

# Analisis Proses Pengembangan Elemen-elemen Mikro Concept Design di Perusahaan Start Up (Studi Kasus Pada Perusahaan StartUp KDI “Kaos Dakwah Islami”)

**Yoga Kusuma Wardana Putra<sup>1</sup>,**

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia  
Yogakusuma1994@gmail.com

**Anjar Priyono, Ph. D<sup>2</sup>,**

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia  
Anjar.priyono@uii.ac.id

## *Abstrak*

*Startup ialah perusahaan atau bisnis yang belum lama terbentuk. Perusahaan ini biasanya masih dalam proses pengembangan dan riset untuk menemukan pasar yang tepat. Saat ini ada banyak sekali startup yang mulai bermunculan dan menjamur. Start up bisnis, banyak yang mengartikan bahwa ini adalah sebuah sistem investasi bisnis yang akan menggerakkan bisnis secara otomatis. Namun startup itu lebih condong pada pembangunan sistem bisnis era digital yang mana mengkaitkan dengan dunia online. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pengembangan elemen-elemen mikro konsep desain diperusahaan startup. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif studi kasus dengan objek penelitian pada perusahaan startup kaos dakwah islami. Analisis data dilakukan dengan triangulasi dari hasil dokumentasi, wawancara dan observasi langsung oleh penulis. Studi ini diharapkan menyumbangkan masukan dalam pengembangan bagi para pelaku startup.*

**Kata kunci—** Konsep desain, Start up, Pengembangan, Elemen mikro

*Startup is a company or business that has recently formed. The company is usually still in the process of developing and researching to find the right markets. Currently there are a lot of startups that start popping up and mushrooming. Start up business, many of which mean that this is a business investment system that will drive the business automatically. But the startup is more inclined to the development of a digital business system era which is linked to the online world. The purpose of this paper is to know how the process of developing the micro elements of the concept of design in the company startup. This research is done by qualitative approach of case study with object of research at startup company of Islamic da'wah shirt. Data analysis is done by triangulation from result of documentation, interview and direct observation by writer. This study is expected to contribute input in the development for the startup actors.*

**Keywords—** Design concept, Start up, Development, Micro elements

## PENDAHULUAN

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya dunia baru yang disebut dunia maya. Di dunia maya, setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lain tanpa batasan apapun yang dapat menghalanginya. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, kini muncul transaksi yang menggunakan media internet untuk menghubungkan produsen dan konsumen. Transaksi bisnis melalui internet lebih dikenal dengan nama *e-business* dan *e-commerce*. Melalui *e-commerce*, seluruh manusia di muka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya. Dengan berkembangnya bisnis melalui media *online* didukung oleh penetrasi internet yang sangat cepat banyak perusahaan-perusahaan baru dengan *platform website* (berbasis situs) bermunculan, perusahaan-perusahaan tersebut disebut *startup*. *Startup* adalah perusahaan atau bisnis yang belum lama terbentuk. Perusahaan ini biasanya masih dalam proses pengembangan dan riset untuk menemukan pasar yang tepat. Saat ini ada banyak sekali *startup* yang mulai bermunculan dan menjamur. *Startup* bisnis, banyak yang mengartikan bahwa ini adalah sebuah system investasi bisnis yang akan menggerakkan bisnis secara otomatis. namun *startup* itu lebih condong pada pembangunan system bisnis era digital yang mana mengkaitkan dengan dunia online. Berdasarkan latar belakang diatas maka dalam penelitian ini akan di bahas mengenai pengembangan elemen-elemen mikro concept design di perusahaan startup.

## KAJIAN TEORI

Menurut Arjanti dan Mosal (2012) *startup* merupakan perusahaan berbasis teknologi informasi yang menyediakan jasa atau produk mereka melalui *offline* atau *online*, disebutkan juga bahwa dengan berkembangnya keadaan jaman sekarang *startup* lebih dikenal dengan perusahaan kecil yang memiliki *hosting* dan *domain* berupa *website* atau *blog*. Dalam kegiatan bisnis, mutlak diperlukan suatu model agar bisnis tersebut dapat berjalan. Model tersebut menentukan bagaimana cara dan nilai apa saja yang ditambahkan oleh suatu perusahaan dalam menawarkan produk maupun jasa yang ditawarkan. Model bisnis berasal dari jurnalis keuangan Michael Lewis, yang dalam artikelnya meramalkan bahwa perusahaan masa depan akan didasarkan pada model bisnis yang terhubung hanya dengan internet. David T. Teece (2010) menganggap bahwa “model bisnis masih belum memiliki landasan teoretis yang tetap dalam ekonomi. “Sangat sulit untuk mengidentifikasi proses dan komponen itu, yang mana diperlukan untuk bisnis dan akan menentukan penciptaan nilai dalam perusahaan secara komprehensif dan secara fundamental.

David Watson (2005) menunjukkan dan mengevaluasi model bisnis melalui enam komponen: pesaing, pelanggan, ekonomi, manajemen, produk dan pemasok. Dia menawarkan wawasan baru dan tidak biasa ke dalam setiap komponen. Pesaing didefinisikan oleh hambatan masuk ke pasar, ancaman produk pengganti, persaingan dalam industri dan keuntungan menjadi yang pertama di pasar Indonesia. Pelanggan dievaluasi sesuai dengan karakteristik mereka, jenis kontrak dan tingkat pembayaran. Ekonomi perusahaan dianalisis mempertimbangkan untuk akuisisi, skala ekonomi, penghasilan pertumbuhan perusahaan lain, dividen dan breakpoint. Manajemen dievaluasi oleh pandangan moral, pemeriksaan konflik, aturan akuntansi, kesuksesan di masa lalu dan hubungan dengan mitra. Analisis produk difokuskan pada loyalitas merek, keunggulan kompetitif, penciptaan produk baru, diferensiasi, tempat penjualan dan inovasi rantai nilai. Pemasok ditentukan oleh kekuatan negosiasi dan pembelian oportunistik mereka.

Konsep Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, disebut Canvas (2009), mendefinisikan model bisnis menggunakan sembilan komponen: segmen pelanggan, hubungan

pelanggan, distribusi saluran, proposisi nilai, sumber daya utama, kegiatan utama, mitra, struktur biaya, dan pendapatan aliran. Kanvas adalah alat visualisasi yang kuat dan jelas menunjukkan semua komponen dan komponennya interkoneksi.

Daya saing yang menentukan dalam dunia yang semakin kompleks dan berkembang pesat mungkin juga merupakan kemampuan untuk berpindah dari satu model bisnis ke model bisnis yang lain dengan cepat dan sukses (Mitchell dan Coles, 2003). Tetapi hanya ada sedikit alat yang tersedia untuk membantu perusahaan dalam berinovasi model bisnis mereka.

Proses Inovasi Model Bisnis Cambridge (CBMIP) adalah kerangka pemandu yang komprehensif yang keduanya menunjukkan peta kegiatan dan tantangan apa yang umumnya diharapkan ketika terlibat dalam inovasi model bisnis yang berkelanjutan dan alat untuk menetapkan dan merencanakan fase yang berbeda dan mengidentifikasi tantangan yang disesuaikan untuk kebutuhan dan konteks spesifik perusahaan. Geissdoerfer (2017) menyatakan bahwa ada delapan langkah dalam menentukan model bisnis :

- 1) Ide
- 2) Desain Konsep
- 3) Prototype Virtual
- 4) Bereksperimen
- 5) Desain detail
- 6) Uji coba
- 7) Peluncuran
- 8) Penyesuaian dan diversifikasi

## METODE PENELITIAN

Salah satu jenis penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (*Case Study*). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk tetap holistik dan signifikan. Menurut Arikunto (2013), metode penelitian adalah cara yang digunakan peneliti dalam dalam mengumpulkan data penelitian. Penelitian yang dilakukan penulis dengan judul Analisis Pengembangan Proses Elemen-elemen mikro *Concept Design* di Perusahaan Start Up? adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan kasus. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang menghasilkan data yang bersifat deskriptif (penggambaran yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari setiap perilaku orang-orang yang diamati).

Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain data dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber (Nawawi, 2003). Sebagai sebuah studi kasus maka data yang dikumpulkan berasal dari berbagai sumber dan hasil penelitian ini hanya berlaku pada kasus yang diselidiki. Lebih lanjut Arikunto (1986) mengemukakan bahwa metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit.

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus karena desain ini merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) didalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2008).

Data yang dikumpulkan dalam studi kasus ini adalah wawancara, dan observasi

langsung ke lapangan. Juga, setidaknya tiga anggota organisasi diwawancarai untuk triangulasi data. Ini memungkinkan peneliti untuk melakukan triangulasi data dalam beberapa studi kasus.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

- a. Analisis deskriptif yaitu dengan menggambarkan pengembangan elemen-elemen mikro *concept design* perusahaan *startup* KDI.
- b. Analisis penjadohan pola (*pattern matching*). Analisis ini, menurut Yin (2011), membandingkan pola yang didasarkan atas empirik dengan pola yang diprediksikan. Jika kedua pola ini ada persamaan, hasilnya menguatkan validitas internal studi kasus yang bersangkutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

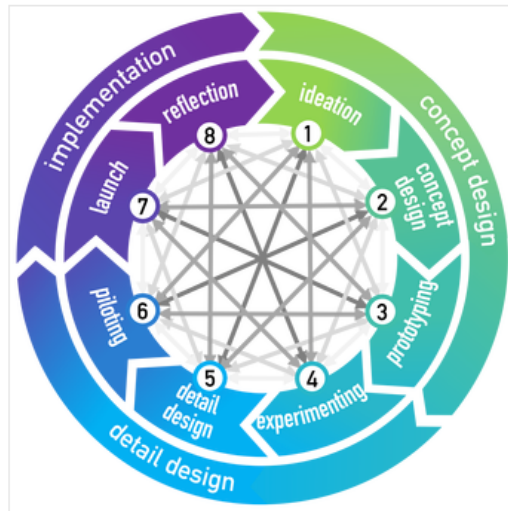
KDI adalah perusahaan *startup* yang berbasis di Bekasi. KDI menawarkan produk berupa kaos yang didesain *seinovatif* mungkin dan selalu bernuansa dakwah. Perusahaan ini berfokus untuk berdakwah sekaligus juga mendapatkan penghasilan. Konsep yang diusung KDI adalah bahwa berdakwah tak harus dengan ceramah.

Perusahaan mulai dengan visi untuk berdakwah menggunakan media kaos yang saat ini masih sangat diminati baik dikalangan anak muda maupun orang dewasa. Pendiri telah melakukan diskusi sebelumnya dan membuat sketsa beberapa ide tentang bagaimana mengatasi tantangan untuk berdakwah namun tak harus ceramah dan setelah terbentuknya KDI ini tantangan selanjutnya yang harus dihadapi adalah bagaimana perusahaan KDI ini tetap eksis dan diminati oleh konsumen. Tetapi ide-idenya agak terfragmentasi dan berdasarkan pada masing-masing persepsi subjektif pendirinya tentang tantangan dan solusi potensinya.

Berdasarkan CBMIP, sebuah lokakarya dilakukan dengan pendiri yang mencakup tiga fase pertama dari kerangka kerja: (1) ideasi, (2) desain konsep, dan (3) prototipe virtual. Masing-masing tahap dilakukan dalam sesi individu di hari yang berbeda, mengikuti prosedur modifikasi dari pendekatan nilai ideasi yang diperluas oleh Model Bisnis Kanvas.

Seperti yang ditunjukkan pada bagian sebelumnya, CBMIP mencakup fase desain konsep KDI, yang terdiri dari ide, desain konsep, dan kegiatan prototyping virtual. Proses ini terbukti sangat berharga bagi pendiri, memberikan pendekatan yang lebih sistemik untuk generasi SBM-nya.

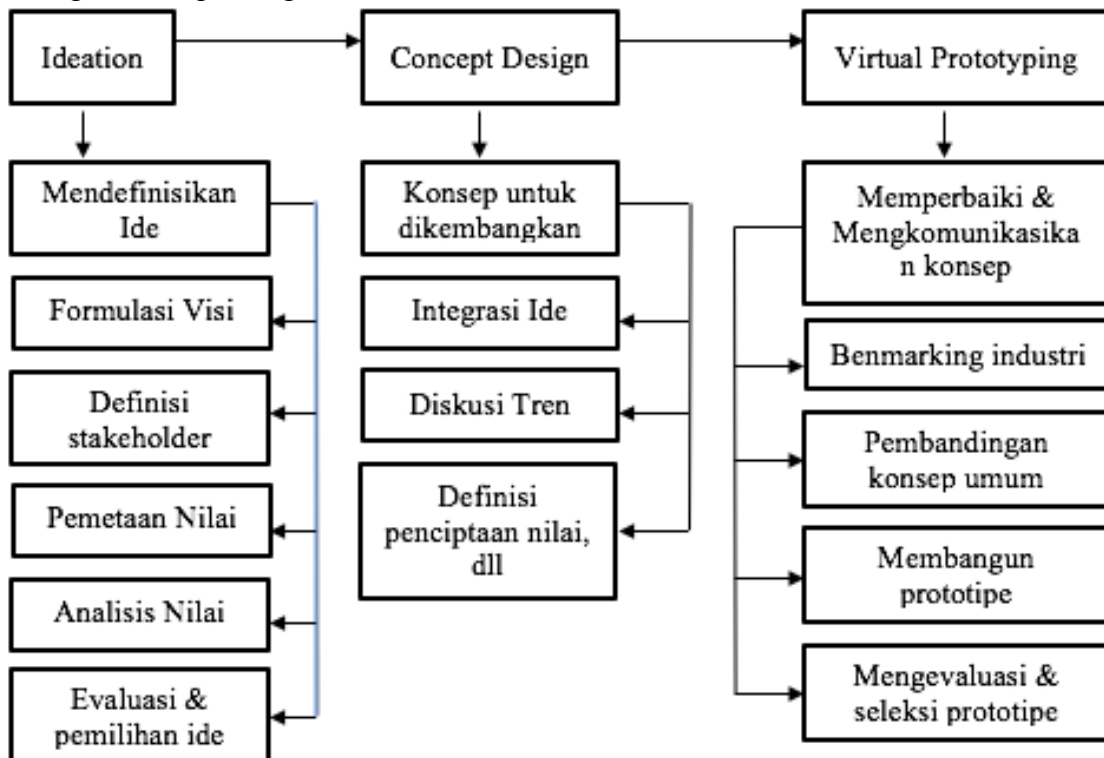
Meskipun lokakarya dilakukan untuk menyusun dan memfasilitasi proses konseptualisasi model bisnis, keseluruhan prosesnya jauh dari linier. Beberapa iterasi dan putaran umpan balik ke tahapan sebelumnya terjadi selama dan setelah lokakarya. Gambar dibawah mengilustrasikan pengamatan ini dan menunjukkan sifat melingkar dari keseluruhan proses.



Gambar : CBMIP bersifat sirkular dan berulang

Di KDI, seperti kebanyakan perusahaan, proses inovasi model bisnis bukanlah peristiwa tunggal tetapi akan diikuti oleh yang lain untuk mengatasi tantangan dan peluang dari lingkungannya dan mengidentifikasi sumber daya dan kemampuan baru atau yang kurang dimanfaatkan. Namun, hanya hasil dari tahap desain konsep yang dianalisis dalam penelitian ini. Tahap-tahap berikutnya yaitu desain rinci dan implementasi serta interaksi akan lebih baik dipahami di seluruh pengembangan KDI.

Berikut digambarkan langkah-langkah perusahaan KDI dalam membentuk kerangka concept design :



Tahap pertama adalah *ideation* dalam tahap ini pendiri mendefinisikan ide untuk membentuk sebuah perusahaan. Dalam membentuk dan membangun perusahaan dibutuhkan visi yang jelas untuk diterapkan dan dicapai diperusahaan, setelah ide dan visi terbentuk langkah selanjutnya adalah mendefinisikan *stakeholder* yang akan terlibat dalam perusahaan tersebut, kemudian memetakan nilai yang akan diterapkan baik dalam perusahaan maupun dalam produk yang dihasilkan setelah nilai-nilai yang diinginkan tertata kemudian dianalisis hingga ketemu nilai utamanya. Langkah terakhir dalam tahap *ideation* ini adalah mengevaluasi dan memilih ide yang paling tepat & sesuai dengan visi dan nilai-nilai yang diharapkan.

Tahap kedua adalah *concept design* dalam tahap kedua setelah mengetahui ide perlu dilakukan pengembangan ide tersebut perlu dikembangkannya konsep untuk mengeksekusi ide tersebut. Langkah pertama adalah dengan mengintegrasikan ide, menentukan sebuah system yang utuh untuk ide-idenya. Kemudian mendiskusikan tren yang sedang terjadi, dengan melakukan diskusi tren baik tren teknologi maupun umum akan membantu dalam menentukan strategi yang akan dilakukan dalam proses pengembangan perusahaan. Langkah terakhir dalam tahap ini adalah mendefinisikan penciptaan nilai, yaitu penambahan nilai baru terhadap ide yang sudah dihasilkan dalam tahap *ideation* untuk menghasilkan produk/jasa yang lebih cepat, lebih tepat, lebih efisien, lebih bermutu, lebih responsif, dan lebih fleksibel.

Tahap ketiga adalah *virtual prototyping* dalam tahap ini langkah awal yang perlu dilakukan adalah dengan *benchmarking industry* yaitu proses membandingkan kinerja proses bisnis dan metrik termasuk biaya, siklus waktu, produktivitas, atau kualitas yang lain secara luas. Tujuan dari dilakukannya benchmarking ini adalah untuk mengidentifikasi, memahami, dan secara kreatif mengembangkan proses, produk, layanan, untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kemudian setelah ide, visi, konsep dan nilai-nilai ditentukan langkah selanjutnya adalah membangun prototype. sebuah prototype dibuat khusus untuk pengembangan sebelum dibuat dalam skala sebenarnya atau belum diproduksi secara massal. Dalam perusahaan KDI prototype yang dibuat adalah kaos dengan desain dakwah di setiap produknya. Desain yang dibuat pun berinovasi dan dalam jumlah yang terbatas. Setelah ada beberapa prototype langkah selanjutnya adalah mengevaluasi dan menseleksi prototype tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Kerangka kerja ini akan menyediakan template untuk pengembangan alat untuk mengatasi tantangan yang dihadapi perusahaan dan dengan demikian berkontribusi untuk mengatasi kesenjangan desain implementasi.
2. Setelah perbaikan dan pengujian lebih lanjut, kerangka ini akan memandu perusahaan melalui proses inovasi model bisnisnya dan memetakan aktivitas dan mode kegagalan potensial.
3. Dengan menggunakan model bisnis cambridge ini akan sangat membantu pendiri perusahaan dalam menentukan konsep apa yang sesuai dan akan dijalankan.
4. Dengan menggunakan bisnis model cambridge dapat meminimalisir kegagalan dalam mengintegrasikan ide dan mengeksekusi ide tersebut.

## SARAN

Saran dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Sebelum membangun sebuah bisnis perlu dilakukan riset yang mendalam. Bisnis model cambridge bisa digunakan untuk acuan dalam mendesain bisnis.
2. Model bisnis cambridge memiliki 3 tahap yaitu concept design, detail design, dan implementation, dalam prosesnya pada tahap pertama ini harus dimatangkan dahulu sebelum lanjut ke tahap selanjutnya.
3. Dalam penelitian ini hanya hasil dari tahap desain konsep yang dianalisis, tahap-tahap berikutnya yaitu desain rinci dan implementasi serta interaksi akan lebih baik dipahami diseluruh pengembangan KDI.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1986). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Bina Aksara
- Arikunto, S. (2013). *“Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arjanti, Restuti Ajeng & Mosal, Reney Lendy (2012). *“StartUp Indonesia”*, Kompas, Jakarta.
- Geissdoerfer, M. Savaget, P & Evans, S. (2017). *“The Cambridge Business Model Innovation Process”*. Elsevier B.V. Cambridge, United Kingdom.
- Hadari, Nawawi, (2003). *“Metode Penelitian Bidang Sosial”*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2009). *“Business Model Generation”*. Self Published.
- Teece, D, J. (2010) *“Business Model, Business Strategy and Innovation.”* Long Range Planning.
- Watson, D. (2005). *“Business Models”*. Petersfield: Harriman House Ltd.
- Yin, R. K. (2008). *“Studi Kasus, Desain dan Metode”*, Penerjemah Mudzakir, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Yin, R. K. (2011). *“Qualitative Research From Start to Finish”*. New York. London. The Guilford Press.