

Penerapan Pendekatan *Lean Startup* Pada Aplikasi EVORIA



الجامعة الإسلامية
الاستد بالاندونيسية

Disusun Oleh:

N a m a : Mutia Mernisiola Zipa

NIM : 16523191

PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2021

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

PENERAPAN PENDEKATAN *LEAN STARTUP* PADA

APLIKASI EVORIA

TUGAS AKHIR



N a m a : Mutia Mernisiola Zipa
NIM : 16523191



Yogyakarta, 13 Januari 2021

Pembimbing,

(Irving Vitra Paputungan S.T., M.Sc., Ph.D)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PENERAPAN PENDEKATAN LEAN STARTUP PADA
APLIKASI EVORIA**

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika
di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 13 Januari 2021

Tim Penguji

Irving Vitra Papatungan S.T., M.Sc., Ph.D

Anggota 1

Kholid Haryono, S.T., M.Kom.

Anggota 2

Beni Suranto, S.T., M.Soft.Eng.


 Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia




 (Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutia Mernisiola Zipa

NIM : 16523191

Tugas akhir dengan judul:

Penerapan Pendekatan *Lean Startup* Pada Aplikasi EVORIA

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung resiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Riau, 13 Januari 2021



(Mutia Mernisiola Zipa)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tidak henti – hentinya saya ucapkan *Alhamdulillah Robbil ‘Alamin* atas kesempatan dan karunia Allah Subhana Wa Ta’ala sehingga saya bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini dan kepada Nabi Allah Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam yang telah membawa umat manusa dari jaman kebodohan ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Perjuangan atas selesainya laporan tugas akhir ini saya persembahkan kepada Bapak Ahmad Fauzi dan Mama Siti Fatimah yang tidak henti – hentinya memberikan dukungan dalam bentuk apapun, do’a yang tersembunyi dan kasih sayang tanpa batas. Kepada Kakak dan Adik yang selalu memberikan hiburan serta keluarga besar yang mendukung secara tidak langsung. Terima kasih karena telah menjadi tempat pulang dan menjadi orang – orang yang percaya sama saya.

Kepada seluruh sahabat – sahabat saya yang kebersamai sejak hari pertama, terima kasih atas semangat dan tertawanya



HALAMAN MOTO

“Allah tidak membebankan seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al- Baqarah : 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu adalah kemudahan”

(QS. Al- Insyirah : 6)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Penerapan Pendekatan *Lean Startup* pada Aplikasi Evoria” untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana di Universitas Islam Indonesia.

Selain itu tidak lupa sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, berkat segala perjuangannya untuk membimbing dan membawa umat manusia ke jalan yang terang benderang.

Dengan terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini, tidak lupa penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan baik moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua atas segala dukungan, do'a, motivasi dan kasih sayang yang diberikan tanpa putus baik secara langsung ataupun tidak langsung.
2. Adik – adikku yang memberikan dukungan dan semangat yang unik baik secara langsung ataupun tidak langsung.
3. Prof., Dr., Ir., Hari Purnomo M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Hendrik, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, ST., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Informatika Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Irving Vitra Papatungan S.T., M.Sc., Ph.D dan Bapak Beni Suranto, S.T., M.Soft.Eng. selaku dosen pembimbing penjaluran Perintisan Bisnis.
7. Teman seperjuangan AXEL Muhammad Rasyid Shadiq dan Aditya Mahavira untuk sama – sama membangun *startup* Seekerja beserta seluruh teman kelas penjaluran perintisan bisnis yang kebersamai sejak mengikuti penjaluran perintisan bisnis.
8. Teman – teman Marcomm yang selalu mengisi kegabutan selama perkuliahan.
9. Tofan Pratama yang pernah mengisi hari-hari kekosongan saya selama masa kuliah.
10. Semua pihak yang tidak bisa dituliskan satu persatu namun senantiasa mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung, semoag Allah SWT membalas kebaikan kalian.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, untuk itu saran dan kritik yang sifatnya membangun akan diterima

dengan senang hati. Akhir kata, penulis berharap agar laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Riau, 13 Januari 2021



Mutia Mernisiola Zipa



SARI

Di Yogyakarta, terdapat rata-rata lebih dari 10.000 acara setiap tahunnya, seperti acara pernikahan, acara konser, wisuda mahasiswa, acara yang diadakan oleh pemerintah dan lainnya. Sebelum acara berlangsung, mereka akan menggunakan beberapa jasa seperti *event organizer*, *event planner* dan *vendor* untuk melancarkan kegiatan mereka. Namun, kebanyakan dari mereka mengalami kesulitan ketika hendak mencari informasi terkait layanan jasa tersebut. Mereka harus mengumpulkan informasi dalam jumlah banyak terlebih dahulu, kemudian mengeksekusi jasa mana yang akan mereka gunakan untuk acara. Untuk membantu permasalahan yang ada, maka dibuatlah suatu aplikasi berbasis *web* bernama EVORIA, dimana aplikasi tersebut merupakan *event marketplace* yang menghubungkan pencari jasa layanan dengan penyedia jasa layanan.

Proses perancangan dan pembuatan aplikasi ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *lean startup*, karena akan menjadikan pekerjaan lebih cepat dan efisien. Pendekatan ini akan berfokus terhadap produk yang dikembangkan dan *feedback* yang didapat dari calon pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk mengevaluasi pekerjaan yang berlangsung dan menjadikan aplikasi sesuai dengan yang diinginkan oleh calon pelanggan. Pendekatan ini bekerja dengan melalui tiga tahapan yaitu, *Marketing Validation*, *Product Validation* dan *Bussines Validation*. Pengembangan ide bisnis dengan menggunakan pendekatan *lean startp* merupakan pendekatan yang tepat dilakukan dalam merintis bisnis, karena proses validasi disetiap proses selalu mengacu kepada keinginan konsumen dan juga waktu pengerjaan untuk memasarkan produk dilakukan dengan cepat.

Kata kunci : *event marketplace*, *startup*, *web*, EVORIA, *lean starup*.

GLOSARIUM

<i>Event Marketplace</i>	Pasar online yang menyediakan berbagai macam jasa layanan.
<i>Mockup</i>	Suatu aplikasi atau <i>tools</i> yang digunakan untuk melakukan prototype.
<i>Prototype</i>	Pengaplikasian ide kedalam suatu purwarupa.
<i>Sustainable</i>	Kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan jangka panjang serta konsisten dan stabil dalam bisnis



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	I
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	II
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	III
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
HALAMAN MOTO.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
SARI	IX
GLOSARIUM.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat.....	3
1.6 Metodologi Pengembangan Ide Bisnis	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Event Organizer	6
2.2 Startup.....	7
2.3 Studi Pustaka	8
2.4 Lean Startup.....	11
BAB III METODOLOGI PENGEMBANGAN IDE BISNIS.....	14
3.1 Build	14
3.2 Measure.....	15
3.3 Learn	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Kebutuhan dan Perilaku Pasar	18
4.2 Prototype.....	27
4.3 Feedback.....	30
4.4 Nilai Bisnis aplikasi Evoria	32

4.5 Analisis Komersialis	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Pendekatan.....	9
Tabel 4.1 Ide Bisnis Terdahulu.....	18
Tabel 4.2 Permasalahan dalam mencari vendor	24
Tabel 4.3 Permasalahan yang terjadi pada Vendor.....	24
Tabel 4.4 Fitur yang diinginkan calon pengguna.....	26
Tabel 4.5 <i>Feedback</i> Calon Pengguna.....	31
Tabel 4.6 Analisis Kompetitor.....	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Proses pendekatan lean startup	12
Gambar 3.1 Alur Pendekatan <i>Lean Startup</i>	14
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	20
Gambar 4.2 Usia Responden.....	20
Gambar 4.3 Pendapatan Responden	21
Gambar 4.4 Survei Konsumen yang Membutuhkan Vendor.....	22
Gambar 4.5 Media Informasi.....	23
Gambar 4.6 Permasalahan dalam Menggunakan Vendor.....	23
Gambar 4.7 Grafik Penilaian Aplikasi Vendor.....	25
Gambar 4.8 Fitur yang diinginkan.....	26
Gambar 4.9 Halaman Awal Utama.....	28
Gambar 4.10 Halaman Utama Setelah Melakukan <i>Feedback</i>	30
Gambar 4.11 Penilaian Pelanggan Terhadap Aplikasi	32
Gambar 4.12 <i>Business Model Canvas</i> Tim Evoria.....	33
Gambar 4.13 Diagram Alur Pemesanan Jasa pada Aplikasi Evoria.....	37

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern sekarang ini, banyak sekali agenda acara yang berlangsung selama setahun penuh. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), di daerah Yogyakarta sendiri terdapat 10.000 lebih pasangan beragama Islam yang menikah setiap tahunnya. Setiap pasangan tersebut akan merayakan hari pernikahan mereka, karena acara tersebut hanya akan dilakukan sekali dalam seumur hidup. Menurut hasil survey yang telah dilakukan oleh “Bride Story” pada tahun 2017, yang dilakukan oleh 5000 pengantin pria dan wanita, biaya minimal yang dihabiskan untuk acara resepsi rata-rata adalah 20 juta sampai 400 juta. Biaya tersebut akan dialokasikan ke beberapa vendor maupun *event organizer* untuk melancarkan acara mereka. Dengan jumlah minimal biaya tersebut, jasa vendor maupun *event organizer* pada acara pernikahan memiliki potensi yang bagus dalam membangun usahanya di era digital seperti sekarang ini.

Selain itu, tidak hanya acara resepsi saja yang menggunakan jasa layanan tersebut. Berdasarkan Calender of Event (CEO) Yogyakarta pada tahun 2019, terdapat 200 lebih acara yang diselenggarakan oleh pemerintah. Selain dari acara tersebut, acara lainnya seperti konser juga dilakukan paling tidak minimal sekali dalam sebulan. Acara tersebut juga akan memerlukan beberapa vendor maupun *event organizer* untuk mempermudah keberlangsungan acara. Dari hasil survey yang telah dilakukan melalui *google form* dan diikuti oleh 52 responden, hasil survey mencapai 80,9% menyatakan responden pernah menggunakan jasa vendor seperti *Makeup Artist (MUA)*, *photographer*, *catering*, dekorasi dan lainnya.

Menurut Founder Backstagers Indonesia, Krisnanti Sutrisman, saat ini terdapat 4000 pelaku usaha di industri *event organizer*. Industri tersebut memiliki pertumbuhan sekitar 15% sampai 20%, dengan nilai industri mencapai 500 triliun lebih. Hal tersebut juga menjadikan industri *event organizer* menjadi peluang yang bagus dalam memasarkan instansinya di era digital ini.

Namun kebanyakan dari penyedia jasa layanan masih kesusahan dalam memasarkan instansinya, begitu juga dengan pencari layanan tersebut. 46,88% responden menyatakan bahwa mereka mengetahui informasi adanya jasa layanan tersebut dari media sosial, dan 66%

responden mengetahui informasi tersebut dari rekomendasi orang-orang terdekat. Beberapa alasan dari responden juga menyatakan bahwa mereka menyimpan banyak *contact person* dari instansi tersebut, sehingga terkadang membingungkan para *user* untuk menghubungi instansi tersebut.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dibuatlah suatu aplikasi berbasis web bernama EVORIA, dimana aplikasi tersebut merupakan event marketplace yang menghubungkan pencari jasa layanan dengan penyedia jasa layanan. Calon pelanggan dapat memilih jasa yang akan digunakan sesuai dengan yang diinginkan, dengan begitu calon pelanggan akan lebih mudah mencari informasi jasa yang diinginkan.

Aplikasi EVORIA memiliki beberapa kompetitor, seperti Bride Story, yang menjadi pembeda aplikasi EVORIA dengan aplikasi tersebut ada pada bagian proses pendaftaran pada pihak penyedia jasa layanan. Pada aplikasi Bride Story, semua kalangan bisa mendaftar sebagai penyedia jasa layanan walaupun mereka belum memiliki instansi, sehingga menyebabkan pencari jasa layanan mendapatkan jasa yang tidak sesuai. Pembeda lainnya juga ada pada *customer segment*, pada aplikasi Bride Story hanya mengkhususkan aplikasi tersebut kepada calon pengantin, sedangkan aplikasi EVORIA bisa digunakan oleh siapa saja yang ingin mencari jasa *event organizer* maupun vendor.

Aplikasi EVORIA akan dilakukan dengan pendekatan *lean startup*. Pendekatan ini dilakukan dengan melalui tiga tahapan yaitu, *learn, design, measure*. Pengerjaan menggunakan pendekatan *lean startup* akan menjadikan pekerjaan lebih cepat dan efisien. pendekatan ini akan berfokus terhadap produk yang dikembangkan dan feedback yang didapat dari pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk mengevaluasi pekerjaan yang berlangsung dan menjadikan aplikasi sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada pengembangan ini adalah Bagaimana membangun ide bisnis aplikasi Evoria dengan menggunakan pendekatan lean start-up agar proses bisnis aplikasi Evoria tervalidasi.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tetap terarah dan tidak keluar dari topik, maka batasan masalah pada pengembangan ide bisnis sebagai berikut:

- a. Proses pendekatan ide bisnis yang dilakukan untuk *startup* Evoria.

- b. Target dalam pengujian ide adalah sasaran pasar dari aplikasi Evoria yang telah ditentukan.
- c. Hasil keluaran adalah berupa informasi ide bisnis yang didapat dari *feedback* calon pelanggan dan proses model bisnis dari aplikasi Evoria

1.4 Tujuan

Pengembangan ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang ide bisnis dan proses bisnis dari aplikasi Evoria dengan menggunakan pendekatan *Lean Startup*.

1.5 Manfaat

Manfaat dari pengembangan ide bisnis **Evoria** bagi peneliti ataupun masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti:
 - 1. Mendapatkan pembelajaran baru terkait pengetahuan proses membangun sebuah *startup*.
 - 2. Mendapatkan kesempatan untuk bertemu dengan orang – orang yang ahli di bidang *startup*.
 - 3. Dapat mengimplementasikan dan memperkaya ilmu yang diperoleh selama kuliah di bidang baru, yaitu membangun *startup*.
- b. Bagi masyarakat:
 - 1. Membantu perekonomian Indonesia di sektor ekonomi digital.
 - 2. Menyediakan wadah dalam membantu masyarakat Indonesia untuk melakukan *branding* diri dan perusahaan, melakukan pekerjaan sebagai penyedia jasa layanan untuk mempermudah pekerjaan dalam suatu bidang tertentu.
 - 3. Memudahkan dalam pertemuan antar orang yang membutuhkan bantuan jasa dan penyedia jasa layanan sesuai dengan yang diinginkan.

1.6 Metodologi Pengembangan Ide Bisnis

Pengembang membangun ide bisnis pada aplikasi Evoria dengan menggunakan pendekatan *lean startup* dengan tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Build

Pada tahapan ini pengembang menentukan gagasan yang ingin diuji dan memastikan gagasan yang diambil sesuai dan dibutuhkan oleh banyak orang.

Setelah menentukan gagasan tersebut, pengembang melakukan kegiatan yang mendukung kebenaran dari gagasan tersebut. Kegiatan yang dilakukan dalam menguji gagasan tersebut adalah melakukan survey dan menganalisa data yang didapat. Kegiatan tersebut dilakukan untuk menentukan apakah aplikasi yang akan dibuat sesuai dan layak untuk digunakan atau tidak.

b. Measure

Pada tahapan ini, kegiatan yang akan dilakukan adalah pembuatan *prototype* aplikasi dengan menggunakan *mockup* atau aplikasi *prototype* lainnya dan melakukan *testing* terkait *prototype* yang telah dibuat oleh pengembang kepada calon pengguna, tahapan ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari MVP (*Minimum Viable Product*) yang sudah dibuat.

c. Learn

Setelah melakukan *prototyping* dan *testing*, tahapan selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap data-data yang telah didapat untuk menentukan apakah gagasan atau produk sudah sesuai dan dapat diterima oleh calon pengguna dan melakukan evaluasi terhadap model bisnis.

Pendekatan *lean startup* memiliki siklus yang berulang, setelah melakukan tahapan akhir, pengembang melakukan tahapan awal kembali dan begitu seterusnya untuk mengembangkan produk yang *sustainable* dan diinginkan oleh pengguna.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan laporan pengembangan ide bisnis aplikasi ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai gambaran umum laporan tugas akhir serta permasalahan yang diangkat sebagai acuan dasar pengembangan ide bisnis. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan pengembangan ide bisnis, manfaat pengembangan ide bisnis, metodologi pengembangan ide bisnis dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai teori – teori pendukung pengembangan ide bisnis sebagai landasan dalam membangun aplikasi Evoria

BAB III METODOLOGI PENGEMBANGAN IDE BISNIS

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai metodologi yang digunakan, yaitu *Lean Startup*. Selain itu, pada tahap ini juga diuraikan sasaran pasar, *Business Model Canvas* , analisis kompetitor serta tahap – tahap yang dilakukan dari metodologi yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai uraian dan penjelasan dari hasil pengembangan ide bisnis yang telah dilakukan. Di bab ini akan ditampilkan gagasan ide dan hasil pengujian yang dilakukan untuk memastikan apakah ide bisnis aplikasi Evoria telah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tervalidasi.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini dikemukakan kesimpulan dari proses hingga hasil pengembangan ide bisnis yang telah dilakukan. Selain itu, di bab ini juga dikemukakan saran sebagai tindak lanjut yang diperlukan guna pengembangan dan perbaikan lebih lanjut.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Event Organizer

Event Organizer berasal dari bahasa Inggris yang mana *event* artinya adalah acara dan *Organizer* artinya adalah pengatur. Secara harfiahnya, *Event Organizer* adalah sekelompok orang yang mengatur suatu acara agar acara tersebut berjalan lancar. Menurut Any Noor (2013:8) *Event Organizer* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Menurut Megananda dan Wijaya (2009) *event organizer* adalah usaha di bidang jasa yang secara sah ditunjuk oleh klien, guna mengorganisasikan seluruh rangkaian acara, mulai dari perencanaan, persiapan, eksekusi hingga evaluasi, dalam rangka membantu mewujudkan tujuan yang diharapkan klien dengan membuat acara. Sedangkan menurut Sulyus Nataradjo (2011 : 17) *Event Organizer* adalah sebuah bisnis dan profesi multidisiplin. Untuk menjalankan profesinya dengan sukses, seorang pelaksana acara profesional atau EO dituntut untuk senantiasa mengembangkan diri dalam berbagai disiplin ilmu yang terkait dengan profesinya, baik melalui pelatihan dan pendidikan formal maupun pengalaman praktis secara pribadi dalam melaksanakan event.

Mengacu dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Event Organizer* adalah suatu bisnis profesi yang bekerja secara profesional, sistematis, efisien dan efektif dalam menyediakan jasa layanan kepada suatu kelompok atau individu yang bertujuan untuk memudahkan kegiatan yang dilakukan oleh suatu kelompok atau individu tersebut. *Event Organizer* (EO) terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *One Stop Service Agency*, yaitu EO yang menyelenggarakan acara dengan skala internasional.
2. *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition* (MICE), yaitu EO yang bergerak di bidang penyelenggaraan pertemuan.
3. *Brand Activation*, yaitu EO yang membantu *client* untuk mempromosikan penjualannya.
4. EO yang bergerak dalam bidang hiburan

5. EO yang bergerak dalam bidang acara khusus seperti pernikahan dan ulang tahun dan acara lainnya.

2.2 *Startup*

Startup diambil dari kata bahasa Inggris, yang berarti tindakan atau proses dalam memulai suatu organisasi. Secara definisi, *startup* adalah suatu usaha kewirausahaan atau bisnis inovatif yang dibentuk menjadi suatu perusahaan. Menurut Mudo (2015) bisnis *startup* adalah suatu bisnis yang baru berkembang. Namun, bisnis start-up ini lebih identik bisnis yang berbau teknologi, web, internet dan yang berhubungan dengan ranah tersebut.

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). Menurut Eric Ries (2011) *startup* adalah sekelompok individu yang membuat dan menjual produk baru atau layanan pada dinamika pasar yang tidak menentu dalam mencari model bisnis yang tepat, sehingga *startup* menghadapi kondisi pasar yang terus berubah dengan tingkat ketidakpastian yang sangat tinggi. Sedangkan menurut Baskoro (2013) istilah *startup* selalu diidentikkan dengan usaha rintisan yang menggunakan teknologi informasi pada produknya. Jika tidak menggunakan unsur teknologi informasi maka usaha tersebut dapat dikatakan sebagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Definisi lain *startup* menurut Blank dan Dorf (2012) adalah *startup* merupakan organisasi yang bersifat sementara yang bertujuan untuk menemukan bisnis model dalam situasi yang belum pasti.

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.

Pada saat mengembangkan sebuah ide bisnis *startup* dibutuhkan sebuah kolaborasi tim agar pengembangan ide bisnis tersebut dapat dieksekusi dengan baik. Kolaborasi tim terdiri dari tiga karakter untuk menjadi pondasi dalam mengembangkan ide bisnis.

Hustler

Hustler adalah karakter anggota yang memiliki kemampuan dalam menganalisis dan memasarkan pengembangan ide bisnis agar bisnis terus tumbuh dan berkembang. Pada anggota tim Axel, *Hustler* diperankan oleh Mutia Mernisiola Zipa.

Hipster

Hipster adalah karakter yang memiliki kemampuan dalam desain suatu purwarupa *startup*. Tugas dari seorang *hipster* adalah mendesain purwarupa yang dibutuhkan dan diinginkan *user* dan melakukan *user experience* terhadap produk yang dikembangkan. Pada anggota tim Axel, Hipster diperankan oleh Muhammad Rasyid Shadiq.

Hacker

Hacker adalah karakter anggota yang memiliki kemampuan dalam *programming*. Tugas utama pada *Hacker* adalah mengeksekusi produk kedalam suatu *coding* agar produk dalam bentuk digital dapat dieksekusi dengan baik. Pada tim Axel, *Hacker* diperankan oleh Aditya Mahavira.

2.3 Studi Pustaka

Berdasarkan kajian literatur yang ada, pengembangan ide bisnis yang menggunakan pendekatan *design lean startup* telah banyak digunakan. Pendekatan *lean startup* diaplikasikan dengan berbagai macam inputan sehingga menghasilkan hasil pengembangan ide bisnis yang juga berbeda - beda. Berikut adalah beberapa hasil studi literatur yang telah dilakukan, khususnya pada pengembangan ide bisnis yang menggunakan pendekatan *lean startup* untuk melakukan inovasi ataupun membangun ide dalam bisnis.

Pada pengembangan ide bisnis yang dilakukan oleh Wisnu Dewobroto pada tahun 2017 yang ingin mendesain produk dengan menggunakan pendekatan *lean startup*. Pengembangan ide bisnis ini dilakukan karena terdapat ketidakpastian kondisi bisnis dalam perkembangan produk. Tujuan dari pengembangan ini adalah pengembang ingin menuangkan pendekatan *lean startup* dalam mendesain produk pada saat kondisi yang belum pasti. Pendekatan pengembangan dilakukan dengan pendekatan *lean startup*. Mendesain produk dengan menggunakan pendekatan *lean startup* sangatlah tepat, karena proses validasi pada

pengembangan produk meningkatkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan tidak memerlukan waktu yang lama dalam mendesain produk hingga sampai ke pasar.

Kajian pustaka di atas dapat dijadikan sebagai referensi dan pembandingan. Berikut beberapa penelitian terdahulu terkait pendekatan ide bisnis yang disajikan dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1 Perbandingan Pendekatan

NO	Nama Pendekatan	Sitasi Penelitian	Kelebihan	Kekurangan
1	<i>Lean Startup</i>	(Dewobroto, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kemungkinan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen • Mengurangi waktu proses pengembangan produk sampai produk dipasarkan. • Meminimalisasi resiko saat mengembangkan produk. • Berfokus pada keinginan konsumen terhadap proses. • Melakukan validasi di setiap prosesnya. • Melakukan validasi produk secara terus menerus 	<p>Kurang tepat dilakukan pada saat tahapan pencarian ide, karena lean startup diterapkan untuk menguji hipotesis yang ada.</p>
2.	<i>Waterfall Methods</i>	(Sommerville, 2011)	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pengembangan dilakukan secara terjadwal dengan baik dan mudah dikontrol • Melibatkan pengguna dalam mengembangkan sistem agar sistem yang dikembangkan memenuhi kebutuhan pengguna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyek sesungguhnya jarang mengikuti alur sekuensial, sehingga produk yang sudah dibuat harus diubah kembali • Tidak memenuhi semua keinginan pengguna.

3.	<i>Design Thinking</i>	(Herawan, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Tepat digunakan pada saat pencarian ide. • Berfokus pada keinginan konsumen terhadap produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang tepat diterapkan pada tahapan pertumbuhan usaha. • proses waktu pengembangan tidak secepat pendekatan lainnya.
4.	<i>Product Development Process</i>	(Dewobroto, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Berfokus pada konsumen.proses desain sangat detail dengan konteks yang static • Proses desain sangat detail dengan konteks yang statik 	Pendekatan <i>Product Development Process</i> tidak fleksibel dan waktu yang dilakukan tidak cepat, serta tidak ada validasi di setiap prosesnya.

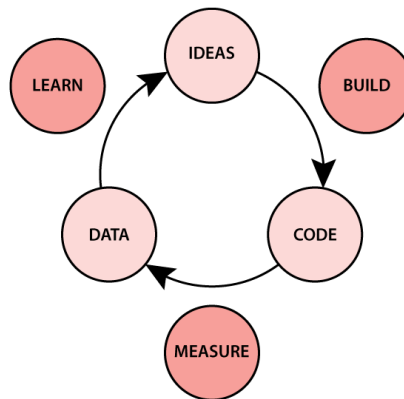
Dari kajian pustaka yang terdapat pada tabel 2.1, pengembang dan peneliti melakukan perancangan ide bisnis dengan menggunakan beberapa pendekatan. Pengembang pertama membandingkan dua pendekatan yang berbeda untuk merancang suatu desain produk. Hasil yang didapatkan, pendekatan *lean startup* lebih tepat diterapkan dalam merancang suatu desain produk karena waktu pengerjaan yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan *lean startup* lebih cepat dan lebih diminati oleh konsumen karena desain produk yang dirancang sesuai dengan keinginan konsumen.

Peneliti kedua melakukan penelitian pendekatan *waterfall* pada suatu perangkat lunak. *Waterfall* adalah proses pengembangan perangkat lunak yang dilakukan secara berurut. Tahapan kedua dan tahapan selanjutnya pada *waterfall* belum bisa berjalan apabila tahapan pertama belum dilakukan. Semua tahapan harus dikerjakan secara mendetail, sehingga proses pengembangan dengan menggunakan pendekatan *waterfall* membutuhkan waktu yang tidak cepat. Pengembang ketiga melakukan pengamatan model bisnis terhadap perintis *startup* baru di suatu inkubator bisnis untuk mengetahui pendekatan yang tepat dilakukan dalam mengembangkan *startup*.

Beberapa pendekatan tersebut menjadi tolak ukur pengembang untuk menentukan pendekatan mana yang tepat dalam mengembangkan ide bisnis, maka dari itu pengembang memilih pendekatan *lean startup* untuk mengembangkan aplikasi Evoria.

2.4 *Lean Startup*

Lean Startup adalah sebuah pendekatan yang berfokus pada kecepatan proses dalam membangun suatu startup. Pendekatan *lean startup* menawarkan sebuah manajemen gaya baru yang memunculkan, agar *startup* dapat terus berkembang di era yang penuh ketidakpastian ini. Pendekatan ini dipopulerkan oleh *Eric Ries* yang dituliskan dalam buku yang berjudul "*The Lean Startup*". *Eric* belajar dari pengalamannya dalam membangun suatu startup yaitu, menghabiskan waktu bertahun-tahun lamanya untuk menyempurnakan teknologi tersebut dengan membuat *minimum viable product* tanpa menerima masukan dari konsumen. Selain itu, belum mengetahui proses apa yang akan dibuat dalam membangun startup juga menjadi salah satu alasan mengapa pendekatan ini muncul. Hal tersebut mengakibatkan startup yang dibangun perlahan-lahan akan mati. *Startup* identik dengan kegagalan, hal tersebut lazim terjadi dalam membangun sebuah *startup*, namun pada pendekatan *lean startup* kegagalan tersebut digunakan sebagai pembelajaran dan evaluasi terhadap pengembangan bisnis untuk melihat sejauh mana kemajuan *startup*. Dari pembelajaran tersebut pengembang juga dapat mengetahui hal apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, agar pengembang dapat melakukan perbaikan dan perbaharuan terhadap produk atau aplikasi yang dibuat. Beberapa keuntungan menggunakan pendekatan *lean startup* pada proses pembuatan suatu produk antara lain, kita dapat meminimalisir resiko kegagalan suatu produk sebelum produk tersebut akan dipasarkan, selain itu waktu yang dibutuhkan dalam pembuatan produk relatif cepat dengan menggunakan *lean startup*. *Lean startup* menggunakan 3 alur yaitu, *build*, *measure* dan *learn*. Seperti yang dicantumkan pada Gambar 2.1 dibawah ini. Siklus atau alur yang dilakukan pada pendekatan *lean startup* dimulai dari ide (*build*) sampai menjadi produk, mengukur (*measure*) reaksi pelanggan terhadap perkembangan produk dan melakukan pembelajaran (*learn*) berlanjut terhadap perkembangan produk atau aplikasi.



Gambar 2.1 Alur Proses pendekatan lean startup

Sumber: (Piyaneo, 2014)

a. *Build*

Tahapan ini merupakan proses untuk menguji dan memastikan konsep permasalahan yang diambil benar adanya dan dibutuhkan oleh banyak orang. Kegiatan yang dilakukan dalam tahapan ini adalah mengolah data hasil survey yang didapat dari konsumen. Selain itu, membuat konsep *design* aplikasi juga dibutuhkan pada tahap ini untuk menentukan apakah aplikasi yang akan dibuat layak untuk digunakan atau tidak.

b. *Measure*

Pada tahapan ini, hal yang dilakukan adalah pengukuran efektivitas percobaan pada tahapan pertama pendekatan *lean startup* dan memastikan pengembangan ide bisnis yang dibangun merupakan solusi yang tepat dalam pembuatan aplikasi. Kegiatan yang akan dilakukan adalah pembuatan *prototype* aplikasi dengan menggunakan *mockup* atau aplikasi *prototype* lainnya. Proses ini biasanya disebut sebagai tahapan pembuatan MVP (*Minimum Viable Product*). Setelah melakukan *prototyping* hal selanjutnya yang dilakukan adalah mencari *feedback* konsumen dari hasil *prototype* yang sudah dibuat.

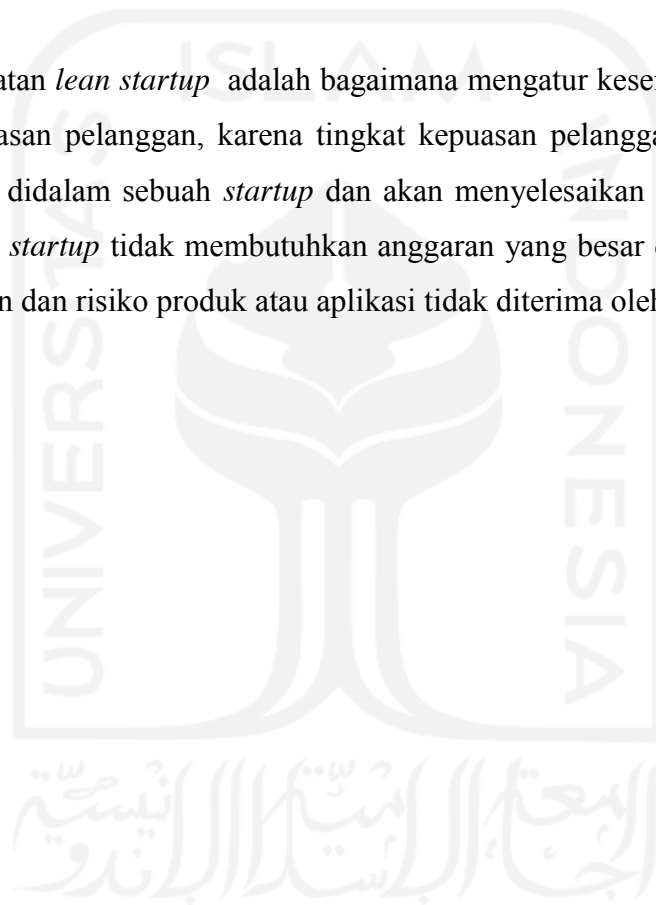
c. *Learn*

Tahapan akhir dari pendekatan *lean startup*, mencari kesimpulan dan solusi dari tahapan 1 dan 2, yaitu melakukan evaluasi data yang didapat untuk melakukan pergantian model bisnis atau tetap bertahan terhadap proses pengembangan tersebut.

Hal lain yang dilakukan adalah melakukan identifikasi sumber dari pertumbuhan *startup* dengan cara mencari nilai tambah produk yang berkesinabung terhadap *startup*, serta memastikan fitur-fitur yang tersedia memiliki nilai bisnis. Selain itu, mencari solusi agar aplikasi yang dibuat memiliki nilai yang *sustainable and growing*.

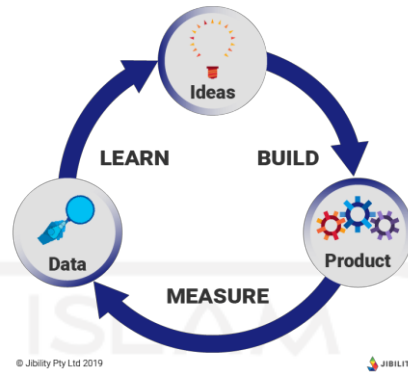
Proses pendekatan *lean startup* tidak dilakukan dengan sekali tahapan, pengembang *startup* harus melakukan proses tersebut secara berulang-ulang untuk dapat mengidentifikasi fitur teknologi terbaru yang bisa dibangun untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi.

Inti dari pendekatan *lean startup* adalah bagaimana mengatur keseimbangan ide gagasan sesuai dengan kepuasan pelanggan, karena tingkat kepuasan pelanggan mempengaruhi ide gagasan selanjutnya didalam sebuah *startup* dan akan menyelesaikan suatu masalah. Selain itu, pendekatan *lean startup* tidak membutuhkan anggaran yang besar dan membuat kualitas produk lebih terjamin dan risiko produk atau aplikasi tidak diterima oleh pasar relatif kecil.



BAB III

METODOLOGI PENGEMBANGAN IDE BISNIS



Gambar 3.1 Alur Pendekatan *Lean Startup*

Pendekatan *lean startup* memiliki 3 alur yaitu *build*, *measure* dan *learn*. Setiap ide akan dibangun menjadi suatu produk dalam bentuk produk dan diberikan kepada calon pengguna untuk mengetahui poin apa saja yang diinginkan oleh pengguna. Poin tersebut akan dijadikan sebuah data untuk dipejalari kembali dan menghasilkan ide berikutnya agar bisnis terus tumbuh. Alur tersebut akan terus berulang seperti pada Gambar 3.1 untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan.

3.1 *Build*

Tahapan pertama dalam melakukan pendekatan *lean startup* adalah *build*, yaitu tahapan membangun gagasan dan memastikan asumsi gagasan yang diambil benar terjadi dan dibutuhkan oleh banyak orang. Untuk menentukan gagasan, pengembang harus melakukan riset pasar terlebih dahulu. Mengetahui kondisi pasar sangatlah penting dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi dan dapat dijadikan asumsi dalam pengembangan ide bisnis. Selain itu, pengembang juga harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh calon pelanggan dengan cara melakukan analisa pasar. Tujuan dari menganalisa pasar adalah mengidentifikasi kebutuhan, keinginan dan perilaku dari konsumen, agar aplikasi yang akan dikembangkan dapat dipasarkan dan digunakan secara terus menerus. Pembuktian asumsi dan penentuan sasaran pasar pada ide bisnis Evoria didapat dengan melakukan dua kegiatan yaitu observasi dan kuisisioner.

1. Observasi

Proses ini dilakukan dengan cara reset data untuk mencari tahu berapa banyak orang yang membutuhkan aplikasi Evoria. Selain itu, tim melakukan pertemuan dengan beberapa calon pengguna untuk mengetahui gambaran kebutuhan calon pengguna seperti apa. Setelah mendapatkan hasil observasi tersebut, peneliti dapat menentukan pertanyaan apa saja yang dibutuhkan untuk melakukan observasi lebih lanjut.

2. Kuesioner

Proses ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner *online/offline* yang dibagikan kepada para calon pengguna aplikasi. Isi dari kuesioner ini berupa pertanyaan seputar permasalahan yang terjadi, solusi permasalahan, serta saran responden terhadap aplikasi yang akan dikembangkan.

Pada proses ini, peneliti membagikan kuesioner secara *online* kepada para calon pengguna Evoria. Data yang diperoleh berupa jawaban dari pertanyaan seputar permasalahan yang terjadi di dunia EO baik dari vendor maupun pengguna jasanya, perlu tidaknya Evoria ini untuk dikembangkan, serta saran responden terhadap Evoria ini. Respon atau jawaban yang diperoleh kemudian dianalisis dan diringkas.

3.2 Measure

Pada tahap ini pengembang melakukan pembuatan *prototype* Evoria dan melakukan *testing* untuk pencarian *feedback* terkait aplikasi yang didapat dari rancang ide bisnis yang akan dikembangkan. Tujuan dari pembuatan *prototype* adalah mengembangkan hasil akhir ide bisnis dalam desain purwarupa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang didapat ketika melakukan analisa pasar. Selain itu, tujuan dari pembuatan *prototype* adalah untuk mengetahui *feedback* yang akan diberikan oleh konsumen terkait purwarupa aplikasi agar pengembang dapat terus menerus melakukan perbaikan terhadap aplikasi tersebut sampai akhirnya aplikasi tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. *Platform* yang digunakan oleh tim Evoria adalah aplikasi berbasis *website*, karena aplikasi berbasis *website* lebih mudah diakses dan dapat diakses oleh banyak *device*.

Setelah melakukan pembuatan *prototype*, pengembang melakukan pengujian *prototype*. Pengujian ini dilakukan untuk menemukan kesalahan yang masih terdapat pada aplikasi yang akan dikembangkan. Selain itu, tanggapan dari pelanggan terkait aplikasi yang dibuat juga menjadi tujuan dari tahapan ini. Tanggapan tersebut akan diolah kembali dan menjadi gambaran perbaikan aplikasi, agar aplikasi sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.

Pengujian aplikasi dilakukan kepada tim pengembang dan kepada calon pengguna untuk mendapatkan *feedback*. Pengujian terhadap pelanggan dilakukan dengan mencoba langsung aplikasi, kemudian diberi pertanyaan terkait kegiatan tersebut, dan memberikan masukan dan saran dari aplikasi yang sudah dicoba.

3.3 Learn

Tahapan terakhir dari pendekatan *lean startup* adalah *learn*. Evaluasi data diperlukan dalam mengembangkan suatu bisnis untuk mengetahui apakah bisnis tersebut perlu melakukan pergantian model bisnis dan gagasan, atau tetap bertahan menggunakan bisnis model dan gagasan yang diambil sebelumnya. Data-data yang sudah didapat selama proses pengembangan berjalan dapat menjadi tolak ukur terhadap perusahaan untuk mengganti model bisnis yang diambil atau tetap bertahan menggunakan model bisnis tersebut. Apabila terjadi perubahan, pengembang harus melakukan perubahan secara cepat agar tidak terjadi pemborosan waktu, uang dan tenaga. Banting setir merupakan proses untuk kembali ke awal dengan gagasan baru untuk melahirkan strategi baru yang lebih efektif dan efisien. Pengembang juga mencari nilai tambah dari produk yang akan dikembangkan dan menentukan nilai bisnis pada aplikasi. Tujuan dari tahapan ini adalah evaluasi proses pengembangan ide bisnis dan pencarian solusi agar aplikasi yang dikembangkan memiliki karakter *sustainable*, yaitu aplikasi yang dikembangkan dapat bertahan lama.

Untuk menentukan model bisnis dan gagasan yang digunakan tetap bertahan atau tidak didapat dari *feedback* calon pelanggan dan *range* nilai pelanggan terhadap aplikasi yang akan dikembangkan. Selain itu, pengembang juga melakukan analisis proses model bisnis dengan menggunakan *Business Process Model and Notation* (BPMN) dan *Business Model Canvas* (BMC). Tujuan dari BPMN adalah untuk mengetahui alur proses bisnis yang akan dilakukan untuk menentukan model bisnis yang tepat pada aplikasi. BPMN dilakukan untuk mempermudah dan dapat dipahami oleh semua pengguna bisnis dengan menyediakan notasi dan aktivitas pada diagram alur tersebut. (Dewi Indahyanti, 2012). Tujuan dari pembuatan *Business Model Canvas* adalah membantu pengembang dalam melakukan rancangan proses bisnis dan menetapkan hal-hal penting yang akan dilakukan dalam berbisnis.

Pengembang juga melakukan analisis kompetitor yang bertujuan untuk pencarian data dan informasi mengenai perusahaan pesaing yang serupa. Analisa kompetitor dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari perusahaan serupa, dimana hal tersebut dapat menjadikan perusahaan yang akan dikembangkan memiliki nilai bisnis tersendiri dan diminati oleh konsumen, serta menjadikan bisnis yang akan dikembangkan digunakan oleh

konsumen secara terus menerus. Selain itu, analisa kompetitor dilakukan agar perintis dapat mengetahui jenis ancaman yang akan diberikan pesaing terhadap perintis. Pengembangan ide bisnis dilakukan ketika bisnis mulai dirintis untuk menentukan nilai lebih terhadap bisnis tersebut dan dilakukan secara rutin dan berkala agar bisnis berjalan lebih maju dari kompetitor lainnya.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini hasil yang didapatkan berupa gagasan ide dan konsep untuk pengembangan ide bisnis EVORIA. Adapun ide pengembangan ide bisnis ini didapatkan melalui tahapan pendekatan *lean startup*. Pada tahapan ini akan dipaparkan hasil dari tahapan pendekatan *lean startup* terhadap pengembangan ide bisnis Evoria dan hasil dari model bisnis pengembangan ide bisnis Evoria.

4.1 Kebutuhan dan Perilaku Pasar

Pada saat penentuan ide bisnis yang akan dikembangkan, pengembang melakukan reset pasar terlebih dahulu terkait ide bisnis yang akan dikembangkan, terdapat beberapa ide bisnis sebelum ide bisnis Evoria dikembangkan. Rangkuman ide bisnis terdahulu ditampilkan pada Tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1 Ide Bisnis Terdahulu

NO	IDE BISNIS	KELEMAHAN
1.	Aplikasi jual online kerajinan tangan, terdapat dua user yaitu pengrajin tangan dan pembeli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jual beli online tersebut dapat ditemukan pada <i>e-commerce</i> seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan sejenisnya. 2. Jual beli dari pengrajin tangan belum banyak diminati dan dibutuhkan oleh banyak kalangan.
2.	Aplikasi <i>frenchise</i> adalah aplikasi bisnis untuk user yang ingin memiliki usaha sendiri.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Target pasar hanya untuk kalangan yang sudah memiliki modal.
3.	Aplikasi jual beli dan desain aquarium.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terlalu banyak kompetitor seperti Shopee, Tokopedia dan sejenisnya.
4.	Aplikasi pembayaran online (FINTECH)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat aplikasi serupa seperti Dana, Jenius, Paypal dan lainnya. 2. Memiliki risiko yang cukup tinggi karena harus berurusan dengan bank dan OJK.

Dari hasil ide bisnis terdahulu yang terdapat pada tabel 4.1, pengembang melakukan *brainstorm* untuk mendapatkan ide bisnis yang akan dikembangkan. Ide bisnis pertama yang didapatkan oleh pengembang adalah aplikasi jual-beli online dalam bidang kerajinan. Salah

satu tujuan dari ide bisnis tersebut adalah meningkatkan industri pengrajin dan UMKM yang ada di Indonesia. Ide bisnis tersebut memiliki banyak kompetitor, dimana kompetitor tersebut memiliki fitur yang lebih lengkap daripada ide bisnis yang akan dikembangkan oleh pengembang ide bisnis Evoria seperti Bukalapak, Shopee, Lazada dan *e-commerce* lainnya. Selain itu, belum banyaknya peminat masyarakat terhadap pengrajin juga menjadi salah satu alasan pengembang mengganti ide bisnis tersebut.

Ide bisnis selanjutnya adalah aplikasi *frenchise*. Aplikasi *frenchise* adalah suatu inkubator untuk para pemula bisnis yang ingin memiliki suatu usaha atau bisa disebut sebagai *entrepreneur*. Ketika ingin memiliki suatu usaha *frenchise*, masyarakat harus memiliki modal yang cukup terlebih dahulu. Rata-rata biaya modal dari sebuah *frenchise* terbilang cukup besar, sehingga pasar dari ide bisnis adalah *user* yang memiliki pendapatan perkiraan lebih dari tiga juta rupiah. Pasar dari ide bisnis tersebut relatif kecil sehingga pengembang melakukan pencarian ide bisnis lain agar ide bisnis dapat diterima oleh banyak masyarakat.

Selanjutnya ide bisnis jual beli dan desain aquarium. Pasar dari ide bisnis tersebut adalah semua umur yang memiliki hobi dalam aquascape. Ide tersebut didapat dari melihat tren Indonesia yang sedang naik. Salah satu kelebihan dari ide bisnis tersebut adalah *user* dapat mendesain aquarium sesuai dengan yang diinginkan. Kekurangan dari ide bisnis tersebut adalah ide tersebut kurang tepat diaplikasikan dalam jangka panjang, karena tren bisa saja berubah seiring bergantinya waktu, selain itu ide bisnis tersebut juga dapat ditemukan pada banyak *e-commerce*.

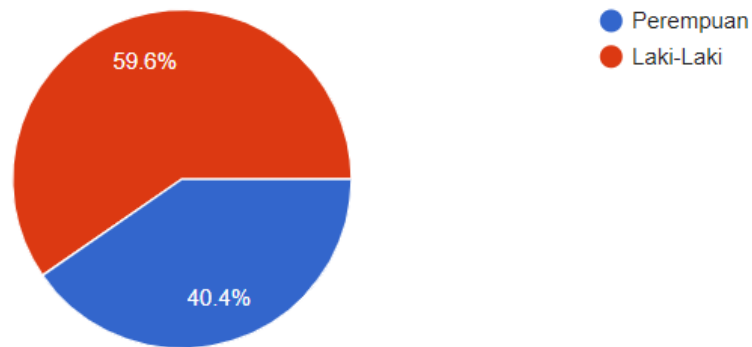
Ide bisnis terakhir adalah ide bisnis berbasis *fintech* atau ide bisnis pembayaran online. Ide tersebut didapat dari referensi aplikasi yang dibuat oleh warga luar negeri yaitu *paypal*. Ide bisnis tersebut memudahkan *user* dalam melakukan transaksi jual beli online dan memudahkan *user* dalam melakukan pembayaran ketika *user* tidak membawa uang tunai. Ide tersebut memiliki risiko cukup tinggi apabila ingin diaplikasikan dengan waktu pengembangan ide bisnis yang singkat. Selain itu, pembayaran online juga sudah ditemukan pada aplikasi Dana atau Jenius yang merupakan aplikasi dari bank BTPN.

Setelah melakukan *brainstorm* ide bisnis seperti yang ditampilkan pada tabel 4.1 dan ide bisnis Evoria, pengembang melakukan survey untuk mendapatkan data-data yang diinginkan dalam mengembangkan ide bisnis Evoria. Survey dilakukan dengan mengisi beberapa pertanyaan yang tersedia pada google form. Pencarian survey berguna untuk menguji

hipotesis ide yang sudah ada. Survey ini dilakukan dalam waktu seminggu dan diikuti oleh 52 responden. Berikut ini merupakan beberapa data hasil survey yang telah dilakukan:

Jenis Kelamin

52 responses

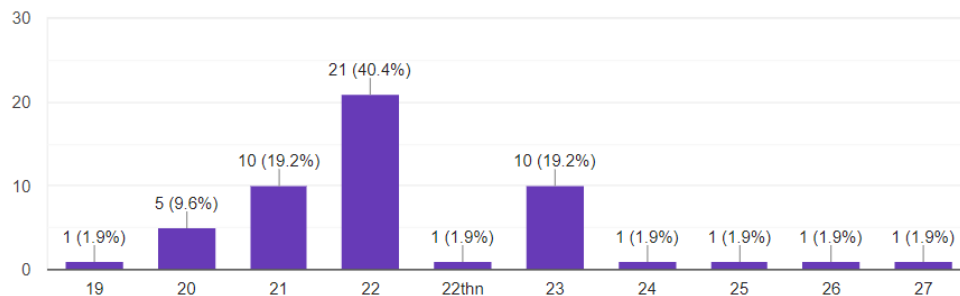


Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data pada Gambar 4.1, terdapat 59.6% responden yang berjenis kelamin laki-laki dan 40,4% berjenis kelamin perempuan.

Usia

52 responses

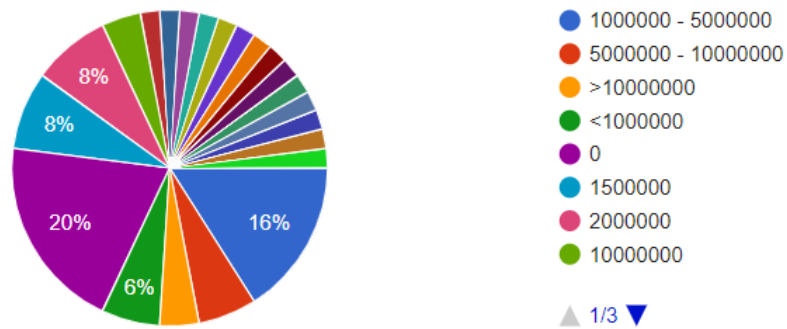


Gambar 4.2 Usia Responden

Pada Gambar 4.2 menjelaskan usia dari responden yang mengisi survei. Data usia diatas digunakan untuk mengetahui sasaran pengembangan ide bisnis ini lebih tepat dan lebih banyak menggunakan aplikasi yang dikembangkan di rentang usia mana saja. Rentang usia responden yang disajikan pada survei mulai dari usia 19 tahun sampai dengan usia 27 tahun. Hasil survei usia responden adalah 1 orang berusia 19 tahun, 5 orang berusia 20 tahun, 10 orang berusia 21 tahun, 22 orang berusia 22 tahun, 10 orang berusia 23 tahun, 1 orang berusia 24, 25, 26 dan 27 tahun. Responden yang mengisi survei paling banyak dilakukan oleh responden yang berusia 22 tahun kemudian responden yang berusia 21 dan 23 tahun.

Pendapatan per bulan

50 responses



Gambar 4.3 Pendapatan Responden

Survei selanjutnya adalah mencari tahu pendapatan dari setiap responden. Tujuan dari survei tersebut untuk menentukan *range* harga yang tepat pada ide bisnis Evoria, agar Evoria diterima oleh calon pengguna. Dari hasil survei dan kalkulasi data pada Gambar 4.3 menyatakan bahwa presentase responden yang memiliki pendapatan lebih dari sama dengan 10 juta rupiah adalah sebanyak 16%, dan sebanyak 84% adalah presentase responden yang memiliki pendapatan perbulan mulai dari 0 sampai kurang dari 10 juta rupiah.

Sudah pernah mendengar aplikasi event organizer / planner / vendor market place?

47 responses

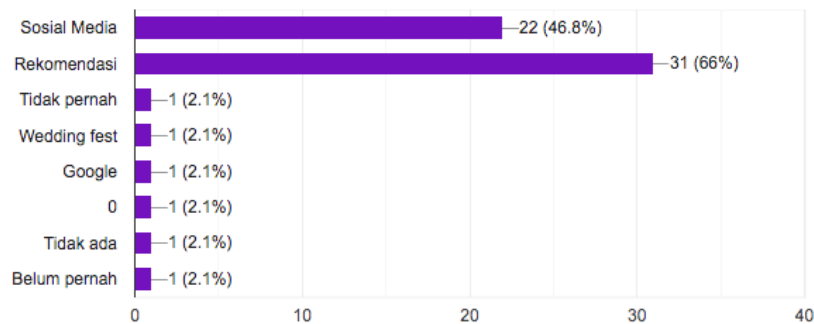
Belum
Tidak
belum
Bridestory
Ya, Breadstory
Ya, bridestory
Ya. bridedept, bridestory, weddingku
tidak
belum

Gambar 4.4 Survei Konsumen yang Membutuhkan Vendor

Survei selanjutnya adalah mencari tahu seberapa banyak responden yang mengetahui bisnis di bidang *Event Organizer* dalam dunia digital. Pada survei ini pengembang membagi responden kedalam 2 jenis responden, yaitu konsumen yang membutuhkan vendor dan konsumen yang memberikan jasa vendor. Pada Gambar 4.4, survei dilakukan kepada konsumen yang membutuhkan vendor. Data yang didapat terhadap survei tersebut menunjukkan hanya 6 responden yang pernah mengetahui bisnis *Event Organizer* dalam dunia digital, sedangkan 41 responden lainnya belum pernah mengetahui adanya bisnis tersebut.

Darimana anda mengetahui informasi mengenai jasa tersebut?

47 responses



Gambar 4.5 Media Informasi

Survei berikutnya adalah mencari tahu *platform* atau wadah yang menghubungkan responden untuk mendapatkan informasi mengenai penyedia jasa tersebut. Hasil survei pada Gambar 4.5 menunjukkan bahwa responden mengetahui informasi seputar *event organizer* dan vendor paling banyak didapatkan dari rekomendasi seseorang yang pernah memakai instansi *event organizer* dan vendor dengan jumlah presentase mencapai 66%. Wadah terbanyak setelah rekomendasi adalah melalui sosial media dengan jumlah presentase sebanyak 46.8%

Hal apa yang menjadi masalah anda ketika hendak mencari jasa layanan?

47 responses

Tidak disebutkan range harga yang jelas di platfrom media sosial, jadi harus capek nyimpen nomer vendor terus nanya harga. Bayangkan aja ada 10 vendor yang saya akan hubungi berarti saya harus menyimpan 10 nomer, penuh lah memori!!! wkwk belum lagi ternyata harganya, peraturan, fasilitasnya gak sesuai sama yang kita mau.. Hapus satu satu lagi nomernya capedeeeee (monmaap malah curhat)

Terbatasnya informasi di media sosial dll

INFORMASI

Tidak ada

takut salah

Bingung cari dmn

Rasa percaya sama hasilnya, harga dan kinerja

Honest review dr customer

Gambar 4.6 Permasalahan dalam Menggunakan Vendor

Survei selanjutnya adalah mencari tahu permasalahan yang sering terjadi pada responden ketika hendak mencari vendor. Pada Gambar 4.6 menjelaskan bahwa kebanyakan dari responden menjawab masih terbatasnya informasi terkait *event organizer* dan vendor yang berkualitas. Selain itu, untuk penyedia layanan masih merasa sulit dalam memasarkan instansinya, karena daya saing dalam memasarkan instansi cukup tinggi. Hasil dari permasalahan lainnya ditulis dalam Tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2 Permasalahan dalam mencari vendor

No.	Permasalahan pada Pengguna yang Mencari Vendor
1.	Responden kurang minat mencari vendor karena banyaknya vendor dan belum menemukan wadah pencarian vendor dalam satu waktu.
2.	Tidak tahu harus mencari vendor dimana karena kurangnya relasi.
3.	Masih bingung mencari vendor yang tepat dan berkualitas
4.	Tidak mengetahui estimasi harga dan biaya dari vendor tersebut.
5.	Tidak sesuai dengan kesepakatan yang diberikan oleh vendor.
6.	Bingung menentukan vendor yang bagus, karena banyak <i>review</i> yang tidak sesuai.
7.	Banyaknya kontak vendor yang harus disimpan didalam gawai.
8.	Fasilitas yang diberikan vendor tidak sesuai dengan yang diinginkan responden
9.	Terbatasnya informasi seputar vendor di media sosial.
10.	Kesulitan dalam menghubungi vendor.
11.	Masih banyak vendor yang tidak valid keberadaannya.
12.	Kurangnya informasi-informasi mendetail mengenai fasilitas apasaja yang disediakan dan <i>breakdown</i> harga jasa layanan yang detail.
13.	Belum menemukan aplikasi yang menyediakan banyak jasa layanan.
14.	Kurangnya portofolio yang diberikan oleh vendor.

Selain melakukan survei terhadap pengguna yang mencari vendor, pengembang juga mencari tahu permasalahan yang terjadi kepada vendor. Hasil permasalahan tersebut dituliskan pada Tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.3 Permasalahan yang terjadi pada Vendor

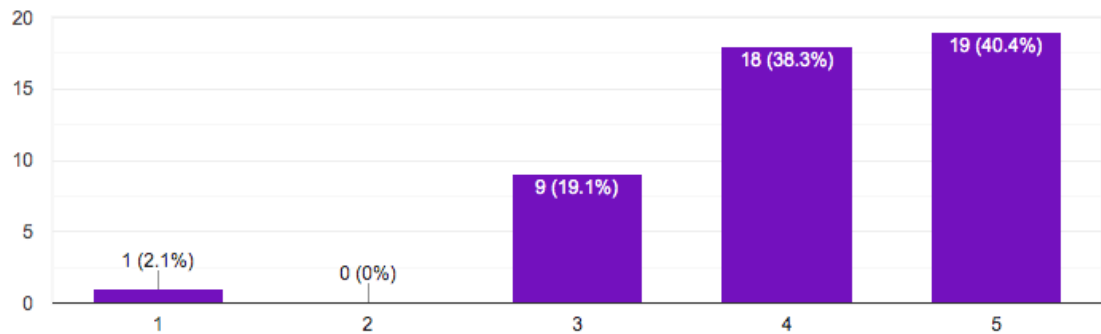
No.	Permasalahan pada Vendor
1.	Terjadi <i>miss communication</i> antara <i>planner</i> .
2.	Kurangnya relasi menjadikan instansi kurang dikenal oleh banyak masyarakat.
3.	Kesulitan dalam membangun dan menjaga jaringan.
4.	Kesulitan dalam menentukan kesepakatan dengan pengguna vendor.
5.	Jadwal yang acak.

Survei berikutnya adalah pengembang mencari tahu penilaian calon pengguna terhadap aplikasi di bidang *Event Organizer* akan memudahkan calon pengguna dalam mencari

vendor atau tidak. Hasil survei dijelaskan dalam bentuk grafik yang ditampilkan pada Gambar 4.7 dibawah ini.

Apakah aplikasi event organizer / planner / vendor marketplace akan mempermudah anda dalam mencari jasa layanan tersebut?

47 responses



Gambar 4.7 Grafik Penilaian Aplikasi Vendor

Pengembang memberikan rentang nilai 1 sampai 5 pada survei tersebut. Nilai 1 pada grafik menandakan aplikasi tersebut sangat tidak memudahkan calon pengguna dalam mencari vendor, sedangkan nilai 5 menandakan aplikasi tersebut sangat membantu calon pengguna dalam mencari vendor. Hasil dari grafik diatas menunjukkan 1 orang menyatakan bahwa aplikasi vendor tidak memudahkan calon pengguna dalam mencari vendor, 9 orang dari calon pengguna menyatakan aplikasi vendor tersebut dapat memudahkan dan tidak memudahkan calon pengguna dalam mencari vendor, 18 orang menyatakan aplikasi vendor tersebut dapat memudahkan calon pengguna dalam pencarian vendor, dan 19 orang menyatakan aplikasi vendor sangat memudahkan calon pengguna dalam pencarian vendor. Dapat disimpulkan bahwa aplikasi vendor akan memudahkan calon pengguna dalam mencari vendor.

fitur apa yang paling anda inginkan dalam sebuah aplikasi event organizer / planner / vendor marketplace?

47 responses

Diskon
Fitur pencarian, fitur chat, fitur transaksi
pencarian vendor event organize
Services on budget berdasarkan permintaan user
Filter harga, filter kualitas (rating), rekomendasi
rekomendasi vendor yg sesuai budget. tapi kualitas juga bagus.
apa saja yang ditawarkan, harga, kualitas bahan dan barang
Range harga, beserta detail fasilitas yang tersedia
User friendly

Gambar 4.8 Fitur yang diinginkan

Survei selanjutnya adalah melakukan pencarian fitur yang diinginkan oleh responden untuk menjadi tolak ukur dalam menyediakan fitur-fitur pada aplikasi, agar aplikasi sesuai dengan yang diinginkan oleh responden. Pada Gambar 4.8, responden menuliskan beberapa fitur aplikasi yang diinginkan oleh responden, antara lain, terdapat fitur flash deal pada aplikasi, terdapat range harga yang diinginkan oleh *user*, rekomendasi instansi yang berkualitas, memiliki review dan rating yang jujur untuk mempercayai instansi tersebut benar adanya dan berkualitas, dan fitur lainnya. Fitur lainnya dituliskan pada Tabel 4.4 dibawah ini.

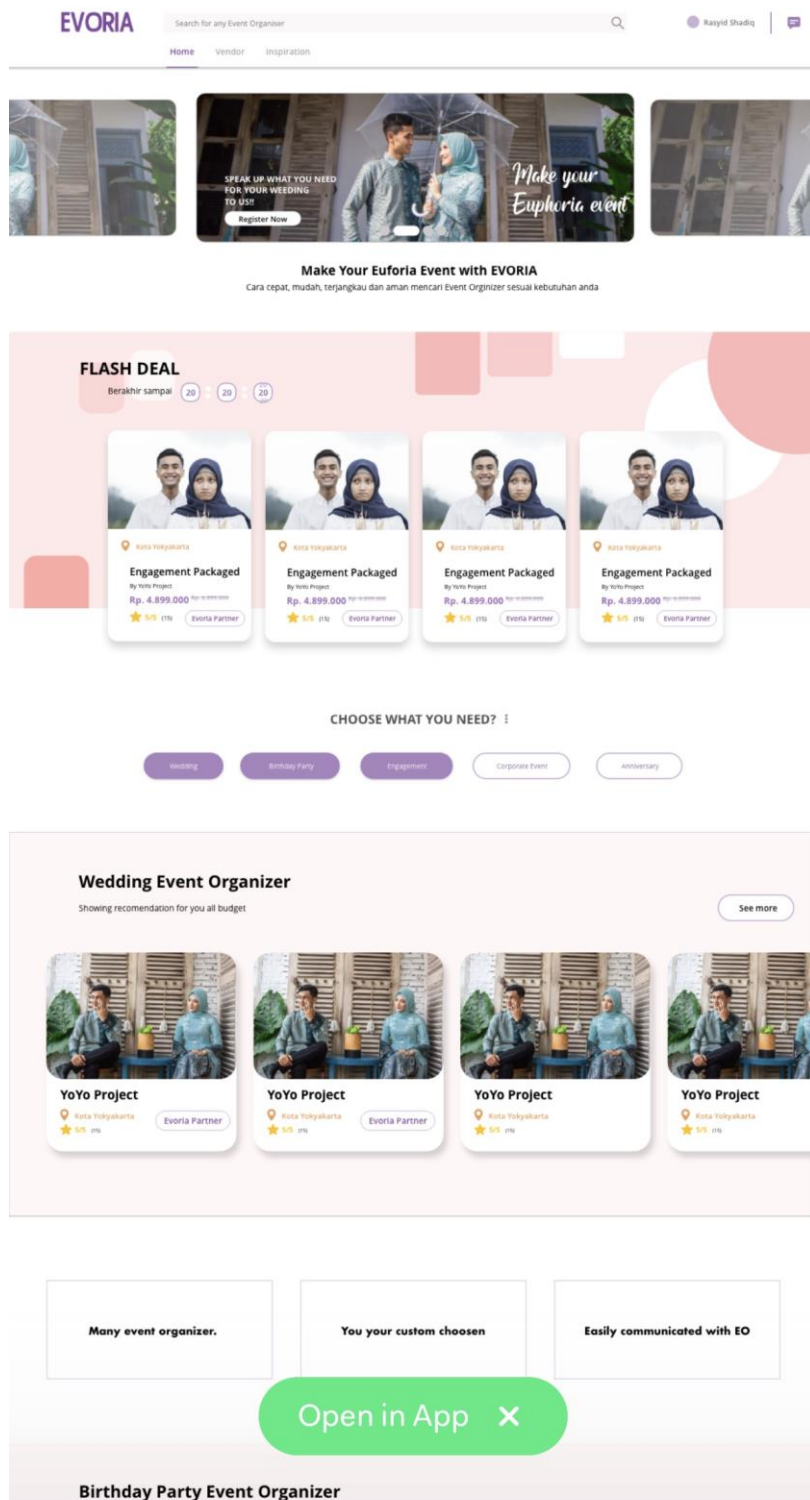
Tabel 4.4 Fitur yang diinginkan calon pengguna

No.	Fitur yang diinginkan
1.	Fitur pencarian vendor, fitur chat, fitur transaksi.
2.	Fitur <i>services on budget</i> berdasarkan permintaan <i>user</i> .
3.	Filter harga, fitur penilaian <i>user</i> dan rekomendasi <i>user</i> yang telah menggunakan vendor tersebut.
4.	Fitur range harga, beserta detail fasilitas yang disediakan.
5.	Aplikasi <i>user friendly</i> .
6.	Fitur pencarian vendor terdekat.

7.	Portofolio dari vendor, testimoni <i>user</i> , <i>trust issues</i> , sertifikat vendor dan <i>profile</i> lengkap dari vendor tersebut.
8.	Fitur pencarian sesuai lokasi.
9.	Aplikasi dapat didesain sesuai keinginan pengguna.
10.	Fitur perbandingan antara satu jasa dengan jasa lainnya.
11.	Layanan <i>customization based on our needs</i> .
12.	Fitur perhitungan <i>budget</i> berdasarkan keinginan pengguna.
13.	Pengguna dapat terhubung langsung dengan vendor.
14.	Fitur pembayaran seperti <i>shopeepay</i> , <i>gopay</i> dan lainnya.
15.	Fitur rekomendasi konsep acara.
16.	Fitur discount dan <i>flash sale</i> .
17.	Fitur promosi vendor.

4.2 Prototype

Aplikasi Evoria adalah aplikasi berbasis web, aplikasi ini di desain sesuai dengan saran yang diberikan oleh konsumen, begitu juga dengan fitur-fitur yang tersedia pada setiap halaman aplikasi. Proses pemesanan jasa pada aplikasi dimulai dengan memilih kategori yang diinginkan, kemudian memilih event organizer atau vendor sesuai dengan kategori yang sudah dipilih, setelah itu menentukan perkiraan hari dan tanggal kapan event organizer atau vendor dibutuhkan, setelah itu melakukan pembayaran dan akan diproses jika pembayaran berhasil dan melakukan pertemuan dengan event organizer atau vendor untuk membahas seputar jasa yang akan digunakan.



Gambar 4.9 Halaman Awal Utama

Gambar 4.9 merupakan purwarupa awal pada aplikasi Evoria. Aplikasi tersebut memiliki 4 halaman utama yaitu:

1. Halaman Home.

Pada halaman “Home”, terdapat beberapa fitur seperti, fitur pencarian untuk mencari *event organizer*, vendor dan kategori yang diinginkan. Selain itu, terdapat fitur *flash deal*, dimana fitur tersebut merupakan rekomendasi sistem kepada *user* terkait paket *event organizer* dan vendor yang sedang mengadakan promo atau potongan harga. Pada halaman ini, *user* dapat memilih beberapa kategori yang tersedia pada sistem. Ketika kategori tersebut dipilih, maka sistem akan memunculkan vendor dengan kategori yang telah dipilih

2. Halaman Vendor.

Pada halaman “vendor”, sistem akan menampilkan berbagai macam vendor dengan kategori yang diinginkan. Pada halaman ini dapat melihat apakah vendor tersebut termasuk anggota evoria partner atau bukan. Evoria partner merupakan fitur berlangganan premium untuk vendor yang mendaftar pada aplikasi kami, keuntungan dari fitur tersebut adalah user akan lebih mudah mempercayai produk dan kualitas produk yang disediakan oleh vendor ketika vendor tersebut sudah berlangganan premium.

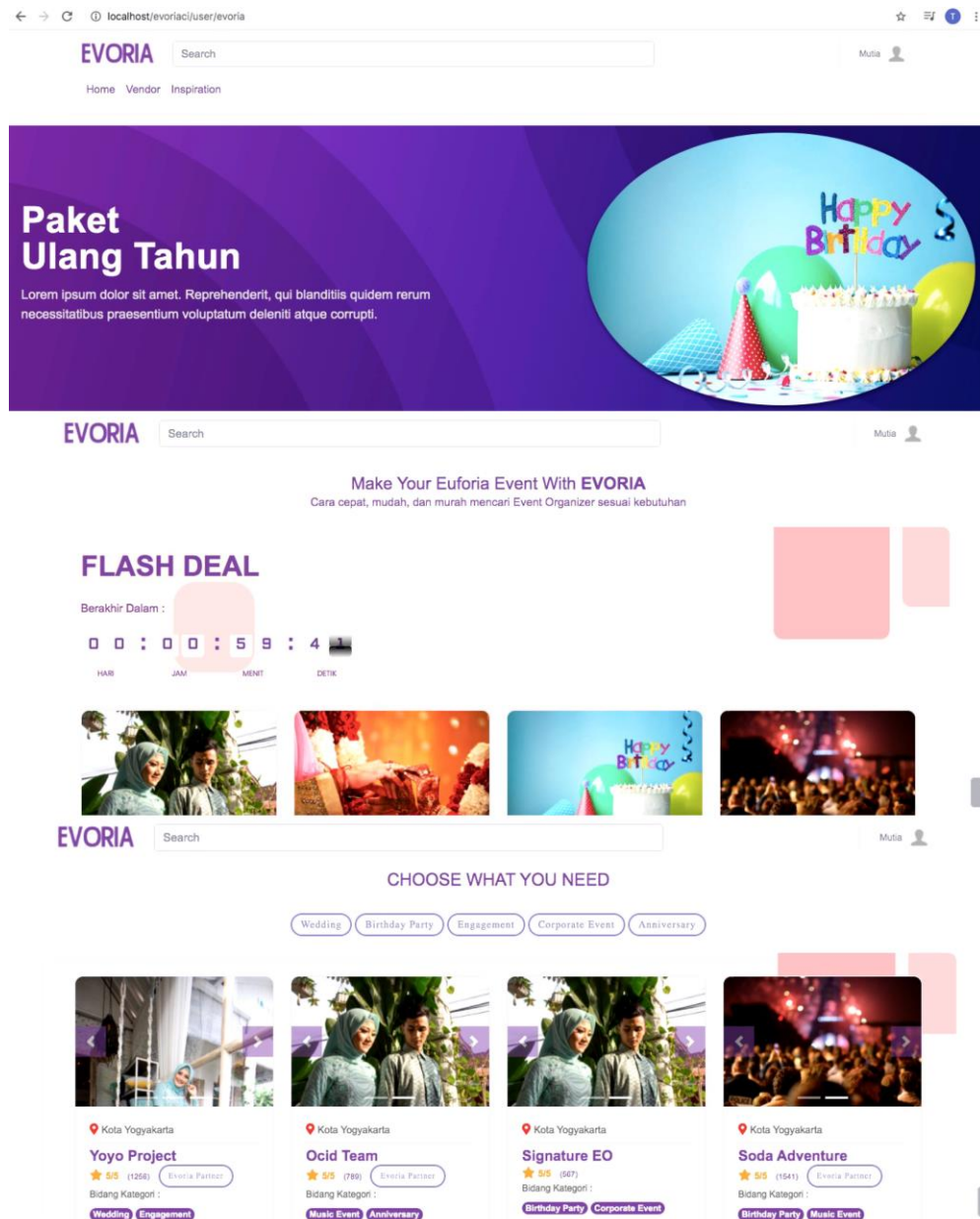
3. Halaman Inspirasi.

Pada halaman “Inspirasi”, sistem menampilkan banyak dokumentasi acara yang telah dilakukan. Halaman ini berguna untuk memberikan gambaran ide kepada *user* apabila *user* kebingungan mencari ide konsep acara yang akan dilaksanakan.

4. Halaman Profil.

Pada halaman “Profil” terdapat beberapa fitur seperti fitur status order yaitu *user* dapat melihat sampai dimana proses pemesanan dilakukan. Selain itu, terdapat fitur *saved vendor* yaitu *user* dapat menyimpan vendor yang ingin dilihatnya kembali.

Setelah melakukan *testing* pada purwarupa aplikasi, pengguna memberikan beberapa *feedback* terkait purwarupa aplikasi. *Feedback* didominasi dengan desain purwarupa aplikasi. Fitur-fitur sebelum adanya testing yang tersedia pada aplikasi Evoria tetap menjadi fitur-fitur yang disajikan oleh aplikasi Evoria. Perubahan desain aplikasi Evoria dapat dilihat pada Gambar 4.10 desain tersebut didapat dari hasil *feedback* pada sub bab 4.5



Gambar 4.10 Halaman Utama Setelah Melakukan *Feedback*

4.3 *Feedback*

Setelah melakukan *prototyping*, anggota tim melakukan pencarian *feedback* terhadap purwarupa yang telah didesain. Tujuan dari pencarian *feedback* tersebut untuk menentukan kelayakan aplikasi yang sedang dikembangkan. Pencarian *Feedback* dilakukan dengan cara mendemokan langsung *prototype* tersebut kepada 7 konsumen dan meminta pendapat mereka terkait purwarupa aplikasi beserta fitur-fitur yang telah disediakan. Hasil *feedback* dirangkum pada Tabel 4.5

Tabel 4.5 *Feedback* Calon Pengguna

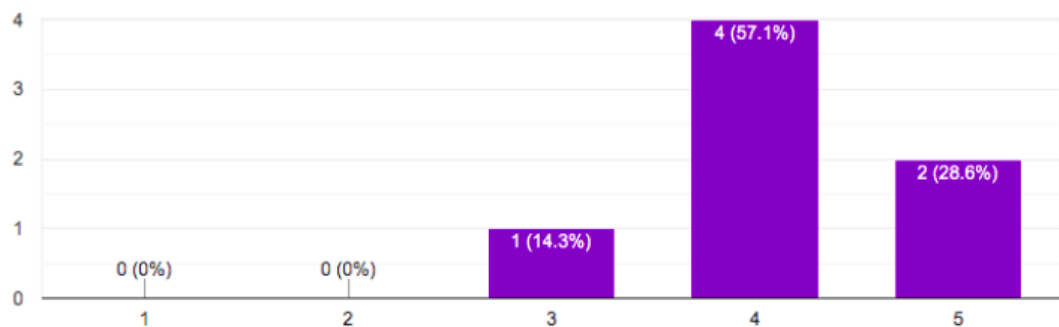
No.	Nama	Hasil
1.	Egi	Menurutku sih fitur yang dikotak biru perlu lebih di-highlight lagi, trus yang kugaris merah itu agak ganggu orang buat fokus ke konten. Mungkin yang dikotak biru (choose what you need) itu lebih eye-catching kalo ditaruh di atas dan dekat dengan mata pengguna, sedangkan "flashsale" ditaruh di bawah soalnya dia crashing sama notif bergambarmu (yang hijau). Sejauh ini sih desainnya bagus dan ramah untuk kedua jenis gender.
2.	Kharis	Tampilan terlihat kecil, sehingga tidak nyaman dipandang. Pemilihan warna dan <i>font</i> sudah sesuai. Saran, ukuran <i>interface</i> sesuai dengan dimana <i>user</i> mengaksesnya. Menambahkan fitur bahasa agar dapat dimengerti oleh banyak kalangan.
3.	Nisa	Font size kekicilan. Title di tiap section yang ada di home kurang besar jadi kurang ke highlight contoh pada bagian flash deal. Pada layer inspiration bagian all categories dll itu saran dibuat box lagi agar keliatan itu filter pencarian
4.	Habib	Akses aplikasi menggunakan <i>mobile browser</i> masih belum rapi, menyebabkan tulisan tidak terbaca. Menu produk dan <i>pricelist</i> digabung jadi satu. Penamaan " <i>Saved EO</i> " lebih disesuaikan agar dimengerti oleh pengguna. <i>Background</i> , <i>font</i> dan warna sudah bagus.
5.	Tasya	Saran untuk memiliki fitur chat untuk menghubungkan pengguna dengan penyedia. Pada halaman <i>home</i> .

Dari pencarian *feedback* tersebut dapat disimpulkan bahwa *design* dari aplikasi ini sudah bagus, warna design dapat digunakan oleh wanita dan pria, serta *user friendly*. Begitu juga dengan fitur-fitur yang disediakan sudah sesuai dengan kebutuhan calon konsumen. Calon konsumen juga menambahkan beberapa saran untuk design dan fitur-fitur pada aplikasi ini seperti, memperbesar *font* yang ada di *design* aplikasi tersebut, karena font terlalu kecil, fitur pemilihan kategori ditempatkan diatas fitur flashdeal agar design tersebut terlihat *eye catching*.

Dari pencarian *feedback*, pengembang juga meminta calon pengguna untuk memberikan penilaian terhadap aplikasi yang akan dikembangkan. Data grafik penilaian tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.11 dibawah ini.

Berapa penilaian secara keseluruhan untuk aplikasi yang akan kami buat (EVORIA)?

7 responses



Gambar 4.11 Penilaian Pelanggan Terhadap Aplikasi

Pengembang memberikan rentang nilai 1 sampai dengan 5 untuk survei penilaian ide bisnis Evoria. Nilai 1 pada grafik menandakan bahwa calon pengguna tidak menyukai sama sekali ide bisnis yang telah dirancang oleh pengembang dan nilai 5 menandakan ide bisnis bisa diterima oleh calon pengguna. Dari hasil grafik pada Gambar 4.11 diatas, 4 dari 7 calon pengguna memberikan nilai 4 pada ide bisnis Evoria, yang merupakan ide bisnis Evoria dapat diterima oleh calon pengguna.

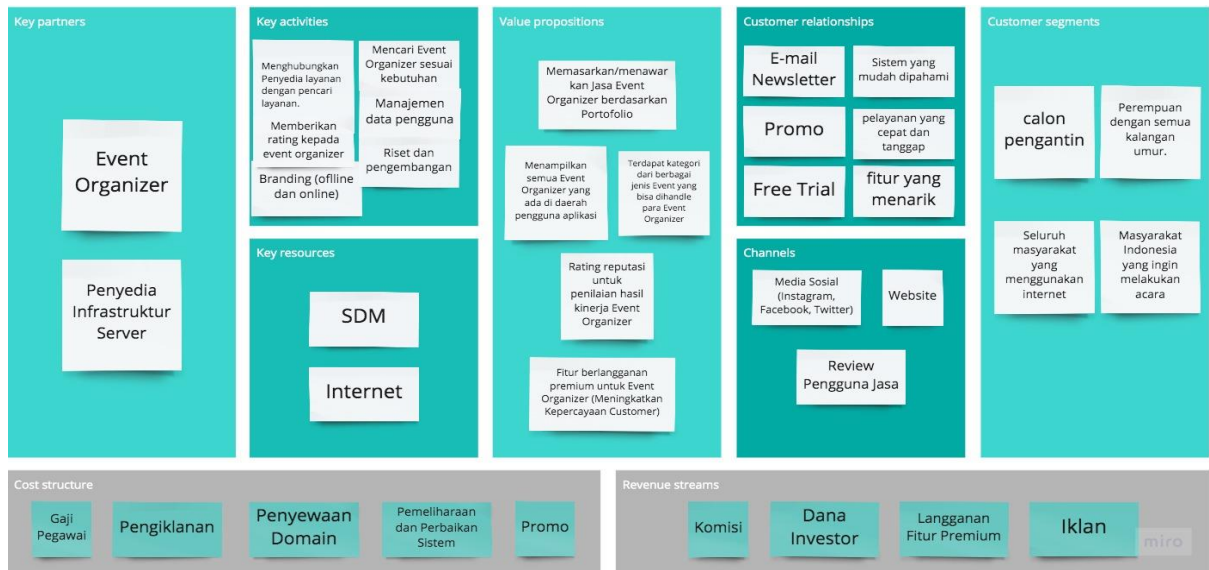
4.4 Nilai Bisnis aplikasi Evoria

Pada tahapan *business validation* kegiatan yang dilakukan adalah menganalisa nilai bisnis dari aplikasi dan menganalisa model bisnis dalam pengembangan ide bisnis agar aplikasi dapat berkembang secara *sustainable*. Berikut adalah hasil dari kegiatan *business validation*.

4.4.1 Model Bisnis Canvas

Menurut Osterwalder dan Yves Pigneur dalam (Fatihatu, 2018) *Business Model Canvas* merupakan salah satu strategi pada sebuah model bisnis yang menggambarkan tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai bisnis dari organisasi tersebut. *Business Model Canvas* memiliki 9 elemen utama, yaitu *Customer Segment*, *Customer Relationship*, *Customer Channel*, *Revenue Stream*, *Value Proposition*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Cost Structure* dan *Key Partners*.

Business Model Canvas dilakukan untuk membantu pengembang dalam melakukan rancangan proses bisnis dan menetapkan hal-hal penting yang akan dilakukan dalam berbisnis. Berikut adalah *Business Model Canvas* dari tim Exel yang dapat dilihat pada Gambar 4.12



Gambar 4.12 *Business Model Canvas* Tim Evoria

a. *Key Partners*

Pada aplikasi Evoria, *key partner* pada bisnis model kanvas terbagi menjadi 2 mitra utama, yaitu *Event Organizer* yang telah terdaftar dan telah melakukan verifikasi instansi terlebih dahulu pada halaman *sign up*. Selain itu, mitra lain dari aplikasi Evoria adalah penyedia infrastruktur server yang membantu tim Exel dalam pengembangan ide bisnis EVORIA pada saat bisnis berlangsung.

b. *Key Activities*

Beberapa kegiatan yang akan dilakukan dalam membangun aplikasi Evoria adalah menghubungkan *event organizer* dengan pencari jasa layanan. Pencari jasa dapat mencari banyak *event organizer* maupun kategori yang diinginkan oleh pencari jasa. Setelah menggunakan layanan dari *event organizer* pencari jasa layanan dapat memberikan rating maupun ulasan kepada penyedia jasa layanan. Pada pengembangan, aktifitas yang akan dilakukan adalah melakukan *branding* secara *online* maupun *offline* agar aplikasi Evoria dapat dikenal oleh masyarakat Indonesia. Kegiatan lain yang dilakukan adalah melakukan manajemen dan pemeliharaan data pengguna agar data yang tersimpan pada sistem aman. Pengembang juga melakukan riset dan pengembangan secara terus menerus agar bisnis berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan.

c. *Value Propositions*

Pada aplikasi Evoria, *value propositions* atau nilai bisnis yang dilakukan adalah menghubungkan pencari jasa layanan dengan penyedia jasa layanan yang tersedia pada aplikasi Evoria. Pencari jasa layanan adalah orang yang akan melakukan suatu kegiatan dengan menggunakan jasa layanan pada kegiatan tersebut, sedangkan penyedia jasa layanan adalah vendor yang menyediakan jasa untuk melakukan suatu kegiatan. Selain itu, *value propositions* aplikasi Evoria lainnya adalah memasarkan atau menawarkan jasa berdasarkan portofolio. Sistem aplikasi Evoria juga menampilkan vendor atau *event organizer* sesuai dengan lokasi pengguna. Terdapat fitur berlangganan premium pada aplikasi Evoria yang diperuntukan kepada penyedia jasa, yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap instansi penyedia jasa layanan. Pencari jasa layanan juga dapat memberikan ulasan atau *rating* terhadap instansi penyedia jasa layanan apabila telah menggunakan vendor tersebut. dipercaya serta dengan pilihan kategori pekerjaan yang beragam.

d. *Customer Relationship*

Pengembang melakukan beberapa kegiatan dalam menjalin hubungan terhadap pelanggan agar pelanggan tetap menggunakan aplikasi Evoria, yaitu membagikan informasi seputar promo dan hal menarik melalui email. Selain itu, penyedia jasa layanan juga dapat mengakses akun premium aplikasi Evoria selama 30 hari, dimana hal tersebut dapat meningkatkan efektifitas pemasaran pada instansi. Fitur-fitur pada sistem dibuat semenarik mungkin dan dapat dimengerti oleh banyak kalangan dan menerapkan pelayanan cepat dan tanggap agar menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

e. *Customer Segments*

Sasaran pasar pada aplikasi Evoria terbagi menjadi empat jenis, yaitu calon pengantin karena acara pernikahan akan didominasi dengan menggunakan jasa layanan. Selain itu, perempuan dengan berbagai kalangan umur juga menjadi sasaran pasar aplikasi Evoria, karena tidak sedikit perempuan menggunakan jasa make up untuk melakukan suatu acara. Seluruh masyarakat Indonesia juga menjadi sasaran dari aplikasi Evoria, karena aplikasi Evoria memiliki banyak kategori jasa layanan.

f. *Key Resources*

Sumber daya utama yang dibutuhkan oleh pengembang adalah sumber daya manusia dan internet untuk melancarkan kegiatan dalam berbisnis.

g. *Channels*

Agar aplikasi Evoria lebih dikenal oleh banyak pengguna, pengembang melakukan kegiatan pemasaran melalui beberapa *channel* yaitu, dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn dan media sosial lainnya. Pengembang juga melakukan pemasaran dengan menggunakan website resmi dari aplikasi Evoria. *Review* dari pelanggan juga menjadi salah satu cara agar aplikasi Evoria dapat dikenal oleh pelanggan yang belum pernah memakai aplikasi Evoria.

h. *Cost Structure*

Struktur biaya pengeluaran pada perusahaan akan dialokasikan ke beberapa hal yaitu, gaji pegawai, melakukan iklan terhadap aplikasi agar aplikasi Evoria lebih banyak dikenal dengan melakukan iklan. Melakukan penyewaan domain juga termasuk dalam struktur biaya pengeluaran perusahaan agar website atau aplikasi Evoria dapat diakses secara *online*. Biaya pengeluaran juga dialokasikan terhadap pemeliharaan dan perbaikan sistem dan juga promo.

i. *Revenue Stream*

Pada tahapan awal merintis, pendapatan yang didapat oleh pengembang berasal dari komisi yang didapat dari transaksi pelanggan dengan menambahkan 10% dari biaya yang telah ditetapkan. Selain itu, pendapatan juga didapat dari langganan fitur premium vendor dan juga perusahaan lain yang ingin mengiklankan produknya pada aplikasi Evoria. Pengembang juga akan mengajukan proposal investor untuk menambah pendapatan pendanaan.

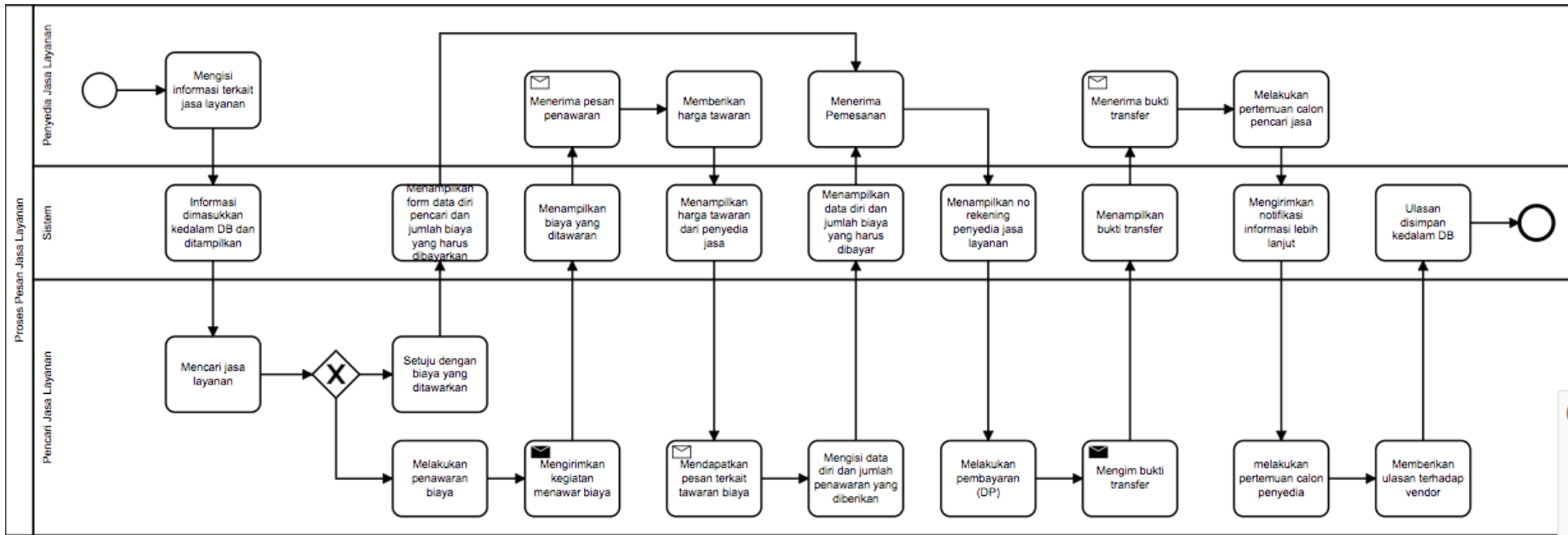
4.4.2 Diagram Alur

Proses bisnis pada aplikasi Evoria digambarkan dalam sebuah diagram alur dengan menggunakan *Business Process Model and Notation* dan menggunakan *tools* bpmn.io. Proses bisnis pada aplikasi Evoria dapat dilihat pada Gambar 4.13 dibawah ini.

Proses bisnis aplikasi Evoria disajikan dengan menggunakan satu *pool* dengan tiga *swimlane*. *Swimlane* terdiri dari penyedia jasa layanan, sistem yang merupakan penghubung antara penyedia jasa dengan pencari jasa dan pencari jasa itu sendiri. Proses bisnis dimulai dengan mengisi informasi terkait jasa layanan yang dilakukan oleh penyedia jasa layanan, kemudian informasi tersebut akan ditampung oleh sistem dan disimpan kedalam database. Sistem akan menampilkan informasi seputar jasa layanan agar dapat diakses oleh pencari jasa layanan. Pencari jasa layanan akan mencari jasa layanan yang diinginkan dan akan mendapatkan informasi yang diinginkan, apabila pencari jasa layanan ingin menggunakan layanan tersebut dan biaya yang ditetapkan sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pencari

jasa, maka sistem akan menampilkan halaman form data diri. Apabila pencari jasa ingin melakukan penawaran harga, maka penyedia akan mengirim pesan kepada pencari layanan mengenai biaya yang ditawarkan. Apabila penyedia menyetujui tawaran tersebut maka pencari jasa layanan akan mengisi data diri, kemudian penyedia layanan akan menerima pesanan tersebut dan menampilkan nomor rekening serta jumlah pembayaran pada sistem. Setelah itu pencari jasa melakukan pembayaran awal dan mengirimkan bukti transfer kepada penyedia jasa. Ketika bukti transfer sudah diterima oleh penyedia, maka penyedia akan melakukan pertemuan dengan calon pengguna jasa untuk membahas prosedur selanjutnya. Setelah acara telah dilakukan, pengguna jasa dapat melakukan ulasan terhadap penyedia jasa tersebut.





Gambar 4.13 Diagram Alur Pemesanan Jasa pada Aplikasi Evoria

4.4.3 Daya Saing Kompetitor

Menurut Boyd, Walker dan Larreche (2000 : 248) kompetitor adalah struktur industri, sepak terjang berbagai kekuatan persaingan yang mempengaruhi kemampuan suatu industri. Sedangkan menurut Kasmir (2012) kompetitor adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Maka dapat disimpulkan kompetitor adalah suatu perusahaan yang menghasilkan produk serupa dengan perusahaan lain.

Aplikasi Evoria merupakan aplikasi yang menghubungkan seseorang yang ingin menggunakan suatu jasa dengan orang yang menyediakan jasa layanan. Sebelum aplikasi Evoria dikembangkan, terdapat beberapa aplikasi serupa dengan aplikasi Evoria. Untuk mengetahui perbedaan aplikasi Evoria dengan aplikasi serupa, pengembang melakukan analisis kompetitor untuk menggali informasi terkait aplikasi serupa tersebut. Selain itu, melakukan analisis kompetitor juga dapat menjadikan aplikasi Evoria memiliki nilai bisnis tersendiri. Berikut analisa kompetitor yang dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6 Analisis Kompetitor

No.	Nama Aplikasi	Deskripsi Aplikasi	Kelebihan	Kekurangan
1.	Bride Story	<i>Bride Story</i> adalah suatu aplikasi yang bergerak di bidang <i>wedding marketplace</i> . Aplikasi ini menyediakan informasi seputar pernikahan.	Pada aplikasi tertera biaya estimasi yang harus dibayarkan oleh pengguna ketika ingin menggunakan suatu jasa, sehingga dapat memudahkan pengguna dalam hal <i>budgeting</i> .	aplikasi ini berbayar untuk para <i>vendor</i> dan <i>event organizer</i> dan siapa saja bisa menjadi <i>vendor</i> maupun <i>event organizer</i> , hal tersebut menyebabkan beberapa <i>customer</i> mendapatkan <i>vendor</i> atau <i>event organizer</i> tidak sesuai dengan yang diinginkan.
2.	Weddingku	Serupa dengan <i>Bride story</i> , aplikasi <i>Weddingku</i> juga bergerak di bidang <i>Wedding Marketplace</i> .	Memiliki banyak informasi seputar <i>Wedding Organizer</i> .	tidak terdapat biaya estimasi pada setiap <i>vendor</i> dan <i>event organizer</i> ,

				sehingga pengguna harus menghubungi banyak <i>vendor</i> untuk mengetahui estimasi biaya tersebut dan memilah <i>vendor</i> mana yang akan mereka gunakan.
3.	Mecapan	<i>Mecapan</i> merupakan aplikasi yang bergerak di bidang <i>Beauty Marketplace</i> . Layanan yang disediakan oleh aplikasi ini adalah jasa kecantikan.	Pengguna dapat melakukan kegiatan kecantikan dirumah sendiri, tidak harus datang ke salon.	Aplikasi ini hanya menyediakan vendor dengan kategori kecantikan saja, ketika sedang mengadakan suatu acara dan ingin mencari vendor dengan kategori selain kecantikan, maka <i>customer</i> harus mencari vendor tersebut pada aplikasi yang berbeda.

Berdasarkan Tabel 4.5 pengembangan aplikasi yang ditawarkan hampir serupa dengan pengembangan aplikasi Evoria. Pengumpulan informasi kompetitor dilakukan dengan tiga aspek yaitu, deskripsi aplikasi, kelebihan aplikasi dan kelemahan aplikasi. Informasi tersebut dapat menjadi referensi terhadap aplikasi Evoria dalam membangun bisnis. Weddingku merupakan aplikasi pertama yang bergerak dalam bidang *wedding marketplace*. Weddingku menyajikan banyak informasi *event organizer* untuk mempermudah suatu kegiatan khususnya acara pernikahan. Serupa dengan Weddingku, aplikasi *bride story* juga bergerak dibidang *wedding marketplace*, yang membedakan antara kedua aplikasi tersebut adalah Weddingku hanya menyediakan informasi seputar *event organizer* yang disediakan oleh instansi tersebut, sementara *bride story* terbuka memberikan akses kepada seluruh *event organizer* yang ingin memasarkan instansinya. Sedangkan, Mecapan merupakan aplikasi yang bergerak dalam bidang *beauty marketplace*. Dari setiap aplikasi tersebut memiliki

beberapa kelemahan dalam mengembangkan ide bisnisnya. Kelemahan pada ketiga aplikasi tersebut diambil untuk menjadi nilai bisnis pada aplikasi Evoria, yaitu aplikasi Evoria dapat diakses secara gratis oleh pencari jasa maupun penyedia jasa, tetapi terdapat akun premium pada penyedia jasa untuk menjadikan pemasaran pada instansi penyedia jasa lebih efektif dengan menyediakan beberapa fitur khusus dari aplikasi. Selain itu, pada aplikasi Evoria terdapat biaya jasa yang dirincikan secara transparansi oleh setiap penyedia jasa layanan. Aplikasi Evoria juga memiliki banyak kategori jasa layanan yang dapat memudahkan pencari jasa dalam pencarian jasa yang diinginkan.

4.5 Analisis Komersialis

Analisis komersial adalah pencarian data dan informasi dari suatu aktivitas yang tujuan utamanya adalah menghasilkan suatu nilai bisnis. Pada pengembangan ide bisnis aplikasi dibutuhkan suatu analisis komersial agar mengetahui apakah aplikasi tersebut layak digunakan oleh masyarakat dan memiliki nilai jual ketika diperkenalkan kepada masyarakat. Pada pengembangan ide bisnis Evoria, tahapan yang dilakukan untuk mencari nilai jual tersebut adalah dengan melakukan wawancara terhadap konsumen. Hal yang pertama kali dilakukan adalah mengetahui apakah aplikasi Evoria akan dibutuhkan konsumen, yaitu masyarakat Indonesia dan penyedia jasa layanan dengan menawarkan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Evoria. Banyak dari responden menyatakan bahwa aplikasi Evoria dibutuhkan untuk mempermudah seseorang dalam melakukan suatu kegiatan, hasil survey dapat dilihat pada sub bab kebutuhan pasar. Selain itu, beberapa konsumen juga menyatakan bahwa mereka pernah mendengar aplikasi serupa dengan aplikasi Evoria yang lebih dulu dikembangkan. Pengembang aplikasi juga melakukan analisis terhadap aplikasi serupa agar aplikasi Evoria bisa berjalan lebih maju dari aplikasi serupa. Hasil analisis aplikasi serupa dapat dilihat pada tabel 4.6. Pada aplikasi serupa terdapat kekurangan, kekurangan tersebut juga disebutkan oleh calon konsumen dan bisa menjadi nilai tambah dari aplikasi Evoria dalam memasarkan aplikasi.

Berikut beberapa alasan yang didapat dari survey, analisis kompetitor dan *value proposition* Bisnis Model Canvas, bahwa aplikasi Evoria layak dikembangkan dan digunakan oleh konsumen:

1. Beberapa penyedia jasa layanan tidak ingin menggunakan aplikasi serupa karena aplikasi tersebut berbayar untuk penyedia jasa layanan. Sementara aplikasi Evoria dapat diakses secara gratis oleh penyedia jasa layanan.

2. Pada aplikasi Evoria, penyedia jasa layanan dapat mencoba akun premium dan fitur premium lainnya yang ditawarkan oleh aplikasi Evoria secara gratis selama sebulan. Fitur tersebut dapat meningkatkan penjualan suatu instansi.
3. Aplikasi Evoria merincikan secara transparansi biaya jasa layanan yang diinginkan. Fitur tersebut dapat memudahkan pengguna dalam menyiapkan anggaran. Kebanyakan dari *user* apabila tertarik terhadap suatu barang atau jasa mereka akan mencari tahu terlebih dahulu harga dari suatu barang atau jasa tersebut. Pada toko online seperti media sosial, ketika suatu toko online tidak mencantumkan harga, *user* akan mencari tahu harga tersebut pada kolom komentar. Banyak dari user yang ingin membeli suatu produk atau jasa akan mengabaikan toko tersebut apabila toko tersebut tidak mencantumkan harga pada produknya sehingga mengurangi potensi produk terjual pada toko tersebut. Selain itu, ketika user tersebut menghubungi kontak dari toko tersebut untuk mengetahui harga, user akan memikirkan terlebih dahulu apakah produk yang dijual sesuai dengan harga yang diberikan, apabila tidak sesuai *user* akan mengabaikan toko tersebut dan mencari toko lain yang sesuai dengan harga dan value yang diberikan oleh toko tersebut dan menyebabkan antrian pesan pada toko tersebut bertambah sehingga penjual harus memilah kembali user yang sudah pasti akan membeli produk dari toko mereka. Selain itu, pada *Event Organizer*, rincian biaya diperlukan untuk pengambilan keputusan biaya minimal penjualan ketika terdapat pengguna yang ingin menawar harga produk tersebut.
4. Aplikasi juga mudah digunakan dengan desain interface yang *user-friendly*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada saat membangun startup diperlukan penentuan ide bisnis dan tahapan dalam membangun startup terlebih dahulu. Pada pengembangan ide bisnis Evoria, tahapan dalam membangun startup menggunakan pendekatan *lean startup*. Pendekatan ini lebih efisien digunakan karena dapat mengurangi durasi waktu yang relatif lama ketika membangun startup, selain itu, pendekatan ini juga efisien digunakan karena berfokus pada *feedback* dan pendapat calon konsumen, sehingga menjadikan aplikasi ini sesuai dengan kebutuhan calon konsumen.

Hasil dari membangun ide startup dengan menggunakan pendekatan *lean startup* berupa penentuan target pasar yang dilakukan kepada mahasiswi Universitas Islam Indonesia yang akan melakukan wisuda dan seorang pria berumur 24 tahun yang sedang bekerja di instansi bidang *event organizer*. Hasil selanjutnya adalah data yang didapatkan dari survey responden untuk menjadikan ide bisnis tersebut sesuai dengan yang diinginkan *user*. Setelah itu, prototype dari aplikasi Evoria dan *feedback* dari calon konsumen terhadap prototype tersebut juga menjadi hasil akhir dalam membangun ide startup ini

5.2 Saran

Dalam membangun ide bisnis aplikasi Evoria ini masih berbasis website, harapannya pada pengembangan aplikasi selanjutnya, aplikasi evoria juga berbasis mobile untuk mempermudah calon konsumen dalam menggunakan aplikasi ini. Selain itu, pencarian *feedback* terus dilakukan untuk memperbarui aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan *user*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdi, Zihramna, and Bambang Purwanggono. 2017. "Perancangan Strategi Berbasis Metodologi Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi Di Indonesia." *Industrial Engineering Online* 6(4):1–13.
- Alternatif, Menciptakan, Strategi Bisnis, and D. A. N. Kelayakan. 2016. "Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis Dan." (November 2012).
- Dewobroto, Wisnu Sakti. 2013. "Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis Dan Kelayakan Usaha." *Jurnal Teknik Industri* 215–30.
- Ismanto, Ismanto, Firman Hidayah, and Kristinanti Kristinanti. 2020. "Pemodelan Proses Bisnis Sistem Akademik Menggunakan Pendekatan Business Process Modelling Notation (BPMN)." *Jurnal Informasi* 7(2):1–8.
- Jain, Surbhi. 2016. "Growth of Startup Ecosystems in India." 2(12):152–54.
- Ramdhani, Moch Ali. 2015. "Pemodelan Proses Bisnis Sistem Akademik Menggunakan Pendekatan Business Process Modelling Notation (Bpmn) (Studi Kasus Institusi Perguruan Tinggi Xyz)." *Jurnal Informasi* 7(2):83–93.
- Romeo. 2003. "Testing dan implementasi sistem." *Testing Dan Implementasi Sistem* 52.
- Syauqi, Ahmad Thariq. 2018. "Startup Sebagai Digitalisasi Ekonomi Dan Dampaknya Bagi Ekonomi Kreatif Di Indonesia."
- Sugiarto, C. (2019). *18 Cara Bisnis Event Organizer Sukses di 2019 Mulai Dari Nol*. Retrieved from <https://erakini.com/bisnis-event-organizer/>
- Utami, N. W. (2020, Januari 4). *Cara Cerdas Validasi Ide dalam Rencana Bisnis*. Retrieved from <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-cerdas-validasi-ide-dalam-rencana-bisnis/>
- Venuemagz. (2016, Februari 11). *Mengejar Pertumbuhan MICE Yogyakarta*. Retrieved from <https://venuemagz.com/feature/mengejar-pertumbuhan-mice-yogyakarta/>
- Visitingjogja. (2019). *Yogyakarta Calender of Event 2019*. Retrieved from https://drive.google.com/file/d/1J0IA71KyrvGkjJF4DH4AMvCr4_31kBvV/view
- Wahyuningrum, T., & Januarita, D. (2014). Perancangan WEB e-Commerce dengan Metode Rapid Application Development (RAD) untuk Produk Unggulan Desa. 81.