



# **PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* PEBISNIS PADA SISTEM PEMASARAN WARALABA PRODUK UMKM MENGUNAKAN METODE *FIVE PLANES***

**ZULKIFLI ASDARIANTO**



**DEPARTEMEN ILMU KOMPUTER  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2017**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul Perancangan *User Experience* Pebisnis pada Sistem Pemasaran Waralaba Produk UMKM Menggunakan Metode *Five Planes* adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Februari 2017

Zulkifli Asdariantio  
NIM G64120126

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



## ABSTRAK

ZULKIFLI ASDARIANTO. Perancangan *User Experience* Pebisnis pada Sistem Pemasaran Waralaba Produk UMKM Menggunakan Metode *Five Planes*. Dibimbing oleh FIRMAN ARDIANSYAH.

Indonesia memiliki banyak UMKM yang memiliki produk yang diwaralabakan, namun di Indonesia belum banyak wadah untuk menjual waralaba tersebut secara *online*. Penelitian ini berfokus pada pengembangan *user experience* (UX) sistem pemasaran waralaba produk UMKM menggunakan metode *five plane user experience elements*. Pengembangan diawali dengan analisis kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis *stakeholder* pada bagian *strategy plane*. Pada bagian *scope plane*, penentuan fitur dan spesifikasi fungsional dilakukan. Perancangan interaksi dan analisis *task* menggunakan *hierarchical task analysis* (HTA) dilakukan pada *structure plane*. Prototipe *low fidelity* dan *medium fidelity* dibuat pada bagian *skeleton plane* dan *surface plane*. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan 247 poin *web usability guidelines* dan *usability testing* dengan teknik *task success*. Total rata-rata nilai pemenuhan *guidelines* untuk *medium fidelity* adalah 79%, sedangkan hasil dari *usability testing* menghasilkan 8 *task* yang berhasil dilakukan dan 1 *task* yang tidak berhasil dilakukan.

Kata kunci: pebisnis, pengalaman pengguna, waralaba, UKM

## ABSTRACT

ZULKIFLI ASDARIANTO. User Experience Design Businessman on Marketing Franchise Sistem for UMKM's Product with Five Planes Method. Supervised by FIRMAN ARDIANSYAH.

Indonesia has a lot of small and medium enterprises which have franchised products, but there are not many available places to sell the products online. This research focused on the development of user experience (UX), using five plane user experience elements method. This method was begun with user requirement analysis and stakeholder business purpose in strategy plane section. At the scope of plane section, feature determination and functional specification were analyzed. Interaction design and task analysis using hierarchial task analysis (HTA) were done at the structure plane. Low and medium fidelity prototypes were made in skeleton plane and surface plane parts. The evaluation was analyzed using 247 points web usability guidelines and usability testing with task success technique. The result showed the average score of guidelines fulfillment for medium fidelity was 79% and the result of usability testing showed 8 tasks were successful and 1 task was unsuccessful.

Keywords: Business, user experience, franchise, small and medium enterprises

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



# **PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* PEBISNIS PADA SISTEM PEMASARAN WARALABA PRODUK UMKM MENGUNAKAN METODE *FIVE PLANES***

**ZULKIFLI ASDARIANTO**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Komputer  
pada  
Departemen Ilmu Komputer

**DEPARTEMEN ILMU KOMPUTER  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2017**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penguji :

1 Dean Apriana Ramadhan, SKomp MKom

2 Auzi Asfarian, SKomp MKom



Judul : Perancangan *User Experience* Pebisnis pada Sistem Pemasaran Waralaba  
Produk UMKM Menggunakan Metode *Five Planes*  
Nama : Zulkifli Asdariato  
NIM : G64120126

Disetujui oleh

Firman Ardiansyah, SKom MSi  
Pembimbing I

Diketahui oleh



Dr. Ir. Agus Buono, MSi MKom  
Ketua Departemen

Tanggal lulus: 02 FEB 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanallah wa ta'ala karena berkat rahmat dan karunia-Nya penyusunan skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Perancangan *User Experience* Pebisnis pada Sistem Pemasaran Waralaba Produk UMKM Menggunakan Metode *Five Planes*” sebagai salah satu syarat dalam pelaksanaan Sarjana Komputer.

Penulis berterima kasih kepada kedua orang tua, Ayah Hasbi Hasan(alm) dan Ibu Saoda, dan keluarga besar yang selalu mendukung, memberikan doa dan kasih sayangnya kepada saya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih Bapak Firman Ardiansyah selaku pembimbing dalam penelitian ini yang selalu memberikan arahan, masukan dan dukungan dari awal penelitian hingga akhirnya penelitian ini dapat diselesaikan. Terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Dean Apriana Ramadhan, SKomp MKom dan Bapak Auzi Asfarian, SKomp MKom selaku dosen penguji. Bapak Baban Sarbana, SE MSi selaku *stakeholder*, dan seluruh responden yang telah bersedia membantu dalam proses penelitian ini. Tidak lupa penulis sampaikan terima kasih kepada Mayang yang selalu memberi *support* dan teman-teman *UX research* dan teman-teman Ilmu Komputer angkatan 49 yang selalu mendukung dengan baik.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bogor, Februari 2017

*Zulkifli Asdariantanto*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	2
Tujuan Penelitian	2
Manfaat Penelitian	2
Ruang Lingkup Penelitian	3
METODE	3
<i>Strategy Plane</i>	3
<i>Scope Plane</i>	4
<i>Structure Plane</i>	4
<i>Skeleton Plane</i>	4
<i>Surface Plane</i>	4
Evaluasi	5
Lingkungan Pengembangan (Peralatan Penelitian)	5
HASIL DAN PEMBAHASAN	5
<i>Strategy Plane</i>	5
<i>Scope Plane</i>	8
<i>Structure Plane</i>	10
<i>Skeleton Plane</i>	12
<i>Surface plane</i>	12
Evaluasi	13
SIMPULAN DAN SARAN	19
Simpulan	19
Saran	19
DAFTAR PUSTAKA	19
LAMPIRAN	21
RIWAYAT HIDUP	75



## DAFTAR TABEL

1	Spesifikasi fungsional fungsi utama Lobalaba Portal	10
2	Hasil rata-rata penilaian <i>usability guidelines</i> prototipe medium fidelity Lobalaba Portal	13
3	Pengujian <i>task</i> melihat testimoni	14
4	Pengujian <i>task</i> registrasi sebagai pewaralaba	15
5	Pengujian <i>task</i> konfirmasi pembayaran akun	15
6	Pengujian <i>task</i> pemasangan iklan	16
7	Pengujian <i>task</i> mengedit iklan	16
8	Pengujian <i>task</i> log out	17
9	Pengujian <i>task</i> login	17
10	Pengujian <i>task</i> melihat riwayat statistik pengunjung	18
11	Pengujian <i>task</i> membuat testimoni terhadap Lobalaba Portal	18
12	Perbandingan rata rata waktu pengujian task terhadap 8 responden dengan batas waktu	19

## DAFTAR GAMBAR

1	Struktur <i>five planes user experience elements</i> (Garrett 2011)	3
2	<i>User</i> persona pengguna Lobalaba Portal	8
3	<i>Task flow</i> Lobalaba Portal	11
4	HTA registrasi sebagai pewaralaba	11
5	Contoh <i>Wireframes</i> Lobalaba Portal	12
6	Tampilan <i>homepage</i> prototipe Lobalaba Portal	13
7	Hasil pemenuan <i>usability guidelines</i> prototipe <i>low fidelity</i> Lobalaba Portal	14

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Daftar pertanyaan wawancara responden	22
2	Formulir <i>usability testing</i> prototipe Lobalaba.com	24
3	Formulir pernyataan kesediaan direkam	27

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

4	HTA <i>login</i>	28
5	HTA pendaftaran akun bukan sebagai pewaralaba (terwaralaba)	29
6	HTA pendaftaran akun sebagai pewaralaba	30
7	HTA konfirmasi pembayaran akun	31
8	HTA pemasangan iklan	32
9	HTA edit iklan dan membuat testimoni untuk situs Lobalaba.com	34
10	Contoh tampilan antarmuka <i>wireframe</i> Lobalaba Portal	35
12	Tampilan antarmuka prototipe Lobalaba Portal	38
13	Penilaian dan Evaluasi Prototipe <i>medium fidelity</i> menggunakan <i>set usability evaluation</i>	62



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi di Indonesia. Menurut Undang-Undang UU No.20 tahun 2008 UMKM dibagi menjadi beberapa kriteria diantaranya kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pertumbuhan UMKM semakin berkembang pesat dengan jumlah 56 534 592 unit dan memiliki laju pertumbuhan sebesar 2.41 % (BPS 2012).

UMKM dapat menyerap tenaga kerja semakin besar dan dapat bersaing dengan perusahaan yang cenderung menggunakan modal yang lebih besar (*capital intensive*). Salah satu contoh UMKM ialah waralaba. Waralaba yang ada di Indonesia tercatat ada 698 waralaba dengan jumlah gerai 24 400 yang terdiri atas 63% waralaba lokal serta 37% mancanegara (KEMENDAG RI 2016). Bisnis waralaba tersebut memberikan kontribusi positif pada perekonomian nasional dan menjaga perekonomian tetap berputar di tengah menurunnya perekonomian Indonesia.

Berdasarkan perkembangannya waralaba dijadikan suatu alternatif pengembangan usaha di Indonesia. Akan tetapi, di Indonesia masih memiliki beberapa permasalahan seperti terbatasnya aspek pemasaran, legalitas, dan permodalan. Hal tersebut dikarenakan adanya salah satu kendala yaitu masih menggunakan teknologi yang relatif sederhana pada aspek pemasaran. Oleh karena itu, bisnis waralaba harus mencari terobosan baru dalam pemasaran produknya. Waralaba dapat memanfaatkan berbagai media pemasaran yang tersedia. Salah satu media yang dapat digunakan adalah internet, yaitu melalui media internet *e-commerce*.

Menurut Irmawati (2011) *e-commerce* ialah proses pembelian dan penjualan produk, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Salah satu jaringan yang digunakan ialah internet. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia memperkirakan transaksi jual beli barang melalui internet (*e-commerce*) dari Indonesia akan menembus angka US\$ 10,08 miliar. Rata-rata nilai transaksi belanja *online* tersebut tumbuh 40% setiap tahun (CNN Indonesia 2015). Berdasarkan data tersebut, maka potensi internet *e-commerce* dapat menjadi salah satu media bagi UMKM khususnya waralaba untuk meningkatkan pemasaran produknya.

Berdasarkan pencarian di mesin pencari Google pada 11 Februari 2016 ditemukan 2 sistem berbasis web di Indonesia yang mewadahi permasalahan penjualan waralaba seperti FranchiseGlobal.com dan Waralabaku.com. Sebagai acuan awal, telah dilakukan pra penelitian pada 21 Maret 2016. Pengambilan data pra penelitian tersebut dilakukan menggunakan metode *think-aloud* terhadap 3 orang responden yang memiliki usaha di bidang waralaba. Responden diarahkan untuk mencoba menggunakan kedua sistem yang sudah ada tersebut dan di akhir sesi responden diminta untuk menceritakan apa yang ia pikirkan dan rasakan.

Informasi yang diperoleh dari data pra-penelitian yaitu, sistem tersebut memberikan informasi yang cukup lengkap, namun beberapa di antaranya menampilkan arsitektur informasi yang membingungkan dalam pendaftaran dan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

pemasangan iklan, selain itu terlalu banyak iklan dan gambar yang terus bergerak. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah aplikasi yang dapat mengakomodasi ruang kerja pewaralaba sekaligus memperhatikan *user experience* (UX).

UX merupakan pengalaman pengguna dalam merasakan suatu kemudahan dan efisiensi ketika melakukan interaksi dengan komputer. Pengembangan desain antarmuka dan UX pada sistem pemasaran produk waralaba UMKM belum berkembang dengan baik. Oleh karena itu, perlu dilakukan tahap pengembangan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan pada aspek *usability* dan UX di samping kebutuhan secara fungsional (Garrett 2011). Salah satu metode yang dapat dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut ialah metode *five planes user experience elements*.

Metode *five planes user experience elements* terdiri atas 5 elemen, yaitu *strategy plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, dan *surface plane*. Metode ini memiliki 2 tahapan yaitu tahapan desain dan prototipe. Tahap desain dimulai dari pembuatan persona dan rancangan aplikasi, Selanjutnya pembuatan konsep desain interaksi dan perancangan lebih detail. Tahap kedua yaitu prototipe, dikembangkan dalam *low fidelity* hingga *medium fidelity*.

Menurut Destian (2015) kerangka pengembangan UX lebih fleksibel dan dapat diadaptasi untuk pengembangan situs *web* atau pun pengembangan aplikasi jika menggunakan metode *five planes user experience elements*. Penelitian ini bertujuan membangun prototipe *e-commerce* berdasarkan kebutuhan pebisnis dengan memerhatikan aspek UX yang dirasakan oleh pengguna. Selain itu, dengan adanya *e-commerce* ini diharapkan dapat mempermudah pengguna dalam merencanakan, mencari dan memasarkan waralaba.

### Perumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi adalah banyak pengusaha UMKM dan pebisnis di Indonesia yang mengalami kesulitan untuk menawarkan waralaba dan memasarkan produk waralabanya kepada pembeli dan belum adanya penelitian berdasarkan UX untuk pemasaran waralaba UMKM. Rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana merancang *e-commerce* agar lebih interaktif, mudah dan memberikan pengalaman yang lebih baik terhadap pengguna.

### Tujuan Penelitian

Membangun prototipe *e-commerce* sistem pemasaran waralaba produk UMKM berdasarkan kebutuhan pebisnis dengan memerhatikan aspek UX yang dirasakan oleh pengguna. Selain itu, dengan adanya *e-commerce* ini diharapkan dapat mempermudah pengguna dalam merencanakan dan memasarkan waralaba.

### Manfaat Penelitian

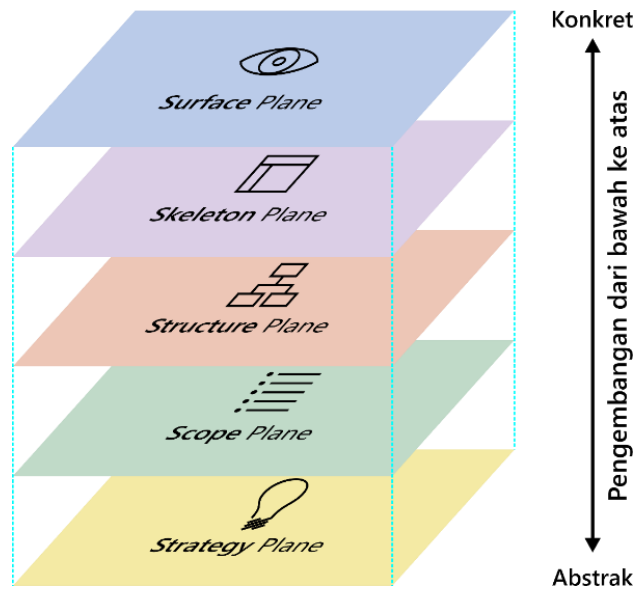
Manfaat yang diharapkan adalah memberikan *usability* yang baik pada pewaralaba dan meningkatnya daya tarik serta minat masyarakat untuk memasarkan usaha di bidang waralaba. Secara perlahan akan meningkatkan perkembangan usaha waralaba produk UMKM di Indonesia.

## Ruang Lingkup Penelitian

- 1 Sasaran pengguna aplikasi ini adalah pebisnis
- 2 Perancangan prototipe hanya ditinjau dari sisi *user experience* pebisnis.
- 3 Perancangan prototipe dilakukan sampai dengan tingkat *medium fidelity*.
- 4 Perancangan prototipe aplikasi dikerjakan untuk sistem berbasis web *desktop*.

## METODE

Pengembangan prototipe menggunakan metode *five planes user experience elements* yang diperkenalkan oleh Garrett (2011). Pengembangan dengan metode ini dilakukan secara bertahap yaitu dimulai dari *strategy plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, dan *surface plane*. Setiap elemen memiliki keterhubungan antara elemen atas dan bawahnya (Gambar 1). Metode ini memiliki sifat *Ripple effect*, yaitu keputusan di lapisan bawah memengaruhi keputusan di lapisan atas.



Gambar 1 Struktur *five planes user experience elements* (Garrett 2011)

### *Strategy Plane*

Tahapan ini dilakukan analisis tujuan bisnis dari *stakeholder* dan kebutuhan pengguna. Tujuan bisnis adalah tujuan internal yang ingin dicapai oleh *stakeholder*. Tahap ini menggabungkan antara kebutuhan yang di dapatkan pada *website* dan kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna. Kebutuhan pengguna adalah hal-hal yang diharapkan oleh pengguna saat menggunakan produk atau jasa. Data kebutuhan pengguna didapatkan dari hasil survei terhadap responden yang memiliki bisnis yang diwaralabakan dengan menggunakan teknik wawancara secara langsung. Pertanyaan wawancara terhadap pengguna dapat dilihat pada Lampiran 1. Langkah selanjutnya, dilakukan perancangan *user persona* yang merupakan representasi dari target pengguna aplikasi (Garret 2011).



### *Scope Plane*

Tahapan ini dilakukan penentuan *platform* dan perangkat yang akan digunakan. *Platform* dan perangkat tersebut akan dijadikan suatu acuan dan dikembangkan pada *platform desktop*. *Platform desktop* tersebut dirancang beserta konten apa saja yang ditampilkan agar menciptakan UX yang baik, sehingga setiap pengguna dapat menjalankan bisnisnya dengan layar yang lebar, *multitasking*, dan lingkungan yang terkontrol dan terprediksi. Selanjutnya, dilakukan pembuatan skenario pengguna. Skenario digunakan untuk mendeskripsikan secara spesifik motivasi dan tujuan yang mendasari pengguna dalam menggunakan suatu produk. Skenario berbentuk cerita singkat dengan persona sebagai karakter utama dari cerita tersebut (Idler 2011). Langkah selanjutnya, dilakukan penetapan fitur-fitur yang dikembangkan pada *website*. Fitur yang dikembangkan harus dapat mengakomodasi tujuan bisnis dan kebutuhan pengguna. Setelah itu, dilakukan penyusunan spesifikasi fungsional yang mendeskripsikan cara kerja pada setiap fitur (Garrett 2011). Fitur utama yang dikembangkan pada penelitian ini ialah fitur pemasaran waralaba pada tingkat UMKM.

### *Structure Plane*

Tahapan ini merupakan pembuatan arsitektur informasi dan desain interaksi. Pembentukan arsitektur informasi perlu memperhatikan kemudahan pelanggan dalam mengakses informasi. Desain interaksi dilakukan terhadap setiap kemungkinan perilaku pengguna dan respon aplikasi untuk mengakomodasinya (Garrett 2011). Desain interaksi perlu memperhatikan penanganan kesalahan pengguna oleh aplikasi. Teknik perancangan interaksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *hierarchical task analysis* (HTA). HTA memungkinkan proses eksplorasi untuk menemukan beberapa pendekatan yang dapat digunakan untuk menyelesaikan suatu *task* (Hornsby 2010). Perancangan interaksi dilakukan untuk fitur pemasaran waralaba pada tingkat UMKM.

### *Skeleton Plane*

Tahapan ini dilakukan perancangan prototipe *low fidelity* yang merupakan perwujudan dari desain interaksi pada tahap *structure plane*. Perancangan tersebut dilakukan dengan menggunakan *wireframe* yang diawali dengan pembuatan sketsa antarmuka dengan menggunakan perangkat lunak Axure RP Pro 8.0 dengan lisensi *student*. Perancangan prototipe *low fidelity* fokus terhadap perancangan antarmuka aplikasi yang meliputi penempatan elemen-elemen interaksi seperti *radio button*, *check box*, dan sebagainya. Penataan dan pengelompokan elemen interaksi disesuaikan dengan tingkat kepentingan dan hubungan antar elemen interaksi (Garrett 2011).

### *Surface Plane*

Tahapan ini dilakukan perancangan prototipe *medium fidelity* menggunakan perangkat lunak Axure RP Pro 8.0. Langkah awal yang dilakukan pada tahap ini ialah perancangan elemen-elemen visual. Elemen elemen visual tersebut akan diterapkan pada prototipe *medium fidelity* dengan memperhatikan aspek kontras dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural U

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



keseragaman, konsistensi, penggunaan warna, dan tipografi yang dibentuk menjadi sebuah *design guidelines*. *Design guidelines* tersebut memuat elemen-elemen visual dan *style* yang digunakan pada perancangan antarmuka aplikasi.

## Evaluasi

Evaluasi prototipe *medium fidelity* menggunakan 247 *web usability guidelines* dari [userfocus.co.uk](http://userfocus.co.uk). yang dilakukan sebanyak 3 kali dan menggunakan metode *task success* yang merupakan pencatatan waktu responden terhadap *task* yang diberikan. Metode ini dilakukan terhadap 8 orang responden pada *medium fidelity prototype*. Pengujian sistem akan dilakukan sesuai skenario yang telah dibuat di awal sesi pelaksanaan. Sebelum dilakukan pengujian, responden diminta untuk mengisi formulir *usability testing* Lobalaba Portal (lampiran 2) dan kesediaan untuk direkam (Lampiran 3). Selama pengujian terhadap responden, penguji membacakan data yang akan dimasukkan pada *task* dan dicatat oleh penguji. Faktor penentu keberhasilan pada setiap *task* ditentukan dari waktu tempuh yang tidak melewati batas waktu yang ditetapkan. Batas waktu yang ditetapkan diperoleh dari hasil *dry run* yang dilakukan *developer* dikalikan 2 (Tullis 2013). Nilai 1 diberikan jika waktu penyelesaian *task* kurang dari waktu yang telah ditentukan. Nilai 0 diberikan jika waktu penyelesaian *task* lebih dari waktu yang telah ditentukan atau responden tidak dapat mengerjakan *task* sama sekali. Pengujian *task success* dilakukan sebanyak 1 kali. Data hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui kendala yang dirasakan oleh responden pada saat mengerjakan *task*-nya (Hartson dan Pyla 2012).

## Lingkungan Pengembangan (Peralatan Penelitian)

Penelitian ini menggunakan perangkat keras berupa komputer personal dengan spesifikasi sebagai berikut *Processor Intel Core i7-3610QM*, RAM 4 GB, 14.0 WXGA LED, 500 GB HDD, *Mouse* dan *keyboard*. Perangkat lunak yang digunakan adalah sistem operasi Windows 10 dan pembuatan prototipe menggunakan Axure RP Pro 8.0 *for Windows* dengan lisensi *student*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Strategy Plane*

Pada tahap ini telah dilakukan observasi dan analisis terkait dengan (a) data wawancara (b) tujuan bisnis atau tujuan pengembangan produk (*product objective*) dari *stakeholder*, (c) kebutuhan pengguna (*user needs*) dan (d) perancangan persona (*user persona*).

### Data Wawancara

Pada tahap ini dilakukan wawancara langsung, pemilihan teknik wawancara secara langsung dilakukan karena responden lebih menyukai teknik tersebut dibandingkan kuesioner *online*. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terbagi menjadi 3 bagian, yaitu pengetahuan tentang UMKM, penggunaan *personal computer* (PC), dan respon pengguna terhadap aplikasi yang akan di kembangkan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Wawancara dilakukan dengan 9 narasumber yaitu Baban Sarbana sebagai *stakeholder*, Hery Azwan, Wahyudin, Wahyu Indra, Risky Desanto, Ubai Dillah, Marwan Hadid, Mubarik Ahmad dan Rinda Kusumawinti sebagai responden.

Baban Sarbana merupakan CEO dari Yatim *Online*, responden berusia 42 tahun dan alumni Ilmu Komputer IPB. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk mengunduh file. Baban Sarbana sebagai *stakeholder* membutuhkan sebuah aplikasi berbasis *website* yang membantu pihak UMKM dalam memasarkan produk mereka yang telah diwaralabakan. Narasumber kedua yaitu Hery Azwan yang merupakan *owner* dari waralaba Calysta Skin Care. Responden berumur 43 tahun dan memiliki kemampuan yang baik dalam penggunaan komputer dan internet. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk mengakses *e-mail*. Pemasaran waralaba Calysta masih menggunakan metode *offline*. Narasumber ketiga yaitu Wahyudin merupakan *owner* dari waralaba Piscok Moncrot. Responden berusia 42 tahun dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet belum cukup baik. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk melakukan *browsing*. Pemasaran waralaba Piscok Moncrot masih bersifat *offline*.

Narasumber keempat yaitu Wahyu Indra merupakan *owner* dari waralaba Mie Ayam Gerobakan. Responden berusia 44 tahun dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet yang baik. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk mengakses *e-mail*. Pemasaran waralaba Mie Ayam Gerobakan sudah bersifat *online*.

Narasumber kelima yaitu Risky Desanto merupakan *owner* dari waralaba Mie Yamie. Responden berusia 35 tahun dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet yang sangat baik. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk mengakses berita. Pemasaran waralaba Mie Yamie sudah bersifat *online*. Narasumber keenam yaitu Ubai Dillah merupakan *owner* dari waralaba Soto Kauman Express. Responden berusia 34 tahun dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet yang cukup baik. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk penggunaan media sosial. Pemasaran waralaba Soto Kauman Express bersifat *online*. Narasumber ketujuh yaitu M. Marwan Hadid merupakan *owner* dari waralaba Sop Duren Durio. Responden berusia 24 tahun dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet yang sangat baik. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk mengakses *e-mail*. Pemasaran waralaba Sop Duren Durio sudah bersifat *online*. Narasumber kedelapan yaitu Mubarik Ahmad merupakan *owner* dari waralaba Bimbel Tikitaka. Responden berusia 36 tahun dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet yang cukup baik. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk mengakses *e-mail*. Pemasaran waralaba Bimbel Tikitaka sudah bersifat *online*. Narasumber kesembilan yaitu Rinda Kusumawinti merupakan *owner* dari waralaba Siomay Aisha. Responden berusia 38 tahun dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet yang cukup

baik. Responden menggunakan fasilitas internet setiap hari dan memprioritaskan penggunaan internet untuk untuk mengakses *e-mail*. Pemasaran waralaba Siomay Aisha sudah bersifat *online*.

Di Indonesia sudah terdapat *e-commerce* yang mewadahi produk waralaba seperti waralabaku.com dan franchiseglobal.com. Semua narasumber mencoba untuk menggunakan *website* tersebut. Menurut semua narasumber, *website* tersebut memiliki arsitektur informasi yang membingungkan, *user* tidak dapat mengelola iklan secara pribadi dan terlalu banyak distraksi dari *pop up* iklan dan animasi yang berlebihan.

### **Product Objective**

Pihak *stakeholder* membutuhkan aplikasi berbasis *website* yang tidak membingungkan untuk memasarkan produk mereka secara *online*. Pihak *stakeholder* juga membutuhkan fitur untuk memasang iklan produk yang dapat dilakukan mandiri. Sesuai kebutuhan *stakeholder* akan dibuat suatu portal yang berfungsi untuk memasarkan produk waralaba UMKM yang disebut Lobalaba Portal.

### **User Needs**

Kesembilan responden membutuhkan suatu portal yang nyaman untuk digunakan (sedikit *pop up* iklan dan animasi), terdapat pilihan harga paket pemasangan iklan, terdapat fitur pemasangan dan edit iklan, konfirmasi pembayaran paket iklan ada pada sistem (tidak secara *offline*) dan informasi penjualan waralaba.

### **User Persona**

Tata letak dan elemen-elemen persona mengacu pada rancangan persona yang dibuat oleh Churruca (2013). Penyusunan persona terdiri atas 10 elemen yaitu profil, kepribadian, referensi, *archetype*, kecakapan teknologi, UX, perangkat dan *platform*, persentase penggunaan aplikasi, harapan pengguna, serta hubungan merek dan produk dengan pengguna. Kesepuluh elemen tersebut hanya dipilih 9 elemen pertama dengan penambahan elemen motivasi serta hubungan merek dan produk pengguna. Penambahan elemen tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

Penentuan tokoh *user persona* dilakukan secara spesifik berdasarkan hasil analisis kandidat persona. Kandidat tokoh persona adalah wirausaha yang memiliki produk waralaba dan telah menjadi responden wawancara. Hasil analisis tersebut meliputi elemen-elemen dengan persentase terbesar dari keseluruhan respon pada hasil wawancara. Tahap terakhir dari pembuatan persona adalah menggabungkan setiap kriteria dari kandidat dan kemudian menciptakan karakter fiksi yang mengacu pada hasil analisis tersebut yang selanjutnya digunakan sebagai acuan pengembangan Lobalaba Portal.

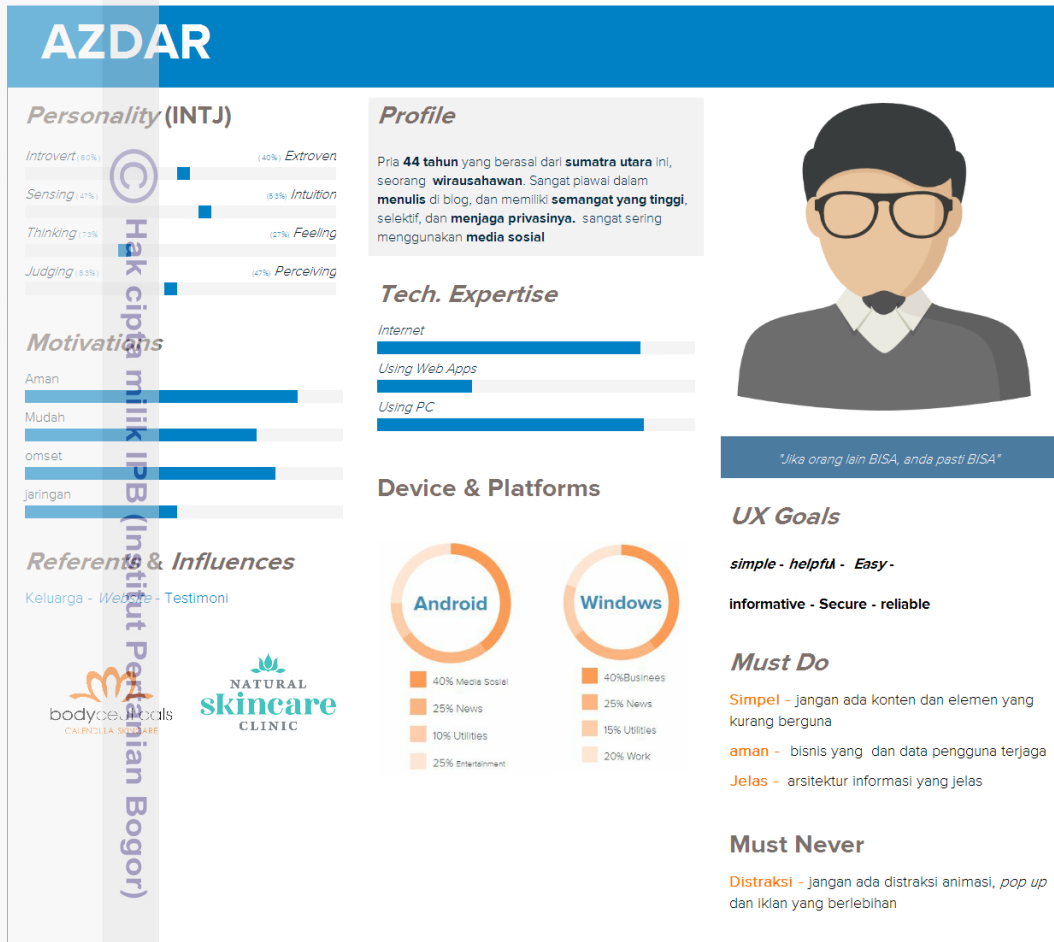
Berdasarkan hasil analisis penentuan tokoh persona. Azdar merupakan salah satu responden yang memiliki kemampuan penggunaan komputer, internet dan *website* yang bagus, dan memiliki usaha waralaba yang telah resmi, hal ini yang membuat persentase unggul dari responden yang lain. Azdar memiliki kepribadian yang cenderung membatasi diri dalam berkomunikasi secara langsung atau dapat dikatakan *introvert*. Oleh karena itu, Azdar membutuhkan Portal *website* untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

memasarkan produk waralabanya dengan mudah dan aman. Kegiatan sehari-hari Azdar ialah menggunakan laptop dengan sistem operasi windows. Selain itu responden mahir menggunakan aplikasi berbasis *website*. Aplikasi yang diinginkan dan dibutuhkan oleh Azdar untuk memasarkan produk waralabanya ialah Lobalaba Portal yang sederhana, mudah digunakan, dan minim distraksi. Persona yang telah dibuat selengkapny dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 User persona pengguna Lobalaba Portal

### Scope Plane

Pada tahap ini ditentukan (a) *platform* dan *device* (perangkat) yang digunakan untuk pengembangan aplikasi (b) skenario pengguna (c) spesifikasi fungsional dari setiap fitur yang dikembangkan pada aplikasi.

### Platform dan perangkat

LobalabaPortal dikembangkan pada sistem operasi *Windows 10*. Perangkat yang digunakan adalah laptop Asus N46V dengan bentang layar 14 inci dan resolusi sebesar 1366 x 768 px. Pemrosesan data dan instruksi menggunakan prosesor *intel® Core™ i7 3610QM*. Pemrosesan grafis dilakukan dengan menggunakan *NVIDIA® GeForce® GT 630M*. Kapasitas RAM sebesar 4GB DDR3 VRAM yang ditunjang dengan dengan kapasitas memori 750GB.

Browser yang digunakan adalah Google Chrome versi 54.0.2840.99 m (64-bit), yang mendukung berbagai konten yang ditampilkan pada setiap situs web pada umumnya. Platform dan perangkat yang digunakan dikembangkan menjadi *platform desktop* agar setiap pengguna dapat menjalankan bisnisnya dengan layar yang lebar sehingga visualisasinya nyaman, *multitasking*, dan lingkungan kerja yang terkontrol dan terprediksi.

### Skenario Pengguna

Skenario adalah sebuah cerita singkat dari karakter persona. Skenario terdiri atas tujuan spesifik dari pengguna beserta motivasi yang mendasarinya dalam menggunakan aplikasi. Isi skenario memuat proses yang harus dilalui oleh pengguna dalam memenuhi tujuannya. Berikut ini adalah skenario yang telah dibuat berdasarkan karakter pada persona.

Azdar merupakan salah satu wirausaha yang berusia 44 tahun dan berdomisili di Bandung. Azdar memiliki produk waralaba bernama Natural Skin Care Clinic Produk waralaba Natural Skin Care Clinic merupakan waralaba yang bergerak di bidang kesehatan dan kecantikan kulit. Azdar berniat untuk memasarkan produk waralabanya agar produk waralaba tersebut dapat dikenal khalayak dan mendapatkan banyak investor atau mitra bisnis. Akan tetapi, Azdar belum mengetahui bagaimana cara memasarkan produk waralabanya. Akhirnya pihak keluarga menyarankan Azdar untuk memasarkan produk tersebut secara *online* dengan menggunakan aplikasi. Berdasarkan saran yang diberikan, Azdar membuka suatu Portal yang berfungsi sebagai tempat pemasaran produk waralaba. Akan tetapi banyak kendala dan kesulitan yang dialami oleh Azdar ketika membuka halaman webnya. Hal tersebut dikarenakan arsitektur informasi yang membingungkan dan terdapat banyak distraksi. Akhirnya Azdar tidak menggunakan aplikasi tersebut untuk memasarkan produk waralabanya.

Usaha Azdar untuk memasarkan produk waralabanya secara *online* tidak berhenti begitu saja. Azdar tetap membutuhkan portal yang dapat membantunya dalam memasarkan produknya dengan mudah. Sifatnya yang *introvert* membuat Azdar tidak bertanya kepada rekan-rekannya. Azdar hanya mengandalkan fasilitas internet dan testimoni dari setiap aplikasi, untuk mencari aplikasi yang dapat memasarkan produk waralabanya dengan baik. Akhirnya, Azdar mendapatkan sebuah portal bernama Lobalaba.com dengan testimoni yang sangat baik dari para penggunanya. Testimoni tersebut membuat Azdar yakin untuk memakai aplikasi tersebut. Ketika Lobalaba.com dibuka, Azdar melakukan registrasi dan dapat memasarkan produknya dengan mudah tanpa mengalami kebingungan. Halaman web yang ditampilkan pada aplikasi tersebut tidak ada distraksi seperti munculnya *pop-up* dan iklan yang berlebihan. Selain itu portal tersebut memiliki arsitektur informasi yang jelas, aman dan mudah untuk digunakan. Azdar mendapatkan beberapa manfaat yakni Azdar dapat memasarkan produk waralabanya dengan mudah, produk waralabanya dikenal dan mendapatkan banyak investor atau mitra bisnis.

### Fungsionalitas dan Konten

Spesifikasi fungsional adalah deskripsi dari setiap fitur yang dikembangkan dalam Portal Lobalaba. Deskripsi dari setiap fitur meliputi cara kerja setiap fitur dari sisi pengguna tanpa menjelaskan secara detail hal-hal teknis yang dilakukan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

oleh aplikasi. Konten merupakan hal yang sangat penting dari sebuah situs web, suatu situs web dianggap berharga bagi pengguna jika situs web tersebut menyediakan konten yang berguna bagi pengunjung (Garret 2011). Spesifikasi fungsional dari fungsi utama Lobalaba Portal dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Spesifikasi fungsional fungsi utama Lobalaba Portal

No	Fungsi	Spesifikasi
1	Login	Untuk masuk pada sistem
2	Registrasi umum	Sistem akan melakukan pendataan kepada <i>user</i> biasa
3	Registrasi pewaralaba	Sistem akan melakukan pendataan kepada <i>user</i> pewaralaba
4	Konfirmasi pembayaran	Sistem menyediakan formulir untuk melakukan konfirmasi pembayaran akun pewaralaba
5	Edit profil perusahaan	Portal menyediakan fasilitas untuk mengubah profil perusahaan atau perorangan
6	Pasang iklan	Portal memberikan formulir untuk melakukan pemasangan iklan secara otomatis
7	Edit iklan	Portal menyediakan fasilitas untuk mengubah iklan
8	Pencarian	Portal menampilkan hasil pencarian berdasarkan <i>keyword</i>
9	Pesan	Portal menyediakan fasilitas untuk berkomunikasi produk waralaba dalam bentuk pesan
10	Kontak AE	Portal menyediakan layanan konsultasi kepada <i>Accounting Executive</i> (AE) melalui pesan
11	Visitor log	Menampilkan jumlah pengunjung yang mengunjungi halaman profil waralaba <i>user</i> .
12	Testimoni	Portal menyediakan fasilitas untuk memberikan testimoni waralaba

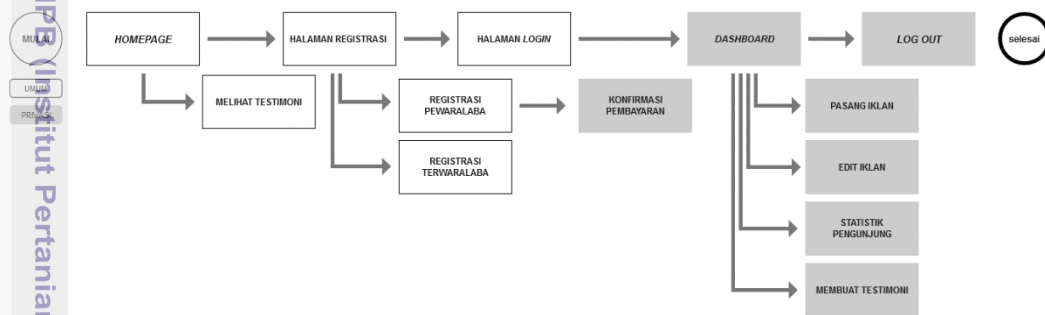
### Structure Plane

Perancangan arsitektur informasi dan desain interaksi pemasaran produk waralaba menggunakan *hierarchical task analysis* (HTA). HTA mampu menggambarkan interaksi antara pengguna dengan Lobalaba Portal dalam bentuk *task*. HTA memungkinkan *task* untuk dipecah menjadi beberapa *sub task* yang disusun ke dalam bentuk hierarki. Semakin dalam level pada hierarki maka semakin detail perancangan interaksi. HTA memberikan pemahaman tentang *task* kepada pengguna, sehingga *task* dapat terselesaikan (Hornsby 2010). Lobalaba Portal menghasilkan alur *task* HTA diantaranya alur *login* yang dapat dilihat pada Lampiran 4, alur registrasi terwaralaba yang dapat dilihat pada Lampiran 5, alur registrasi pewaralaba yang dapat dilihat pada Lampiran 6, alur konfirmasi pembayaran akun yang dapat dilihat pada Lampiran 7, alur pasang iklan yang dapat dilihat pada Lampiran 8 dan alur edit iklan yang dapat dilihat pada Lampiran 9. Secara keseluruhan *task flow* dapat dilihat pada Gambar 3. Pada *task flow* sistem Lobalaba Portal dibagi menjadi 2 jenis *task*. *Task* pertama yaitu dapat diakses seluruh *user* tanpa harus melakukan *login* pada sistem atau dapat

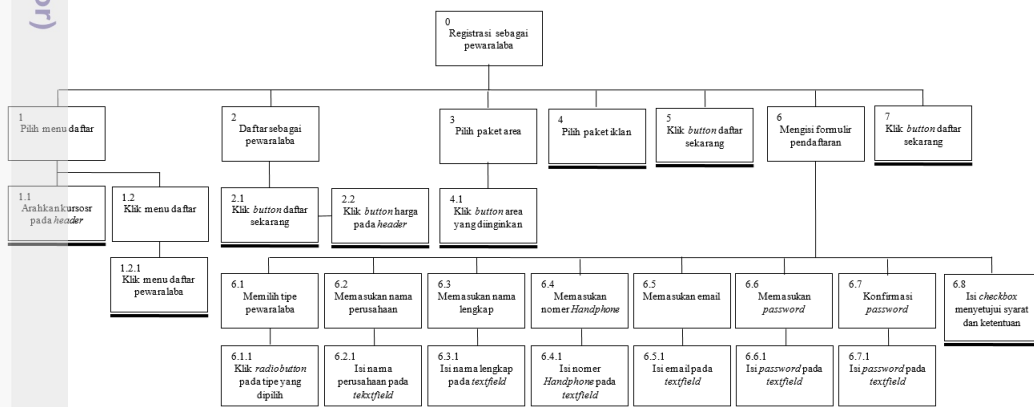
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

dikatakan sebagai *task* “umum”. *Task* yang kedua yaitu *task* yang dapat diakses jika *user* setelah *login* kedalam sistem atau dapat dikatakan sebagai *task* “privasi”. Alur umum *task* Lobalaba Portal dimulai dari masuk pada *homepage*. Pada *homepage user* dapat melakukan *task* melihat testimoni pewaralaba terhadap Lobalaba Portal. *User* harus melakukan pendaftaran pada halaman registrasi agar dapat masuk pada sistem Lobalaba Portal. Pada Lobalaba Portal tipe akun terwaralaba bersifat akun gratis, sedangkan tipe akun pewaralaba bersifat akun berbayar. Alur selanjutnya, *user* melakukan *task* registrasi sebagai pewaralaba dengan memilih wilayah pendaftaran dan *level* akun yang diinginkan yaitu *silver*, *gold* atau *platinum* pada halaman registrasi. Setelah itu *user* melakukan konfirmasi pemesanan sehingga *user* akan memiliki akun terwaralaba. Langkah selanjutnya alur *privasi task* Lobalaba Portal dimulai dengan melakukan *task* konfirmasi pembayaran, jika *user* telah melakukan pembayaran maka secara otomatis *user* akan masuk pada halaman *dashboard* pewaralaba. Pada halaman *dashboard user* dapat melakukan beberapa *task* yaitu, pasang iklan, edit iklan, melihat statistik pengunjung dan membuat testimoni terhadap Lobalaba Portal. Setelah selesai melakukan *task* yang diinginkan *user* dapat melakukan *log out* dari sistem dan dapat kembali melakukan *login* jika ingin masuk pada sistem.



Gambar 3 Task flow Lobalaba Portal



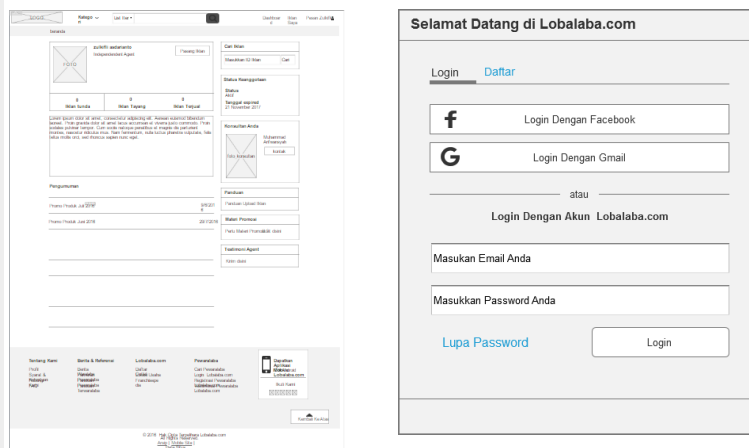
Gambar 4 HTA registrasi sebagai pewaralaba

Salah satu penjabaran dari *task flow* Lobalaba Portal yaitu alur registrasi pewaralaba dapat dilihat pada Gambar 4 . Pada alur registrasi pewaralaba terdapat 7 langkah dalam menyelesaikan *task* tersebut, yaitu pilih menu daftar, daftar sebagai pewaralaba, pilih paket area (Jabodetabek, Jawa-Bali, Kalimantan-

Sulawesi-Sumatera dan Maluku-Papua), pilih paket iklan (*silver*, *gold* dan *platinum*), klik *button* daftar pada paket iklan, mengisi formulir pendaftaran dan klik *button* daftar sekarang. Pada langkah mengisi formulir terdapat 8 langkah penyelesaian yaitu, memilih tipe pewaralaba, memasukkan nama perusahaan, memasukkan nama lengkap, memasukkan nomor *handphone*, memasukkan *email*, memasukkan *password*, konfirmasi *password* dan mengisi *checkbox* menyetujui syarat dan ketentuan.

### Skeleton Plane

Pada tahap ini dilakukan perancangan 18 *wireframe* antarmuka Lobalaba Portal yang berfungsi untuk memberi gambaran antarmuka yang akan dikembangkan. Perancangan *layout* pada *wireframe* Lobalaba Portal menyesuaikan dengan keinginan *stakeholder* yang didapat dari hasil wawancara. Contoh *wireframe* yang telah dirancang untuk Lobalaba Portal dapat dilihat pada Gambar 5. Contoh *wireframe* selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 10.



Gambar 5 Contoh *Wireframes* Lobalaba Portal

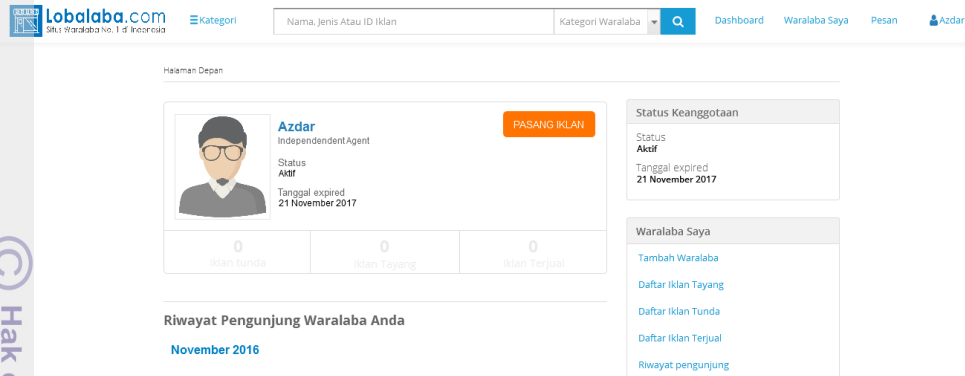
### Surface plane

Prototipe *medium fidelity* dibuat menggunakan perangkat lunak Axure RP Pro 8.0 dengan menerapkan elemen-elemen visual seperti penggunaan *icon*, warna dan tipografi dari Lobalaba Portal. Elemen-elemen visual tersebut disusun menjadi *design guidelines* yang menjadi acuan dan menjaga konsistensi perancangan antarmuka Lobalaba Portal (Lampiran 10). Implementasi dari perancangan HTA dan analisis *task* pada tahap *structure plane* ialah pengembangan interaksi pada *medium fidelity prototype*, sedangkan desain antarmuka Lobalaba Portal merupakan implementasi dari *low fidelity prototype* pada tahap *skeleton plane*. Pemilihan kombinasi warna pada Lobalaba Portal adalah warna biru (#0081C6), oranye (#FF7300) dan abu-abu (#ddddd). Warna biru digunakan sebagai warna utama, pemilihan *font* pada prototipe menggunakan Open Sans. *Design theme* dan *User Interface (UI)* dibuat sederhana dengan sedikit kombinasi warna dan *backgrounds web page* berwarna putih agar mempermudah





pengguna dalam menggunakan situs web (Leavitt & Shneiderman 2012). Salah satu contoh tampilan desain Lobalaba Portal dapat dilihat pada Gambar 6. Tampilan desain Lobalaba Portal selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 11.



Gambar 6 Tampilan *homepage* prototipe Lobalaba Portal

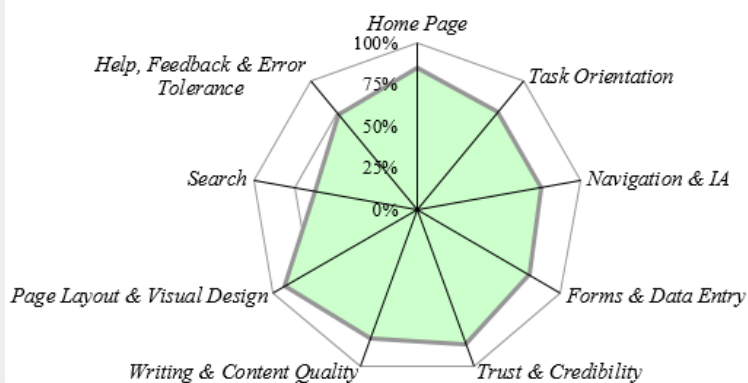
## Evaluasi

Pengujian prototipe *medium fidelity* dilakukan dengan menggunakan 2 metode yaitu 247 *web usability guidelines* dan *usability testing* dengan teknik *task success*. Pada metode pertama terdapat 9 kategori dalam 247 *web usability guidelines* yaitu *homepage, task orientation, navigation and information architecture (IA), forms and data entry, trust and credibility, writing and content quality, page layout and visual design, search* dan *help, feedback, and error tolerance*. Nilai 1 diberikan jika setiap *guidelines* terpenuhi, jika tidak terpenuhi diberi nilai -1, sedangkan nilai 0 diberikan jika *guidelines* tidak relevan dengan aplikasi sehingga tidak mempengaruhi penilaian. Pengujian dilakukan oleh 3 penguji, yaitu Zulkifli Asdianto (penulis), Rakhmat Permana, S.Kom (konsultan IT), Anggi Mardiyono, S.Kom, M.Kom (Dosen STIKOM Binaniaga Bogor). Hasil rata-rata dari penilaian yang diberikan pada setiap kategori untuk prototipe *medium fidelity* terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil rata-rata penilaian *usability guidelines* prototipe *medium fidelity* Lobalaba Portal

Kategori <i>guidelines</i>	# Questions <sup>a</sup>	#Answers <sup>b</sup>	# rata-rata Score <sup>c</sup>
<i>homepage</i>	20	20	85%
<i>task orientation</i>	43	43	76%
<i>navigation and IA</i>	29	29	76%
<i>forms and data entry</i>	23	23	78%
<i>trust and credibility</i>	13	13	86%
<i>writing and content quality</i>	23	23	83%
<i>page layout and visual design</i>	38	38	92%
<i>Search</i>	20	20	62%
<i>help, feedback, and error tolerance</i>	37	37	74%
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>247</b>	<b>79%</b>

<sup>a</sup>Jumlah poin *guidelines* yang tersedia; <sup>b</sup>Jumlah *guidelines* yang diberi nilai; <sup>c</sup>Persentase nilai pemenuhan *guidelines*



Gambar 7 Hasil pemenuhan *usability guidelines* prototipe *lowfidelity* Lobalaba Portal

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap prototipe *medium fidelity* seperti yang dapat dilihat pada Gambar 7, total presentasi pemenuhan *guidelines* sebesar 79% kategori *guidelines* yang memiliki pemenuhan tertinggi adalah kategori *page layout and visual design* sebesar 92% sedangkan nilai pemenuhan terendah adalah kategori *search* sebesar 62%. Kategori *search* memiliki nilai pemenuhan terendah dikarenakan dari 20 *guidelines* yang dinilai, rata-rata terdapat 6 *guidelines* yang bernilai 1 dan terdapat 3 *guidelines* bernilai 0. Hal ini dikarenakan pada sistem pencarian Lobalaba Portal kurang optimal dalam segi hasil pencarian dan *feedback* sistem terhadap pengguna. Salah satu contoh hasil pengujian 247 *web usability guidelines* selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 12.

Pada tahap *usability testing* dilakukan metode *task success* terhadap prototipe *medium fidelity* sebanyak 1 kali kepada 8 responden. Hasil evaluasi pada *task* pertama dapat dilihat pada Tabel 3. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 31 detik untuk melihat testimoni.

Tabel 3 Pengujian *task* melihat testimoni

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	<i>Task Success</i> *
BS	99	0
WI	38	0
RD	56	0
UD	60	0
MH	17	1
HS	97	0
MA	Gagal	0
RK	95	0

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;  
 1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Berdasarkan hasil pengamatan waktu hampir seluruh responden tidak dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan. Terdapat 1 responden yang mengerjakan *task* lebih cepat dari waktu yang ditentukan, 6 responden mengerjakan *task* lebih lambat dari waktu yang ditentukan dan 1 responden tidak berhasil atau gagal dalam melakukan *task*. Berdasarkan hasil pengamatan secara keseluruhan, ketidakmampuan responden untuk mengerjakan *task* lebih cepat dikarenakan letak *hyperlink* testimoni yang sulit ditemukan oleh

*user* sehingga hampir semua *user* melakukan *task* lebih lambat dari waktu yang telah ditentukan. Kegagalan pada salah satu responden untuk melakukan *task* dikarenakan responden tersebut sangat kebingungan untuk mencari letak testimoni hingga akhirnya *task* tersebut tidak dapat diselesaikan.

Berdasarkan pengamatan pada setiap responden, kesalahan dari setiap responden dikarenakan letak testimoni yang berada di bawah yaitu pada bagian *footer* sehingga responden kesulitan menemukan letak testimoni. Terdapat 5 responden yang mencari letak testimoni pada menu kategori waralaba dan terdapat 3 responden yang mencari letak testimoni pada menu *searching* selain itu terdapat 3 responden yang menganggap tampilan *homepage* tidak dapat digulirkan kebawah. Secara keseluruhan, responden menyarankan letak testimoni sebaiknya berada di bagian atas agar memudahkan pengguna menemukan letak testimoni. Selain itu, tampilan dari testimoni sebaiknya dalam bentuk *slide show* agar lebih menarik untuk dilihat.

Hasil evaluasi pada *task* kedua dapat dilihat pada Tabel 4. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 282 detik untuk melakukan registrasi sebagai pewaralaba. Berdasarkan hasil pengamatan waktu seluruh responden dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan.

Tabel 4 Pengujian *task* registrasi sebagai pewaralaba

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	<i>Task Success*</i>
BS	163	1
WI	144	1
RD	110	1
UD	259	1
MH	123	1
HS	221	1
R	192	1
RK	210	1

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;

1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Secara keseluruhan semua responden berhasil melakukan *task* dengan cukup baik. berdasarkan pengamatan, terdapat 1 responden yang tidak familiar dengan letak *button* daftar yang berada pada bagian atas dan terdapat 1 responden lain yang tidak familiar dengan *button* pemilihan metode pembayaran. Secara keseluruhan responden menyatakan bahwa tampilan dari pendaftaran sudah cukup baik.

Tabel 5 Pengujian *task* konfirmasi pembayaran akun

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	<i>Task Success*</i>
BS	99	1
WI	98	1
RD	80	1
UD	73	1
MH	61	1
HS	79	1
R	95	1
RK	91	1

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;

1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Hasil evaluasi pada *task* ketiga dapat dilihat pada Tabel 5. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 128 detik untuk melakukan konfirmasi pembayaran akun. Berdasarkan hasil pengamatan waktu seluruh responden dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan. Secara keseluruhan tampilan dari konfirmasi pembayaran akun sudah cukup baik, akan tetapi 1 responden menyarankan bahwa tampilan tersebut seharusnya berada dalam satu layar tanpa harus digulirkan ke bawah.

Hasil evaluasi pada *task* keempat dapat dilihat pada Tabel 6. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 750 detik untuk melakukan pemasangan iklan. Berdasarkan hasil pengamatan waktu seluruh responden dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan. Secara keseluruhan tampilan pemasangan iklan sudah cukup baik dan dapat digunakan dengan mudah oleh semua responden.

Tabel 6 Pengujian *task* pemasangan iklan

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	<i>Task Success</i> *
BS	611	1
WI	529	1
RD	391	1
UD	466	1
MH	375	1
HS	511	1
R	459	1
RK	465	1

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;  
 1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Hasil evaluasi pada *task* kelima dapat dilihat pada Tabel 7. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 92 detik untuk mengedit iklan. Berdasarkan hasil pengamatan waktu terdapat 4 responden yang mengerjakan *task* lebih cepat dari waktu yang ditentukan dan 4 responden mengerjakan *task* lebih lambat dari waktu yang ditentukan.

Berdasarkan hasil pengamatan secara keseluruhan, ketidakmampuan responden untuk mengerjakan *task* lebih cepat dikarenakan responden kesulitan mencari letak dari daftar iklan dan kurang familiar dengan tampilan edit informasi pada Lobalaba Portal. Akan tetapi, menurut semua responden tampilan edit iklan secara keseluruhan sudah cukup baik.

Tabel 7 Pengujian *task* mengedit iklan

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	<i>Task Success</i> *
BS	110	0
WI	112	0
RD	71	1
UD	73	1
MH	56	1
HS	96	1
R	114	0
RK	115	0

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;  
 1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Hasil evaluasi pada *task* keenam dapat dilihat pada Tabel 8. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 16 detik untuk melakukan *log out*. Berdasarkan hasil pengamatan waktu seluruh responden dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan. Secara keseluruhan tampilan *log out* sudah cukup baik dan dapat digunakan dengan mudah oleh semua responden.

Tabel 8 Pengujian *task log out*

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	Task Success*
BS	3	1
WI	10	1
RD	2	1
UD	24	1
MH	5	1
HS	9	1
R	5	1
RK	9	1

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;  
 1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Hasil evaluasi pada *task* ketujuh dapat dilihat pada Tabel 9. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 54 detik untuk melakukan *login*. Berdasarkan hasil pengamatan waktu seluruh responden dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan. Secara keseluruhan tampilan *login* sudah cukup baik dan dapat digunakan dengan mudah oleh semua responden.

Tabel 9 Pengujian *task login*

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	Task Success*
BS	23	1
WI	27	1
RD	22	1
UD	30	1
MH	28	1
HS	25	1
R	24	1
RK	27	1

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;  
 1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Hasil evaluasi pada *task* ke-8 dapat dilihat pada Tabel 10. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 20 detik untuk melihat statistika pengunjung. Berdasarkan hasil pengamatan waktu hampir seluruh responden dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan. Terdapat 5 responden yang mengerjakan *task* lebih cepat dari waktu yang ditentukan dan 3 responden mengerjakan *task* lebih lambat dari waktu yang ditentukan. Berdasarkan hasil pengamatan secara keseluruhan, ketidakmampuan responden untuk mengerjakan *task* lebih cepat dikarenakan kebingungan dalam mencari letak dari riwayat pengunjung yang berada pada konten utama di halaman dashboard pewaralaba. Secara keseluruhan tampilan dari riwayat statistik pengunjung sudah cukup baik akan tetapi 1 responden menyarankan agar teks hyperlink “selengkapnya” dibuat menjadi suatu button agar dapat memudahkan pengguna dalam mengakses riwayat statistik pengunjung .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta milik IPB Institut Pertanian Bogor

Eggplant Agricultural

Tabel 10 Pengujian *task* melihat riwayat statistik pengunjung

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	<i>Task Success</i> *
BS	14	1
WI	16	1
RD	15	1
UD	13	1
MH	16	1
HS	94	0
R	40	0
RK	23	0

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;  
1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Hasil evaluasi pada *task* ke-9 dapat dilihat pada Tabel 11. Waktu yang ditentukan pada *task* ini yaitu 54 detik untuk membuat testimoni terhadap Lobalaba Portal. Berdasarkan hasil pengamatan waktu hampir seluruh responden dapat melakukan *task* lebih cepat dari batas waktu yang telah ditentukan. Terdapat 6 responden yang mengerjakan *task* lebih cepat dari waktu yang ditentukan dan 2 responden mengerjakan *task* lebih lambat dari waktu yang ditentukan.

Berdasarkan hasil pengamatan secara keseluruhan, ketidakmampuan responden untuk mengerjakan *task* lebih cepat dikarenakan kebingungan mencari letak membuat testimoni. Secara keseluruhan tampilan dari membuat testimoni terhadap Lobalaba Portal sudah cukup baik dan dapat digunakan dengan mudah.

Tabel 11 Pengujian *task* membuat testimoni terhadap Lobalaba Portal

Responden	Waktu penyelesaian (detik)	<i>Task Success</i> *
BS	14	1
WI	72	0
RD	31	1
UD	27	1
MH	27	1
HS	38	1
R	23	1
RK	64	0

\*0 pengerjaan *task* lebih dari waktu yang ditentukan atau gagal dalam mengerjakan *task*;  
1 pengerjaan *task* kurang dari waktu yang ditentukan

Hasil perbandingan rata-rata waktu pengujian *task* dengan waktu *dry run developer* dapat dilihat pada Tabel 12. Berdasarkan Tabel 12 terdapat 6 *task* yang memiliki rata-rata waktu pengerjaan kurang dari batas waktu dan 3 *task* yang memiliki rata-rata waktu pengerjaan melebihi batas waktu. Ketiga *task* yang melebihi batas waktu yaitu melihat testimoni, pengeditan iklan dan melihat statistik pengunjung. Jika dibandingkan dengan batas waktu terhadap *task* melihat testimoni, rata-rata waktu pengerjaan kedelapan responden melebihi 27 detik, sedangkan *task* pengeditan iklan melebihi 1 detik dan *task* melihat statistik pengunjung melebihi 9 detik. Jika dibandingkan dengan 3 *task* tersebut, *task* melihat testimoni memiliki kelebihan waktu yang lebih banyak dibandingkan dengan 2 *task* lainnya. Rata-rata waktu pengerjaan *task* pengeditan iklan dan melihat statistik pengunjung memiliki kelebihan waktu yang tidak signifikan yaitu kurang dari 10 detik.

Tabel 12 Perbandingan rata rata waktu pengujian task terhadap 8 responden dengan batas waktu

<i>Task</i>	Rata Rata Waktu pengerjaan (detik)	Batas waktu
Melihat testimoni	58	31
Pendaftaran akun pewaralaba	178	282
Konfirmasi pembayaran akun	85	128
Pemasangan iklan	476	750
Pengeditan iklan	93	92
<i>Log out</i>	8	16
<i>Login</i>	26	54
Melihat statistik pengunjung	29	20
Membuat testimoni untuk situs lobaalaba.com	37	54

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Penelitian ini cukup berhasil memenuhi kebutuhan pebisnis dengan memperhatikan aspek *user experience* yang dirasakan oleh pengguna sehingga mempermudah pengguna dalam merencanakan dan memasarkan waralaba. Hal ini berdasarkan total rata-rata penilaian *usability guidelines* prototipe *medium fidelity* Lobaalaba Portal sebesar 79% dan hanya terdapat 1 *task* dari 9 *task* yang diujikan belum memenuhi kebutuhan pengguna. Namun secara keseluruhan penilaian responden terhadap prototipe Lobaalaba Portal mudah digunakan.

### Saran

Perancangan Lobaalaba Portal diharapkan dapat dikembangkan hingga tahap *high fidelity* untuk menjadi sebuah sistem yang utuh. Prototipe yang telah dikembangkan sebaiknya segera diimplementasikan oleh pihak *stakeholder* mengingat perubahan kebiasaan pengguna yang cukup cepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2012. Tabel perkembangan UMKM pada periode 1997 – 2012.[internet]. [diunduh 2016 Des 5]. Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/excel/id/1322>.
- Churruca S. 2013. DIY *User Personas* [internet]. [diunduh 2016 April 12]. Tersedia pada: <http://www.ux-lady.com/diy-user-personas/>.
- [CNN Indonesia] Cable News Network Indonesia. 2015. Perdagangan *Online* Kena Pajak, Menkominfo: Jangan Buru-Buru [internet]. [diakses 21 Nov 2016]. Tersedia pada:



<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150210153548-185-31071/perdagangan-online-kena-pajak-menkominfo-jangan-buru-buru>.

Destian F. 2015. Perancangan *user experience* KRB apps menggunakan *five planes user experience elements* [skripsi]. Bogor (ID) ; Institut Pertanian Bogor

Garrett JJ. 2011. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Website and Beyond*, Ed ke-2. Berkeley (US): New Riders.

Hartson R, Pyla P. 2012. *The UX Book. Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience*. Waltham (US): Elsevier Science.

Hornsby P. 2010. Hierarchical *Task Analysis* [internet]. [diunduh 2016 Sept 2]. Tersedia pada: <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2010/02/hierarchical-task-analysis.php>

Idler S. 2011. How *User Scenarios* Help to Improve Your UX [internet]. [diunduh 2016 Sept 23]. Tersedia pada: <http://blog.usabilla.com/how-user-scenarios-help-to-improve-your-ux/>.

Irmawati D. 2011. Pemanfaatan *e-commerce* dalam dunia bisnis *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis* Ed-VI. 95-112.

[KEMENDAG RI] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2016. RI punya 698 waralaba, omzetnya Rp 172 T.[internet]. [diunduh 2016 Des 30]. Tersedia pada: <http://www.kemendag.go.id/id/news/2016/09/06/ri-punya-698-waralaba-omzetnya-rp-172-t>

Leavitt Mo, Shneiderman B. 2012. *Research-Web Design & Usability Guidelines*. Washington (US): GPO.

Tullis T, Albert B. 2013. *Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics*. Ed ke-2. Massachusetts(US): Elsevier.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bogor Agricultural U

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

## LAMPIRAN



Lampiran 1 Daftar pertanyaan wawancara responden



**FORMULIR WAWANCARA RESPONDEN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Nama responden : .....  
Usia : .....  
Jenis kelamin : .....  
Pekerjaan : .....

1. Ceritakan aktivitas sehari – sehari anda, dari bangun sampai tidur? Hari tersibuk anda?
2. Tempat tinggal anda di mana? Dengan siapa? Kampung halaman anda?
3. Apakah pekerjaan anda? Sudah berapa lama? Punya pekerjaan lain? Di mana?
4. Dalam skala 1 sampai 10 berapa poin kemampuan anda dalam menggunakan internet?
5. Dalam skala 1 sampai 10 berapa poin kemampuan anda dalam menggunakan PC?
6. Dalam skala 1 sampai 10 berapa poin kemampuan anda dalam menggunakan aplikasi berbasis *web*?
7. Intensitas anda dalam penggunaan PC? Utilities berapa persen? Bekerja berapa persen? Melihat berita berapa persen? Melakukan bisnis berapa persen?
8. Cara anda berinteraksi dengan orang-orang sekitar atau relasi? (telepon, sms, email, messenger) kenapa memilih itu?
9. Pendapat Anda tentang UMKM? dan produk UMKM?
10. Kenapa memilih produk anda diwaralabakan? Motivasinya?
11. Tantangan apa yang anda hadapi dalam melakukan waralaba? Cara mengatasinya bagaimana?
12. Tugas atau aktivitas utama anda sebagai pelaku waralaba? Kesiapan yang dibutuhkan dari pribadi?
13. Produk apa saja yang anda waralabakan? Yang paling laris? Kenapa?
14. Sudah berapa lama anda menjual produk anda?
15. Apakah produk anda, termasuk jenis produk musiman? (jika ya) Bagaimana cara anda mengatasi permasalahan ini?
16. Apakah waralaba anda telah terdaftar di pemerintah?
17. Apakah surat-surat pendukung usaha waralaba anda telah lengkap? Apa saja?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB. Diteliti dan diterbitkan oleh Pusat Penelitian Pertanian Bogor. Agricultural

## Lampiran 1 Lanjutan

18. Jenis waralaba apa yang anda tawarkan? Bentuk manajemennya?
19. Bagaimana cara memasarkan produk waralaba anda? Apakah ada kendala yang anda hadapi?
20. Apakah anda pernah memasarkan lewat online? (jika ya) menggunakan media apa?
21. Apakah anda pernah memasarkan lewat media social? (jika ya) menggunakan media sosial apa? Bagaimana cara anda memasarkan?
22. Apakah anda mengharapkan adanya portal atau aplikasi untuk memasarkan waralaba secara online?
23. Fitur apa saja yang anda harapkan ada di dalam aplikasi?
24. (jika ya) hal apa saja yang menurut anda harus dilakukan pada aplikasi?  
(contoh : *simple*-jangan banyak elemen yang kurang berguna dan dll)
25. (jika ya) hal apa saja yang menurut anda jangan dilakukan pada aplikasi?  
(contoh : distraksi-jangan ada distraksi seperti animasi berlebihan, *pop up*, iklan, dll)
26. (jika ya) pengalaman seperti apa yang anda inginkan dalam menggunakan aplikasi? (contoh : *simple, secure, easy*, dll)
27. Apakah anda menerima semua franchisee yang ingin membeli produk anda? Adakah kriteria franchisee yang anda terima?
28. Jika seorang franchisee ingin membeli produk anda, bagaimana tahapannya? Apakah susah?
29. Bagaimana perkembangan produk waralaba anda sampai saat ini? Berapakah omzet anda?

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Lampiran 2 Formulir *usability testing* prototipe Lobalaba.com



**FORMULIR  
USABILITY TESTING PROTOTIPE LOBALABA.COM  
MENGUNAKAN METODE *TASK SUCCESS***

Nama : .....

No. Responden: .....

Tanggal Pengisian : ...../12/2016

**Pendahuluan**

Terima kasih atas kesediaan Anda untuk menjadi responden pada penelitian saya yang berjudul “Perancangan *User Experience* Pebisnis pada Sistem Pemasaran Waralaba Produk UMKM Menggunakan Metode *Five Planes*”.

Lobalaba.com adalah sebuah portal *website* yang menyediakan jasa pemasangan iklan waralaba/*franchise*. Anda akan diminta untuk melaksanakan pengujian *task* dengan mengakses prototipe *e-commerce* lobalaba.com. Pengujian *task* yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Melihat testimoni
2. Pendaftaran akun pewaralaba
3. Konfirmasi Pembayaran akun
4. Pemasangan iklan
5. Pengeditan iklan
6. *Log out*
7. *Login*
8. Melihat statistik pengunjung
9. Membuat testimoni untuk situs lobalaba.com

Anda dipersilahkan untuk membaca dan memahami formulir ini. Jika terdapat pertanyaan, silahkan bertanya kepada peneliti. Proses analisis ini akan direkam menggunakan alat perekam guna memperoleh data yang dibutuhkan. Oleh karena itu, diharapkan Anda bersedia untuk menandatangani formulir persetujuan yang tertera pada halaman berikutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik Institut Pertanian Bogor

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## Lampiran 2 Lanjutan

**DATA DIRI****Mohon Beri Tanda Cek (√) pada Tanda Kurung yang Anda Pilih**

1. Jenis kelamin:  
 Laki-laki  Perempuan
2. Usia:  
 < 17 tahun  17 – 25 tahun  25 – 35 tahun  > 35 tahun
3. Pendidikan:  
 SMA  D3  S1  S2  S3
4. Mengalami Buta Warna:  
 Ya  Tidak
5. Frekuensi penggunaan internet:  
 Setiap Hari  
 3 kali per minggu  
 1 kali per minggu  
 1 kali per bulan
6. Fasilitas komputer dan koneksi internet **dirumah**:  
 Tidak memiliki komputer  
 Memiliki komputer (PC atau Laptop), tetapi tidak tersambung dengan internet  
 Memiliki komputer (PC atau Laptop) dan tersambung dengan internet  
(Jika “ya”, pilih salah satu)  
 Harian  
 Mingguan  
 Bulanan
7. Fasilitas komputer dan koneksi internet di **tempat kerja/kantor**:  
 Tidak memiliki komputer  
 Memiliki komputer (PC atau Laptop), tetapi tidak tersambung dengan Internet  
 Memiliki komputer (PC atau Laptop) dan tersambung dengan Internet  
(Jika “ya”, pilih salah satu).  
 Harian  
 Mingguan  
 Bulanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## Lampiran 2 Lanjutan

## 8. Penggunaan Akses Internet

Berikan tanda cek (√) sesuai penggunaan internet yang Anda lakukan. Selanjutnya berikan nomor sesuai prioritas dimulai dari hal yang paling sering dilakukan.

Jenis Penggunaan Internet	Tanda Cek ( √ )	<sup>a</sup> Nomor SesuaiPrioritas
<i>Browsing</i>	( )	( )
Cek <i>e-mail</i>	( )	( )
Jejaring Sosial/ <i>Chatting</i>	( )	( )
Bermain <i>game</i>	( )	( )
Men- <i>download</i> file	( )	( )
Mengakses Berita/ <i>News</i>	( )	( )
Mencari Info Produk/ <i>E-Commerce</i>	( )	( )

<sup>a</sup>Nomor prioritas 1-10. Semakin besar nilainya maka bermakna semakin prioritas.

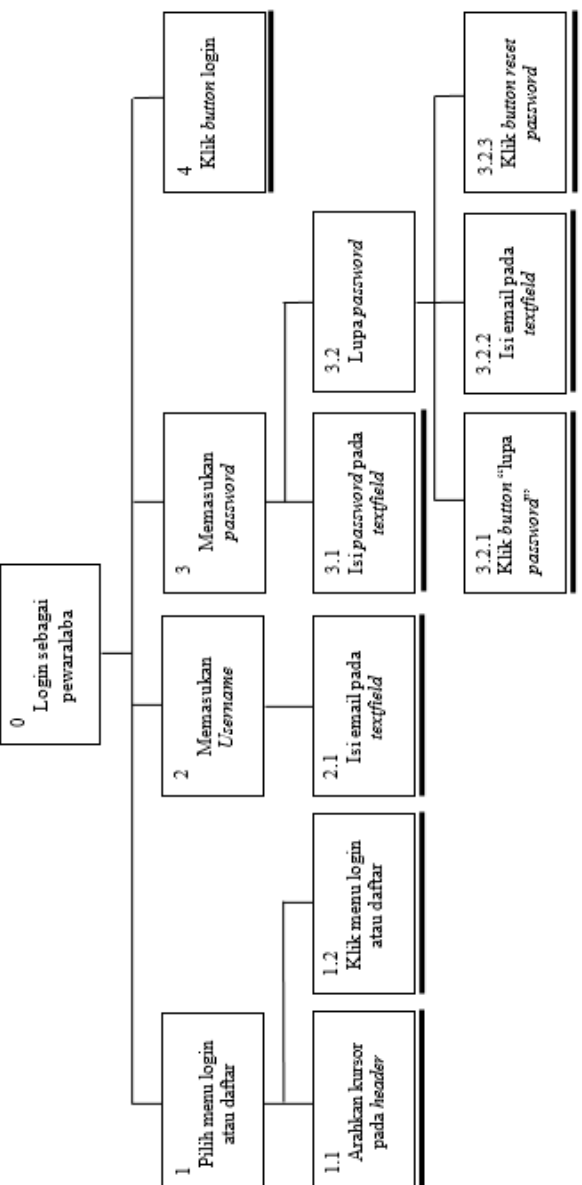
## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





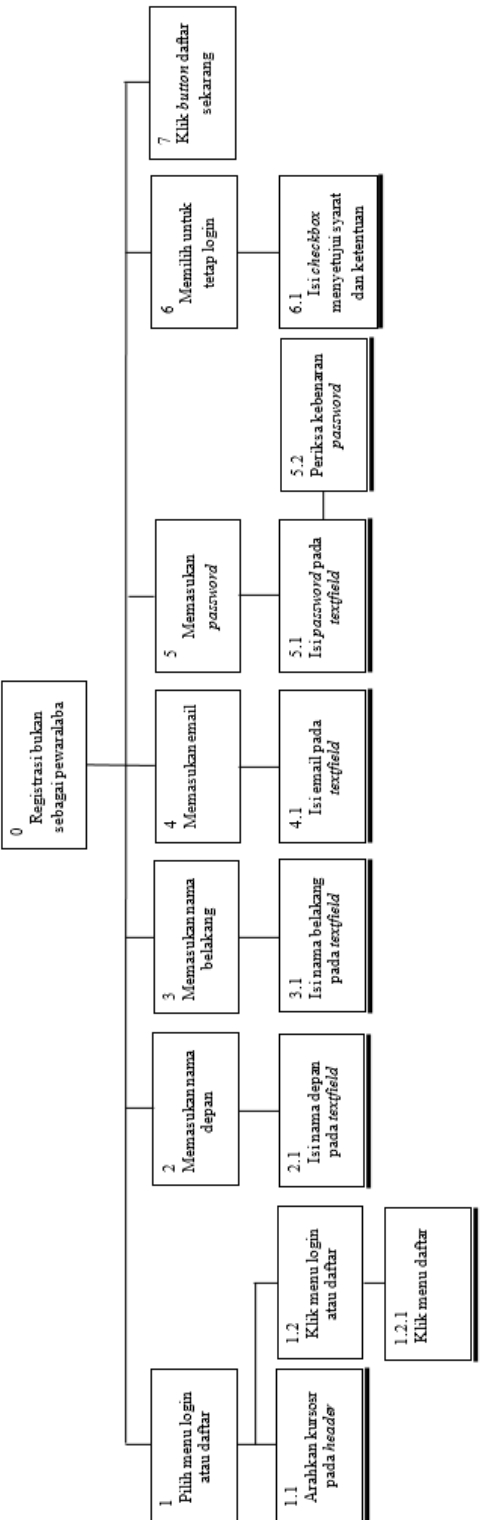


© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University (Pewaralaba) sebagai penerbit terwaralaba

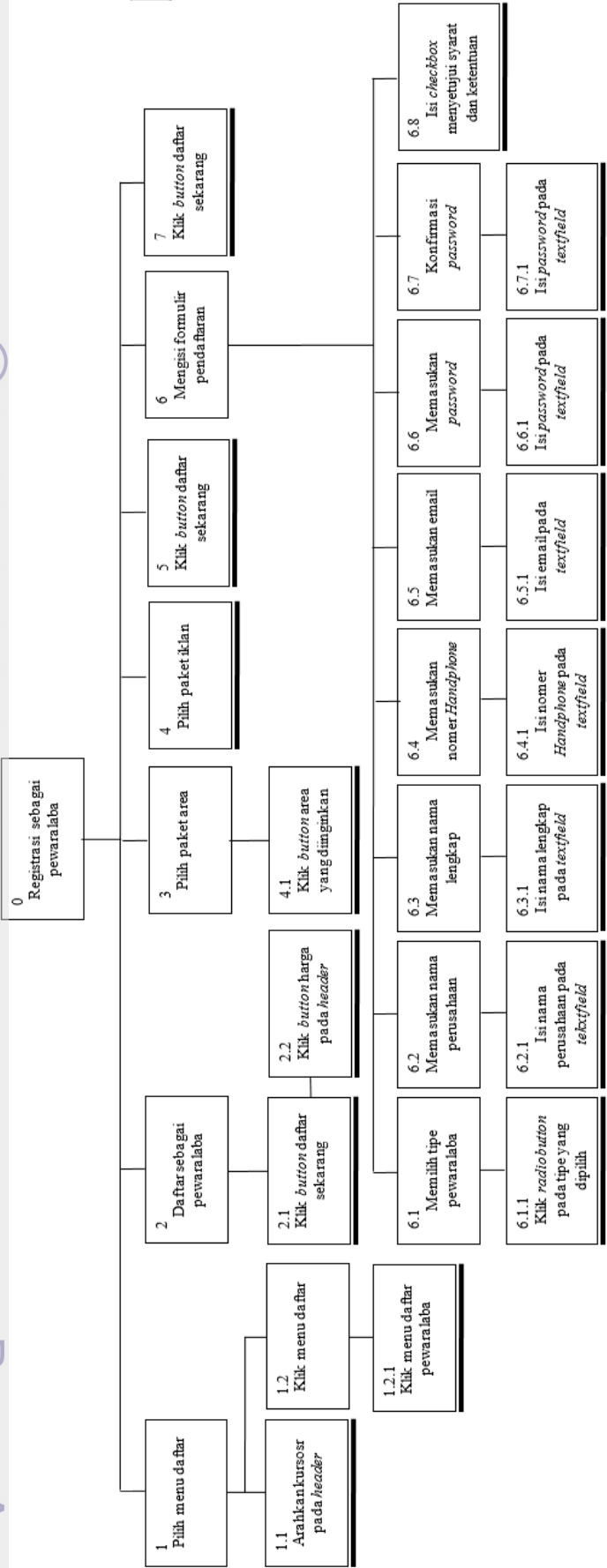
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



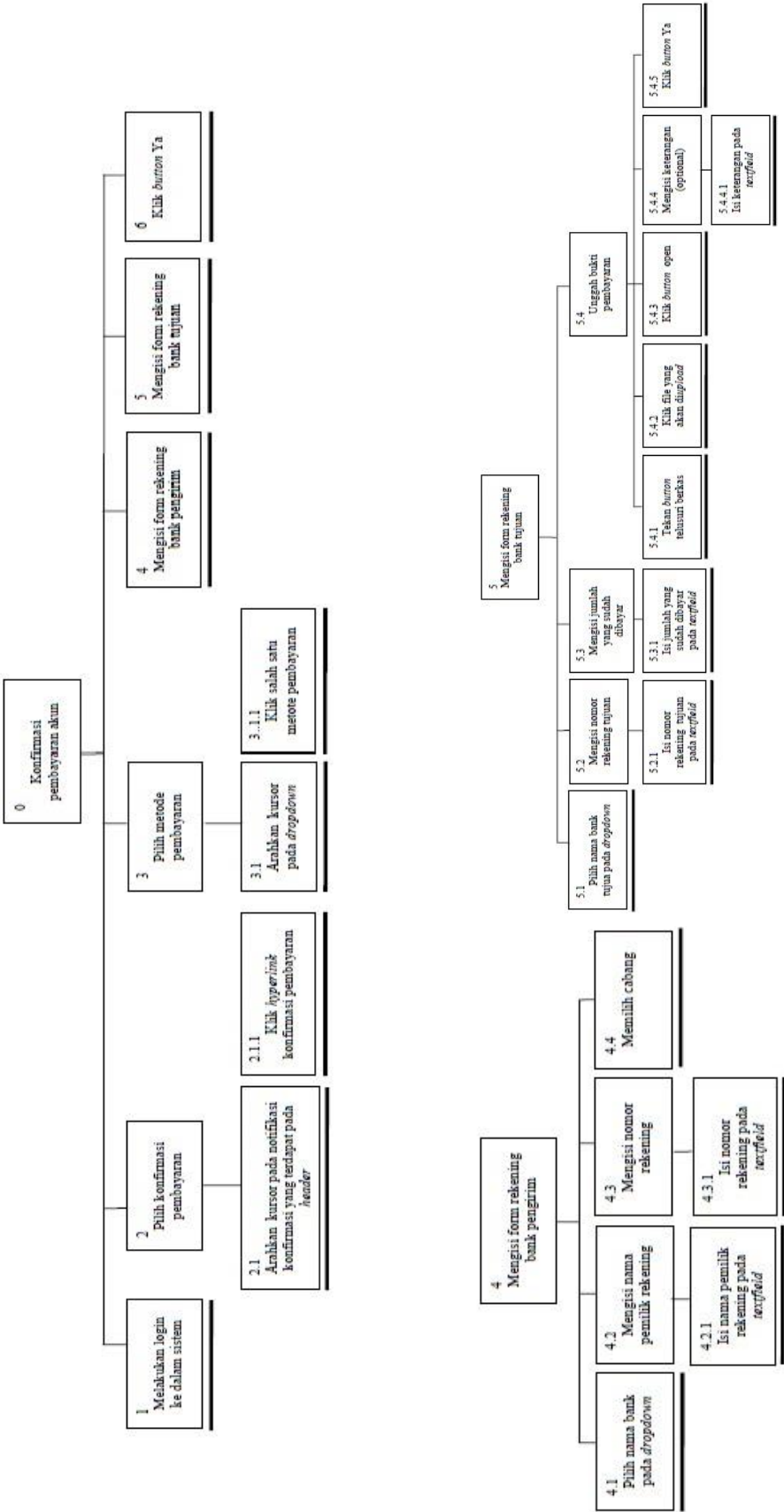
© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

7 tahun terbit

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

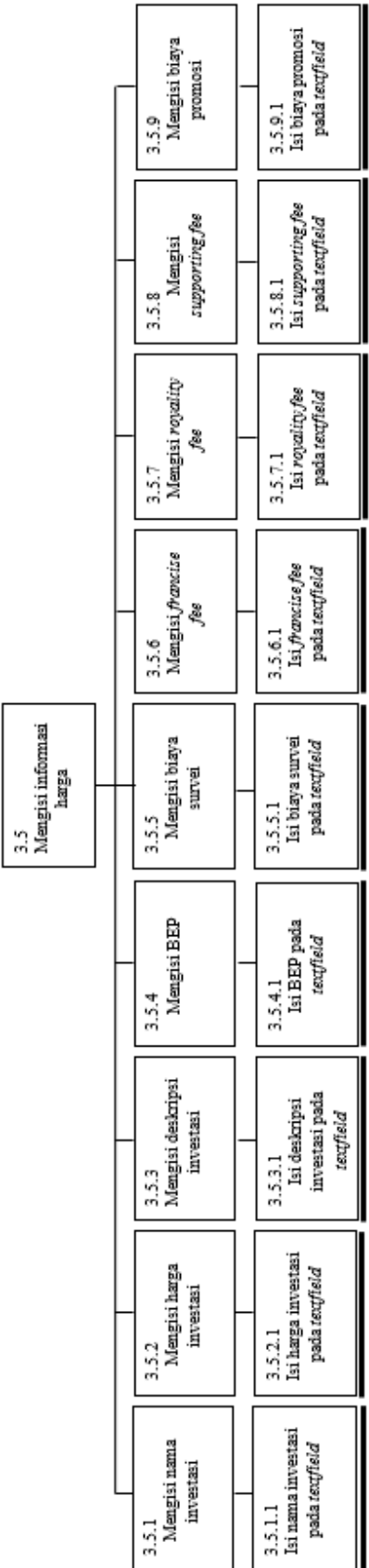




© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

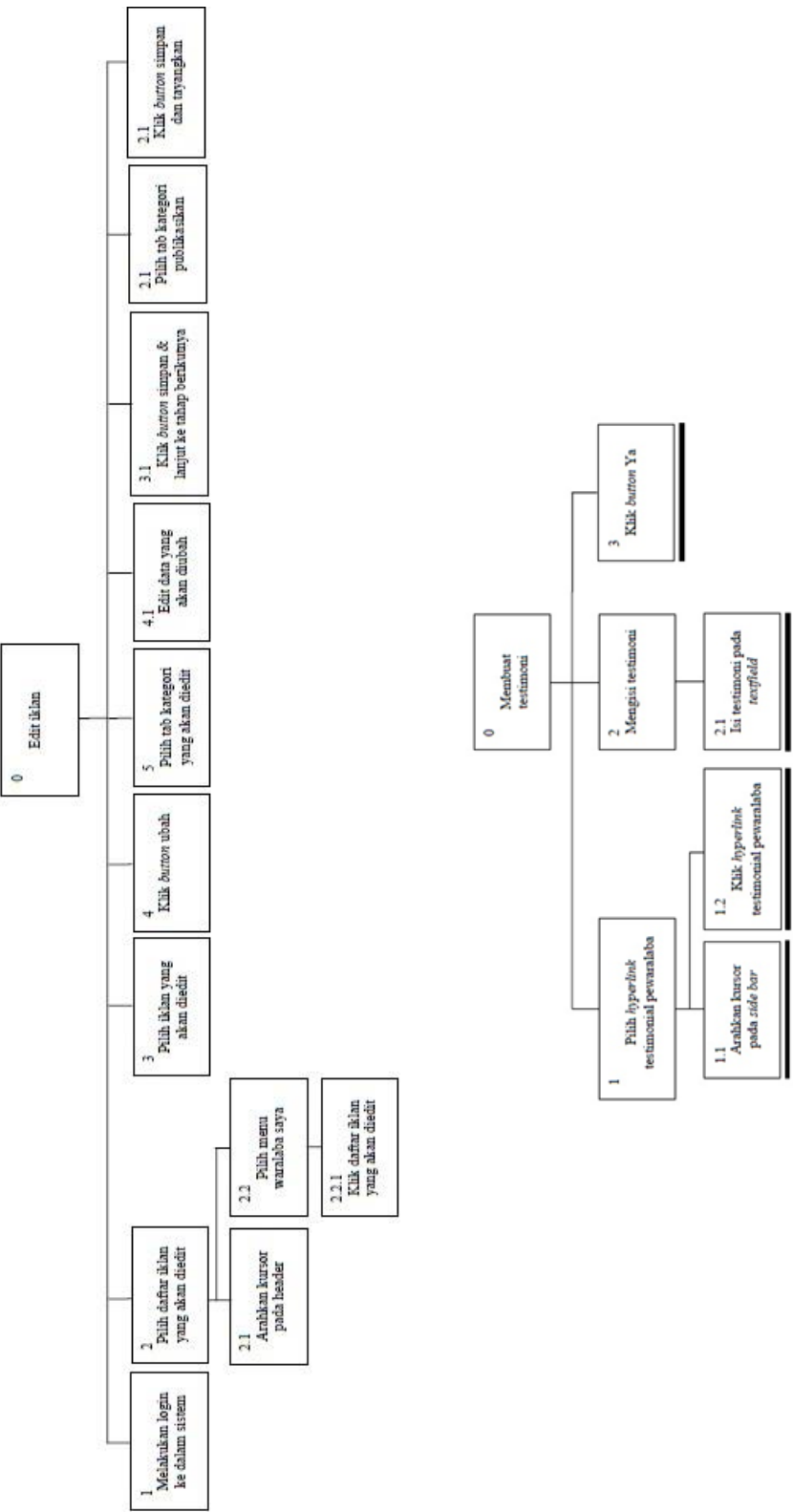
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

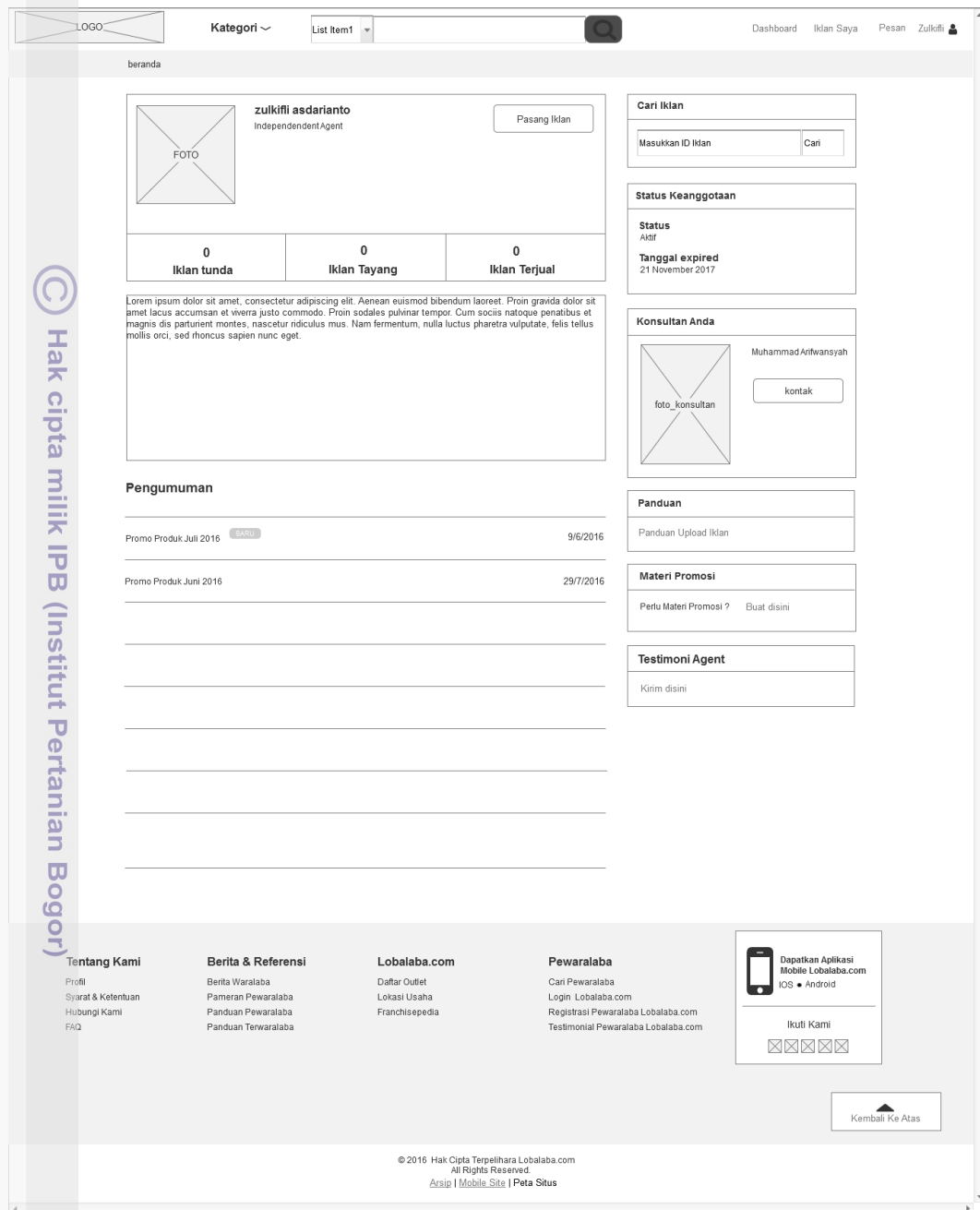


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Lampiran 10 Contoh tampilan antarmuka *wireframe* Lobalaba Portal



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

Tampilan *wireframe* home Lobalaba Portal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

**Selamat Datang di Lobalaba.com**

Login [Daftar](#)

Login Dengan Facebook

Login Dengan Gmail

atau

**Login Dengan Akun Lobalaba.com**

Masukan Email Anda

Masukkan Password Anda

[Lupa Password](#)

Login

Tampilan wireframe login Lobalaba Portal



Lampiran 11 *Design guidelines* Lobalaba Portal



### Typeface

#### Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	h1	28pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	h2	24 - 18pt
12345678910	h3	18 - 16pt
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	Label	12pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Text Link	13 - 12pt
12345678910		
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ		
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz		
12345678910		

### Color Palette

#81C6	Logo Lobalaba & grafik	#ddddd	line	#FF7300	Button oke
#99D05	Search Button	#d7d7d7	Cancel Button		
#99D0B9	Button	#f2f2f2	backroud tab		
#25388	login Button				
#99ED8	Button				

### Icon Pack



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

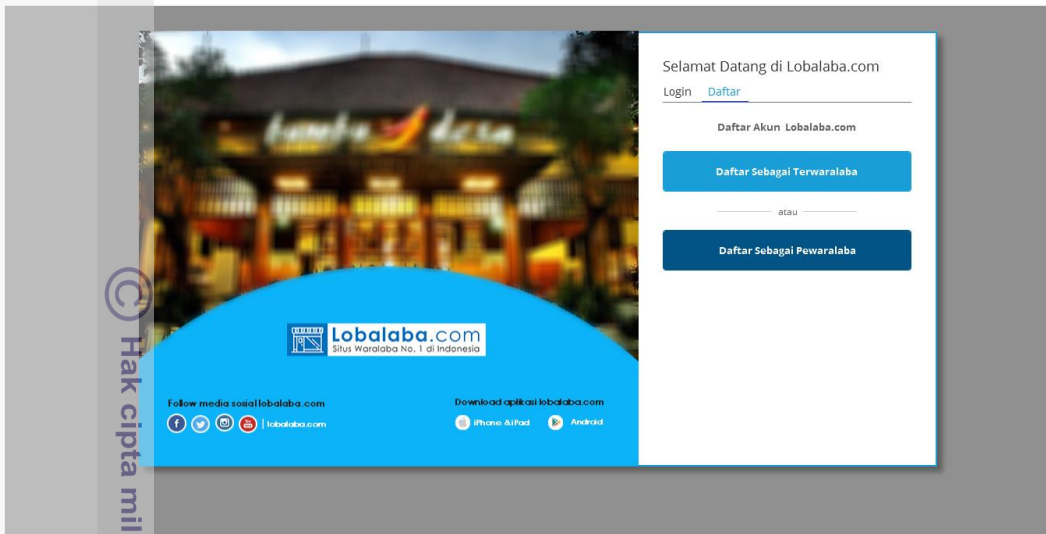
## Lampiran 12 Tampilan antarmuka prototipe Lobalaba Portal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

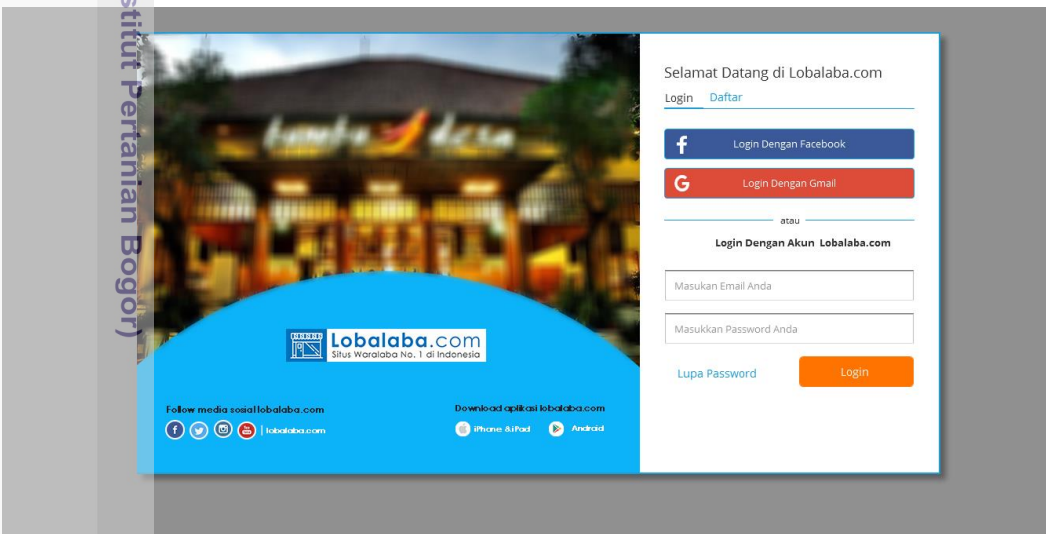
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural



Tampilan *pop up* daftar



Tampilan *pop up* login

Lampiran 12 Lanjutan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Tampilan halaman daftar pewaralaba perusahaan

Tampilan halaman daftar pewaralaba perorangan

Bogor Agricultural

## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

**Lobalaba.com** Kategori Nama, Jenis Atau ID Iklan Kategori Waralaba Dashboard Waralaba Saya Pesan Azdar

Halaman Depan

**Azdar**  
Independent Agent  
Status: Aktif  
Tanggal expired: 21 November 2017

PASANG IKLAN

0 Iklan tunda | 0 Iklan Tayang | 0 Iklan Terjual

**Riwayat Pengunjung Waralaba Anda**  
November 2016

Minggu	Jumlah Pengunjung
Minggu Pertama	~1.500
Minggu Kedua	~2.200
Minggu Ketiga	~2.500
Minggu Keempat	3.414

Minggu Keempat Jumlah Pengunjung: 3.414

**Pengumuman**

- Promo Produk Desember 2016 (BARU) 21/11/2016
- Promo Produk November 2016 29/10/2016

**Status Keanggotaan**  
Status: Aktif  
Tanggal expired: 21 November 2017

**Waralaba Saya**  
Tambah Waralaba  
Daftar Iklan Tayang  
Daftar Iklan Tunda  
Daftar Iklan Terjual  
Riwayat pengunjung

**AE Relations Anda**  
Zulkifli Asdrianto  
kontak

**Profil Saya**  
Ubah Profil

**Panduan**  
Panduan Upload iklan

**Materi Promosi**  
Perlu Materi Promosi? Kirim disini

**Testimonial Pewaralaba**  
Kirim disini

Tentang Kami: Profil, Syarat & Ketentuan, Hubungi Kami, FAQ, Privasi policy

**Berita & Referensi**  
Berita Waralaba, Pameran Pewaralaba, Panduan Pewaralaba, Panduan Terwaralaba

**Lobalaba.com**  
Daftar Outlet, Lokasi Usaha, Franchisepedia

**Pewaralaba**  
Cari Pewaralaba, Login Lobalaba.com, Registrasi Pewaralaba Lobalaba.com, Testimonial Pewaralaba Lobalaba.com

Dapatkan Aplikasi Mobile Lobalaba.com >>> IOS • Android

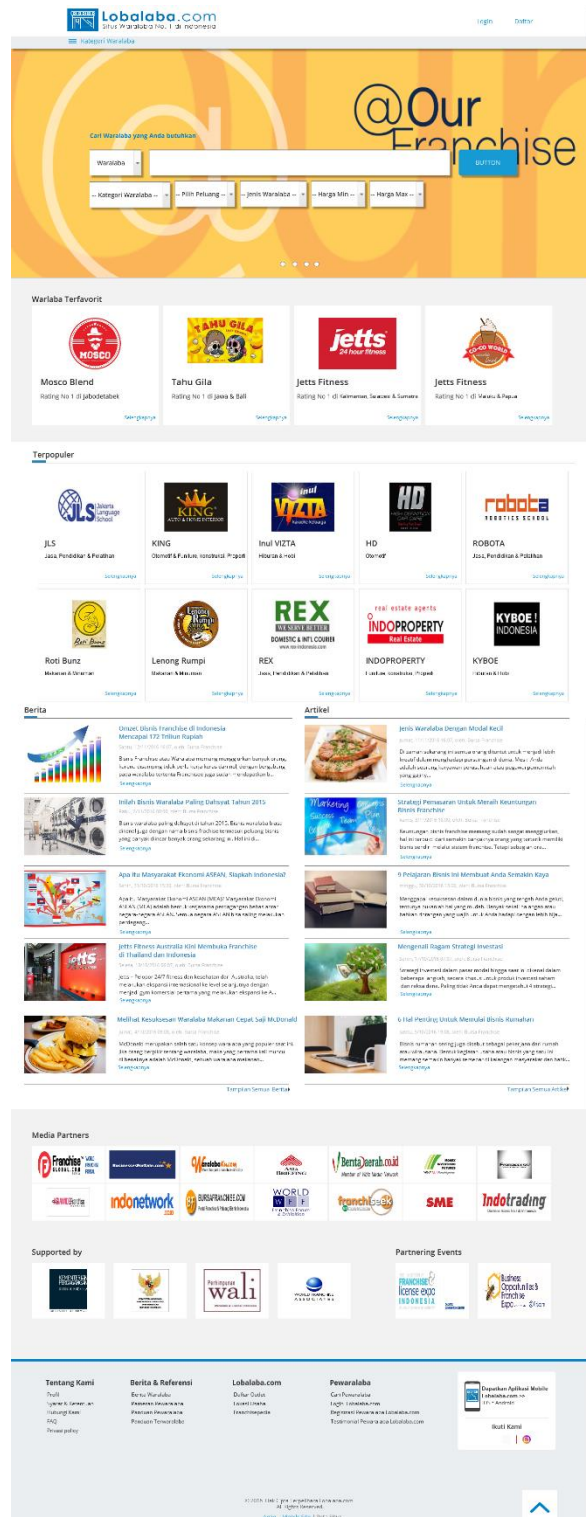
Ikuti Kami: Facebook, Twitter, Instagram

© 2016 Hak Cipta Terpelihara Lobalaba.com All Rights Reserved. [Arsip](#) | [Mobile Site](#) | [Peta Situs](#)

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

Tampilan halaman *dashboard* pewaralaba setelah *login*



Tampilan halaman beranda sebelum login

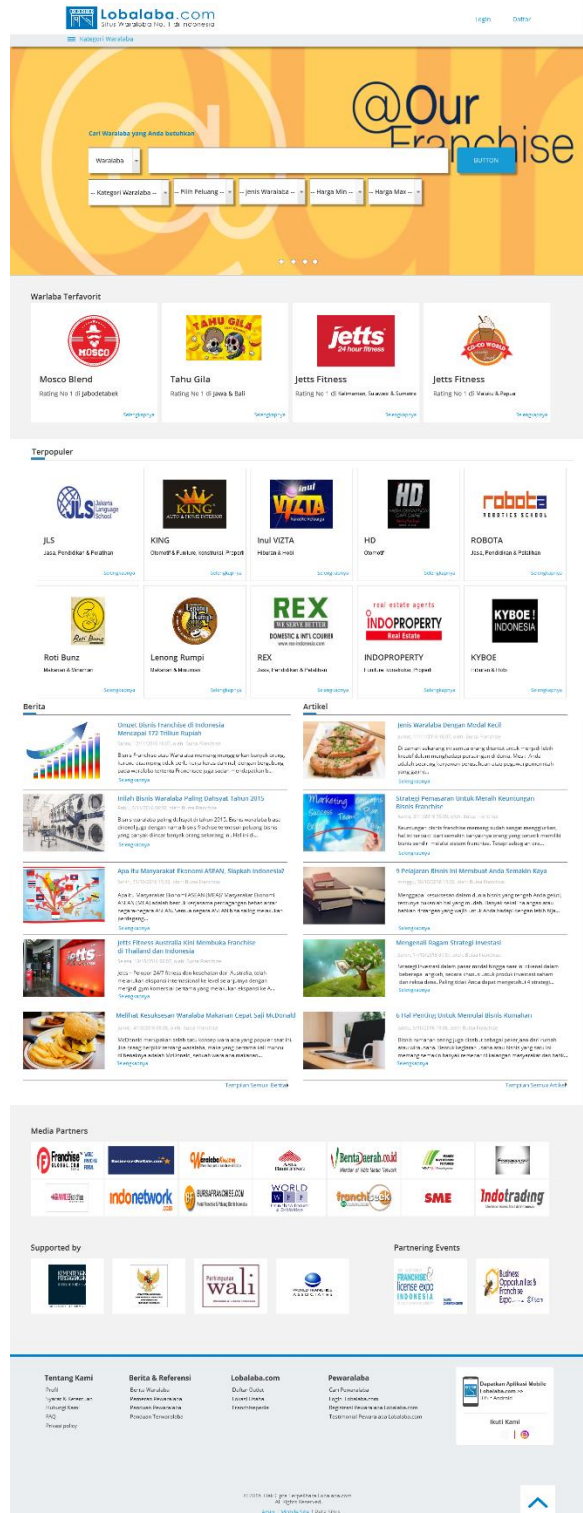
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Tampilan halaman beranda sebelum login terwaralaba



## Lampiran 12 Lanjutan



**Konfirmasi Pemesanan**

Pilih Metode Pembayaran yang ingin digunakan

<input type="radio"/> <b>TRANSFER BANK</b> ✓ Verifikasi Manual (2x24jam) ✓ Bebas Biaya Layanan	<input type="radio"/> <b>VIRTUAL ACCOUNT</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Bebas Biaya Layanan	<input type="radio"/> <b>Klik BCA</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Bebas Biaya Layanan	<input type="radio"/> <b>BCA KlikPay</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Bebas Biaya Layanan
<input type="radio"/> <b>mandiri</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Bebas Biaya Layanan	<input type="radio"/> <b>mandiri</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Bebas Biaya Layanan	<input type="radio"/> <b>e-Pay BRI</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Bebas Biaya Layanan	<input type="radio"/> <b>VISA</b> <b>Debit Online</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Tambahan Biaya Layanan
<input type="radio"/> <b>Indomaret</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Biaya Layanan: Rp 2.500	<input type="radio"/> <b>7-ELEVEN</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Biaya Layanan: Rp 2.500	<input type="radio"/> <b>POS INDONESIA</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Biaya Layanan: Rp 3.000	<input type="radio"/> <b>Alfamart</b> ✓ Konfirmasi Pembayaran Otomatis ✓ Verifikasi Otomatis ✓ Biaya Layanan: Rp 2.500

Paket: <b>Paket Gold Pewaralaba Lobalaba Wilayah JABODETABEK (1 Tahun): RP 1.000.000</b>	Harga: Rp 1.000.000
---	------------------------

Total Pembayaran: **Rp 1.000.000,-**

## Tampilan halaman konfirmasi pemesanan



**Menunggu Konfirmasi Pembayaran Anda**

**Konfirmasi Pembayaran**

⚠ Silahkan **menghubungi kami** apabila Anda mengalami kesulitan

👉 **Langkah selanjutnya**  
Harap transfer pembayaran Anda sejumlah **Rp 1.000.123** untuk mengaktifkan keanggotaan pewaralaba Anda

<b>BCA</b> Rek. 178 222 8989 Cab. Permata Hijau a/n PT. Lobalaba	<b>mandiri</b> Rek. 165 900 0084444 Cab. Kebon Jeruk - Perjuangan a/n PT. Lobalaba	<b>BANK BRI</b> Rek. 037 701 00960123 Cab. Kebon Jeruk a/n PT. Lobalaba
<b>BNI</b> Rek. 800 700 2001 Cab. Kebon Jeruk a/n PT. Lobalaba	<b>CIMB NIAGA</b> Rek. 177 01 00920 001 Cab. Tomang Tol a/n PT. Lobalaba	

Informasi Pembayaran Anda:

Cara Pembayaran <b>Transfer Manual</b>	Total Tagihan <b>Rp 1.000.123</b>	Nomor Invoice <b>MSZ/20161121/XVI/XI/23092016</b>
---	--------------------------------------	--

👉 **Sudah mentransfer sisa pembayaran kepada kami?**  
Segera lakukan konfirmasi pembayaran Anda agar segera kami verifikasi.

Konfirmasi pembayaran Anda sebelum **21 November 2016**

Notes:

- \* Pembayaran akan di verifikasi minimal 1x24 jam setelah konfirmasi pembayaran dilakukan.
- \* Mohon lakukan pembayaran sesuai dengan jumlah yang tertera agar dapat kami verifikasi.
- \* Pembayaran yang tidak dikonfirmasi, tidak dapat kami verifikasi.

## Tampilan halaman menunggu konfirmasi pembayaran

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

#### Konfirmasi Pembayaran

Invoice: INV/20161121/XVII/X/211194

Total Tagihan: **Rp 1.000.000**

Cara Pembayaran:

---

#### Rekening Bank Pengirim

Nama Bank:

Nama Pemilik Rekening:

Nomor Rekening:

Cabang:

Untuk bank selain BCA diharuskan mengisi kantor cabang beserta kota tempat bang berada.  
Contoh: Dramaga - Bogor Barat

---

#### Rekening Bank Tujuan

Rekening Tujuan:

Jumlah yang sudah dibayar:

Inputlah Sesuai dengan jumlah uang yang Anda transfer.  
Masukkan jumlah pembayaran Tanpa tanda titik atau koma.  
Contoh: 900000

Unggah Bukti Pembayaran:

Besar file: maksimum 10.000.000 bytes (10 Megabytes)

Verifikasi pembayaran dilakukan maksimal 1x24 jam. Apabila pembayaran Anda belum juga diverifikasi, kami sarankan Anda untuk meng-upload bukti bayar sehingga mempercepat proses verifikasi pembayaran Anda.

Keterangan (Opsional):

- Paket yang sudah dipesan dan dikonfirmasi pembayaran tidak dapat dibatalkan

Tampilan *pop up* konfirmasi pembayaran





## Lampiran 12 Lanjutan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

lobalaba.com
Kategori

Kategori Waralaba
Dashboard
Waralaba Saya
Pesan
Azdar

---

Halaman Depan > Ubah Profil

### Ubah Profil

**Perbarui Foto Profil**

**Informasi Perusahaan**

Perusahaan	Perorangan
Propinsi	Jawa Barat
Kota	Bandung
Area	Buah Batu
Alamat	Kompleks Permata Buahbatu Blok C99 Kabupaten Bandung, Jawa Barat

**Informasi Pribadi**

Nama	<input type="text" value="Azdar"/>
Email	<input type="text" value="azdar@gmail.com"/>
Tanggal Lahir	<input type="text" value="21-12-1971"/>
No Telp	<input type="text" value="022-2500095"/>
No HP	<input type="text" value="0818 627 685"/>
Pin BB	<input type="text" value="5F265E10"/>
Pilih Bahasa	<input checked="" type="checkbox"/> Indonesia <input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Lainnya
Profil	Trainer and speaker with experience in personal development, communication, marketing, strategic, publishing, and human resource management. Strategic Management with experience in Turn Around and Building Corporate Growth, Marketing Planner with experience in market expansion and market focus, building salesforce, product knowledge and sales skill, Marketing Research with experience in Focus Group Discussion Corporate Communication with experience and managing social media, website and blogging, Human Resource Committee with experience in building corporate culture, organization climate index, and learning development.
Spesialis	<input checked="" type="checkbox"/> Franchisor (Pewaralaba) <input type="checkbox"/> Franchisee (Terwaralaba)
Spesialis Area	<input type="text" value="jabodetabek"/>

Jika ingin mengubah password Anda ketika yang baru jika tidak biarkan kosong.

KATA SANDI	<input type="password" value="New Password"/>
ULANG KATA SANDI	<input type="password" value="Repeat Password"/>

Dengan ini saya mengerti dan memahami [Syarat & Ketentuan Penggunaan Akun](#) di lobalaba.com. Dan bersedia menaati semua aturan yang berlaku.

**Foto Profil**

Anda dapat memilih foto yang dapat menggambarkan diri Anda dengan baik.

**Informasi Perusahaan**

Anda Tidak dapat mengganti informasi perusahaan. Silahkan [menghubungi kami](#) apabila Anda mengalami kesulitan.

**Profil**

Deskrpsikan diri anda secara lengkap menginformasi, dan membangun kepercayaan user. Semakin detail deskripsi Anda, semakin baik.

**Spesialis Area**

Merupakan kota di mana, terdapat waralaba Anda

**Kata Sandi**

Gunakan 5 - 15 karakter untuk membuat kata sandi Anda

**Tentang Kami**

Profil  
Syarat & Ketentuan  
Hubungi Kami  
FAQ  
Privasi policy

**Berita & Referensi**

Berita Waralaba  
Pameran Pewaralaba  
Panduan Pewaralaba  
Panduan Terwaralaba

**Lobalaba.com**

Daftar Outlet  
Lokasi Usaha  
Franchisepedia

**Pewaralaba**

Cari Pewaralaba  
Login Lobalaba.com  
Registrasi Pewaralaba Lobalaba.com  
Testimonial Pewaralaba Lobalaba.com

Dapatkan Aplikasi Mobile  
Lobalaba.com >>>  
iOS - Android

**Ikuti Kami**

© 2016 Hak Cipta Terjelajahi Lobalaba.com  
All Rights Reserved.  
[Aripi](#) | [Mobile Site](#) | [Peta Situs](#)

Tampilan halaman edit profil

## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

The screenshot displays the 'Kategori & Profil' form on the Lobalaba.com website. The form is divided into two main sections: 'Kategori' and 'Profil Perusahaan'.

**Kategori Section:**

- Jenis Waralaba:** Radio buttons for 'Waralaba Luar Negeri' and 'Waralaba Dalam Negeri'.
- kategori Waralaba:** A dropdown menu with the selected option '- Kategori Waralaba -'.
- Sub Kategori Waralaba:** A dropdown menu with the selected option '- Sub Kategori -'.

**Profil Perusahaan Section:**

- Nama Perusahaan:** A text input field with the placeholder 'Nama Perusahaan Anda'.
- Tahun Berdiri:** A dropdown menu with the selected option '2016' and other options: 2015, 2014, 2013.
- Jumlah Gerai:** A text input field with the placeholder 'Jumlah Gerai'.
- Deskripsi:** A large text area for entering the company description.

**Helpful Tips (Green Checkmarks):**

- Kategori:** Dengan memilih kategori waralaba yang tepat, Anda dapat membantu user dalam menemukan waralaba yang tepat.
- Profil Perusahaan:** Deskripsikan waralaba anda secara lengkap menginformasi, membangun kepercayaan user, dan menjawab pertanyaan-pertanyaan user. Semakin detail deskripsi Anda, semakin baik.
- Deskripsi:** Sediakan informasi yang lengkap, mudah dipahami dan mudah dibaca.

**Buttons:** 'BATAL' (grey) and 'SIMPAN & LANJUT KE TAHAP BERIKUTNYA' (orange).

**Footer:** © 2016 Hak Cipta Terpelihara Lobalaba.com. All Rights Reserved. Includes links for 'Arsip', 'Mobile Site', and 'Peta Situs'.

Tampilan halaman pemasangan iklan



## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

Situs Waralaba No. 1 di Indonesia

Kategori


Kategori Waralaba
▼

Dashboard
Waralaba Saya
Pesan
Azdar

[Halaman Depan](#) > [Pasang Iklan](#) > [Alamat & Kontak](#)

**KATEGORI & PROFIL**

**ALAMAT & KONTAK**

**INFORMASI HARGA**

**LAMPIRAN**

**PUBLIKASIKAN**

#### Lokasi & Alamat

Provinsi \*

Kota \*

Area \*

Alamat

#### Informasi Kontak

Nama \*

Nomor HP \*

Nomor Fax

Email Perusahaan \*

Website Perusahaan

Lokasi & Alamat

✔ Masukkan alamat dimana kantor Anda berada

Maps

✔ Sebagai alat bantu untuk menemukan letak kantor Anda

Informasi Kontak

✔ Harap masukkan kontak data yang bisa dihubungi untuk iklan ini

KEMBALI

SIMPAN & LANJUT KE TAHAP BERIKUTNYA

**Tentang Kami**

- Profil
- Syarat & Ketentuan
- Hubungi Kami
- FAQ
- Privasi policy

**Berita & Referensi**

- Berita Waralaba
- Pameran Pekaralaba
- Panduan Pekaralaba
- Panduan Terwaralaba

**Lobalaba.com**

- Daftar Outlet
- Lokasi Usaha
- Franchisepedia

**Pewaralaba**

- Cari Pekaralaba
- Log in Lobalaba.com
- Registrasi Pekaralaba Lobalaba.com
- Testimonial Pekaralaba Lobalaba.com

Dapatkan Aplikasi Mobile  
Lobalaba.com >>>  
IOS \* Android

Ikuti Kami

f
t
i

© 2016 Hak Cipta Terpelihara Lobalaba.com  
All Rights Reserved.

[Arsip](#) | [Mobile Site](#) | [Peta Situs](#)

Tampilan halaman pasang iklan (lanjutan)

## Lampiran 12 Lanjutan

The screenshot displays the 'Informasi Harga' section of the Lobalaba.com website. The form includes the following fields and options:

- Nama Investasi:** Input field for the investment name.
- Harga Investasi:** Input field for the investment price, with a dropdown for currency (Rp) and a value of 0.
- Deskripsi Investasi:** A large text area for describing the investment.
- Tambah Investasi:** A blue button to add the investment.
- BEP (Break-Even Point):** Input fields for 'min' and 'maks' values, followed by 'Bulan'.
- Biaya Survei:** Radio buttons for 'Sudah termasuk dalam modal investasi awal' and 'Belum termasuk dalam modal investasi awal', with a corresponding 'Rp' input field.
- Franchise Fee:** Similar radio buttons and input field as above.
- Royalty Fee:** Similar radio buttons and input field as above.
- Supporting Fee:** Similar radio buttons and input field as above.
- Biaya Promosi:** Similar radio buttons and input field as above.

Two informational boxes are present on the right side of the form:

- Informasi Harga:** A green checkmark icon followed by the text: "Isilah dengan harga paket waralaba anda, dan gunakan kata kata yang jelas dalam deskripsinya."
- Tambah Investasi:** A green checkmark icon followed by the text: "Tombol ini berfungsi untuk menambahkan form jika waralaba Anda memiliki lebih dari satu paket."

At the bottom of the form, there are two buttons: 'KEMBALI' (Return) and 'SIMPAN & LANJUT KE TAHAP BERIKUTNYA' (Save & Continue to Next Step).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

**Tentang Kami**  
 Profil  
 Syarat & Ketentuan  
 Hubungi Kami  
 FAQ  
 Privasi policy

**Berita & Referensi**  
 Berita Waralaba  
 Pameran Pewaralaba  
 Panduan Pewaralaba  
 Panduan Terwaralaba

**Lobalaba.com**  
 Daftar Outlet  
 Lokasi Usaha  
 Franchisepedia

**Pewaralaba**  
 Cari Pewaralaba  
 Login Lobalaba.com  
 Registrasi Pewaralaba Lobalaba.com  
 Testimonial Pewaralaba Lobalaba.com

Dapatkan Aplikasi Mobile  
 Lobalaba.com >>  
 IOS • Android

Ikuti Kami



Tampilan halaman pasang iklan (lanjutan)



## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

Halaman Depan > Pasang Iklan > Lampiran

**KATEGORI & PROFIL** | **ALAMAT & KONTAK** | **INFORMASI HARGA** | **LAMPIRAN** | **PUBLIKASIKAN**

**Upload Gambar Iklan**

Masukkan gambar produk minimal satu foto. Gunakan 5 foto terbaik untuk gambar iklan Anda.

**Gambar Iklan**

Gunakan foto terbaik. (format JPG JPEG PNG max 10 MB)

**Video Iklan**

Masukkan link URL video Anda, yang telah di upload pada youtube.

**Video Youtube**  **Tambahkan Video**

**KEMBALI** **SIMPAN & LANJUT KE TAHAP BERIKUTNYA**

### Tampilan halaman pasang iklan (lanjutan)

Halaman Depan > Pasang Iklan > Publikasikan

**KATEGORI & PROFIL** | **ALAMAT & KONTAK** | **INFORMASI HARGA** | **LAMPIRAN** | **PUBLIKASIKAN**

**PREVIEW LISTING ANDA**

**ZM001** **NATURAL skincare CLINIC** **Natural Premium** Bandung **Kesehatan & Kecantikan** Salon, Spa, Pusat Kecantikan

**Natural 1 (exclusive) : Rp 295.000.000,00**  
**Natural 2 (Platinum) : Rp 165.000.000,00**  
**Natural 3 (Gold) : Rp 105.000.000,00**

**Royalty fee:** Rp 15.000.000,00 - Rp 24.000.000,00 /bulan  
**Franchise fee:** Sudah termasuk dalam modal investasi awal  
**Supporting fee:** Sudah termasuk dalam modal investasi awal

**BEP: 20 - 36 Bulan**  
**Biaya Survei:** Rp 10.000.000,00 - Rp 15.000.000,00  
**Biaya Promosi:** Rp 5.000.000,00 - Rp 14.000.000,00

**KEMBALI** **SIMPAN** **SIMPAN & TAYANGKAN**

### Tampilan halaman pasang iklan (lanjutan)

## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

**Kategori & PROFIL** | ALAMAT & KONTAK | INFORMASI HARGA | LAMPIRAN | PUBLIKASIKAN

**Kategori**

Jenis Waralaba •  Waralaba Luar Negeri  Waralaba Dalam Negeri

Kategori Waralaba • Kesehatan & Kecantikan

Sub Kategori Waralaba • Salon, Spa, Pusat Kecantikan

**Profil Perusahaan**

Nama Perusahaan • PT. Calysta

Tahun Berdiri • -- Tahun --  
2016  
2015  
2014  
2013

Jumlah Gerai • 100

**Deskripsi**

Natural Skincare Clinic yang mulai beroperasi melayani pelanggan pada bulan Mei 2014, dirintis oleh 4 bersaudara dengan kompetensi yang saling melengkapi: Sofia S.S. Dr yani dan anti S.Si Apt. Natural Skincare Clinic memiliki visi untuk menjadi klinik kecantikan yang memberikan pelayanan prima dengan menggabungkan teknologi terkini dan produk yang aman dan berkualitas.

Sebagai masyarakat yang tinggal di daerah tropis, kulit wanita Indonesia memang memerlukan perawatan khusus. Paparan sinar matahari sepanjang tahun yang bersentuhan langsung ke kulit bisa menyebabkan flek hitam dan kusam. Belum lagi ditambah dengan polusi udara yang kian meningkat akhir-akhir ini memperbesar peluang membuat kulit wajah "menderita".

Untuk itu, Natural Skincare Clinic menawarkan solusi kepada para pelanggan untuk mengatasi berbagai keluhan dan kondisi kulit melalui berbagai jenis perawatan yang sesuai dengan standar estetis medis dan produk yang aman.

**Kategori**

2 Dengan memilih kategori waralaba yang tepat, Anda dapat membantu user dalam menemukan waralaba yang tepat

**Profil Perusahaan**

2 Deskripsikan waralaba anda secara lengkap menginformasi, membangun kepercayaan user, dan menjawab pertanyaan-pertanyaan user. Semakin detail deskripsi Anda, semakin baik.

**Deskripsi**

2 Sedialan informasi yang lengkap, mudah dipahami dan mudah dibaca

BATAL | SIMPAN & LANJUT KE TAHAP BERIKUTNYA

**Tentang Kami**  
Profil  
Syarat & Ketentuan  
Hubungi Kami  
FAQ  
Privasi policy

**Berita & Referensi**  
Berita Waralaba  
Pameran Pekaralaba  
Panduan Pekaralaba  
Panduan Terwaralaba

**Lobalaba.com**  
Daftar Outlet  
Lokasi Usaha  
Franchisepedia

**Pekaralaba**  
Cari Pekaralaba  
Login Lobalaba.com  
Registrasi Pekaralaba Lobalaba.com  
Testimonial Pekaralaba Lobalaba.com

Dapatkan Aplikasi Mobile Lobalaba.com >>  
iOS • Android

Ikuti Kami

© 2016 Hak Cipta Terpelihara Lobalaba.com  
All Rights Reserved.  
[Arsip](#) | [Mobile Site](#) | [Peta Situs](#)

Tampilan halaman edit iklan



## Lampiran 12 Lanjutan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

Situs Waralaba No. 1 & 2 Indonesia

Kategori

Kategori Waralaba
Q

Dashboard
Waralaba Saya
Pesari
Azul

Home > Iklan Saya > zm001

### Natural

Salon, Spa, Pusat Kecantikan

#### Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	PT. Natural
Tahun Berdiri	2011
Jumlah Geral	100

**Tentang Natural**

Natural Skincare Clinic yang mulai beroperasi melayani pelanggan pada bulan Mei 2014, dirintis oleh 4 bersaudara dengan kompetensi yang saling melengkapi: Sofia S.S. Dr yani dan anti S.Si Apt., Natural Skincare Clinic memiliki visi untuk menjadi klinik kecantikan yang memberikan pelayanan prima dengan menggabungkan teknologi terkini dan produk yang aman dan berkualitas.

Sebagai masyarakat yang tinggal di daerah tropis, kulit wanita Indonesia memang memerlukan perawatan khusus. Paparan sinar matahari sepanjang tahun yang bersentuhan langsung ke kulit bisa menyebabkan flek hitam dan kusam. Belum lagi ditambah dengan polusi udara yang kian meningkat akhir-akhir ini memperbesar peluang membuat kulit wajah "menderita". Untuk itu, Natural Skincare Clinic menawarkan solusi kepada para pelanggan untuk mengatasi berbagai keluhan dan kondisi kulit melalui berbagai jenis perawatan yang sesuai dengan standar estetis medis dan produk yang aman.

Setiap klinik Natural Skincare dilayani oleh dokter yang telah memperoleh pelatihan khusus dalam bidang perawatan kulit estetik medik. Tim kami dilengkapi juga oleh para perawat, para terapis terlatih, apoteker, dan asisten apoteker.

Produk yang diresepkan di Natural Skincare telah memperoleh nomor registrasi Badan POM dan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia, sehingga pelanggan akan merasa lebih nyaman dan aman dalam menggunakannya. Selain itu, teknologi yang digunakan oleh Natural Skincare juga mengikuti perkembangan terkini.

Status Keanggotaan

Status: **Aktif**

Tanggal expired: **21 November 2017**

Waralaba Saya

[Tambah Waralaba](#)

[Daftar Iklan Tayang](#)

[Daftar Iklan Tunda](#)

[Daftar Iklan Terjual](#)

[Riwayat pengunjung](#)

AE Relations Anda

Zulkifli Asdarianto

[kontak](#)

Profil Saya

[Ubah Profil](#)

[kontak](#)

Panduan

[Panduan Upload Iklan](#)

Materi Promosi

[Perlu Materi Promosi? Kirim disini](#)

Testimonial Pekaralaba

[Kirim disini](#)

**Paket Waralaba**

<b>Natural 1 (exclusive)</b>	<b>Rp 295.000.000,00</b>
------------------------------	--------------------------

Fasilitas yang di dapatkan dari dari paket ini adalah :

**1. Derma Treatment**

- Green Peel Classic, Energy, Fresh Up Treatment
- Hydrating Care
- Regulating Care
- Anti Aging Care
- Sensitive Care
- Hyperpigmentation Care
- Eye Lifting
- Power Neck Lifting
- Beauty Flash Treatment
- Meso Peel
- Diamond Peel

**2. Dr. Christine Schrammek Derma Cosmetics**

**3. 3D-Embroidery & Tattooing**

- Eyebrow
- Eyeliner Tattoo
- Crystal Lips

**4. Body Treatment**

- Bust Enhancement
- Slimming & Contouring
- Cellulite & Stretchmark
- Waxing
- Manicure, Pedicure

**5. Body Spa (25 spa treatments)**

**6. Hand & Foot Treatment**

- Manicure, Pedicure
- Foot Detox
- Hand Spa
- Foot Spa

**7. Professional Aesthetic Therapy**

- E-Light Rejuvenation
- Laser Hair Removal
- Accu-threading
- Needle-Free Mesocavitation
- Radio Frequency Face Lift

**TERMASUK:**

- Digital Skin Analyzer + LCD Monitor
- 2 Peralatan Facial Multi Fungsi (1&3-in-1)
- 3 Furnitur Facial Bed, 3 Trolley
- 3 Furnitur Massage Bed, 3 Trolley
- RF Face Lift
- E-Light Rejuvenation & Laser Hair Removal
- Peralatan Payudara Multi Fungsi
- Peralatan Slimming & Contouring (5 Fungsi)
- Infra Red Thermal Blanket
- Body Steamer
- GS Body Massager
- Peralatan Ion Detox
- 2 Professional Embroidery Set (2 Embroidery stick, 20 micro pigment)
- Training + Sertifikat: Brownaissance
- 2 Dr. Christine Schrammek Green Peel Professional Set
- Training + Sertifikat Dr. Christine Schrammek (Germany)
- Peralatan Manicure & Pedicure
- 20 Perengkapan Awal Facial & Spa (Baju, handuk mandi, selimut, kimono, bando, sandal)
- Sign Board
- Album Perawatan (Sebelum-sesudah)
- 4 Acrylic Display
- 5 Banner & 5 Poster
- 20 produk Investasi awal
- 100 body spa set
- 300 Sampel produk
- 300 Brosur produk
- 300 Paper Bag
- 300 kartu perawatan

Tampilan halaman iklan



## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Natural 2 (Platinum)	Rp 165.000.000,00
<p>Fasilitas yang di dapatkan dari dari paket ini adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Derma Treatment<ul style="list-style-type: none"><li>• Green Peel Classic , Energy, Fresh Up Treatment</li><li>• Hydrating Care</li><li>• Regulating Care</li><li>• Anti Aging Care</li><li>• Sensitive Care</li><li>• Hyperpigmentation Care</li><li>• Eye Lifting</li><li>• Power Neck Lifting</li><li>• Beauty Flash Treatment</li><li>• Meso Peel</li><li>• Diamond Peel</li></ul></li><li>2. Dr. Christine Schrammek Derma Cosmetics</li><li>3. 3D Embroidery &amp; Tattooing</li><li>4. Eyebrow<ul style="list-style-type: none"><li>• Eyeliner Tattoo</li><li>• Crystal Lips</li></ul></li><li>5. Body Treatment<ul style="list-style-type: none"><li>• Bust Enhancement</li><li>• Slimming &amp; Contouring</li><li>• Cellulite &amp; Stretchmark</li><li>• Waxing</li><li>• Manicure, Pedicure</li></ul></li><li>6. Body Spa (10 spa treatments)</li><li>7. Hand &amp; Foot Treatment<ul style="list-style-type: none"><li>• Manicure, Pedicure</li><li>• Hand Spa</li><li>• Foot Spa</li></ul></li></ol>	<p>TERMASUK:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Skin Analyzer</li><li>• Peralatan Facial Multi Fungsi (13-in-1)</li><li>• 2 Furnitur Facial Bed, 2 Trolley</li><li>• Furnitur Massage Bed, Trolley</li><li>• Peralatan Payudara (Multi Fungsi)</li><li>• Peralatan Slimming &amp; Contouring (4 Fungsi)</li><li>• Body Steamer</li><li>• Peralatan Manicure &amp; Pedicure</li><li>• Professional Embroidery Set (Embroidery stick, 10 micro pigment)</li><li>• Training + Sertifikat Brownaisance</li><li>• Dr. Christine Schrammek Green Peel Professional Set</li><li>• Training + Sertifikat Dr. Christine Schrammek (Germany)</li><li>• 10 Perlengkapan Awal Facial &amp; Spa (Baju, handuk facial, handuk mandi, selimut, kimono, spon, kuas, bando, sandal)</li><li>• Sign Board</li><li>• Album Perawatan (Sebelum-sesudah)</li><li>• 2 Acrylic Display</li><li>• 4 Banner &amp; 4 Poster</li><li>• 10 produk investasi awal</li><li>• 50 body spa set</li><li>• 200 Sampel produk</li><li>• 200 Brosur produk</li><li>• 200 Paper Bag</li><li>• 200 Kartu perawatan</li></ul>
Natural 1 (exclusive)	Rp 295.000.000,00
<p>Fasilitas yang di dapatkan dari dari paket ini adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Derma Treatment<ul style="list-style-type: none"><li>• Green Peel Classic , Energy, Fresh Up Treatment</li><li>• Hydrating Care</li><li>• Regulating Care</li><li>• Anti Aging Care</li><li>• Sensitive Care</li><li>• Hyperpigmentation Care</li><li>• Eye Lifting</li><li>• Power Neck Lifting</li><li>• Beauty Flash Treatment</li></ul></li><li>2. Dr. Christine Schrammek Derma Cosmetics</li><li>3. 3D Embroidery &amp; Tattooing<ul style="list-style-type: none"><li>• Eyebrow</li><li>• Eyeliner Tattoo</li><li>• Crystal Lips</li></ul></li></ol>	<p>TERMASUK:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Skin Analyzer</li><li>• Peralatan Facial Multi Fungsi (10-in-1)</li><li>• Furnitur Facial (Bed, Trolley)</li><li>• Dr. Christine Schrammek Green Peel Professional Set</li><li>• Training + Sertifikat Dr. Christine Schrammek (Germany)</li><li>• Professional Embroidery Set (Embroidery stick, 10 micro pigment)</li><li>• Training + Sertifikat Brownaisance</li><li>• Perlengkapan Awal Facial</li><li>• 5 Perlengkapan Awal Facial (Baju, handuk facial, kimono, spon, kuas, bando, sandal)</li><li>• Sign Board</li><li>• Acrylic Display</li><li>• Album Perawatan (Sebelum-sesudah)</li><li>• 2 Banner &amp; 2 Poster</li><li>• 5 pc produk investasi awal</li><li>• 100 Sampel produk</li><li>• 100 Brosur produk</li><li>• 100 Paper Bag</li><li>• 100 Kartu perawatan</li></ul>

Tampilan halaman iklan (lanjutan)





## Lampiran 12 Lanjutan

BEP	20 sampai 36 bulan
Biaya Survei	Rp 10.000.000,00 - Rp 15.000.000,00
Franchise Fee	Sudah termasuk dalam investasi awal
Royalty Fee	Rp 15.000.000,00 - Rp 24.000.000,00
Supporting Fee	Sudah termasuk dalam investasi awal
Biaya Promosi	Rp 5.000.000,00 - Rp 14.000.000,00

## Kontak Perusahaan

Nama	Azdar
Nomor HP	0859 7404 6009
Email	naturalskincare@yahoo.com
Website	http://naturalclinic.com/

## Lokasi &amp; Alamat

Alamat Kompleks Permata Buahbatu Blok C39 Kabupaten Bandung Jawa Barat



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## Tentang Kami

Profil  
Syarat & Keunggulan  
Hubungi Kami  
FAQ  
Privacy policy

## Berita &amp; Referensi

Berita Waralaba  
Pameran Pewaralaba  
Panduan Pewaralaba  
Panduan Terwaralaba

## Lobalaba.com

Daftar Outlet  
Lokasi Usaha  
Franchisepedia

## Pewaralaba

Cari Pewaralaba  
Login Lobalaba.com  
Registrasi Pewaralaba Lobalaba.com  
Testimonial Pewaralaba Lobalaba.com

Dapatkan Aplikasi Mobile  
Lobalaba.com >>>  
IOS • Android

Ikuti Kami



© 2016 Hak Cipta Terselenggara Lobalaba.com  
All Rights Reserved.

[Arsip](#) | [Mobile Site](#) | [Peta Situs](#)

Tampilan halaman iklan (lanjutan)

## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Diarangi mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

The screenshot displays the user interface of the Lobalaba.com website. At the top, there is a navigation bar with the logo, search bar, and user account options. The main content area is titled 'Iklan Saya' (My Ads) and shows a list of active advertisements. Two ads are visible, both for 'Calysta' products from Bandung, categorized under 'Kesehatan & Kecantikan' (Health & Beauty). The first ad is for 'Calysta Premium' with ID ZM001, advertised since November 21, 2016, and has 0 views. The second ad is for 'Calysta' with ID ZM001, advertised since August 1, 2016, and has 100 views. Each ad listing includes options to edit, delete, lower the price, or mark as sold. On the right side, there are several utility boxes: 'Status Keanggotaan' (Membership Status) showing 'Aktif' (Active) until November 21, 2017; 'Waralaba Saya' (My Franchise) with options to add, register, or view franchises; 'AE Relations Anda' (Your AE Relations) showing a contact for Zulkifli Asdarianto; 'Profil Saya' (My Profile); 'Panduan' (Guidelines) for uploading ads; 'Materi Promosi' (Promotional Material); and 'Testimonial Pewaralaba' (Franchisee Testimonials).

Tampilan halaman daftar iklan tayang

Lampiran 12 Lanjutan

Tampilan halaman daftar iklan tunda

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

## Lampiran 12 Lanjutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

The screenshot shows the user interface of Lobalaba.com. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Dashboard', 'Waralaba Saya', and 'Pesanan'. The main content area is titled 'Iklan Saya' and includes a 'Pasang iklan' button. Below this are tabs for 'Iklan Tunda', 'Iklan Tayang', and 'Iklan Terjual'. The 'Iklan Terjual' tab is selected, and the results area shows '0 - 0 Dari 0 Hasil'. The right sidebar provides user account details, such as 'Status Keanggotaan: Aktif' and 'Tanggal expired: 21 November 2017'. It also lists 'Waralaba Saya' options like 'Tambah Waralaba', 'Daftar iklan Tayang', 'Daftar iklan Tunda', and 'Daftar iklan Terjual'. Other sections include 'AE Relations Anda' with a contact button for 'Zulkifli Asdrianto', 'Profil Saya' with a 'Ubah Profil' link, 'Panduan' with a 'Panduan Upload Iklan' link, 'Materi Promosi' with a 'Kirim disini' link, and 'Testimonial Pekaralaba' with a 'Kirim disini' link.

Tampilan halaman daftar iklan terjual

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural



## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

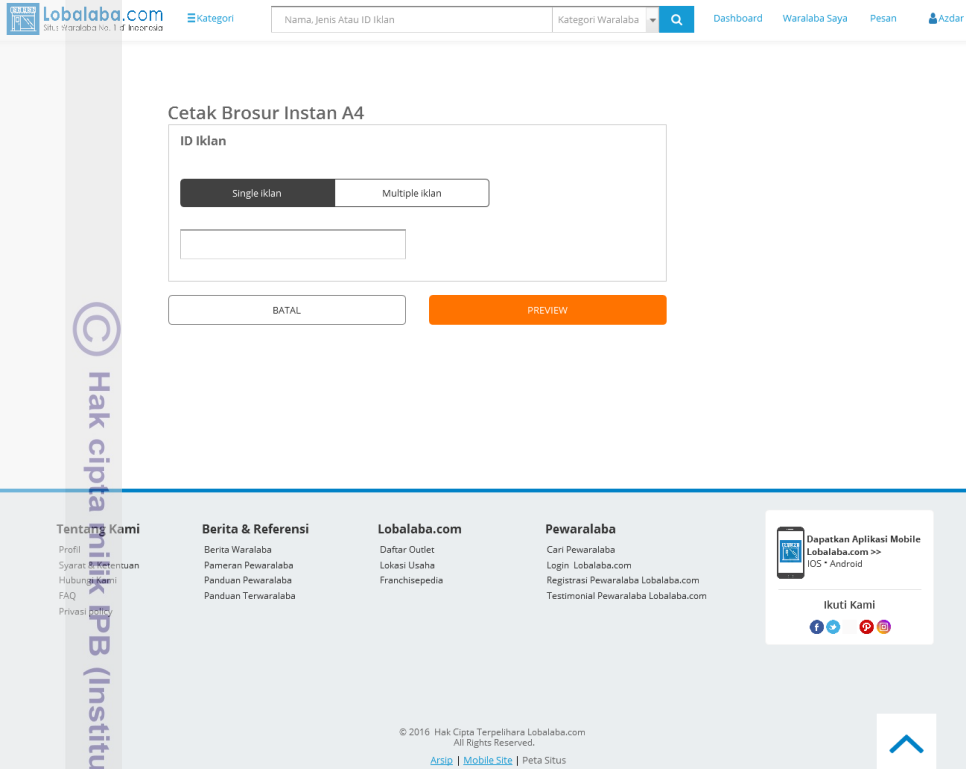
© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

The screenshot displays the 'Pesanan' (Orders) page on the Loyalabla.com website. The page is divided into several sections:

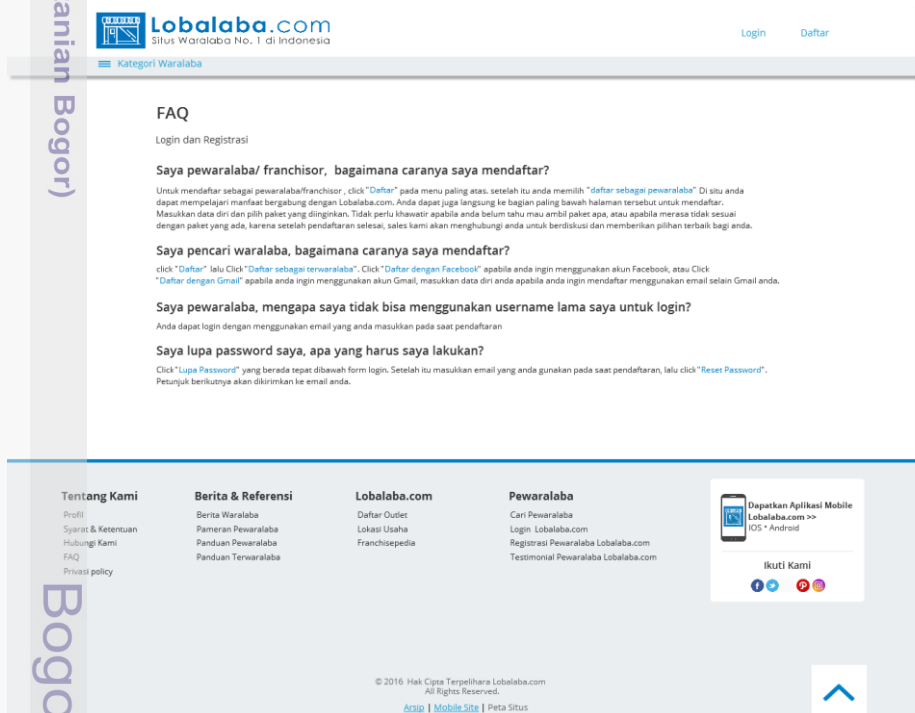
- Header:** Includes the Loyalabla.com logo, a search bar, and navigation links for 'Dashboard', 'Waralaba Saya', 'Pesanan', and 'Azdar'.
- Message List:** A table of messages with columns for 'Pilih Semua', 'Hapus', 'Arsipkan', and 'Hapus selamanya'. Two messages are visible:
  - From Arif Wansyah (Franchisee) on 23 September 2016, 17:00, subject: 'Pertanyaan Paket BEPhya untuk paket gold berapa bulan yah?'.
  - From Azdar (Franchisor) on 23 September 2016, 17:00, subject: 'Konfirmasi Lokasi Lokasi kantor cabang kami di mall botani'.
- Right Sidebar:** Contains several utility sections:
  - Status Keanggotaan:** Shows 'Status Aktif' and 'Tanggal expired 21 November 2017'.
  - Waralaba Saya:** Includes links for 'Tambah Waralaba', 'Daftar Iklan Tayang', 'Daftar Iklan Tunda', 'Daftar Iklan Terjual', and 'Riwayat pengunjung'.
  - AE Relations Anda:** Lists 'Zulkifli Asdrianto' with 'kontak' buttons.
  - Profil Saya:** Includes a 'Ubah Profil' link.
  - Panduan:** Includes a 'Panduan Upload Iklan' link.
  - Materi Promosi:** Includes a 'Perlu Materi Promosi? Kirim disini' link.
  - Testimonial Pekaralaba:** Includes a 'Kirim disini' link.
- Footer:** Contains sections for 'Tentang Kami', 'Berita & Referensi', 'Loyalabla.com', 'Pekaralaba', and mobile app download information. It also includes copyright information: '© 2016 Hak Cipta Terpelihara Loyalabla.com All Rights Reserved.' and links for 'Arsip', 'Mobile Site', and 'Peta Situs'.

Tampilan halaman pesan

## Lampiran 12 Lanjutan



Tampilan halaman cetak brosur iklan



Tampilan halaman FAQ

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 12 Lanjutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

**Grafik Pengunjung Bulan November Halaman Waralaba Anda**

Urutkan Tanggal

487 Pengunjung Kamis (17)

Tanggal	Pengunjung
Rabu (14)	~150
Rabu (15)	~150
Rabu (16)	~400
Kamis (17)	487
Jumat (18)	~300
Jumat (19)	~300
Jumat (20)	~350
Jumat (21)	~350
Jumat (22)	~400
Jumat (23)	~400
Jumat (24)	~350
Jumat (25)	~250
Jumat (26)	~500
Jumat (27)	~450
Jumat (28)	~550
Jumat (29)	~300
Jumat (30)	~200

© Hak Cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

**Tentang Kami**  
 Profil, Syarat & Ketentuan, Hubungi Kami, FAQ, Privasi policy

**Berita & Referensi**  
 Berita Waralaba, Pameran Pekaralaba, Panduan Pekaralaba, Panduan Terwaralaba

**Lobalaba.com**  
 Daftar Outlet, Lokasi Usaha, Franchisepedia

**Pekaralaba**  
 Cari Pekaralaba, Login Lobalaba.com, Registrasi Pekaralaba Lobalaba.com, Testimonial Pekaralaba Lobalaba.com

Dapatkan Aplikasi Mobile Lobalaba.com >> iOS \* Android

Ikuti Kami

© 2016 Hak Cipta Terpelihara Lobalaba.com All Rights Reserved. [Arsip](#) | [Mobile Site](#) | [Peta Situs](#)

Tampilan halaman grafik riwayat pengunjung iklan

## Lampiran 12 Lanjutan

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Tampilan *privacy police* pada home

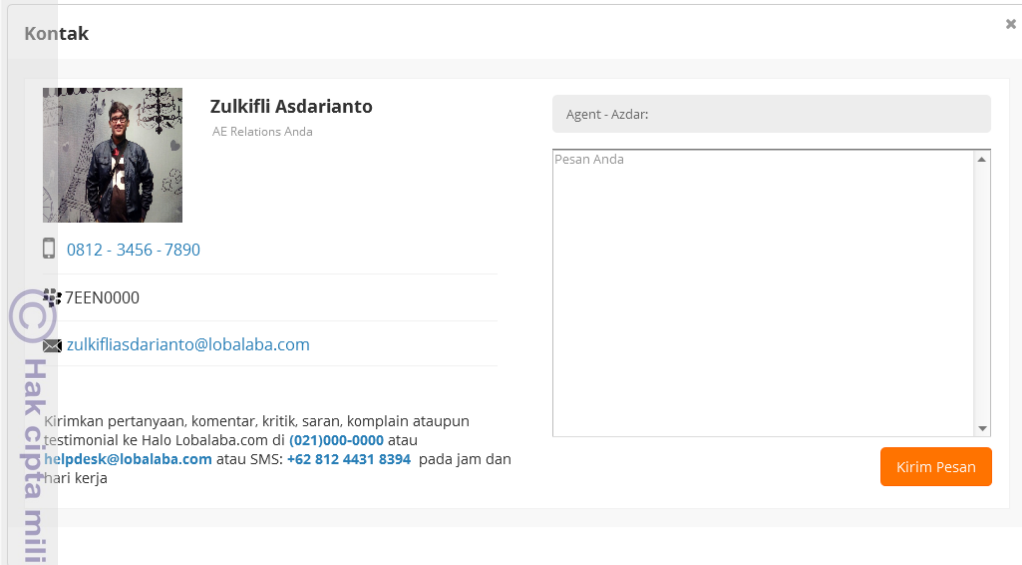
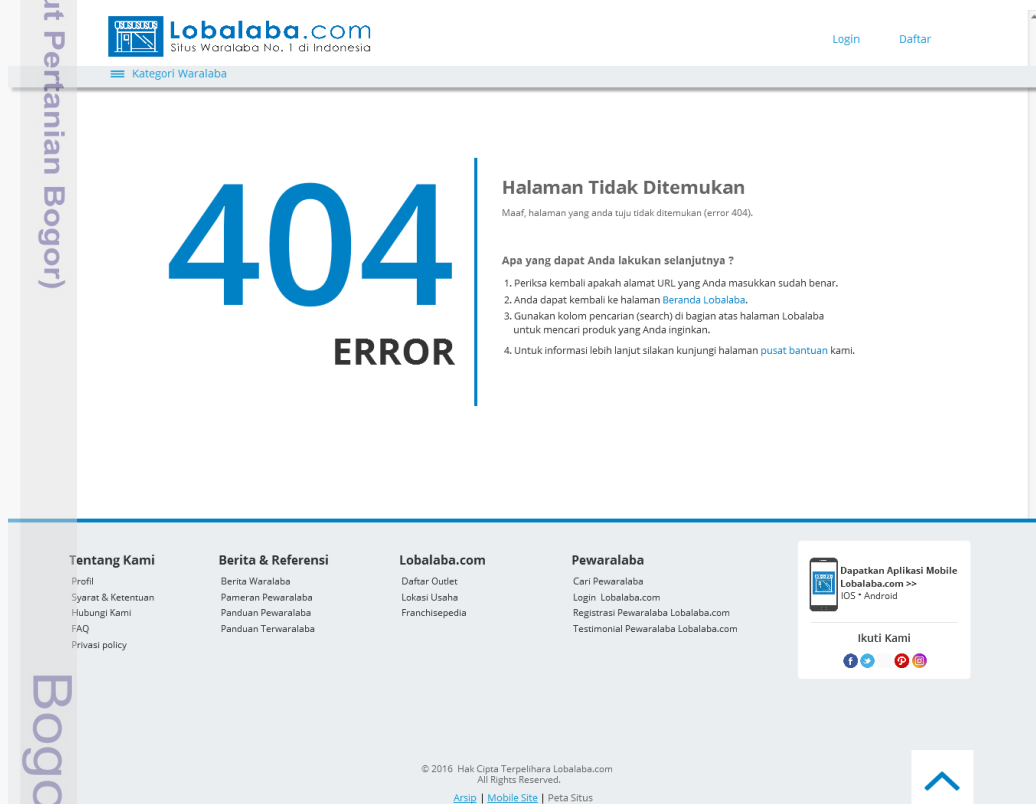
Tampilan *testimoni*



## Lampiran 12 Lanjutan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Tampilan *pop up* kontak konsultanTampilan halaman 404 *error*



Lampiran 13 Evaluasi Prototipe *medium fidelity* menggunakan *set usability evaluation*

Tabel Kategori *guideline: homepage*

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The items on the home page are clearly focused on users' key tasks ("featuritis" has been avoided)</i>	1
<i>The home page contains a search input box</i>	1
<i>Product categories are provided and clearly visible on the homepage</i>	1
<i>Useful content is presented on the home page or within one click of the home page</i>	1
<i>The home page shows good examples of real site content</i>	1
<i>Links on the home page begin with the most important keyword (e.g. "Sun holidays" not "Holidays in the sun")</i>	0
<i>There is a short list of items recently featured on the homepage, supplemented with a link to archival content</i>	1
<i>Navigation areas on the home page are not over-formatted and users will not mistake them for adverts</i>	1
<i>The value proposition is clearly stated on the home page (e.g. with a tagline or welcome blurb)</i>	1
<i>The home page contains meaningful graphics, not clip art or pictures of models</i>	-1
<i>Navigation choices are ordered in the most logical or task-oriented manner (with the less important corporate information at the bottom)</i>	1
<i>The title of the home page will provide good visibility in search engines like Google</i>	0
<i>All corporate information is grouped in one distinct area (e.g. "About Us")</i>	1
<i>Users will understand the value proposition</i>	1
<i>By just looking at the home page, the first time user will understand where to start</i>	1
<i>The home page shows all the major options</i>	1
<i>The home page of the site has a memorable URL</i>	1
<i>The home page is professionally designed and will create a positive first impression</i>	1
<i>The design of the home page will encourage people to explore the site</i>	1
<i>The home page looks like a home page; pages lower in the site will not be confused with it</i>	0

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## Lampiran 13 Lanjutan

Tabel Kategori *guideline: task orientation*

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The site is free from irrelevant, unnecessary and distracting information</i>	1
<i>Excessive use of scripts, applets, movies, audio files, graphics and images has been avoided</i>	1
<i>The site avoids unnecessary registration</i>	1
<i>The critical path (e.g. purchase, subscription) is clear, with no distractions on route</i>	1
<i>Information is presented in a simple, natural and logical order</i>	1
<i>The number of screens required per task has been minimised</i>	-1
<i>The site requires minimal scrolling and clicking</i>	1
<i>The site correctly anticipates and prompts for the user's probable next activity</i>	1
<i>When graphs are shown, users have access to the actual data (e.g. numeric annotation on bar charts)</i>	1
<i>Activities allocated to the user or the computer take full advantage of the strengths of each (look for actions that can be done automatically by the site, e.g. postcode lookup)</i>	0
<i>Users can complete common tasks quickly</i>	0
<i>Items can be compared easily when this is necessary for the task (e.g. product comparisons)</i>	0
<i>The task sequence parallels the user's work processes</i>	1
<i>The site makes the user's work easier and quicker than without the system</i>	1
<i>The most important and frequently used topics, features and functions are close to the centre of the page, not in the far left or right margins</i>	1
<i>The user does not need to enter the same information more than once</i>	1
<i>Important, frequently needed topics and tasks are close to the 'surface' of the web site</i>	0
<i>Typing (e.g. during purchase) is kept to an absolute minimum, with accelerators ("one-click") for return users</i>	0
<i>The path for any given task is a reasonable length (2-5 clicks)</i>	1
<i>When there are multiple steps in a task, the site displays all the steps that need to be completed and provides feedback on the user's current position in the workflow</i>	1
<i>Price is always clearly displayed next to any product</i>	0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The site's privacy policy is easy to find, especially on pages that ask for personal information, and the policy is simple and clear</i>	-1
<i>Users of the site do not need to remember information from place to place</i>	1
<i>The use of metaphors is easily understandable by the typical user</i>	0
<i>Data formats follow appropriate cultural conventions (e.g. miles for UK)</i>	1
<i>Details of the software's internal workings are not exposed to the user</i>	1
<i>The site caters for users with little prior experience of the web</i>	1
<i>The site makes it easy for users to explore the site and try out different options before committing themselves</i>	0
<i>A typical first-time visitor can do the most common tasks without assistance</i>	1
<i>When they return to the site, users will remember how to carry out the key tasks</i>	1
<i>The functionality of novel device controls is obvious</i>	0
<i>On the basket page, there is a highly visible 'Proceed to checkout' button at the top and bottom of the page</i>	0
<i>Important calls to action, like 'Add to basket', are highly visible</i>	0
<i>Action buttons (such as "Submit") are always invoked by the user, not automatically invoked by the system when the last field is completed</i>	1
<i>Command and action items are presented as buttons (not, for example, as hypertext links)</i>	1
<i>If the user is half-way through a transaction and quits, the user can later return to the site and continue from where he left off</i>	-1
<i>When a page presents a lot of information, the user can sort and filter the information</i>	-1
<i>If there is an image on a button or icon, it is relevant to the task</i>	0
<i>The site prompts the user before automatically logging off the user, and the time out is appropriate</i>	0
<i>Unwanted features (e.g. Flash animations) can be stopped or skipped</i>	0
<i>The site is robust and all the key features work (i.e. there are no javascript exceptions, CGI errors or broken links)</i>	0
<i>The site supports novice and expert users by providing different levels of explanation (e.g. in help and error messages)</i>	0
<i>The site allows users to rename objects and actions in the interface (e.g. naming delivery addresses or accounts)</i>	0
<i>The site allows the user to customise operational time parameters (e.g. time until automatic logout)</i>	0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi IPB (Institut Pertanian Bogor) E-Book Agricultural

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## Lampiran 13 Lanjutan

Tabel Kategori *guideline: navigation & information architecture*

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>There is a convenient and obvious way to move between related pages and sections and it is easy to return to the home page</i>	1
<i>The information that users are most likely to need is easy to navigate to from most pages</i>	1
<i>Navigation choices are ordered in the most logical or task-oriented manner</i>	1
<i>The navigation system is broad and shallow (many items on a menu) rather than deep (many menu levels)</i>	1
<i>The site structure is simple, with a clear conceptual model and no unnecessary levels</i>	1
<i>The major sections of the site are available from every page (persistent navigation) and there are no dead ends</i>	1
<i>Navigation tabs are located at the top of the page, and look like clickable versions of real-world tabs</i>	-1
<i>There is a site map that provides an overview of the site's content</i>	-1
<i>The site map is linked to from every page</i>	0
<i>The site map provides a concise overview of the site, not a rehash of the main navigation or a list of every single topic</i>	0
<i>Good navigational feedback is provided (e.g. showing where you are in the site)</i>	-1
<i>Category labels accurately describe the information in the category</i>	0
<i>Links and navigation labels contain the "trigger words" that users will look for to achieve their goal</i>	1
<i>Terminology and conventions (such as link colours) are (approximately) consistent with general web usage</i>	0
<i>Links look the same in the different sections of the site</i>	1
<i>Product pages contain links to similar and complementary products to support cross-selling</i>	0
<i>The terms used for navigation items and hypertext links are unambiguous and jargon-free</i>	1
<i>Users can sort and filter catalogue pages (e.g. by listing in price order, or showing 'most popular')</i>	0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>There is a visible change when the mouse points at something clickable (excluding cursor changes)</i>	1
<i>Important content can be accessed from more than one link (different users may require different link labels)</i>	1
<i>Navigation-only pages (such as the home page) can be viewed without scrolling</i>	-1
<i>Hypertext links that invoke actions (e.g downloads, new windows) are clearly distinguished from hypertext links that load another page</i>	1
<i>The site allows the user to control the pace and sequence of the interaction</i>	1
<i>There are clearly marked exits on every page allowing the user to bale out of the current task without having to go through an extended dialog</i>	1
<i>The site does not disable the browser's "Back" button and the "Back" button appears on the browser toolbar on every page</i>	1
<i>Clicking the back button always takes the user back to the page the user came from</i>	1
<i>A link to both the basket and checkout is clearly visible on every page</i>	0
<i>If the site spawns new windows, these will not confuse the user (e.g. they are dialog-box sized and can be easily closed)</i>	0
<i>Menu instructions, prompts and messages appear on the same place on each screen</i>	1

Tabel Kategori guideline: form & data entry

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>Fields in data entry screens contain default values when appropriate and show the structure of the data and the field length</i>	1
<i>When a task involves source documents (such as a paper form), the interface is compatible with the characteristics of the source document</i>	0
<i>The site automatically enters field formatting data (e.g. currency symbols, commas for 1000s, trailing or leading spaces). Users do not need to enter characters like £ or %.</i>	-1
<i>Field labels on forms clearly explain what entries are desired</i>	1
<i>Text boxes on forms are the right length for the expected answer</i>	1
<i>There is a clear distinction between "required" and "optional" fields on forms</i>	1

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The same form is used for both logging in and registering (i.e. it's like Amazon)</i>	1
<i>Forms pre-warn the user if external information is needed for completion (e.g. a passport number)</i>	1
<i>Questions on forms are grouped logically, and each group has a heading</i>	1
<i>Fields on forms contain hints, examples or model answers to demonstrate the expected input</i>	1
<i>When field labels on forms take the form of questions, the questions are stated in clear, simple language</i>	1
<i>Pull-down menus, radio buttons and check boxes are used in preference to text entry fields on forms (i.e. text entry fields are not overused)</i>	1
<i>With data entry screens, the cursor is placed where the input is needed</i>	1
<i>Data formats are clearly indicated for input (e.g. dates) and output (e.g. units of values).</i>	1
<i>Users can complete simple tasks by entering just essential information (with the system supplying the non-essential information by default)</i>	0
<i>Forms allow users to stay with a single interaction method for as long as possible (i.e. users do not need to make numerous shifts from keyboard to mouse to keyboard).</i>	1
<i>The user can change default values in form fields</i>	-1
<i>Text entry fields indicate the amount and the format of data that needs to be entered</i>	0
<i>Forms are validated before the form is submitted</i>	-1
<i>With data entry screens, the site carries out field-level checking and form-level checking at the appropriate time</i>	0
<i>The site makes it easy to correct errors (e.g. when a form is incomplete, positioning the cursor at the location where correction is required)</i>	1
<i>There is consistency between data entry and data display</i>	1
<i>Labels are close to the data entry fields (e.g. labels are right justified)</i>	0

## Tabel Kategori guideline: trust &amp; credibility

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The content is up-to-date, authoritative and trustworthy</i>	1
<i>The site contains third-party support (e.g. citations, testimonials) to verify the accuracy of information.</i>	1

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>It is clear that there is a real organisation behind the site (e.g. there is a physical address or a photo of the office)</i>	1
<i>The company comprises acknowledged experts (look for credentials)</i>	1
<i>The site avoids advertisements, especially pop-ups.</i>	1
<i>Delivery costs are highlighted at the very beginning of checkout</i>	-1
<i>The site avoids marketing waffle</i>	0
<i>Each page is clearly branded so that the user knows he is still in the same site</i>	1
<i>It is easy to contact someone for assistance and a reply is received quickly</i>	1
<i>The content is fresh: it is updated frequently and the site includes recent content</i>	1
<i>The site is free of typographic errors and spelling mistakes</i>	1
<i>The visual design complements the brand and any offline marketing messages</i>	1
<i>There are real people behind the organisation and they are honest and trustworthy (look for bios)</i>	1

Tabel Kategori guideline: writing & content quality

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The site has compelling and unique content</i>	1
<i>Text is concise, with no needless instructions or welcome notes</i>	1
<i>Each content page begins with conclusions or implications and the text is written with an inverted pyramid style</i>	1
<i>Pages use bulleted and numbered lists in preference to narrative text</i>	-1
<i>Lists are prefaced with a concise introduction (e.g. a word or phrase), helping users appreciate how the items are related to one another</i>	0
<i>The most important items in a list are placed at the top</i>	1
<i>Information is organised hierarchically, from the general to the specific, and the organisation is clear and logical</i>	1
<i>Content has been specifically created for the web (web pages do not comprise repurposed material from print publications such as brochures)</i>	0
<i>Product pages contain the detail necessary to make a purchase, and users can zoom in on product images</i>	1
<i>Hypertext has been appropriately used to structure content</i>	1

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IPB Institut Pertanian Bogor

IPB Agricultural



## Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>Sentences are written in the active voice</i>	1
<i>Pages are quick to scan, with ample headings and sub-headings and short paragraphs</i>	1
<i>The site uses maps, diagrams, graphs, flow charts and other visuals in preference to wordy blocks of text</i>	-1
<i>Each page is clearly labelled with a descriptive and useful title that makes sense as a bookmark</i>	1
<i>Links and link titles are descriptive and predictive, and there are no "Click here!" links</i>	1
<i>The site avoids cute, clever, or cryptic headings</i>	1
<i>Link names match the title of destination pages, so users will know when they have reached the intended page</i>	1
<i>Button labels and link labels start with action words</i>	1
<i>Headings and sub-headings are short, straightforward and descriptive</i>	1
<i>The words, phrases and concepts used will be familiar to the typical user</i>	1
<i>Numbered lists start at "1" not at "0"</i>	1
<i>Acronyms and abbreviations are defined when first used</i>	0
<i>Text links are long enough to be understood, but short enough to minimise wrapping (especially when used as a navigation list)</i>	1
<b>Tabel Kategori guideline: page layout &amp; visual design</b>	
<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The screen density is appropriate for the target users and their tasks</i>	1
<i>The layout helps focus attention on what to do next</i>	1
<i>On all pages, the most important information (such as frequently used topics, features and functions) is presented on the first screenful of information ("above the fold")</i>	1
<i>The site can be used without scrolling horizontally</i>	1
<i>Things that are clickable (like buttons) are obviously pressable</i>	1
<i>Items that aren't clickable do not have characteristics that suggest that they are</i>	1
<i>The functionality of buttons and controls is obvious from their labels or from their design</i>	1

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

### Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>Clickable images include redundant text labels (i.e. there is no 'mystery meat' navigation)</i>	1
<i>Hypertext links are easy to identify without needing to 'minesweep' (e.g. underlined)</i>	1
<i>Fonts are used consistently</i>	1
<i>The relationship between controls and their actions is obvious</i>	1
<i>Icons and graphics are standard and/or intuitive (concrete and familiar)</i>	1
<i>There is a clear visual "starting point" to every page</i>	1
<i>Each page on the site shares a consistent layout</i>	1
<i>Pages on the site are formatted for printing, or there is a printer-friendly version</i>	0
<i>Buttons and links show that they have been clicked</i>	1
<i>GUI components (like radio buttons and check boxes) are used appropriately</i>	1
<i>Fonts are readable</i>	1
<i>The site avoids italicised text and uses underlining only for hypertext links</i>	1
<i>There is a good balance between information density and use of white space</i>	1
<i>The site is pleasant to look at</i>	1
<i>Pages are free of "scroll stoppers" (headings or page elements that create the illusion that users have reached the top or bottom of a page when they have not)</i>	1
<i>The site avoids extensive use of upper case text</i>	1
<i>The site has a consistent, clearly recognisable look and feel that will engage users</i>	1
<i>Saturated blue is avoided for fine detail (e.g. text, thin lines and symbols)</i>	1
<i>Colour is used to structure and group items on the page</i>	1
<i>Graphics will not be confused with banner ads</i>	1
<i>Emboldening is used to emphasise important topic categories</i>	1

## Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>On content pages, line lengths are neither too short (&lt;50 characters per line) nor too long (&gt;100 characters per line) when viewed in a standard browser width window</i>	0
<i>Pages have been designed to an underlying grid, with items and widgets aligned both horizontally and vertically</i>	1
<i>Meaningful labels, effective background colours and appropriate use of borders and white space help users identify a set of items as a discrete functional block</i>	0
<i>The colours work well together and complicated backgrounds are avoided</i>	1
<i>Individual pages are free of clutter and irrelevant information</i>	1
<i>Standard elements (such as page titles, site navigation, page navigation, privacy policy etc.) are easy to locate</i>	1
<i>The organisation's logo is placed in the same location on every page, and clicking the logo returns the user to the most logical page (e.g. the home page)</i>	1
<i>Attention-attracting features (such as animation, bold colours and size differentials) are used sparingly and only where relevant</i>	1
<i>Icons are visually and conceptually distinct yet still harmonious (clearly part of the same family)</i>	1
<i>Related information and functions are clustered together, and each group can be scanned in a single fixation (5-deg, about 4.4cm diam circle on screen)</i>	1

## Tabel Kategori guideline: search

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The default search is intuitive to configure (no Boolean operators)</i>	1
<i>The search results page shows the user what was searched for and it is easy to edit and resubmit the search</i>	1
<i>Search results are clear, useful and ranked by relevance</i>	-1
<i>The search results page makes it clear how many results were retrieved, and the number of results per page can be configured by the user</i>	-1
<i>If no results are returned, the system offers ideas or options for improving the query based on identifiable problems with the user's input</i>	-1
<i>The search engine handles empty queries gracefully</i>	0
<i>The most common queries (as reflected in the site log) produce useful results</i>	0

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The search engine includes templates, examples or hints on how to use it effectively</i>	1
<i>The site includes a more powerful search interface available to help users refine their searches (preferably named "revise search" or "refine search", not "advanced search")</i>	1
<i>The search results page does not show duplicate results (either perceived duplicates or actual duplicates)</i>	1
<i>The search box is long enough to handle common query lengths</i>	1
<i>Searches cover the entire web site, not a portion of it</i>	1
<i>If the site allows users to set up a complex search, these searches can be saved and executed on a regular basis (so users can keep up-to-date with dynamic content)</i>	1
<i>The search interface is located where users will expect to find it (top right of page)</i>	1
<i>The search box and its controls are clearly labelled (multiple search boxes can be confusing)</i>	1
<i>The site supports people who want to browse and people who want to search</i>	1
<i>The scope of the search is made explicit on the search results page and users can restrict the scope (if relevant to the task)</i>	0
<i>The search results page displays useful meta-information, such as the size of the document, the date that the document was created and the file type (Word, pdf etc.)</i>	0
<i>The search engine provides automatic spell checking and looks for plurals and synonyms</i>	0
<i>The search engine provides an option for similarity search ("more like this")</i>	-1

Tabel Kategori guideline: help, feedback & error tolerance

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>The FAQ or on-line help provides step-by-step instructions to help users carry out the most important tasks</i>	1
<i>It is easy to get help in the right form and at the right time</i>	0
<i>Prompts are brief and unambiguous</i>	1
<i>The user does not need to consult user manuals or other external information to use the site</i>	1
<i>The site uses a customised 404 page, which includes tips on how to find the missing page and links to "Home" and Search</i>	1
<i>The site provides good feedback (e.g. progress indicators or messages) when needed (e.g. during checkout)</i>	1

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

HAK Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Pertanian Bogor

## Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>Users are given help in choosing products</i>	1
<i>User confirmation is required before carrying out potentially “dangerous” actions (e.g. deleting something)</i>	1
<i>Confirmation pages are clear</i>	1
<i>Error messages contain clear instructions on what to do next</i>	1
<i>Immediately prior to committing to the purchase, the site shows the user a clear summary page and this will not be confused with a purchase confirmation page</i>	1
<i>When the user needs to choose between different options (such as in a dialog box), the options are obvious</i>	1
<i>The site keeps users informed about unavoidable delays in the site’s response time (e.g. when authorising a creditcard transaction)</i>	0
<i>Error messages are written in a non-derisory tone and do not blame the user for the error</i>	1
<i>Pages load quickly (5 seconds or less)</i>	0
<i>The site provides immediate feedback on user input or actions</i>	-1
<i>The user is warned about large, slow-loading pages (e.g. “Please wait...”), and the most important information appears first</i>	0
<i>Where tooltips are used, they provide useful additional help and do not simply duplicate text in the icon, link or field label</i>	0
<i>When giving instructions, pages tell users what to do rather than what to avoid doing</i>	-1
<i>The site shows users how to do common tasks where appropriate (e.g. with demonstrations of the site's functionality)</i>	-1
<i>The site provides feedback (e.g. “Did you know?”) that helps the user learn how to use the site</i>	-1
<i>The site provides context sensitive help</i>	-1
<i>Help is clear and direct and simply expressed in plain English, free from jargon and buzzwords</i>	-1
<i>The site provides clear feedback when a task has been completed successfully</i>	1
<i>Important instructions remain on the screen while needed, and there are no hasty time outs requiring the user to write down information</i>	-1
<i>Fitts’ Law is followed (the distance between controls and the size of the controls is appropriate, with size proportional to distance)</i>	1

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



### Lampiran 13 Lanjutan

<i>Guideline</i>	<i>Point</i>
<i>There is sufficient space between targets to prevent the user from hitting multiple or incorrect targets</i>	1
<i>There is a line space of at least 2 pixels between clickable items</i>	1
<i>The site makes it obvious when and where an error has occurred (e.g. when a form is incomplete, highlighting the missing fields)</i>	1
<i>The site uses appropriate selection methods (e.g. pull-down menus) as an alternative to typing</i>	1
<i>The site does a good job of preventing the user from making errors</i>	1
<i>The site prompts the user before correcting erroneous input (e.g. Google's "Did you mean...")</i>	0
<i>The site ensures that work is not lost (either by the user or site error)</i>	-1
<i>Error messages are written in plain language with sufficient explanation of the problem</i>	0
<i>When relevant, the user can defer fixing errors until later in the task</i>	0
<i>The site can provide more detail about error messages if required</i>	-1
<i>It is easy to "undo" (or "cancel") and "redo" actions</i>	-1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## RIWAYAT HIDUP

Zulkifli Asdariato, lahir di Maros, Sulawesi Selatan pada tanggal 21 November 1994. Merupakan anak tunggal pasangan Hasbi Hasan (alm) dan Saoda. Penulis lulus dari SMA Negeri 1 Waren pada tahun 2012, serta pada tahun yang sama penulis diterima sebagai mahasiswa di Departemen Ilmu Komputer, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam IPB melalui jalur BUD (Beasiswa Utusan Daerah) dari Kabupaten Waropen, Papua.

Selama perkuliahan, penulis aktif dalam organisasi mahasiswa dan kepanitiaan seperti anggota divisi marketing HIMALKOM 2013/2014, *sponsorship* dalam kepanitiaan IPB Bisnis Festival (IBF) 2014. Selain itu, penulis aktif dalam kegiatan non akademik seperti aktif dalam berwirausaha dibidang kuliner, properti dan IT. Penulis pernah melaksanakan Praktik Lapang di Taman Buah Mekarsari (TBM).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.