, Wanita 26 Tahun (Akan menikah pada tahun 2022)		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah Anda mengetahui tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Ya, saya sudah mengetahui.
2	Apakah Anda pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Jasa apa yang Anda gunakan?	Saya pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran.
3	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya mengetahuinya melalui media sosial instagram dan kerabat dekat.
4	Apakah Anda pernah mencari atau memesan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan melalui website?	Belum pernah.
5	Hal apa yang menjadi pertimbangan Anda dalam memilih jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Yang pertama itu fasilitas yang diberikan, dari hasil foto dan videonya. Tentu saja dengan melihat dan mengecek lewat portofolio yang ada. Kemudian biaya juga menjadi pertimbangan saya.
6	Bisakah Anda menceritakan pengalaman Anda dalam proses pemesanan menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Lamaran kemarin saya mencari jasa dokumentasi tersebut melalui informasi yang diberikan oleh kerabat saya dan juga media sosial instagram. Setelah menemukan yang sesuai dengan kebutuhan saya dan pasangan saya, maka saya langsung memulai pemesanan jasa dokumentasi lamaran tersebut melalui chat whatsapp dengan admin jasa dokumentasi tersebut. Saya menggunakan jasa dokumentasi lamaran dari Kania Fotografi.
7	Apa metode pembayaran yang Anda gunakan saat menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya membayar <i>cash</i> (tunai) dan langsung lunas, tanpa melakukan pembayaran diawal atau DP.
8	Apa kekurangan yang Anda rasakan saat melakukan pembayaran tersebut?	Keluhannya saya rasakan itu bank transfer yang berbeda. Maka dari itu saya lebih memilih pembayaran tunai.
9	Menurut Anda apakah dibutuhkan metode pembayaran lain? Jika dibutuhkan, metode seperti apa yang Anda inginkan?	Diperlukan, mungkin opsi pembayaran yang ditambah ya. Misalnya, ada metode pembayaran melalui dompet digital dan opsi pilihan bank yang banyak.
10	Apa kelebihan yang Anda dapatkan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Saya mendapatkan fasilitas yang bagus dengan biaya yang sesuai.

11	Apa kekurangan yang Anda rasakan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Informasi yang tertera masih kurang, harus menghubungi admin dulu baru mendapatkan informasi paket dokumentasi, daftar harga, dll. Admin nya juga agak <i>slowrespond</i> . Hasil foto dan video nya juga memakan waktu yang agak lama.
12	Menurut Anda apakah diperlukan website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Alasannya kenapa?	Diperlukan, karena kredibilitas media website lebih bagus. Harapannya bisa menampilkan banyak informasi yang tanpa perlu menghubungi admin terlebih dahulu.
13	Apakah diperlukan desain antarmuka yang menarik dan mudah dipahami?	Tentu saja ya mas, karena kalau antarmuka nya mudah dipahami sama pengguna, proses pemesanannya juga semakin cepat dan tidak membingungkan.

Narasumber 2
Sane Vigour Adialif, Pria 25 Tahun
(Akan menikah pada tahun 2022)

1	Apakah Anda mengetahui tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Ya, saya sudah mengetahui.
2	Apakah Anda pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Jasa apa yang Anda gunakan?	Pernah, saya memakai jasa dokumentasi lamaran.
3	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Informasi yang saya dapatkan kebanyakan dari media sosial.
4	Apakah Anda pernah mencari atau memesan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan melalui website?	Belum pernah.
5	Hal apa yang menjadi pertimbangan Anda dalam memilih jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Pertimbangan yang utama itu dari segi biayanya. Karena kalau fasilitas yang ditawarkan bagus tetapi biaya tidak sesuai dengan saya ya tidak saya gunakan.
6	Bisakah Anda menceritakan pengalaman Anda dalam proses pemesanan menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya mencari jasa dokumentasi lamaran terlebih dahulu, mencari dan mengecek satu – satu portofolio yang ditampilkan. Setelah cocok dengan kebutuhan saya, maka saya langsung menghubungi admin untuk melakukan pemesanan lebih lanjut.
7	Apa metode pembayaran yang Anda gunakan saat menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya membayar melalui transfer antar bank.
8	Apa kekurangan yang Anda rasakan saat melakukan pembayaran tersebut?	Tidak ada kekurangan.
9	Menurut Anda apakah dibutuhkan metode pembayaran lain? Jika dibutuhkan, metode seperti apa yang Anda inginkan?	Diperlukan, mungkin lebih bagus jika ada opsi pembayaran lewat dompet digital seperti ovo, gopay, dll.

10	Apa kelebihan yang Anda dapatkan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Fasilitas yang saya dapatkan lebih dari apa yang saya harapkan.
11	Apa kekurangan yang Anda rasakan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Informasi detail dari jasa dokumentasi yang saya gunakan hanya bisa didapatkan jika sudah menghubungi pihak jasa dokumentasi tersebut. Jadinya memakan waktu juga harus menghubungi admin dari tiap jasa dokumentasi lamaran yang saya cari.
12	Menurut Anda apakah diperlukan website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Alasannya kenapa?	Diperlukan, karena website banyak fiturnya ya, jadi nya bisa lebih mempermudah <i>customer</i> .
13	Apakah diperlukan desain antarmuka yang menarik dan mudah dipahami?	Sangat diperlukan sekali.

Narasumber 3
Annisa Meutia, Wanita 27 Tahun
(Sudah menikah pada tahun 2021)

1	Apakah Anda mengetahui tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Ya, saya sudah mengetahui.
2	Apakah Anda pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Jasa apa yang Anda gunakan?	Pernah, saya memakai jasa dokumentasi pernikahan.
3	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya mendapatkan informasi tersebut dari teman dekat saya.
4	Apakah Anda pernah mencari atau memesan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan melalui website?	Belum pernah.
5	Hal apa yang menjadi pertimbangan Anda dalam memilih jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Hal yang menjadi pertimbangan saya adalah kualitas jasa dokumentasi tersebut dan biaya yang sesuai dengan saya.
6	Bisakah Anda menceritakan pengalaman Anda dalam proses pemesanan menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya melakukan survei terlebih dahulu terhadap <i>vendor</i> dokumentasi pernikahan yang akan saya gunakan, mulai dari portofolio hingga biaya. Setelah mendapatkan yang sesuai, saya melakukan kontak dengan admin <i>vendor</i> terkait. Setelah itu saya melakukan koordinasi dengan <i>vendor</i> terkait hingga transaksi selesai.
7	Apa metode pembayaran yang Anda gunakan saat menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya membayar melalui transfer antar bank.
8	Apakah kekurangan yang Anda rasakan saat melakukan pembayaran tersebut?	Tidak ada kekurangan.
9	Menurut Anda apakah dibutuhkan metode pembayaran lain? Jika dibutuhkan, metode seperti apa yang Anda inginkan?	Untuk saat ini pembayaran melalui transfer bank sudah sangat efisien, tetapi mungkin bisa ditambahkan metode pembayaran lain. Misal bisa membayar pakai ovo, gopay, atau linkaja.

10	Apa kelebihan yang Anda dapatkan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Proses pengerjaan yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan saya.
11	Apa kekurangan yang Anda rasakan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Ada beberapa dokumentasi yang terlewatkan, sehingga dari paket dokumentasi yang diberikan <i>vendor</i> kurang terpenuhi. Dan informasi paket dokumentasi kurang lengkap dicantumkan di awal.
12	Menurut Anda apakah diperlukan website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Alasannya kenapa?	Diperlukan, karena website dapat memudahkan kita sebagai klien untuk melihat review jasa tersebut dan memudahkan informasi terkait jasa tersebut.
13	Apakah diperlukan desain antarmuka yang menarik dan mudah dipahami?	Tentu diperlukan, soalnya juga saya suka dengan antarmuka yang menarik, apalagi yang tidak bikin bingung. Bagi saya itu menambah rasa ketertarikan saya pada aplikasi.

Narasumber 4
Fadhli Arminansyah, Pria 26 Tahun
(Sudah menikah pada tahun 2021)

1	Apakah Anda mengetahui tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Ya, saya sudah mengetahui.
2	Apakah Anda pernah menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Jasa apa yang Anda gunakan?	Pernah, saya memakai jasa dokumentasi pernikahan.
3	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Saya mendapatkan informasi tersebut dari media sosial.
4	Apakah Anda pernah mencari atau memesan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan melalui website?	Pernah.
5	Hal apa yang menjadi pertimbangan Anda dalam memilih jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan?	Biaya menjadi pertimbangan utama kemudian dilanjutkan dengan pertimbangan kualitas <i>vendor</i> yang mau dipakai.
6	Bisakah Anda menceritakan pengalaman Anda dalam proses pemesanan menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Tentu saja dengan mencari informasi jasa dokumentasi pernikahan di berbagai platform khususnya instagram, melihat review dan portofolio yang dimiliki. Lanjut menghubungi admin dan memulai pemesanan hingga proses produksi.
7	Apa metode pembayaran yang Anda gunakan saat menggunakan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan tersebut?	Transfer antar bank.
8	Apa kekurangan yang Anda rasakan saat melakukan pembayaran tersebut?	Tidak ada kekurangan.
9	Menurut Anda apakah dibutuhkan metode pembayaran lain? Jika dibutuhkan, metode seperti apa yang Anda inginkan?	Sepertinya perlu, karena kalau ada opsi pembayaran selain bank transfer akan memberikan nilai tambah juga untuk kita sebagai klien.

10	Apa kelebihan yang Anda dapatkan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Pengerjaannya cepat, kondusif, dan sesuai harapan.
11	Apa kekurangan yang Anda rasakan dari jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan yang Anda gunakan?	Tidak ada informasi mengenai <i>pricelist</i> yang tertera, jadi kalau mau mempertimbangkan harga harus menghubungi admin terlebih dahulu.
12	Menurut Anda apakah diperlukan website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, atau pernikahan? Alasannya kenapa?	Diperlukan, karena sekarang semua sudah serba digital juga. Maka website untuk jasa ini nampaknya juga diperlukan, jadi tidak hanya pakai media sosial saja.
13	Apakah diperlukan desain antarmuka yang menarik dan mudah dipahami?	Diperlukan, pengguna juga malas kalau antarmuka nya sulit dipahami.

Wawancara dengan pelaku usaha untuk kebutuhan survei data

Narasumber 1 Pelaku Usaha Bisnis Dokumentasi Lamaran, Pranikah, Pernikahan Hiday Photography		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana proses pemesanan layanan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan yang Anda berikan?	Yang pertama kami menampilkan portofolio yang kami punya, gunanya untuk memberikan opsi pilihan kepada klien. Lalu memberikan informasi mengenai paket dokumentasi, harga, dan lain – lain lewat whatsapp.
2	Apa bentuk jasa yang Anda tawarkan?	Saya menawarkan jasa melalui bentuk paket dokumentasi. Harganya pun berbeda – beda. Beda harga, beda pula fasilitas yang didapat.
3	Apakah kendala dengan klien yang sering Anda temui selama menjalankan bisnis jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan tersebut?	Kendala yang sering saya temui itu hanya kendala minor saja. Biasanya klien mengeluhkan pembayaran karena beda bank untuk transfer.
4	Umumnya butuh berapa lama waktu proses pengerjaan pasca produksi?	Kalau video bisa dua sampai empat minggu, kalau edit foto hanya satu sampai dua hari saja. Namun, kalau cetak hasil foto itu bisa sampai satu minggu lebih.
5	Cara apa yang Anda gunakan untuk mengirim hasil produk kepada klien?	Biasanya kami memberikan hasil menggunakan <i>flashdisk</i> dan <i>google drive</i> . Tetapi kalau hasil fisiknya kami berikan melalui cetak jadi.
6	Apakah Anda pernah mengalami pembayaran yang tertunda atau terlambat dari klien?	Pernah, kalau klien telat membayar kami akan menahan dulu hasil dokumentasi nya hingga pembayarannya telah diselesaikan.
7	Menurut Anda apakah website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan diperlukan? Alasannya kenapa?	Diperlukan, karena website secara general itu penting juga. Ditambah dengan banyak fitur yang ada didalamnya.
8	Menurut Anda apakah website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan	Tentunya mempermudah. Karena website punya kredibilitas khusus ya, bisa menampilkan

	pernikahan nantinya akan mempermudah Anda sebagai pelaku usaha di bidang tersebut?	banyak konten. Menurut saya website bisa membantu saya dalam menjalankan bisnis ini dan juga klien.
Narasumber 2 Pelaku Usaha Bisnis Dokumentasi Lamaran, Pranikah, Pernikahan Noramor Picture		
1	Bagaimana proses pemesanan layanan jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan yang Anda berikan?	Tahap pertama melihat portofolio dari instagram yang sudah tercantum di kontak personal. Kemudian calon klien menghubungi lewat whatsapp dan calon klien menanyakan pricelist sesuai kebutuhan calon klien. Kemudian kami sebagai penyedia jasa memberikan daftar harfa sehingga klien bisa memilih sesuai kebutuhannya. Kemudian jika klien sepakat, klien harus membayar dp sebesar 50% sesuai <i>term & condition</i> yang tertera di daftar harga.
2	Apa bentuk jasa yang Anda tawarkan?	Dalam bentuk paket terpisah yaitu paket dokumentasi foto pernikahan atau paket foto pranikah dan tersedia juga paket bundling pranikah + pernikahan.
3	Apa kendala dengan klien yang sering Anda temui selama menjalankan bisnis jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan tersebut?	Kendala dari klien biasanya bentuk penawaran yang tidak sesuai dengan harga pasar di daerah Yogyakarta dan sekitarnya, kendala jadwal pemotretan yang tidak pasti juga sering saya temui.
4	Umumnya butuh berapa lama waktu proses pengerjaan pasca produksi?	Untuk pengerjaan pasca produksi tiap proyek pranikah atau pernikahan biasanya dilakukan dalam tiga hari.
5	Cara apa yang Anda gunakan untuk mengirim hasil produks kepada klien?	Biasanya kami mengirim file sesuai paket tersebut. Ada yang lewat <i>google drive</i> dan ada juga yang menggunakan flashdisk.
6	Apakah Anda pernah mengalami pembayaran yang tertunda atau terlambat dari klien?	Sejauh ini belum pernah. Sudah sesuai, jika pasca produksi sudah siap dikirim, klien hendak melunasi kekurangan sesuai harga yang dipilih oleh klien
7	Menurut Anda apakah website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan diperlukan? Alasannya kenapa?	Menurut saya pribadi sangat diperlukan, karena untuk menambah kredibilitas sebuah <i>vendor</i> dan merangkum semua portofolio beserta daftar harga dan informasi lainnya.
8	Menurut Anda apakah website untuk jasa dokumentasi lamaran, pranikah, dan pernikahan nantinya akan mempermudah Anda sebagai pelaku usaha di bidang tersebut?	Pasti, karena untuk mempermudah akses pelayanan dan pemesanan sehingga calon klien dalam memilih paket mudah untuk dipahami sesuai dengan kebutuhannya.

Wawancara Pengujian Prototype

Responden 1 Muhammad Indra Nugraha, Pria 25 Tahun (Sudah menikah pada tahun 2021)		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	<p>Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?</p>	<p>Bagi saya cukup mudah, tampilan antarmukanya juga bagus. Pemilihan warna yang menurut saya cocok dengan website ini. Sebagai website saya rasa sudah memenuhi requirement untuk menjadi website yang friendly to use. Mantap deh pokoknya.</p>
2	<p>Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?</p>	<p>Ya memudahkan saya, soalnya saya tidak perlu mendownload aplikasi sehingga handphone saya tidak kehabisan memori.</p> <p>Sangat mempermudah, karena juga saya tidak perlu untuk mengunduh aplikasi pada ponsel saya, jadinya memori ponsel saya juga tidak terpakai.</p>
3	<p>Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?</p>	<p>Sejauh ini sudah sesuai dengan apa yang saya butuhkan untuk memesan sebuah jasa fotografi.</p>
4	<p>Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?</p>	<p>Menurut saya sudah bisa terpercaya, karena dengan menggunakan <i>payment gateway</i> transaksi menjadi lebih mudah dan aman. Ditambah lagi dengan banyak pilihan opsi pembayarannya.</p>
5	<p>Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?</p>	<p>Menurut saya ide ini sudah cukup bagus, meskipun bukan ide yang baru akan tetapi konsep bisnisnya sudah cukup bagus dan masih bisa dikembangkan lagi.</p>
6	<p>Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?</p>	<p>Menurut saya strategi pemasaran dengan media sosial itu sangat bagus ya. Karena yang menggunakan media sosial pun sekarang sudah hampir semua orang.</p>

7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Jika saya belum menikah, mungkin saya akan bersedia untuk menggunakan aplikasi ini. Karena saya rasa metode yang digunakan dalam bertransaksi juga aman.
---	---	---

Responden 2
Nur Yasmin, Wanita 23 Tahun
(Belum Menikah)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Ya mudah digunakan, karena menu yang ditampilkan mudah dipahami namun pilihan paket pada bagian tone foto perlu ditambah keterangan yang berisi terlebih dahulu melakukan konsultasi untuk lebih mudah pemilihan tone foto dan tahu contoh tone foto nya. Penggunaan warna kalografi tidak mencolok di mata sehingga tidak melukai mata, dan tampilan website simpel tidak banyak simbol/ornamen sehingga mudah dibaca.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Mempermudah kedua belah pihak; pembeli dan pemberi jasa untuk melakukan pemesanan.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Sudah sesuai dengan kebutuhan jasa fotografi, dan pencarian informasi pada sosial media dimudahkan.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Ya mempermudah pengguna dan menjamin keamanan karena telah menggunakan <i>payment gateway</i> dan banyak pilihan untuk pembayaran.
5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Konsep ide yang digunakan bagus karena pada beberapa website fotografi tidak menawarkan langsung untuk booking online dan tidak mencantumkan harga paket.

6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Strategi pemasaran melalui media sosial sudah bagus karena media sosial banyak digunakan banyak kalangan untuk mencari informasi jasa fotografi, terlebih jika menggunakan media sosial instagram bisa menjadi preview sebelum ke website.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Ya bersedia, karena tidak perlu susah mencari jasa fotografi karena pilihan paket yang sudah jelas.

Responden 3
Vicencia Mita Haninditya, Wanita 26 Tahun
(Akan menikah pada tahun 2022)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Menurut saya tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi sangat user friendly, sangat kekinian dari segi tampilan, bentuk, warna dan bahasa sangat mudah dipahami oleh anak muda jaman sekarang.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Bagi saya dengan penggunaan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi ini sangat mempermudah karena dengan adanya <i>website</i> ini bisa saling memberi info dengan kerabat menjadi mudah, hanya dengan meneruskan link maka dapat berbagi informasi.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> sudah sangat memenuhi kebutuhan pengguna, dari cara pemesanan, pembayaran dan konsultasi sudah sangat mudah dan menarik.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Menurut saya sistem pembayaran pada <i>prototype website</i> kalografi sangat mempermudah transaksi karena banyaknya pilihan dan terdapat penjelasan terkait cara membayarnya. Untuk keamanan menurut saya sudah sangat aman karena menggunakan virtual account yang mana memperkecil kemungkinan untuk salah transfer dan salah nominal dan invoice dikirim melalui email pribadi sehingga antara dua belah pihak saling mengetahui terkait transaksi.
5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Menurut saya mengenai konsep ide bisnis kalografi sangat bagus, dengan konsep yang mengikuti jaman membuat customer yang

		kebanyakan milenial ini menjadi tertarik dengan ide bisnis yang ditawarkan.
6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Menurut saya strategi pemasaran yang dipilih sudah sangat tepat yaitu melalui media sosial yang mana media sosial merupakan "makanan" sehari-hari kaum milenial sehingga pemasaran menjadi lebih mudah dan sangat tepat sasaran.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Bersedia, dikarenakan saya akan melaksanakan pernikahan yang mana saya banyak dan mudah mendapatkan informasi saat menggunakan website ini sehingga dapat menghemat waktu saya untuk mencari informasi terkait apa yang saya butuhkan untuk persiapan pernikahan saya. Mengenai aplikasi ini saya sangat terbantu dari segi penggunaannya menurut saya ini sangat simple apalagi bagi orang yang bekerja seperti saya.

Responden 4
Cahya Romadhika, Pria 27 Tahun
(Akan menikah pada tahun 2022)

1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Mudah, karena tampilan yang digunakan sangat informatif.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Ya, karena website yang diberikan simpel dan jelas.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Sudah, fitur yang diberikan lengkap dan bervariasi serta terdapat penjelasan yang lengkap sehingga mudah dipahami.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Sistem pembayaran yang digunakan lengkap sehingga mempermudah konsumen.

5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Bagus, karena konsumen akan lebih nyaman dalam melakukan pemilihan produk yang akan digunakan.
6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Bagus, dengan kemajuan teknologi saat ini banyak orang-orang yang menggunakan media sosial.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Bersedia, karena aplikasi kalografi memberikan fitur-fitur yang lengkap serta penawaran yang menarik.
Responden 5 Sandhy Alam Ramadhan, Pria 29 Tahun (Sudah menikah pada tahun 2020)		
1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Ya sangat mudah, karena fitur yang ditampilkan sudah sangat lengkap dan pemilihan warna background enak dipandang.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Ya, karena semua fitur yang dibutuhkan sudah ada disana semua, hingga termasuk produk2 yg ditawarkan.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Sudah karena fitur yang dibutuhkan oleh pengguna sudah semuanya ditunjukkan mulai dr pricelist hingga portofolionya.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Ya, dengan menggunakan fitur pembayaran seperti itu pengguna lebih terasa aman saat bertransaksi.
5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Cukup menarik dalam melihat peluang yaitu dengan memberikan penawaran lebih terhadap konsumen melalui fitur – fitur yg ada pada website.

6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Sangat bagus karena pengguna media sosial sangat banyak dan semakin berkembang seiring berjalannya waktu.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Ya. Kalografi bisa saya rekomendasikan ke keluarga dan kerabat saya.

Responden 6
Ahnaf Faza, Pria 24 Tahun
(Belum Menikah)

1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Mudah digunakan. Tampilan sangat baik dan dari ukuran tombol – tombol, tulisan sudah pas.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Mempermudah sekali. Ketika saat akan melakukan order semua sudah jelas dan rinci dari pilihan paket hingga bisa customize paket.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Sudah sesuai.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Sangat mempermudah. Menurut saya dari segi payment sudah jelas dan simpel.
5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Menurut saya ini ide bisnis yang sangat baik dan juga sudah menggunakan digitalisasi dalam pemasaran nya.
6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Dari segi media sosial kalografi baik sekali, sangat bagus.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi?	Bersedia. Menurut saya ini aplikasi yang mempermudah client ketika ingin melakukan proses order.

	Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	
Responden 7 Annisa Meutia, Wanita 27 Tahun (Sudah Menikah pada Tahun 2021)		
1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Tampilan mudah digunakan dan tampilannya sangat menarik.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Tentunya mempermudah, soalnya website juga mudah untuk diakses.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Sudah sesuai, fitur – fitur yang ada sudah cukup informatif. Jadinya saya bisa tahu informasi di awal dulu tanpa harus menghubungi kontak admin nya.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Saya rasa mudah dan terjamin ya, ditambah ada banyak opsi bank untuk pembayarannya. Dan juga udah pakai virtual account untuk bayarnya.
5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Ide ini cukup bagus, menurut saya bisa menjadi peluang bisnis baru.
6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Pemasaran lewat media sosial sama iklan online itu cukup strategis sih di jaman digital ini.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Karena saya sudah menikah, saya bersedia menjadikan aplikasi ini untuk rekomendasi kerabat saya.
Responden 8 Sane Vigour Adialif, Pria 25 Tahun (Akan Menikah pada Tahun 2022)		

1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Tampilan website kalografi menurut saya sudah bagus dan nyaman untuk dilihat. Pemilihan warna dan font sangat cocok.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Platform website yang digunakan kalografi mempermudah saya sebagai seorang pengguna yang tidak menyukai hal yang rumit seperti harus mengunduh sebuah aplikasi untuk menggunakannya.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Fitur-fitur yang ada pada kalografi sudah cukup lengkap, hanya saja saat pemilihan tone foto perlu ditambah keterangan atau contoh tone yang akan digunakan untuk sesi foto.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Payment gateway menurut saya dapat mempermudah proses pembayaran paket kalografi karena saya dapat memilih metode pembayaran yang beragam.
5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Ide bisnis yang diusung kalografi bukan sebuah hal yang baru, akan tetapi saya yakin kalografi dapat bersaing dengan kompetitor karena kalografi dapat memberikan pengalaman pengguna yang baru dan masih memiliki banyak ruang untuk berkembang.
6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Strategi pemasaran menggunakan media sosial menurut saya sudah bagus mengingat hampir semua orang saat ini menggunakan media sosial. Kalografi hanya perlu memasarkan jasanya dengan gencar agar kalografi dapat diketahui oleh orang-orang yang membutuhkan jasa dokumentasi pernikahan.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Karena saya belum menikah, saya akan mempertimbangkan untuk menggunakan jasa kalografi untuk mendokumentasikan engagement dan pre-wedding yang akan saya lakukan.

Responden 9
Sane Vigour Adialif, Pria 25 Tahun
(Akan menikah pada tahun 2022)

1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Tampilan cukup menarik dan mudah dipahami sih pas pertama kali mencobanya. Mantap.
2	Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?	Mempermudah dong tentunya, soalnya kan website juga mudah diakses dan fitur nya banyak juga.
3	Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?	Fitur – fitur nya sangat membantu dan menarik sih, banyak fitur yang unik contohnya fitur track progres itu.
4	Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna? Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?	Mempermudah, aman juga karena pakai virtual account buat bayarnya. Opsi bank nya juga lengkap menurut saya.
5	Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?	Ide bisnis nya bagus sih, walaupun bukan ide bisnis yang baru. Tetapi ide bisnis yang ditawarkan cukup menarik.
6	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?	Strategi lewat medsos dan iklan medsos itu juga sangat bagus sih, soalnya sekarang semua nya serba digital juga kan.
7	Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi? Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?	Bersedia, semoga aplikasi ini segera terealisasikan.
Responden 10 Fadhli Arminansyah, Pria 26 Tahun (Sudah menikah pada tahun 2021)		
1	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype website</i> kalografi mudah digunakan? Bagaimana tanggapan Anda tentang antarmuka kalografi?	Menurut saya tampilan antarmuka kalografi sudah bagus, nyaman untuk dilihat karena pemilihan warna yang sangat cocok. Saya juga tidak mengalami kesulitan saat mencoba website kalografi.

2	<p>Apakah menggunakan <i>platform website</i> yang ditunjukkan pada <i>prototype</i> kalografi mempermudah Anda sebagai pengguna?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda tentang <i>platform website</i> yang digunakan oleh kalografi?</p>	<p>Kalografi sebagai sebuah aplikasi yang dapat digunakan pada web memudahkan saya sebagai pengguna karena saya tidak perlu mengunduh aplikasi.</p>
3	<p>Apakah fitur yang terdapat pada <i>prototype website</i> kalografi sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda tentang fitur yang tersedia?</p>	<p>Fitur yang tersedia pada kalografi menurut saya sudah sangat lengkap dan memenuhi kebutuhan saya sebagai pengguna.</p>
4	<p>Apakah sistem pembayaran (<i>payment gateway</i>) pada <i>prototype website</i> kalografi dapat mempermudah dan menjamin keamanan transaksi bagi Anda sebagai pengguna?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda tentang sistem pembayaran kalografi?</p>	<p>Implementasi <i>payment gateway</i> pada website kalografi menurut saya sudah sangat baik karena mempermudah dan dapat menjamin keamanan proses pembayaran.</p>
5	<p>Bagaimana tanggapan Anda tentang mengenai konsep ide bisnis kalografi ini?</p>	<p>Ide bisnis dokumentasi pernikahan menurut saya sudah cukup bagus. Walaupun ide bisnis seperti ini bukan ide yang baru, tetapi kalografi dapat memberikan pengalaman pengguna yang baru karena fitur-fitur yang ada pada website kalografi sudah sangat lengkap.</p>
6	<p>Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi pemasaran kalografi melalui media sosial?</p>	<p>Menurut saya strategi pemasaran melalui media sosial sudah sangat bagus, karena media sosial sekarang banyak digunakan orang sehingga dapat mencapai audiens yang lebih banyak.</p>
7	<p>Apakah anda nanti nya bersedia menggunakan aplikasi kalografi?</p> <p>Bagaimana tanggapan Anda mengenai aplikasi kalografi?</p>	<p>Karena saya sudah menikah, saya tidak memiliki urgensi untuk menggunakan layanan dokumentasi pernikahan. Akan tetapi jika kalografi ada sebelum saya menikah, saya pasti akan menggunakan jasa kalografi untuk mendokumentasikan pernikahan saya. Saya pun akan merekomendasikan jasa kalografi kepada kerabat-kerabat saya yang akan menikah dalam waktu dekat ini.</p>