

**IMPLEMENTASI PENDEKATAN *DESIGN THINKING*
PADA *STARTUP* AYOSPARRING**



Disusun Oleh:

N a m a : Firza Ikwanda Halim

NIM : 16523116

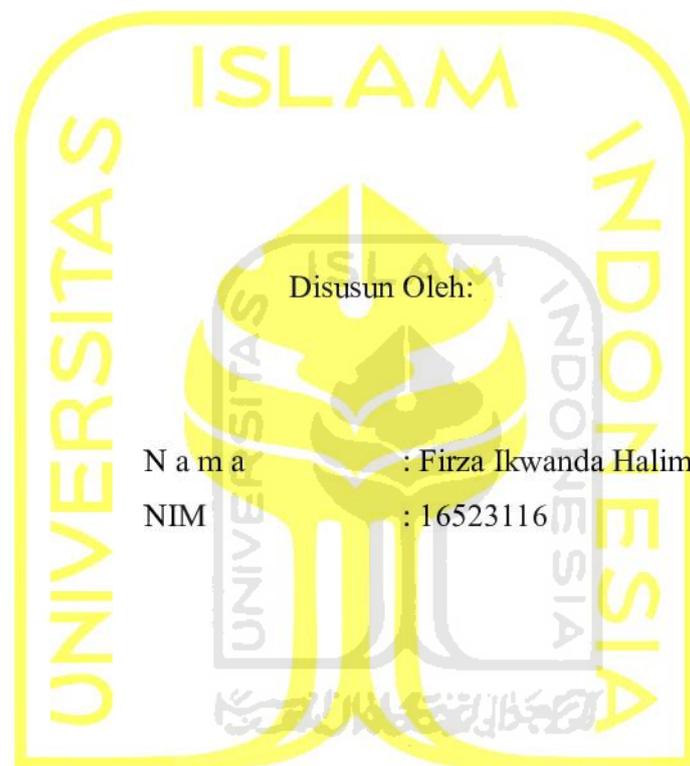
**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

IMPLEMENTASI PENDEKATAN *DESIGN THINKING*
PADA *STARTUP* AYOSPARRING

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh:

N a m a : Firza Ikwanda Halim

NIM : 16523116

البعثة الإسلامية
Yogyakarta, 12 November 2020
البروق

Pembimbing,

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

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**IMPLEMENTASI PENDEKATAN *DESIGN THINKING*
PADA *STARTUP* AYOSPARRING**

TUGAS AKHIR

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

Yogyakarta, 12 November 2020

Tim Penguji

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



Anggota 1

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



Anggota 2

Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng.

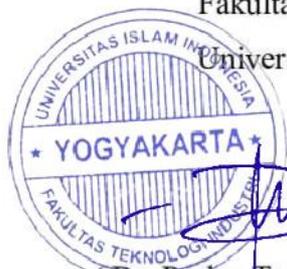


Mengetahui,

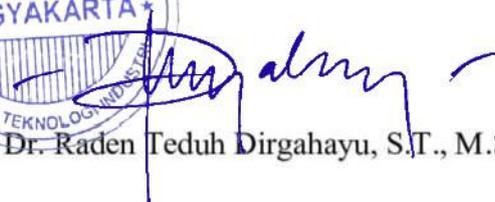
Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

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 : Firza Ikwanda Halim

NIM : 16523116

Tugas akhir dengan judul:

IMPLEMENTASI PENDEKATAN *DESIGN THINKING* PADA *STARTUP* AYOSPARRING

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.

Yogyakarta, 12 November 2020

MIETERAI
TEMPEL

EB4C1AHFZ7254052

6000
EKAWIBURUPAH

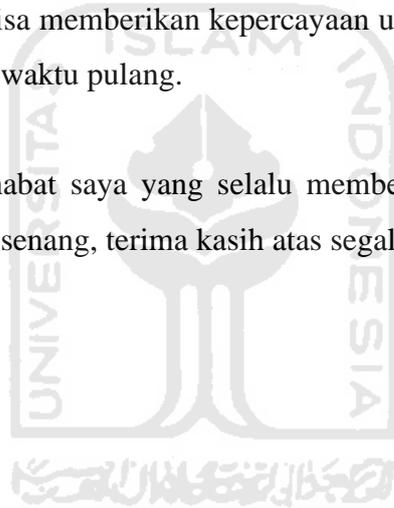
Firza Ikwanda Halim

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk pertama saya tidak henti-hentinya mengucapkan *Alhamdulillah Robbil 'Alamin* atas kesempatan dan karunia dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dan kepada Nabi Muhammad Shallahu 'Alaihi Wasallam yang telah menuntun umat manusia dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh akan ilmu pengetahuan.

Jerih payah dan perjuangan yang telah saya curahkan kepada laporan tugas akhir saya persembahkan kepada Bapak Slamet Suwardi dan Ibu Soedarwati yang selalu memberikan doa dan dukungan selalu. Kepada Kakak saya Dewa Adi Baskara yang selalu memberikan dukungan berupa waktu dan canda tawa serta memberikan doa. Terima kasih untuk semuanya karena telah menjadi orang yang bisa memberikan kepercayaan utuh dan menjadi orang yang selalu menunggu kehadiran saya sewaktu pulang.

Kepada semua teman dan sahabat saya yang selalu memberikan dukungan dan selalu menemani di saat waktu susah dan senang, terima kasih atas segalanya.



HALAMAN MOTO

“Allah tidak membebankan seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Rad: 11)

“You never change things by fighting existing reality.

To change something, build new model that makes the existing model obsolete”

(R. Buckminster Fuller)



KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan banyak bersyukur alhamdulillah kepada kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala nikmat yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Implementasi Pendekatan *Design Thinking* pada *Startup AyoSparring*” untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana di Universitas Islam Indonesia.

Sholawat serta salam tidak lupa dicurahkan kepada Nabi Muhammad Shallahu ‘Alaihi Wasallam atas segala perjuangannya telah menuntun umat manusia hingga mencapai zaman yang penuh akan ilmu pengetahuan.

Dengan selesai nya laporan tugas akhir ini, tidak lupa penulis akan mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan arahan untuk tercapai nya laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis akan memberikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua atas segala dukungan secara moril dan materil serta doa yang dicurahkan tanpa henti.
2. Kakak saya yang selalu mendukung saya di saat saya susah dan senang dan serta doa yang dicurahkan tanpa henti.
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 Universita 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 satu Tim Analog Priyagung Alfikri dan Rahmat Nurhabibie yang sama-sama membangun *startup AyoSparring* dan teman-teman satu angkatan penjaluran perintisan bisnis.
8. Teman Kontrakan Squad (Raden Budi Miftahurozak Nugraha, Aditya Mahavira, Nassharieh Abdulloh, Moch. Dian Nafi, M. Yasin Deru Saputra, Rio Pradana Aji, Aditya Putra Irawan, Gaswara Sani Guspa Prawira, Alexander Ramadhan Suratinoyo) yang selalu ada semenjak awal kuliah hingga sekarang.

9. Teman Koplak Squad (M. F Rizqi, William Fath, Made Agung, Ijlal Ulhaq, Ari Ramadhan, Achmad Firly, Ariq FR, Ilham Panutan, Rama Adi, Edo Leebesco, Raka Adzansyah) yang selalu mendukung sedari sma hingga sekarang.
10. Teman nongkrong dan tukar pikiran selama pengerjaan laporan tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu-satu.
11. Seluruh pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang telah mendukung selalu, semoga kebaikannya akan dibalas oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Untuk penulisan dari laporan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dalam penyusunan dan penulisan nya, untuk itu adanya kritik dan saran untuk membantu membangun akan senantiasa diterima. Akhir kata, harapan dari penulis semoga apa yang telah dirancang pada laporan tugas akhir ini bisa memiliki manfaat untuk semua pihak.

Yogyakarta, 12 November 2020

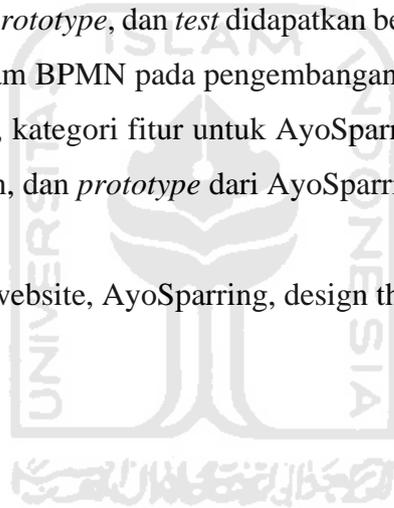


Firza Ikwanda Halim

SARI

Melihat dari antusiasme dari masyarakat khususnya anak muda yang menyukai olahraga sepakbola dan futsal dengan persentase 50,7% dibandingkan dengan olahraga lainnya. Untuk dari sepakbola dan futsal anak muda sekarang cenderung lebih memilih olahraga futsal karena lebih mudah dan tidak perlu mencari banyak orang untuk bermain, Namun, permasalahan yang sering dihadapi oleh pemain futsal adalah mengalami kesulitan jika ingin mencari lawan untuk sparing dan pada saat pemesanan lapangan untuk bermain. Oleh karena itu, perintisan bisnis ini mencoba untuk mengembangkan sebuah *platform* yang berbasis *website* yang diberi nama AyoSparring. Pendekatan yang digunakan adalah *design thinking* karena pendekatan ini lebih memfokuskan kepada sudut pandang dari calon pengguna sebagai sasaran pasar yang akan diambil ide dan konsep nya untuk penentuan solusi yang akan diterapkan. Dengan melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* didapatkan berupa gagasan ide dan proses bisnis yang dituangkan pada diagram BPMN pada pengembangan *startup* AyoSparring. Hasil yang diambil berupa sasaran pasar, kategori fitur untuk AyoSparring, *platform* yang berbasis *website*, sistem ulasan dan laporkan, dan *prototype* dari AyoSparring.

Kata kunci: olahraga, startup, website, AyoSparring, design thinking, diagram BPMN.



GLOSARIUM

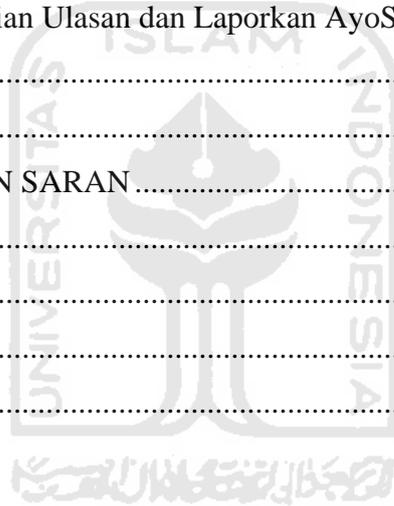
<i>Brainstorming</i>	teknik kreativitas untuk pencarian penyelesaian dari masalah dengan cara mengumpulkan gagasan dari anggota kelompok.
<i>Founder</i>	merupakan orang pertama atau pendiri yang mencetuskan ide usaha perseorangan atau kelompok.
<i>Prototype</i>	purwarupa atau rupa awal sebagai standar ukuran dari sebuah entitas.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	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 ISI	xi
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 Perintisan Bisnis	3
1.5 Manfaat Perintisan Bisnis	3
1.6 Metodologi Perintisan Bisnis	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Futsal dan Sparing.....	6
2.2 Studi Pustaka.....	7
2.3 <i>Design Thinking</i>	8
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	12
3.1 Pendekatan Design Thinking	12
3.2 Empathize.....	12
3.2.1 Sasaran Pasar	12
3.2.2 Wawancara Semi Terstruktur	13
3.2.3 Sumber Data	13
3.2.4 <i>Empathy Map</i>	17
3.3 Define.....	19

3.3.1	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	20
3.3.2	<i>Business Process Model and Notation (BPMN)</i>	23
3.3.3	Model Proses Bisnis	25
3.4	Ideate	27
3.5	Prototype	29
3.6	Test.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Empathize.....	37
4.2	Define dan Ideate	37
4.2.1	AyoSparring Sebagai <i>Startup</i>	38
4.2.2	<i>Platform</i> yang Digunakan	38
4.2.3	Kategori Pencarian Lawan Sparring dan Pemesanan Lapangan	38
4.2.4	Sistem Pemberian Ulasan dan Laporkan AyoSparring	39
4.3	Prototype dan Test	39
4.4	Strategi Pemasaran	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....		52
LAMPIRAN		54



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rangkuman Hasil Penyebaran Kuisisioner Online	15
Tabel 3.2 Rancangan dari <i>Prototype</i> AyoSparring	29
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan dan Jawaban Ide AyoSparring	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan <i>Design Thinking</i>	10
Gambar 3.1 <i>Empathy Map</i> AyoSparring	18
Gambar 3.2 <i>Business Model Canvas</i> AyoSparring.....	21
Gambar 3.3 Elemen Diagram BPMN	23
Gambar 3.4 Proses Bisnis dari AyoSparring	26
Gambar 4.1 Tampilan <i>Landing Page</i> AyoSparring	40
Gambar 4.2 <i>Form Sign Up</i> Pemilik Tim.....	41
Gambar 4.3 <i>Form Sign Up</i> Penyedia Lapangan	41
Gambar 4.4 Tampilan <i>Sign In</i> AyoSparring	42
Gambar 4.5 Tampilan <i>Home</i> Pemilik Tim.....	43
Gambar 4.6 Tampilan <i>Home</i> Penyedia Lapangan	43
Gambar 4.7 Tampilan <i>Inbox</i> AyoSparring.....	44
Gambar 4.8 Tampilan <i>Find Match</i> AyoSparring.....	45
Gambar 4.9 Tampilan <i>Find Venue</i> AyoSparring	45
Gambar 4.10 Tampilan <i>History</i> AyoSparring.....	46
Gambar 4.11 Tampilan <i>Feedback</i> Pemilik Tim.....	47
Gambar 4.12 Tampilan <i>Feedback</i> Penyedia Lapangan	47
Gambar 4.13 Tampilan <i>Booking List</i> AyoSparring	48
Gambar 4.14 Tampilan <i>Sparring List</i> AyoSparring	48

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat perkembangan dari pola hidup sehat yang sekarang banyak dikenal sebagai *healthy life* membuat masyarakat mulai membiasakan untuk olahraga khususnya anak muda. Dunia olahraga yang banyak diminati oleh anak muda seperti sepakbola atau futsal dengan persentase 50,7% dibandingkan dengan olahraga seperti berenang, berlari, badminton, dan basket dengan masing-masing berada pada persentase 13,4% (Alvara Research Center, 2018). Banyaknya peminat pada bidang sepakbola dan futsal tentunya juga menjadikan bidang tersebut memiliki permasalahan yang selalu dihadapi oleh masyarakat. Masalah yang sering dihadapi seperti tidak adanya lapangan yang tersedia pada jam yang diinginkan, lokasi lapangan yang jauh dari salah satu pihak, respon penyedia lapangan yang lambat dan malas untuk datang langsung untuk melakukan pemesanan. Permasalahan lain yang juga sering terjadi seperti tidak memiliki lawan bermain dan kekurangan pemain yang menjadikan perintisan bisnis ini memfokuskan di bidang futsal untuk penyelesaian masalah pada pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal.

Melihat perkembangan *startup* di Indonesia yang sudah tidak asing bagi masyarakat luas khususnya anak muda yang tidak pernah lepas dari *gadget* yang pasti banyak layanan *startup* yang terunduh didalamnya. Indonesia juga menduduki peringkat lima dunia pada jumlah *startup* terbanyak yaitu 2.193 pada tahun 2019 diikuti oleh Amerika Serikat, India, Inggris Raya, dan Kanada (Muslim, 2020). Bisnis *startup* di bidang olahraga mulai populer di Indonesia, walaupun masih sedikit perusahaan *startup* yang mengangkat tema olahraga sebagai layanan yang ditawarkan. Melihat *startup* di bidang olahraga luar negeri yang semakin banyak seperti layanan pelatih pribadi untuk mencapai tujuan olahraga, *device* untuk merekam segala kegiatan fisik, layanan penyewa lapangan olahraga dan masih banyak lagi. Sudah ada beberapa bisnis *startup* di Indonesia yang mengangkat layanan serupa tapi di bagian layanan pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan masih bisa dihitung oleh jari. Oleh karena itu, perintisan bisnis ini akan menjabarkan tentang ide bisnis *startup* yang mengangkat layanan untuk pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal yang bernama AyoSparring.

Sebuah *platform* berbasis website yang bernama AyoSparring sebagai sistem pencarian lawan bertanding futsal dimana didalamnya juga menyediakan layanan pemesanan lapangan

futsal. Target pasar dari AyoSparring adalah pemilik tim futsal atau sekumpulan orang yang hobi dengan futsal dan penyedia lapangan futsal, sehingga AyoSparring dapat menjadi solusi bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu, diperlukan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan AyoSparring agar sesuai target pasar. Pendekatan yang dipilih yaitu *design thinking* karena *design thinking* merupakan proses pada pemecahan masalah menggunakan pendekatan solusi praktis dan kreatif yaitu melalui pendekatan dari sisi *user* (Junaedi, 2020). Selain itu, *design thinking* merupakan metodologi yang merancang kecocokan antara keinginan dan kebutuhan pengguna yang disesuaikan dengan teknologi sehingga menciptakan ide bisnis yang bisa memiliki nilai serta peluang pasar. Proses pada pendekatan *design thinking* memungkinkan *founder* untuk identifikasi serta spesifikasi untuk arah pengembangan dari *startup* AyoSparring. Tahapan awal pada pendekatan *design thinking* dimulai dengan menggali informasi yang nantinya akan diolah menjadi sebuah data yang sesuai. Adapun pengembangan *startup* AyoSparring dengan pendekatan *design thinking* berguna untuk menghasilkan sebuah ide dan proses bisnis yang berbasis pengguna untuk *startup* AyoSparring.

Tugas dan fungsi pada perintisan bisnis dibagi menjadi 3 yaitu berfokus pada sudut pandang bisnis yang disebut *hustler*, berfokus pada desain dari aplikasi yang disebut *hipster*, dan berfokus pada pengembangan aplikasi yang disebut *hacker*. Laporan ini memilih fokus pada bagian sudut pandang bisnis atau disebut *hustler*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari masalah di atas, perumusan masalah pada perintisan bisnis ini adalah bagaimana mengimplementasi pendekatan *design thinking* untuk bisnis *startup* AyoSparring agar terciptanya proses bisnis *startup* AyoSparring.

1.3 Batasan Masalah

Untuk arah dari lingkup pengembangan dari bisnis *startup* AyoSparring, maka batasan masalah pada perintisan bisnis ini adalah sebagai berikut.

- a. Sasaran dari pasar *startup* AyoSparring yaitu penyedia lapangan futsal yang berada di wilayah Yogyakarta
- b. Sasaran dari pasar *startup* AyoSparring yaitu mahasiswa dan masyarakat di wilayah Yogyakarta penggiat olahraga futsal.
- c. Hasil keluaran dari perintisan bisnis berupa ide bisnis dan proses model bisnis *startup* AyoSparring.

1.4 Tujuan Perintisan Bisnis

Tujuan dari perintisan bisnis ini adalah membangun ide bisnis dan proses bisnis dengan implementasi pendekatan *design thinking* untuk *startup* AyoSparring.

1.5 Manfaat Perintisan Bisnis

Ada beberapa manfaat dari perintisan bisnis yang bisa diambil untuk peneliti dan juga untuk masyarakat adalah sebagai berikut.

a. Bagi peneliti:

1. Mendapatkan pembelajaran baru mengenai pendalaman dari ilmu-ilmu yang berkaitan dengan proses bisnis dan pembangunan *startup*.
2. Memiliki kesempatan untuk mengimplementasikan ilmu yang didapatkan pada masa kuliah yaitu merancang dan membangun *startup*.
3. Dengan pengembangan *startup* ini memberi kesempatan untuk bisa bertemu dengan orang-orang yang berada di dunia *startup* juga.

b. Bagi masyarakat:

1. Memberikan wadah untuk para pecinta olahraga futsal untuk mempermudah dalam upaya pencarian lawan sparring dan pemesanan lapangan futsal.
2. Berpengaruh pada perkembangan ekonomi digital yang ada di Indonesia
3. Memberikan wadah promosi untuk para pemilik lapangan futsal dalam hal pemesanan lapangan futsal.

1.6 Metodologi Perintisan Bisnis

Metodologi yang digunakan untuk pengembangan bisnis *startup* AyoSparring adalah pendekatan *design thinking*. Tahapan dari metodologi yang digunakan untuk *startup* AyoSparring adalah sebagai berikut.

a. *Empathize*

Pada tahapan *empathize* dilakukan pengumpulan informasi dan pemahaman empati dari calon pengguna yang dimana merupakan sasaran pasar dari bisnis *startup* AyoSparring.

b. *Define*

Tahapan *define* dilakukan analisa dan penetapan dari data yang telah dikumpulkan pada tahapan *empathize* terkait kebutuhan dan keinginan dari calon pengguna.

c. *Ideate*

Di tahap *ideate* dilakukan penetapan dari ide dan solusi untuk pengembangan bisnis *startup* AyoSparring yang didapatkan dari tahapan *empathize* dan *define* yang telah dilakukan.

d. *Prototype*

Di tahapan *prototype* dilakukan perancangan desain antarmuka dari bisnis *startup* AyoSparring sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari calon pengguna.

e. *Test*

Pada tahap *testing* dilakukan pengujian dari *prototype* yang telah dirancang secara internal dan eksternal. Pihak internal adalah anggota tim sedangkan pihak eksternal adalah calon pengguna yang menjadi sasaran pasar dari *startup* AyoSparring.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar memudahkan dalam pemahaman perintisan bisnis ini, maka materi pembahasan ditulis dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pembahasan tentang gambaran umum dari laporan tugas akhir dan juga permasalahan yang ada sebagai dasar dari perintisan bisnis ini. Isi dari bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perintisan bisnis, manfaat perintisan bisnis, metodologi perintisan bisnis, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang pembahasan teori-teori yang menjadi pendukung untuk perintisan bisnis ini sebagai landasan pembangunan bisnis *startup* AyoSparring.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang analisis dari metodologi yang akan digunakan yaitu *design thinking* yang dimana juga membahas tentang tahapan-tahapan yang dilakukan. Selain itu, pembahasan mengenai *Business Canvas Model* juga dilakukan untuk menyesuaikan dengan ide awal pembangunan *startup* AyoSparring.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai penjelasan dari hasil perintisan bisnis yang sudah dilakukan. Selain itu, gagasan dan hasil pengujian akan ditampilkan di bab ini untuk memastikan ide *startup* AyoSparring sudah sesuai dengan kebutuhan dari pengguna dan tervalidasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang bisa diambil dari kegiatan perintisan bisnis yang telah dilakukan. Saran juga masuk ke dalam bab ini sebagai tindak lanjut guna meningkatkan dan memperbaiki lebih lanjut.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Futsal dan Sparing

Futsal merupakan istilah yang cukup terkenal di kalangan pecinta sepakbola, istilah futsal sendiri diambil dari bahasa Spanyol yaitu *futbol sala* yang memiliki arti sepakbola dalam ruangan. Pada permainan futsal sendiri terdiri dari lima pemain yang berbeda dengan permainan sepakbola biasa yang memiliki jumlah sebelas pemain (Lhaksana, 2011). Dari segi ukuran lapangan futsal lebih kecil dibandingkan lapangan sepakbola karena selain dimainkan oleh lima orang, futsal juga dimainkan pada lapangan di dalam ruangan. Jenis lapangan dari futsal juga beragam seperti *vinyl*, rumput sintetis, semen, *parquette*, *taraflex*, dan karpet plastik (Fajar, 2020). Pada peraturan permainan futsal juga berbeda dibandingkan sepakbola karena futsal dimainkan dalam lapangan yang lebih kecil jadi dari segi permainan jauh lebih cepat dan dinamis sehingga peraturan yang dipakai juga harus lebih ketat dibandingkan sepakbola.

Istilah kata sparing diambil dari kata *sparring* yang memiliki arti berlatih pada bidang olahraga yang berbasis pertarungan. Arti secara rincinya sparing adalah model latihan yang memerlukan orang kedua atau pihak lain sebagai lawan bertanding sehingga pertandingan menjadi lebih seru dan menantang. Kegiatan sparing biasa dilakukan oleh bidang olahraga fisik seperti sepakbola, futsal, basket, voli, tinju, dan masih banyak lagi. Tujuan dari sparing biasanya dilakukan seperti untuk memberikan pengalaman bertanding yang berbeda agar setiap atlet atau tim yang bertanding memiliki kemampuan dan referensi yang lebih dari sebelumnya, memanfaatkan waktu sebelum turnamen atau kejuaraan untuk meningkatkan jam terbang dari atlet atau tim.

Pada olahraga futsal, istilah sparing juga sering sekali dikaitkan karena para pemain futsal biasanya melakukan sparing untuk dijadikan wadah latihan untuk sekedar menaikkan jam terbang dan menambah pengalaman lebih untuk persiapan turnamen futsal. Namun, permasalahan yang sering dialami oleh pemain futsal adalah sulitnya mencari lawan sparing yang sesuai dengan keinginan sehingga untuk meningkatkan kemampuan hanya bisa dilakukan dengan bermain secara individu oleh tim sendiri yang dimana hanya bisa meningkatkan kemampuan namun tidak pada pengalaman dan jam terbang melawan tim lain.

2.2 Studi Pustaka

Menurut kajian literatur yang ada, pendekatan *design thinking* sudah banyak yang menggunakan. Pada pengaplikasian metodologi *design thinking* banyak yang menggunakan *input* yang berbeda-beda sehingga menghasilkan *output* yang berbeda-beda juga. Berikut merupakan hasil dari studi literatur yang telah dilakukan untuk melakukan inovasi atau membangun ide bisnis.

Pada penelitian yang dilakukan oleh M. Yusuf. MF pada tahun 2017 yang dimana menggunakan pendekatan *design thinking* untuk pengembangan bisnis agrowisata buah naga di kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor sumber daya yang berpengaruh pada pengembangan dan pengelolaan bisnis agrowisata dan menyusun strategi pengembangan dan pengelolaan bisnis agrowisata buah naga dengan *design thinking*. Dalam penelitian ini juga terdapat penggunaan *Business Canvas Model* (BMC) untuk pengembangan agrowisata buah naga. Pada tahapan *design thinking* terdapat lima tahapan yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pada tahapan *emphatize* dibuat organisasi untuk sarana mediasi masyarakat terkait pertanian dan pengelolaan hasil tani, tahapan *define* dibuatkan kotak saran untuk masukan dari pengunjung, tahapan *ideate* dibuatkan tempat rekreasi dan menambah jumlah tanaman, tahapan *prototype* pemanfaatan tanaman menjadi varian makanan dan minuman, dan tahapan terakhir yaitu *test* dilakukan evaluasi dari tahapan *prototype* apakah hasilnya diterima pengunjung atau tidak (MF, 2017).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati Madanih, Meidhita Susandi, dan Alya Zhafira pada tahun 2019 yang dimana penggunaan pendekatan *design thinking* untuk pengembangan usaha budi daya ikan lele di kabupaten Bogor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan cara yang tepat dan efektif dalam pengembangan bisnis budi daya lele di kabupaten Bogor. *Design thinking* merupakan metodologi yang digunakan untuk penelitian ini. Penelitian ini menggunakan tahapan *emphatize*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan *emphatize* dimanfaatkan untuk *interview* dan observasi menggunakan *tools* POEMS (*People, Object, Environment, Message, Service*), pada tahap *ideate* dimanfaatkan untuk *brainstorming*, tahap *prototype* dimanfaatkan untuk membuat rancangan drainase air, dan tahapan terakhir yaitu *test* untuk mencoba ketahanan dari drainase air yang di desain dari tahapan *prototype*. Hasil dari penelitian ini adalah sistem drainase pengairan untuk pencegahan ikan berpindah dari satu kolam ke kolam lainnya karena hujan deras (Madanih, Susandi, & Zhafira, 2019).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Aria Ar Razi, Intan Rizky Mutiaz, dan Pindi Setiawan pada tahun 2018 yang dimana pendekatan *design thinking* untuk pengembangan

aplikasi penanganan laporan kehilangan dan temuan barang. Tujuan dari penelitian adalah untuk membuat aplikasi untuk mengelola informasi terkait barang yang hilang dan memfasilitasi pihak yang menemukan barang untuk bertukar informasi kepada pihak yang kehilangan barang. Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah *design thinking* yang melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan *empathize* dilakukan penyebaran kuisioner kepada calon pengguna untuk mendapatkan pandangan dari calon pengguna terkait kasus kehilangan dan temuan barang, pada tahap *define* didapatkan inti permasalahan yaitu sedikitnya sarana informasi untuk pengelolaan laporan kehilangan barang dan temuan barang, pada tahap *ideate* didapatkan ide untuk membuat aplikasi untuk pengelolaan laporan kehilangan barang dan temuan barang, pada tahap *prototype* dilakukan pembuatan *user-interface* dari aplikasi laporan kehilangan barang dan temuan barang, dan tahap terakhir *test* didapatkan data pengujian seperti membutuhkan waktu untuk pembiasaan dari pengguna aplikasi pada penggunaan aplikasi laporan kehilangan barang dan temuan barang (Razi, Mutiaz, & Setiawan, 2018).

Setelah mendapatkan tiga kajian literatur, bisa diambil kesimpulan bahwa pendekatan *design thinking* sangat membantu dalam pengembangan bisnis yang bersifat konvensional ataupun bisnis berbasis *online*. Selain itu, *design thinking* juga sangat membantu dalam pengembangan bisnis karena tahapan yang dilalui pada pendekatan *design thinking* berbasis dari keinginan dan kebutuhan calon pengguna sehingga bisnis yang dikembangkan akan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan calon pengguna. Penetapan dari pendekatan *design thinking* untuk pengembangan AyoSparring karena *design thinking* merupakan pendekatan yang cocok untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan dari calon pengguna bisnis AyoSparring dan bisa membantu pengembangan bisnis karena AyoSparring merupakan bisnis yang berbasis *online* yang dimana bisnis berbasis konvensional dan *online* banyak menggunakan pendekatan *design thinking*.

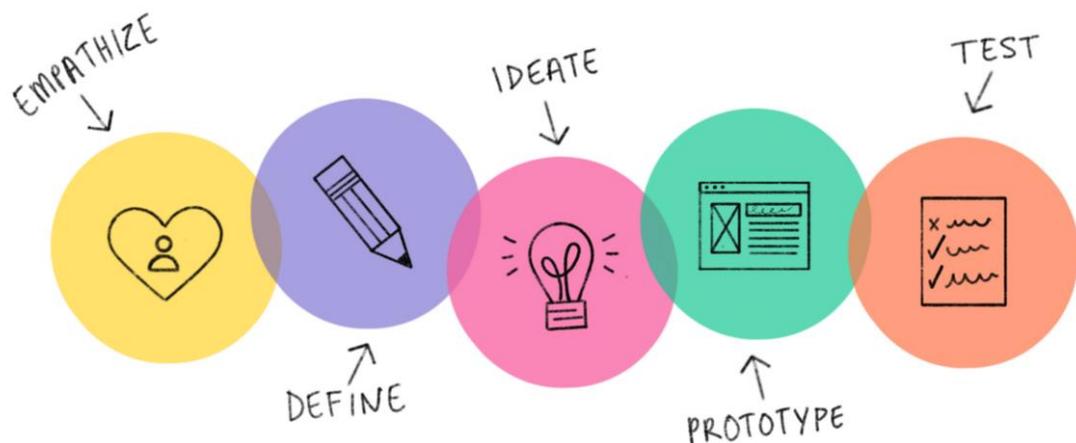
2.3 Design Thinking

Menurut (Hussein, 2018) *design thinking* adalah alat yang digunakan penyelesaian masalah, desain masalah, dan pembentukan masalah. Pada proses *design thinking* ada yang disebut dengan *human-centered* yang berarti berpusat pada manusia yang berarti bahwa proses *design thinking* bermula dan berakhir pada manusia. Dari segi inovasi bisnis, *human-centered* berkaitan kebutuhan dan keinginan dari *end-user* atau biasa disebut konsumen.

Hal lain menurut (Hussein, 2018) *design thinking* mengedepankan prinsip dan *mindset* karena dalam *design thinking* orang yang sedang menghadapi masalah adalah orang yang memiliki kunci dari jawaban permasalahan tersebut. Berikut prinsip dasar dari pendekatan *design thinking*.

- a. Berorientasi pada tindakan. Pada dasarnya pendekatan *design thinking* merupakan pendekatan *learning by doing* yang berarti bekerja sambil belajar.
- b. Terbiasa akan perubahan. Proses *design thinking* adalah meninggalkan cara-cara kuno dan lebih menjelajahi pendekatan baru pada penyelesaian masalah.
- c. *Human-centric*. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pengguna, *design thinking* digunakan sebagai riset untuk mendengarkan dan mempelajari kebutuhan dan keinginan pengguna.
- d. Terintegrasi dengan tujuan masa depan. Proses *strategic planning* merupakan cara dalam mengantisipasi akan ketidakpastian di masa mendatang.
- e. Proses yang dinamis dan konstruktif. Proses yang berulang-ulang agar menghasilkan sebuah pengalaman dan *outcome* yang sesuai.
- f. Mengedepankan empati. Memfokuskan pengguna sebagai inti dari segala hal untuk pengembangan.
- g. Mengurangi resiko. Pengaplikasian *design thinking* membantu mengurangi resiko karena mempertimbangkan faktor pada pasar, kompetitor, dan teknologi
- h. Menciptakan arti. Model, bagan, sketsa, dan cerita akan membingkai informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.
- i. Logika kompetitif bagi strategi bisnis. *Design thinking* mengubah produk biasa menjadi yang diinginkan pengguna yang berkelanjutan melalui inovasi.

Untuk tahapan dari *design thinking* seperti pada terdapat lima tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* seperti pada Gambar 2.1 (Mutiara, 2019).



Gambar 2.1 Tahapan *Design Thinking*

Sumber: (Mutiara, 2019)

a. *Empathize*

Pada tahapan ini hal pertama yang harus dilakukan adalah memiliki pemahaman empati terhadap pengguna yang dimana mereka yang memiliki permasalahan yang akan diselesaikan. Dari tahapan *empathize* selain dari memahami permasalahan pengguna, juga harus menyampingkan pendapat pribadi dan lebih memfokuskan kepada pendapat dan kebutuhan pengguna. Proses awal dari tahapan *empathize* adalah *beginner mindset* yang dimana artinya harus mengosongkan pikiran seakan tidak tahu tentang kebutuhan pengguna agar asumsi bisa lebih bersih dan mengarah kepada penyelesaian masalah pengguna (Aji, 2018). Dalam penerapan *beginner mindset* yang perlu dilakukan adalah melakukan *interview* kepada calon pengguna karena untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pengguna adalah bertanya langsung kepada pengguna. Sebelum dilakukan *interview* kepada calon pengguna diharuskan *brainstorming* terlebih dahulu agar menghasilkan pertanyaan yang akan diajukan kepada pengguna. Sistem *interview* yang akan digunakan dalam bentuk kuisioner online yang akan diolah pada tahap selanjutnya dalam pengembangan website AyoSparring.

b. *Define*

Tahapan selanjutnya yaitu *define* yang berarti mengumpulkan informasi pada tahapan *empathize* dapat menetapkan keinginan dan kebutuhan pengguna dari data yang telah didapat. Setelah penetapan data dari pengguna, selanjutnya sinkronisasikan dengan asumsi awal dari inti permasalahan yang kira-kira dialami oleh pengguna. Dari asumsi awal dan data pengguna yang sudah menjadi sebuah ide dan wawasan baru,

AyoSparring bisa membangun *startup* dari ide dan wawasan baru tersebut. Beberapa dari ide tersebut bisa menentukan seperti apa konsep, fitur, fungsi, dan elemen lainnya untuk membuat *startup* AyoSparring menjadi lebih efektif untuk digunakan.

c. *Ideate*

Pada tahap ini dilakukan adalah mulai berpikir akan ide yang akan diterapkan kepada AyoSparring. Bukan hanya ide biasa yang diambil melainkan harus bisa mencari alternatif ide untuk mengidentifikasi solusi inovatif dari permasalahan yang didapat dari data *interview* calon pengguna. Proses *brainstroming* sangat diperlukan disini untuk bisa memunculkan ide-ide yang tidak biasa dan inovatif. Dari tahapan ini bisa menghasilkan ide yang solutif untuk calon pengguna yang digabungkan oleh konsep awal dari *startup* AyoSparring.

d. *Prototype*

Tahap selanjutnya yaitu memulai pembuatan *prototype* untuk visualisasi awal dari produk yang akan dimanfaatkan untuk mendapatkan pandangan dari calon pengguna tentang bagaimana pemanfaatan fitur, interaksi calon pengguna, dan tampilan menurut calon pengguna. Pembuatan *prototype* sendiri sudah berdasarkan dari ide yang didapatkan dari tahapan *ideate* yang berisi tentang proses bisnis dan tampilan dari website yang akan dikembangkan. Pembuatan *prototype* sendiri menggunakan *tools* [figma.com](https://www.figma.com).

e. *Test*

Pada tahapan terakhir dari *design thinking* yaitu tahapan *test* yang dimana perlunya pengujian dari *prototype* yang telah dibangun pada tahapan sebelumnya. Pengujian dilakukan berulang agar mendapatkan hasil yang paling diinginkan oleh tim pengembang dan calon pengguna. Pada tahap *testing*, dilakukan pengujian pada dua pihak yaitu pihak internal yaitu anggota tim pengembang dan pihak eksternal yaitu calon pengguna. Hasil dari tahapan *testing* didapatkan *feedback* dari penerapan pada *prototype* website AyoSparring yang akan dikembangkan agar bisa mencapai pasar yang sesuai.

BAB III

ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1 Pendekatan Design Thinking

Dalam perintisan bisnis *startup* AyoSparring, proses pembangunan dan validasi ide dilakukan dengan menggunakan metodologi *design thinking*. Pendekatan *design thinking* dipilih karena proses yang dijalankan berdasarkan dari pengguna atau konsumen yang merupakan pengguna akhir dari produk yang akan dihasilkan. Kunci dari proses pendekatan *design thinking* adalah berempati kepada pengguna untuk menemukan kebutuhan tidak terpenuhi dengan memahami nilai, keyakinan, perilaku, motivasi, keuntungan, kendala, dan tantangan (Hussein, 2018).

Menurut dari Idris Mootee definisi dari *design thinking* merupakan suatu pencarian dari keseimbangan antara bisnis dan seni, struktur dan kekacauan, konsep dan eksekusi, intuisi dan logis, bermain-main dan keseriusan, dan kontrol dan pemberdayaan (Mootee, 2013). Dalam penerapannya pendekatan *design thinking* merupakan sebuah kerangka kerja untuk pendekatan yang memiliki pusat pada manusia untuk melakukan inovasi. *Design thinking* memiliki lima tahapan dalam prosesnya yaitu *emphatize, define, ideate, prototype, dan test*.

3.2 Empathize

3.2.1 Sasaran Pasar

Setiap pebisnis tidak terkecuali *startup* pasti menginginkan bisnis yang dijalankan berkembang pesat. Namun untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan strategi pemasaran yang sesuai dan efektif. Salah satu hal yang penting dalam mengatur strategi pemasaran yaitu menentukan target pasar. Penentuan target pasar merupakan hal yang penting dikarenakan sebagai perusahaan bisnis *startup* tidak akan bisa melayani semua konsumen karena keberagaman kebutuhan dan keinginan (Luthfa, 2019).

Dalam pengembangan *startup* AyoSparring, penentuan dari target pasar dilakukan oleh anggota tim pada tahapan awal agar menjadi acuan dalam validasi ide bisnis *startup* AyoSparring. Selain dari validasi ide, penentuan pasar juga dilakukan awal untuk mengidentifikasi peluang pasar dan sasaran pasar yang sesuai dengan validasi ide dari bisnis *startup* AyoSparring.

Target pasar dari AyoSparring dibagi menjadi tiga bagian yaitu *potential market*, *reachable market*, dan *total available market* (TAM).

- a. *Potential Market* adalah sasaran pasar yang memiliki potensi untuk menggunakan AyoSparring. Target dari pasar AyoSparring merupakan penggiat olahraga futsal khususnya mahasiswa dan pemilik tim futsal yang kesulitan dalam pencarian lawan sparing ataupun pemesanan lapangan futsal.
- b. *Reachable Market* adalah sasaran pasar dari AyoSparring yang merupakan mahasiswa di sekitar Yogyakarta, masyarakat Yogyakarta yang menggiati olahraga futsal.
- c. *Total Available Market* adalah sasaran pasar dari AyoSparring yang hanya memiliki cakupan di sekitar wilayah Yogyakarta yang menggunakan internet.

Target pasar dari *startup* AyoSparring merupakan mahasiswa di Yogyakarta yang memiliki hobi bermain futsal. Pertimbangan awal dari pemilihan target pasar mahasiswa di Yogyakarta merupakan dari pengalaman *founder* sendiri karena memiliki kesulitan dalam pencarian lawan sparing dan pada saat pemesanan lapangan yang terbilang masih tradisional. Selain dari pengalaman *founder* sendiri, pengalaman dari kolega sesama penggiat futsal juga memiliki permasalahan yang sama. Untuk olahraga futsal sendiri juga memiliki popularitas yang cukup tinggi di wilayah Yogyakarta dari anak sekolah, mahasiswa, dan pekerja. Maka dari itu, target pasar dari *startup* AyoSparring yang memiliki hobi olahraga futsal.

3.2.2 Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara semi terstruktur merupakan model dari wawancara dimana pewawancara menyusun beberapa pertanyaan dan bersifat cenderung fleksibel dan tidak kaku. Tujuan penggunaan model wawancara semi terstruktur adalah untuk membentuk hubungan atau empati antara pewawancara dengan narasumber. Dalam wawancara semi terstruktur, dari pewawancara bisa memberikan tambahan pertanyaan dan narasumber bisa memberi tambahan jawaban tanpa ada batasan waktu ataupun batasan pertanyaan yang sudah dibuat oleh pewawancara (Edi, 2016).

3.2.3 Sumber Data

Pada pengumpulan data untuk merintis *startup* AyoSparring, sumber data yang dipakai merupakan data primer dan data sekunder. Menurut Khrisna data primer merupakan data yang diambil dari objek yang berkaitan dengan tujuan spesifik data berdasarkan wawancara atau hasil pengamatan yang bisa berupa kuisioner (Khrisna, 2017). Data primer dikumpulkan

melalui wawancara semi terstruktur kepada calon pengguna dari AyoSparring yaitu penggiat olahraga futsal di Yogyakarta. Wawancara semi terstruktur dilakukan secara online melalui kuisisioner online yang dibagikan melalui grup Whatsapp dan grup Line.

Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang sudah tercatat dalam buku atau suatu jurnal laporan terdahulu ataupun internet (Khrisna, 2017). Data sekunder untuk *startup* AyoSparring diambil dari kajian literatur yang ada di internet, jurnal terdahulu yang mendasari ide membangun *startup* AyoSparring.

Tahapan ini berfokus pada pengguna dari bisnis *startup* AyoSparring. Terdapat tahapan dalam melakukan *empathize* yaitu *interview* (Aji, 2018). Pada tahapan *interview* dilakukan kepada calon pengguna satu per satu untuk mendapatkan setiap pemahaman dari calon pengguna secara nyata. Cara untuk memahami keinginan, kebutuhan, harapan, tujuan calon pengguna adalah dengan melakukan pembicaraan secara langsung atau bisa dengan penggunaan kuisisioner online. Sebelum melakukan *interview*, dilakukan *brainstorming* untuk menghasilkan pertanyaan-pertanyaan agar lebih terstruktur dan sesuai dengan sasaran calon pengguna. Wawancara dilakukan secara online menggunakan kuisisioner online dan ditujukan kepada calon pengguna yaitu mahasiswa penggiat olahraga futsal dan penggiat futsal. Wawancara yang dilakukan dengan wawancara semi terstruktur dimana pewawancara memberikan pertanyaan kepada narasumber sesuai dengan alur yang dibuat oleh pewawancara dan narasumber.

Untuk mengetahui kebutuhan dan perilaku dari pasar dilakukan penyebaran kuisisioner online melalui Google *forms*. Tujuan dari penyebaran kuisisioner *online* ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengetahuan dan perilaku target pasar terkait startup yang akan dikembangkan yaitu AyoSparring. Penyebaran kuisisioner *online* ditujukan khusus kepada sasaran pasar yaitu mahasiswa penggiat olahraga futsal dan masyarakat Yogyakarta penggiat olahraga futsal. Pertanyaan yang diberikan adalah pertanyaan yang mengarah kepada bagaimana perilaku pengguna ketika sedang kesulitan untuk mencari lawan sparing atau pemesanan lapangan futsal. Responden yang mengisi kuisisioner *online* sebanyak 51 responden. Berikut rangkuman dari hasil kuisisioner online yang sudah disebarakan yang dapat dilihat pada Tabel 3.1 .

Tabel 3.1 Rangkuman Hasil Penyebaran Kuisioner Online

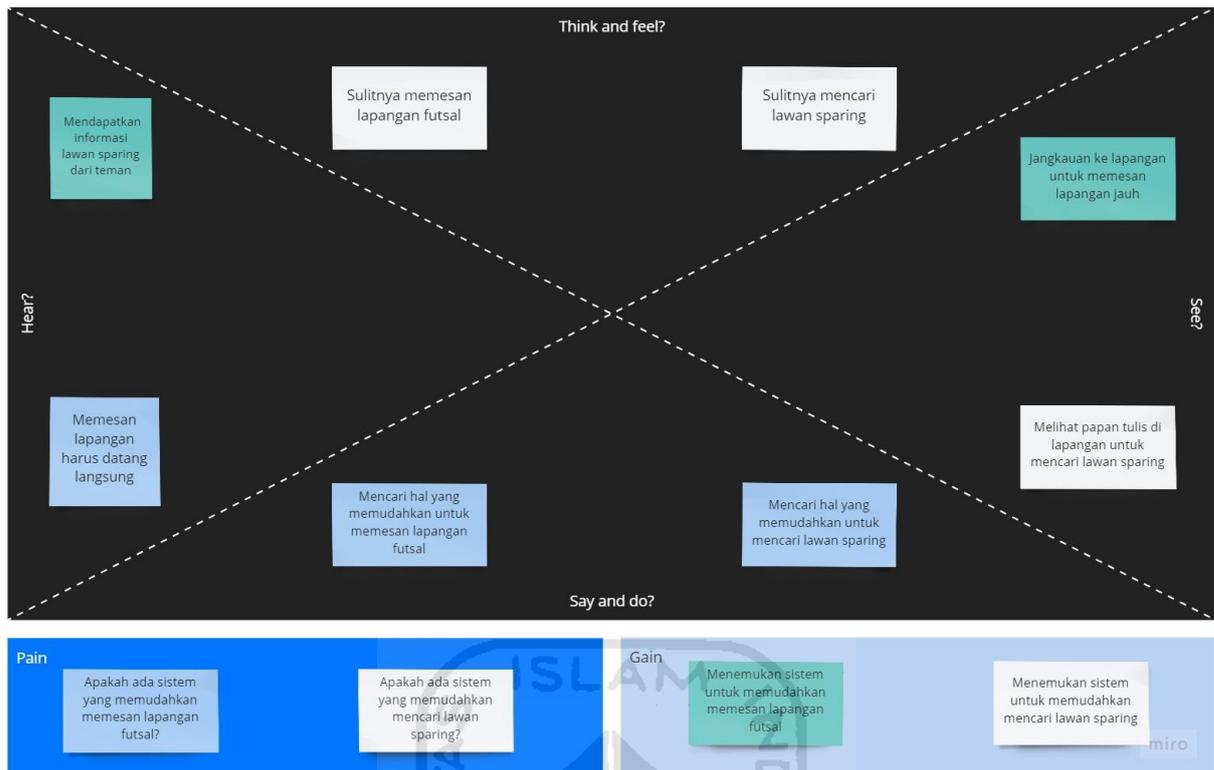
Pertanyaan	Tujuan Pertanyaan	Hasil Pertanyaan
Apakah anda pernah sparing melawan orang asing?	Untuk mengetahui apakah penggiat olahraga futsal pernah mencari lawan sparing dari orang asing atau tidak pernah.	Pengisian <i>form</i> didominasi oleh jawaban yaitu pernah mencari lawan sparing dengan orang asing sebesar 82,4% dan 17,6% tidak pernah sparing lawan orang asing.
Jika ya, seberapa sering anda sparing melawan orang asing per minggu?	Untuk mengetahui setelah mencari lawan sparing orang asing, seberapa besar kegiatan sparing dilakukan dalam kurun waktu satu minggu.	Pengisian <i>form</i> memiliki jawaban beragam dengan didominasi oleh jawaban 1-2 kali sparing dalam satu minggu dengan 60,8%, 37,3% dengan 0 kali sparing, dan 2% dengan 3-4 kali sparing.
Bagaimana cara anda mencari lawan sparing?	Untuk mengetahui bagaimana cara dari penggiat olahraga futsal mencari lawan sparing.	Pengisian <i>form</i> memiliki jawaban sangat beragam dengan didominasi dengan jawaban dapat kenalan dari teman dengan 74,5%, 11,8% dengan mencari di komunitas futsal, 7,8% dengan bertemu tim yang kekurangan orang saat bermain di lapangan, dan masing-masing 2% untuk jawaban ngikut di ajak main dan turnamen lokal fakultas.
Apa kendala yang anda alami ketika mencari lawan sparing?	Untuk mengetahui kendala apa yang dialami oleh penggiat olahraga futsal pada saat mencari lawan sparing.	Pengisian <i>form</i> memiliki jawaban sangat beragam seperti mencocokkan jadwal dengan lawan sparing, susah mencari lawan dengan kriteria tim, lawan futsal tidak pasti, tidak menemukan klub futsal

		yang untuk sparing, dan mencari jadwal bermain.
Seberapa sering anda bermain futsal per minggu?	Untuk mengetahui seberapa sering penggiat olahraga futsal bermain futsal dalam kurun waktu satu minggu.	Pengisian <i>form</i> memiliki jawaban beragam dengan didominasi dengan jawaban 1-2 kali dalam satu minggu dengan 68,6%, 17,6% dengan 3-4 kali dalam satu minggu, 11,8% dengan 0 kali, dan 2% dengan 5 kali dalam satu minggu.
Apakah anda selalu memesan lapangan sebelum bermain?	Untuk mengetahui apakah penggiat olahraga futsal disaat sebelum bermain futsal memesan lapangan terlebih dahulu atau tidak.	Pengisian <i>form</i> didominasi oleh jawaban yaitu memesan lapangan dengan 80,4% dan 19,6% dengan tidak memesan lapangan.
Bagaimana cara anda memesan lapangan	Untuk mengetahui bagaimana cara penggiat olahraga futsal memesan lapangan.	Pengisian <i>form</i> memiliki jawaban beragam yang didominasi jawaban via Whatsapp dengan 47,1%, 35,3% dengan datang langsung ke lapangan, dan 17,6% dengan via telepon.
Apa pendapat anda terkait sistem DP dari pemilik lapangan, apakah efektif?	Untuk mengetahui pendapat dari penggiat olahraga futsal terkait sistem DP dari pemilik lapangan apakah efektif atau tidak.	Pengisian <i>form</i> didominasi dengan jawaban efektif dengan beberapa alasan seperti untuk jaminan pemesanan, tanggung jawab dari pemesan, dan agar pemilik lapangan tidak merugi. Beberapa menjawab kurang efektif dan tidak efektif.
Apa kendala yang anda alami ketika memesan lapangan?	Untuk mengetahui kendala apa yang dialami ketika penggiat olahraga futsal memesan lapangan.	Pengisian <i>form</i> memiliki jawaban beragam seperti lapangan penuh, susah mencari lapangan, mencari telepon

		lapangan yang ingin digunakan, jam memesan lapangan yang tidak sesuai, harus dp dahulu, susah menghubungi pemilik lapangan, dan jadwal lapangan kosong tidak bisa dipantau <i>real time</i> .
Apakah anda tergabung dalam sebuah klub/UKM?	Untuk mengetahui apakah penggiat olahraga futsal sudah tergabung dalam sebuah klub/UKM atau tidak.	Pengisian <i>form</i> didominasi dengan jawaban ya dengan 70,6% dan 29,4% dengan jawaban tidak.
Apa konsekuensi yang anda terima ketika membatalkan lapangan yang sudah anda pesan?	Untuk mengetahui apakah kosekuensi yang diterima jika membatalkan pesanan lapangan.	Pengisian <i>form</i> memiliki jawaban beragam seperti DP hangus, tidak ada, tidak merasa diberi konsekuensi oleh pemilik lapangan, uang kembali sebagian, dan kehilangan kepercayaan oleh pemilik lapangan.
Apakah anda tergabung dalam member di suatu lapangan futsal?	Untuk mengetahui apakah penggiat olahraga futsal tergabung member lapangan futsal atau tidak.	Pengisian <i>form</i> didominasi dengan jawaban tidak dnegan 64,7% dan 35,3 dengan jawaban tidak.

3.2.4 *Empathy Map*

Empathy Map merupakan sebuah teknik atau pemodelan untuk mengenal target pasar untuk menyelaraskan antara strategi bisnis dengan kebutuhan, keinginan, tujuan, dan perasaan target pasar. Secara umum, *empathy map* digunakan untuk membuat *founder* berpikir tentang *user* dan bukan produk yang akan dibuat (Luhoer, 2019). Pada *empathy map* terdapat enam komponen yaitu *think and feel*, *see*, *hear*, *say and do*, *pain*, dan *gain* yang dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 *Empathy Map* AyoSparring

a. *Think and Feel?*

Think and feel merupakan apa yang dipikirkan dan apa yang dirasakan oleh *user* terhadap pemesanan lapangan dan pencarian lawan sparing futsal. Berdasarkan dari kuisisioner *online* kepada calon pengguna didapatkan hasil berupa sulitnya memesan lapangan futsal dan sulitnya mencari lawan sparing.

b. *See?*

See merupakan apa yang dilihat oleh *user* terhadap pemesanan lapangan dan pencarian lawan sparing futsal. Berdasarkan dari kuisisioner *online* kepada calon pengguna didapatkan hasil berupa calon pengguna biasa melihat jangkauan dari lapangan yang jauh untuk memesan lapangan dan melihat papan tulis di lapangan untuk mencari informasi lawan sparing.

c. *Hear?*

Hear merupakan apa yang didengar oleh *user* terhadap pemesanan lapangan dan pencarian lawan sparing futsal. Berdasarkan dari kuisisioner *online* kepada calon pengguna didapatkan hasil berupa calon pengguna biasa mendengar atau mendapatkan informasi lawan sparing dari teman dan mendengar jika memesan lapangan futsal harus datang langsung.

d. *Say and Do?*

Say and Do merupakan apa yang dikatakan dan dilakukan oleh *user* terhadap pemesanan lapangan dan pencarian lawan sparing futsal. Berdasarkan dari kuisisioner *online* kepada calon pengguna didapatkan hasil berupa calon pengguna mencari hal yang memudahkan dalam memesan lapangan dan mencari lawan sparing futsal.

e. *Pain*

Pain merupakan apa rasa ketidaknyamanan yang dirasakan oleh *user* terhadap pemesanan lapangan dan pencarian lawan sparing futsal. Berdasarkan dari kuisisioner *online* kepada calon pengguna didapatkan hasil berupa calon pengguna bertanya-tanya apakah ada sistem yang memudahkan dalam memesan lapangan dan mencari lawan sparing futsal.

f. *Gain*

Gain merupakan apa keuntungan yang didapat oleh user terhadap pemesanan lapangan dan pencarian lawan sparing futsal. Berdasarkan dari kuisisioner *online* kepada calon pengguna didapatkan hasil berupa calon pengguna menemukan sistem untuk memudahkan dalam memesan lapangan dan mencari lawan sparing futsal.

3.3 Define

Setelah melakukan tahapan *empathize* yaitu pengumpulan informasi yang dibutuhkan, dilakukan analisis terhadap informasi yang telah didapatkan. Proses analisis menghasilkan sebuah wawasan baru seperti keinginan, kebutuhan, dan pengetahuan terkait dengan pengembangan bisnis *startup* AyoSparring. Wawasan yang dihasilkan digunakan sebagai acuan dari identifikasi permasalahan dalam membangun model bisnis dari bisnis *startup* AyoSparring. Untuk awal permasalahan dari pembangunan bisnis dari *startup* AyoSparring adalah untuk menemukan ide dan model bisnis yang berbasis pengguna dan juga memiliki nilai bisnis. Proses dari pengumpulan informasi pada tahapan *empathize* dilakukan dengan cara wawancara semi terstruktur dengan cara penyebaran kuisisioner *online*.

Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan kepada calon pengguna sebagai target pasar dari *startup* AyoSparring bisa diperhatikan bahwa perilaku responden terhadap pencarian lawan sparing adalah mendapatkan lawan dari kenalan teman, mencari di komunitas futsal, bertemu tim yang kekurangan orang, ikut turnamen lokal fakultas, dan ikut ajakan teman. Pada wawancara yang dilakukan kepada responden ditemukan permasalahan yaitu sulit untuk mencocokkan jadwal dengan lawan sparing, sulit mencari lawan dengan kriteria tim yang

sama, lawan futsal yang tidak pasti, tidak menemukan klub futsal untuk sparing, dan mencari jadwal bermain. Selain dari permasalahan mencari lawan sparing, responden juga memiliki permasalahan pada pemesanan lapangan futsal. Perilaku responden terhadap pemesanan lapangan futsal adalah melakukan pemesanan melalui aplikasi Whatsapp, menggunakan telepon, dan datang langsung ke lapangan untuk memesan. Permasalahan yang dialami oleh responden terkait dengan pemesanan lapangan futsal yaitu lapangan sudah penuh, susah mencari lapangan, sulit mencari kontak dari lapangan, jam pemesanan lapangan yang tidak sesuai, harus mengeluarkan dp terlebih dahulu, lambatnya respon dari pemilik lapangan, dan jadwal dari lapangan yang kosong tidak bisa dilihat secara *real time*.

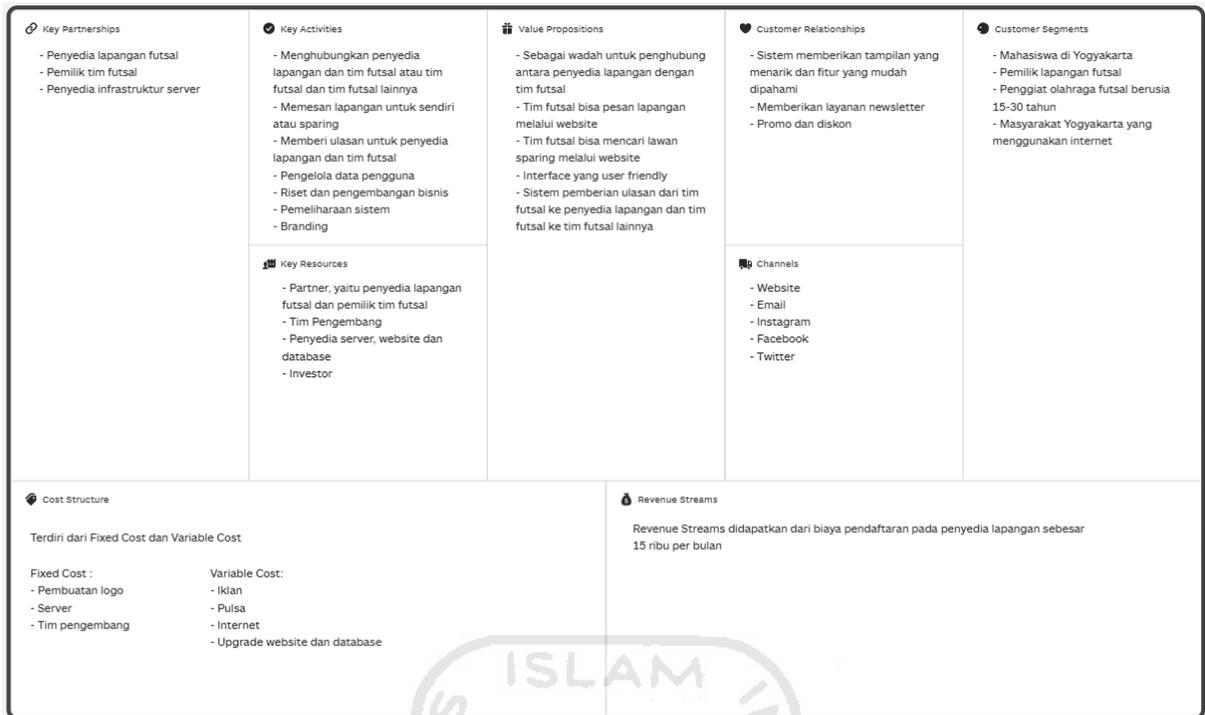
Dari analisis yang dilakukan pada tahapan *define* terhadap informasi yang telah didapatkan dari tahapan *empathize*, dilakukan pengidentifikasian permasalahan awal dalam membangun *startup* AyoSparring. Awal permasalahan dari *startup* AyoSparring dititik beratkan pada ide dan konsep inovasi pengembangan berbasis pengguna. Adapun pernyataan dari permasalahan yang ditentukan adalah sebagai berikut.

- a. Konsep awal dari *startup* AyoSparring seperti apa yang akan digunakan dalam pengembangan aplikasi *startup* AyoSparring.
- b. Pemilihan kategori pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan pada aplikasi AyoSparring.
- c. Pemilihan *platform* yang akan digunakan untuk aplikasi AyoSparring.
- d. Penentuan aspek lainnya yang dianggap bisa meningkatkan kepercayaan dari pengguna yang menggunakan aplikasi AyoSparring.

3.3.1 *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas merupakan model bisnis untuk penggambaran logis tentang bagaimana sebuah perusahaan menciptakan dan menghantarkan sebuah nilai bisnis. Dalam *Business Model Canvas* terdiri dari 9 bagian yaitu *Key Partners*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Value Propositions*, *Customer Relationships*, *Customer Segment*, *Channels*, *Cost Structure*, dan *Revenue Streams* (Hermawan & Pravitasari, 2013).

Sesudah melakukan penentuan pernyataan permasalahan dari *startup* AyoSparring, dilakukan penyusunan *Business Model Canvas* untuk memfokuskan aspek yang mudah dipahami *founder* untuk acuan pengembangan dan validasi. Berikut adalah *Business Model Canvas* yang telah disusun oleh *founder* yang dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 *Business Model Canvas* AyoSparring

a. *Key Partners*

Key partners yang dipilih untuk *startup* AyoSparring adalah penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal yang berada di Yogyakarta. Untuk *key partners* lain dari *startup* AyoSparring adalah penyedia infrastruktur server untuk pengembangan dari website *startup* AyoSparring.

b. *Key Activities*

Key activities merupakan kegiatan pada bisnis *startup* AyoSparring yang berfungsi menghubungkan *key partners* yaitu penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal. Penyedia lapangan futsal bisa melakukan kegiatan *posting* ketersediaan lapangan untuk dipesan. Sedangkan pemilik tim futsal bisa melakukan kegiatan memesan lapangan untuk sparing atau bermain sendiri, memberi ulasan kepada pemilik lapangan futsal dan kepada tim futsal lainnya. Selain itu, *startup* AyoSparring juga melakukan pengelolaan data pengguna, melakukan riset dan pengembangan bisnis, pemeliharaan dan pembaharuan dari sistem, dan dilakukan branding untuk memperluas pasar dari *startup* AyoSparring.

c. *Value Propositions*

Value propositions merupakan nilai bisnis dari *startup* AyoSparring yang menjadikan sebagai wadah penghubung antara penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal.

Dimana penyedia lapangan futsal adalah orang yang memiliki lapangan futsal yang dimana membutuhkan orang untuk memesan lapangannya dan pemilik tim futsal adalah orang yang memiliki sebuah tim futsal yang dimana membutuhkan lapangan untuk bermain futsal untuk sparing ataupun sendiri. Selain itu, *startup* AyoSparring juga memiliki antamuka yang *user friendly* agar pengguna bisa dengan aman dan nyaman menggunakan website AyoSparring dan sistem pemberian ulasan dari tim futsal ke penyedia lapangan dan tim futsal ke tim futsal lainnya.

d. *Customer Relationships*

Customer relationships adalah untuk menjaga hubungan antara *startup* AyoSparring dengan pelanggan memberikan tampilan yang menarik dan fitur yang mudah dipahami. Selain itu, *startup* AyoSparring juga memberikan layanan *newsletter* untuk pengguna agar mendapatkan kabar terbaru tentang *startup* AyoSparring dan menawarkan promo dan diskon untuk menarik minat pengguna untuk selalu menggunakan website AyoSparring.

e. *Customer Segments*

Customer segments adalah segmen pelanggan atau target pasar untuk pengembangan *startup* AyoSparring adalah Mahasiswa di Yogyakarta yang hobi olahraga futsal. Selain itu, target pasar dari *startup* AyoSparring adalah pemilik lapangan futsal, penggiat olahraga futsal, dan masyarakat Yogyakarta yang menggunakan internet.

f. *Key Resources*

Key resources adalah sumber daya utama untuk pengembangan *startup* AyoSparring yang meliputi tim pengembang untuk website AyoSparring, *partner* yaitu penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal, penyedia server website dan database untuk penunjang pengembangan website, dan investor sebagai pemasok modal untuk operasional dari *startup* AyoSparring.

g. *Channels*

Channels adalah saluran yang digunakan *startup* AyoSparring untuk mencapai customer dan untuk memperkenalkan produk. Saluran yang dipakai adalah website sebagai produk utamanya, *email* untuk melayani layanan *newsletter*, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

h. *Cost Structure*

Cost structure merupakan struktur biaya yang dikeluarkan oleh *startup* AyoSparring. Struktur biaya terbagi menjadi dua yaitu *fixed cost* dan *variable cost*. *Fixed cost* adalah

biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bersifat konstan atau tidak berubah walaupun terjadi naik dan turun jumlah barang atau jasa, sedangkan *variable cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang jumlahnya berubah-ubah atas dasar naik dan turun jumlah barang atau jasa. Untuk fixed cost dari *startup* AyoSparring adalah pembuatan logo, server, dan tim pengembang. Untuk *variable cost* dari *startup* AyoSparring adalah iklan, pulsa, internet, dan *upgrade* website dan *database*.

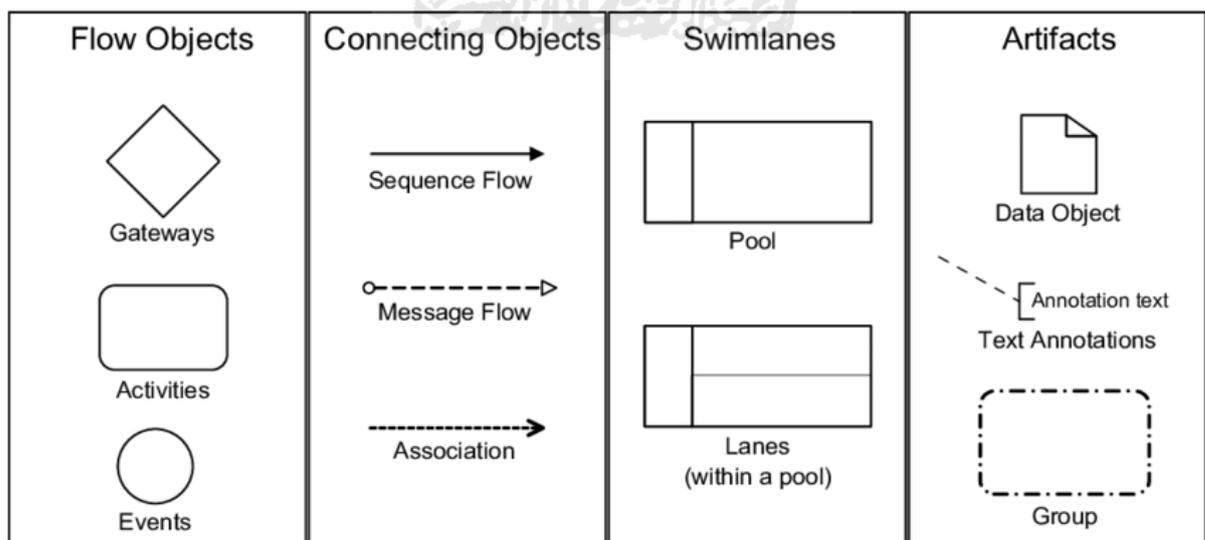
i. *Revenue Streams*

Revenue streams merupakan aliran pendapatan yang didapatkan oleh *startup* AyoSparring adalah dikenakan biaya sebesar 15 ribu rupiah per bulan untuk biaya pendaftaran penyedia lapangan futsal yang sudah melalui *free trial* pada bulan pertama.

3.3.2 Business Process Model and Notation (BPMN)

Business Process Model and Notation atau biasa dikenal dengan BPMN merupakan representasi grafis dalam penentuan proses bisnis dalam model bisnis yang berdasarkan pada teknik diagram alur yang berisi aktivitas dari alur yang menjelaskan tentang urutan dari kerja proses bisnis.

Seperti pada Gambar 3.3 diagram dari BPMN terdiri dari elemen yang berjumlah empat kategori yaitu *Flow Objects*, *Connecting Objects*, *Swimlanes*, dan *Artifacts* (M. Harry K Saputra & Aprilian, 2020).



Gambar 3.3 Elemen Diagram BPMN

Sumber: (Research Gate 2017)

a. *Flow Objects*

1. *Gateways*

Gateways merupakan elemen kondisional yang ditandai dengan gambar seperti berlian. Jenis dari *gateways* ada beberapa seperti *exclusive gateways* berfungsi memindahkan alur kerja dari satu ke yang lain, *event-based gateways* berfungsi bergantung pada sesuatu yang terjadi.

2. *Activities*

Activities merupakan elemen yang berfungsi untuk menunjukkan kegiatan atau tugas yang dilakukan oleh seseorang atau sistem. Bentuk dari *activities* berupa persegi panjang dengan sudut bulat.

3. *Events*

Events merupakan elemen yang berfungsi untuk memulai dan mengakhiri suatu alur kerja dari model BPMN. Bentuk dari *events* berupa lingkaran biasa untuk titik awal, lingkaran batas ganda untuk acara menengah, dan lingkaran tebal untuk titik akhir.

b. *Connecting Objects*

1. *Sequence Flow*

Sequence flow merupakan elemen yang menunjukkan urutan kegiatan yang dilakukan.

2. *Message Flow*

Message flow merupakan elemen penampil pesan dan urutan aliran antara peserta.

3. *Association*

Association merupakan elemen yang berfungsi untuk penghubung informasi dan *artifact*.

c. *Swimlanes*

Elemen ini ditujukan untuk mengkategorikan fungsi atau organisasi yang berpartisipasi yang terdiri dari *pool* dan *lanes* dengan *lanes* berada di bagian dalam *pool* untuk memberi kategori lebih spesifik.

d. *Artifacts*

Artifact berfungsi untuk memberi informasi yang harus dirujuk di luar dari diagram BPMN. Jenis dari *artifacts* ada tiga yaitu *data object* menunjukkan data yang diperlukan untuk suatu kegiatan, *text annotations* menunjukkan penjelasan lebih lanjut

dari diagram, dan *group* menunjukkan pengelompokkan kegiatan yang serupa tapi tidak mengubah aliran diagram.

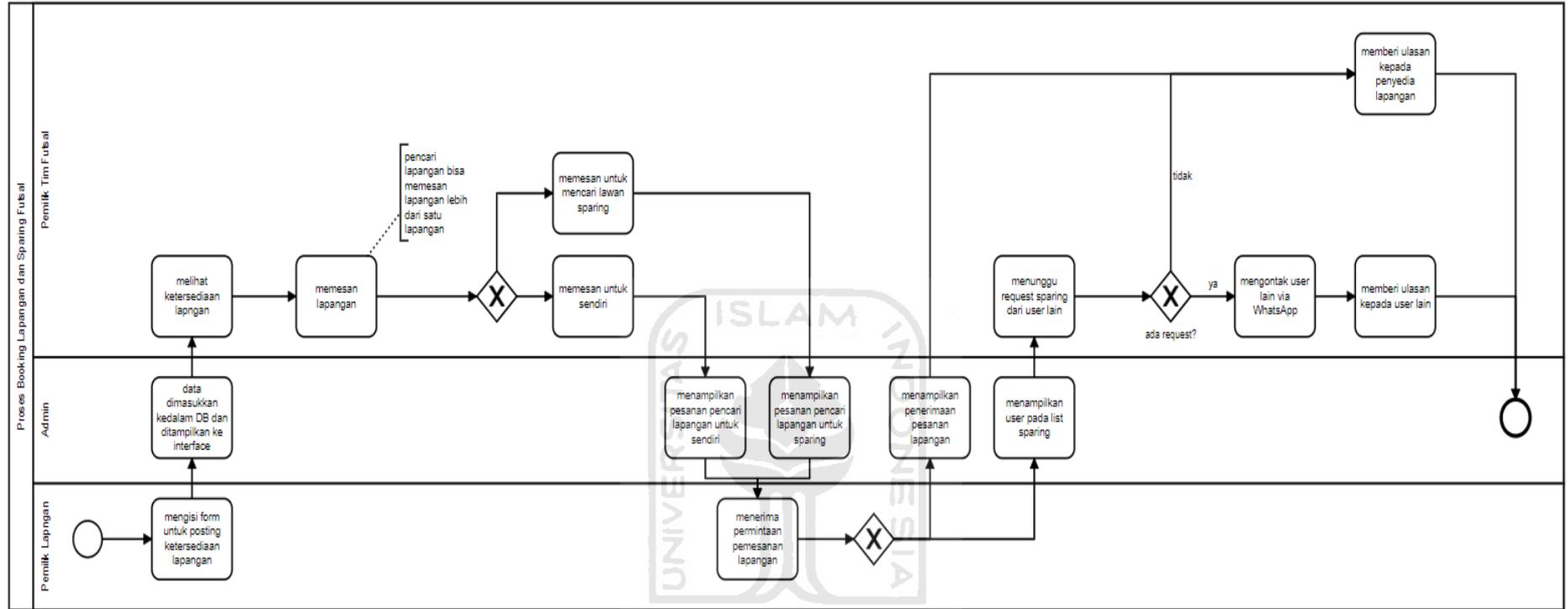
3.3.3 Model Proses Bisnis

Model proses bisnis *startup* AyoSparring akan ditampilkan melalui diagram *Business Process Model Notation* dengan menggunakan *tools* bpmn.io. Berikut adalah proses bisnis dari AyoSparring yang bisa dilihat pada Gambar 3.4.

Proses bisnis dari AyoSparring disajikan dengan satu *pool* dan tiga *lanes* yang terdiri dari pemilik lapangan, admin, dan pemilik tim futsal. Proses pengisian *form* dilakukan oleh pemilik lapangan untuk *posting* ketersediaan lapangan. Tujuan dari pengisian *form* guna memberikan informasi secara lebih spesifik terhadap lapangan yang siap untuk dipesan. Selanjutnya admin memasukkan ke dalam *database* dan menampilkan lapangan kepada pemilik tim futsal untuk proses pemesanan. Proses pemesanan untuk pemilik tim futsal bisa dilakukan untuk pemesanan yang ditujukan untuk sparing dan untuk individu.

Setelah melalui proses pemesanan, admin menampilkan pemesanan dari pemilik tim futsal apakah lapangan dipesan untuk mencari lawan sparing atau individu. Tahap selanjutnya, pemilik lapangan menerima pemesanan dari pemilik tim futsal yang sudah mengajukan pemesanan untuk lapangan nya. Tahapan selanjutnya admin menampilkan pemesanan lapangan yang sudah disetujui oleh pemilik lapangan kepada pemilik tim futsal yang ditujukan untuk mencari lawan sparing atau individu. Untuk pemilik tim futsal yang ingin mencari lawan sparing harus menunggu sampai ada tim lain yang menerima permintaan sparing nya. Setelah ada yang menerima, langkah selanjutnya mengontak tim lain dan bermain sesuai dengan jadwal lapangan yang dipesan. Untuk pemilik tim futsal yang ingin bermain individu bisa langsung bermain sesuai dengan jadwal lapangan yang dipesan.

Proses terakhir setelah selesai bermain dari sparing ataupun bermain individu. Untuk yang bermain sparing bisa memberikan ulasan kepada tim lain yang menjadi lawan sparing dan bisa memberikan ulasan kepada pemilik lapangan dengan tujuan agar ulasan yang diberikan bisa membantu tim lain dalam mempertimbangkan untuk memesan lapangan dan pencarian lawan sparing. Untuk yang bermain individu bisa memberikan ulasan kepada pemilik lapangan dengan tujuan untuk membantu tim lain dalam mempertimbangkan untuk memesan lapangan.



Gambar 3.4 Proses Bisnis dari AyoSparring

3.4 Ideate

Tahapan ini berfokus pada penetapan solusi terhadap pernyataan dari permasalahan yang telah ditetapkan pada tahapan *define*. Teknik yang digunakan untuk penetapan solusi adalah *brainstorming* yang dilakukan bersama anggota tim yang terbagi menjadi tiga penugasan yaitu *hustler*, *hipster*, dan *hacker* untuk mencari dan menciptakan solusi.

Menurut Rawlinson *brainstorming* berdasarkan definisi adalah teknik kreativitas yang dimana aktivitas *brainstorming* menghasilkan aktivitas untuk menghasilkan ide, sesi curah pendapat, memunculkan ide-ide inovatif yang dilakukan secara bersama. Selain itu, dengan melakukan *brainstorming* dapat menghasilkan partisipasi lebih luas bersama anggota tim yang dapat bertukar ide agar mendapatkan solusi yang dibuat bersama anggota tim (Rawlinson, 2017).

Pada proses *brainstorming* dengan anggota tim, dilakukan penentuan aspek yang mendasari ide dan konsep dari *startup* AyoSparring. Aspek yang ditentukan diambil berdasarkan pernyataan permasalahan yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya yaitu *define*. Pernyataan permasalahan yang telah ditentukan pada tahapan *define* terdiri dari empat poin utama yang akan ditentukan solusi untuk dikembangkan menjadi ide dan konsep untuk *startup* AyoSparring.

Berdasarkan hasil *brainstorming* oleh anggota tim, konsep awal yang diambil untuk *startup* AyoSparring adalah aplikasi dari AyoSparring memiliki dua pengguna yang masing-masing bisa berperan sebagai penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal. Hal yang dipertimbangkan bahwa setiap penyedia lapangan membutuhkan pemilik tim futsal untuk memesan lapangan untuk menjalankan proses bisnis dari pemilik tim futsal dan sebaliknya pemilik tim futsal membutuhkan lapangan untuk bermain yang dimiliki pemilik lapangan. Selain dari interaksi antara penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal, pemilik tim futsal juga bisa interaksi dengan pemilik futsal lainnya yaitu dengan pencarian lawan sparing. Penyedia lapangan dan pemilik tim futsal yang berperan sebagai pengguna diwajibkan untuk melakukan proses registrasi terlebih dahulu. Untuk segi pembayaran dari pemesanan lapangan, pemilik tim futsal melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang telah dicantumkan oleh penyedia lapangan futsal di aplikasi AyoSparring. Untuk pembayaran pencarian lawan sparing, pemilik tim futsal yang mencari lawan sparing diwajibkan memesan lapangan terlebih dahulu dan membahas masalah pembayarannya dengan pemilik tim futsal lain yang menerima permintaan sparing.

Pada pemilihan kategori awal dari pengembangan *startup* AyoSparring ditentukan berdasarkan fungsi pada aplikasi AyoSparring yaitu pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan. Kategori pencarian lawan sparing disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari sasaran pasar yang terdiri dari mahasiswa di wilayah Yogyakarta penggiat olahraga futsal dan masyarakat Yogyakarta penggiat olahraga futsal. Kategori pemesanan lapangan futsal disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari penyedia lapangan futsal. Pemilihan kategori didasari oleh informasi yang dikumpulkan pada tahapan *empathize* melalui kuisisioner dengan pertanyaan kebutuhan sasaran pasar yaitu pemesanan lapangan futsal dan pemilik tim futsal.

Pada proses *brainstorming* terkait *platform* apa yang cocok digunakan untuk pengembangan aplikasi AyoSparring, ditentukan menjadi dua *platform* yaitu *website* dan *mobile*. Awal pengembangan dari aplikasi AyoSparring akan menggunakan *website* terlebih dahulu. Penggunaan *website* pada pengembangan awal AyoSparring bertujuan karena pembangunan konsep awal bisnis *startup* biasa bermula dari tahapan *website* terlebih dahulu. Selain itu, keuntungan dari penggunaan *website* untuk awal pengembangan bisnis *startup* AyoSparring adalah lebih menghemat biaya dan dinilai lebih mudah dikembangkan oleh anggota tim terlebih untuk anggota tim yang memiliki tugas sebagai *hacker*. Pertimbangan lain terkait pemilihan *website* dibandingkan *mobile* adalah memudahkan untuk pengenalan kepada pengguna karena tidak melalui tahapan instalasi terlebih dahulu.

Hasil dari *brainstorming* lainnya yaitu penentuan aspek lain untuk meningkatkan kepercayaan dari pengguna terhadap aplikasi AyoSparring. Proses untuk meningkatkan kepercayaan pengguna ini penting karena *startup* AyoSparring sedang dalam tahapan pengembangan awal aplikasi. Solusi yang didapatkan dalam proses *brainstorming* untuk mendapatkan kepercayaan terhadap *startup* AyoSparring adalah dengan memberikan sistem ulasan dan laporkan untuk memberikan pandangan pengguna terhadap pengguna lainnya agar bisa lebih memiliki kepercayaan terhadap pengguna lain dan aplikasi AyoSparring sendiri.

Hasil-hasil dari *brainstorming* yang telah dipaparkan merupakan sebuah rujukan untuk permasalahan secara umum dalam pengembangan bisnis *startup* AyoSparring. Gagasan akan digunakan untuk ide dan konsep bisnis pengembangan *startup* AyoSparring yang berbasis pengguna dan bernilai bisnis. Gagasan juga diujikan kepada calon pengguna untuk menajdi pandangan dari calon pengguna mengenai ide dan konsep yang sesuai untuk pengembangan bisnis *startup* AyoSparring.

3.5 Prototype

Tahapan ini dilakukan pembuatan *prototype* dari *startup* AyoSparring sebagai visualisasi dari sebuah ide dan konsep yang sudah dirancang sebelumnya. Tujuan dari tahapan *prototype* adalah untuk membanatu validasi dan penyesuaian untuk eksekusi akhir dengan melihat dari sisi kesesuaian dan kelayakan terhadap pengguna. Berikut merupakan rancangan dari *prototype* untuk validasi ide *startup* AyoSparring berdasarkan kegiatan *brainstorming* pada tahapan *ideate* pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Rancangan dari *Prototype* AyoSparring

NO	Halaman	Isi
1	Landing Page	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat tiga warna dominan yaitu merah, hitam, dan abu-abu yang mencerminkan AyoSparring. - Terdapat 2 penjelasan mengenai fitur utama AyoSparring yaitu pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal. - Terdapat <i>button</i> “Try Now” untuk penyedia lapangan futsal melakukan pendaftaran. - Terdapat <i>button</i> “Sign Up” untuk pemilik tim futsal melakukan pendaftaran. - Terdapat <i>button</i> “Sign In” untuk penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal untuk masuk ke dalam AyoSparring.
2	Sign Up	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 2 warna yaitu putih dan merah. - Terdapat dua model <i>Sign Up</i> yang berbeda yaitu untuk penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal. - Terdapat 2 jenis pengisian <i>forms</i> yaitu <i>General Information</i> untuk informasi dari lapangan untuk penyedia lapangan dan informasi tim untuk pemilik tim futsal. <i>Personal Details</i> untuk informasi dari pemilik dari lapangan dan pemilik dari tim.
3	Sign In	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 2 warna yaitu putih dan merah serta <i>background</i> yang berkaitan dengan futsal. - Terdapat 2 <i>forms</i> yaitu <i>email</i> dan <i>password</i> untuk persyaratan masuk ke dalam AyoSparring.
4	Home	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan pemilik tim futsal terdapat 4 warna yaitu putih, hitam, abu-abu dan merah. - Pada tampilan penyedia lapangan futsal terdapat 4 warna yaitu putih, hitam, abu-abu dan biru.

		<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat 2 halaman <i>home</i> yaitu <i>home</i> untuk pemilik tim futsal dan <i>home</i> untuk penyedia lapangan futsal. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application</i>. - Terdapat 5 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk pemilik tim futsal yaitu <i>Inbox</i>, <i>Find Match</i>, <i>Find Venue</i>, <i>History</i>, dan <i>Feedback</i>. - Terdapat 3 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk penyedia lapangan futsal yaitu <i>Booking List</i>, <i>Sparring List</i>, dan <i>Feedback</i>. - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal. - Pada halaman pemilik tim futsal terdapat 2 informasi yaitu informasi dari tim dan pertandingan selanjutnya. - Pada halaman penyedia lapangan futsal terdapat 2 informasi yaitu ketersediaan lapangan dan jadwal selanjutnya.
5	Inbox	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 5 warna yaitu putih, hitam, abu-abu, merah, dan biru. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application</i>. - Terdapat 5 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk pemilik tim futsal yaitu <i>Home</i>, <i>Find Match</i>, <i>Find Venue</i>, <i>History</i>, dan <i>Feedback</i>. - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi pemilik tim futsal. - Terdapat <i>menu Request Sparring List</i> untuk memberikan pemberitahuan apakah sudah ada permintaan sparing yang masuk dari tim lain atau tidak.
6	Find Match	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 4 warna yaitu putih, hitam, abu-abu dan merah. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application</i>. - Terdapat 5 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk pemilik tim futsal yaitu <i>Home</i>, <i>Inbox</i>, <i>Find Venue</i>, <i>History</i>, dan <i>Feedback</i>. - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi pemilik tim futsal. - Terdapat 2 <i>menu</i> yaitu <i>Sparring Available</i> untuk mengetahui tim lain yang sudah mengajukan tawaran sparing dan <i>Team Schedule</i> untuk melihat jadwal tim yang sudah memiliki lawan sparing.
7	Find Venue	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 4 warna yaitu putih, hitam, abu-abu dan merah. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application</i>.

		<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat 5 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk pemilik tim futsal yaitu <i>Home, Inbox, Find Match, History, dan Feedback.</i> - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi pemilik tim futsal. - Terdapat 2 <i>menu</i> yaitu <i>Venue Available</i> untuk mengetahui ketersediaan lapangan dan <i>Location</i> untuk melihat lokasi dari lapangan.
8	History	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 5 warna yaitu putih, hitam, abu-abu, merah, dan biru. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application.</i> - Terdapat 5 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk pemilik tim futsal yaitu <i>Home, Find Match, Find Match, Find Venue, dan Feedback.</i> - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi pemilik tim futsal. - Terdapat <i>menu History</i> untuk melihat sejarah bermain dan tersedia juga <i>button</i> untuk <i>review</i> dan <i>report</i> yang ditujukan untuk tim lain dan penyedia lapangan.
9	Feedback	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan pemilik tim futsal terdapat 4 warna yaitu putih, hitam, abu-abu, dan merah. - Pada tampilan penyedia lapangan futsal terdapat 4 warna yaitu putih, hitam, abu-abu, dan biru. - Terdapat 2 halaman <i>feedback</i> yaitu <i>feedback</i> untuk pemilik tim futsal dan <i>feedback</i> untuk penyedia lapangan futsal. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application.</i> - Terdapat 5 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk pemilik tim futsal yaitu <i>Home, Inbox, Find Match, Find Venue, dan History.</i> - Terdapat 3 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk penyedia lapangan futsal yaitu <i>Home, Booking List, Sparring List.</i> - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal. - Pada halaman pemilik tim futsal terdapat <i>menu feedback</i> untuk melihat hasil ulasan yang diberikan kepada tim dari tim lain. - Pada halaman penyedia lapangan futsal terdapat <i>menu feedback</i> untuk melihat hasil ulasan yang diberikan kepada penyedia lapangan futsal dari tim futsal.

10	Booking List	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 5 warna yaitu putih, hitam, abu-abu, merah, dan biru. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application</i>. - Terdapat 3 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk penyedia lapangan futsal yaitu <i>Home</i>, <i>Sparring List</i>, dan <i>Feedback</i>. - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi penyedia lapangan futsal. - Pada halaman terdapat 2 informasi yaitu <i>request booking list</i> untuk mengetahui tim mana yang sudah melakukan permintaan pemesanan lapangan dan <i>booking list</i> untuk tim yang sudah disetujui pemesanan nya oleh penyedia lapangan futsal.
11	Sparring List	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tampilan terdapat 4 warna yaitu putih, hitam, abu-abu, dan biru. - Model dari halaman nya merupakan <i>single-page application</i>. - Terdapat 3 <i>menu</i> yang bisa dipilih untuk penyedia lapangan futsal yaitu <i>Home</i>, <i>Booking List</i>, dan <i>Feedback</i>. - Terdapat <i>button</i> untuk <i>logout</i> bagi penyedia lapangan futsal. - Pada halaman terdapat informasi yaitu <i>sparring list</i> untuk mengetahui tim mana yang sedang melakukan sparring.

3.6 Test

Pada tahapan ini dilakukan pengujian ide dan juga *prototype* yang telah dirancang pada tahapan sebelumnya. Tahap ini bertujuan untuk monitoring dan melihat tanggapan dari sasaran pasar *startup* AyoSparring. Ide dan *prototype* dari AyoSparring akan melalui tahap pengujian kepada pihak internal dan eksternal. Untuk dari pihak internal dilakukan oleh anggota tim dari AyoSparring sebagai tim pengembang dan *founder*, sedangkan dari pihak eksternal dilakukan oleh calon pengguna sebagai sasaran pasar dari *startup* AyoSparring.

Pada tahapan *test* ini jika *feedback* yang diberikan oleh pihak internal dan eksternal belum sesuai dengan keinginan dari calon pengguna, maka diperlukan mengulang tahapan *empathize* hingga *ideate*. Jika *feedback* yang didapatkan positif maka ide dan *prototype* akan dijadikan sebagai acuan untuk pengembangan ide dan proses bisnis dari *startup* AyoSparring.

Pada pengujian pihak internal yaitu anggota tim lebih ditekankan kepada validasi ide dan pengujian *prototype* yang telah dirancang sesuai dengan ide dan proses bisnis *startup* AyoSparring. Hasil dari pengujian dari anggota tim menentukan apakah *prototype* sudah

menampilkan sesuai dengan alur penggunaan dari aplikasi yang akan diuji oleh pihak eksternal selanjutnya.

Pada pihak eksternal yaitu calon pengguna sebagai sasaran pasar dari bisnis *startup* AyoSparring dilakukan wawancara terkait ide bisnis *startup* AyoSparring dan juga dilakukan penampilan *prototype* kepada empat calon pengguna sebagai visualisasi dari *startup* AyoSparring. Berikut daftar pertanyaan yang telah diajukan dan daftar dari jawaban yang telah diberikan dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan dan Jawaban Ide AyoSparring

No	Pertanyaan	Jawaban	Keterangan
Narasumber 1: Mahasiswa Informatika, 23 tahun, laki-laki			
1	Mengenai ide dari AyoSparring	Sangat inovatif karena di Yogyakarta belum ada aplikasi seperti ini jadi perlu dilanjutkan.	
2	Mengenai kategori pencarian lawan futsal dan pemesanan lapangan futsal	Dari pemilihan kategori fitur sudah sangat cukup.	
3	Mengenai <i>platform</i> yang digunakan AyoSparring yaitu <i>website</i>	Sebetulnya sudah bagus menggunakan <i>platform website</i> tapi agak sedikit lebih ribet.	
4	Mengenai sistem ulasan dan laporkan	Untuk sistem ulasan sudah cukup tapi untuk sistem laporkan perlu ditambahkan bukti agar sistem laporkan tidak dipakai sembarangan.	Bukti untuk sistem laporkan berupa foto atau video.
5	Mengenai <i>prototype</i> dari AyoSparring	Sudah bagus dan enak dilihat.	
Narasumber 2: Mahasiswa Informatika, 22 tahun, laki-laki			
1	Mengenai ide dari AyoSparring	Sudah bagus dan sangat membantu.	
2	Mengenai kategori pencarian lawan futsal dan pemesanan lapangan futsal	Untuk tahapan awal bisnis pemilihan fiturnya sudah cukup.	

3	Mengenai <i>platform</i> yang digunakan AyoSparring yaitu <i>website</i>	Untuk <i>startup</i> awal masih harus banyak belajar jadi untuk penggunaan <i>website</i> dimaklumkan dan kalo bisa dikembangkan lebih lanjut ke <i>mobile apps</i> .	
4	Mengenai sistem ulasan dan laporkan	Perlunya tambahan bukti pada sistem laporkan untuk memvalidasi dari keluhan tersebut.	Bukti untuk sistem laporkan berupa foto atau video.
5	Mengenai <i>prototype</i> dari AyoSparring	Perlunya pembaharuan pada tampilan terutama pada halaman <i>landing page</i> karena pada pewarnaan yang sedikit menabrak.	
Narasumber 3: Karyawan Swasta, 25 tahun, laki-laki			
1	Mengenai ide dari AyoSparring	Sebuah ide yang inovatif untuk membantu pemain futsal dalam mencari lawan sparing dan memesan lapangan.	
2	Mengenai kategori pencarian lawan futsal dan pemesanan lapangan futsal	Sangat bagus terlebih dari fitur pencarian lawan sparing karena belum ada aplikasi yang memiliki fitur ini untuk membantu memudahkan mencari lawan sparing.	
3	Mengenai <i>platform</i> yang digunakan AyoSparring yaitu <i>website</i>	Lebih memilih penggunaan <i>website</i> daripada <i>mobile apps</i> karena untuk sistem pendukung olahraga futsal biasanya orang tidak selalu membuka aplikasi kalau menjadi <i>mobile apps</i> karena intensitas pemain futsal biasanya hanya bermain 1-2 kali seminggu tidak setiap hari.	
4	Mengenai sistem ulasan dan laporkan	Sangat mendukung untuk sistem ulasan dan <i>history</i> karena sangat dibutuhkan untuk pencari lawan sparing agar bisa melihat terlebih dahulu akan melawan siapa.	
5	Mengenai <i>prototype</i> dari AyoSparring	Positif nya minimalis dan user-friendly, negatif nya dari segi pewarnaan kurang <i>colorful</i> .	
Narasumber 4: Mahasiswa Ekonomi Islam, 22 tahun, laki-laki			

1	Mengenai ide dari AyoSparring	Bagus untuk mempermudah mencari lawan dan memesan lapangan karena semuanya jadi <i>online</i> .	
2	Mengenai kategori pencarian lawan futsal dan pemesanan lapangan futsal	Perlu tambahan untuk fitur jualan kebutuhan futsal seperti baju futsal, sepatu futsal, dan juga bisa pesan minuman untuk pemesan lapangan agar sekalian pesan.	
3	Mengenai <i>platform</i> yang digunakan AyoSparring yaitu <i>website</i>	Penggunaan <i>website</i> sebetulnya kurang fleksibel lebih baik dalam bentuk <i>mobile apps</i> saja tapi karena masih <i>startup</i> awal jadi dimaklumkan.	
4	Mengenai sistem ulasan dan laporkan	Lebih baik untuk ulasan dan laporan tidak usah ditampilkan pada deskripsi tim lawan karena takut fitur ulasan dan laporkan hanya menjadi ajang untuk mengumpat dan pengujaran kebencian saja, ulasan boleh saja asalkan menggunakan bahasa yang baik.	
5	Mengenai <i>prototype</i> dari AyoSparring	Menarik sih untuk tampilannya tapi untuk ukuran <i>font</i> kalau bisa lebih dkecilkan karena terlalu besar.	

Setelah melalui pengujian kepada calon pengguna terhadap rancangan *prototype* dari bisnis *startup* AyoSparring, didapatkan hasil berupa mengenai ide dari AyoSparring sangat inovatif karena di Yogyakarta belum ada aplikasi seperti AyoSparring, sebuah ide yang membantu pemain futsal dalam mencari lawan sparing dan memesan lapangan, dan bagus untuk mempermudah mencari lawan sparing dan memesan lapangan karena semua menjadi *online*. Mengenai kategori fitur dari AyoSparring yaitu pemesanan lapangan futsal dan pencarian lawan sparing menurut calon pengguna sudah sangat cukup untuk tahapan awal bisnis, sangat bagus terlebih pada fitur pencarian lawan sparing karena akan memudahkan mencari lawan sparing, dan mendapatkan saran dari calon pengguna berupa tambahan fitur jualan kebutuhan futsal. Mengenai pemilihan *platform website* untuk AyoSparring beberapa calon pengguna setuju dengan pemilihan *website* karena AyoSparring masih pada tahapan awal *startup* sehingga masih dimaklumkan menggunakan *website*, namun kedepannya harapan dari calon

pengguna *startup* AyoSparring bisa dikembangkan juga ke dalam *mobile apps*. Mengenai sistem ulasan dan laporkan menurut calon pengguna sangat membantu untuk memilih lawan yang sesuai, namun diperlukan bukti berupa foto atau video agar ulasan dan laporkan bisa lebih terpercaya. Mengenai prototype dari AyoSparring menurut calon pengguna sudah cukup menarik namun perlu sedikit di ubah pada segi pewarnaan dan ukuran *font* tulisan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil yang telah didapatkan dari tahapan sebelumnya berupa gagasan ide dan konsep bisnis untuk pengembangan *startup* AyoSparring. Ide dan konsep didapatkan melalui tahapan *design thinking* yang dilakukan dengan satu kali iterasi. Pada tahapan ini akan dijabarkan dari ide dan model bisnis untuk pengembangan AyoSparring yang sudah melalui validasi pada tahapan *design thinking*. Ide dan model bisnis akan digunakan oleh anggota tim yang berperan sebagai *hipster* dan *hacker* pada pengembangan *startup* AyoSparring.

4.1 Empathize

Setelah melalui tahapan dari penyebaran kuisisioner *online*, didapatkan bahwa sebagian besar dari penggiat olahraga futsal sering mencari lawan sparing dan memesan lapangan sebelum bermain futsal. Selain itu, aplikasi untuk mencari lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal juga belum ada di wilayah Yogyakarta sehingga membuat *startup* AyoSparring menjadi sebuah jawaban untuk membantu mempermudah para penggiat olahraga futsal dalam pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal. Berdasarkan dari tahap *empathize* didapatkan hasil berupa empati dari calon pengguna yaitu seringnya menghadapi kendala pada pemesanan lapangan seperti lapangan penuh, susah mencari lapangan, mencari nomor telepon lapangan yang ingin digunakan, jam memesan lapangan yang tidak sesuai, harus dp terlebih dahulu, susah menghubungi pemilik lapangan, dan jadwal lapangan kosong tidak bisa dipantau secara *real time*. Empati lainnya dari calon pengguna adalah sulitnya mencari lawan untuk sparing futsal seperti mencocokkan jadwal dengan lawan sparing, susah mencari lawan dengan kriteria tim, lawan futsal tidak pasti, tidak menemukan klub futsal untuk sparing, dan mencari jadwal bermain.

4.2 Define dan Ideate

Hasil yang didapatkan dari tahapan *define* adalah penentuan pernyataan dari permasalahan yang berasal dari tahapan *empathize* dan pada tahapan *ideate* dilakukan *brainstorming* sehingga mendapatkan hasil yaitu penentuan solusi dari pernyataan permasalahan yang telah ditetapkan pada tahapan *define*.

4.2.1 AyoSparring Sebagai *Startup*

AyoSparring merupakan *startup* yang memiliki model bisnis C2C atau biasa dikenal *customer to customer* yang menghubungkan antara penyedia lapangan futsal dan pemilik tim futsal. Selain hubungan dari penyedia lapangan dengan pemilik tim futsal, AyoSparring juga menghubungkan pemilik tim futsal satu dengan yang lain. Untuk penyedia lapangan futsal memiliki *role* sebagai penyedia dari lapangan yang dimiliki yang bisa dipesan untuk bermain sparing atau bermain individu. Untuk pemilik tim futsal memiliki *role* sebagai pencari lawan untuk sparing, menyediakan jadwal untuk sparing yang bisa dicari oleh tim lain, dan memesan lapangan untuk bermain individu.

Selain itu, pemilik tim futsal yang ingin menyediakan jadwal sparing untuk bisa dicari oleh tim lain diharuskan melakukan pemesanan lapangan terlebih dahulu agar jadwalnya bisa dimasukkan ke dalam *sparring list* dan bisa dilihat oleh tim lain.

4.2.2 Platform yang Digunakan

Dalam pengembangan awal dari *startup* AyoSparring, jenis *platform* yang akan digunakan adalah *website*. Berdasarkan dari tahapan *empathize* dan *ideate* terpilihnya *platform* yaitu *website* untuk AyoSparring dikarenakan untuk konsep awal bisnis *startup* biasa menggunakan *website* sebagai permulaan, dari segi pembiayaan juga relatif lebih murah, dari segi teknik pengembangan juga lebih mudah menggunakan *website*, dan memudahkan untuk segi *branding* kepada calon pengguna.

4.2.3 Kategori Pencarian Lawan Sparing dan Pemesanan Lapangan

AyoSparring merupakan *startup* yang dimana memiliki fitur yaitu pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal. Penentuan kategori pencarian lawan sparing dan memesan lapangan futsal berdasarkan dari calon pengguna yang didapatkan dari tahapan *empathize*, diproses pada tahapan *define*, dan melakukan *brainstorming* dengan anggota tim pada tahapan *ideate*. Pembagian kategori fitur menjadi dua bertujuan agar pembagian dari *role* setiap pengguna AyoSparring lebih jelas dan tidak berantakan dalam menjalani fungsinya.

Pencarian Lawan Sparing

Fitur pertama dan utama pada *startup* AyoSparring yaitu pencarian lawan sparing. Pemilik tim futsal bisa memiliki dua *role* yaitu menjadi pencari lawan sparing dan menjadi penyedia jadwal sparing. Untuk menjadi pencari lawan sparing yang perlu dilakukan adalah melihat pada

halaman *find match* dan mencari jadwal sparing yang tersedia yang telah disediakan oleh tim lain. Untuk menjadi penyedia jadwal sparing yang perlu dilakukan adalah memesan lapangan terlebih dahulu dan nantinya jadwal sparing akan muncul pada halaman *find match* agar bisa dicari oleh tim lain yang mencari lawan sparing.

Pemesanan Lapangan

Fitur kedua dari *startup* AyoSparring yaitu pemesanan lapangan futsal. Hal pertama yang dilakukan adalah penyedia lapangan futsal melakukan registrasi lapangannya agar bisa masuk ke dalam halaman *find venue*. Fungsi dari pemilik tim futsal disini adalah mencari lapangan yang tersedia pada halaman *find venue*, lalu selanjutnya melakukan pemesanan lapangan yang ditujukan untuk mencari lawan sparing atau untuk bermain individu.

4.2.4 Sistem Pemberian Ulasan dan Laporkan AyoSparring

Selain untuk memfasilitasi para pemilik tim futsal dalam mencari dan memilih lawan sparing, pada tahapan *define* dan *ideate* didapatkan informasi sistem ulasan dibutuhkan untuk menjadi pertimbangan dari pemilik tim futsal dalam memilih lawan untuk sparing. Sistem pemberian ulasan ini dilakukan ketika kedua tim yang sudah selesai sparing dan ingin memberikan pandangan terhadap lawan sparingnya yang nantinya bisa dilihat oleh tim lain yang mencari lawan sparing.

Sistem pemberian ulasan ini juga berlaku bagi pemilik tim futsal yang ingin memberikan ulasan kepada penyedia lapangan futsal. Tujuan dari pemberian ulasan kepada penyedia lapangan futsal adalah untuk memberikan pandangan dan pertimbangan kepada pemilik tim futsal lainnya pada saat sebelum memesan lapangan futsal yang akan digunakan untuk mencari lawan sparing atau bermain individu.

Sistem laporkan bisa diberikan kepada tim lawan disaat tim lawan bermain atau bertindak tidak semestinya. Tujuan dari pemberian laporkan ini adalah untuk memberi pandangan kepada tim lain agar bisa mempertimbangkan untuk melawan tim yang sering mendapatkan laporan ini agar lebih berhati-hati untuk memilih lawan.

4.3 Prototype dan Test

Setelah melalui proses *design thinking* untuk pengembangan ide AyoSparring, terdapat sedikit perubahan dari aspek tampilan yaitu perubahan tampilan pada *landing page* pada AyoSparring. Perubahan dari tampilan *landing page* AyoSparring karena dari hasil tahapan

Pada Gambar 4.1 merupakan tampilan baru dari *landing page* untuk AyoSparring. Pemberian warna baru dan pemilihan *background* yang sesuai dengan sasaran pasar membuat *landing page* lebih enak untuk dilihat bagi calon pengguna. Pemberian menu yang beragam pada *landing page* juga merupakan cara untuk meningkatkan nilai bisnis dari *startup* AyoSparring karena *landing page* merupakan wajah awal pada *startup* AyoSparring yang akan menjadi kesan pertama yang akan dilihat oleh calon pengguna.

Tampilan *Sign Up* dari AyoSparring

General Information	Personal Details
Nama Klub	Email
Category	Password
Tanggal berdiri	Confirm Password
Address	Manager Name
Postal Code	Telephone
Bio Team	Register
	Have any account? Login

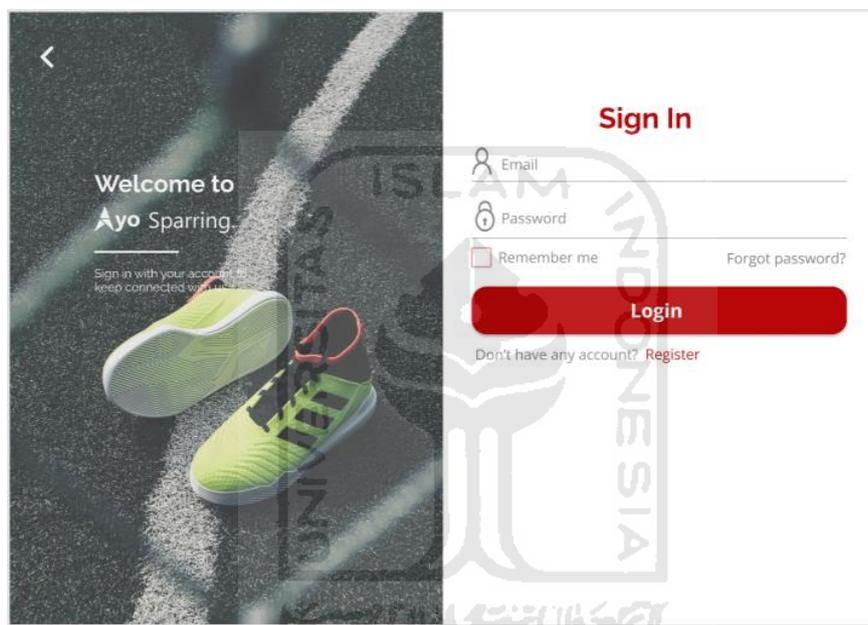
Gambar 4.2 *Form Sign Up* Pemilik Tim

General Information	Personal Details
Venue Name	Email
Venue Address	Password
Tanggal berdiri	Confirm Password
Postal Code	Manager Name
Jenis Lapangan	Telephone
Jenis Lapangan	Register
	Have any account? Login

Gambar 4.3 *Form Sign Up* Penyedia Lapangan

Tampilan *sign up* terdapat dua tampilan yaitu untuk pemilik tim futsal dan penyedia lapangan futsal. Isi dari tampilannya berupa informasi yang dibutuhkan yaitu *general information* yang dimana berarti informasi umum terkait dari informasi tim dan informasi lapangan, sedangkan *personal details* berarti informasi pribadi dari pemilik tim futsal dan penyedia lapangan futsal. Tujuan dari terbaginya *form* pendaftaran menjadi dua dikarenakan agar pengisian informasi lebih teratut sesuai dengan kebutuhan informasi tersebut.

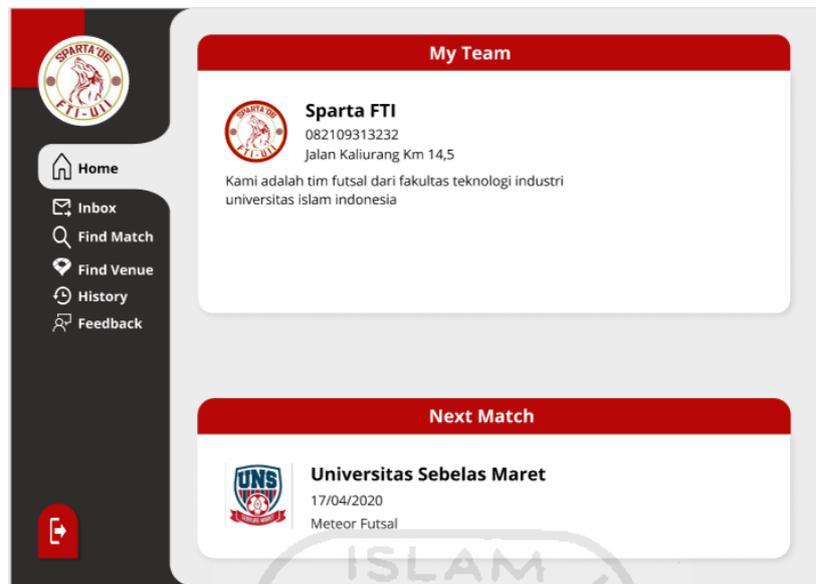
Tampilan *Sign In* dari AyoSparring



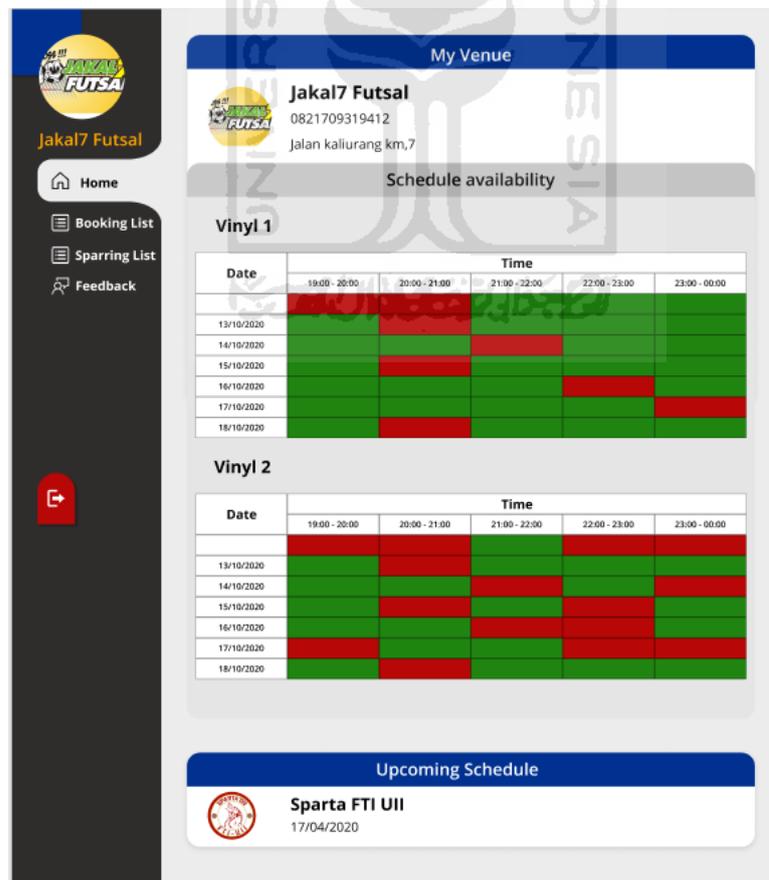
Gambar 4.4 Tampilan *Sign In* AyoSparring

Pada Gambar 4.4 tampilan *sign in* pada sistem *login* dari AyoSparring menggunakan sistem *single login* yang dimana pemilik tim futsal dan penyedia lapangan futsal melakukan proses *login* di halaman yang sama. Tujuan dari penggunaan sistem *single login* adalah agar pengguna tidak kebingungan disaat ingin melakukan proses *login* tanpa harus memilih ingin *login* sebagai pemilik tim futsal atau penyedia lapangan futsal.

Tampilan *Home* dari AyoSparring



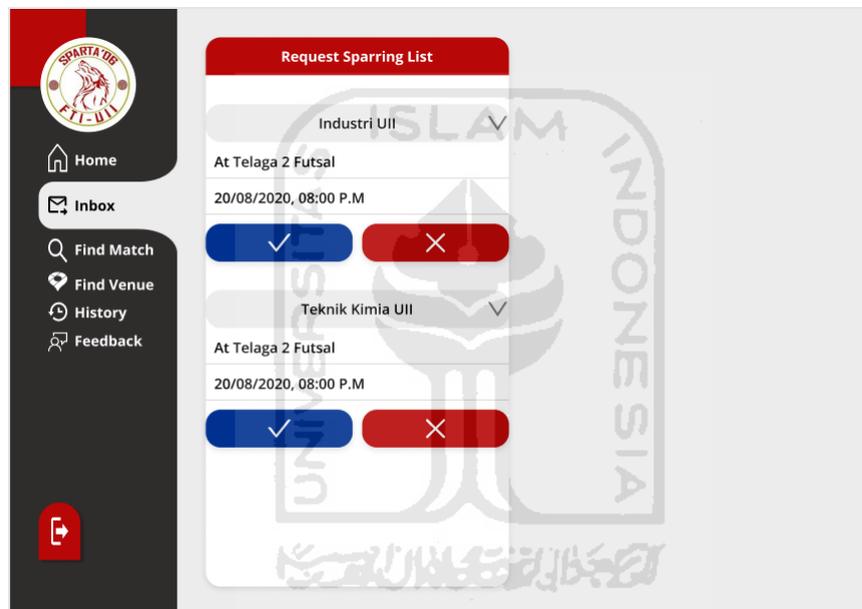
Gambar 4.5 Tampilan *Home* Pemilik Tim



Gambar 4.6 Tampilan *Home* Penyedia Lapangan

Tampilan *home* dari AyoSparring terdapat dua tampilan yaitu untuk pemilik tim futsal dan penyedia lapangan futsal. Dalam tampilan *home* pemilik tim futsal terdapat informasi terkait dari tim futsalnya sendiri dan menu-menu seperti *find match*, *find venue*, dan *feedback*. Dalam tampilan *home* penyedia lapangan futsal terdapat informasi terkait jadwal lapangan dan menu-menu seperti *booking list* dan *sparring list*. Tujuan dari penambahan menu-menu pada *home* AyoSparring dilakukan karena menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan dari pengguna dari segi pemilik tim futsal dan penyedia lapangan futsal.

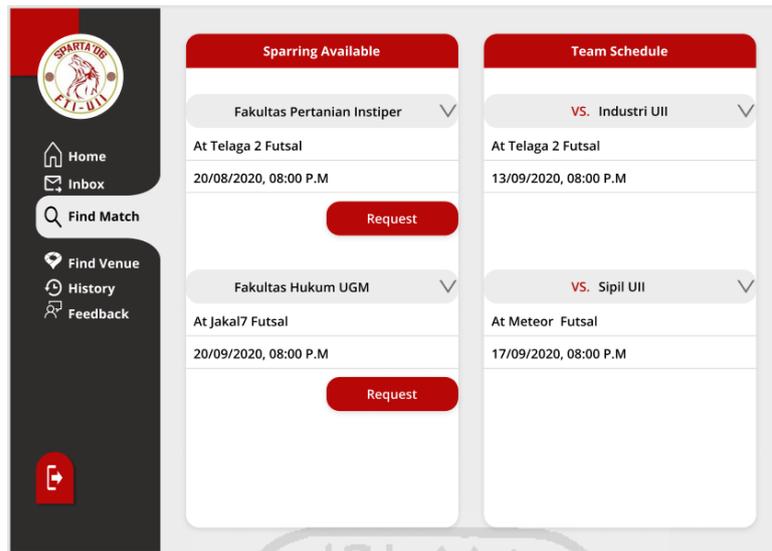
Tampilan *Inbox* dari AyoSparring



Gambar 4.7 Tampilan *Inbox* AyoSparring

Pada Gambar 4.7 tampilan *inbox* pada ditujukan untuk pemilik tim futsal untuk bisa mendapatkan informasi terkait notifikasi dari permintaan sparing yang telah diajukan oleh tim lain. Dalam *inbox* juga disediakan fitur penolakan jika pemilik tim futsal ingin menolak permintaan sparing yang diajukan oleh tim lain.

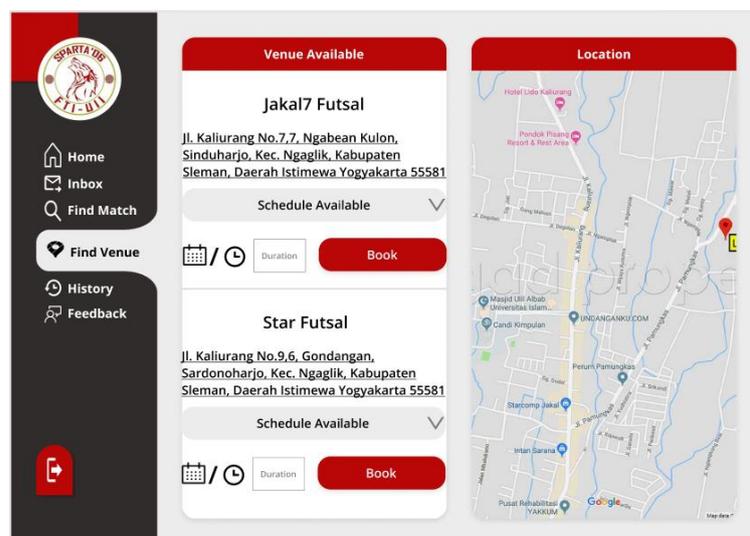
Tampilan *Find Match* dari AyoSparring



Gambar 4.8 Tampilan *Find Match* AyoSparring

Pada Gambar 4.8 tampilan *find match* pada ditujukan untuk kebutuhan dari pemilik tim futsal dalam pencarian lawan sparing untuk timnya. Dalam *find match* terdapat jadwal dari tim lain yang telah mengajukan penawaran sparing dan jadwal tim yang sudah disetujui oleh tim lain.

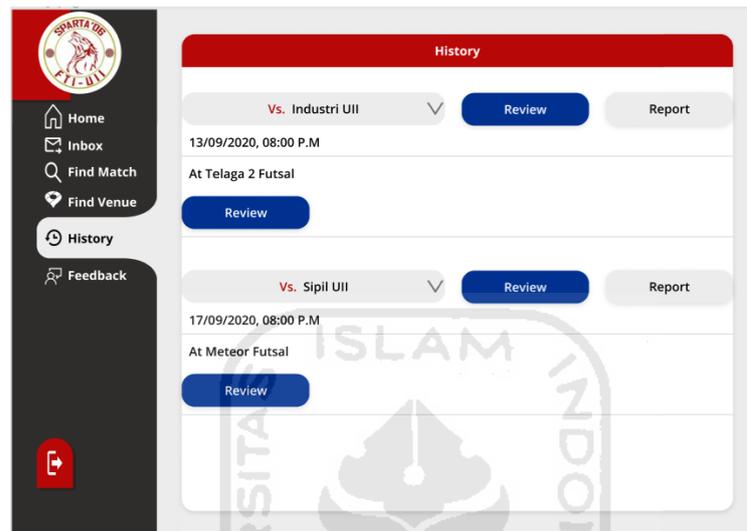
Tampilan *Find Venue* dari AyoSparring



Gambar 4.9 Tampilan *Find Venue* AyoSparring

Pada Gambar 4.9 tampilan *find venue* pada bertujuan untuk menyesuaikan kebutuhan dari pemilik tim futsal dalam pemesanan lapangan. Dalam *find venue* terdapat daftar dari lapangan yang tersedia untuk dipesan dan lokasinya.

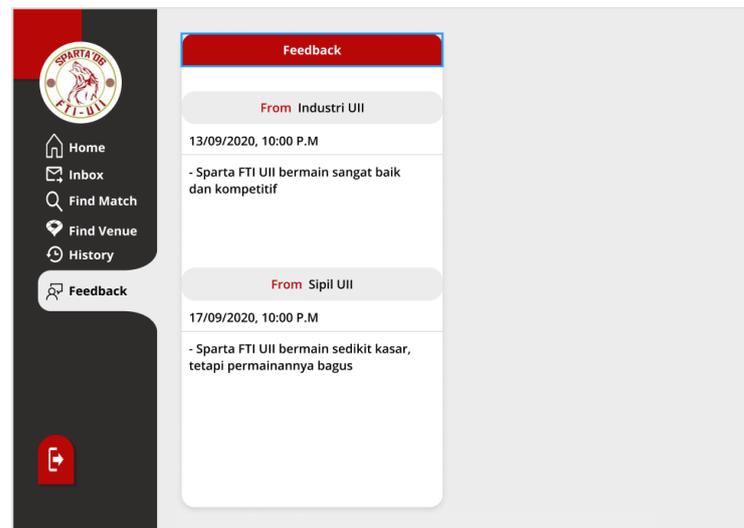
Tampilan *History* dari AyoSparring



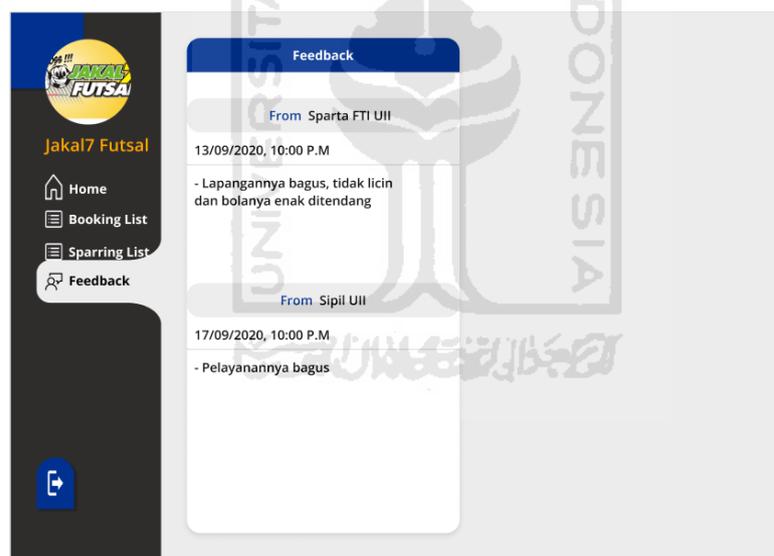
Gambar 4.10 Tampilan *History* AyoSparring

Pada Gambar 4.10 tampilan *history* pada bertujuan untuk memenuhi keinginan dari pengguna untuk memberikan kesempatan kepada pemilik tim futsal memberikan ulasan atau melaporkan tim lain sebagai lawannya. Selain dari itu, pemilik tim futsal bisa juga memberikan ulasan kepada penyedia lapangan.

Tampilan *Feedback* dari AyoSparring



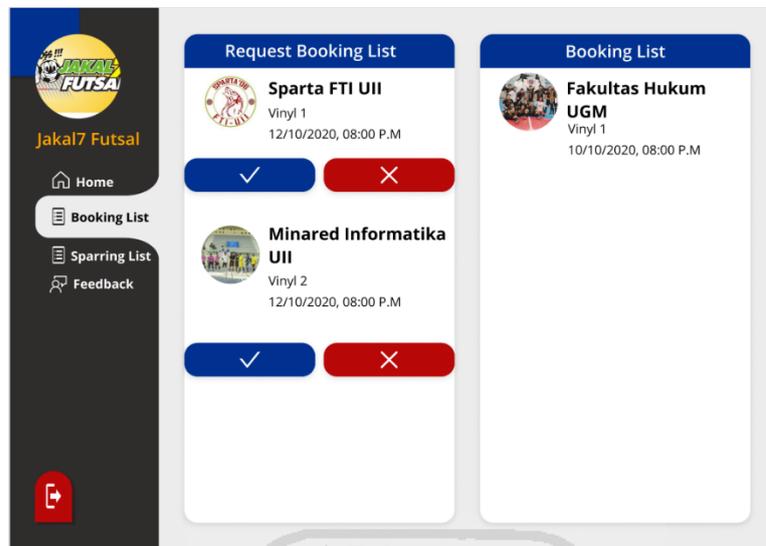
Gambar 4.11 Tampilan *Feedback* Pemilik Tim



Gambar 4.12 Tampilan *Feedback* Penyedia Lapangan

Tampilan *feedback* AyoSparring terdapat dua tampilan yaitu tampilan *feedback* untuk pemilik tim futsal dan untuk penyedia lapangan futsal. Dalam tampilan *feedback* pemilik tim futsal terdapat ulasan yang diberikan oleh tim lain sebagai lawan sparing. Dalam tampilan *feedback* penyedia lapangan futsal terdapat ulasan yang diberikan oleh pemilik tim futsal yang telah menggunakan lapangan untuk bermain sparing atau bermain individu.

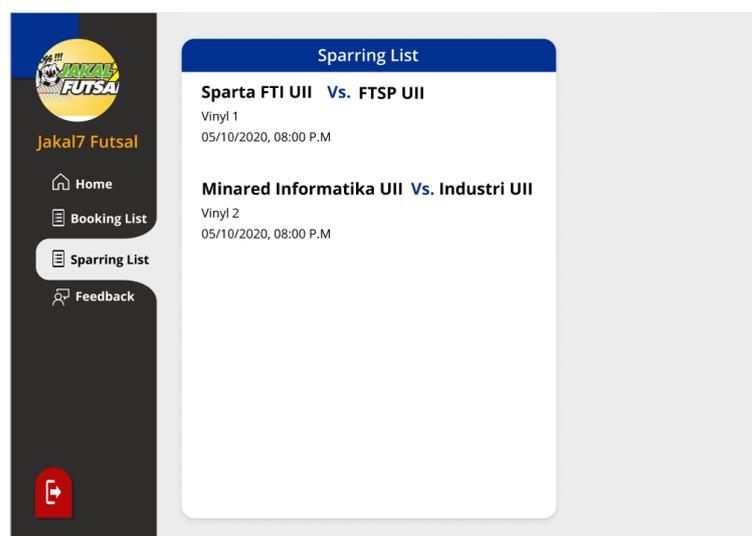
Tampilan *Booking List* dari AyoSparring



Gambar 4.13 Tampilan *Booking List* AyoSparring

Pada Gambar 4.13 tampilan *booking list* pada bertujuan untuk mempermudah penyedia lapangan futsal untuk mengelola pesanan yang masuk sesuai dengan kebutuhan. Dalam *booking list* terdapat daftar permintaan pemesanan lapangan dan daftar dari pemesan yang sudah disetujui oleh penyedia lapangan futsal.

Tampilan *Sparring List* dari AyoSparring



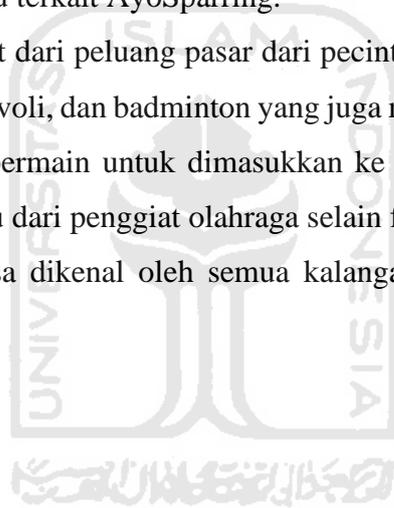
Gambar 4.14 Tampilan *Sparring List* AyoSparring

Pada Gambar 4.14 tampilan *sparring list* pada ditujukan untuk memudahkan penyedia lapangan futsal dalam pengecekan lapangan yang digunakan untuk sparing. Dalam *sparring list* terdapat daftar sparing yang berisi siapa saja yang memakai lapangan dari penyedia lapangan untuk dipakai sparing dan jadwal sparing tersebut.

4.4 Strategi Pemasaran

Pada bisnis *startup* diperlukan strategi pemasaran agar bisnis *startup* bisa terus berjalan dan bisa bertahan. Strategi pemasaran secara *digital* dari AyoSparring adalah melakukan *branding* pada media sosial yang telah dimiliki oleh AyoSparring seperti melalui facebook, twitter, dan instagram. Selain itu, AyoSparring juga memiliki layanan berlangganan melalui *e-mail* yang dimana bertujuan untuk selalu menjaga hubungan baik antar pengguna dan pengguna bisa mendapatkan informasi terbaru terkait AyoSparring.

AyoSparring juga akan melihat dari peluang pasar dari pecinta olahraga selain dari futsal seperti olahraga sepakbola, basket, voli, dan badminton yang juga membutuhkan lawan sparing dan memesan lapangan sebelum bermain untuk dimasukkan ke dalam *startup* AyoSparring yang nantinya bisa lebih membantu dari penggiat olahraga selain futsal dan memperluas pasar dari *startup* AyoSparring agar bisa dikenal oleh semua kalangan penggiat olahraga selain futsal.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari perintisan bisnis ini adalah untuk membangun ide dan proses bisnis untuk pengembangan *startup* AyoSparring. Perintisan bisnis ini menggunakan pendekatan *design thinking* untuk menghasilkan sebuah ide bisnis karena proses pada pendekatan ini bermula dan bertujuan untuk pengguna sebagai sasaran pasar yang akan dituju.

Dalam pembangunan ide dan proses bisnis *startup* AyoSparring menggunakan pendekatan *design thinking* dinilai sesuai dengan kebutuhan dan efektif. Tahapan pada *design thinking* dimulai dengan proses pengumpulan informasi yang selanjutnya dilakukan analisis untuk menemukan pernyataan dari permasalahan dan solusi untuk penyelesaian masalah yang telah ditemukan. Solusi ditemukan juga melalui proses validasi kepada sasaran pasar sebagai pengguna. Pada pendekatan *design thinking* memungkinkan terjadi pengulangan proses pada pengolahan dan hasil validasi sampai mendapatkan ide dan proses bisnis yang sesuai dengan konsep AyoSparring, sehingga ide dan proses bisnis yang dibangun untuk *startup* AyoSparring merupakan ide dan proses bisnis yang tervalidasi. Untuk proses validasi juga dilakukan kepada pihak internal dan eksternal.

Keluaran dari perintisan bisnis ini sudah melewati tahapan pada pendekatan *design thinking* berupa gagasan ide untuk pengembangan *startup* AyoSparring. Tahapan awal menentukan sasaran pasar yaitu mahasiswa di wilayah Yogyakarta penggiat olahraga futsal dan masyarakat Yogyakarta penggiat olahraga futsal sebagai *reachable market*, penggiat olahraga futsal yang khususnya mahasiswa dan pemilik tim futsal yang kesulitan dalam pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal sebagai *potential market*, dan masyarakat wilayah Yogyakarta yang menggunakan internet sebagai *Total Available Market* atau TAM. Dari konsep yang telah ditentukan untuk *startup* AyoSparring didapatkan pemilihan kategori fitur yaitu pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal, pemilihan *platform website* untuk *startup* AyoSparring, dan pemberian sistem ulasan kepada pemilik tim futsal untuk bisa memberi ulasan kepada penyedia lapangan dan tim lain. Dari ide dan proses bisnis yang telah didapatkan, dilakukan pengujian kepada pihak internal dan eksternal yang dimana pihak internal yaitu dari anggota tim selaku peneliti dan *founder* dan pihak eksternal yaitu calon pengguna yang menjadi target pasar dari *startup* AyoSparring.

5.2 Saran

Pada proses pengembangan ide dan model bisnis dari *startup* AyoSparring masih terdapat beberapa kelemahan dan kekurangan yang perlu dikembangkan lagi. Berikut adalah hal-hal yang perlu ditingkatkan lagi.

- a. Validasi dan analisis ide hanya dijalankan untuk *platform website* dan diharapkan untuk dilakukan validasi dan analisis ide untuk *platform mobile apps*.
- b. Diharapkan dapat mengikuti *coaching clinic* dan *pitching* untuk validasi ide dalam pembangunan bisnis *startup*.
- c. Diharapkan untuk pengkajian metode atau pendekatan yang lebih spesifik dalam pelaksanaan pengujian kepada ide bisnis untuk pembangunan bisnis *startup*.
- d. Diharapkan untuk pengkajian lebih mendalam terkait legalitas dari sebuah *startup*.



DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. (2018, February 2). *darmawanaji*. Retrieved from darmawanaji: <https://darmawanaji.com/empathize-tahap-awal-dalam-design-thinking/#:~:text=Proses%20untuk%20memahami%20kebutuhan%20calon,apa%20Da%20pa%20tentang%20diri%20mereka>.
- Alvara Research Center. (2018, May 27). *Katadata*. Retrieved from Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/27/semakin-muda-usia-kian-senang-olahraga>
- Edi, F. R. (2016). *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutika Nouvalitera.
- Fajar, K. (2020, May 11). *demanganesia.com*. Retrieved from demanganesia.com: <https://www.demanganesia.com/jenis-lapangan-futsal/>
- Hermawan, A., & Pravitasari, R. J. (2013). Business Canvas Model. *akselerasi.id*, 1-23.
- Hussein, A. S. (2018). *Metode design thinking untuk inovasi bisnis*. Malang: UB Press.
- Junaedi, N. L. (2020, October 4). *ekrut*. Retrieved from ekrut: <https://www.ekrut.com/media/design-thinking-adalah>
- Khrisna. (2017, August 23). *datariset*. Retrieved from datariset: <http://datariset.com/olahdata/detail/data-primer-dan-sekunder>
- Lhaksana, J. (2011). *Taktik dan Strategi Futsal Modern*. Jakarta: Penebar Swadaya Group.
- Luhoe, B. (2019, March 9). *Medium.com*. Retrieved from Medium.com: <https://medium.com/@budhiluhoe3/case-study-empathy-map-kartu-parkir-kampus-78855bf18722>
- Luthfa, N. K. (2019, May 9). *Jurnal Entrepreneur*. Retrieved from Jurnal Entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-beberapa-hal-penting-yang-perlu-anda-ketahui-tentang-target-pasar/>
- M. Harry K Saputra, & Aprilian, L. V. (2020). *Belajar Cepat metode SAW*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Madanih, R., Susandi, M., & Zhafira, A. (2019). Penerapan design thinking pada usaha pengembangan budi daya ikan lele di desa Pabuaran, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 1-10.
- MF, M. Y. (2017). Pengembangan bisnis agrowisata buah naga di kota Batam melalui pendekatan design thinking management. *Universitas Putera Batam*, 51-58.

- Mooete, I. (2013). *Design thinking for strategic innovation* . New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Muslim, A. (2020, January 22). *investor*. Retrieved from investor: <https://investor.id/it-and-telecommunication/menkominfo-banggakan-pertumbuhan-startup-ri>
- Mutiara, A. B. (2019, December 10). *medium*. Retrieved from medium: <https://medium.com/mytake/design-thinking-for-everyday-life-c19f52352c0f>
- Rawlinson, J. G. (2017). *Creative Thinking and Brainstorming*. New York: Routledge.
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Institut Teknologi Bandung*, 81-92.



LAMPIRAN

Lampiran A

Pada perintisan bisnis *startup* AyoSparring, perlunya dilakukan aktivitas untuk menunjang ide bisnis yang matang dan target pasar yang sesuai. Untuk menjalankan aktivitas perintisan bisnis *startup* AyoSparring dilakukan secara kelompok yang terdiri dari tiga orang dengan tugasnya masing-masing. Tugas pertama adalah sebagai *hustler* yang dimana bertugas melakukan analisis ide bisnis dan mencari peluang pada pasar, tugas kedua sebagai *hipster* yang dimana bertugas untuk bertanggung jawab pada tampilan dan desain antarmuka dari website *startup* AyoSparring, tugas ketiga sebagai *hacker* yang dimana bertugas bertanggung jawab atas *coding* dari *backend* sistem website *startup* AyoSparring. Berikut aktivitas yang dilakukan untuk perintisan bisnis *startup* AyoSparring.

No	Nama Kegiatan	Output Kegiatan
1	<i>Brainstroming</i> ide awal untuk <i>startup</i> yang akan dikembangkan	Mendapatkan ide awal untuk dianalisa lebih lanjut
2	Mengikuti acara Workshop Startup yang diadakan oleh IBISMA	Penerapan ide bisnis yang dituangkan pada <i>Business Model Canvas</i> agar arah dari <i>startup</i> bisa sesuai dengan pasar
3	Mengikuti acara Tech in Asia Conference yang diadakan di Jakarta Convention Center	Membuka wawasan tentang jenis-jenis <i>startup</i> yang sedang naik pasarnya di kancah Asia. Selain itu, beberapa <i>startup</i> disana juga memberikan ide baru tentang pasar <i>startup</i> yang unik dan tidak tertebak.
4	Mengikuti acara Digital Leadership yang diadakan di Grha Sabha Pramana	Memberikan arahan bagaimana menjadi <i>creative millenials</i> yang bisa menguasai pasar dari <i>startup</i> ataupun bisnis UMKM.