

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan kajian literatur yang ada, penelitian yang menggunakan metode *design thinking* telah banyak digunakan. Metode *design thinking* diaplikasikan dengan berbagai macam input penelitian sehingga menghasilkan hasil penelitian yang juga berbeda - beda. Berikut adalah beberapa hasil studi literatur yang telah dilakukan, khususnya pada penelitian yang menggunakan *design thinking* untuk melakukan inovasi ataupun membangun ide dalam bisnis.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Gavriela Vania Tjiabrata pada tahun 2016 yang mengimplementasikan *design thinking* untuk keberlanjutan bisnis perusahaan distributor keramik di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *economy sustainability*, *social sustainability*, dan *environmental sustainability* serta menghasilkan inovasi peningkatan profit guna *business sustainability* bagi objek penelitian yaitu perusahaan distributor keramik di Surabaya. Metodologi yang digunakan untuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara semi terstruktur. Selain itu, pendekatan *design thinking* juga diaplikasikan pada penelitian ini dengan empat tahap *design thinking* yaitu *emphatize*, *define*, *ideate* dan *prototype*. Validitas data dilakukan dengan metode uji triangulasi sumber, yaitu kepada empat narasumber berbeda divisi seperti manajer, *accounting* dan pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah metode *design thinking* berhasil mendesain *business sustainability* dengan berinovasi menciptakan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan berupa kemudahan dan kecepatan mendapatkan informasi dengan adanya *website* perusahaan. (Tjiabrata, 2016).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Tommy Aland Saputra pada tahun 2016 yang membangun model bisnis perusahaan percetakan dengan mengimplementasikan *design thinking*. Subjek penelitian yang diteliti oleh penulis pada penelitian ini adalah perusahaan percetakan yang merupakan *family business* di Surabaya. Masalah yang diangkat adalah sering terjadinya pengembalian barang yang tidak laku yang mengakibatkan harga tidak stabil dan peningkatan biaya produksi. Adapun tujuan pada penelitian ini adalah membangun inovasi model bisnis berbasis *Business Model Canvas* (BMC) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif dan metode eskploratif. Selain itu, pendekatan *design thinking* juga digunakan dengan

empat tahapan *design thinking* yaitu *empathize*, *define*, *ideate* dan *prototype*. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder dengan validitas data menggunakan metode triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini adalah *design thinking* dapat membangun inovasi model bisnis dengan memberikan nilai tambahan pada *Business Model Canvas* di elemen *value proposition*, *customer relationship* dan *key activities*. (Saputra, 2016).

Pada penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Leanne Sobel dan Lars Groeger pada tahun 2012 dengan mengangkat masalah bahwa belum adanya eksplorasi yang signifikan mengenai bagaimana industri desain atau *design thinking* dapat membantu mendorong inovasi desain dan bisnis di tingkat nasional untuk Australia. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang untuk bisnis dan desain industri guna mengeksplorasi potensi kolaborasi melalui *design thinking*. Adapun metodologi yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan menerapkan pendekatan eksplorasi dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan proses pertimbangan dua tahap. Tahap pertama untuk identifikasi dan analisis terhadap data sekunder melalui *literature review* sedangkan tahap kedua berfokus kepada mengumpulkan data primer melalui metode wawancara semi terstruktur. (Sobel & Groeger, 2012)

Beberapa penelitian terdahulu di atas dapat dijadikan sebagai referensi metode dan pembandingan. Berikut penelitian terdahulu yang disajikan dalam Tabel 2. 1.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Literatur		Latar Belakang		Metodologi	Hasil
	Author dan Tahun	Judul	Masalah dan Ruang Lingkup	Tujuan		
1	Gavrila Vania Tjiabrata (2016)	Implementasi <i>Design Thinking</i> untuk <i>Business Sustainability</i> Perusahaan Dsitributor Keramik di Surabaya	Subjek penelitian mengalami penurunan profit setiap tahun dari tahun 2013 – 2015 dikarenakan melemahnya nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat. Objek penelitian adalah distributor keramik di Surabaya dari induk perusahaannya yaitu pabrik pembuatan keramik	Untuk mengetahui <i>economy sustainability, social sustainability, dan environmental sustainability</i> serta menghasilkan inovasi peningkatan profit guna <i>business sustainability</i> bagi objek penelitian.	Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Objek penelitian adalah implementasi <i>design thinking</i> (proses <i>empathize, define, ideate</i> dan <i>prototype</i>) dan <i>business sustainability</i> . Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi terstruktur. Validitas data dilakukan dengan metode uji tringulasi sumber.	Metode <i>design thinking</i> berhasil mendesain <i>business sustainability</i> dengan berinovasi menciptakan nilai tambah bagi pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan berupa kemudahan dan kecepatan mendapatkan informasi melalui <i>website</i> perusahaan.
2	Tommy Aland Saputra (2016)	Implementasi <i>Design Thinking</i> dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Perusahaan Percetakan	Produk yang dipasarkan sering dikembalikan (<i>retur</i>) karena tidak laku, biaya produksi yang meningkat, membuat penetapan harga tidak stabil,	Membangun inovasi model bisnis berbasis Kanvas Model Bisnis dengan implementasi <i>design thinking</i> pada perusahaan	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode eksploratif. Menggunakan <i>design</i>	Implementasi <i>design thinking</i> dapat membangun inovasi model bisnis dengan memberikan nilai tambahan pada elemen <i>value</i>

			ketidakpastian <i>supplier</i> , pelanggan yang tidak setia dan permasalahan dalam mengikuti permintaan pasar yang berubah – ubah. Produk yang paling sukar terjual adalah kotak makanan dan poster. Subjek penelitian adalah perusahaan <i>family business</i> di Surabaya.	percetakan di Surabaya.	<i>thinking</i> sebagai pendekatan dengan proses hingga <i>protoype</i> saja. Sumber data yang digunakan adalah sumber data prime dan sekunder. Pengumpulan data dengan wawancara semi terstruktur serta validitas data dengan metode tringulasi sumber.	<i>propositions</i> yaitu: <i>newness, customization, performance, getting the job dan design.</i> Pada elemen <i>customer relationship</i> perusahaan dapat menambahkan <i>co-creation</i> . Pada elemen <i>key activities</i> perusahaan dapat menambahkan aktivitas <i>problem solving</i> .
3	Leanne Sobel, Lars Groeger (2012)	<i>Design Thinking: Exploring Opportunities for the Design Industry and Business in Australia</i>	Belum adanya eksplorasi yang signifikan mengenai bagaimana industri desain atau <i>design thinking</i> dapat membantu mendorong inovasi desain dan bisnis di tingkat nasional untuk Australia.	Mengidentifikasi peluang untuk bisnis dan desain indsutri guna mengeskplorasi potensi kolaborasi melalui pemikiran desain.	Menggunakan penelitian kualitatif dan menerapkan pendekatan eskplorasi untuk data penelitian primer dan sekunder. Data primer kultatitatif diperoleh dari wawancara semi terstruktur. Desain penelitian dan metodologi yang diadopsi merupakan proses pertimbangan dua tahap. Tahap pertama untuk identifikasi dan analisis terhadap data	Adanya peluang luar biasa untuk mengembangkan ruang hibrid antara desain dan bisnis, untuk memungkinkan platform yang sesuai dengan pertukaran, pembelajaran bersama dan peningkatan pemikiran desain untuk bisnis. Namun, kesempatan untuk belajar melalui pengalaman dan mengembangkan keterampilan dalam pekerjaan serta

					sekunder dengan <i>literature review</i> sedangkan tahap kedua berfokus kepada mengumpulkan data primer melalui metode wawancara semi terstruktur.	kurangnya tenaga terampil dalam bidang yang menggunakan pendekatan pemikiran desain membuat adanya <i>gap</i> atau batasan dalam mengaplikasikan <i>design thinking</i> untuk bisnis di Austria.
--	--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.2 Pengertian *Startup*

Suatu *startup* adalah perusahaan yang baru tumbuh dan mulai berkembang dari tahap pertama yaitu operasional. Biasanya pembiayaan perusahaan *startup* dilakukan oleh individu atau sekelompok kecil individu. *Startup* juga merupakan perusahaan dinamis dibangun dengan memanfaatkan teknologi serta inovasi pengembangan produk ataupun layanan yang diyakini memiliki permintaan (Jain, 2016).

Adapun karakteristik *startup* menurut (Syauqi, 2018) adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan berusia kurang dari 3 tahun yang berarti masih berada di tahap awal suatu perusahaan digital.
- b. Pegawai berjumlah kurang dari 20 pegawai yang dimana pada awal pengembangan *startup* hanya memiliki beberapa orang dibalik berdirinya perusahaan *startup*.
- c. Belum banyak keuntungan yang didapatkan karena masih banyak biaya yang dibutuhkan untuk kelanjutan pengembangan *startup*.
- d. Sebagian besar bergerak di bidang teknologi.
- e. Secara umum, produk yang dibuat berupa aplikasi dalam bentuk digital.
- f. sebagian besar beroperasi menggunakan *platform website* atau media sosial.

2.3 Pengertian *E-marketplace*

Secara umum *e-marketplace* adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli baik perorangan hingga perusahaan seluruh dunia untuk berinteraksi untuk menawarkan dan membeli produk ataupun jasa tanpa terbatas teritotri ruang dan waktu (Indrajit, 2012). Di *e-marketplace* menurut (Sundari & Nainggolan, 2017) kedudukan penjual dan pembeli adalah sama untuk dapat melihat atau memasarkan produk berupa barang atau jasa dengan menggunakan media penghubung yaitu internet. Adapun menurut Brunn, Jensen, & Skovgarrd (2002) dalam (Apriansyah, Ulfa, & Irwansyah, 2019) *e-marketplace* dapat dikatakan sebagai bagian dari *e-commerce* dan dapat memperluas kombinasi dari bisnis konsumen B2B, C2B dan C2C kedalam B2B karena perusahaan dapat ikut andil dalam mengambil bisnis B2B *e-commerce* atau kegiatan *e-business* lainnya.

2.4 Pengertian Pekerja Lepas

Pekerja lepas atau tenaga lepas yang biasa disebut *freelancer* menurut Silitonga, 2018 dalam (Widodo, 2019) disebut juga dengan *on-demand worker* yaitu pekerja yang dapat dibutuhkan kapan saja untuk bekerja. Pekerja lepas muncul dikarenakan perusahaan

mengalami kesulitan untuk mencari pekerja yang relevan untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu. Biasanya pekerja lepas merupakan profesional yang dapat menggunakan perangkat teknologi untuk menciptakan lingkungan pekerjaan yang menyenangkan dan fleksibel.

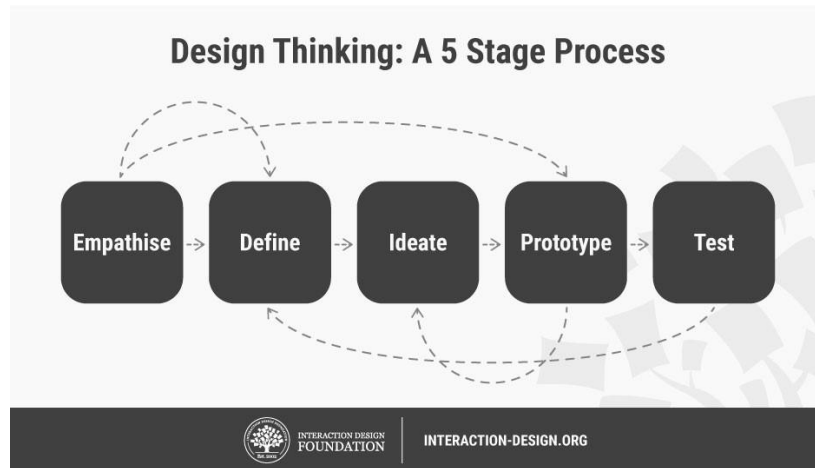
2.5 Pengertian *Design Thinking*

Menurut Kelley and Brown dalam (Lazuardi & Sukoco, 2019), pendekatan *design thinking* adalah pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang diambil untuk mengintegrasikan kebutuhan orang – orang sebagai pengguna, kemungkinan teknologi, serta persyaratan untuk kesuksesan bisnis. Pendekatan *design thinking* menggabungkan tiga elemen yaitu *business (viability)*, *people (desirability)* dan *technology (feasibility)* sebagai bahan pertimbangan dalam menciptakan ide. *Design thinking* menggabungkan kemampuan teknologi yang sesuai dengan mempertimbangan keinginan pengguna sehingga mampu menjadi produk bisnis dan solusi efektif untuk menyelesaikan suatu permasalahan.

Selain itu, Kelley and Brown juga mengatakan ada beberapa aspek penting dalam *design thinking* yang sejalan dengan perkembangan zaman dan waktu (Lazuardi & Sukoco, 2019). Esensi dari proses desain semakin berevolusi, desain bukan lagi hanya sekedar membuat produk atau aplikasi yang akan laku di pasaran tetapi desain berkaitan dengan menciptakan suatu ide yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan pengguna. Berikut adalah aspek penting dalam *design thinking*.

- a. *Highly Creative*. Merupakan metode yang fleksibel untuk kreativitas yang tinggi sehingga proses perencanaan dan pembuatan tidak baku dan kaku.
- b. *Hands On*. Perlunya dilakukan percobaan yang nyata sehingga sebuah ide atau gagasan tidak hanya berupa gambar dan teori.
- c. *Iterative*. Proses yang dilakukan merupakan suatu proses desain yang dilakukan secara berulang – ulang untuk melakukan improvisasi dengan tujuan menghasilkan suatu produk atau aplikasi yang *customer oriented*.
- d. *People Centered*. Dalam tahapan desain yang perlu menjadi sorotan adalah bahwa setiap tindakan berpusat kepada kebutuhan dan kepentingan pengguna.

Adapun untuk tahapan dalam *design thinking* seperti pada Gambar 2. 1 terdiri dari lima tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* (Interaction Design Foundation, 2019).



Gambar 2. 1 Tahapan *Design Thinking*.

Sumber: (Interaction Design Foundation, 2019)

a. *Empathize*.

Pada tahap ini dilakukan pencarian informasi dan pemahaman empatik kepada calon pengguna yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan diselesaikan. Tahap *empathize* menjadi sangat penting untuk mengesampingkan asumsi pribadi guna mendapatkan wawasan dan kebutuhan pengguna. Dalam pencarian dan pengumpulan informasi ditahap *empathize* terdapat beberapa tahapan yang dilakukan yaitu *observe*, *engage* dan *immerse* (Marbun, 2018). Pada tahap *observe* dilakukan penyebaran kuisioner *online* dan penggalian informasi terkait aplikasi serupa yang sudah berkembang. Sedangkan pada tahap *engage* dan *immerse* dilakukan dengan melakukan wawancara semi – terstruktur kepada calon pengguna sebagai sasaran pasar. Tahap ini akan menghasilkan sekumpulan informasi dan akan diolah di tahap selanjutnya sebagai acuan dasar pengembangan aplikasi kedepannya.

b. *Define*.

Pada tahap ini dilakukan analisis dan sintesis terhadap informasi yang telah dikumpulkan di tahap sebelumnya yaitu *empathize*. Kumpulan ide dan informasi yang didapatkan dari tahap sebelumnya berupa wawasan terkait kebutuhan, keinginan serta informasi mendalam aplikasi serupa yang sudah berkembang sebagai pesaing atau kompetitor. Informasi yang telah diolah akan menghasilkan *statement* permasalahan yang merujuk kepada penentuan ide konsep dan model bisnis seperti apa yang akan digunakan untuk membangun Seekerja sebagai *startup*. *Statement* permasalahan berasal dari informasi yang telah diolah dengan proses analisis dan sintesis sehingga menghasilkan daftar permasalahan yang dianggap penting sebagai acuan untuk membangun ide dan konsep awal Seekerja. Beberapa

statement permasalahan yang ditentukan pada tahap ini akan digunakan untuk membangun ide dan konsep terkait layanan, fungsi dan elemen lainnya untuk Seekerja sebagai *startup*.

c. *Ideate*

Pada tahap ini dilakukan penetapan solusi terhadap *statement* permasalahan yang telah ditentukan pada tahap *define*. Di tahap ini dilakukan pemikiran *out of the box* untuk memikirkan solusi permasalahan. Penentuan solusi terhadap beberapa *statement* permasalahan dilakukan bersama – sama dengan anggota tim selaku tim pengembang dan *founder* Seekerja yang akan dikembangkan sebagai *startup* dimana tim bernaggotakan tiga orang yang memiliki peran masing – masing yaitu *hustler*, *hipster* dan *hacker*. Penentuan solusi dilakukan dengan teknik ideasi yaitu *brainstorming*. Tahap ini akan menghasilkan beberapa solusi berupa gagasan ide dan konsep awal yang digunakan untuk mengembangkan Seekerja sebagai *startup* berdasarkan informasi yang didapatkan dan kemudian diolah pada tahap – tahap sebelumnya (*emphatize* dan *define*).

d. *Prototype*

Pada tahap ini dilakukan pembuatan *prototype* sebagai bentuk visual untuk melakukan penyelidikan terhadap solusi permasalahan yang ditentukan di tahap selanjutnya. Pembuatan *prototype* akan memudahkan dalam mendapatkan pandangan dari calon pengguna tentang bagaimana pengguna akan berperilaku dan berinteraksi dengan produk yang akan dikembangkan. Pembuatan *prototype* berdasarkan kepada solusi yang ditetapkan pada tahap *ideate* yang bertujuan untuk menunjukkan secara garis besar proses penggunaan dan tampilan dari aplikasi yang akan dikembangkan. Adapun pada tahap ini *prototype* dibuat menggunakan *tools* mokingbot.in sehingga didapatkan hasil berupa purwarupa aplikasi yang memungkinkan adanya interaksi antara purwarupa dan calon pengguna sebagai sasaran pasar.

e. *Test*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap ide melalui wawancara dan *prototype*. Di tahap ini pengujian dilakukan secara berulang untuk mendapatkan hasil guna mendefinisikan kembali satu atau lebih masalah untuk melakukan penyempurnaan solusi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada tahap pengujian atau *testing*, dilakukan pengujian kepada pihak internal yaitu anggota tim dan pihak eksternal yaitu seorang atau sekelompok orang yang ahli pada bidang pengembangan *startup* melalui proses *pitching* dan kepada calon pengguna sebagai sasaran pasar melalui proses wawancara dan interaksi dengan *prototype*. Pada tahap ini akan didapatkan *feedback* terhadap ide dan konsep bisnis

serta *prorotype* terhadap aplikasi Seekerja yang akan dikembangkan. Tahap ini juga menjadi wadah validasi untuk mengembangkan Seekerja sebagai *startup* berbasis pengguna dengan sasaran pasar yang tepat.







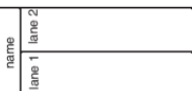


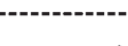

2.6 Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang termasuk kedalam kategori *in-depth interview*. Pelaksanaan wawancara semi terstruktur lebih bebas apabila dibandingkan dengan wawancara terstruktur dengan tujuan menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Dalam wawancara semi terstruktur, narasumber dapat secara bebas memberikan masukan, ide – ide terhadap persoalan yang sedang dibicarakan dan sebagai pewawancara dapat mengajukan pertanyaan yang lebih dalam tanpa tergantung kepada daftar pertanyaan yang sudah dibuat sebelumnya (Sholehah, 2015).

2.7 Pengertian *Business Process Model and Notation* (BPMN)

BPMN atau *Business Process Model and Notation* merupakan penggambaran suatu bisnis proses diagram dimana didasarkan kepada teknik diagram alur, dirangkai untuk membuat model – model grafis dari operasi bisnis yang di dalamnya terdapat aktivitas dan kontrol alur yang menjelaskan urutan kerja (Ramdhani, 2015).

Diagram BPMN terdiri dari elemen yang terbagi atas empat kategori, yaitu *Flow Object*, *Connecting Object*, *Swimlanes* dan *Artefacts* (Ramdhani, 2015) seperti pada Gambar 2. 2.

Flow objects	Connecting objects	Swimlanes	Artefacts
 <p>Events</p>	 <p>Sequence Flow</p>	 <p>Pool</p>	 <p>Data objects</p>
 <p>Activities</p>	 <p>Message Flow</p>	 <p>Lanes</p>	 <p>Groups</p>
 <p>Gateways</p>	 <p>Association</p>		 <p>Text Annotation</p>

Gambar 2. 2 Elemen diagram BPMN.

Sumber: (Rojo, Daniel, & Schrader, 2012)

a. *Flow Object*

1. *Event*.

Elemen ini direpresentasikan dalam bentuk lingkaran dan menjelaskan kejadian yang terjadi saat itu juga. *Event* mempengaruhi alur proses dari terjadinya kejadian atau *trigger* atau sebuah dampak atau *result*. Untuk setiap jenis *event* terbagi atas beberapa jenis yaitu *start* (memulai proses bisnis), *intermediate* (interupsi proses bisnis) dan *end event* (akhir dari proses bisnis).

2. *Activity*.

Elemen ini merepresentasikan pekerjaan yang harus diselesaikan dengan empat macam *activity*, yaitu *task*, *looping task*, *sub process* dan *looping subprocess*.

b. *Connecting Object*

Elemen ini merupakan aliran pesan antar proses yang menghubungkan satu kejadian dengan kejadian lainnya yang saling terhubung dan merepresentasikan dari hubungan tersebut. *connecting object* terdiri dari tiga jenis yaitu *sequence flow* yang merepresentasikan pilihan *default* dalam menjalankan proses, *message flow* yang merepresentasikan aliran pesan antar proses dan *association* yang digunakan dalam menghubungkan elemen dengan *artifact*.

c. *Swimlanes*

Elemen ini untuk mengkategorikan secara menyeluruh elemen diagram yang terdiri dari dua jenis yaitu *pool* dan *lane* dengan perbedaan *lane* terletak di bagian dalam *pool* untuk kategorisasi elemen – elemen didalam *pool* menjadi lebih spesifik.

d. *Artefacts*

Elemen ini digunakan untuk penjelasan diagram, yang terdiri dari *data objects* yang digunakan untuk menjelaskan data apa yang dibutuhkan dalam proses, *group* yang digunakan untuk mengelompokkan sejumlah aktivitas di dalam proses tanpa mempengaruhi proses yang sedang *running* dan *annotation* yang digunakan untuk memberi catatan agar diagram menjadi lebih mudah di pahami.

2.8 Aktivitas Perintisan Ide Bisnis

Pada perintisan ide bisnis *startup* Seekerja, dilakukan beberapa aktivitas yang menunjang pembentukan ide bisnis yang matang. Aktivitas dalam penjaluran perintisan bisnis dilakukan secara berkelompok yang terdiri tiga orang dengan peran masing – masing adalah *hustler* yang melakukan analisis ide bisnis *startup* dan melakukan pencarian peluang pasar, *hipster* yang

bertanggung jawab atas desain antarmuka *platform* yang akan digunakan dan *hacker* yang bertanggung jawab atas aktivitas *coding* untuk membangun *backend* sistem dari sebuah *startup*. Berikut aktivitas perintisan bisnis untuk *startup* Seekerja yang dapat dilihat dari Tabel 2. 2.

Tabel 2. 2 Aktivitas yang Dilakukan

No	Nama Kegiatan	Output Kegiatan
1	Melakukan <i>brainstorming</i> untuk penentuan ide awal <i>startup</i> yang akan dikembangkan	Ide bisnis awal untuk analisis lebih lanjut
2	Melakukan presentasi <i>Business Model Canvas</i> (BMC) sebagai visual ide awal yang dirancang dengan IBISMA UII	Diperlukannya analisis lebih lanjut terkait elemen dalam BMC yaitu <i>customer segments</i> dan <i>value propositions</i> untuk menyasar pasar dari lingkup terkecil dan menunjukkan bahwa <i>startup</i> yang akan dikembangkan dapat menyelesaikan permasalahan dan beda dengan <i>startup</i> yang telah ada
3	Mengikuti kelas inspirasi yang diadakan oleh Magister Informatika UII	Analisis masalah dan pengaplikasiannya kepada <i>Business Model Canvas</i> serta informasi terkait <i>Business Competition 2019</i> yang diadakan oleh Magister Informatika
4	Mengikuti kegiatan Global Startup Weekend Sustainable Revolution Surabaya Edition	Dilakukan pendalaman materi dari para ahli tentang bagaimana membangun dan menjalankan <i>startup</i> . Mendapatkan pengalaman baru terkait merancang ide bisnis namun berkaitan dengan keberlanjutan lingkungan. Selain itu, dilakukan <i>pitching</i> dihadapan para ahli di bidang <i>startup</i> . Serta melakukan sesi <i>coaching</i> untuk menajamkan ide, bahwasanya validitas ide dan keberadaannya pasar yang diinginkan oleh target pengguna sangat penting dipikirkan di tahap awal pengembangan <i>startup</i> .
5	<i>Coaching clinic</i> dalam kegiatan <i>Business Competition 2019</i> oleh Magister Informatika	<i>Coaching</i> bersama Aryo Wirawan selaku <i>founder</i> jala. Pada kegiatan ini diberikan masukan terhadap kepercayaan pencari pekerja terhadap penyedia pekerjaan dengan salah satu alternatif adalah bekerja sama dengan Lembaga Kursus dan Pelatihan. Selain itu, dilakukan penyempitan sasaran pasar yaitu <i>reachable market</i>
6	Mengikuti <i>local pitch</i> oleh Jogja Digital Valley	Diadakan pergantian nama <i>startup</i> dari Kerjaiin.com menjadi Seekerja.id dikarenakan nama Kerjaiin.com sudah di gunakan. Selain itu, untuk memperdalam analisis kompetitor
7	Mengikuti seminar <i>Entrepreneur Berpikir Brand</i> oleh Brand Adventure.	Lebih mengarahkan kepada proses marketing dan pentingnya sebuah <i>branding</i> untuk produk bisnis atau <i>startup</i> .