

**PROPOSAL**  
**INNOVATION AWARD 2017**



**Binus Store: Portofolio Digital Berbasis Web**  
**Untuk Mendokumentasikan dan**  
**Menampilkan Karya Dosen dan Mahasiswa**

**PENGESAHAN PROPOSAL**  
**(PROPOSAL APPROVAL)**  
**INNOVATION AWARD 2017**  
**BINA NUSANTARA**

1. Judul Proyek : Binus Store: Portofolio Digital Berbasis Web Untuk Mendokumentasikan dan Menampilkan Karya Dosen dan Mahasiswa  
*(Project title)*
2. Kategori :  Art & Design  Humaniora  
*(Category)*  Building & Environment  Science & Technology  
 Business & Management  Teaching & Learning  
 Other: .....
3. Nama Tim : Beestorian  
*(Team Name)*
4. Anggota Tim :  
*(Team members)*

No	Nama Anggota <i>(Member Name)</i>	Division/Business Unit Department/Unit Position	Handphone Ext E-mail
1	(Noviantho / Team Leader)	Binus University Rector Office Senior Officer	085364710787 2250 <a href="mailto:noviantho@binus.edu">noviantho@binus.edu</a>
2	(Timothy Yudi Adinugroho/ Team Member)	Binus University Knowledge Product Academic Artifact Officer	08978395656 1215 <a href="mailto:tadinugroho@binus.edu">tadinugroho@binus.edu</a>
3	(Rhio Sutoyo / Team Member)	Binus University Computer Science Head of Computing Laboratory	083893633550 2357 <a href="mailto:rsutoyo@binus.edu">rsutoyo@binus.edu</a>
4	(Fachri Riyanto / Team Member)	Binus University DMD Interface Designer	081288080023 1218 <a href="mailto:friyanto@binus.edu">friyanto@binus.edu</a>
5	(Budi Yulianto / Advisor)	Binus University Knowledge Product Manager	081808507161 1215 <a href="mailto:budi.yulianto@binus.edu">budi.yulianto@binus.edu</a>

Jakarta, 25 April 2017

Mengetahui,

Team Leader

(Budi Yulianto)  
Advisor \*

(Noviantho)

\*) minimal Binusian level 13

# RINGKASAN PROYEK

## (PROJECT SUMMARY)

Binus Store merupakan aplikasi portofolio digital berbasis web untuk menampilkan galeri berupa hasil karya dosen dan mahasiswa Universitas Bina Nusantara dari semua Jurusan ke masyarakat umum. Selain itu, Binus Store juga bermanfaat sebagai dokumentasi/portofolio digital dan membantu *mem-branding* mahasiswa, dosen, jurusan, dan Universitas Bina Nusantara kepada masyarakat nasional/global. Mahasiswa dan dosen dapat melihat karya mahasiswa lain sebagai acuan dalam melanjutkan penelitian (*state of the art*), dan masyarakat dapat mengunduh hasil karya dosen dan mahasiswa tersebut sesuai dengan kebutuhan. Aplikasi Binus Store dapat membantu perekapan data karya Jurusan yang diperlukan dalam akreditasi/borang serta ditampilkan sebagai showcase pada saat visitasi atau *open house* penerimaan mahasiswa baru. Simpulan dari aplikasi ini adalah bahwa Binus Store dapat digunakan dalam mendokumentasikan dan menampilkan portofolio hasil karya mahasiswa dan dosen Universitas Bina Nusantara dan memungkinkan masyarakat umum untuk melihat dan menggunakan hasil karya tersebut.

Keyword: web galeri; portofolio digital; hasil karya

## 1. Latar Belakang Proyek (*Background of the project*)

Universitas dikenal sebagai perguruan tinggi yang terdiri atas sejumlah fakultas yang menyelenggarakan pendidikan ilmiah dan profesional. Sebagai universitas yang baik tidak cukup hanya dengan menghasilkan lulusan dari berbagai jurusan, tetapi juga dapat menghasilkan karya nyata seperti produk atau jasa bagi masyarakat.

Pada beberapa universitas di Indonesia, dosen dan mahasiswa banyak menghasilkan karya sesuai dengan bidang keahlian masing-masing. Karya-karya tersebut sepatutnya dihasilkan sebagai sebuah solusi yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup. Namun karena kurangnya sarana atau media yang memungkinkan untuk diakses, maka karya-karya tersebut tidak sepenuhnya dapat diperoleh oleh masyarakat luas.

Universitas Bina Nusantara yang memiliki lebih dari 36 program studi, dari setiap program studi tersebut berpeluang untuk menghasilkan karya-karya, baik dari dosen maupun mahasiswa. Hingga kini, Universitas Bina Nusantara belum memiliki sarana atau media online dan terpusat yang dapat mempublikasikan karya-karyanya untuk dapat diakses oleh masyarakat luas. Beberapa hasil karya mahasiswa dan dosen dari Universitas Bina Nusantara adalah: Tokopedia, Picmix, 8villages, Bahaso, Talenta, Qlapa (dulu Kreavi), BINUS Virtual Tour, dan masih banyak lagi.

Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa *product brand image* mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk (Aghekyan-Simonian, Forsythe, Kwon, & Chattaraman, 2012). Untuk meningkatkan *product brand image*, website galeri dibutuhkan agar lebih cepat menarik perhatian pengunjung dan dapat memberikan informasi secara lengkap (Iska, 2012). Selain itu, website galeri juga memberikan pengalaman pengunjung yang lebih nyata dan dapat diakses dimana dan kapan saja (Alawad, Aljoufie, Tiwari, & Daghestani, 2015). Menurut sumber lain, saat ini universitas juga membutuhkan website galeri untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan hasil karya mahasiswa secara luas (Georgiana, 2011). Hasil karya mahasiswa yang ditampilkan melalui website dapat dijadikan e-portfolio yang dapat membuka peluang kerja (Trowsdale & McKAY, 2011).

Melihat pentingnya website galeri dalam membentuk *product brand image* dari Universitas Bina Nusantara, proyek ini akan mendukung dokumentasi dan publikasi dari karya-karya mahasiswa dan dosen Universitas Bina Nusantara dalam mencapai *image* yang inovatif.

## 2. Rumusan Masalah (*Problem Statement*)

1. Bagaimana rancangan website galeri yang dapat mendokumentasikan dan menampilkan hasil karya dosen dan mahasiswa Universitas Bina Nusantara dari semua jurusan ke masyarakat umum?
2. Fitur apa saja yang diperlukan pada website galeri tersebut agar dapat membantu masyarakat untuk menggunakan hasil karya dosen dan mahasiswa dan sekaligus mem-branding



## 5. Perkiraan Efisiensi Sumber Daya (*Resource Efficiency Estimation*)

Agar masyarakat dapat mengunduh hasil karya dosen dan mahasiswa, beberapa Jurusan telah menyiapkan hasil karya mahasiswa dan dosen Universitas Bina Nusantara dari tahun 2014 hingga 2017 untuk dipublikasikan.

### Sebelum (*Before*):

Dengan sistem sebelumnya, Universitas Bina Nusantara menggunakan media cetak (seperti majalah dwi-bulanan, dan lembar brosur/poster), dan penyewaan *booth* pada saat pameran pendidikan untuk memperkenalkan karya-karya kepada masyarakat atau *Open House*.

**Table 1. Perkiraan Biaya (Sistem Lama)**

Komponen	Biaya Satuan (Rp.)	Kuantitas Dalam 1 Tahun	Biaya Dalam 1 Tahun (Rp.)
Mencetak Majalah (dwi-bulanan) *	8.000	3000 buku x 6	144.000.000
Mencetak Brosur A4 **	1.200	400	480.000
Menyewa Booth pada Pameran / <i>Open House</i>	450.000	4	1.800.000
<b>Grand Total</b>			<b>146.280.000</b>

#### **Keterangan:**

\* ) data majalah Bulletin dari CMC, harga dari <http://percetakanbandung.com/v2/cetak-majalah>

\*\* ) asumsi 1200 mahasiswa SoCS = 400 kelompok skripsi / angkatan, harga dari <http://indobrosur.com/>

### Setelah (*After*):

Dengan sistem website galeri Binus Store, Universitas Bina Nusantara menggunakan media digital berupa *website*. Kendati demikian, penyewaan booth masih diperlukan pada saat pameran pendidikan atau *Open House*.

**Table 2. Perkiraan Biaya (Sistem Baru)**

Komponen	Biaya Satuan (Rp.)	Kuantitas Dalam 1 Tahun	Biaya Dalam 1 Tahun (Rp.)
Menyewa Booth pada Pameran / <i>Open House</i>	450.000	4	1.800.000
Menyewa Web Server (tahunan)	1.800.000	1	1.800.000
Development (6 bulan) ***	20.000.000	1	20.000.000
<b>Grand Total</b>			<b>23.600.000</b>

#### **Keterangan:**

\*\*\* ) dilakukan sekali saja

## ROI:

Table 3. ROI

Tahun ke-	Biaya Sistem Lama (Rp.)	Biaya Sistem Baru (Rp.)	Penghematan (P/BSL)%	ROI (P/BSB)%
1	146.280.000	23.600.000	122.680.000 (83.87%)	519.83%
2	146.280.000	3.600.000	142.680.000 (97.54%)	3963.33%
3	146.280.000	3.600.000	142.680.000 (97.54%)	3963.33%
4	146.280.000	3.600.000	142.680.000 (97.54%)	3963.33%
5	146.280.000	3.600.000	142.680.000 (97.54%)	3963.33%
<b>Total</b>	<b>731.400.000</b>	<b>38.000.000</b>	<b>693.400.000 (94.80%)</b>	<b>1824.73%</b>

### Intangible Benefits:

- Karya-karya mahasiswa dan dosen Bina Nusantara dapat diakses dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan media digital dan koneksi Internet.
- Dapat menjangkau masyarakat global / international dengan lebih mudah dikarenakan menggunakan web server yang dapat diakses dengan menggunakan *browser (platform independent)* dan koneksi internet.
- Membangun *brand image* Universitas Bina Nusantara sebagai institusi pendidikan yang inovatif dan menggunakan teknologi terkini dalam proyeknya.
- Akses karya-karya dosen dapat lebih mudah dan nyaman bagi para masyarakat dikarenakan mereka dapat langsung mengunjungi website Binus Store dari platform mereka sendiri.
- Dapat dengan mudah menggunakan *ads online* (contoh: Facebook, Google, dll.) dimana lebih dilihat oleh masyarakat pada umum-nya. Selain itu, ads tersebut juga dapat menjangkau pasar global.

### 3. Resiko Proyek (*Project Risk*)

- Aplikasi tidak dapat digunakan jika *server* rusak, listrik padam, atau jaringan tidak terkoneksi *internet*.
- Website tidak terisi konten jika pihak Jurusan/unit terkait tidak menginput data atau tidak adanya produk yang dihasilkan.
- Masyarakat publik harus memiliki komputer / smartphone / tablet dan juga koneksi internet untuk data melihat website galeri aplikasi Binus Store.

# LAMPIRAN

## (APPENDIX)

### A.1 Pertanyaan Kuesioner Survei

1. Apa posisi Anda di institusi pendidikan tersebut? (*pilih salah satu*)
  - Karyawan
  - Pelajar (Mahasiswa/Siswa)
  - Pengajar (Dosen/Guru)
2. Berikan tanda centang (✓) untuk kolom yang sesuai. Perhatikan bahwa kolom sebelah kanan adalah kelanjutan dari kolom sebelah kiri bila Anda centang.

Nama Website Toko Online Umum	Tidak Mengetahui	Mengetahui	Pernah Mengunjungi	Masih Mengunjungi
Alibaba (www.alibaba.com)				
Amazon (www.amazon.com)				
Bhinneka (www.bhinneka.com)				
Blanja (www.blanja.com)				
Blibli (www.blibli.com)				
Bukalapak (www.bukalapak.com)				
eBay (www.ebay.com)				
Elevenia (www.elevenia.co.id)				
Groupon (www.groupon.com)				
Indotrading (www.indotrading.com)				
Jualo (www.jualo.com)				
Lamido / Lazada (www.lazada.co.id)				
MatahariMall (www.mataharimall.com)				
Qoo10 (www.qoo10.co.id)				
Rakuten (www.rakuten.co.id)				
Tokobagus/Berniaga/OLX (www.olx.co.id)				
Tokopedia (www.tokopedia.com)				
Walmart (www.walmart.com)				

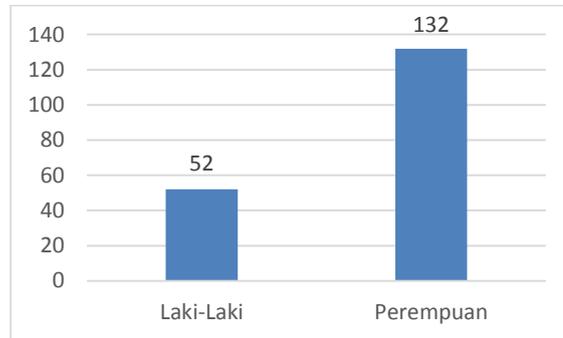
3. Apa perangkat yang sering Anda gunakan untuk mengakses *Website* toko *online*? (*pilih salah satu*)
  - *Gadget (Phone/Tablet)*
  - *Komputer (PC/Laptop)*
4. Apa aktivitas yang sering Anda lakukan saat mengunjungi *Website* tersebut? (*boleh pilih banyak*)
  - *Berbelanja*
  - *Memasang iklan*
  - *Mencari inspirasi*
  - *Mencari promo*
  - *Window shopping (Mengecek harga)*
5. Seberapa sering Anda melakukan aktivitas tersebut di *Website* toko *online*? (*pilih salah satu*)
  - *Jarang (rata-rata 1 kali dalam 1-3 bulan)*
  - *Cukup (rata-rata 2-3 kali dalam 1 bulan)*
  - *Sering (rata-rata  $\geq$  1 kali dalam 1-2 minggu)*
6. Pada saat Anda melakukan aktivitas tersebut, apa jenis produk yang paling sering diakses? (*boleh pilih banyak*)
  - *Aplikasi untuk komputer/gadget*
  - *Buku*
  - *Fashion*
  - *Film*
  - *Jasa*
  - *Komputer/gadget*
  - *Perangkat elektronik*
  - *Perkakas (termasuk furnitur)*
  - *Seni / desain*
  - *Lainnya \_\_\_\_\_*
7. Fitur apa dari *Website* toko *online* tersebut yang membantu Anda? (*boleh pilih banyak*)
  - *Informasi produk dari konsumen (rating, komentar)*
  - *Informasi produk dari penjual (harga, gambar, deskripsi)*
  - *Informasi produk dari sistem (produk sejenis, produk terlaru, produk paling sering dilihat, produk yang dilihat berikutnya)*
  - *Katalog/kategori produk*
  - *Kontak Customer Service*
  - *Pembayaran produk*
  - *Pencarian produk*
  - *Perbandingan produk*
  - *Share produk via Facebook/Twitter/lainnya*
  - *Lainnya : \_\_\_\_\_*
8. Apakah Anda pernah mengetahui/mengunjungi *Website gallery* yang menampilkan hasil karya suatu institusi pendidikan yang menyerupai *Website* toko *online*? (*pilih salah satu*)
  - *Ya [Loncat ke No. 12]*
  - *Tidak [Lanjut ke No. 11]*
9. Apabila ada *Website gallery* (yang menampilkan hasil karya dosen/mahasiswa/karyawan) khusus untuk institusi pendidikan yang menyerupai *Website* toko *online* umum, apakah Anda ingin mengunjungi situs tersebut? (*pilih salah satu*)
  - *Ya*
  - *Tidak*
10. Sifat hasil karya seperti apa yang Anda inginkan pada *Website gallery* tersebut? (*boleh pilih banyak*)
  - *Bersifat gratis (dapat di-download seperti aplikasi gratis)*
  - *Bersifat komersil/berbayar*

- Bersifat *custom* (dapat di-*custom* atau di-modifikasi sesuai permintaan)
11. Apakah Anda memiliki hasil karya selama di institusi pendidikan? (*pilih salah satu*)
- Ya [Lanjut ke No. 14]
  - Tidak [Loncat ke No. 15]
12. Apakah Anda tertarik untuk menampilkannya di *Website gallery* tersebut? (*pilih salah satu*)
- Ya
  - Tidak
13. Jika Anda sudah menampilkannya atau terdapat hasil karya yang menarik di *Website gallery* tersebut, apakah Anda mau men-*share link*-nya melalui situs *social network*? (*pilih salah satu*)
- Ya [Lanjut ke No. 16]
  - Tidak [Selesai]
14. Jika Ya, Anda akan men-*share link* produk ke *social network* apa? (*boleh pilih banyak*)
- Facebook
  - Google+
  - Instagram
  - Path
  - Pinterest
  - Sina Weibo
  - Tumblr
  - Twitter

## A.2 Hasil Kuesioner Survei

Kuesioner disebar baik dengan menyebarkan form dan melalui media sosial yaitu Facebook kepada responden yang memiliki beragam latar belakang dari segi jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Hasil sebanyak 184 responden berhasil diperoleh. Berikut penjabaran hasil dari kuesioner yang telah disebar:

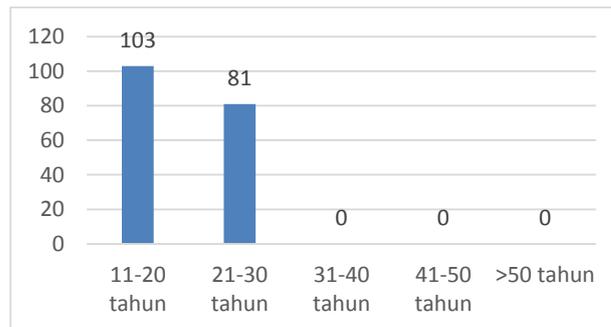
### 1. Apa jenis kelamin Anda?



**Gambar 1. Histogram Pertanyaan Nomor 1**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengkaji demografi responden. Selain itu, hasil kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan analisis kebutuhan pengguna.

### 2. Berapa usia Anda?

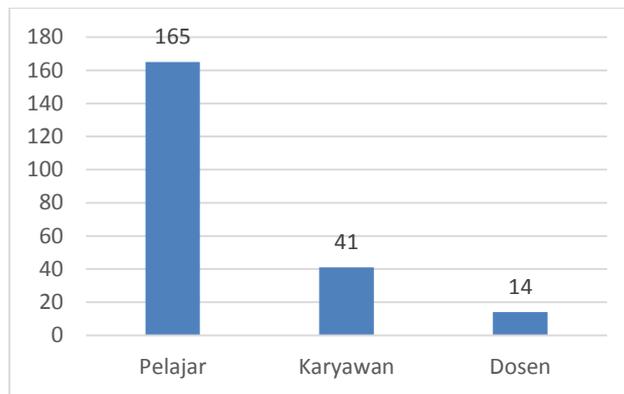


**Gambar 2. Histogram Pertanyaan Nomor 2**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengkaji demografi responden. Hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar yaitu sebagian besar responden berumur 11-20 tahun dan 21-30 tahun. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui target pengguna dari Binus Store, dari hasil golongan umur dapat kami simpulkan target pengguna yang paling berpotensi adalah mahasiswa S1 dan S2.

### 3. Apa posisi Anda di institusi pendidikan tersebut?

\*Jawaban dapat lebih dari 1



**Gambar 3. Histogram Pertanyaan Nomor 3**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk memastikan responden adalah Pelajar, Karyawan, dan Dosen yaitu responden yang sesuai dengan target pengguna Binus Store.

**4. Silahkan memilih kolom yang sesuai.**

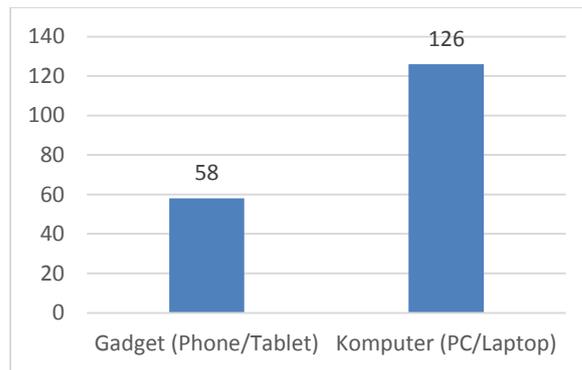
**Table 4. Pertanyaan Nomor 4**

	Tidak Mengetahui	Mengetahui	Pernah Mengunjungi	Masih Mengunjungi
<b>Total Responden</b>	<b>184 / 100%</b>	<b>184 / 100%</b>	<b>184 / 100%</b>	<b>184 / 100%</b>
Alibaba (alibaba.com)	39 / 21,20%	93 / 50,54%	47 / 25,54%	5 / 2,72%
Amazon (amazon.com)	6 / 3,26%	67 / 36,41%	91 / 49,46%	20 / 10,87%
Bhinneka (www.bhinneka.com)	23 / 12,50%	53 / 28,80%	77 / 41,85%	31 / 16,85%
Blanja (www.blanja.com)	95 / 51,63%	51 / 27,72%	31 / 16,85%	7 / 3,80%
Blibli (www.blibli.com)	7 / 3,80%	73 / 39,67%	77 / 41,85%	27 / 14,67%
Bukalapak (www.bukalapak.com)	15 / 8,15%	65 / 35,33%	72 / 39,13%	32 / 17,39%
eBay (www.ebay.com)	19 / 10,33%	68 / 36,96%	86 / 46,74%	11 / 5,98%
Elevenia (www.elevenia.co.id)	36 / 19,57%	64 / 34,78%	63 / 34,24%	21 / 11,41%
Groupon (www.groupon.com)	44 / 23,91%	63 / 34,24%	51 / 27,72%	26 / 14,13%
Indotrading (www.indotrading.com)	136 / 73,91%	36 / 19,57%	9 / 4,89%	3 / 1,63%
Jualo (www.jualo.com)	151 / 82,07%	22 / 11,96%	9 / 4,89%	2 / 1,09%
Lamido / Lazada (www.lazada.co.id)	3 / 1,63%	39 / 21,20%	70 / 38,04%	72 / 39,13%
MatahariMall (www.mataharimall.com)	24 / 13,04%	57 / 30,98%	71 / 38,59%	32 / 17,39%
Qoo10 (www.qoo10.co.id)	64 / 34,78%	42 / 22,83%	64 / 34,78%	14 / 7,61%
Rakuten (www.rakuten.co.id)	29 / 15,76%	67 / 36,41%	75 / 40,76%	13 / 7,07%
Tokobagus/Berniaga/OLX (www.olx.co.id)	4 / 2,17%	55 / 29,89%	96 / 52,17%	29 / 15,76%
Tokopedia (www.tokopedia.com)	1 / 0,54%	36 / 19,57%	68 / 36,96%	79 / 42,93%
Walmart (www.walmart.com)	70 / 38,04%	87 / 47,28%	24 / 13,04%	3 / 1,63%

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mendapatkan data aplikasi sejenis yang sering dikunjungi oleh responden sehingga dapat digunakan sebagai pembandingan aplikasi sejenis. Pilihan “Tidak mengetahui” dipilih apabila responden tidak mengetahui *website* tersebut, Pilihan “Mengetahui” dipilih apabila responden mengetahui *website* tersebut, namun belum pernah mengunjungi. Hasil pilihan “Mengetahui” tidak termasuk responden yang mengetahui tetapi pernah dan masih mengunjungi. Pilihan “Pernah Mengunjungi” dipilih apabila responden mengetahui *website* tersebut dan pernah mengunjungi, namun pada saat ini, responden sudah tidak mengunjungi lagi. Hasil pilihan “Pernah Mengunjungi” tidak termasuk responden yang masih mengunjungi. Hasil pilihan “Masih mengunjungi” dipilih apabila

responden mengetahui *website* tersebut, pernah mengunjungi dan hingga saat ini masih sering mengunjungi.

**5. Apa perangkat yang sering Anda gunakan untuk mengakses *website* toko online?**

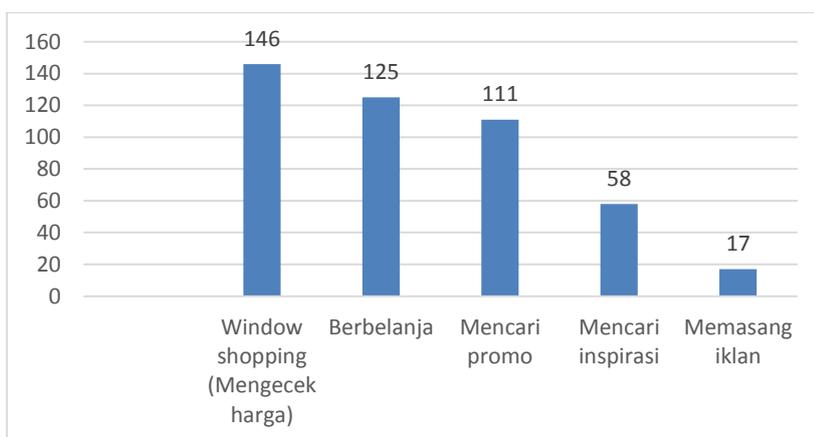


**Gambar 4. Histogram Pertanyaan Nomor 5**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui perangkat keras yang digunakan oleh responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden yang menggunakan perangkat keras komputer (*PC/Laptop*) sedangkan perangkat keras *Gadget (Phone/Tablet)* yang paling sedikit digunakan oleh responden. Dari hasil kuesioner pertanyaan tersebut membuktikan target pasar aplikasi yang ditentukan sudah tepat.

**6. Apa aktivitas yang sering Anda lakukan saat mengunjungi *website* tersebut?**

\*Jawaban dapat lebih dari 1



**Gambar 5. Histogram Pertanyaan Nomor 6**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden melakukan aktivitas *window shopping* (Mengecek harga). Dari hasil kuesioner ini dapat disimpulkan bahwa pengguna membutuhkan informasi mengenai produk secara *detail*, sehingga pengguna bisa membandingkan antar produk sejenis.

7. Seberapa sering Anda melakukan aktivitas tersebut di *website* toko online?

Table 5. Pertanyaan Nomor 7

		Jarang	Cukup	Sering
Aktivitas	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%
Window shopping (Mengecek harga)	146 / 79,35%	49 / 26,63%	61 / 33,15%	36 / 19,57%
Berbelanja	125 / 67,93%	43 / 23,37%	53 / 28,80%	29 / 15,76%
Mencari promo	111 / 60,33%	36 / 19,57%	49 / 26,63%	26 / 14,13%
Mencari inspirasi	58 / 31,52%	21 / 11,41%	26 / 14,13%	11 / 5,98%
Memasang iklan	17 / 9,24%	4 / 2,17%	7 / 3,80%	6 / 3,26%
Berjualan	2 / 1,09%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	2 / 1,09%

Angka persentase mengacu pada total responden yaitu 184 orang. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa sering responden mengakses *website* untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang bersangkutan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden melakukan *window shopping* 2-3 kali dalam 1 bulan, berbelanja 2-3 kali dalam 1 bulan, mencari promo 2-3 kali dalam 1 bulan.

8. Pada saat Anda melakukan aktivitas tersebut, apa jenis produk yang paling sering diakses?

\*Jawaban dapat lebih dari 1

Table 6. Pertanyaan Nomor 8 berdasarkan Aktivitas

	Total Responden	Komputer	Perangkat Elektronik	Aplikasi	Fashion	Buku
Aktivitas	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%
Window shopping (Mengecek harga)	146 / 79,35%	123 / 66,85%	105 / 57,07%	73 / 39,67%	64 / 34,78%	37 / 20,11%
Berbelanja	125 / 67,93%	106 / 57,61%	80 / 43,48%	61 / 33,15%	53 / 28,80%	32 / 17,39%
Mencari promo	111 / 60,33%	101 / 54,89%	80 / 43,48%	59 / 32,07%	47 / 25,54%	27 / 14,67%
Mencari inspirasi	58 / 31,52%	50 / 27,17%	50 / 27,17%	37 / 20,11%	23 / 12,50%	24 / 13,04%
Memasang iklan	17 / 9,24%	15 / 8,15%	11 / 5,98%	8 / 4,35%	7 / 3,80%	5 / 2,72%
Berjualan	2 / 1,09%	2 / 1,09%	0 / 0,00%	1 / 0,54%	0 / 0,00%	0 / 0,00%

Table 7. Pertanyaan Nomor 8 berdasarkan Jenis Produk

	Total Responden	Berbelanja	Memasang iklan	Mencari inspirasi	Mencari promo	Window shopping (Mengecek harga)	Berjualan
Jenis Produk	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%	184 / 100,00%
Komputer	154 / 83,70%	106 / 57,61%	15 / 8,15%	50 / 27,17%	101 / 54,89%	123 / 66,85%	2 / 1,09%
Perangkat Elektronik	119 / 64,67%	80 / 43,48%	11 / 5,98%	50 / 27,17%	80 / 43,48%	105 / 57,07%	0 / 0,00%
Aplikasi	89 / 48,37%	61 / 33,15%	8 / 4,35%	37 / 20,11%	59 / 32,07%	73 / 39,67%	1 / 0,54%
Fashion	81 / 44,02%	53 / 28,80%	7 / 3,80%	23 / 12,50%	47 / 25,54%	64 / 34,78%	0 / 0,00%
Buku	42 / 22,83%	32 / 17,39%	5 / 2,72%	24 / 13,04%	27 / 14,67%	37 / 20,11%	0 / 0,00%
Seni	30 / 16,30%	20 / 10,87%	3 / 1,63%	15 / 8,15%	22 / 11,96%	24 / 13,04%	1 / 0,54%
Perkakas	23 / 12,50%	17 / 9,24%	4 / 2,17%	11 / 5,98%	20 / 10,87%	20 / 10,87%	0 / 0,00%
Film	12 / 6,52%	10 / 5,43%	1 / 0,54%	8 / 4,35%	7 / 3,80%	10 / 5,43%	0 / 0,00%
Jasa	10 / 5,43%	8 / 4,35%	3 / 1,63%	6 / 3,26%	8 / 4,35%	9 / 4,89%	0 / 0,00%

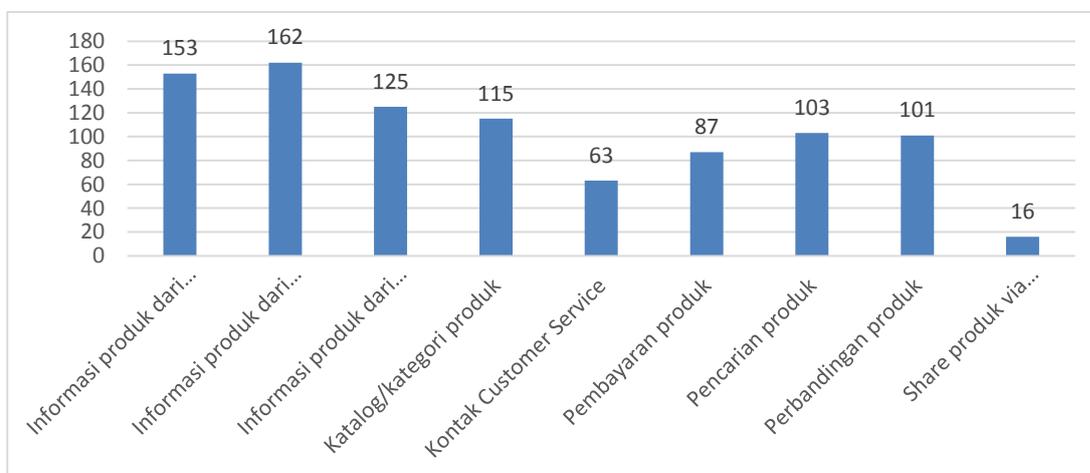
Angka persentase mengacu pada total responden yaitu 184 orang. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui jenis produk yang paling sering diakses berdasarkan aktivitas yang dilakukan oleh responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden sering mengecek harga dan berbelanja Komputer/*gadget*, perangkat elektronik dan aplikasi. Hasil kuesioner pertanyaan ini dapat dijadikan saran kepada perusahaan mengenai jenis produk yang akan lebih difokuskan pada *website* ini.

**9. Fitur apa dari *website* toko *online* tersebut yang membantu Anda?**

\*Jawaban dapat lebih dari 1

**Table 8. Pertanyaan Nomor 9**

Jawaban	Jumlah Responden	Presentase
Informasi produk dari konsumen (rating, komentar)	153	83.15%
Informasi produk dari penjual (harga, gambar, deskripsi)	162	88.04%
Informasi produk dari sistem (produk sejenis, produk terlaku, produk paling sering dilihat, produk yang dilihat berikutnya)	125	67.93%
Katalog/kategori produk	115	62.50%
Kontak <i>Customer Service</i>	63	34.24%
Pembayaran produk	87	47.28%
Pencarian produk	103	55.98%
Perbandingan produk	101	54.89%
<i>Share</i> produk via Facebook/Twitter/lainnya	16	8.70%
<b>Total</b>	<b>184</b>	<b>100%</b>

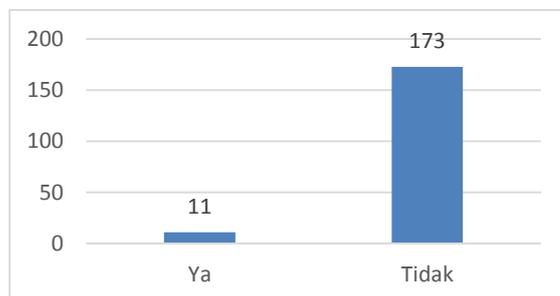


**Gambar 6. Histogram Pertanyaan Nomor 9**

Angka persentase mengacu pada total responden yaitu 184 orang. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui fitur-fitur yang diperlukan dalam aplikasi. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar *user* berpendapat bahwa semua fitur yang telah disebutkan dianggap perlu dalam aplikasi Binus Store, terutama fitur informasi produk dari penjual, informasi produk

dari konsumen dan informasi produk dari sistem merupakan fitur yang paling dibutuhkan oleh aplikasi Binus Store.

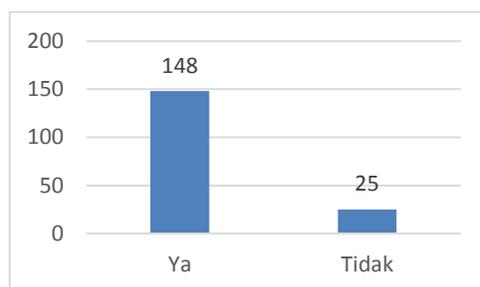
**10. Apakah Anda pernah mengetahui/mengunjungi *website gallery* yang menampilkan hasil karya suatu institusi pendidikan yang menyerupai *website toko online*?**



**Gambar 7. Histogram Pertanyaan Nomor 10**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui berapa banyak responden yang pernah mengetahui/mengunjungi *website gallery* yang menampilkan hasil karya suatu institusi pendidikan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, sebagian besar responden tidak pernah mengetahui/mengunjungi *website gallery* yang menampilkan hasil karya suatu institusi pendidikan.

**11. Apabila ada *website gallery* (yang menampilkan hasil karya dosen/karyawan/mahasiswa) khusus untuk institusi pendidikan yang menyerupai *website toko online* umum, apakah Anda ingin mengunjungi situs tersebut?**

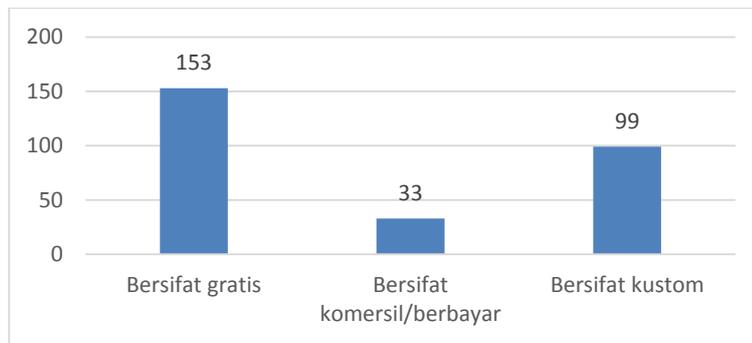


**Gambar 8. Histogram Pertanyaan Nomor 11**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui berapa banyak responden yang ingin mengunjungi situs yang menampilkan hasil karya dosen/karyawan/mahasiswa. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, sebagian besar responden mau untuk mengunjungi situs yang menampilkan hasil karya dosen/karyawan/mahasiswa maka responden merupakan target yang sesuai untuk analisis kebutuhan *user*.

**12. Sifat hasil karya seperti apa yang Anda inginkan pada *website gallery* tersebut?**

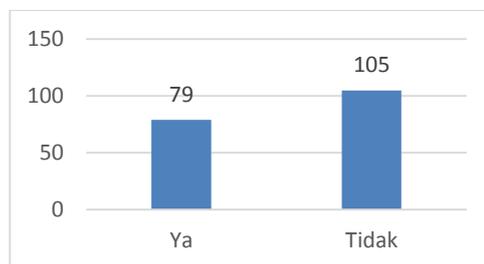
\*Jawaban dapat lebih dari 1



**Gambar 9. Histogram Pertanyaan Nomor 12**

Angka persentase mengacu pada total responden yaitu 184 orang. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui sifat hasil karya yang responden inginkan pada aplikasi Binus Store. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden ingin hasil karya bersifat gratis, disusul oleh bersifat kustom kemudian bersifat komersil/berbayar. Hasil dari kuesioner dapat dijadikan saran kepada perusahaan.

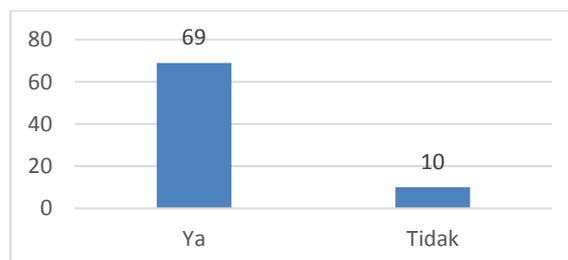
**13. Apakah Anda memiliki hasil karya selama di institusi pendidikan?**



**Gambar 10. Histogram Pertanyaan Nomor 13**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui berapa banyak responden yang memiliki hasil karya selama di institusi pendidikan yang nantinya akan digunakan untuk menjawab pertanyaan nomor 14 yaitu persentase minat menampilkan hasil karya pada *website gallery* institusi pendidikan.

**14. Apakah Anda tertarik untuk menampilkannya di *website gallery* tersebut?**

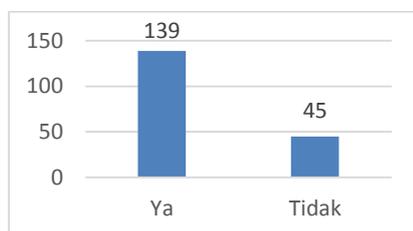


**Gambar 11. Histogram Pertanyaan Nomor 14**

Pertanyaan 14 merupakan pertanyaan kelanjutan dari pertanyaan 13 yang menyatakan memiliki hasil karya selama di institusi pendidikan. Angka persentase mengacu pada total responden yaitu 184 orang. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui berapa banyak

responden yang tertarik untuk menampilkannya di *website gallery*. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden tertarik untuk menampilkannya di *website gallery* maka responden merupakan target yang sesuai untuk analisis kebutuhan *user*.

**15. Jika Anda sudah menampilkannya atau terdapat hasil karya yang menarik di *website gallery* tersebut, apakah Anda mau men-*share link*-nya melalui situs *social network*?**

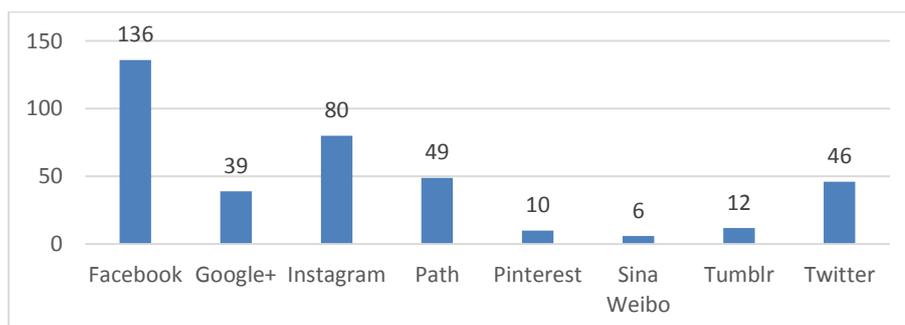


**Gambar 12. Histogram Pertanyaan Nomor 15**

Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui berapa banyak responden yang ingin men-*share link*-nya melalui situs *social network*. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden mau men-*share link*-nya melalui situs *social network* maka responden merupakan target yang sesuai untuk analisis kebutuhan *user*.

**16. Jika Ya, Anda akan men-*share link* produk ke *social network* apa?**

\*Jawaban dapat lebih dari 1



**Gambar 13. Histogram Pertanyaan Nomor 16**

Pertanyaan 16 merupakan pertanyaan kelanjutan dari pertanyaan 15 yang menyatakan tertarik untuk membagi informasi hasil karya pada institusi pendidikan. Angka persentase mengacu pada total responden yaitu 184 orang. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui situs sosial yang akan di-*share link*-nya oleh responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, mayoritas responden yang melakukan *share* ke situs Facebook, sedangkan situs sosial Sina Weibo yang paling sedikit digunakan oleh responden maka hasil dari kuesioner akan dijadikan pertimbangan situs sosial yang akan di-*share link*-nya oleh aplikasi.

### A.3 Perancangan User Interface

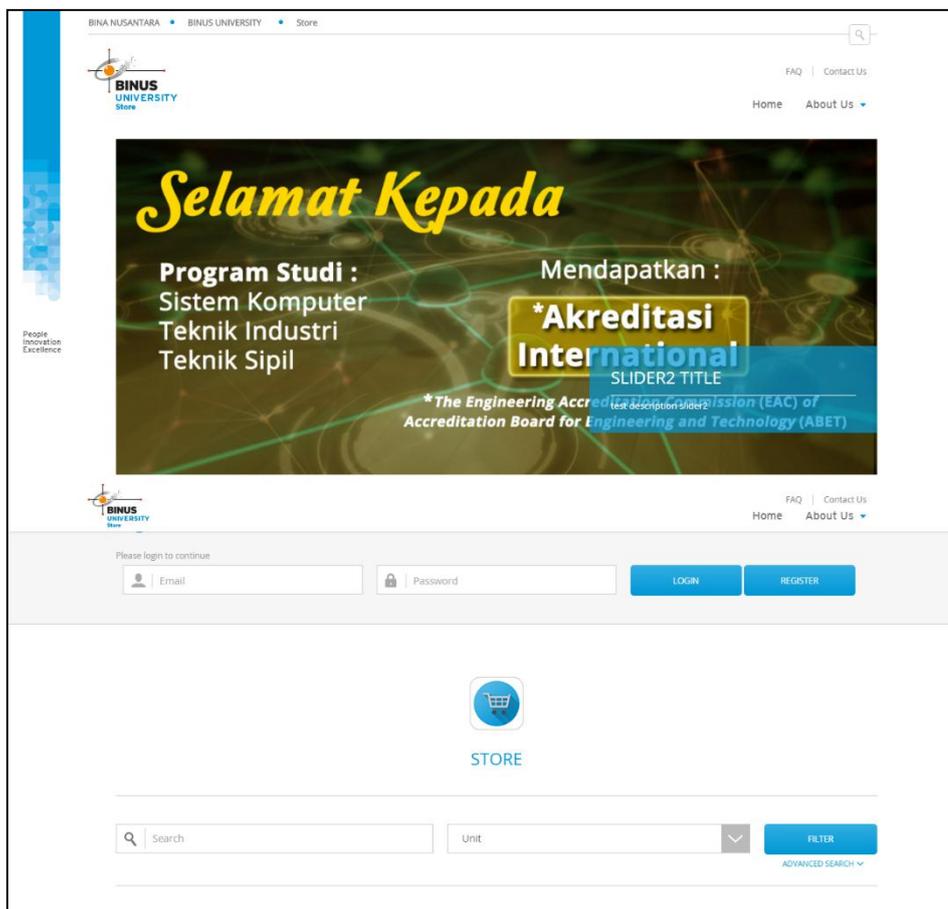
Perancangan user interface dan prototipe sudah dapat diakses di:

**<http://store.binus.ac.id>**

Adapun Jurusan dan Center sedang melakukan ujicoba awal terhadap prototipe tersebut. Halaman pada prototipe tersebut ditampilkan pada gambar berikut.

#### 1. Halaman Home

Halaman ini merupakan halaman awal yang berisi *menu-menu* dan *slider* yang dapat berisi informasi maupun iklan dan juga berisi gambar, nama, dan deskripsi produk yang dikumpulkan berdasarkan kategori produk.



(a)

## SOFTWARE

 <p><b>The Aceman : Wildlife Agent</b></p> <p>Written by <a href="#">Hotel Management</a></p> <p>Games Rp. 1,-</p>	 <p><b>Garuda Kids</b></p> <p>Written by <a href="#">Computer Science</a></p> <p>Games Rp. 1,-</p>	 <p><b>Indonesian Lemmatizer</b></p> <p>Written by <a href="#">Computer Science</a></p> <p>Games Rp. 1,-</p>	 <p><b>Congklak Game</b></p> <p>Written by <a href="#">Computer Science</a></p> <p>Games Rp. 1,-</p>
---	---	---	--

[VIEW ALL SOFTWARE](#)



## MOST VIEWED

 <p><b>The Aceman : Wildlife Agent</b></p> <p>by <a href="#">Hotel Management</a></p> <p>Games Rp. 1,-</p>	 <p><b>Q-Mobile</b></p> <p>by <a href="#">DKV Animation</a></p> <p>Enterprise Rp. 1,-</p>	 <p><b>Garuda Kids</b></p> <p>by <a href="#">Computer Science</a></p> <p>Games Rp. 1,-</p>	 <p><b>Affixed Word and Root Word</b></p> <p>by <a href="#">Computer Science</a></p> <p>Enterprise Rp. 1,-</p>
---	--	---	--

**GET CONNECTED WITH SOCIAL MEDIA**

Let's relentlessly connected and get caught up each other.





Sample Tweet

2 days · reply · retweet · favorite



More From **BINUS EDUCATION**

Select Program ▼

SAY HI! or... **SEND YOUR QUESTION**

BINUS UNIVERSITY  
Jl. K. H. Syahdan No. 9, Kemanggisari, Palmerah  
Jakarta 11480 Indonesia  
Phone +62 21 534 5830, +62 21 535 0660  
Fax +62 21 530 0244



(b)

**Gambar 14. Tampilan Halaman *Home* (a) bagian atas dan (b) bagian bawah**

## 2. Halaman Product Detail

Halaman ini daftar penjelasan produk Binus Store yang lebih *mendetail*, selain itu, juga bisa melakukan fitur membagi produk tersebut ke *social media* beserta melakukan komentar terhadap produk tersebut.

The screenshot shows the product detail page for 'THE ACEMAN : WILDLIFE AGENT' on the Binus Store website. The page features a header with the Binus University logo and navigation links. The product title is 'THE ACEMAN : WILDLIFE AGENT' with a rate of 5 stars (0 reviews) and a price of FREE. Below the title are social media sharing icons for Facebook and Twitter. The main content area displays two images: the top one is the game's title screen showing a character in a zoo setting, and the bottom one is a screenshot of the game's platformer level. To the right of the images is a detailed product information sidebar. This sidebar includes the publisher 'Hotel Management', categories 'Games' and 'Education', product ID 'SW0000003', release date '07 March 2015', and a description of the game as an informative educational platformer about wildlife protection in Indonesia. It also lists features like social campaign integration, a storyline, and offline playability. The sidebar concludes with the language 'A4' and format 'English', along with a 'CONTACT' button.

BINA NUSANTARA • BINUS UNIVERSITY • Store

FAQ | Contact Us

BINUS UNIVERSITY Store

Home | About Us

THE ACEMAN : WILDLIFE AGENT

Rate ★★★★★ (0) FREE

f t

People Innovation Excellence

**THE ACEMAN**  
: WILDLIFE AGENT

START  
UPGRADE  
STORY  
LEVEL  
EXIT

00037M  
000

PUBLISHED BY  
• Hotel Management

CATEGORIES  
Games

SUB CATEGORIES  
Education

SUB CATEGORIES  
Education

PRODUCT ID  
SW0000003

RELEASE DATE  
07 March 2015

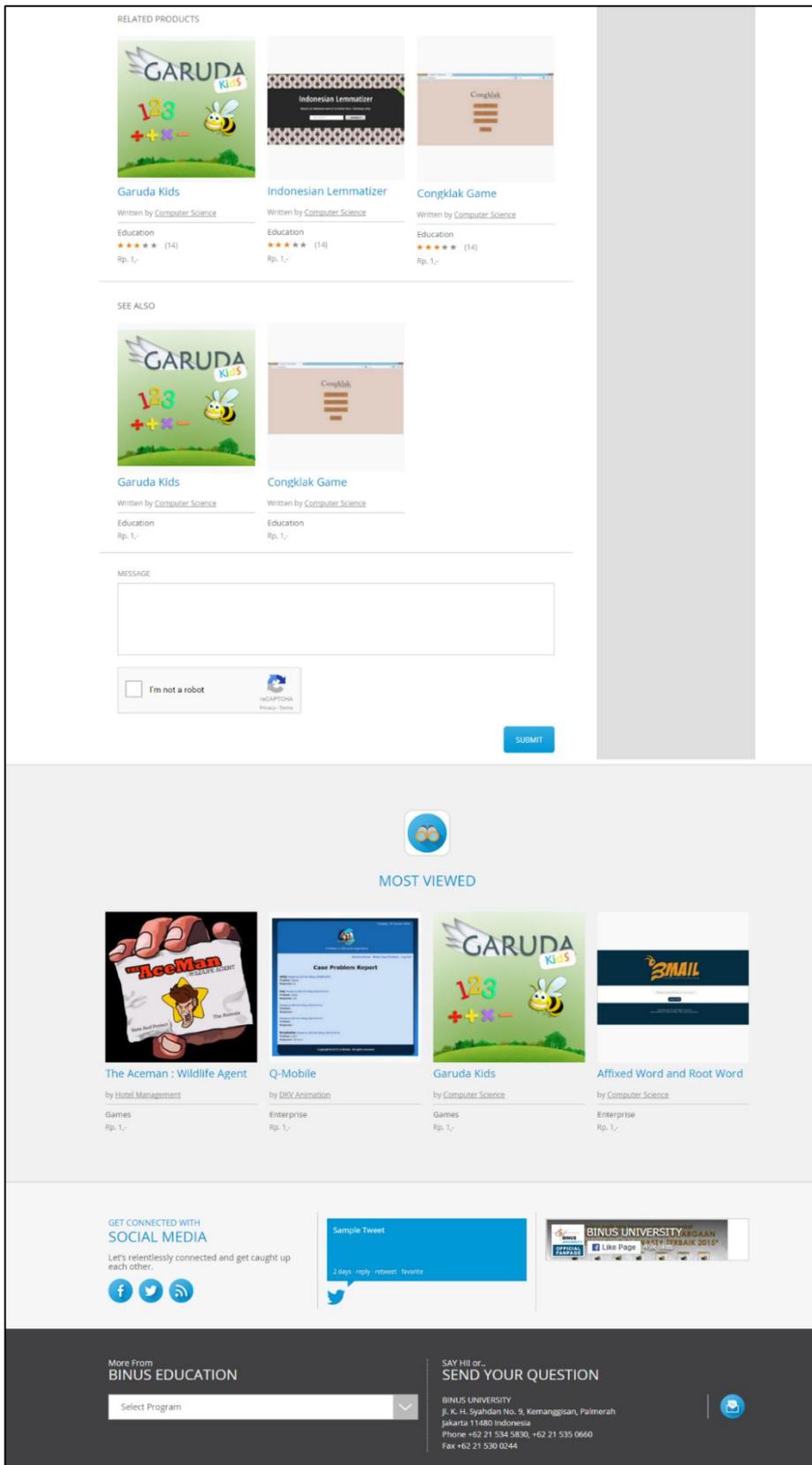
DESCRIPTION  
The Aceman: Wildlife Agent is an informative educational game about the protection of animals. This game provides a knowledge about animals protected in Indonesia. Besides combining the features endless running with social campaigns. This game also has a storyline, that is about a group of people who want to hunt animals that are protected, and The Aceman has the task of freeing the animals. Features: + Endless running game. + Storyline about The Aceman, and how to save the animals. + Be found an information about the protected animals in Indonesia. + Of course music, and sound effects. + Offline connection is required! It means this game won't use any internet connection at all.

LANGUAGE  
A4

FORMAT  
English

CONTACT

(a)



(b)

Gambar 15. Tampilan Halaman *Product Detail* (a) bagian atas dan (b) bagian bawah