

BAB IV. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada pengembangan ini berisi tentang pembahasan mengenai analisis dan perancangan solusi yang akan dilakukan dengan pendekatan *design thinking* dimulai dari *empathy* pengguna, dilanjutkan dengan memahami tujuan dan kebutuhan (*define*) lalu dilanjutkan dengan tahap mencari ide dan solusi dari masalah yang didapatkan sebelumnya (*ideate*).

4.1 Analisis

Pada tahap awal pengembangan, pengembang melakukan riset dimana pengembang melakukan proses *empathy*. Tujuan dilakukannya proses *empathy* adalah untuk mengetahui apa yang dipikirkan, dikatakan, dirasakan serta dilakukan oleh pengguna. Proses *empathy* terdiri dari kuesioner *online* dan *empathy map*.

4.1.1 Kuesioner *Online*

Pada proses kuesioner *online*, pengembang merancang untuk mendapatkan hal-hal apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna agar membantu dalam proses perancangan solusi dari masalah yang ada. Berikut adalah rancangan kuesioner *online* yang digunakan saat mencari responden:

A. Tujuan

Tujuan riset ini adalah untuk mengetahui bagaimana user melakukan pencarian, pemesanan sayuran, buah-buahan, ikan, dan daging. Hal tersebut nantinya untuk mengetahui fitur apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna.

B. Metode Penyebaran Kuesioner

Melakukan penyebaran kuesioner dengan beberapa pertanyaan yang bisa mendorong responden untuk bercerita di kuesioner tersebut. Dengan menggunakan media *google form* untuk menyebarkan pertanyaan tersebut melalui media sosial *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Telegram* agar mendapatkan jawaban secara luas dan menyeluruh. Pertanyaan yang dimaksud adalah pertanyaan yang dijelaskan pada Tabel 4. 1.

Tabel 4. 1 Pertanyaan Kuesioner

No.	Pertanyaan
1.	Pernah memesan sayuran, buah-buahan, ikan atau daging?
2.	Pakai media apa ketika memesan sayuran, buah-buahan, ikan atau daging?
3.	Apa kesulitan yang pernah kamu alami ketika memesan sayuran, buah-buahan, ikan atau daging?
4.	Dalam rangka apa ketika memesan sayuran, buah-buahan, ikan atau daging?
5.	Kalau ada aplikasi yang dapat digunakan untuk pemesanan sayuran / buah / ikan / daging, informasi apa saja yang penting dalam pemesanan tersebut?
6.	Kenapa informasi yang kamu isi di atas itu penting?
7.	Kalau ada aplikasi untuk pemesanan / pencarian sayuran, buah, ikan, atau daging secara <i>online</i> , apakah kamu merasa dipermudah?
8.	Kalau jawab Ya, apa alasannya?
9.	Kalau jawab Tidak, apa alasannya?
10.	Apa harapan atau <i>goals</i> dalam aplikasi pemesanan / pencarian sayuran, buah, ikan, dan daging?

Dengan pertanyaan yang diberikan, harapan pengembang adalah pengguna bisa menceritakan masalah yang dialami saat melakukan pemesanan sayuran, buah-buahan, ikan, dan daging.

C. Responden

Responden adalah para pengguna yang pernah melakukan pemesanan pemesanan sayuran, buah-buahan, ikan, dan daging dengan *range* umur 17 – 58 tahun.

D. Waktu

Waktu penyebaran kuesioner *online* dilakukan selama 15 hari untuk pengambilan data, dimulai tanggal 09 Maret 2021 sampai 24 Maret 2021.

E. Hasil

Dari hasil analisis kuesioner *online* yang dilakukan mendapatkan jumlah 108 responden dan untuk responden yang dipilih dalam pembuatan *empathy map* sendiri melainkan hanya 10 orang saja, dikarenakan hasil rata-rata dari kuesioner tersebut ada beberapa yang sama dan ada yang tidak bercerita. Data kuesioner dipilih berdasarkan jawaban yang lengkap untuk pembuatan *empathy map*.

Dari hasil tersebut data bisa dilihat pada lampiran yang sudah ada.

4.1.2 *Empathy Map*

Empathy Map adalah sebuah *tool* untuk mengenal target *audience*/user guna menyelaraskan strategi bisnis, dan *value proposition* dengan keinginan, kebutuhan, tujuan, dan perasaan pelanggan/*user*. Secara umum, *empathy map* membuat *stakeholders* berpikir tentang *user* dan bukan produk yang dibuat, (Tanudjaja, 2018). *Empathy map* didapat setelah proses pengambilan data dari kuesioner *online*. Dari *empathy map* tersebut pengembang dapat mengetahui masing-masing kebutuhan pengguna. Dari penyebaran data kuesioner *online*, yang diambil hanya 10 untuk pembuatan *empathy map*. Berikut adalah hasil kuesioner yang digunakan untuk *empathy map* dijelaskan pada Tabel 4. 2.

Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner

No	Nama	Profesi	Kesulitan	Fitur	Alasan Fitur	Goals
1	Abdhy	pelajar	ketersediaan barang yang tidak menentu, terkadang ketika ke pasar ingin membeli suatu buah ternyata buah tersebut tidak ada stoknya	harga, ketersediaan, kondisi	menurut saya itu informasi yang pokok dan inti	semoga aplikasinya dapat mempermudah dalam mencari buah buahan yang segar dengan harga dibawah pasar :V
2	Rafif	Mahasiswa	Susah cari bagus kualitas sayurnya, mengetahui penjual yang jujur, mencari harga sayur yang murah, jarak toko kerumah jauh	Harga, Review Pedagang, Jarak antara rumah dengan pedagang, Review kualitas sayur	Agar dapat kualitas sayur yang bagus dengan harga yang murah, penjual yang jujur, waktu pengantaran sayur kerumah lebih cepat berdasarkan review dari toko sayur tersebut di aplikasi	Meningkatkan penjualan bagi penjual sayur. Memuaskan pelanggan sayur
3	Neha	Mahasiswa	Kejauhan, ongkosnya mahal, dan lingkungannya kadang kotor, dan juga lama. Kalau memesan khusus tidak dapat memilih buahnya	Lama buah itu di simpan di toko, kadaluarsa, review juga sangat penting,	Biar kualitasnya tetap terjaga selain kulit barangnya juga kualitas aplikasinya	Harapan saya segera di luncurkan, dan kualitas tetap kualitas

No	Nama	Profesi	Kesulitan	Fitur	Alasan Fitur	Goals
			secara langsung, dan tidak sesuai ekspektasi, apalagi pesanan itu yang awalnya di pamfletnya bagus saat tiba dirumah sangat jauh berbesa	diskon, urutan harga yang paling murah, kualitas buah		
4	Nadia	Mahasiswi Politeknik Negeri Malang	Ribet membelinya karena harus ke pasar, sedangkan salah satu tempat penjualan tersebut paling Deket ya pasar. Tapi keluargaku paling gk suka klo ke pasar wkww akhirnya pesen/nitip deh	Harga, waktu ketika si penjual restok (jadi kita bisa tau udah berapa lama barang mereka karena lama simpan barang juga mempengaruhi kualitas), jarak dgn rumah, review dari pedagang maupun dari pembeli lain,	Karena setiap orang pastinya menginginkan barang yg murah dengan kualitas baik, serta kemudahan dalam memperolehnya (pengaruh jarak dgn rumah tadi juga penting)	Harapan saya semoga nantinya aplikasi ini dapat digunakan oleh masyarakat selamanya, tdk ketika awal" saja ketika aplikasi ini diluncurkan. Jadi klo bisa update trus aplikasinya dan tambahi fitur yg memang sangat dibutuhkan

No	Nama	Profesi	Kesulitan	Fitur	Alasan Fitur	Goals
5	Genadi	Mahasiswa	Bingung dengan letak penjual barang yang ingin dibeli dimana karena jarang sekali ke pasar. Kesulitan juga waktu nawar karena bingung harga yang sesuai berapa.	Perbandingan harga antara 1 toko dengan lainnya atau dengan pasar lain. Ketersediaan barang yang up to date, Kemudahan mencari dari list bahan yang ingin dibeli supaya tidak lama mencari barangnya	Supaya dapat harga yang best value dan hemat waktu juga	Mungkin bisa tersedia paket bahan-bahan yang sesuai dengan makanan apa yang dimasak di hari itu atau di acara itu, lengkap dengan jumlah bahan untuk berapa porsi untuk memudahkan saya yang jarang ke pasar tapi di satu waktu mau ada acara kumpul dan jadi penanggung jawab konsumsinya atau di satu waktu ingin ngisi waktu

No	Nama	Profesi	Kesulitan	Fitur	Alasan Fitur	Goals
						senggang dengan masak
6	Reza	Mahasiswa	Kualitas yang bagus hanya di beberapa pedagang. Harga berbeda beda per kios.	Harga, jarak dan lokasi, kualitas barang, review pelanggan.	Agar dapat kualitas yang bagus dengan harga yang sebanding ataupun bisa lebih murah	Pedagang bisa memegang amanah sesuai dengan pesanan dari calon pembeli dan tidak melakukan kecurangan dalam bentuk apapun.
7	Hafid	Mahasiswa	Tidak tahu harganya sebelum diantar, karena harga sayuran yang sering berubah	Harga, jarak dengan rumah, layanan pengiriman, estimasi waktu pesanan sampai dirumah, kualitas sayuran (video), nomor penjual	agar meningkatkan kepercayaan dan memberikan informasi (feel) yang sama ketika berbelanja offline.	tampilan dari aplikasinya simple tanpa mengurangi fungsinya, responsif.
8	Bartindo	Pedagang	suka langsung, biar tau kondisinya	tanggal produksi/	biar nemu barang yang bagus	memudahkan ibu"/wanita

No	Nama	Profesi	Kesulitan	Fitur	Alasan Fitur	Goals
				tanggal kulakan		yang berhajat belanja agar tidak perlu ke pasar langsung, biar aman dari fitnah. yassarallahulak wa barakallahufiik
9	Tommy	Wiraswasta	Susah cari yang sesuai harapan, dan tidak ada aplikasi khusus yang menjadi wadah untuk toko klontong/pasar tradisional online	Harga, kualitas produk, foto real, deskripsi, review dan kebersihan	Supaya meminimalisir konsumen kecewa dengan produk, karena dengan online pasti akan susah membedakan kualitas baik dan buruh kalau hanya foto saja atau harga	Semoga menjadi wasilah mengurangi khalwat di pasar teadisional dan tetap memudahkan ibu rumah tangga dalam menyajikan hidangan untuk keluarga dan suami, terutama teman2 rebahan yang masih ngekos/kontrak,

No	Nama	Profesi	Kesulitan	Fitur	Alasan Fitur	Goals
						tetep bisa produktif meskipun belanja higienis dan kualitas tanpa ke pasar tradisional
10	Oki	Pedagang	Kejauhan	Harga	Harga lebih murah	Ada kolom interaksi dengan pedagang dalam aplikasi.

Dari hasil kuesioner di atas selanjutnya akan dikelompokkan menjadi sebuah *empathy map* dengan menggunakan *says, feel, does* dan *think* untuk pemetaan masalah agar pengembang mengetahui kebutuhan apa saja yang dapat dijadikan sebagai ide kedepannya, serta dengan adanya *empathy map* juga bisa mengelompokkan beberapa hasil yang didapatkan. Berikut adalah *empathy map* yang dilakukan berdasarkan kuesioner *online* pengguna yang dilakukan:

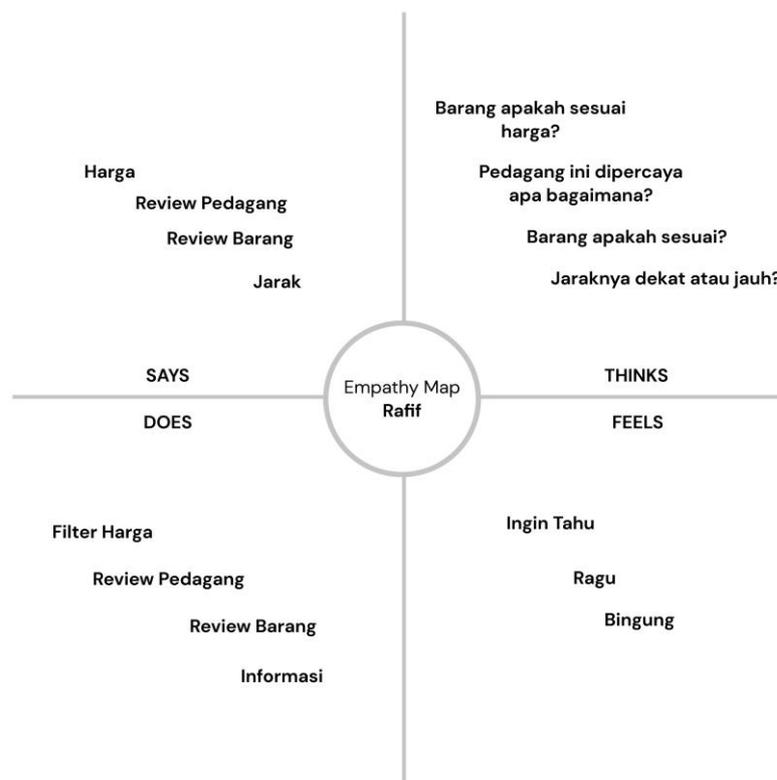
Empathy map Abdhy dapat dilihat pada Gambar 4. 1 *Empathy Map* Abdhy



Gambar 4. 1 *Empathy Map* Abdhy

Dari *empathy map* Abdhy menunjukkan bahwa Abdhy membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, selain itu Abdhy juga membutuhkan sebuah *filter* harga untuk mencari harga yang bisa didapatkan sesuai *budget* nya dan *review* produk dari orang lain untuk mengetahui apakah pembudidaya tersebut cocok atau tidak untuk Abdhy.

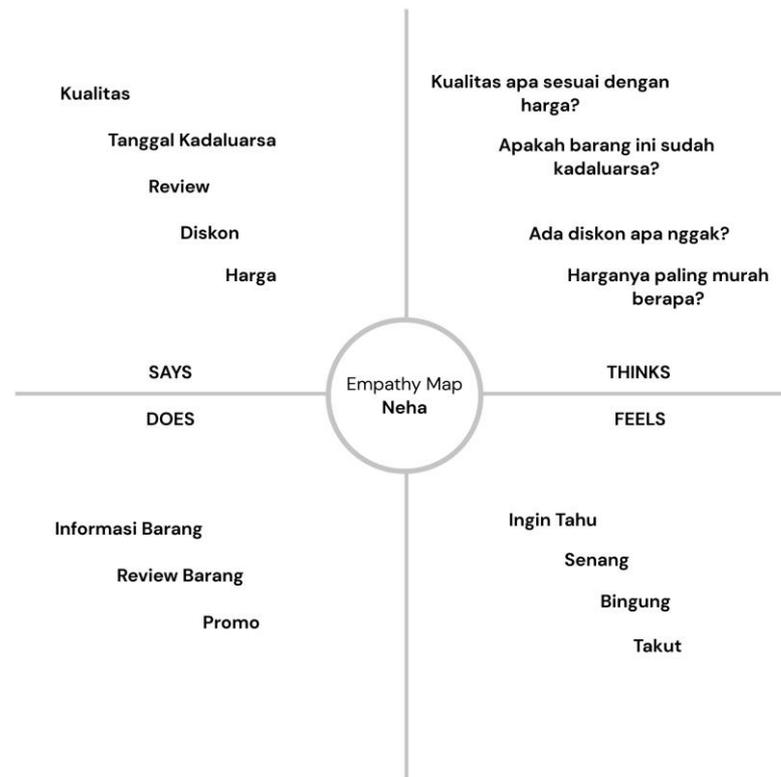
Empathy map Rafif dapat dilihat pada Gambar 4. 2 *Empathy Map* Rafif



Gambar 4. 2 *Empathy Map* Rafif

Dari *empathy map* Rafif menunjukkan bahwa Rafif membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, selain itu Rafif juga membutuhkan sebuah *filter* harga untuk mencari harga yang bisa didapatkan sesuai *budget* nya, Rafif juga membutuhkan informasi mengenai *review* produk dari orang lain untuk mengetahui apakah pembudidaya tersebut cocok atau tidak untuk Rafif, dan yang terakhir yaitu Rafif membutuhkan informasi tentang *rating* dari penjual/pembudidaya tersebut apakah dari rating tersebut penjual dapat dipercaya atau tidak.

Empathy map Neha dapat dilihat pada Gambar 4. 3 *Empathy Map* Neha



Gambar 4. 3 *Empathy Map* Neha

Dari *empathy map* Neha menunjukkan bahwa Neha membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, selain itu Neha juga membutuhkan informasi mengenai *review* produk dari orang lain untuk mengetahui apakah pembudidaya tersebut cocok atau tidak untuk Neha, dan yang terakhir yaitu Neha membutuhkan informasi tentang *promo* dari penjual/pembudidaya tersebut supaya bisa mendapatkan penawaran yang terbaik dari penjual.

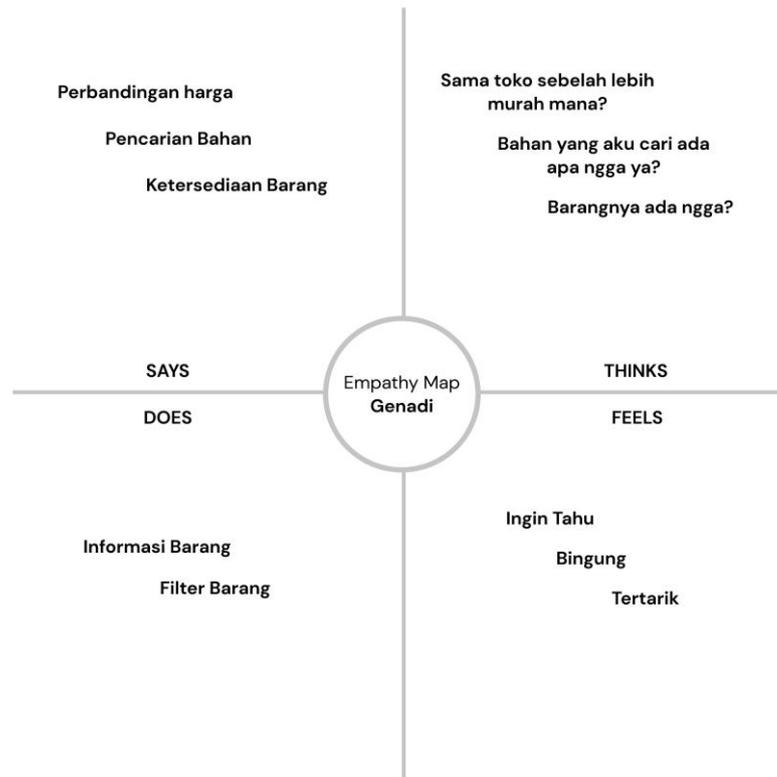
Empathy map Nadia dapat dilihat pada Gambar 4. 4 *Empathy Map* Nadia



Gambar 4. 4 *Empathy Map* Nadia

Dari *empathy map* Nadia menunjukkan bahwa Nadia membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, selain itu Nadia juga membutuhkan informasi mengenai *review* produk dari orang lain untuk mengetahui apakah pembudidaya tersebut cocok atau tidak untuk Nadia.

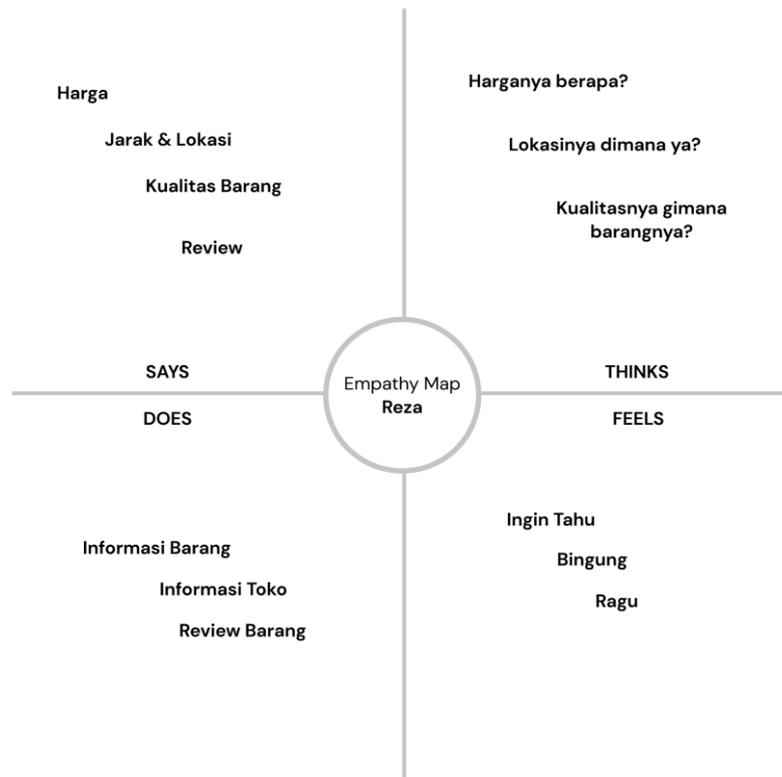
Empathy map Genadi dapat dilihat pada Gambar 4. 5 *Empathy Map* Genadi



Gambar 4. 5 *Empathy Map* Genadi

Dari *empathy map* Genadi menunjukkan bahwa Genadi membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, selain itu Genadi juga membutuhkan sebuah *filter* harga untuk mencari harga yang bisa didapatkan sesuai *budget* nya.

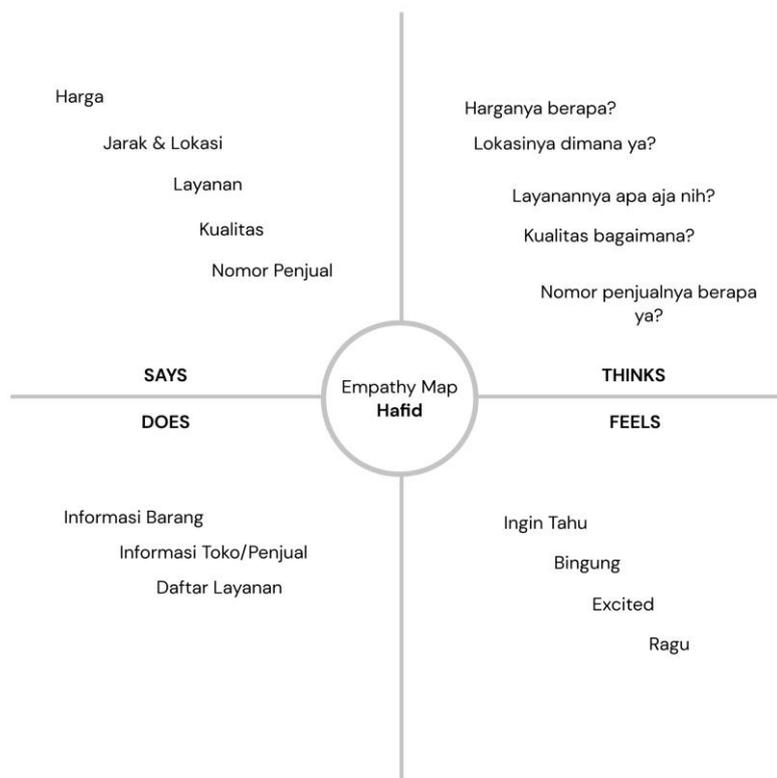
Empathy map Reza dapat dilihat pada Gambar 4. 6 *Empathy Map* Reza



Gambar 4. 6 *Empathy Map* Reza

Dari *empathy map* Reza menunjukkan bahwa Reza membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, dan Reza juga membutuhkan informasi tentang toko supaya mengetahui informasi lebih lanjut tentang toko tersebut, selain itu Reza juga membutuhkan informasi mengenai *review* produk dari orang lain untuk mengetahui apakah pembudidaya tersebut cocok atau tidak untuk Reza.

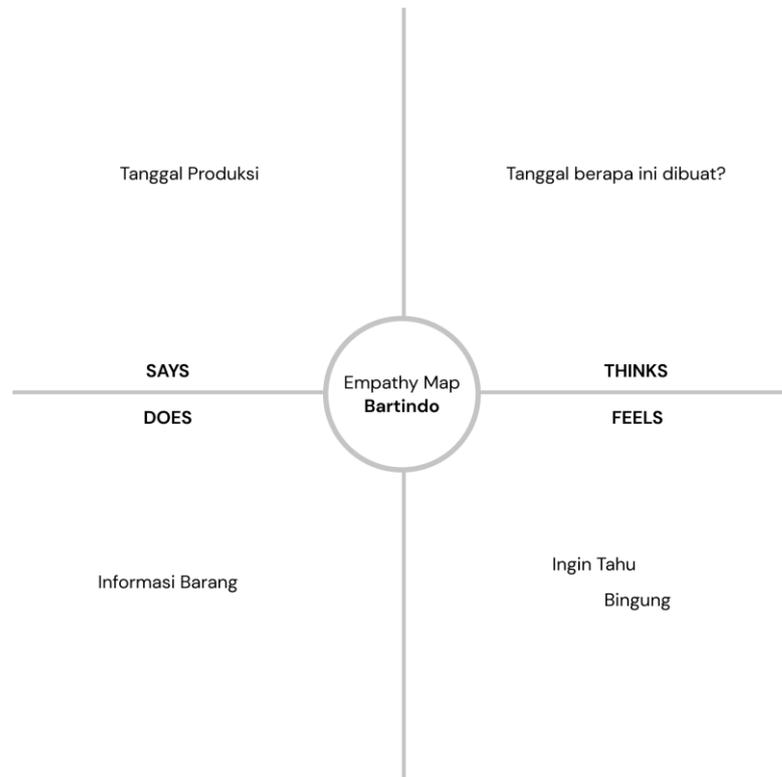
Empathy map Hafid dapat dilihat pada Gambar 4. 7 *Empathy Map* Hafid



Gambar 4. 7 *Empathy Map* Hafid

Dari *empathy map* Hafid menunjukkan bahwa Hafid membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, dan Hafid juga membutuhkan informasi tentang toko supaya mengetahui informasi lebih lanjut tentang toko tersebut, selain itu Hafid juga membutuhkan informasi mengenai daftar layanan dari penjual tersebut.

Empathy map Bartindo dapat dilihat pada Gambar 4. 8 *Empathy Map* Bartindo



Gambar 4. 8 *Empathy Map* Bartindo

Dari *empathy map* Bartindo menunjukkan bahwa Bartindo membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual.

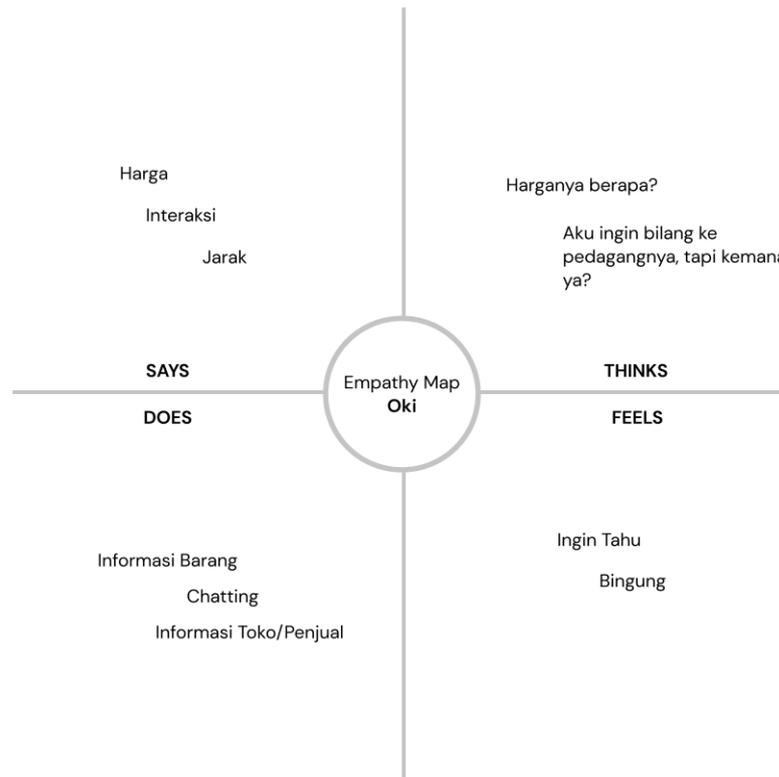
Empathy map Tommy dapat dilihat pada Gambar 4. 9 *Empathy Map* Tommy



Gambar 4. 9 *Empathy Map* Tommy

Dari *empathy map* Tommy menunjukkan bahwa Tommy membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual, selain itu Tommy juga membutuhkan informasi mengenai *review* produk dari orang lain untuk mengetahui apakah pembudidaya tersebut cocok atau tidak untuk Tommy.

Empathy map Oki dapat dilihat pada Gambar 4. 10 *Empathy Map* Oki



Gambar 4. 10 *Empathy Map* Oki

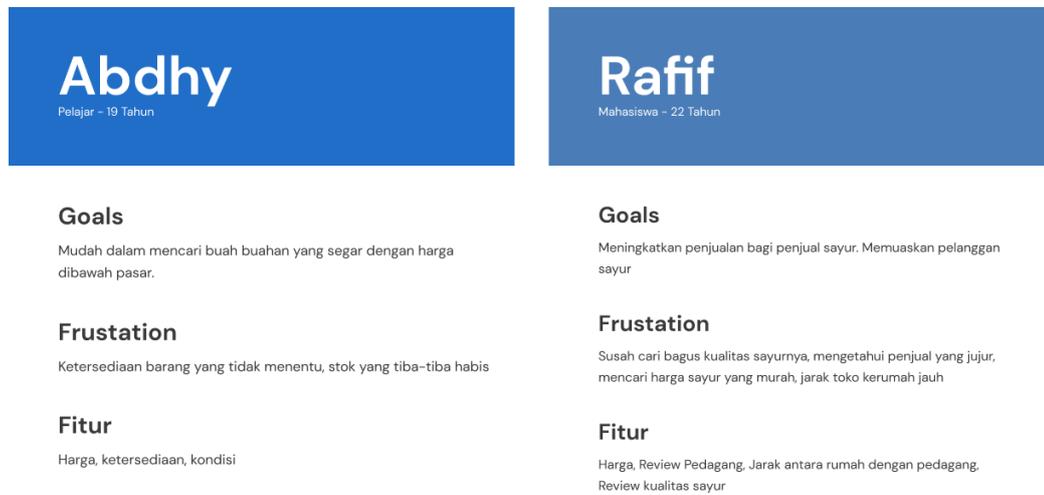
Dari *empathy map* Oki menunjukkan bahwa Oki membutuhkan sebuah informasi tentang produk yang dijual dan informasi toko, dan Oki juga membutuhkan layanan berupa *chatting* supaya memudahkan komunikasi antara pelanggan dan penjual.

4.1.3 User Persona

Pada tahap berikutnya setelah melakukan proses *empathize*, pengembang melakukan proses *define*. Proses *define* dilakukan untuk memahami kebutuhan dan masalah yang didapatkan pengguna setelah melakukan proses *empathy*. Pada tahap ini pengembang melakukan pembuatan *user persona* dan memahami alur pengguna. Data yang diolah dari hasil kuesioner dibuat menjadi *empathy map*, dan dari *empathy map* tersebut diolah lagi menjadi *user persona*. Dari hasil *user persona*, pengembang dapat memahami kebutuhan dan masalah apa saja yang pengguna alami sebelumnya, sehingga pengembang dapat memahami fitur yang diinginkan oleh pengguna untuk mendapatkan solusi yang terbaik dari permasalahan yang didapat pengguna sebelumnya.

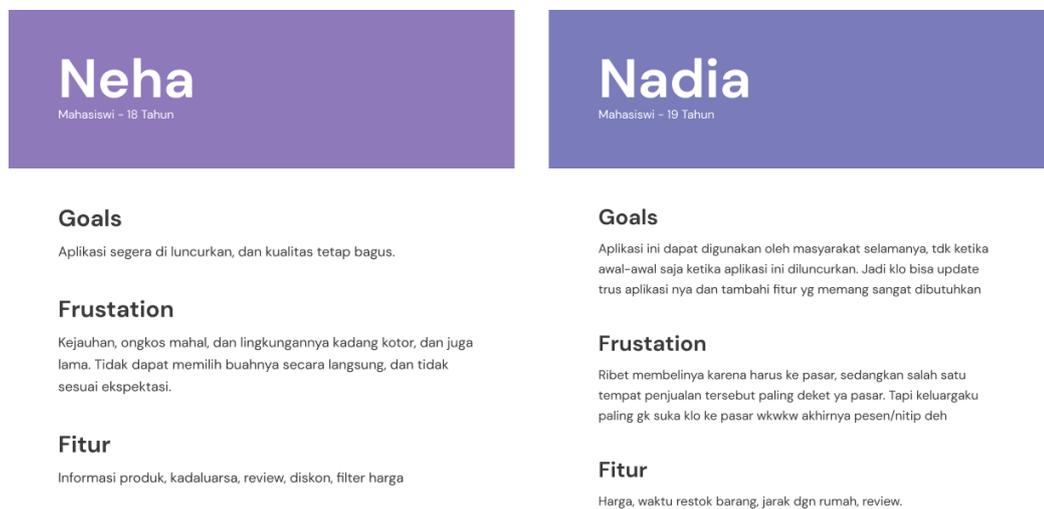
Pengembang melakukan proses untuk mendapatkan user persona berdasarkan data *empathy map* dan kuesioner *online*. *User persona* adalah sebuah karakter fiktif yang mewakili target pengguna dari produk yang akan kamu buat. *User persona* fokus pada data personal sebuah karakter seperti data demografi, sikap/tingkah laku, motivasi, pengaruh, tujuan dan kesulitan, (Ambarwati, 2020). Masing-masing bagian tersebut didapatkan dari *Empathy map* dengan kuesioner *online* yang sudah dilakukan sebelumnya. Berikut adalah *user persona* yang dibuat berdasarkan *empathy map* dan kuesioner *online* yang sudah dilakukan:

Personas dapat dilihat pada Gambar 4. 11 *Personas* Abdhy dan Rafif



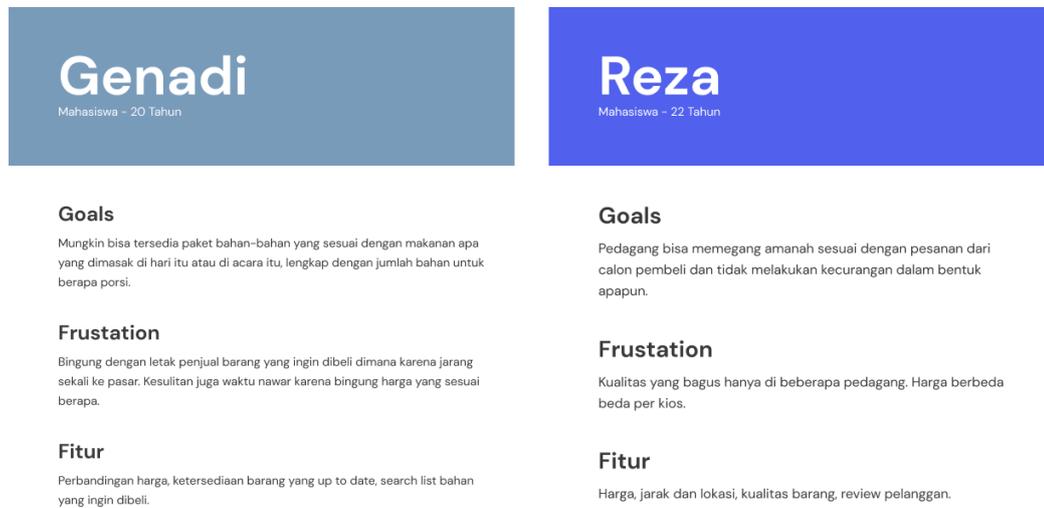
Gambar 4. 11 *Personas* Abdhy dan Rafif

Personas dapat dilihat pada Gambar 4. 12 *Personas* Neha dan Nadia



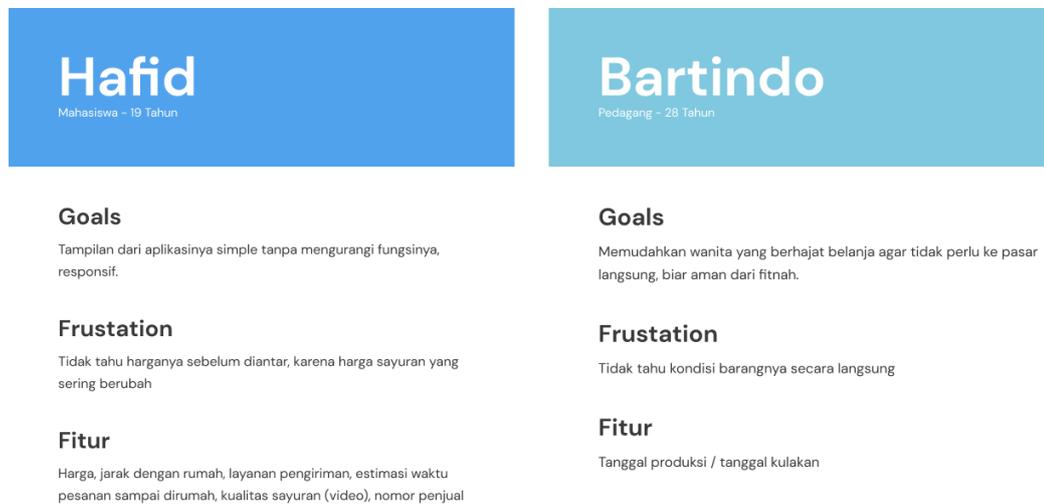
Gambar 4. 12 *Personas* Neha dan Nadia

Personas dapat dilihat pada Gambar 4. 13 *Personas* Genadi dan Reza



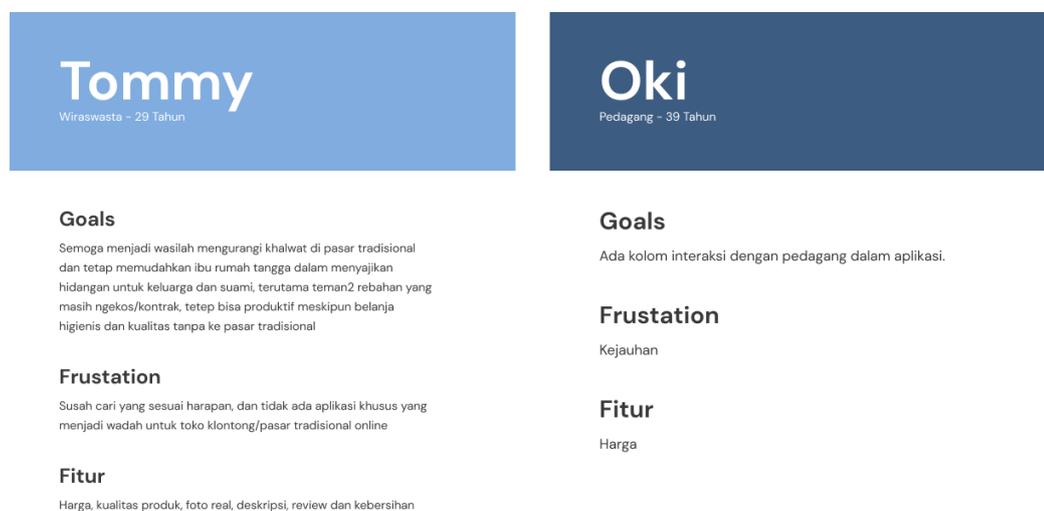
Gambar 4. 13 *Personas* Genadi dan Reza

Personas dapat dilihat pada Gambar 4. 14 *Personas* Hafid dan Bartindo



Gambar 4. 14 *Personas* Hafid dan Bartindo

Personas dapat dilihat pada Gambar 4. 15 *Personas* Tommy dan Oki



Gambar 4. 15 *Personas* Tommy dan Oki

Dari *personas* yang ada memiliki latar belakang yang berbeda membuat pengembang mendapatkan gambaran rancangan konsep *prototype marketplace* “Panen-Panen” seperti apa yang dirancang, dari latar belakang beberapa pengguna pengembang dapat mempertimbangkan dalam tahap mencari ide dari solusi yang didapatkan nantinya.

4.1.4 Kebutuhan Pengguna

Berikut didapatkan kebutuhan pengguna dari masalah yang didapatkan dari proses *empathy*.

A. Tujuan atau *Goals* dari Pengguna

1. Membantu pengguna dalam mencari kebutuhan sayuran, buah, ikan, atau daging dengan kualitas yang terbaik dan terjaga kesehatannya.
2. Membantu pengguna dalam pemesanan sayuran, buah, ikan, atau daging.

B. Kesulitan yang dihadapi Pengguna

1. Pengguna merasa kesulitan dalam mencari kebutuhan sayuran, buah, ikan, atau daging.
2. Pengguna merasa kesulitan dalam memesan sayuran, buah, ikan, atau daging.

4.1.5 Alur Pengguna Untuk Marketplace “Panen-Panen”

Alur pengguna yang sering dilakukan selama menjalankan aplikasi mulai dari mencari pembudidaya sampai pemesanan produk.

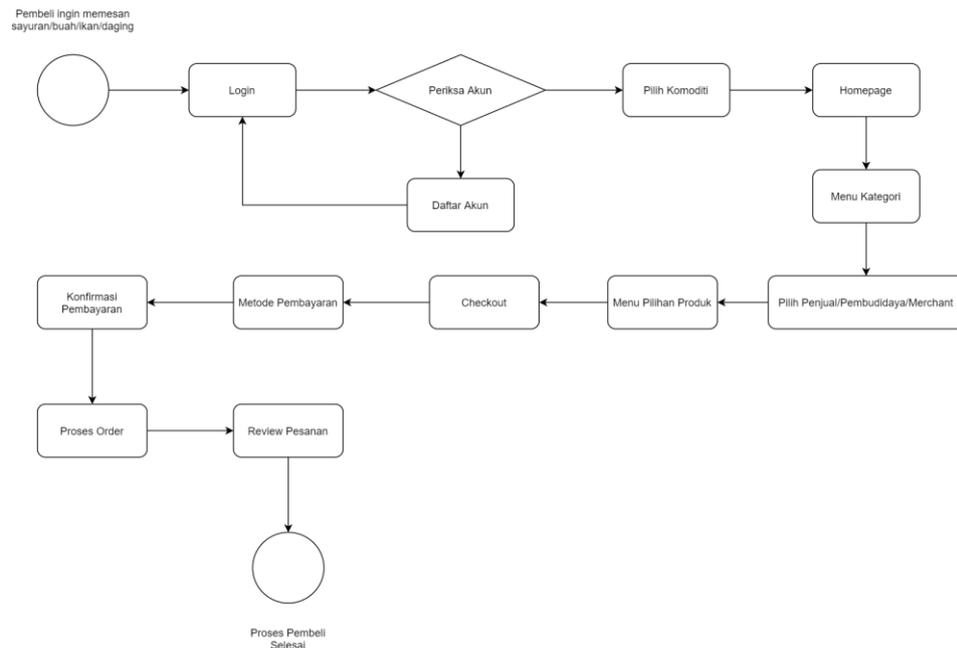
A. Alur Pencarian Produk

Kesulitan yang dialami pengguna dalam pencarian sebuah produk adalah dimana pengguna kurang mendapatkan informasi yang diinginkan seperti harga produk, *review* toko, dan informasi yang lain mengenai produk yang diinginkan sangat sulit. Maka dari itu, solusi yang ditawarkan adalah mengkategorikan menjadi beberapa komoditas untuk mempermudah pengguna dalam pencarian sebuah produk. Seperti contoh jika pengguna ingin mencari buah-buahan, maka pengguna tinggal masuk ke dalam komoditas buah-buahan dimana di menu tersebut sudah menampilkan toko yang menyediakan buah-buahan.

B. Alur Pemesanan Produk

Alur pemesanan produk yang dilakukan adalah dengan memilih produk terlebih dahulu, lalu menentukan berapa yang dipesan, lalu menentukan alamat pengiriman sesuai keinginan pengguna, memilih kurir, dan metode pembayaran.

Hasil dua analisis tersebut yang dilakukan oleh pengembang adalah menunjukkan bahwa proses dalam melakukan pencarian dan pemesanan produk, dari hal tersebut perlu diringkas alurnya agar mendapatkan kemudahan dan kepuasan bagi pengguna dalam melakukan proses tersebut. Adapun alur yang dilakukan pengguna dalam menjalankan aplikasi *marketplace* “Panen-Panen” dapat dilihat pada Gambar 4. 16 Alur Pengguna dalam menjalankan aplikasi *marketplace* “Panen-Panen”.



Gambar 4. 16 Alur Pengguna dalam menjalankan aplikasi *marketplace* “Panen-Panen”

4.2 Perancangan

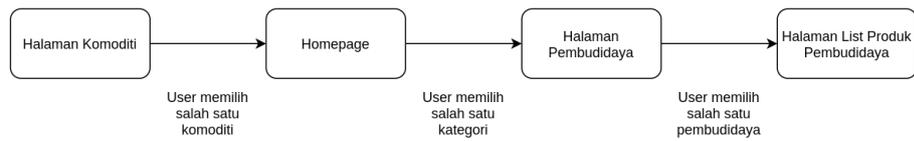
Pada tahap ini setelah melakukan analisis, pengembang melakukan tahap perancangan dimana pada tahap perancangan, pengembang melakukan proses *user flow* dan *wireframe*. Proses *ideate* ini dilakukan mencari ide solusi dari masalah yang dihadapi oleh pengguna.

4.2.1 User Flow

User Flow adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh pengguna saat menggunakan suatu produk untuk menyelesaikan suatu task, (Auliyaa, 2020). *User flow* digunakan untuk menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan pengguna untuk mencapai tujuannya.

A. *User Flow* Pencarian Produk

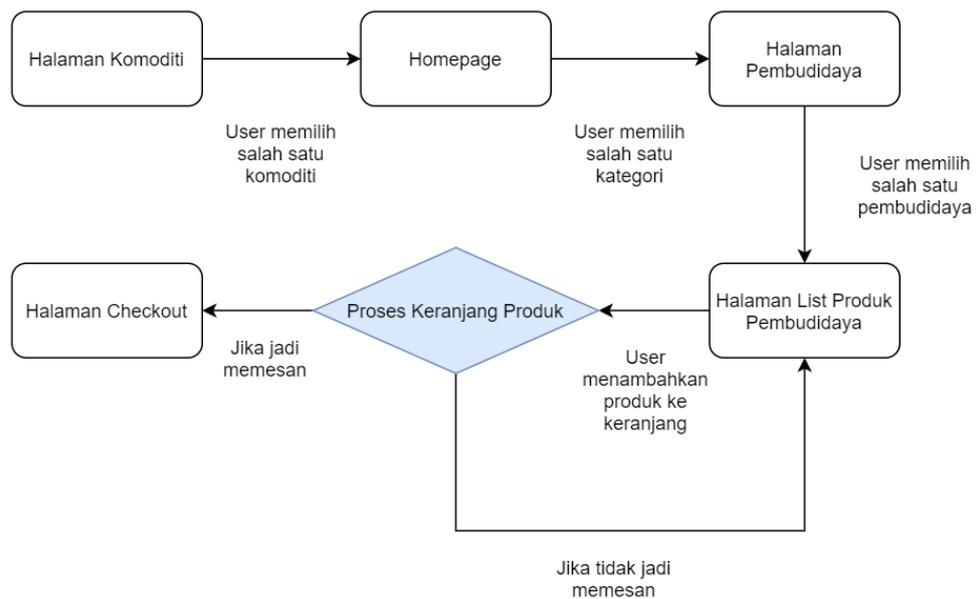
User Flow ini menggambarkan langkah-langkah saat pengguna melakukan pencarian sebuah produk pada *prototype*. Adapun *user flow* pencarian produk dilihat pada Gambar 4. 17 *User Flow* Pencarian Produk.



Gambar 4. 17 *User Flow* Pencarian Produk

B. *User Flow* Pemesanan Produk

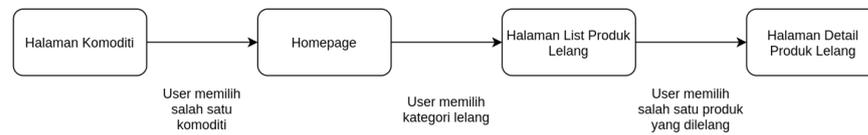
User Flow ini menggambarkan langkah-langkah saat pengguna melakukan pemesanan sebuah produk pada *prototype*. Adapun *user flow* pemesanan produk dilihat pada Gambar 4. 18 *User Flow* Pemesanan Produk.



Gambar 4. 18 *User Flow* Pemesanan Produk

C. *User Flow* Lelang

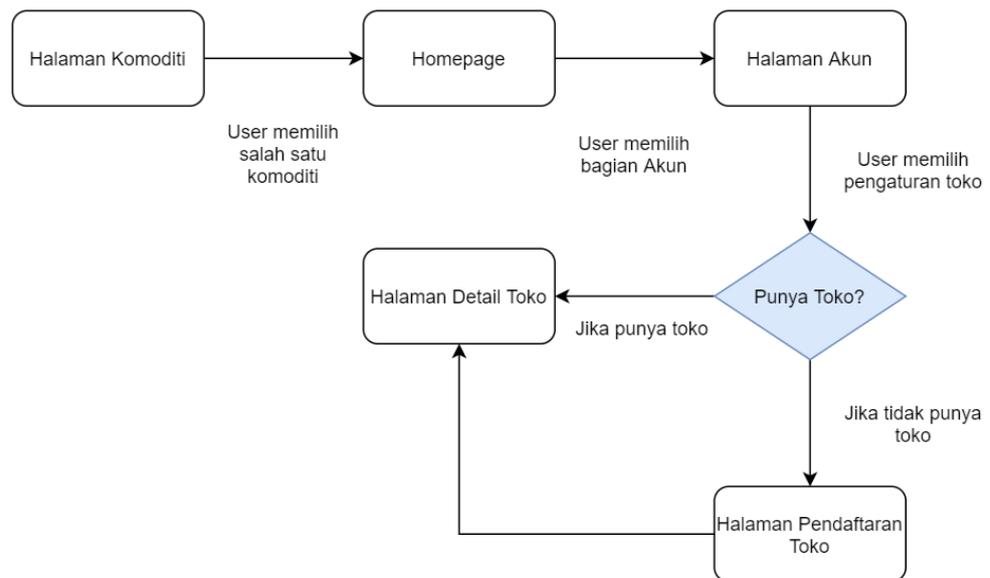
User Flow ini menggambarkan langkah-langkah saat pengguna melakukan penawaran lelang sebuah produk pada *prototype*. Adapun *user flow* lelang dilihat pada Gambar 4. 19 *User Flow* Lelang.



Gambar 4. 19 *User Flow* Lelang

D. *User Flow* Pendaftaran Toko

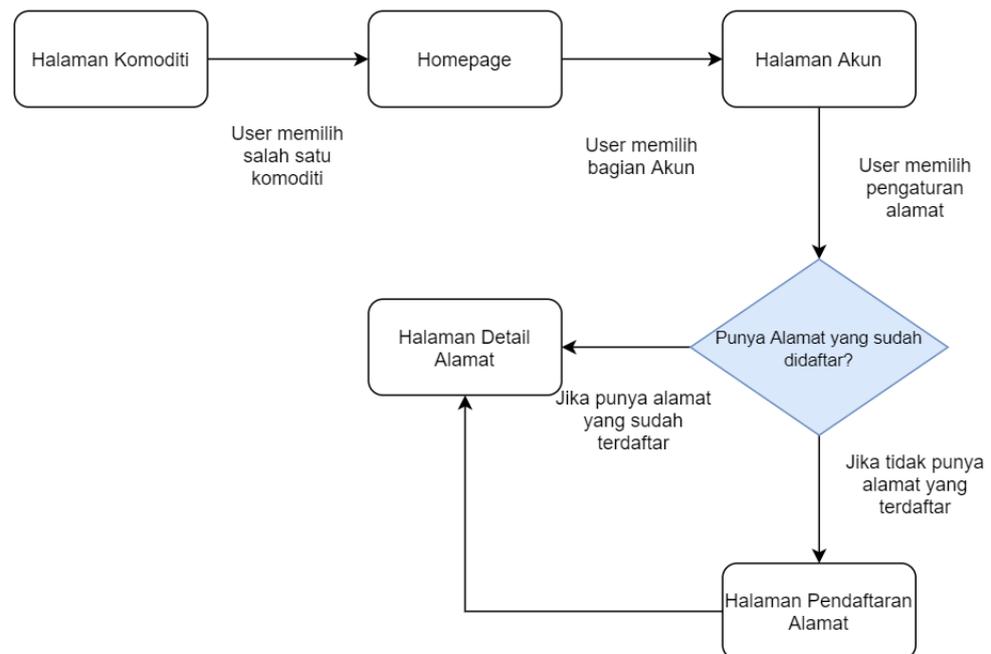
User Flow ini menggambarkan langkah-langkah saat pengguna membuka toko baru pada sebuah produk pada *prototype*. Adapun *user flow* toko dilihat pada Gambar 4. 20 *User Flow* Pendaftaran Toko.



Gambar 4. 20 *User Flow* Pendaftaran Toko

E. *User Flow* Pendaftaran Alamat

User Flow ini menggambarkan langkah-langkah saat pengguna menambahkan alamat pada sebuah produk pada *prototype*. Adapun *user flow* alamat dilihat pada Gambar 4. 21 *User Flow* Pendaftaran Alamat.



Gambar 4. 21 *User Flow* Pendaftaran Alamat

4.2.2 *Wireframe*

Wireframe dibuat berdasarkan hasil dari proses *empathy* sampai dengan *define* dari hasil analisis kebutuhan pengguna serta tujuan dari pengguna. Dari riset yang dilakukan berdasarkan *empathy map* dan *user personas* maka dari itu rancangan antar muka harus dibuat mudah dan sederhana dalam alur penggunaannya sehingga pengguna nyaman dalam menggunakan *prototype* yang dibuat sesuai dengan alur dalam menjalankan aktivitas pembelian produk berdasarkan *user flow* yang ada. *Wireframe* ini nantinya akan menjadi acuan untuk pembuatan purwarupa.

A. Wireframe Halaman *Login* dan *Register*

Wireframe halaman *login* dan *register* pengguna yang digunakan untuk masuk kedalam *prototype*, sebelum pengguna masuk kedalam *prototype*, pengguna melewati tampilan *login* dimana tampilan tersebut bisa langsung menuju ke halaman selanjutnya atau halaman pendaftaran. *Wireframe* dapat dilihat pada Gambar 4. 22 *Wireframe* Halaman *Login* dan *Register*.



Gambar 4. 22 *Wireframe* Halaman *Login* dan *Register*

B. *Wireframe* Halaman Komoditas

Wireframe halaman komoditas berisi 4 pilihan komoditas yang disediakan untuk pengguna, yaitu komoditas sayuran, buah, ikan, dan ternak. *Wireframe* dapat dilihat pada Gambar 4. 23 *Wireframe* Halaman Komoditas.



Gambar 4. 23 *Wireframe* Halaman Komoditas

C. *Wireframe* Halaman *Dashboard*

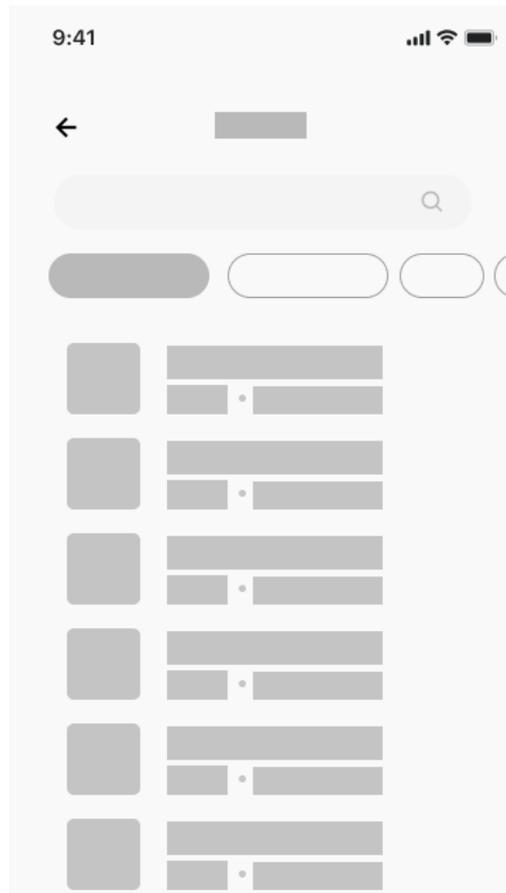
Wireframe halaman *dashboard* berisi halaman sesuai dengan komoditas yang dipilih, akan muncul ketika pengguna memilih salah satu komoditas pada halaman pilih komoditas. Tampilan halaman *dashboard* berisi tampilan kategori setiap komoditas dan *list seller*. *Wireframe* dapat dilihat pada Gambar 4. 24 *Wireframe* Halaman *Dashboard*.



Gambar 4. 24 *Wireframe* Halaman *Dashboard*

D. *Wireframe* Halaman *List Pembudidaya/Seller*

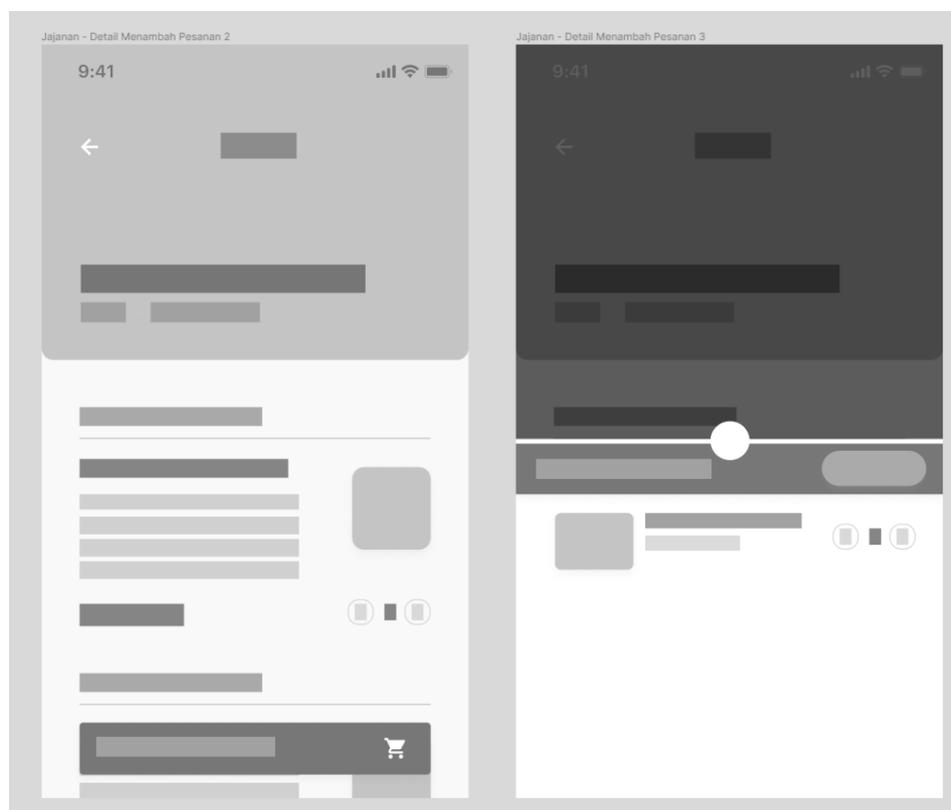
Wireframe halaman *list* pembudidaya berisi halaman untuk menampilkan list pembudidaya/*seller* yang terdaftar di sistem. *Wireframe* dapat dilihat pada Gambar 4. 25 *Wireframe* Halaman *List Pembudidaya/Seller*.



Gambar 4. 25 *Wireframe* Halaman *List Pembudidaya/Seller*

E. Wireframe Halaman List Produk Toko/Pembudidaya

Wireframe halaman *list* produk toko/pembudidaya akan muncul ketika pengguna memilih salah satu pembudidaya yang berada di halaman *list* pembudidaya/*seller*, tampilan halaman *list* produk memiliki 6 isi utama diantaranya menampilkan *rating* toko, jarak antara rumah dengan toko, menu produk, deskripsi produk, harga produk yang dijual, dan promo. Wireframe *list* produk toko/pembudidaya dapat dilihat pada Gambar 4. 26 Wireframe Halaman *List* Produk Toko/Pembudidaya.



Gambar 4. 26 Wireframe Halaman *List* Produk Toko/Pembudidaya

F. Wireframe Halaman Checkout dan Metode Pembayaran

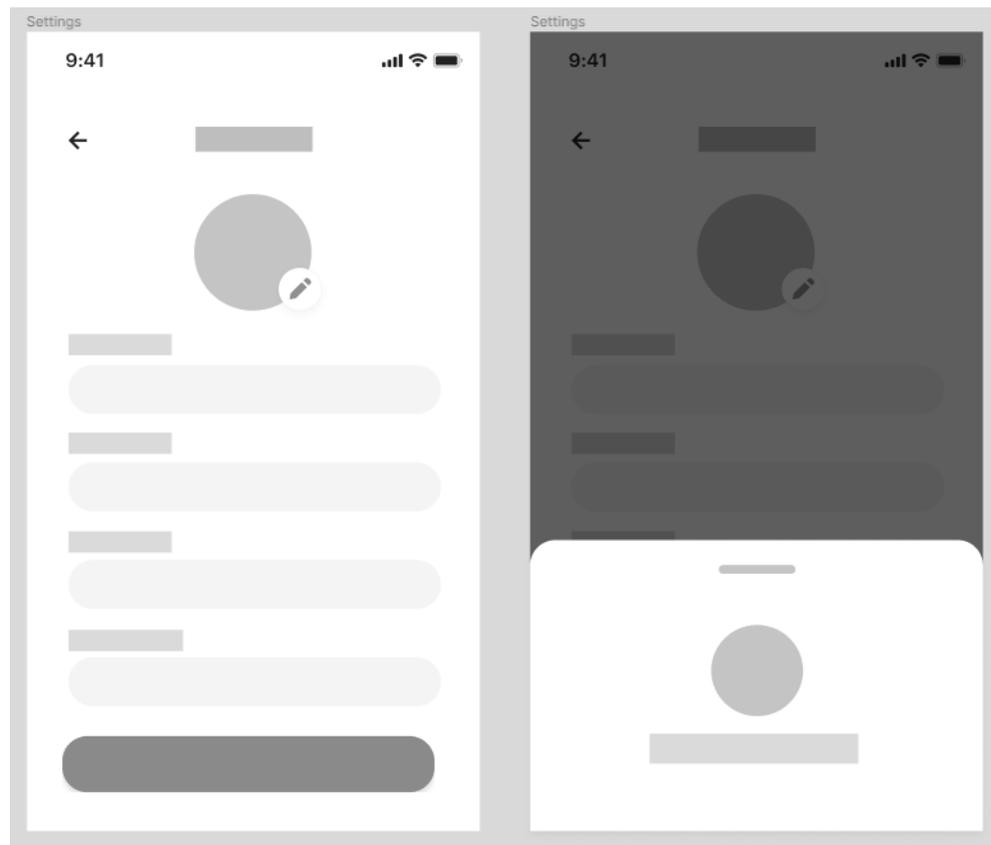
Wireframe halaman checkout dan metode pembayaran akan muncul ketika pengguna memilih tombol “checkout” pada halaman list produk toko/pembudidaya. Di halaman checkout memiliki isi utama yaitu menampilkan alamat pengiriman, detail pesanan, catatan pesanan, ringkasan pembayaran, total pembayaran. Pada halaman metode pembayaran memiliki isi utama yaitu ringkasan pembayaran, ringkasan belanja/produk yang akan dibeli, dan memilih metode pembayaran sesuai keinginan dari pengguna. Wireframe tampilan halaman checkout dan metode pembayaran dapat dilihat pada Gambar 4. 27 Wireframe Halaman Checkout dan Metode Pembayaran.



Gambar 4. 27 Wireframe Halaman Checkout dan Metode Pembayaran

G. Wireframe Halaman *Profile*

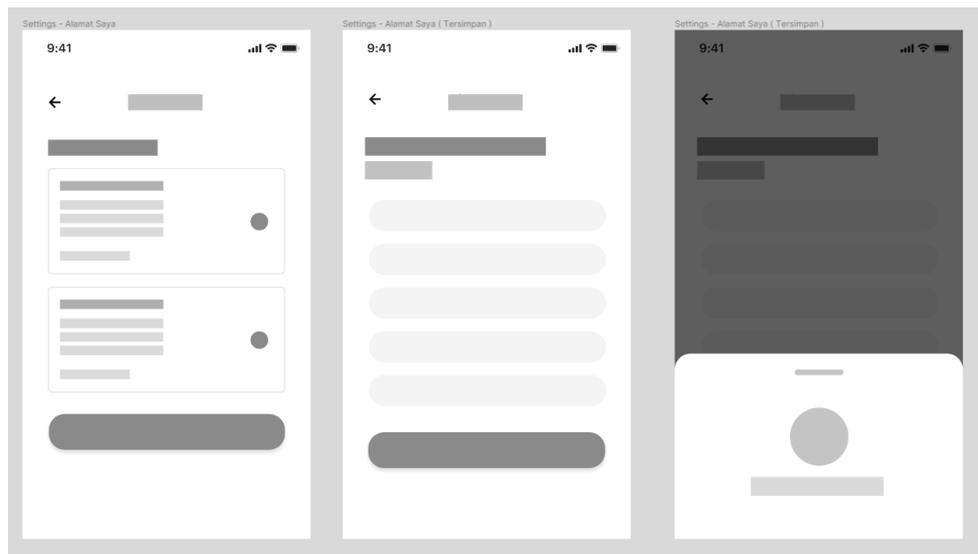
Wireframe halaman *profile* akan muncul ketika pengguna memilih *menu* “Akun” pada *homepage*. *Wireframe* halaman *profile* akan menampilkan detail *profile* pengguna, yaitu nama, jenis kelamin, *email*, dan nomor *handphone*. *Wireframe* tampilan halaman *profile* dapat dilihat pada Gambar 4. 28 *Wireframe* Halaman *Profile*.



Gambar 4. 28 *Wireframe* Halaman *Profile*

H. Wireframe Halaman Alamat

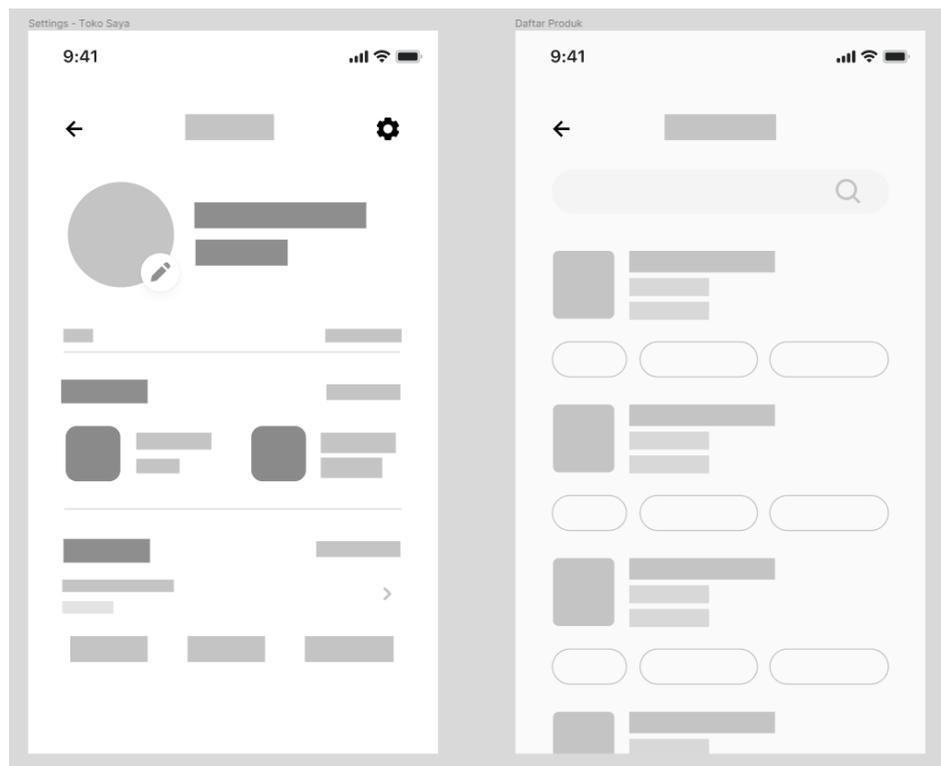
Wireframe halaman alamat akan muncul ketika pengguna memilih menu “Akun” pada *homepage*. *Wireframe* halaman alamat akan menampilkan *detail* alamat pengguna, yaitu list alamat, nama, nomor *handphone*, alamat, kecamatan, kota/kabupaten. *Wireframe* tampilan halaman alamat dapat dilihat pada Gambar 4.29 *Wireframe* Halaman Alamat.



Gambar 4.29 *Wireframe* Halaman Alamat

I. *Wireframe* Halaman Toko

Wireframe halaman toko akan muncul ketika pengguna memilih menu “Akun” pada *homepage*. *Wireframe* halaman toko akan menampilkan nama toko, saldo toko, laporan penjualan, daftar produk. *Wireframe* halaman toko dapat dilihat pada Gambar 4. 30 *Wireframe* Halaman Toko.



Gambar 4. 30 *Wireframe* Halaman Toko

J. *Wireframe* Halaman Lelang

Wireframe halaman lelang akan muncul ketika pengguna memilih menu lelang pada *homepage*. *Wireframe* halaman lelang akan menampilkan daftar barang yang sedang di lelang, sisa durasi lelang, harga lelang yang tertinggi, total pelelang, deskripsi barang yang dilelang, dan 3 pelelang tertinggi. *Wireframe* tampilan halaman lelang dapat dilihat pada Gambar 4. 31 *Wireframe* Halaman Lelang.



Gambar 4. 31 *Wireframe* Halaman Lelang