

## ABSTRAK

Pertumbuhan UMKM di Indonesia cukup berkembang pesat. Waralaba yang merupakan salah satu sektor UMKM memiliki pertumbuhan 8%-10% setiap tahunnya. Sehingga perkembangan waralaba dijadikan suatu alternatif pengembangan usaha di Indonesia. Adanya peluang itu menghadirkan banyak platform *e-marketing* untuk membantu waralaba dalam melakukan pemasaran, namun dalam prakteknya tidak memperhatikan kebutuhan user sehingga solusi yang diberikan tidak tepat sasaran. Penelitian ini berfokus pada pengembangan *user experience* (UX) sistem pemasaran waralaba pada startup Kakilima menggunakan metode *five plane user experience elements*, pemilihan metode didasari oleh karakteristik dalam implementasi *user experience* yang linear terhadap strategi bisnis kakilima. 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 *Unified Modelling Language* (UML) dilakukan pada *structure plane*. Prototipe *low fidelity* dan *high fidelity* dibuat pada bagian *skeleton plane* dan *surface plane* menghasilkan keluaran berupa wireframe dan prototipe yang bisa dioperasikan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan *usability testing* dengan teknik *think-aloud*. Hasil dari evaluasi menghasilkan saran untuk pengembangan prototipe menuju pengembangan platform *e-marketing* Kakilima yang dapat memenuhi kebutuhan pemasaran waralaba.

Kata kunci: *user experience*, waralaba, *e-marketing*, *five planes experience*, UMKM