

**IMPLEMENTASI BISNIS MODEL *SOFTWARE AS A SERVICE*
(SAAS) UNTUK LAYANAN PENGOLAHAN DOKUMEN
DIGITAL
(Studi Kasus di *Startup Ubaform*)**



Disusun Oleh:

N a m a : Moch. Fathi Siddiqi

NIM : 17523233

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**IMPLEMENTASI BISNIS MODEL *SOFTWARE AS A SERVICE*
(SAAS) UNTUK LAYANAN PENGOLAHAN DOKUMEN
DIGITAL
(Studi Kasus di *Startup Ubaform*)**



Yogyakarta, 9 Juli 2021

Pembimbing,

(Lizda Iswari, S.T., M.Sc.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**IMPLEMENTASI BISNIS MODEL *SOFTWARE AS A SERVICE*
(SAAS) UNTUK LAYANAN PENGOLAHAN DOKUMEN
DIGITAL
(Studi Kasus di *Startup Ubaform*)**

TUGAS AKHIR

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

Yogyakarta, 12 Agustus 2021

Tim Penguji

Lizda Iswari, S.T., M.Sc.



Anggota 1

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



Anggota 2

Kurniawan Dwi Irianto, S.T., M.Sc.



Mengetahui,

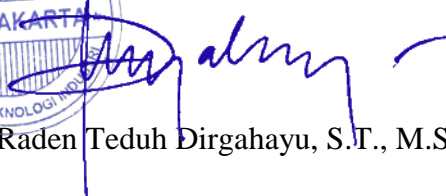
Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

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 : Moch. Fathi Siddiqi

NIM : 17523233

Tugas akhir dengan judul:

**IMPLEMENTASI BISNIS MODEL *SOFTWARE AS A SERVICE*
(SAAS) UNTUK LAYANAN PENGOLAHAN DOKUMEN
DIGITAL
(Studi Kasus di *Startup Ubaform*)**

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian 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 risiko dan konsekuensi apapun.

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

Yogyakarta, 9 Juli 2021



(Moch. Fathi Siddiqi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan, saya berterima kasih terucap syukur kepada Allah *ta'ala*, dengan rahmat dan karunia-Nya, saya diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa shalawat serta salam semoga tercurahlimpahkan kepada Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam*.

Sebuah untaian kata yang sulit untuk diungkapkan, tugas akhir ini saya persembahkan terutama kepada ibu saya tercinta Leli Elifah yang telah bekerja keras untuk menasihati agar saya dapat mengerjakan tugas akhir ini dan menyayangi saya sejak ada di kandungan sampai saat ini. Tak lupa kepada ayah saya, Idang Rafelani *rahimahullah* yang memotivasi saya agar terus berjuang menjadi tulang punggung keluarga dengan secara tidak langsung. Kepada kakak dan adik-adik saya yang selalu memberi semangat. Kepada Bude dan Pakde serta kerabat saya yang selalu mendukung dan membantu saya.

Teman-teman saya dan sahabat saya di *startup* Ubaform yang berjuang sejak pertama merintis *startup*. Kepada seseorang yang selalu mendoakan saya, menasihati saya dan memberikan semangat kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi. Dan kepada para sahabat dan teman-teman saya yang selalu menyemangati dan membantu secara langsung maupun tidak langsung.

HALAMAN MOTO

وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ

“Dan barangsiapa yang bertawakal kepada Allah, maka Dialah Yang Mencukupinya”

(QS. Ath – Thalaq ayat 3)

“Menuntut ilmu itu wajib atas setiap muslim”

(HR. Ibnu Majah)

“Kamu bukanlah penakluk Kekaisaran Persia ataupun Benteng Konstantinopel.

So, jadilah penakluk deadline untuk semester ini!

Ganbatte!”

(Fathi)

الجامعة الإسلامية
الاستد بالاندية

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wash shalatu wassalamu 'ala rasulillah, segala puji milik Allah *ta'ala* yang telah memberikan kenikmatan iman dan islam dan atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menuntaskan skripsi yang berjudul “Implementasi Bisnis Model *Software as a Service* (SaaS) untuk Layanan Pengolahan Dokumen Digital (Studi Kasus di *Startup Ubaform*)”.

Shalawat dan salam semoga tercurahlimpahkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wasallam*, kepada keluarganya, sahabatnya, serta kepada ummatnya yang telah mengikuti ajaran beliau sampai hari akhir.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, tak luput dari bantuan, dukungan dan motivasi dari berbagai pihak berupa moril dan non materil. Oleh sebab itu, penulis berterima kasih kepada beberapa pihak sebagai berikut.

1. Ibu yang telah memberikan segala do'a, motivasi, nasihat, dan kasih sayang serta Ayah yang telah memberikan motivasi secara tidak langsung.
2. Keluarga Bude yang telah membantu dengan dukungan moril selama ini.
3. Kakak dan adik-adik saya yang telah memberikan motivasi.
4. Prof., Dr., Ir., Hari Purnomo, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
5. Hendrik, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
6. Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
7. Lizda Iswari, S.T., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Penjaluran Perintisan Bisnis.
8. Fayruz Rahma, S.T., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Ahmad Fathan Hidayatullah, S.T., M.Cs, Taufik Hidayat, S.T., M.Cs, dan Hanson Prihantoro Putro, S.T., M.T. selaku dosen yang menginspirasi.
10. Kerabat saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya supaya menjadi orang jujur dan sukses.
11. Sahabat-sahabat saya yang berada pada tim *startup* Ubaform yang telah berjuang untuk mendirikan *startup* Ubaform (Zikri Dwi A dan Nasution).

12. Sahabat-sahabat saya yang selalu memotivasi saya untuk terus berkarya (Aang, Syamil, Yusril, Dimas I, Diah H, Andri, Umar, Mas Dian, dan Mas Mus).
13. Sahabat-sahabat saya yang selalu kebersamai sejak SMA (Ikkbal, Diah, Azrania, Siva, Farhan, Ganang, Luthfi, dan Harun).
14. Seluruh takmir dan warga kaveling UII yang selalu menolong dan membantu saya sejak saya berada di lingkungan tersebut.
15. Teman-teman seperjuangan di Informatika Universitas Islam Indonesia.
16. Seluruh teman saya dan seluruh pihak yang tak dapat dituliskan satu persatu yang selalu mendukung dan mendoakan saya.

Dalam laporan tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, sehingga diperlukan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Penulis berharap agar laporan tugas akhir ini di ridhai oleh Allah dan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan dengan laporan ini.

Yogyakarta, 9 Juli 2021

(Moch. Fathi Siddiqi)

SARI

Pengelolaan dokumen dengan cara konvensional dapat menimbulkan permasalahan yaitu pemborosan kertas, dokumen yang sudah diisi tidak dapat dipakai kembali, manajemen arsip kurang baik yang mengakibatkan kehilangan data hasil, serta pengolahan data hasil yang kurang efektif. Oleh sebab itu, dibentuklah sebuah *startup* yang menyediakan layanan untuk proses pengolahan dokumen secara digital terutama untuk pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil formulir, kuis, dan survei berbasis *Software as a Service* (SaaS) yang dinamakan Ubaform. Dalam tahapan pengembangan *startup* dilakukan tahap pendefinisian masalah, penemuan dan pengujian ide, analisis bisnis model, dan penentuan *growth strategy*. Hasil penelitian berupa *prototype*, bisnis model *Software as a Service* (SaaS) yang digunakan untuk layanan perangkat lunak, dan *growth strategy* untuk peluncuran tahap awal berkaitan dengan strategi permodalan, pemasaran, penjualan, dan peluncuran yang diperlukan untuk persiapan bersaing dengan kompetitor di pasar.

Kata kunci: Ubaform, *Software as a Service*, *startup*, *growth strategy*.

GLOSARIUM

Co-founder	para pendiri dari sebuah <i>startup</i> yang terdiri dari beberapa orang, biasanya minimal terdiri dari 3 orang.
Cost	pengeluaran dari sebuah bisnis produk/jasa.
Early Stage	tahap awal dalam proses peluncuran <i>startup</i> di pasar.
Pdf	ekstensi dari sebuah <i>file</i> yang digunakan untuk dokumen.
Profit	keuntungan yang didapat dari menjual sebuah produk/jasa.
Prototype	representasi ide yang dimuat dalam bentuk yang belum jadi, biasanya digunakan untuk produk pra-peluncuran.
Revenue	pendapatan dari sebuah bisnis produk/jasa.
Templates	kerangka atau rancangan jadi dari sebuah dokumen.
Hustler	seorang <i>co-founder</i> yang bertanggungjawab terhadap bisnis di <i>startup</i> .
Startup	perusahaan rintisan yang berfokus mengembangkan bisnis model dan produk di tengah ketidakpastian.
Hacker	seorang <i>co-founder</i> yang bertanggungjawab terhadap teknologi produk di <i>startup</i> .
Hipster	seorang <i>co-founder</i> yang bertanggungjawab terhadap desain produk di <i>startup</i> .
File	berkas dari sebuah dokumen di komputer.
Customer	orang yang dapat membeli produk.
User	orang yang menggunakan atau memanfaatkan produk.
Error	kesalahan tidak terduga yang terjadi pada sebuah sistem.
Builder	alat atau tempat untuk membuat sebuah konten dalam sistem.
Dollar	jenis mata uang amerika.
SaaS	singkatan dari Software as a Service merupakan layanan perangkat lunak yang dapat digunakan di mana saja dan kapan saja.
Platform	media yang digunakan untuk memfasilitasi alat-alat tertentu.

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.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Definisi <i>Startup</i>	6
2.2 Definisi Bisnis Model.....	6
2.3 Definisi <i>Business Model Canvas</i>	6
2.4 Definisi <i>Software as a Service (SaaS)</i>	12
2.5 Definisi Bisnis Model <i>Software as a Service (SaaS)</i>	12
2.6 Definisi <i>Design Thinking</i>	13
2.7 Definisi <i>Growth Strategy</i>	15
2.8 Aktivitas Perintisan Bisnis	16
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	18
3.1 Sumber Data	18
3.2 Pendefinisian Masalah.....	18

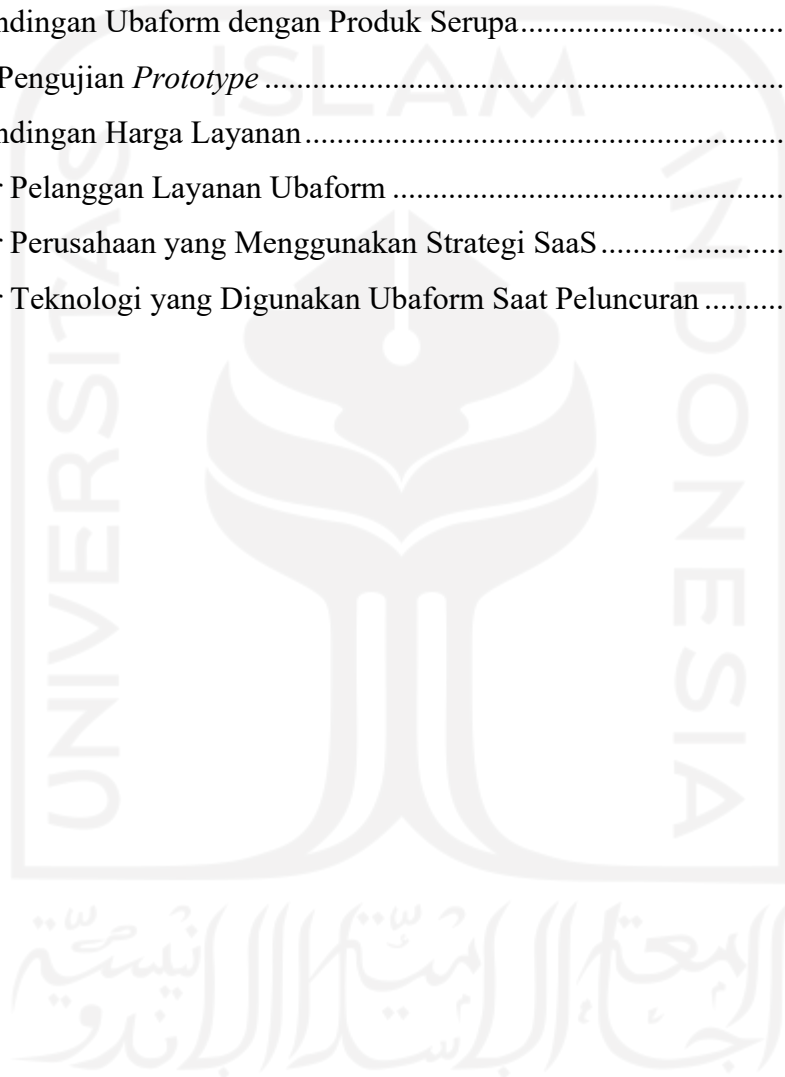
3.2.1	Pemilihan Calon Pengguna.....	19
3.2.2	Wawancara Semi-terstruktur	21
3.2.3	Observasi Layanan Serupa	23
3.2.4	<i>Problem Statement</i>	31
3.3	Penemuan dan Pengujian Ide.....	32
3.3.1	Penemuan Ide	32
3.3.2	Representasi Ide.....	33
3.3.3	Pengujian Ide	44
3.4	Analisis Model Bisnis.....	45
3.5	Penentuan <i>Growth Strategy</i>	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	<i>Startup</i> Ubaform.....	47
4.1.1	Deskripsi Ubaform	47
4.1.2	Fitur Unggulan Ubaform	47
4.1.3	Ubaform sebagai Layanan <i>Software as a Service (SaaS)</i>	48
4.1.4	<i>Platform</i> yang Digunakan.....	49
4.1.5	Perbandingan dengan Produk Serupa	49
4.2	<i>Prototype</i>	51
4.2.1	<i>Prototype</i> Halaman <i>Templates</i>	52
4.2.2	<i>Prototype</i> Halaman <i>My Library</i>	53
4.2.3	<i>Prototype</i> Halaman <i>Builder</i>	54
4.2.4	<i>Prototype</i> Halaman <i>Play</i>	57
4.2.5	<i>Prototype</i> Halaman <i>Analyze</i>	59
4.2.6	Hasil Pengujian <i>Prototype</i>	61
4.3	Bisnis Model.....	64
4.3.1	<i>Value Propositions</i>	65
4.3.2	<i>Customer Segment</i>	66
4.3.3	<i>Channels</i>	67
4.3.4	<i>Customer Relationship</i>	68
4.3.5	<i>Revenue Stream</i>	69
4.3.6	<i>Key Resources</i>	69
4.3.7	<i>Key Activities</i>	70
4.3.8	<i>Key Partners</i>	70
4.3.9	<i>Cost Structure</i>	71

4.4	<i>Growth Strategy</i>	71
4.4.1	Permodalan	71
4.4.2	Pemasaran	73
4.4.3	Penjualan	74
4.4.4	Peluncuran	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Aktivitas Perintisan Bisnis.....	16
Tabel 3.1 Daftar Calon Pengguna Layanan Ubaform.....	20
Tabel 3.2 Hasil Wawancara dengan Metode Semi-terstruktur	21
Tabel 3.3 Hasil Observasi Layanan Serupa	24
Tabel 3.4 Hasil Umpan Balik Pengujian Ide	44
Tabel 4.1 Perbandingan Ubaform dengan Produk Serupa.....	50
Tabel 4.2 Hasil Pengujian <i>Prototype</i>	61
Tabel 4.3 Perbandingan Harga Layanan.....	65
Tabel 4.4 Daftar Pelanggan Layanan Ubaform	67
Tabel 4.5 Daftar Perusahaan yang Menggunakan Strategi SaaS.....	72
Tabel 4.6 Daftar Teknologi yang Digunakan Ubaform Saat Peluncuran	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i>	7
Gambar 2.2 <i>Design Thinking Process</i>	14
Gambar 3.1 Desain halaman <i>templates</i>	34
Gambar 3.2 Desain Halaman <i>My Library</i>	35
Gambar 3.3 Desain Halaman Pembuatan Formulir, Kuis, dan Survei	36
Gambar 3.4 Desain Halaman <i>Form Builder</i>	37
Gambar 3.5 Desain Halaman <i>Quiz Builder</i>	38
Gambar 3.6 Desain Halaman <i>Survey Builder</i>	38
Gambar 3.7 Desain Halaman <i>Share Form</i>	39
Gambar 3.8 Desain Halaman <i>Quiz Play</i>	40
Gambar 3.9 Desain Halaman <i>Form Play</i>	41
Gambar 3.10 Desain Halaman <i>Survey Play</i>	41
Gambar 3.11 Desain Halaman <i>Form Result</i>	42
Gambar 3.12 Desain Halaman <i>Quiz Result</i>	43
Gambar 3.13 Desain Halaman <i>Survey Result</i>	43
Gambar 4.1 Desain Halaman <i>Templates</i>	52
Gambar 4.2 Halaman <i>My Library</i>	53
Gambar 4.3 Halaman <i>Builder</i> untuk Pembuatan Dokumen	54
Gambar 4.4 Halaman <i>Builder</i> untuk Kostumisasi Dokumen	55
Gambar 4.5 Halaman <i>Builder</i> untuk Proses Logik Dokumen	55
Gambar 4.6 Halaman <i>Builder</i> untuk Pengaturan Dokumen	56
Gambar 4.7 Halaman <i>Play</i> untuk Formulir	57
Gambar 4.8 Halaman <i>Play</i> untuk Kuis	58
Gambar 4.9 Halaman <i>Play</i> untuk Survei	58
Gambar 4.10 Halaman <i>Analyze</i> untuk Formulir	59
Gambar 4.11 Halaman <i>Analyze</i> untuk Kuis	60
Gambar 4.12 Halaman <i>Analyze</i> untuk Survei	60
Gambar 4.13 <i>Business Model Canvas (BMC) Ubaform</i>	64
Gambar 4.14 Daftar Harga Paket Ubaform	66
Gambar 4.15 Desain Halaman Metode Pembayaran	68
Gambar 4.16 Desain Halaman <i>Waiting List</i>	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dokumen formulir diperlukan untuk kebutuhan administrasi pendaftaran, survei, dan kuis. Saat ini, pembuatan, pengisian dan pengolahan dokumen formulir masih ada yang menggunakan cara konvensional yang tidak menggunakan layanan digital. Dengan demikian, permasalahan yang timbul akibat adanya pengolahan dokumen secara konvensional dapat terjadi seperti pemborosan kertas, dokumen yang sudah diisi tidak dapat dipakai kembali, manajemen arsip kurang baik yang mengakibatkan kehilangan data hasil, serta pengolahan data hasil yang kurang efektif.

Teknologi menjadi pilihan utama bagi manusia untuk menyelesaikan masalah. Kemudahan yang ditawarkan menjadikan teknologi banyak diminati dan digunakan. Dengan teknologi, manusia tidak perlu menggunakan cara konvensional yang membutuhkan waktu lama karena teknologi memberikan efisiensi dalam menyelesaikan masalah yang ada.

Internet sudah menjadi kebutuhan utama bagi manusia. Internet memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, bekerja, dan beraktivitas. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2020), penetrasi pengguna internet sejak 2019 sampai kuartal II 2020, pengguna internet di Indonesia sebanyak 73,7% dari seluruh total penduduk di Indonesia atau 19,71 juta jiwa pengguna internet dari 266,91 juta penduduk di Indonesia. Dengan demikian, dapat terlihat bahwasannya telah banyak masyarakat yang menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan utamanya. Kemajuan internet sejalan dengan berkembangnya teknologi *cloud computing*. *Cloud computing* merupakan model yang memungkinkan pengaksesan jaringan di mana-mana, pengaksesan sumberdaya komputasi yang terkonfigurasi sesuai permintaan (seperti jaringan, *server*, penyimpanan, aplikasi, dan layanan) yang dapat disediakan dan dirilis dengan cepat dengan manajemen yang minimal. Ada 3 layanan dalam *cloud computing* yaitu *Software as a Service (SaaS)*, *Platform as a Service (PaaS)*, dan *Infrastructure as a Service (IaaS)* (Jansen, 2010).

Perkembangan teknologi *Software as a Service (SaaS)* saat ini sangat pesat sekali. SaaS merupakan model terdistribusi sebuah perangkat lunak. Perangkat lunak ini di-*hosting* secara *remote* menggunakan *cloud computing*, para pengguna tidak perlu untuk mengurus perangkat keras fisik dan tidak perlu menginstalasi, mengkonfigurasi dan merawat

perangkat lunak (Swetha, 2020). Menurut perkiraan yang diterbitkan oleh Gartner.com (2021) pada 2021 akan menjadi pasar yang besar untuk SaaS yang diperkirakan akan mencapai 122,6 miliar *dollar* pada tahun 2021, sedangkan untuk PaaS hanya sebesar 59 miliar *dollar* dan IaaS hanya sebesar 82 miliar *dollar*. SaaS memang memudahkan pengguna dalam menggunakan perangkat lunak tanpa harus merawatnya, sehingga dengan perkembangan pasar tersebut sudah sewajarnya perkembangan SaaS sangat diminati oleh pasar.

Internet, *cloud computing*, dan SaaS dapat membuka peluang bagi masyarakat dalam mengembangkan perekonomian bangsa. Sektor yang paling diminati saat ini adalah perkembangan *startup* di Indonesia. Perkembangan *startup* di Indonesia terbilang sangat pesat didukung dengan adanya banyak program inkubasi dan akselerasi baik dari lembaga pemerintah maupun lembaga non pemerintah. Menurut DSInnovate (2021) merujuk ke penelitian oleh Google, Temasek, dan Bain & Company. *Gross Merchandise Value* (GMV) untuk internet di Asia Tenggara pada 2020, melebihi 100 milyar *dollar*. Indonesia berkontribusi sebanyak 44 milyar *dollar* atau setara dengan 621 triliun rupiah. Nilai ini terakumulasi dari 7 sektor yang populer diantaranya *e-commerce*, transportasi dan makanan, *online travel*, media daring, layanan finansial, *edtech*, dan *health tech*. Selain itu, hingga tahun 2020 di Indonesia sudah berdiri 5 *unicorn* seperti Gojek, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, serta OVO.

Dengan bantuan teknologi dan peluang pasar yang tersedia, maka pada penelitian ini dibentuk sebuah layanan pengolahan dokumen secara digital terutama pada proses pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil untuk formulir, kuis, dan survei yang dinamakan “Ubaform”. Pada dasarnya Ubaform menggunakan bisnis model *Software as a Service* (SaaS) yang memfokuskan pengguna dalam berlangganan terhadap aplikasi yang dipakai. Bisnis model direpresentasikan dalam sebuah kanvas *Business Model Canvas* (BMC) yang memuat seluruh bisnis proses dan perencanaan dalam waktu singkat dan cepat. Dalam penelitian ini tidak disajikan *Business Plan* karena bentuk dari startup ini belum membutuhkan perencanaan 3-5 tahun mendatang.

Layanan serupa Ubaform telah banyak tersedia di internet. Akan tetapi, Ubaform memiliki keunggulan tersendiri dibanding layanan lainnya. Keunggulan-keunggulan Ubaform diantaranya ialah menyediakan fitur pembuatan dokumen formulir yang mudah, penyediaan *templates* yang berbasis komunitas, desain *user interface* yang menarik, dan mudah dalam mengolah dan menganalisis data hasil.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang tercantum dalam latar belakang, rumusan yang terdapat pada penelitian ini adalah bagaimana membangun *startup* Ubaform yang menggunakan model bisnis *Software as a Service* (SaaS) untuk mengembangkan layanan pengolahan dokumen digital terutama pada proses pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil formulir, kuis, dan survei.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat batasan masalah yang bertujuan agar penelitian ini dapat fokus terhadap masalah utama yang ingin dipecahkan. Batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Proses pengembangan *startup* Ubaform dari mulai penemuan ide sampai pengujian purwarupa.
- b. Proses penerapan bisnis model yang digunakan oleh *startup* Ubaform yaitu bisnis model *Software as a Service* (SaaS) yang disajikan dalam kanvas *Business Model Canvas* (BMC).
- c. Proses *growth strategy* terhadap bisnis model yang dipakai di *startup* Ubaform pada proses permodalan, pemasaran, penjualan, dan peluncuran.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah membangun *startup* Ubaform untuk pengembangan layanan pengolahan dokumen digital terutama pada proses pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil formulir, kuis, dan survei yang menggunakan bisnis model *Software as a Service* dan menentukan strategi atau perencanaan untuk peluncuran tahap awal.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagi peneliti:
 1. Dapat mempelajari proses pembangunan *startup* khususnya *startup* yang menggunakan bisnis model *Software as a Service*.
 2. Dapat mempraktikkan ilmu pengetahuan yang telah didapat dari pembelajaran pada masa perkuliahan.

3. Dapat mempelajari tentang strategi *growth* dari sebuah *startup* yang berbasis *Software as a Service*.
- b. Bagi Masyarakat:
1. Memudahkan masyarakat dalam pembuatan formulir, kuis, dan survei secara digital.
 2. Mengenalkan masyarakat terhadap digitalisasi dalam permasalahan pembuatan dokumen.

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini mempunyai tahapan-tahapan tertentu, diantaranya:

a. Pendefinisian masalah

Dalam tahapan ini dilakukan proses penggalian masalah dengan cara melihat kepada data sekunder dan wawancara kepada calon pengguna terlibat. Masalah yang telah digali akan dijadikan sumber untuk penemuan ide.

b. Penemuan dan Pengujian Ide

Dalam tahapan ini dilakukan penggalian ide dengan cara brainstorming di pihak internal *startup* Ubaform. Ide yang telah digali kemudian diujikan kepada para calon customer dalam bentuk *prototype*.

c. Analisis Bisnis Model

Dalam tahapan ini dilakukan analisis bisnis model SaaS yang digunakan di Ubaform. Analisis bisnis model sangat bermanfaat bagi perkembangan *startup* khususnya yang menggunakan sistem SaaS dan/atau bisnis model SaaS

d. Penentuan *Growth Strategy*

Dalam tahapan ini dilakukan proses penentuan strategi *startup* dalam permasalahan bisnis seperti pemasaran, penjualan, keuangan, serta permodalan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan tentang teori-teori pengembangan *startup* Ubaform yang menggunakan bisnis model *Software as a Service* (SaaS).

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini dijelaskan metodologi pengembangan *startup* Ubaform khususnya ruang lingkup *startup* Ubaform yang menggunakan bisnis model SaaS. Di samping itu, dijelaskan proses pendefinisian masalah, penggalan ide, metodologi pengembangan sistem, serta metodologi *growth strategy* di *startup* Ubaform.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan pembahasan tentang hasil penelitian yang sudah dilakukan. Penelitian meliputi proses pengembangan *startup* Ubaform dari awal sampai proses *growth strategy*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dikemukakan kesimpulan tentang penelitian serta saran untuk kemajuan penelitian di masa yang akan datang.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi *Startup*

Startup merupakan perusahaan yang didirikan oleh seseorang atau kelompok yang di dalamnya terdapat proses eksperimen model bisnis dan pencocokan kebutuhan konsumen dengan jenis bisnis yang didirikan. *Startup* adalah institusi kelompok manusia yang menciptakan produk atau jasa di tengah ketidakpastian yang ekstrim (Ries, 2015).

Startup adalah perusahaan yang berkembang pesat karena inovasi dalam produk atau layanan dan prosesnya melibatkan teknologi informasi. Status usia sebuah *startup* menyesuaikan peraturan di masing-masing negaranya (Ehsan, 2021).

Startup dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang baru berdiri, inovatif dengan layanan sampai 2 tahun dan maksimum 10 pekerja (Diana, 2018).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *startup* adalah perusahaan yang baru dirintis dan memiliki produk atau layanan inovatif didukung oleh teknologi informasi serta berada di tengah ketidakpastian dan menanggung resiko yang sedang hingga besar.

2.2 Definisi *Bisnis Model*

Bisnis model menjelaskan tentang bagaimana suatu organisasi dapat membuat, menyampaikan, dan menangkap suatu nilai (Osterwalder et al., 2011).

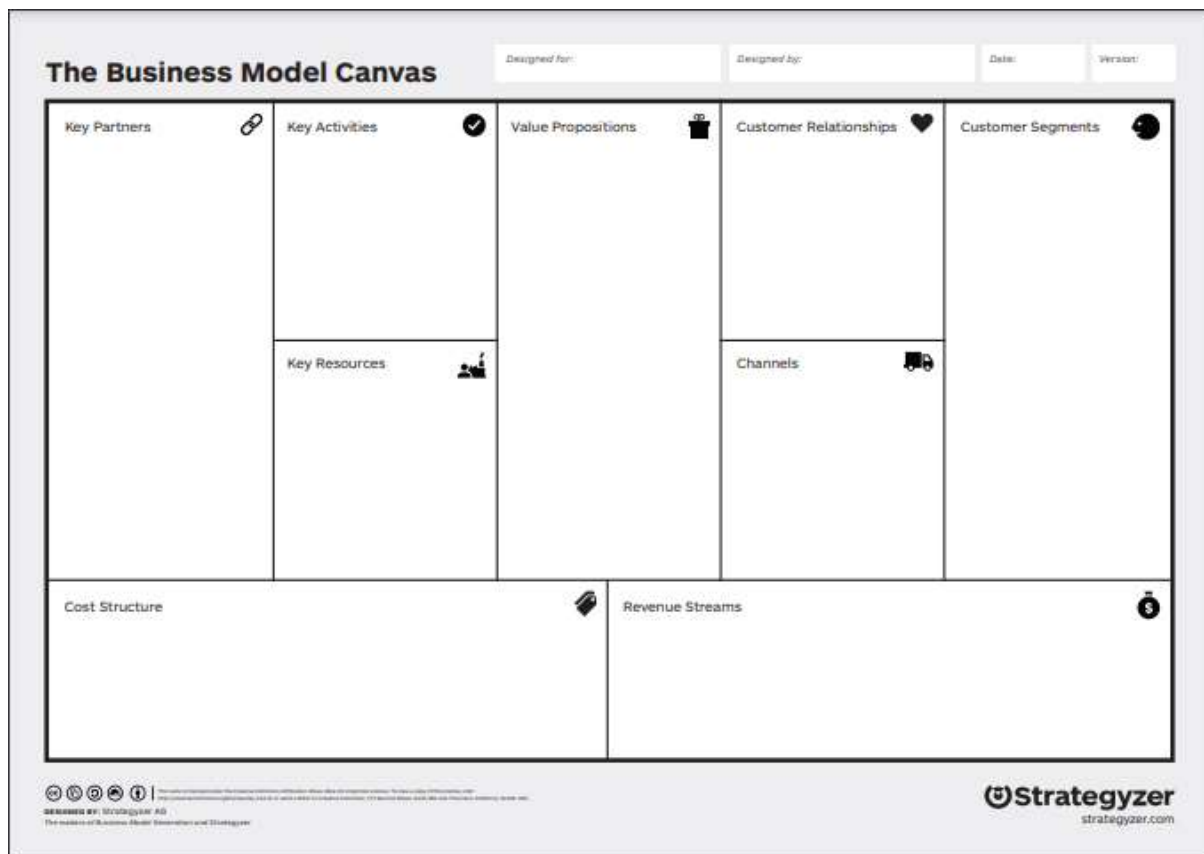
Business model merupakan langkah berkelanjutan untuk melakukan suatu bisnis. Ambisi berkelanjutan (*sustainability*) untuk bertahan lebih lama dan menciptakan kesuksesan, mungkin bahkan menghasilkan profit pada suatu entitas dalam jangka waktu yang lama. Maksud yang melingkupi menghasilkan profit (*profitability*) bahwa bisnis model dapat digunakan dalam berbagai macam sektor yang profit baik itu pada sektor administrasi sektor publik, NGO (*Non Government Organization*), universitas, perusahaan kelompok maupun perseorangan (Nielsen dan Lund, 2013).

2.3 Definisi *Business Model Canvas*

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah kerangka untuk memuat perencanaan bisnis dalam satu halaman. *Business Model Canvas* (BMC) dapat digunakan untuk keperluan

validasi bisnis model yang belum menentu. *Business Model Canvas* (BMC) biasanya digunakan oleh pendiri *startup* untuk memvalidasi bisnis model yang akan digunakan pada *startup*nya.

Menurut Osterwalder et al. (2011) *Business Model Canvas* (BMC) seperti pada Gambar 2.1 memiliki 9 blok utama dalam mendefinisikan bisnis yang akan dibuat diantaranya sebagai berikut.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas*

Sumber: (Strategyzer, 2020)

a. *Customer Segments*

Blok ini merupakan blok untuk mendefinisikan calon pengguna yang akan ditargetkan untuk memakai solusi dari bisnis yang dibangun. Dalam blok ini ada beberapa tipe pelanggan, seperti:

1. *Mass Market*

Bisnis model yang fokus terhadap tipe pelanggan ini tidak membedakan antara segmen pelanggan. *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships* difokuskan terhadap kelompok yang luas dengan permasalahan yang sama. Biasanya diterapkan pada produk elektronik.

2. *Niche Market*

Bisnis model yang fokus terhadap tipe pelanggan ini dikhususkan secara spesifik untuk melayani pelanggan tertentu. *Value Propositions, Channels, Customer Relationship* disesuaikan dengan permintaan pasar. Biasanya terjadi pada bisnis yang menggunakan model *supply-buyer* (pemasok dan pembeli).

3. *Segmented*

Bisnis model yang fokus terhadap tipe ini biasanya memisahkan antara segmen pelanggan satu dengan yang lainnya. Setiap tipe atau tingkatan pelanggan dibedakan dan dikelompokkan ke dalam kategori tertentu. Biasanya terjadi pada bisnis yang memisahkan pelanggan perkategori contohnya seperti bisnis bank yang mana memiliki beberapa tingkatan pelanggan seperti pelanggan spesial dan pelanggan biasa.

4. *Diversified*

Bisnis model yang fokus terhadap tipe pelanggan ini memisahkan antara segmen pelanggan dan permasalahannya pun berbeda. Contohnya adalah bisnis amazon yang memiliki bisnis komputasi awan dan bisnis ritel. Keduanya memiliki pelanggan yang berbeda dengan permasalahan yang berbeda pula.

5. *Multi-sided platforms (or multi-sided markets)*

Bisnis model yang fokus terhadap tipe ini melayani beberapa pelanggan berbeda tetapi saling bergantung antara yang satu dengan yang lainnya. Contohnya seperti penyedia kartu kredit yang di mana satu sisi memerlukan pengguna kartu kredit dan di sisi lain memerlukan pihak yang menerima kartu kredit tersebut seperti di toko ritel, hotel, dan lain sebagainya.

b. *Value Propositions*

Blok ini ada mendefinisikan nilai dari sebuah bisnis atau produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Nilai tersebut dapat bersifat kuantitatif (harga, kecepatan dari produk) atau kualitatif (contohnya desain, dan pengalaman pelanggan). Berikut adalah tipe-tipe nilai dalam blok ini.

1. *Newness*

Newness berarti nilai dari produk atau solusi yang ditawarkan baru ada di pasaran.

2. *Performance*

Tipe nilai ini menawarkan peningkatan pada produk yang sudah ada.

3. *Customization*

Tipe nilai ini menawarkan kostumisasi atau modifikasi terhadap produk yang ada di pasaran.

4. *“Getting the job done”*

Tipe ini memfokuskan pada kepuasan pelanggan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka.

5. *Design*

Tipe ini mengunggulkan dalam permasalahan desain seperti peningkatan desain *UI/UX* suatu produk/bisnis SaaS yang berbeda dengan kompetitornya.

6. *Brand/Status*

Tipe ini mengunggulkan dalam kualitas kemewahan merk seperti penjualan jam tangan merk *Rolex*.

7. *Price*

Tipe ini memfokuskan dalam penurunan biaya dari sebuah produk. Dalam praktiknya, perusahaan berlomba-lomba untuk menurunkan harga dari kompetitornya.

c. *Channels*

Channels merupakan blok yang menjelaskan tentang bagaimana perusahaan mengkomunikasikan *value propositions* kepada para pelanggannya. *Channels* memiliki fungsi -fungsi tersendiri diantaranya, untuk mengetahui kesadaran pelanggan terhadap produk, membantu pelanggan untuk mengevaluasi nilai perusahaan, mengizinkan para pelanggan untuk membeli produk tertentu, menyampaikan nilai perusahaan kepada para pelanggan, dan menyediakan layanan pendukung setelah pembelian kepada para pelanggan. Ada beberapa tipe-tipe channel diantaranya sebagai berikut.

1. *Direct*

Biasanya *channel* ini dimiliki sendiri oleh perusahaan contohnya *web sales*.

2. *Indirect*

Biasanya *channel* ini melibatkan pihak ketiga contohnya *partner stores*.

d. *Customer relationships*

Blok ini menjelaskan bagaimana hubungan perusahaan dengan pelanggan. Blok ini memiliki beberapa kategori yaitu sebagai berikut.

1. *Personal Assistance*

Pelayanan ini melibatkan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan seperti pelayanan *Customer Service (CS)* yang disediakan oleh perusahaan.

2. *Dedicated Personal Assistance*

Pelayanan ini melibatkan lebih dalam kepada pelayanan perusahaan terhadap pelanggan yang lebih representatif. Dalam beberapa kasus, perusahaan menyediakan pelayanan privat terhadap pelanggannya.

3. *Self-Service*

Dalam pelayanan ini, perusahaan tidak melibatkan secara langsung kepada pelanggan. Akan tetapi, perusahaan menyediakan semua yang dibutuhkan oleh pelanggan.

4. *Automated Service*

Pelayanan ini merupakan campuran dari *self-service* dengan otomatisasi. Salah satu kasus yang populer adalah ketika *e-commerce* menyediakan rekomendasi produk secara otomatis kepada para pelanggan.

5. *Communities*

Dalam pelayanan ini, perusahaan menyediakan akses komunitas untuk berhubungan dengan para pelanggan.

6. *Co-Creation*

Dalam pelayanan ini, perusahaan dan pelanggan bersama-sama membangun nilai perusahaan.

e. *Revenue Streams*

Blok ini menjelaskan tentang bagaimana perusahaan mendapatkan uang atau profit dari pelanggan. Ada mekanisme pembayaran yang biasa digunakan yaitu *fixed price* dan *dynamic price*. Dalam konsep *fixed price*, harga tidak dapat ditawar oleh pelanggan. Sedangkan *dynamic price* memperbolehkan pelanggan untuk menawar harga dari produk yang dijual. Ada beberapa cara mendapatkan *revenue* dari pelanggan diantaranya sebagai berikut.

1. *Asset Sale*

Perusahaan mendapatkan *revenue* dari penjualan produk secara langsung.

2. *Usage Fee*

Perusahaan mendapatkan *revenue* dari penggunaan layanan sebagian atau menyeluruh.

3. *Subscription Fee*

Perusahaan mendapatkan *revenue* dari penjualan layanan secara kontinu.

4. *Lending/Renting/Leasing*

Perusahaan mendapatkan *revenue* dari peminjaman aset atau layanan.

5. *Licensing*

Perusahaan mendapatkan *revenue* dari penjualan lisensi sebuah produk.

6. *Advertising*

Perusahaan mendapatkan *revenue* dari *fee* yang disediakan oleh penyedia iklan.

f. *Key Resources*

Blok ini menjelaskan tentang sumber daya yang harus dimiliki oleh perusahaan agar perusahaan dapat berjalan. Biasanya aset-aset tersebut berupa fisik (bangunan, komputer, dan lain-lain), intelektual (merk, hak cipta, dan lain-lain), manusia, dan keuangan.

g. *Key Activities*

Blok ini menjelaskan tentang kegiatan perusahaan agar perusahaan berjalan dengan lancar dan baik. Blok ini mempunyai kategori yaitu sebagai berikut.

1. *Produksi*

Aktivitas produksi berhubungan erat dengan perencanaan, pengembangan, dan penyampaian produk kepada para pelanggan.

2. *Problem Solving*

Kategori ini berhubungan dengan pemecahan masalah terhadap masalah yang dimiliki oleh pelanggan. Contohnya seperti penyediaan pengobatan di rumah sakit, pelayanan konsultasi perangkat lunak, dan lain sebagainya.

3. *Platform/network*

Kategori ini berhubungan dengan pemeliharaan aset seperti proses pengembangan perangkat lunak di perusahaan besar yang harus dirawat secara kontinu.

h. *Key Partnerships*

Blok ini menjelaskan tentang pendukung aktivitas perusahaan atau dengan kata lain dapat disebut dengan pihak ketiga. Alasan harus adanya *partner* atau pihak pendukung adalah sebagai berikut.

1. *Optimization and economy of scale*

Dengan optimisasi perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membangun hal yang dasar. Dalam kasus seperti SaaS yang tidak perlu membangun *server* dan sebaiknya menggunakan cloud computing agar dapat mengurangi biaya dan usaha.

2. *Reduction of risk and uncertainty*

Mengurangi resiko dan ketidakpastian adalah hal penting dalam perusahaan.

3. *Acquisition of particular resources and activities*

Dengan mengakuisisi sebagian aset dan aktivitas perusahaan tidak perlu membeli hak cipta sepenuhnya.

i. Cost Structure

Blok ini menjelaskan tentang pengeluaran perusahaan akibat dari proses operasi perusahaan itu sendiri. Pengeluaran biasanya didapat dari *key resources*, *key activities*, dan *key partnerships*.

2.4 Definisi Software as a Service (SaaS)

Software as a Service (SaaS) merupakan sesuatu yang baru dalam aplikasi perangkat lunak yang diperluas dari ide ASP (*Application Service Provider*). Sebagai perangkat lunak yang menyampaikan model penyediaan layanan secara daring, SaaS mempunyai keunggulan yaitu mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi, mengurangi resiko, dan meningkatkan fleksibilitas daripada model tradisional yaitu *software-as-product model* (Du et al., 2013).

SaaS adalah model dari *software deployment* dimana aplikasi di-*hosting* sebagai penyedia layanan melalui internet. SaaS secara umum digunakan untuk *business software* daripada *consumer software* yang mana di ada pada di bawah *Web 2.0*. Dengan menghapus instalasi dan menjalankan aplikasi di komputer pengguna dan hal tersebut sangat menguntungkan bisnis karena mengeluarkan biaya yang sedikit. SaaS dapat meringankan beban akan perawatan dan dukungan perangkat lunak tapi pengguna melepaskan pengendalian akan versi dan kebutuhan (Kulkarni, Gambhir, dan Palwe, 2014).

SaaS merupakan sistem yang berbasis pada *on-demand service*. Oleh karenanya, organisasi dapat menggunakan layanannya sesuai dengan kebutuhan mereka. Aplikasi SaaS merupakan bagian dari arsitektur *cloud computing*, bersifat *highly reliable*, *more powerful*, aman, dan infrastruktur yang tidak berlebihan. SaaS merupakan *web based*, proses *deployment* cepat dan mudah. SaaS juga memberikan pengalaman terhadap bisnis yang mudah menggunakannya sesuai dengan kebutuhan yang ada (Goyal, 2013).

2.5 Definisi Bisnis Model Software as a Service (SaaS)

Bisnis model SaaS merupakan bisnis model yang menggunakan konsep *Software as a Service (SaaS)* di mana aplikasi di-*hosting* di *cloud computing*. Selain itu, untuk menggunakan layanan ini pengguna diharuskan membayar setiap bulan (Elfrink, 2021).

Bisnis model SaaS berbeda dengan bisnis model lainnya. Menurut Campbell (2019) ada beberapa alasan yang menjadikan bisnis model SaaS berbeda dengan model bisnis lainnya.

a. Recurring Payments

Bisnis SaaS menyediakan model layanan berlangganan (*subscription*). Sehingga, perusahaan akan mendapatkan pembayaran setiap bulan atau tahun. Pembayaran yang berulang (*recurring payment*) dapat membentuk *Monthly Recurring Revenue (MRR)* atau pendapatan bulanan yang berulang. Sehingga, dalam melakukan penghitungan akuntansi pada SaaS akan sulit sekali. Ketika pelanggan berlangganan terhadap produk, perusahaan akan mendapatkan uang di muka. Akan tetapi, uang tersebut tidak dapat dihitung sampai produk digunakan oleh pelanggan sesuai waktu yang telah disepakati. Sampai saat itu, hal tersebut berupa liabilitas/kewajiban bagi perusahaan.

b. *Heightened customer retention*

Semua bisnis sangat peduli terhadap retensi, tetapi dalam SaaS hal tersebut 10 kali lebih penting karena retensi merupakan sebab bisnis SaaS bertahan. Pada dasarnya perusahaan tidak dapat mendapatkan biaya berlangganan sampai kontrak dengan pelanggan terpenuhi. Dalam SaaS sangat besar kemungkinan pelanggan meninggalkan produk meskipun kontrak masih tetap berjalan. Oleh sebab itu, perusahaan harus mengoptimalkan hubungan kepada pelanggan dan melakukan *upselling*.

c. *Consistent updates*

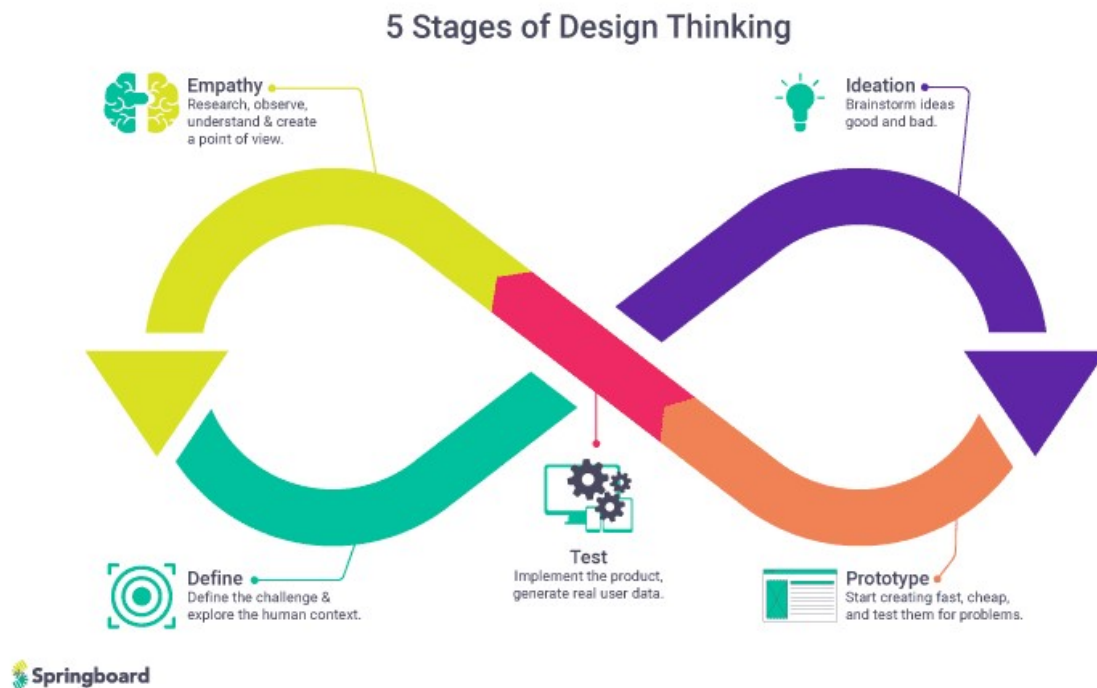
Produk lain biasanya ada versi terbarunya. Dalam SaaS, pembaharuan dilakukan secara kontinu dan berskala kecil untuk menjaga retensi pelanggan agar selalu tinggi.

2.6 Definisi *Design Thinking*

Design thinking merupakan proses analitik serta kreatif yang melibatkan seseorang dalam eksperimen, membuat model purwarupa, mengumpulkan umpan balik, dan membuat desain ulang untuk model tersebut (Razzouk dan Shute, 2012).

Design thinking yaitu sebuah paradigma yang berfokus kepada pengguna dalam menemukan masalah, menemukan kebutuhan pengguna, dan memasukan semua permasalahan pengguna tersebut kepada proses dan sistem (Lahiri, Cormican, dan Sampaio, 2021).

Menurut Stevens (2021) ada 5 proses dalam design thinking yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*.



Gambar 2.2 *Design Thinking Process*

Sumber: (Springboard, 2021)

a. *Empathize*

Pada tahap pertama metode design thinking, biasanya dilakukan pendekatan terhadap calon pengguna untuk menggali permasalahan yang ada. Dalam proses ini biasanya dilakukan wawancara untuk mengetahui seberapa jauh dan seberapa besar permasalahan yang dialami oleh calon pengguna.

Berdasar kepada waktu yang digunakan pada tahap ini, informasi yang telah dikumpulkan untuk tahap selanjutnya dan untuk mengembangkan pemahaman terbaik tentang calon pengguna dan masalah yang mendasar pada sektor yang dipilih (Dam dan Siang, 2021).

b. *Define*

Pada tahap kedua dalam design thinking adalah proses pendefinisian masalah yang dikumpulkan dari tahap pertama. *Define* adalah membangun *point of view* dari kebutuhan calon pengguna yang telah diidentifikasi kemudian membangun atau memetakan permasalahan yang ada di calon pengguna tersebut (Gekeler, 2019).

c. *Ideation*

Ideasi merupakan proses brainstorming pemisahan ide-ide dari permasalahan yang telah didefinisikan. Ide ini merupakan proses analisis terhadap ide yang berpotensi dan

kemudian ide dipilih untuk direpresentasikan pada tahap berikutnya (Müller-roterberg, 2019).

d. *Prototype*

Prototype merupakan proses implementasi ide dari proses *design thinking*. Pembuatan *prototype* adalah bagian terpenting dalam proses desain dan telah dipraktikkan secara luas di seluruh sektor ilmu desain. Banyak desainer yang membuat *prototype* untuk menguji desain mereka sebelum dilakukan peluncuran produk. Oleh karena itu, membuat *prototype* sebenarnya adalah langkah antara formalisasi dan evaluasi sebuah ide (Chelsea n.d.).

e. *Test*

Test adalah tahap untuk menguji *prototype* dan digunakan untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna. Metode ini diterapkan ketika pembuat ingin meminta masukan pengguna tentang *prototype* yang dibuat dan hal ini digunakan untuk mendapatkan empati kembali dari pengguna (Kelley dan Brown, 2018).

2.7 Definisi *Growth Strategy*

Growth strategy adalah perencanaan yang dibangun oleh organisasi untuk menghadapi tantangan saat ini dan masa yang akan datang untuk merealisasikan tujuan mereka dan ekspansi. Contoh dari *growth strategy* adalah meningkatkan market share dan pendapatan, mengakuisisi aset, dan meningkatkan produk atau layanan organisasi (Gartner n.d.).

Menurut Suklev dan Rexhepi (2013) *growth strategy* dibagi menjadi 2 kategori dasar yaitu konsentrasi terhadap bisnis saat ini (*concentration strategy*) dan diversifikasi kepada bisnis lainnya (*diversification strategy*). *Concentration strategy* digunakan ketika perusahaan beroperasi dalam industri menarik yang pertumbuhannya baik. Sedangkan *diversification strategy* digunakan ketika perusahaan tidak berada dalam kondisi industrinya menarik. Dalam *concentration strategy* memiliki 2 tipe yaitu:

a. *Vertical integration*

Digunakan ketika perusahaan memiliki kompetisi yang kuat dalam pertumbuhan industri.

b. *Horizontal growth*

Memunculkan ekspansi produk saat ini kepada sektor pasar lain atau meningkatkan volume dari produk di dalam pasar ini atau gabungan dari keduanya.

Dalam *diversification strategy* memiliki beberapa tipe, diantaranya:

a. *Related diversified strategies (concentrated)*

Memunculkan ekspansi terhadap aktivitas perusahaan di industri yang berelasi yang bersinergi dengan bisnis yang sudah ada.

b. *Unrelated diversified strategies (conglomerate)*

Termasuk ke dalam bisnis yang barudan tidak ada hubungan dengan bisnis yang sudah ada.

2.8 Aktivitas Perintisan Bisnis

Dalam mendirikan dan mengembangkan *startup* Ubaform. *Startup* Ubaform memiliki 3 *co-founder* yang terdiri dari *hustler*, *hacker*, dan *hipster*. Ketiga *co-founder* tersebut adalah sebagai berikut.

a. *Hustler*

Hustler merupakan *co-founder* atau anggota tim yang bertanggungjawab terhadap segala aktivitas yang berkaitan dengan bisnis (seperti permodalan, pemasaran, penjualan, dan lain-lain) di *startup*.

b. *Hacker*

Hacker merupakan *co-founder* atau anggota tim yang bertanggungjawab terhadap pengembangan aplikasi Ubaform.

c. *Hipster*

Hipster merupakan *co-founder* atau anggota tim yang bertanggungjawab terhadap proses desain baik itu aplikasi maupun citra produk di *startup* Ubaform.

Selama dalam mendirikan Ubaform, para *co-founder* menjalani beberapa aktivitas yang berhubungan dengan peran kelompok maupun perseorangan. Berikut Tabel 2.1 Daftar Aktivitas Perintisan Bisnis merupakan daftar aktivitas selama perintisan bisnis.

Tabel 2.1 Daftar Aktivitas Perintisan Bisnis

No	Nama Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hasil Luaran Kegiatan
1	Penentuan Posisi Tim	Kegiatan untuk menentukan peran setiap anggota kelompok yang dibagi ke dalam 3 kategori yaitu <i>hustler</i> , <i>hacker</i> , dan <i>hipster</i> .	Setiap orang memiliki peran-perannya masing-masing dalam <i>startup</i> Ubaform.
2	<i>Brainstorming</i> Ide	Kegiatan untuk mencari	Tercipta ide kasar dari produk

		ruang lingkup ide yang akan dikembangkan.	Ubaform yaitu sebagai <i>form, quiz, & survey builder</i> .
3	<i>Workshop</i> 1000 <i>startup</i> digital	Kegiatan untuk mempelajari tata cara mendirikan <i>startup</i> dari awal hingga peluncuran yang diadakan oleh Gerakan Nasional 1000 <i>Startup</i> Digital (program kominfo)	Ilmu tentang pengembangan <i>startup</i> dari awal sampai peluncuran.
4	<i>Hacksprint</i> 1000 <i>startup</i> digital	Kegiatan untuk memecahkan masalah dan memunculkan solusi hingga pengujian selama 3 hari. <i>Hacksprint</i> merupakan adopsi dari metode design sprint yaitu metode memecahkan masalah.	Ide awal Ubaform yang menyediakan layanan aplikasi untuk pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil formulir, kuis, dan survei. Lanjutan program ini adalah <i>bootcamp</i> , akan tetapi Ubaform tidak berkesempatan mengikutinya karena tidak lolos dalam seleksi.
5	<i>Webinar Digital Entrepreneur</i> oleh FMIPA UII	Kegiatan seminar yang diselenggarakan oleh FMIPA UII dan IBISMA UII. Didalamnya terdapat materi tentang <i>startup</i> dan informasi tentang kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh IBISMA UII	Dapat mengetahui cara mendirikan <i>startup</i> dari perspektif pemateri. Pemateri merupakan practitioner di bidangnya. Selain itu, dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh IBISMA UII

BAB III

ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses pengembangan *startup* Ubaform. Pengembangan *startup* Ubaform diawali dengan proses pendefinisian masalah. Hasil dari pendefinisian masalah kemudian dijadikan masukan untuk proses penemuan ide yang merupakan bagian dari proses desain. Selain itu, ide yang telah ditemukan dan direpresentasikan dalam sebuah purwarupa diujikan kepada pengguna untuk dimintai umpan balik. Dalam pengembangan Ubaform sebagai *startup* yang menggunakan bisnis model *Software as a Service (SaaS)* dilakukan proses analisis bisnis model dan penentuan strategi tumbuh dan berkembang untuk bersaing di pasar.

3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk proses pengembangan *startup* Ubaform yaitu sumber data primer dan sekunder. Menurut Ima Narimawati menyatakan bahwa data primer adalah data yang berasal dari data awal. Data tersebut tidak terdapat dalam buku dan/atau bentuk *file*. Data primer harus dicari kepada narasumber/responden secara langsung. Responden merupakan objek penelitian yang dipilih (Pratiwi, 2017). Dalam mencari data primer, Ubaform menggunakan wawancara semi-terstruktur terhadap beberapa responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Wawancara tersebut dilakukan secara daring menggunakan aplikasi *zoom meeting*.

Adapun data sekunder menurut Sugiyono adalah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung, tetapi dengan cara mengobservasi secara langsung atau membaca terhadap dokumen yang ada (Tanujaya, 2017). Dalam mencari data sekunder, Ubaform menjelajah beberapa sumber di internet untuk dapat melihat secara jauh dan mengumpulkan informasi secukupnya untuk proses pengembangan *startup* Ubaform.

3.2 Pendefinisian Masalah

Dalam mendirikan *startup* Ubaform, kami mengawali proses pengembangan *startup* dengan cara melihat permasalahan yang terjadi di permukaan (tampak di masyarakat). Tahap ini searah dengan proses *empathize* dan *define* pada metode *design thinking* yang mana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dan penting masalah yang akan ditemukan solusinya. Dalam *empathize*, informasi yang didapat kemudian dikumpulkan untuk diolah

proses *define*. Informasi tersebut didapat dengan cara observasi secara langsung dan/atau melakukan wawancara. Setelah informasi tentang permasalahan sudah cukup didapat, maka dilakukanlah proses *define*. Pada proses *define*, permasalahan akan dipetakan sesuai dengan segmen atau kategorinya masing-masing. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam menganalisis dan mengolah seluruh informasi yang telah didapatkan untuk digunakan pada tahap berikutnya.

Dalam proses pendefinisian masalah, kami terlebih dahulu melakukan observasi terhadap masalah yang ada dan melakukan wawancara yang bersifat semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan sesuai dengan inti atau poin yang telah ditentukan dan wawancara tidak dilakukan dengan pedoman yang telah dipersiapkan. Sehingga, untuk setiap narasumber yang diwawancarai akan dapat menghasilkan pertanyaan dan jawaban yang berbeda disesuaikan dengan arah pembicaraan atau pertanyaan dari pewawancara (Rachmawati, 2007).

Ubaform memilih wawancara semi-terstruktur agar dapat menggali lebih dalam permasalahan yang dirasakan pengguna. Biasanya dengan wawancara seperti ini, pengguna lebih fleksibel dan bebas dalam menyampaikan permasalahan yang dialaminya.

Selain dari melakukan wawancara terhadap beberapa calon pengguna, Ubaform melakukan observasi terhadap beberapa aplikasi yang termasuk dalam ruang lingkup yang sama untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari aplikasi-aplikasi tersebut. Dengan melakukan hal ini, Ubaform dapat mudah mencari peluang baru untuk produk yang akan dikembangkan.

Setelah melakukan identifikasi masalah, Ubaform mendefinisikan masalah-masalah yang telah dikumpulkan tersebut dan buat beberapa *problem statement* untuk mendukung proses selanjutnya. Proses ini melihat dari hasil identifikasi permasalahan yang telah dipetakan terlebih dahulu.

3.2.1 Pemilihan Calon Pengguna

Dalam proses identifikasi masalah, internal Ubaform terlebih dahulu menentukan para calon pengguna yang dianggap dapat menggunakan layanan Ubaform. Dalam menentukan calon pengguna, Ubaform memilih berdasarkan minat mereka terhadap kebutuhan akan formulir, kuis dan survei. Ubaform mendefinisikan 2 pengguna yaitu sebagai pengguna/*user* dan sebagai pelanggan/*customer*. Perbedaan antara *user* dan *customer* terletak pada kemampuan mereka membayar akan layanan Ubaform. *User* merupakan pengguna saja.

Sedangkan, *customer* merupakan pengguna dan mampu membayar untuk layanan Ubaform. Berikut Tabel 3.1 Daftar Calon Pengguna Layanan Ubaform merupakan daftar calon pengguna Ubaform.

Tabel 3.1 Daftar Calon Pengguna Layanan Ubaform

No	Nama	Jenis	Alasan dipilih
1	Pengguna internet	Pengguna/ <i>user</i>	Biasanya akan menggunakan layanan formulir, kuis, dan survei sesuai kebutuhan mereka.
2	Mahasiswa tingkat akhir		Biasanya akan menggunakan fitur survei untuk melakukan penelitian/kuesioner.
3	Panitia lomba		Biasanya akan menggunakan layanan formulir untuk kebutuhan administrasi pendaftaran.
4	Pelajar di kelompok penelitian		Biasanya akan menggunakan fitur survei untuk kuesioner ketika ada tugas penelitian dari pengajar.
5	Pengajar	Pelanggan/ <i>customer</i>	Biasanya akan menggunakan fitur kuis untuk kebutuhan kuis harian/ujian.
6	<i>Academic researcher</i>		Biasanya akan menggunakan fitur survei untuk kebutuhan penelitian akademik.
7	HRD		Biasanya akan menggunakan fitur survei untuk kebutuhan mengukur kinerja karyawan.
8	<i>Product researcher</i>		Biasanya akan menggunakan fitur survei untuk kebutuhan penelitian terhadap suatu produk.
9	Pemberi Seminar		Biasanya akan mengadakan kuis ketika seminar sudah selesai.

10	<i>Event organizer</i>		Biasanya akan menggunakan fitur formulir untuk mengurus administrasi.
----	------------------------	--	---

3.2.2 Wawancara Semi-terstruktur

Dalam melakukan wawancara semi-terstruktur Ubaform memilih beberapa responden dengan kriteria yang berhubungan dengan penggunaan formulir, kuis, dan survei. Responden yang telah kami dapatkan yaitu 1 dosen dan 2 mahasiswa. Dosen dipilih karena mereka sering melakukan penelitian dan dimungkinkan terbiasa melakukan kuesioner. Sedangkan, mahasiswa dipilih karena dari mereka terbiasa dalam melakukan penelitian dan tergabung dengan kelompok kepanitian seperti lomba atau organisasi yang diikutinya. Tabel 3.2 merupakan hasil wawancara dari semi-terstruktur.

Tabel 3.2 Hasil Wawancara dengan Metode Semi-terstruktur

No	Parameter	Hasil Wawancara
Responden I: Mahasiswa		
1	Permasalahan pada saat pembuatan formulir, kuis, dan survei	a. Permasalahan timbul ketika pada saat pembuatan formulir, kuis, dan survei belum ada riwayat penyuntingan untuk setiap perubahan yang dilakukan. b. Terkadang ada <i>error</i> dalam hasil yang telah diekspor terutama ke file <i>excel</i> . c. Belum ada notifikasi dari jumlah formulir, kuis, dan survei yang diisi oleh responden.
2	Permasalahan dalam mengolah hasil formulir, kuis, dan survei	Permasalahan berada pada saat mengolah data hasil, yaitu kekurangan fitur-fiturnya.
3	Permasalahan pada saat pembagian formulir, kuis, dan survei	a. Survei daring: dibagikan ke forum/media sosial. b. Survei langsung: dibagikan kepada orang lain dengan kertas karena pada awalnya pembuat tidak

		mengetahui teknologi yang terbaru.
4	Teknologi yang digunakan	Teknologi digital (<i>Google Form</i>)
5	Harga dari teknologi	Murah/gratis
Responden II: Mahasiswi		
6	Permasalahan pada saat pembuatan formulir, kuis, dan survei	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak dibuat dengan teknologi terkini karena surveinya di tempat terkecil b. Membutuhkan beberapa kertas untuk proses validasi jika validator ingin memvalidasinya melalui lembaran kertas.
7	Permasalahan dalam mengolah hasil formulir, kuis, dan survei	<ul style="list-style-type: none"> a. Data hasil dalam kertas dimasukan manual ke dalam <i>Spreadsheet/excel</i>. b. Hasil yang diambil rawan bias (jawaban bisa sama dengan yang lain) karena kertas kuesioner dibuat 1 dalam beberapa responden dalam tujuan untuk menghemat kertas. c. Hasil masukan manual menjadikan sering terjadi kesalahan.
8	Permasalahan pada saat pembagian formulir, kuis, dan survei	<ul style="list-style-type: none"> a. Kuesioner dibuat 1 akan tetapi dalam beberapa cakupan responden b. Kurang efektif dan efisien c. Ketika mengerjakan kuis digital kadang terjadi <i>error</i>
9	Teknologi yang digunakan	Teknologi konvensional (kertas)
10	Harga dari teknologi	Menyesuaikan dengan kebutuhan
Responden III: Dosen		
11	Permasalahan pada saat pembuatan formulir, kuis, dan survei	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak ada karena sudah terbantu dengan teknologi yang ada b. Lampiran <i>file</i> kurang efektif
12	Permasalahan dalam mengolah hasil formulir,	c. Hasil tidak bisa menjelaskan jawaban secara detail dari sisi pendeskripsian masalah yang ada

	kuis, dan survei	d. Keterbatasan analisis data hasil belum dapat membantu secara penuh e. Hasil analisis terbatas untuk teknologi yang dipakai
13	Permasalahan pada saat pembagian formulir, kuis, dan survei	Untuk beberapa kasus, responden didampingi ketika mengisi survei untuk mencari jawaban yang dibutuhkan
14	Teknologi yang digunakan	Teknologi digital (<i>Google Form</i>)
15	Harga dari teknologi	Murah/gratis

Berdasarkan Tabel 3.2, dapat diketahui bahwa ada 2 responden yang sudah menggunakan teknologi digital untuk kebutuhan akan formulir, kuis, dan survei. Akan tetapi, teknologi digital yang telah digunakan tersebut masih memiliki kekurangan dan belum dapat memenuhi kebutuhan mereka secara utuh. Sedangkan 1 responden masih menggunakan teknologi konvensional untuk melakukan survei lapangan. Dalam kasusnya, teknologi konvensional belum membantunya dengan penuh secara efektif dan efisien.

3.2.3 Observasi Layanan Serupa

Ubaform melakukan observasi terhadap layanan serupa yang masih dalam ruang lingkup yang sama. Tujuan dari aktivitas observasi ini yaitu untuk mengetahui seberapa jauh layanan serupa tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan menganalisis setiap fitur yang diunggulkan oleh setiap layanan tersebut. Berikut Tabel 3.3 merupakan hasil observasi terhadap layanan serupa.

Tabel 3.3 Hasil Observasi Layanan Serupa

No	Nama	Deskripsi	Fitur Unggulan	Keunggulan	Kekurangan	<i>Revenue Streams</i> (Metode pendapatan)
1	Quizziz	Quizziz merupakan layanan <i>Learning Management System</i> (LMS) untuk pengadaan kuis yang bersifat formal dan informal. Selain itu, Quizziz menyediakan pengadaan kelas untuk proses pembelajaran secara daring.	<p>a. Classroom: ruang kelas bagi guru dan murid. Dapat digunakan untuk pengaksesan informasi, pengaksesan materi, dan tugas.</p> <p>b. Quiz: fitur untuk pembuatan kuis secara digital. Rata-rata kuis yang dibuat biasanya untuk K12 (para pelajar SMA ke bawah) dan untuk gim</p>	<p>a. Tampilan yang menarik bagi para siswa K12</p> <p>b. Harga yang gratis bagi pengguna <i>basic</i>.</p> <p>c. Banyak kuis terbuka yang dapat diakses oleh pengguna</p> <p>d. Dapat diintegrasikan dengan <i>google classroom</i>.</p> <p>e. Tersedia untuk <i>browser</i> dan <i>mobile app</i>.</p>	<p>a. Kurang cocok bagi pelajar di kalangan mahasiswa.</p> <p>b. Ada iklan yang terkadang mengganggu.</p>	<p>a. Freemium atau pembayaran dilakukan ketika <i>upgrade</i> ke paket selanjutnya</p> <p>b. Iklan</p> <p>c. Berlangganan</p>

			<p>kuis.</p> <p>c. Eksplorasi kuis: fitur untuk mengeksplorasi seluruh kuis yang dishare oleh para pembuat kuis.</p> <p>d. Analisis hasil kuis: fitur untuk menganalisis nilai hasil kuis.</p>			
2	JotForm	<p>Jotform adalah <i>platform</i> berbasis <i>web</i> untuk pembuatan formulir dan analisis data hasil formulir. Keutamaan menggunakan JotForm adalah sistem pembuatan</p>	<p>a. Create Form: fitur pembuatan form dengan fasilitas drag n drop. Setelah formulir dibuat, formulir dapat diintegrasikan dengan aplikasi pihak ketiga dan</p>	<p>a. Fitur pembuatan formulir yang mudah hanya dengan <i>drag & drop</i>.</p> <p>b. tampilan yang mudah digunakan oleh pengguna awam.</p> <p>c. Mendapatkan</p>	<p>a. Harga yang mahal untuk paket lanjutan.</p> <p>b. Pembayaran hanya menggunakan kartu <i>debit/credit</i>.</p>	<p>a. <i>Freemium</i>.</p> <p>b. Berlangganan.</p>

		<p>formulir dengan metode <i>drag & drop</i>.</p>	<p>dibagikan melalui link.</p> <p>b. Analyze Form: fitur untuk menganalisis hasil formulir yang telah dibagikan kepada para responden.</p> <p>c. Form Templates: fitur kumpulan dari berbagai macam <i>templates</i> yang dapat digunakan oleh para pengguna.</p> <p>d. Form Themes: fitur tema untuk setiap formulir yang akan dibuat.</p>	<p>gratis membuat form untuk <i>basic plan</i>.</p>		
3	Typeform	Typeform	a. Form and Survey	a. Desain yang	a. Mahal	a. Freemium

		<p>merupakan layanan untuk membuat formulir dan survei. Keunggulan Typeform adalah menyediakan desain yang ramah pengguna.</p>	<p>Maker: fitur untuk membuat formulir dan kuis. b. Thirtdy Party Integration: fitur untuk mengintegrasikan formulir dan survey. c. Share Form and Survey: fitur untuk membagikan formulir dan survei. d. Get Result: fitur untuk melihat hasil formulir dan survei yang telah dibagikan. e. Templates:</p>	<p>bagus dan ramah pengguna. b. Kuis yang dibuat seperti percakapan. c. Menyediakan logika kondisi untuk mengikuti alur pertanyaan. d. Tersedia banyak <i>templates</i>.</p>	<p>b. Batasan untuk fitur gratis terlalu sedikit.</p>	<p>b. Berlangganan</p>
--	--	--	--	---	---	------------------------

			kumpulan <i>templates</i> untuk membuat formulir dan survei.			
4	Google Form	Google form merupakan layanan aplikasi untuk membuat formulir dan survei. Keunggulan yang ditawarkan adalah pembuatan formulir dan survey secara mudah dan tidak perlu bayar. Selain itu, data hasil dapat diekspor ke <i>spreadsheet</i> .	<p>a. Form and survey maker: fitur untuk pembuatan formulir dan survei.</p> <p>b. Share form and survey: fitur untuk membagikan formulir dan survey dengan <i>link</i> yang di-<i>generate</i> oleh sistem.</p> <p>c. Analyze result: fitur untuk melihat dan</p>	<p>a. Mudah digunakan.</p> <p>b. Tampilannya sederhana.</p> <p>c. Gratis.</p> <p>d. Populer di semua kalangan.</p> <p>e. Terintegrasi dengan <i>gmail</i>.</p> <p>f. Hasil dapat diekspor langsung ke <i>google spreadsheet</i>.</p>	<p>a. Tampilannya kurang ramah pengguna.</p> <p>b. Kurang interaktif</p>	<p>a. Freemium.</p> <p>b. Berlangganan dengan <i>google workspace</i>.</p>

			<p>menganalisis data hasil formulir dan survey.</p> <p>d. Export result: fitur untuk mengeksport data hasil ke dalam spreadsheet untuk diolah.</p>			
5	Zoho Form	<p>Zoho Form merupakan layanan aplikasi untuk pembuatan formulir secara daring. Keunggulan yang ditawarkan yaitu pengguna dapat membuat formulir secara <i>online</i> dan mudah dengan hanya <i>drag & drop</i>.</p>	<p>a. Create form: fitur untuk membuat formulir dengan <i>men-drag</i> dan <i>drop</i> untuk setiap <i>field</i>.</p> <p>b. Share form: fitur untuk membagikan formulir yang sudah dibuat.</p> <p>c. Notify: fitur untuk</p>	<p>a. Tampilan yang <i>responsive</i>.</p> <p>b. Dapat diintegrasikan dengan aplikasi milik zoho dan aplikasi pihak ketiga seperti <i>slack, salesforce,</i> dan lain-lain.</p> <p>c. Dapat mengirimkan</p>	<p>a. Mahal.</p> <p>b. Penyimpanan yang terbatas.</p> <p>c. Aplikasi pihak ketiga yang kurang lengkap.</p>	<p>a. <i>Freemium</i>.</p> <p>b. Berlangganan.</p>

			<p>memberitahukan kepada orang terkait. Responden akan mendapatkan email Ketika selesai mengisi formulir.</p> <p>d. Analyze: fitur untuk menganalisis data hasil. Dalam fitur ini tersedia juga untuk melacak sumber pengaksesan formulir.</p>	<p>notifikasi kepada para responden ketika selesai mengisi formulir.</p> <p>d. Dapat melacak sumber pengaksesan halaman formulir (<i>utm source</i>).</p>	
--	--	--	---	---	--

Berdasarkan Tabel 3.3, dapat diketahui bahwasannya layanan-layanan aplikasi serupa memiliki perbedaan pada fitur yang dihadirkan. Keunggulan dan kekurangan untuk masing-masing layanan aplikasi tersebut pun berbeda-beda. Sehingga, hasil data dan informasi yang telah didapatkan dalam proses observasi dapat digunakan untuk proses selanjutnya.

3.2.4 *Problem Statement*

Ubaform melakukan pendefinisian masalah untuk memetakan masalah yang telah dikumpulkan pada proses identifikasi masalah. Tujuan dari pendefinisian masalah ini adalah untuk mencari *problem statement* yang akan digunakan untuk proses selanjutnya.

Pada proses wawancara semi-terstruktur telah diidentifikasi bahwasannya para calon pengguna mendapati beberapa fitur yang belum tersedia pada layanan yang telah digunakannya. Hal ini dapat menjadi acuan bagi Ubaform dalam mengembangkan layanan yang lebih dapat memenuhi kebutuhan para calon pengguna. Selain itu, pengguna lainnya belum dapat menggunakan layanan digital. Oleh sebab itu, Ubaform juga perlu mengembangkan layanan yang memang dapat mempermudah pengguna awam dalam menggunakannya.

Observasi terhadap layanan serupa memunculkan banyak peluang bagi Ubaform agar dapat mendefinisikan masalah dengan mudah. Beberapa layanan yang telah diobservasi memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Dengan begitu, Ubaform dapat meningkatkan kualitas layanan agar dapat membantu para pengguna dalam menggunakannya. Dari hasil identifikasi masalah, maka didapat beberapa *problem statement* sebagai berikut.

- a. Bagaimana bentuk layanan dokumen pembuatan formulir, kuis, dan survei yang akan ditawarkan kepada para pengguna.
- b. Fitur-fitur apa saja yang akan dikembangkan Ubaform agar dapat bersaing dengan layanan serupa.
- c. *Platform* apa saja yang akan digunakan oleh Ubaform untuk menyampaikan nilai kepada para pengguna.
- d. Bagaimana Ubaform dapat membuat layanan yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pembuatan dokumen formulir.

3.3 Penemuan dan Pengujian Ide

Informasi yang telah dikumpulkan dan *problem statement* yang telah dibuat akan dijadikan sebagai bahan dalam menemukan ide/solusi yang akan ditawarkan kepada para pengguna. Setelah ide/solusi didapat, dilakukan pengujian untuk mengukur dan mengetahui bagaimana ide tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna yang akan menggunakan layanan Ubaform. Dalam proses ini, setidaknya ada 3 proses yang digunakan dan diadopsi pada metode *design thinking* yaitu *ideate*, *prototype*, dan *test*. Dalam metode *design thinking*, *ideate* bertujuan untuk memunculkan ide sebanyak-banyaknya untuk membuat sebuah produk. Setelah itu, dilakukan proses *prototyping* untuk menggambarkan ide yang telah dibuat. Setelah *prototype*-nya terbuat, barulah dilakukan proses *test* untuk mengukur seberapa jauh purwarupa produk dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

3.3.1 Penemuan Ide

Proses penemuan ide adalah proses yang paling penting dalam pengembangan *startup* Ubaform. Proses ini melibatkan seluruh anggota tim untuk ikut serta agar dapat memunculkan solusi yang maksimal. Dalam praktik penemuan ide, Ubaform menggunakan metode *brainstorming*.

Menurut Nilappa (2018) *brainstorming* adalah teknik memunculkan ide kreatif atau teknik untuk memecahkan masalah. Teknik ini menyediakan lingkungan yang bebas bagi para individual untuk mengemukakan ide tanpa adanya kritik dari siapapun. Setiap ide yang dimunculkan akan dicatat dan akan dimasukkan untuk solusi dari problem yang ada. Ada 4 metode dalam *brainstorming* diantaranya, fokus terhadap kualitas yang ada, jangan mengkritik, menyambut ide yang tidak biasa, dan mengembangkan ide yang ada.

Dalam proses *brainstorming*, para *co-founder* memberikan beberapa ide untuk masukan solusi yang akan dikembangkan dan ditawarkan kepada pengguna. Ide-ide tersebut dimunculkan dengan cara mengobservasi beberapa ide yang sudah ada kemudian mengembangkannya. Secara umum, solusi yang akan dikembangkan adalah sebagai berikut.

- a. Menyediakan layanan *templates* formulir, kuis, dan survei yang mempunyai konsep “dari pengguna untuk pengguna”. Dalam artian, pengguna dapat membagikan *templates* yang telah dibuatnya kepada pengguna lain. Begitupun sebaliknya, pengguna dapat menggunakan *templates* yang telah dibagikan pengguna lain.
- b. Fitur pembuatan formulir, kuis, dan survei disediakan secara terpisah dan dapat digunakan sesuai fungsi dan tujuan masing-masing.

- c. Mengoptimalkan UI/UX untuk membuat layanan yang ramah pengguna. Disediakan kustomisasi tema untuk setiap formulir, kuis, dan survei.
- d. Memberikan harga yang murah dan terjangkau.
- e. Mengembangkan fitur-fitur yang belum tersedia di layanan serupa.
- f. Solusi dikembangkan adalah layanan aplikasi berbasis *web* agar dapat diakses dalam berbagai platform seperti *PC*, gawai, dan *smartphone* melalui *web browser*.

3.3.2 Representasi Ide

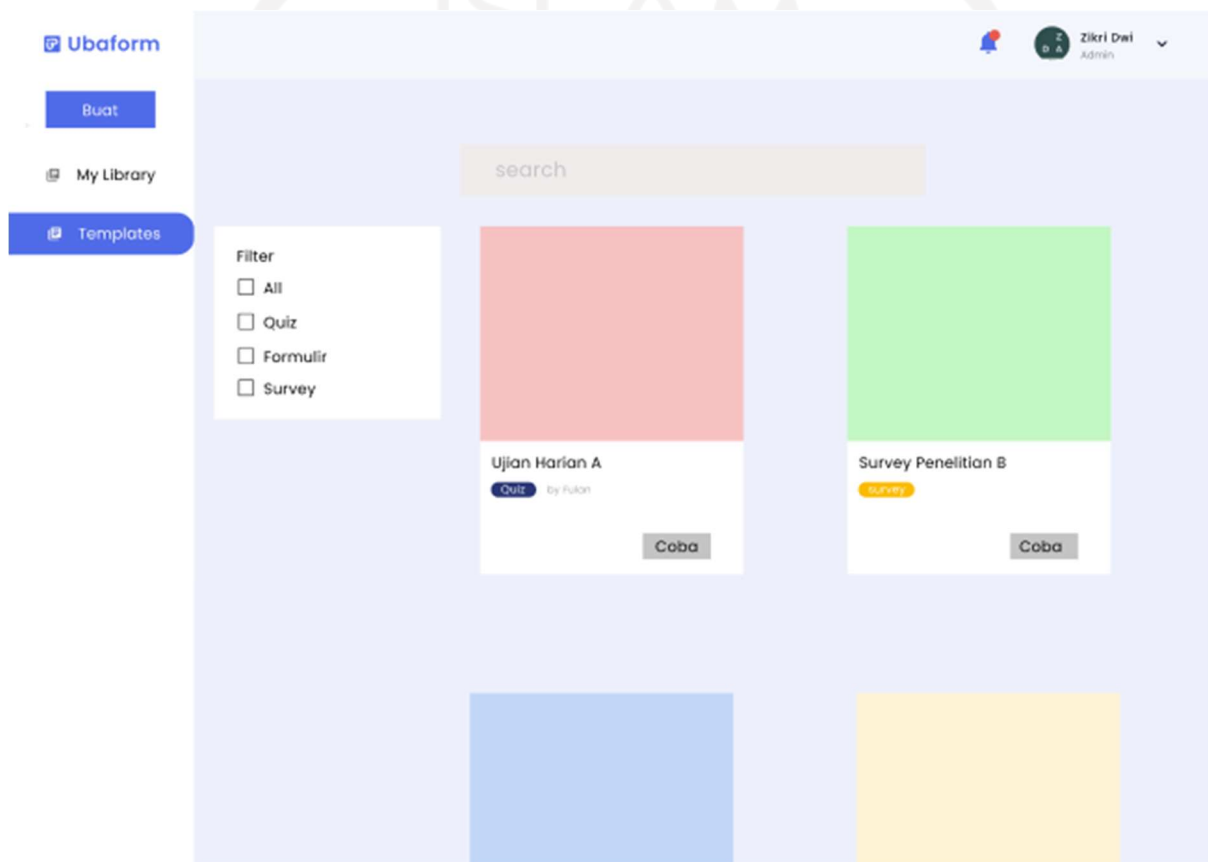
Ide yang telah terbuat perlu direpresentasikan dalam bentuk *prototype* supaya dapat digunakan oleh pengguna dan digunakan untuk bahan pengujian dalam tahap berikutnya. *Prototype* merupakan sebuah perwujudan fisik atau digital dari elemen yang sangat penting dari sebuah desain dan merupakan alat yang digunakan berulang kali untuk meningkatkan komunikasi, menerapkan pembelajaran, dan menginformasikan pengambilan sebuah keputusan dalam proses desain (Lauff, Kotys-Schwartz, dan Rentschler, 2018).

Pada tahap ini ide yang sudah didapat direpresentasikan dalam purwarupa dengan bantuan alat *figma.com*. Alat tersebut dipilih karena dapat digunakan secara gratis dengan batasan tertentu dan banyak dukungan dari komunitas desain.

Prototype pada tahap ini belum dibuat secara sempurna. Hal ini karena pada brainstorming tahap awal yang terlibat hanya dalam kelompok internal saja. Oleh karena itu, umpan balik yang diberikan oleh pengguna sangat penting sekali bagi Ubaform untuk dapat mengembangkan ide ke depannya. Ide yang direpresentasikan difungsikan sebagai validasi awal untuk pengembangan *startup* Ubaform agar dapat bersaing dengan produk yang serupa.

3.3.2.1 Purwarupa Halaman *Templates*

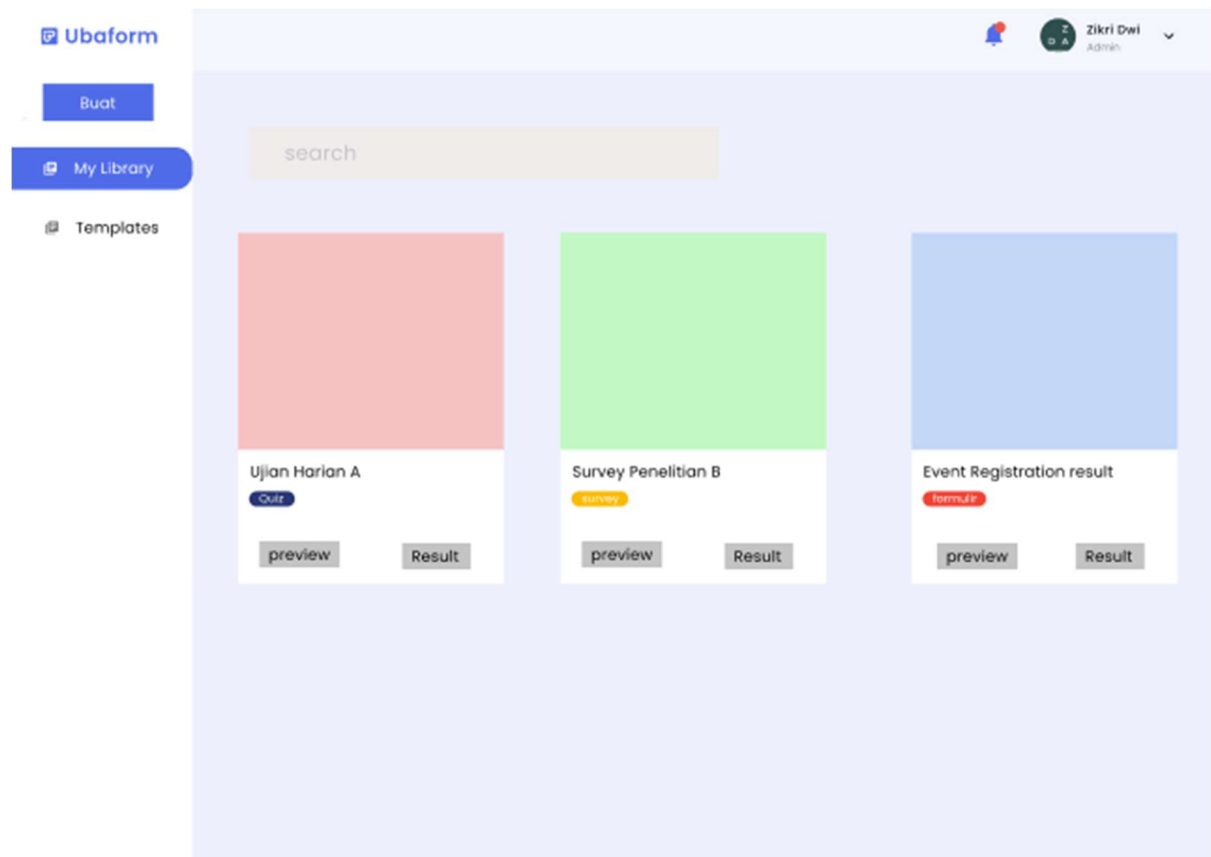
Pada halaman ini disediakan beberapa *templates* yang telah dibuat oleh internal Ubaform dan yang telah dibagikan oleh pengguna lain. Halaman ini ditampilkan pada saat pertama pengguna login. Sehingga, dapat memberikan kesan bagi pengguna agar dapat menggunakan *templates* yang telah tersedia untuk memudahkan pekerjaannya. Disediakan fitur pencarian dan *filter* untuk mempermudah pencarian *templates* sesuai yang diinginkan pengguna. Berikut Gambar 3.1 merupakan desain dari halaman *templates*.



Gambar 3.1 Desain halaman *templates*

3.3.2.2 Purwarupa Halaman *My Library*

Halaman ini memuat formulir, kuis, dan survei yang telah dibuat oleh pengguna. Di halaman ini pengguna dapat melihat, meng-*edit*, dan menghapus formulir, kuis, survei yang telah dibuat. Selain itu, pengguna dapat membagikan templates yang telah dibuat. Berikut Gambar 3.2 merupakan desain dari halaman *My Library*.



Gambar 3.2 Desain Halaman *My Library*

المعهد الإسلامي للدراسات والبحوث

3.3.2.3 Purwarupa Halaman Pembuatan Formulir, Kuis, dan Survei

Dalam halaman ini pengguna dapat membuat formulir, kuis, dan survei. Disediakan 3 pilihan utama yaitu membuat formulir, kuis dan/atau survei. Setiap *builder* memiliki fitur yang berbeda-beda disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Tujuan dari halaman ini adalah memberikan waktu bagi pengguna untuk memutuskan dalam memilih *builder* yang akan dipakai. Berikut Gambar 3.3 merupakan desain untuk halaman pembuatan formulir, kuis, dan survei.

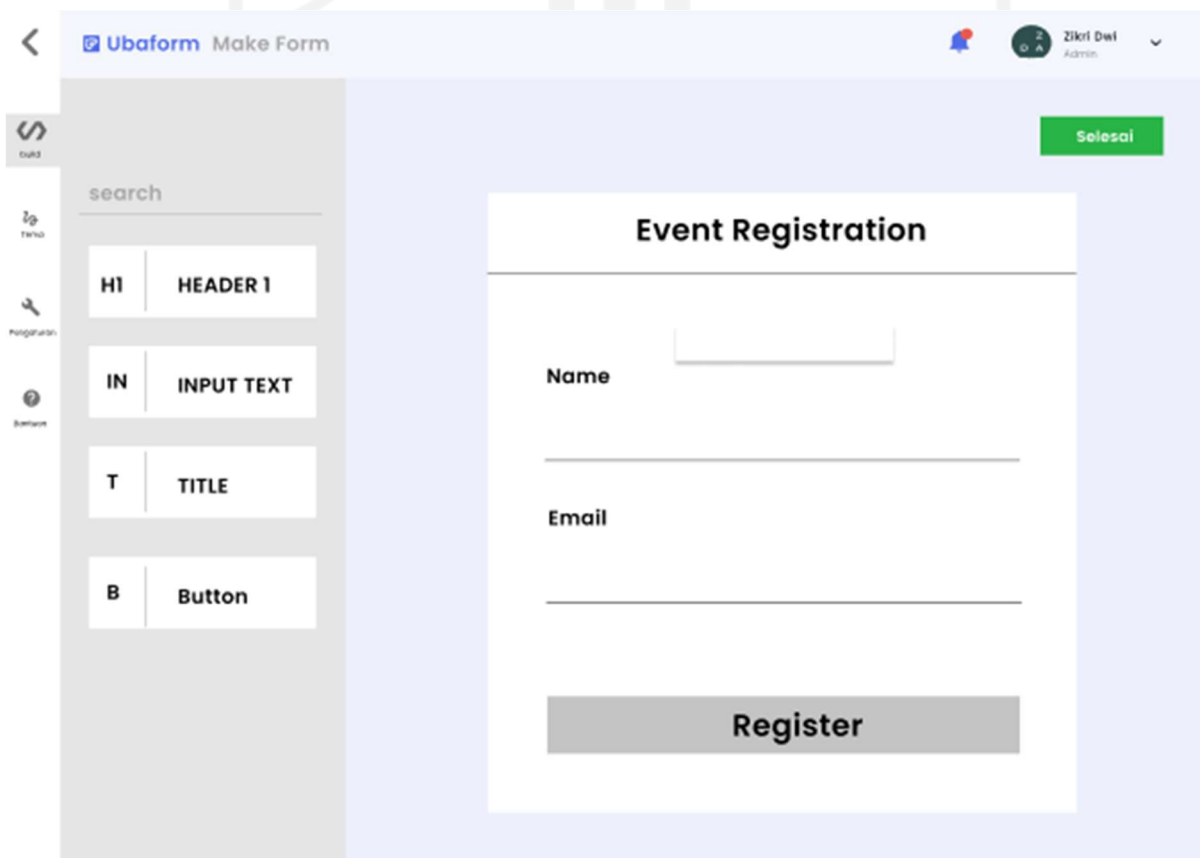


Gambar 3.3 Desain Halaman Pembuatan Formulir, Kuis, dan Survei

3.3.2.4 Purwarupa Halaman *Form, Quiz, & Survey Builder*

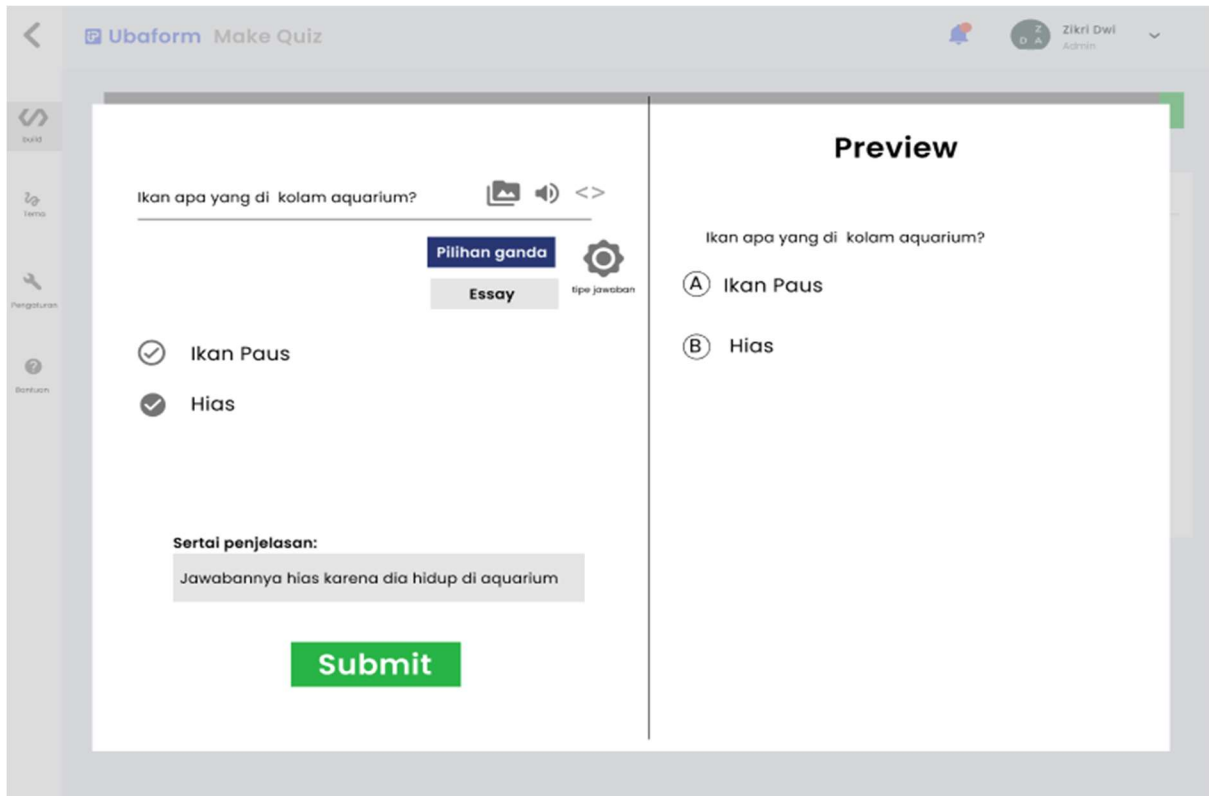
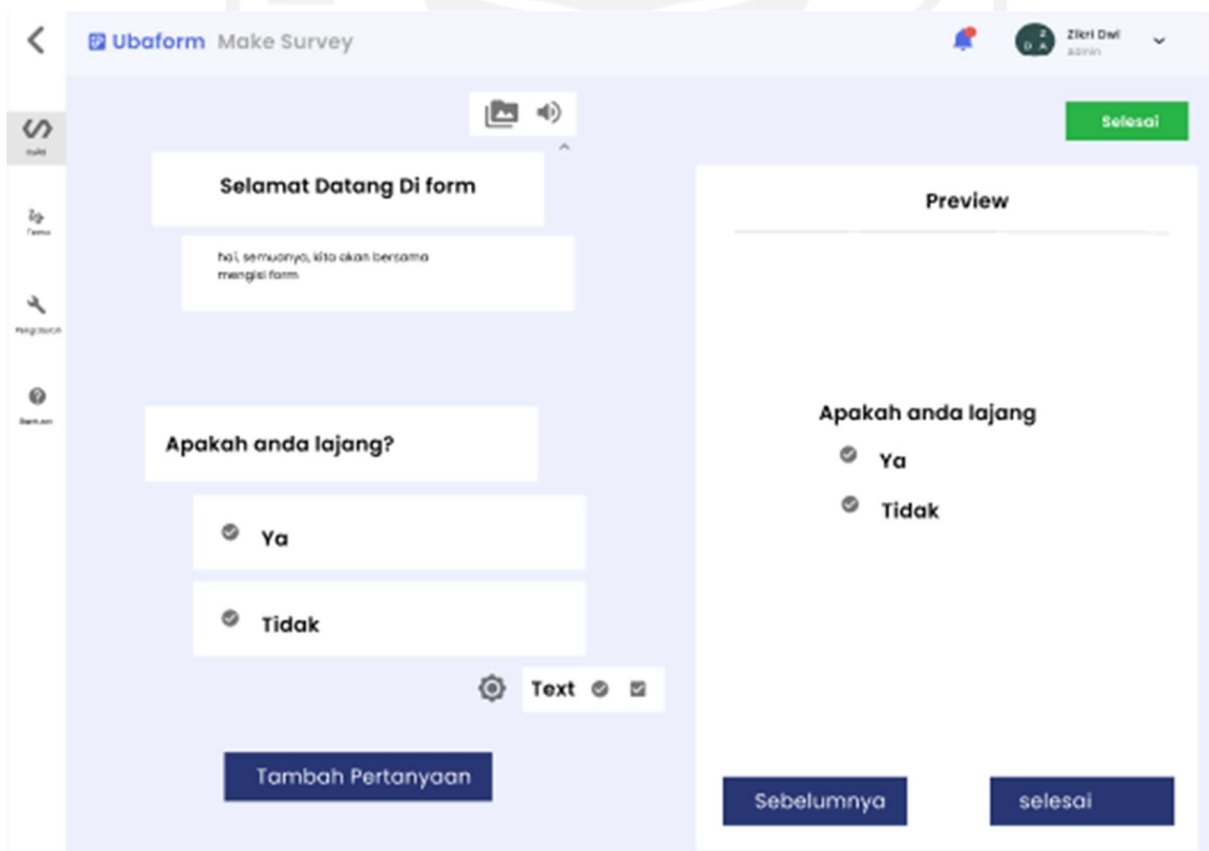
Setiap dokumen yang akan dibuat mempunyai *builder*-nya masing-masing. *Builder* merupakan halaman *editor* untuk membuat dokumen. Dalam *builder*, pengguna dapat menambah, menyunting, ataupun menghapus konten dari dokumen yang dibuat. Selain itu, pengguna dapat melakukan kostumisasi pada tema dokumen yang dibuat. Pengguna juga dapat mengubah pengaturan pada dokumen yang dibuat seperti pengaturan pada kuis, pengaturan notifikasi untuk pengisian dokumen, pengaturan tampilan halaman saat kuis diakses oleh responden, dan lain sebagainya.

Pada Gambar 3.4 merupakan *builder* untuk formulir. Pengguna dapat menambah konten dari formulir dengan cara *drag & drop*. *Drag & drop* diterapkan dengan tujuan untuk mempermudah pengguna dalam membuat dokumen formulir. Pada Gambar 3.5 adalah *builder* untuk membuat kuis. Dalam *builder* tersebut, pengguna dapat menambah pertanyaan sesuai dengan kategori yang diinginkan seperti pilihan ganda, isian, maupun teks panjang. Selain itu, disediakan tampilan *preview* untuk melihat tampilan soal ketika diakses oleh responden. Pada Gambar 3.6 adalah *builder* untuk membuat survei. Dalam *builder* ini pengguna dapat membuat pertanyaan survei dalam 1 halaman penuh. Di sisi kanan pengguna dapat langsung melihat *preview* dari survei yang dibuat.



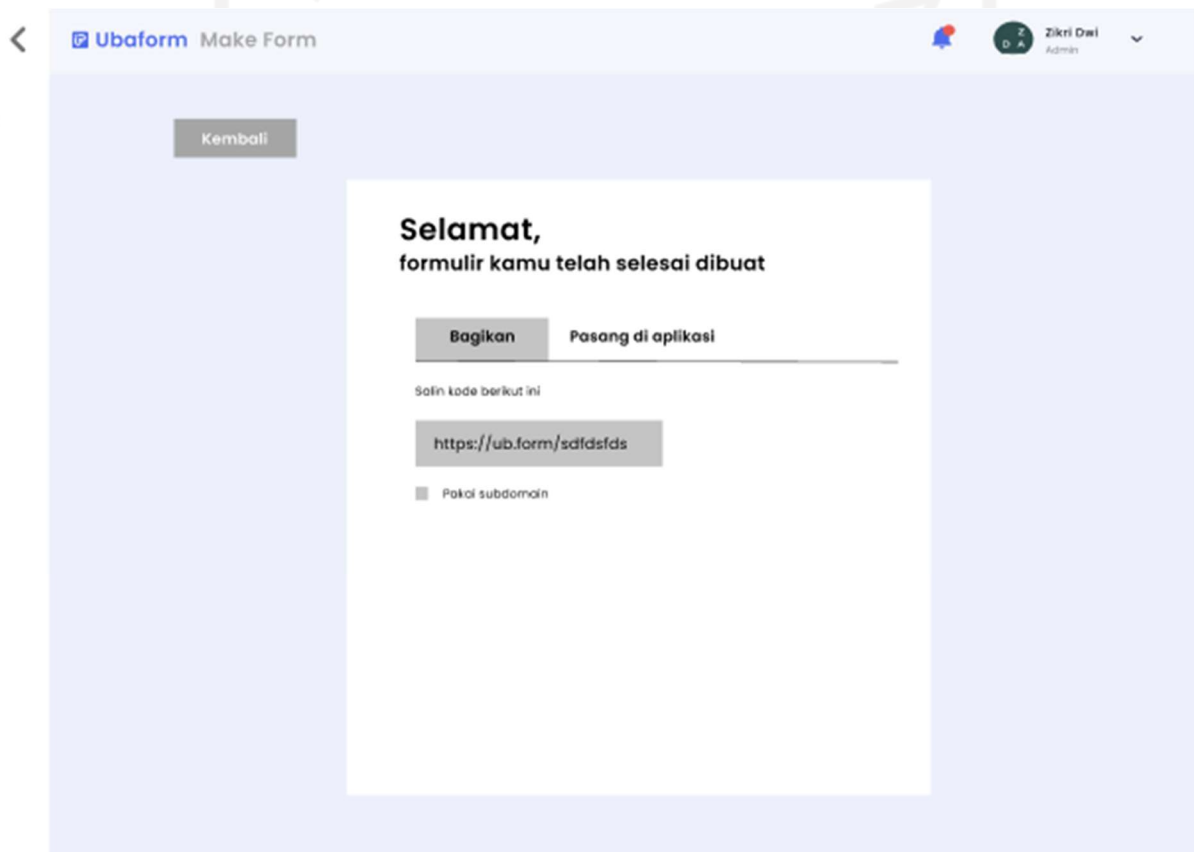
The image shows a screenshot of the Ubaform 'Make Form' interface. The top navigation bar includes a back arrow, the Ubaform logo, and the text 'Make Form'. On the right side of the top bar, there is a notification bell icon, a user profile icon for 'Zikri Dwi Admin', and a dropdown arrow. A green 'Selesai' button is located in the top right corner of the main workspace. On the left side, there is a vertical sidebar with a search bar and several form element categories: 'tulis' (with a pencil icon), 'tama' (with a square icon), 'pengisian' (with a key icon), and 'button' (with a circle icon). Below the search bar, there are four form element options: 'H1 | HEADER 1', 'IN | INPUT TEXT', 'T | TITLE', and 'B | Button'. The main workspace displays a preview of an 'Event Registration' form. The form has a title 'Event Registration' at the top, followed by a 'Name' field with an input box, an 'Email' field with an input box, and a 'Register' button at the bottom.

Gambar 3.4 Desain Halaman *Form Builder*

Gambar 3.5 Desain Halaman *Quiz Builder*Gambar 3.6 Desain Halaman *Survey Builder*

3.3.2.5 Purwarupa Halaman *Share Form, Quiz, & Survey*

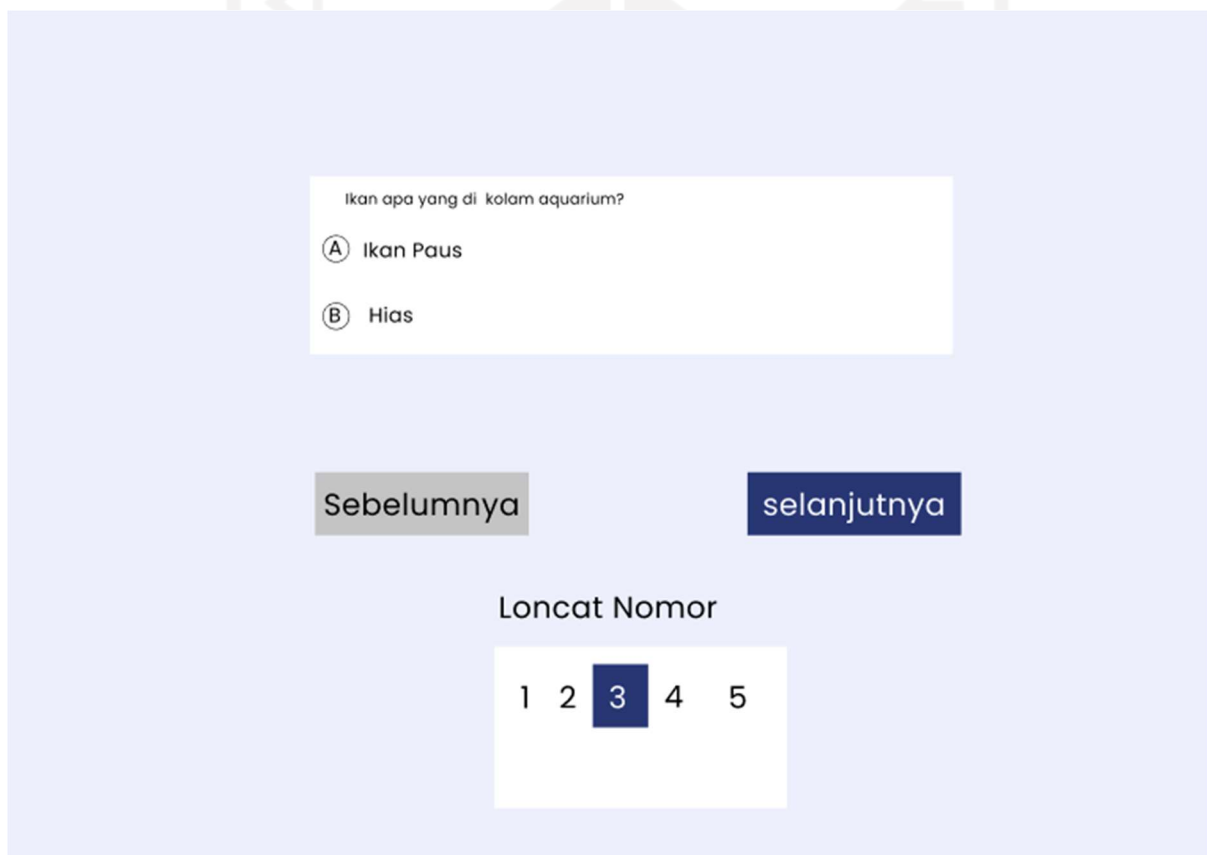
Halaman ini merupakan halaman untuk membagikan formulir, kuis, dan survei. Setelah proses pembuatan selesai dan pengguna mengklik tombol submit. Pengguna akan diarahkan ke halaman ini. Dalam halaman ini, pengguna dapat menyalin *link* untuk mengakses halaman formulir, kuis, dan survei yang telah dibuat. Selain itu, pengguna dapat menggunakan *link subdomain* agar lebih mudah diingat. Apabila pengguna ingin menerapkannya dalam aplikasi web miliknya pengguna dapat memilih fitur “pasang di aplikasi”. Untuk halaman pembagian mempunyai kesamaan untuk setiap *builder*. Berikut Gambar 3.7 merupakan halaman pembagian untuk formulir.



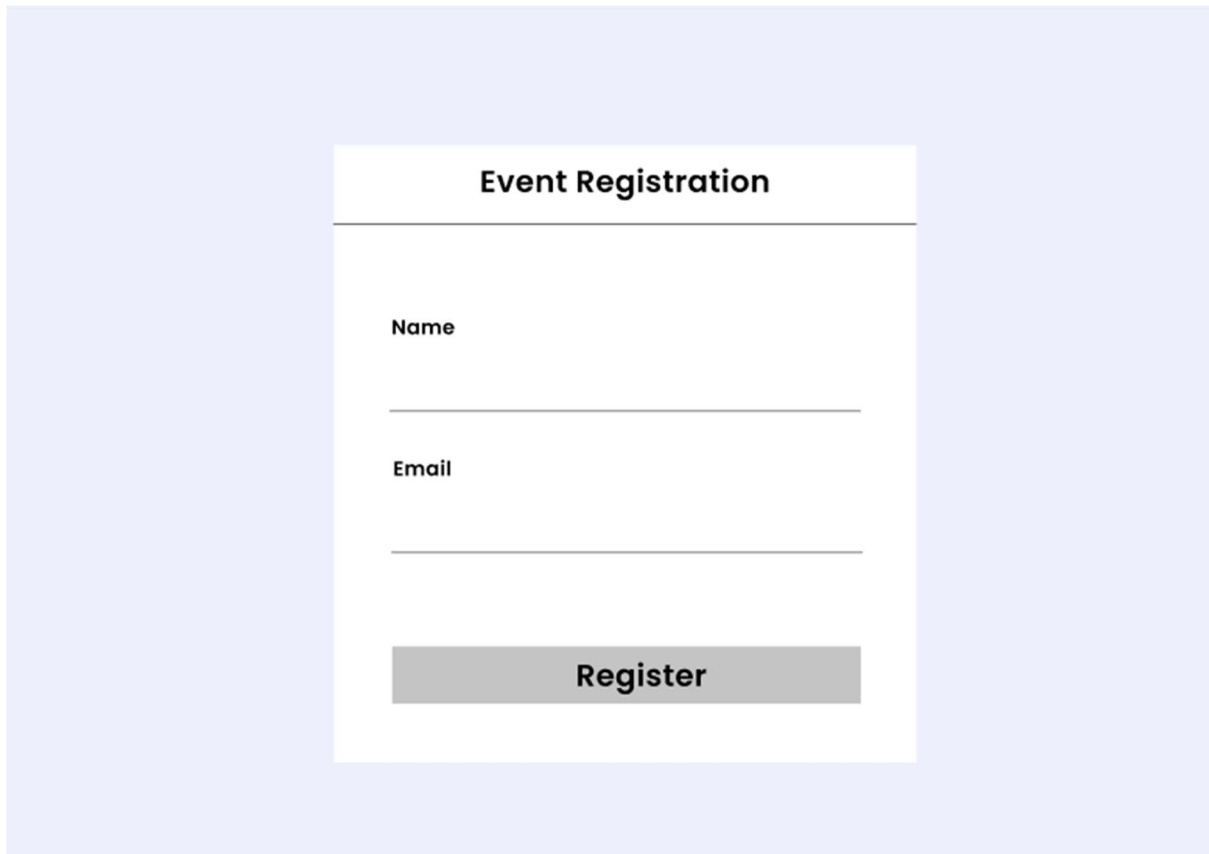
Gambar 3.7 Desain Halaman *Share Form*

3.3.2.6 Purwarupa Halaman *Form, Quiz, & Survey Play*

Halaman ini ditujukan untuk diakses oleh para responden. Dalam halaman *play*, responden dapat mengisi formulir, kuis, dan survei yang telah bagikan oleh pembuatnya. Pada Gambar 3.8 merupakan halaman dari *quiz play*. Responden dapat memilih jawaban mereka dan berganti halaman. Apabila halaman sudah selesai, maka otomatis tombol selanjutnya berganti menjadi “submit”. Pada Gambar 3.9 dapat dilihat bahwa pengguna disediakan formulir 1 halaman. Pengguna dapat mengisi formulir tersebut, apabila sudah selesai mengisi, pengguna dapat mengklik tombol “submit”. Pada Gambar 3.10 merupakan halaman *survey play*, halamannya memiliki kesamaan dengan halaman kuis akan tetapi tidak ada fitur loncat nomor.

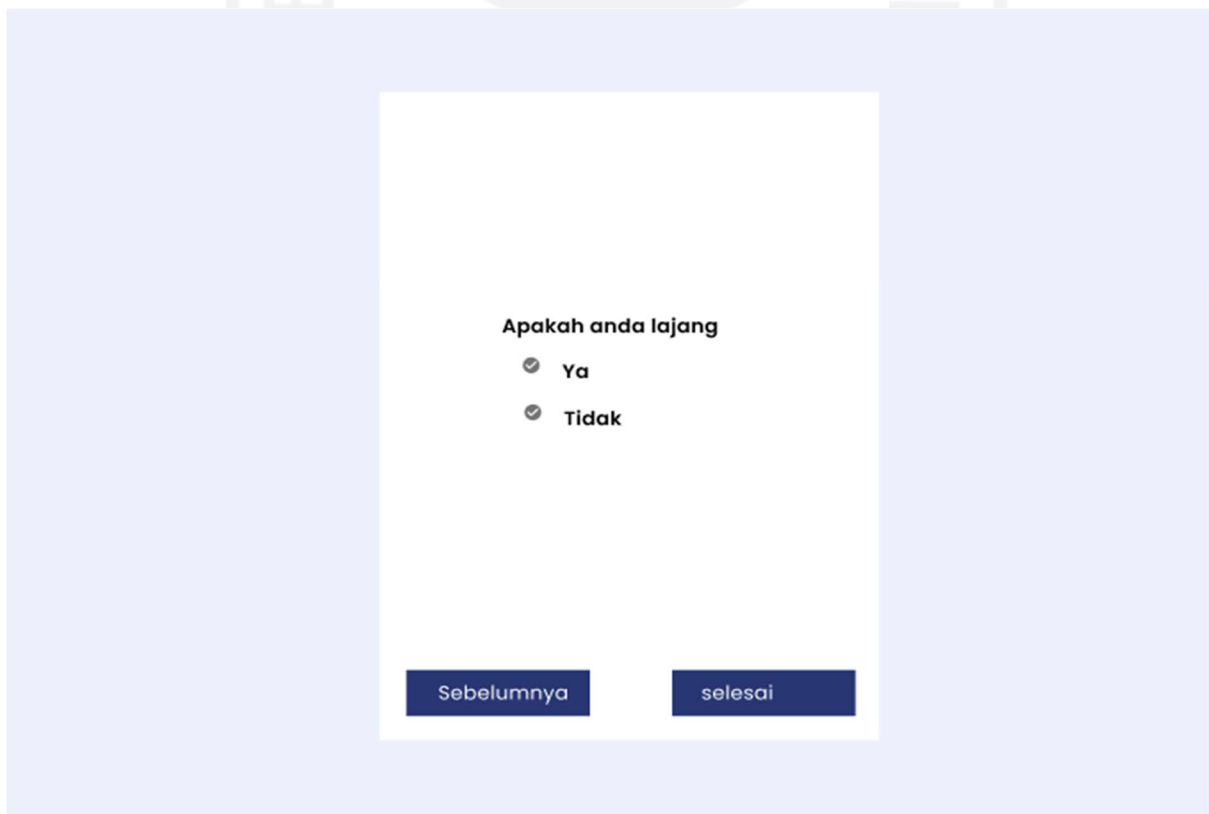


Gambar 3.8 Desain Halaman *Quiz Play*



The image shows a registration form titled "Event Registration". It features two input fields: "Name" and "Email", each with a horizontal line below it. At the bottom of the form is a grey button labeled "Register".

Gambar 3.9 Desain Halaman *Form Play*

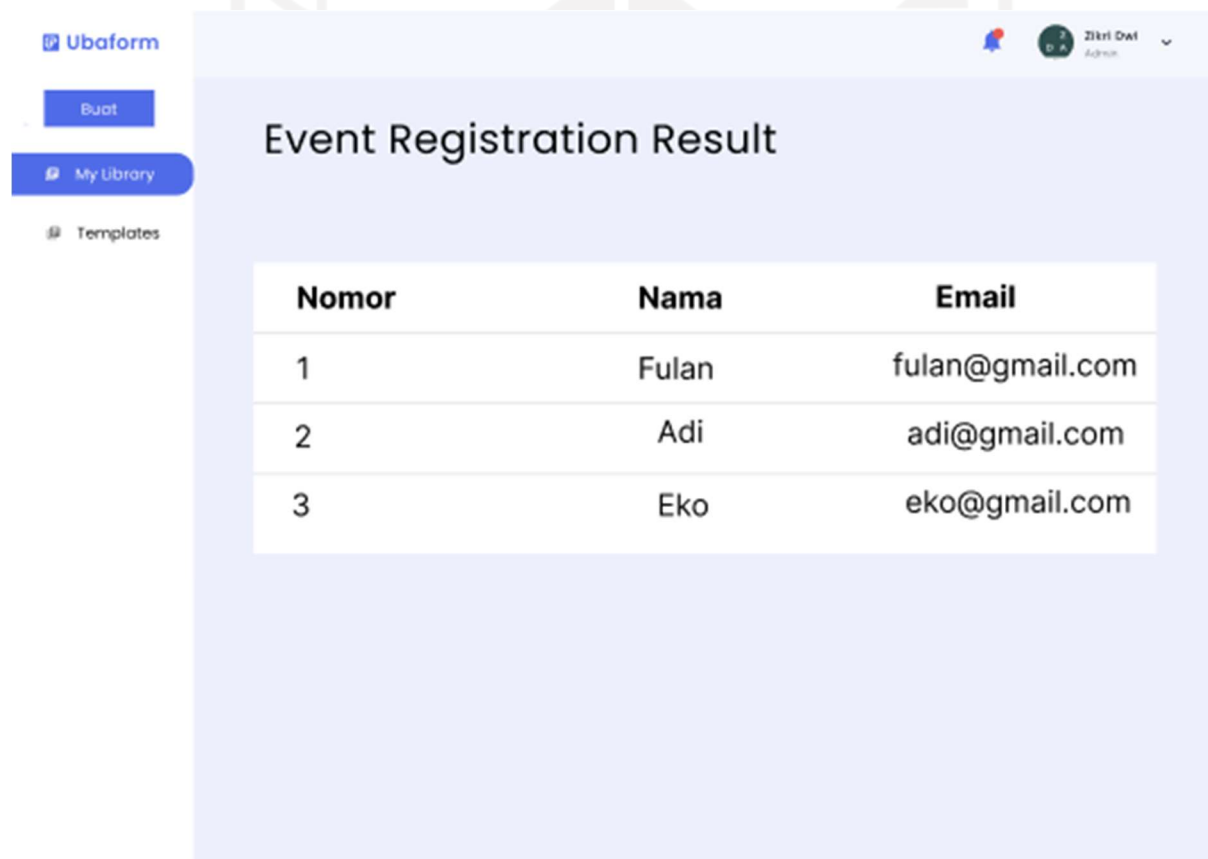


The image shows a survey form titled "Apakah anda lajang". It has two radio button options: "Ya" and "Tidak". At the bottom, there are two dark blue buttons: "Sebelumnya" and "selesai".

Gambar 3.10 Desain Halaman *Survey Play*

3.3.2.7 Purwarupa Halaman *Form, Quiz, & Survey Result*

Halaman *result* merupakan halaman yang berfungsi sebagai analisis data hasil dari formulir, kuis, dan survei. Pengguna dapat melihat data hasil dari formulir, kuis dan survei yang telah diisi oleh para responden. Pada Gambar 3.11 merupakan halaman *form result* yang menyediakan hasil dari pengisian formulir yang telah dibagikan. Gambar 3.12 merupakan halaman *quiz result* yang menyediakan hasil pengisian kuis yang telah dibagikan. Selain itu, pengguna dapat melihat jumlah nilai dari kuis yang diisi. Gambar 3.13 merupakan halaman hasil survei. Representasi hasil survei disediakan dalam bentuk diagram untuk memudahkan pengguna dalam menganalisis data hasil.



Nomor	Nama	Email
1	Fulan	fulan@gmail.com
2	Adi	adi@gmail.com
3	Eko	eko@gmail.com

Gambar 3.11 Desain Halaman *Form Result*



Ubaform

Buat

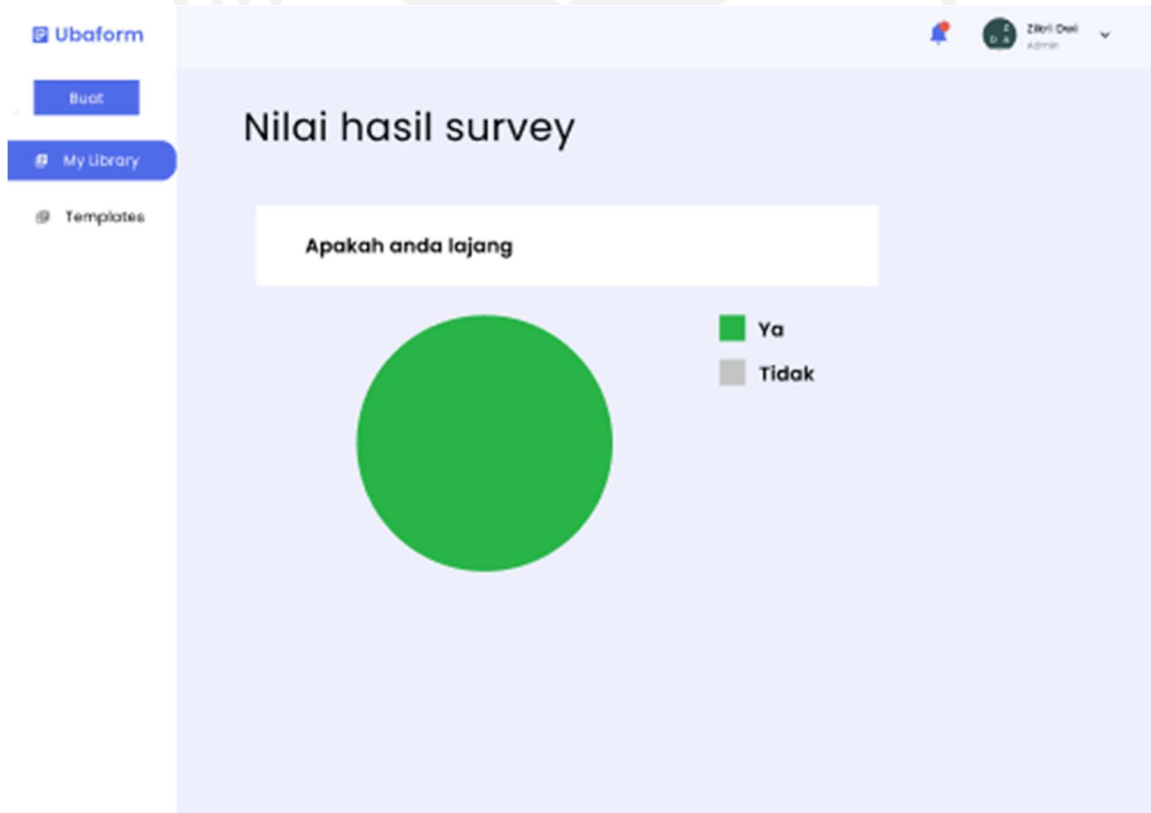
My library

Templates

Nilai hasil kuis Ujian harian A

Nomor	Nama	Nilai
1	Fulan	80/100
2	Adi	60/100
3	Eko	100/100

Gambar 3.12 Desain Halaman Quiz Result



Ubaform

Buat

My library

Templates

Nilai hasil survey

Apakah anda lajang

Ya

Tidak

Gambar 3.13 Desain Halaman Survey Result

3.3.3 Pengujian Ide

Setelah *prototype* selesai dibuat, Ubaform menguji *prototype* tersebut ke beberapa pengguna untuk melihat sejauh mana *prototype* yang telah dibuat dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Selain itu, tujuan dari adanya pengujian pada *prototype* adalah untuk mengoreksi ide yang dibuat dan menjadi acuan pengembangan *startup* ke depannya. Hasil pengukuran dari proses pengujian digunakan untuk memutuskan status dari ide yang dibuat baik itu diganti secara keseluruhan/sebagian atau dilanjutkan dengan beberapa peningkatan. Pengujian lebih dini akan memudahkan *startup* berkembang dengan cepat dan menghemat biaya produksi. Dengan begitu, pengujian ide merupakan keuntungan bagi *startup* yang baru dirintis.

Ubaform menguji ide dengan cara membagikan *prototype* ke 5 pengguna untuk diuji. Pengguna-pengguna tersebut merupakan 1 dosen dan 4 mahasiswa. Dosen dan mahasiswa dipilih karena terbiasa menggunakan dokumen formulir, kuis, dan survei. Pengguna dimintai untuk mencoba fitur-fitur yang telah dibuat Ubaform. Setelah selesai diujikan, pengguna dapat memberikan ulasan di kuesioner yang telah dibagikan. Berikut Tabel 3.4 merupakan umpan balik hasil dari pengujian kepada para pengguna.

Tabel 3.4 Hasil Umpan Balik Pengujian Ide

Parameter	Kelebihan	Kekurangan
Aksesibilitas	Terlihat mudah digunakan	Tidak menemukan fitur untuk pertanyaan yang wajib diisi
Fungsionalitas	Membantu orang dalam melakukan survei	Tidak ada fitur pembeda dengan produk serupa
Tampilan	Tampilan sederhana	<ul style="list-style-type: none"> a. Tampilan belum menarik b. Tidak adanya konsistensi ikon dan <i>button</i> c. Tidak adanya perbedaan warna untuk status kuis yang dikerjakan

3.4 Analisis Model Bisnis

Pada tahap ini dilakukan proses analisis terhadap bisnis model yang dimiliki oleh *startup* Ubaform. Dalam prosesnya, Ubaform menggunakan bisnis model *Software as a Service* (SaaS). Model bisnis SaaS merupakan bisnis model yang berbeda dengan yang lainnya. Bisnis ini sering diterapkan pada layanan perangkat lunak. Sebelum adanya SaaS, banyak perusahaan pengembang perangkat lunak menggunakan sistem pembayaran satu kali dalam 1 versi dan dapat digunakan seumur hidup dalam 1 PC yang sama seperti *windows*, *adobe* (versi terdahulu), *MS office* (versi terdahulu). Berbeda halnya dengan SaaS, SaaS memberikan akses langganan kepada setiap akun. Pembayaran dilakukan setiap bulan dan rata-rata dapat digunakan dalam berbagai *platform* asalkan dengan akun yang sama. Contoh tersebut merupakan salah satu dari aspek bisnis model SaaS yang sering diketahui.

Dalam analisis bisnis model *startup* Ubaform akan dilakukan analisis terhadap beberapa aspek termasuk *cost*, *revenue*, *customer*, keunggulan produk, dan lain sebagainya. Dalam menganalisis bisnis model, Ubaform menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang merupakan kerangka dari gambaran bisnis model di suatu bisnis/produk. Alasan menggunakan kerangka BMC agar model bisnis dapat digambarkan secara cepat dan mudah. Selain itu, apabila ada perubahan pada bisnis model, maka BMC yang telah dibuat dapat diubah secara cepat.

3.5 Penentuan *Growth Strategy*

Pada tahap ini akan dilakukan proses penentuan strategi pada *startup* Ubaform. Strategi yang dimaksud adalah perencanaan Ubaform dalam memunculkan produk di pasaran supaya dapat dirasakan oleh masyarakat luas. Di sisi lain, strategi sangat penting bagi *startup* yang akan diluncurkan supaya meminimalisir kerugian dari segi keuangan serta memaksimalkan modal yang dipunyai agar *startup* dapat beroperasi setelah peluncuran.

Model strategi yang digunakan Ubaform adalah *vertical integration* yaitu strategi tumbuh untuk bersaing dengan produk serupa. Pada dasarnya, produk seperti Ubaform telah dikuasai oleh produk *Google Form* disebabkan memiliki harga gratis dan sederhana untuk digunakan. Ubaform diluncurkan tidak akan terlepas dari persaingan yang ketat dengan produk-produk semisal. Oleh sebab itu, perlu adanya strategi yang cocok untuk pertumbuhan Ubaform ke depannya.

Dalam prosesnya, strategi yang akan ditentukan secara umum adalah pada masalah permodalan, pemasaran, penjualan, dan peluncuran. Strategi yang dibuat adalah strategi yang

lebih mementingkan pada peluncuran tahap awal karena pada dasarnya Ubaform merupakan *startup* yang baru, sehingga tidak perlu membuat strategi yang sangat kompleks untuk saat ini.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang hasil dari proses pembangunan *startup* tahap *early stage*. Hasil dari proses *early stage* (tahap awal) adalah berupa *prototype* (purwarupa), bisnis model, dan strategi tumbuh & berkembang (*growth strategy*). Hasil *prototype* pada bab ini merupakan *prototype* hasil dari revisi dari proses validasi awal, sehingga akan *prototype* yang disajikan akan berbeda dengan bab sebelumnya.

4.1 *Startup* Ubaform

4.1.1 Deskripsi Ubaform

Ubaform merupakan layanan *Software as a Service* (SaaS) yang menyediakan *tools* untuk pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil dokumen formulir secara digital dan daring. Ubaform menggunakan teknologi *cloud computing* yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja oleh penggunanya. Secara umum, Ubaform disediakan bagi siapa orang-orang yang berkepentingan terhadap pembuatan dokumen formulir (formulir, kuis, dan survei). Selain itu, Ubaform dapat diakses secara gratis untuk pengaksesan awal dan akan dikenakan biaya apabila ingin menggunakan fitur tambahan.

Ubaform memiliki peluang untuk berkiprah di pasar karena mempunyai keunggulan seperti harga yang murah serta optimal dalam desain UI/UX. Selain itu, komunitas untuk para pengguna yang disediakan Ubaform akan dapat mampu menarik para pembuat formulir, kuis, dan survei dalam saling berkomunikasi dan berekreasi dalam membuat *templates*. Selain itu dengan pengguna internet di Indonesia sebanyak 196,7 juta orang (APJII, 2020) dapat merepresentasikan bahwa kebutuhan akan teknologi yang berbasis internet akan diminati para pengguna.

4.1.2 Fitur Unggulan Ubaform

Ubaform memiliki fitur unggulan sebagai pembeda atau bentuk dari *competitive advantage* dengan produk lainnya. Fitur-fitur pembeda tersebut yaitu sebagai berikut.

a. *Form, quiz, & survey builder* yang berbasis *drag n drop*

Dalam pembuatan formulir, kuis, dan survei pengguna dapat menggunakan fitur *drag n drop field* atau pertanyaan pada konten yang akan disajikan. Setiap *builder* memiliki *field* atau konten yang berbeda disesuaikan dengan konteks *builder* yang dipakai.

b. *Templates* yang berbasis komunitas

Pengguna dapat menggunakan dan membagikan *templates* di dalam layanan Ubaform. Dengan demikian, interaksi antar sesama pengguna akan menjadi hal utama dalam layanan Ubaform. Akan tetapi, Ubaform tetap menyediakan *templates* bagi para penggunanya untuk memberikan layanan yang lebih baik dan dapat memberikan kesempatan untuk para pengguna dalam menikmati *templates* yang disediakan oleh sistem.

c. Kostumisasi tema pada dokumen yang dibuat

Berbeda halnya dengan *templates*, kostumisasi tema disediakan dalam *builder* untuk memberikan fasilitas bagi para pengguna dalam mengkostumisasi tampilan untuk formulir, kuis, atau survei. Hal ini disediakan untuk membangun atau memberikan kesempatan bagi para pengguna untuk lebih kreatif dalam membuat temanya sendiri.

d. Mendapatkan notifikasi proses pengisian dokumen formulir, kuis, dan survei

Dalam fitur ini, pengguna dapat mengatur notifikasi pengisian dokumen formulir, kuis, atau survei. Ada 2 jenis notifikasi yang disediakan oleh layanan Ubaform yaitu notifikasi *email* dan notifikasi sistem. Notifikasi *email* dapat digunakan oleh pengguna untuk memberikan notifikasi ke *email*-nya. Pengguna dapat memberikan batasan dalam jumlah *n* pengisi untuk dinotifikasikan ke *email*-nya. Notifikasi sistem digunakan untuk notifikasi secara *realtime* di sistem Ubaform yang digunakan oleh para pengguna.

e. Menambahkan logik pada formulir, kuis, dan survei yang dibuat

Fitur ini memberikan fasilitas untuk menentukan arah setiap pertanyaan atau *field* yang telah dibuat oleh pengguna. Pengguna dapat memberikan logik atau percabangan akan setiap pertanyaan yang berbeda konteks. Misalnya pengguna mempunyai 2 konteks topik berbeda, untuk menentukan topik ke pertanyaan selanjutnya ditentukan oleh pilihan jawaban oleh pengguna.

4.1.3 Ubaform sebagai Layanan *Software as a Service* (SaaS)

Ubaform mengambil konsep layanan SaaS yang dimana dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Dalam praktiknya, Ubaform di-*hosting* dalam *cloud provider* terpilih. Selain itu, semua basis sistem Ubaform seperti *storage*, *domain*, dan lain-lain pula menyewa *cloud provider*. Sehingga, Ubaform dapat diakses melalui internet dan data yang tersimpan di layanan Ubaform bersifat *realtime*.

4.1.4 Platform yang Digunakan

Ubaform menggunakan *platform* aplikasi berbasis web untuk tahap awal. Aplikasi berbasis web dipilih karena dapat digunakan dalam berbagai macam *device* melalui *web browser* baik itu komputer maupun gawai.

4.1.5 Perbandingan dengan Produk Serupa

Ubaform memiliki beberapa kompetitor, kompetitor-kompetitor tersebut memiliki keunggulan dan keutamaannya masing-masing. Ubaform berfokus pada penyempurnaan fitur, harga yang murah, dan desain yang menarik.

Pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa beberapa produk yang berfokus ke dalam penyediaan *templates* dari perusahaannya sendiri dan tidak melibatkan para penggunanya. Ubaform menghadirkan fitur bagi pengguna untuk lebih berperan aktif dalam pengembangan *templates*. Selain dapat membentuk komunitas bagi Ubaform, hal tersebut dapat memberikan layanan murah bagi penggunanya karena tidak perlu melakukan riset dan pengembangan berlebih terhadap *templates* yang disediakan.

Selain itu, Ubaform menyediakan fitur *drag n drop* untuk *builder* untuk memudahkan pengguna dalam mengelola konten dari dokumen yang dibuat. Kustomisasi tema dengan fitur banyak tentunya menjadi keunggulan Ubaform menyediakan harga yang murah dengan diperkaya fitur ini. Ubaform menyediakan notifikasi untuk melihat proses pengisian dokumen yang dibuat baik melalui *email* maupun melalui sistem Ubaform.

Tabel 4.1 Perbandingan Ubaform dengan Produk Serupa

Parameter	Ubaform	Typeform	Google Form	Jotform
Penyediaan Templates	Berbasis komunitas dan disediakan oleh layanan	Hanya disediakan oleh layanan	Hanya disediakan oleh layanan	Hanya disediakan oleh layanan
Tipe Builder	<i>Drag n drop</i>	<i>Choose and click</i>	<i>Choose and click</i>	<i>Drag n drop</i>
Fitur Lojik	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
Kustomisasi Tema	Tersedia dengan banyak fitur	Tersedia dengan banyak fitur	Tersedia dengan fitur terbatas	Tidak tersedia
Integrasi	Belum tersedia	Tersedia dengan aplikasi pihak ketiga	Tersedia dengan aplikasi dari Google	Tersedia dengan aplikasi pihak ketiga
Notifikasi	Tersedia notifikasi melalui sistem dan email	Tidak tersedia notifikasi, harus diintegrasikan dengan aplikasi pihak ketiga	Tidak tersedia notifikasi	Tersedia notifikasi melalui sistem dan email
Desain	Menarik dan nyaman	Menarik dan nyaman	Sederhana	Sederhana
Fitur Pembagian Dokumen	Melalui <i>link</i> yang disediakan sistem	Melalui <i>link</i> dan disediakan <i>plugin</i> untuk aplikasi lainnya	Melalui <i>link</i> yang disediakan oleh sistem	Melalui <i>link</i> dan disediakan <i>plugin</i> untuk aplikasi lainnya
Fitur Analisis Data Hasil	Analitik termasuk respon dan <i>tracking</i> dokumen	Analitik termasuk respon dan <i>tracking</i> dokumen	Analitik hanya respon saja	Analitik termasuk respon dan <i>tracking</i> dokumen
Harga berlangganan	Mulai dari Rp. 25.000	Mulai dari Rp. 363.827	Mulai dari Rp. 60.291	Mulai dari Rp. 349.274

4.2 Prototype

Setelah proses *prototyping* tahap awal selesai dan dilakukan validasi kepada para pengguna, Ubaform melakukan tahap *prototyping* lanjutan untuk menutupi kekurangan dan menyediakan fitur yang lebih baik untuk memberikan layanan terbaik kepada para pengguna. Penyempurnaan yang dilakukan adalah sebagai berikut.

a. Penyempurnaan fitur

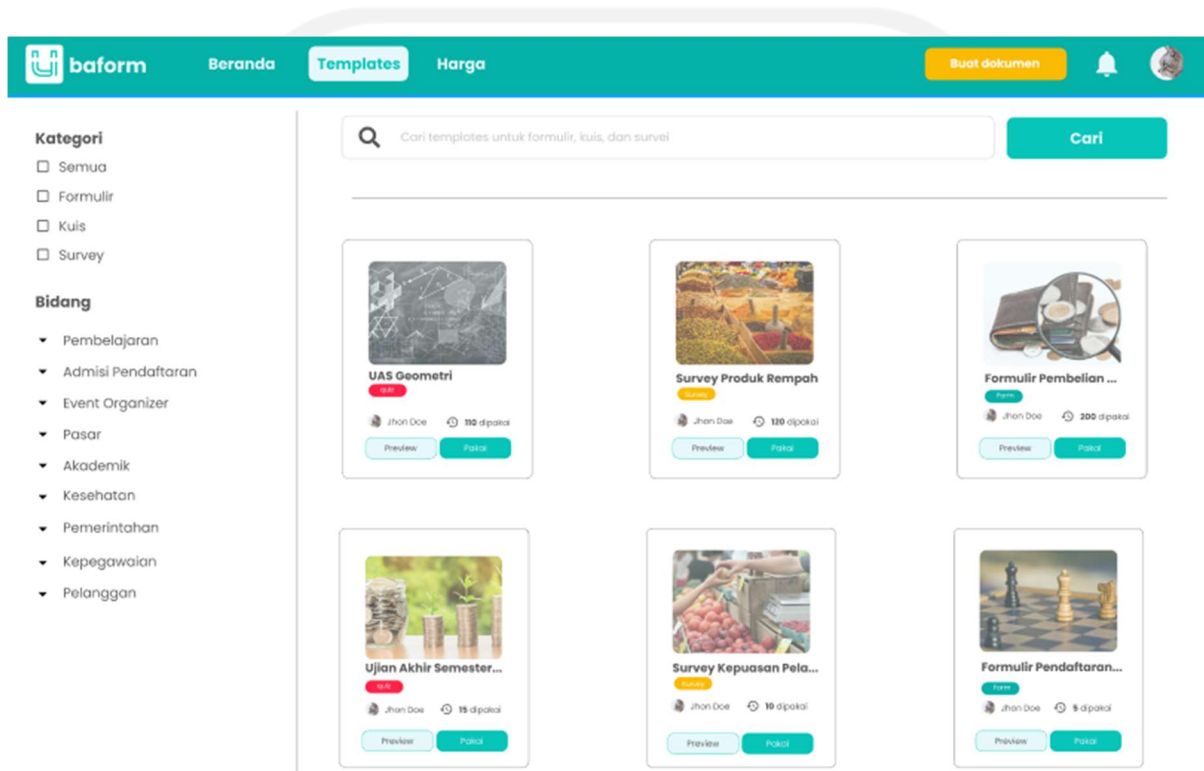
Penyempurnaan ini fokus pada masalah fitur di layanan Ubaform. Fitur-fitur yang disempurnakan adalah fitur *builder*, *play*, dan *analyze*. Ubaform memberikan beberapa fitur tambahan pada *builder* seperti *drag n drop* pertanyaan, logik, dan notifikasi pengisian dokumen. Selain itu pada fitur *play*, Ubaform memberikan fitur tambahan untuk tampilan 1 halaman untuk 1 soal, sehingga pengguna dapat dengan fokus untuk mengisi dokumen yang dibagikan oleh pembuatnya. Pada fitur *analyze*, disediakan fitur tambahan lainnya seperti ekspor data hasil ke dokumen *pdf/spreadsheet*, melihat secara rinci untuk setiap jawaban, dan analisis untuk pengunjung ke halaman dokumen yang telah dibagikan.

b. Penyempurnaan desain

Penyempurnaan ini fokus pada masalah desain di layanan Ubaform. Apabila pada desain sebelumnya, tampilan terlihat tidak berwarna dan sangat sederhana. Maka pada proses penyempurnaan desain, tampilan layanan Ubaform disempurnakan menjadi lebih berwarna dan teroganisir.

4.2.1 *Prototype Halaman Templates*

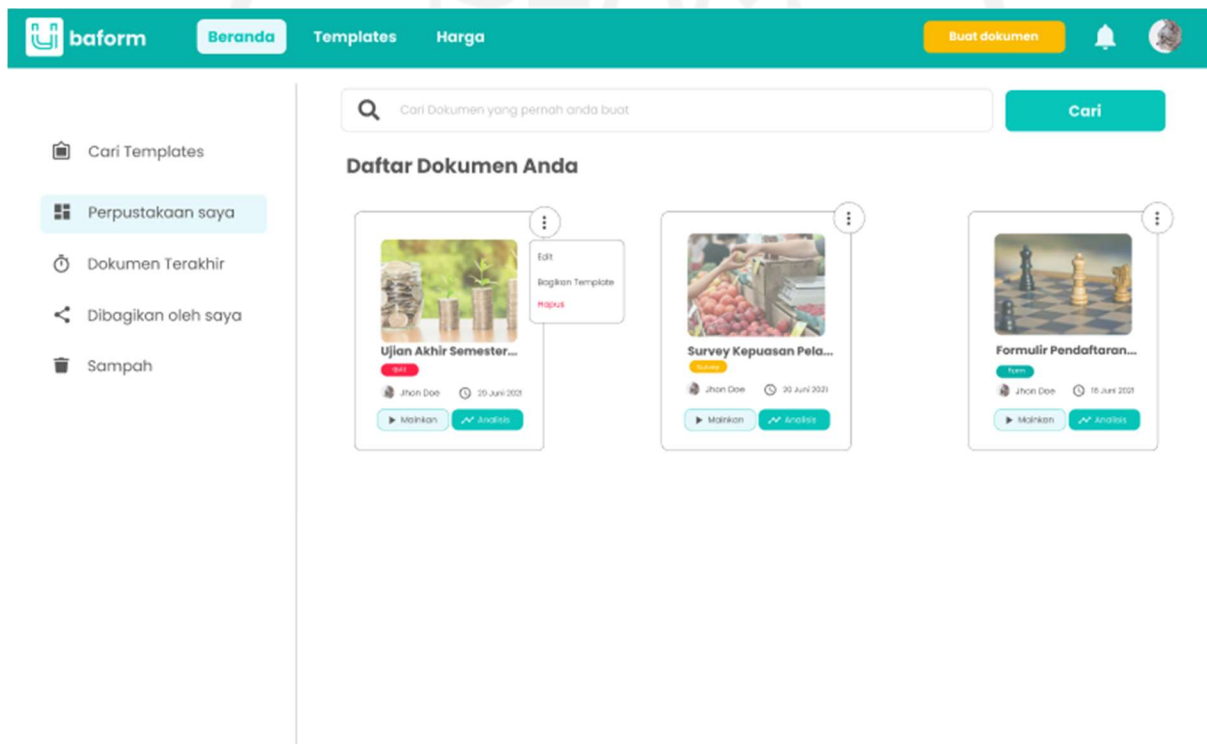
Pada Gambar 4.1 adalah halaman *templates*, pada halaman ini telah disempurnakan beberapa desain dan fitur. Desain pada gambar tersebut lebih berwarna dan pengguna dapat dengan mudah memilih aksi terhadap *templates* yang tersedia. Sedangkan, fitur pada halaman ini lebih baik daripada tampilan sebelumnya, pengguna dapat dengan mudah mencari dan menyaring *templates* sesuai kategori yang telah ditentukan.



Gambar 4.1 Desain Halaman *Templates*

4.2.2 *Prototype Halaman My Library*

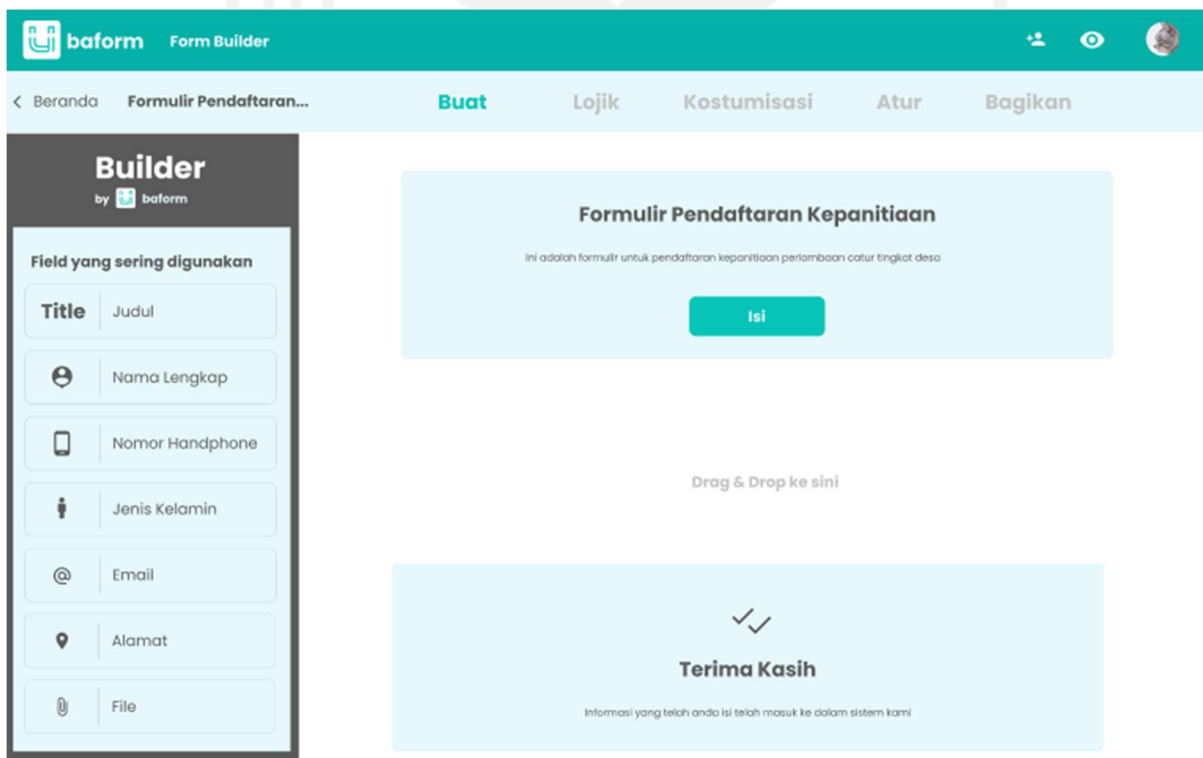
Gambar 4.2 merupakan halaman *My Library* yang berfungsi sebagai daftar dokumen yang telah dibuat oleh pengguna. Pada halaman ini terdapat perubahan desain yang lebih baik yaitu disediakan judul, jenis dokumen, pembuat, dan tanggal pembuatan. Perubahan fitur berada pada kedua tombol yang berfungsi untuk mencoba dokumen dan menganalisis data hasil serta ada fitur bagikan *template* yang berfungsi untuk membagikan dokumen yang telah dibuat ke komunitas.



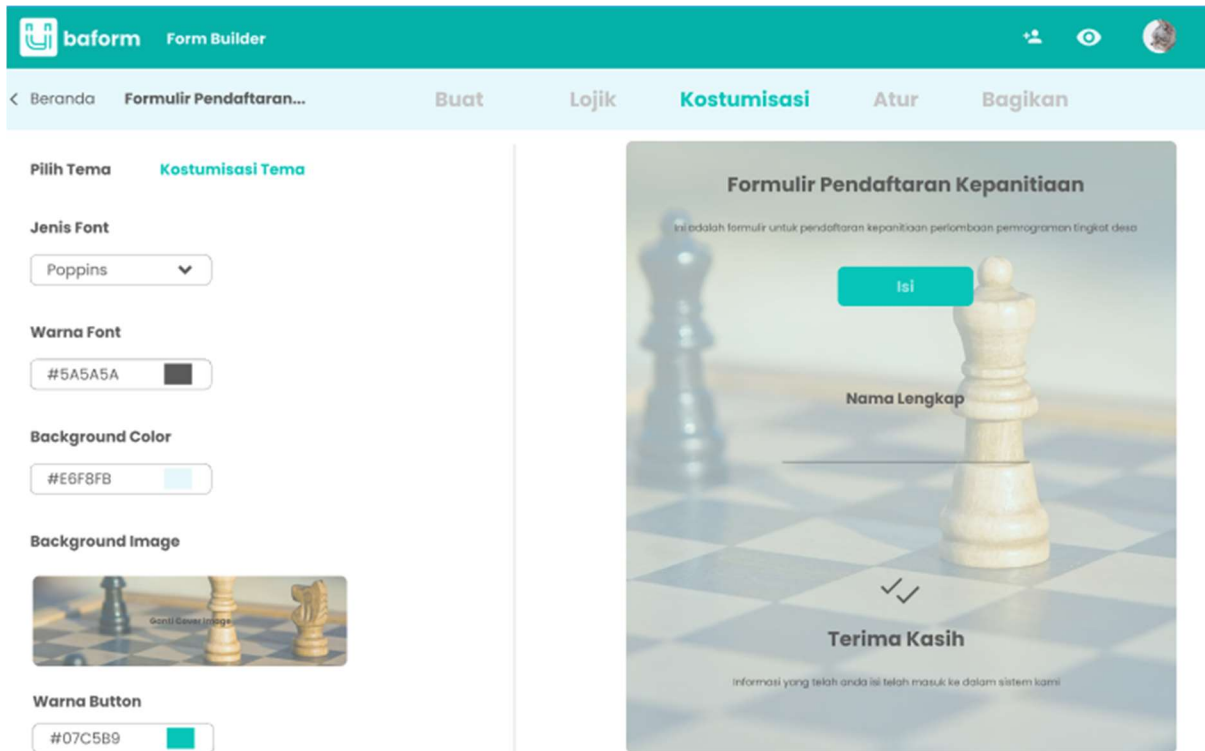
Gambar 4.2 Halaman *My Library*

4.2.3 *Prototype Halaman Builder*

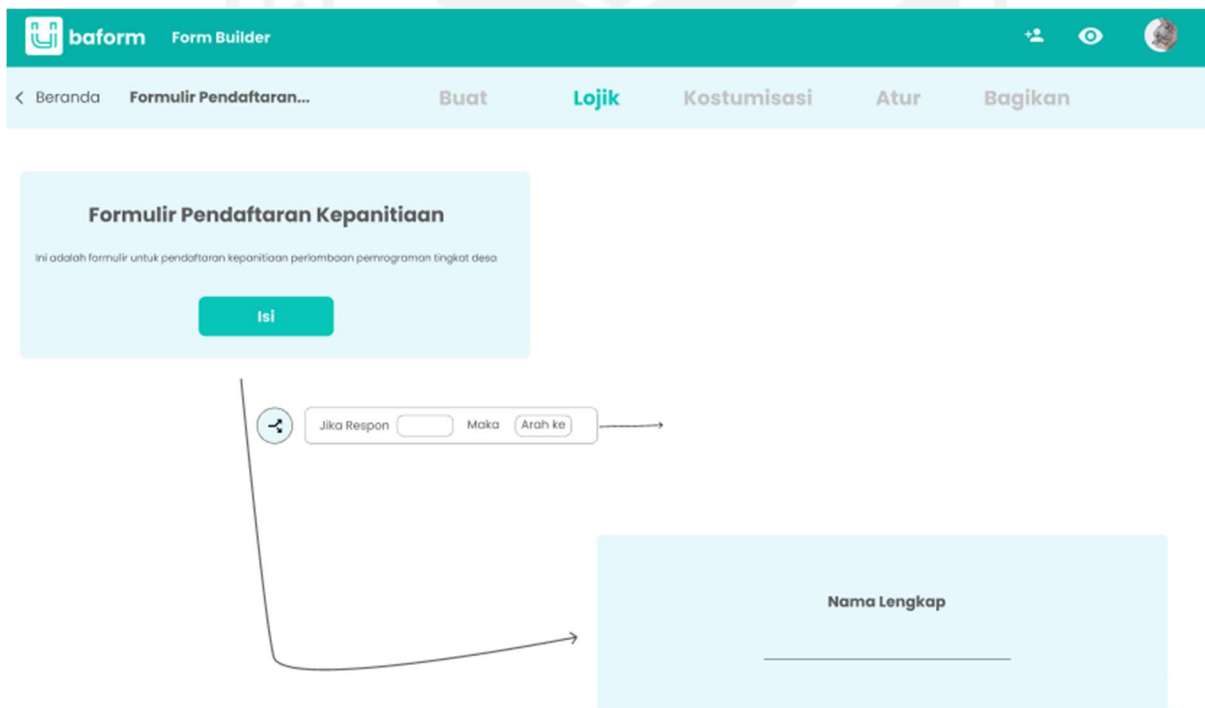
Pada halaman *builder*, terjadi banyak perubahan dari desain dan fitur. Pada Gambar 4.3, disediakan fitur untuk membuat konten dari dokumen formulir, kuis, dan survei. Hal yang membedakan antara *builder* formulir, kuis, dan survei adalah *field* yang disediakan oleh Ubaform. Setiap *builder* memiliki *field* yang berbeda menyesuaikan dengan fungsi *builder*-nya masing-masing. Penyempurnaan selanjutnya adalah kostumisasi tema untuk setiap dokumen yang dibuat. Pada Gambar 4.4, Pengguna dapat memilih tema yang disediakan oleh Ubaform dan dapat mengkostumisasinya sendiri. Selain dari kedua penyempurnaan tersebut, Pada Gambar 4.5, ada penambahan fitur logik yang berfungsi untuk menentukan arah pertanyaan dari jawaban responden. Fitur ini disediakan karena dalam beberapa kasus, pertanyaan yang diberikan pembuat biasanya memiliki beberapa konteks berbeda. Terakhir, penyempurnaan ada pada pengaturan setiap dokumen yang dibuat. Setiap *builder* memiliki fitur pengaturan yang berbeda. Akan tetapi, hal yang paling difokuskan di sini adalah fitur notifikasi yang dapat dilihat pada Gambar 4.6. Notifikasi yang diberikan adalah notifikasi ke sistem Ubaform dan ke *email*.



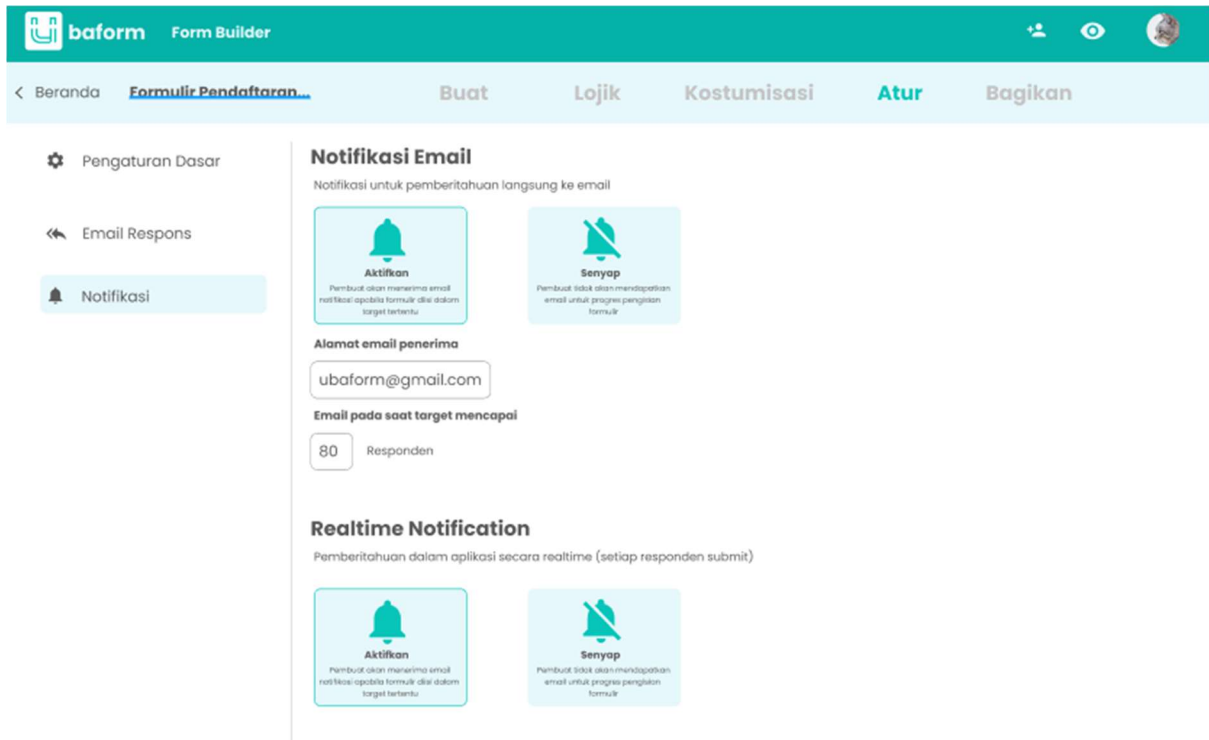
Gambar 4.3 Halaman *Builder* untuk Pembuatan Dokumen



Gambar 4.4 Halaman *Builder* untuk Kustomisasi Dokumen



Gambar 4.5 Halaman *Builder* untuk Proses Logik Dokumen



The screenshot displays the 'baform Form Builder' interface. The top navigation bar includes 'Beranda', 'Formulir Pendaftaran...', 'Buat', 'Lojik', 'Kostumisasi', 'Atur', and 'Bagikan'. The left sidebar contains 'Pengaturan Dasar', 'Email Respons', and 'Notifikasi'. The main content area is titled 'Notifikasi Email' and includes the following settings:

- Notifikasi Email**: Notifikasi untuk pemberitahuan langsung ke email.
- Aktifkan**: Pembuat akan menerima email notifikasi apabila formulir diisi dalam target tertentu.
- Senyap**: Pembuat tidak akan mendapatkan email untuk progres pengisian formulir.
- Alamat email penerima**: ubaform@gmail.com
- Email pada saat target mencapai**: 80 Responden
- Realtime Notification**: Pemberitahuan dalam aplikasi secara realtime (setiap responden submit).
- Aktifkan**: Pembuat akan menerima email notifikasi apabila formulir diisi dalam target tertentu.
- Senyap**: Pembuat tidak akan mendapatkan email untuk progres pengisian formulir.

Gambar 4.6 Halaman *Builder* untuk Pengaturan Dokumen

4.2.4 *Prototype Halaman Play*

Pada halaman *Play*, tidak terjadi banyak perubahan. Perubahan difokuskan kepada desain untuk setiap jenis dokumen. Desain disesuaikan dengan fungsi jenis dokumen yang dibuat. Pada Gambar 4.7 merupakan halaman untuk *play* formulir. Jenis halaman yang digunakan adalah 1 pertanyaan per halaman. Oleh sebab itu, pengguna dapat dengan fokus untuk mengisi setiap pertanyaan yang diberikan oleh pembuat formulir. Pada Gambar 4.8 merupakan tampilan *play* kuis. Terdapat nama responden, status setiap soal, dan tombol submit. Halaman *play* survei tidak jauh berbeda dengan halaman *play* formulir seperti pada Gambar 4.9.



The image shows a light blue rectangular form area. Inside, the text "Nama Lengkap" is centered above a horizontal line. Below the line, the name "Jhon Walker" is displayed. Below the form area, there are two buttons: a light blue button on the left labeled "Sebelumnya" and a teal button on the right labeled "Selanjutnya".

Powered by  baform

Gambar 4.7 Halaman *Play* untuk Formulir

Manakah diantara jawaban yang benar tentang inflasi?

- Kasus naiknya BBM di masyarakat
- Penerapan PPN pada bahan pokok
- Biaya listrik PLN yang disubsidi
- Utang suatu negara menumpuk

Jhon Walker ✓

120 Menit

1 2 3 4 5

SUBMIT

Sebelumnya Selanjutnya

Powered by baform

Gambar 4.8 Halaman *Play* untuk Kuis

Berapakah kepuasan anda terhadap produk kami?

★ ★ ★ ★ ★

Sebelumnya Selanjutnya

Powered by baform

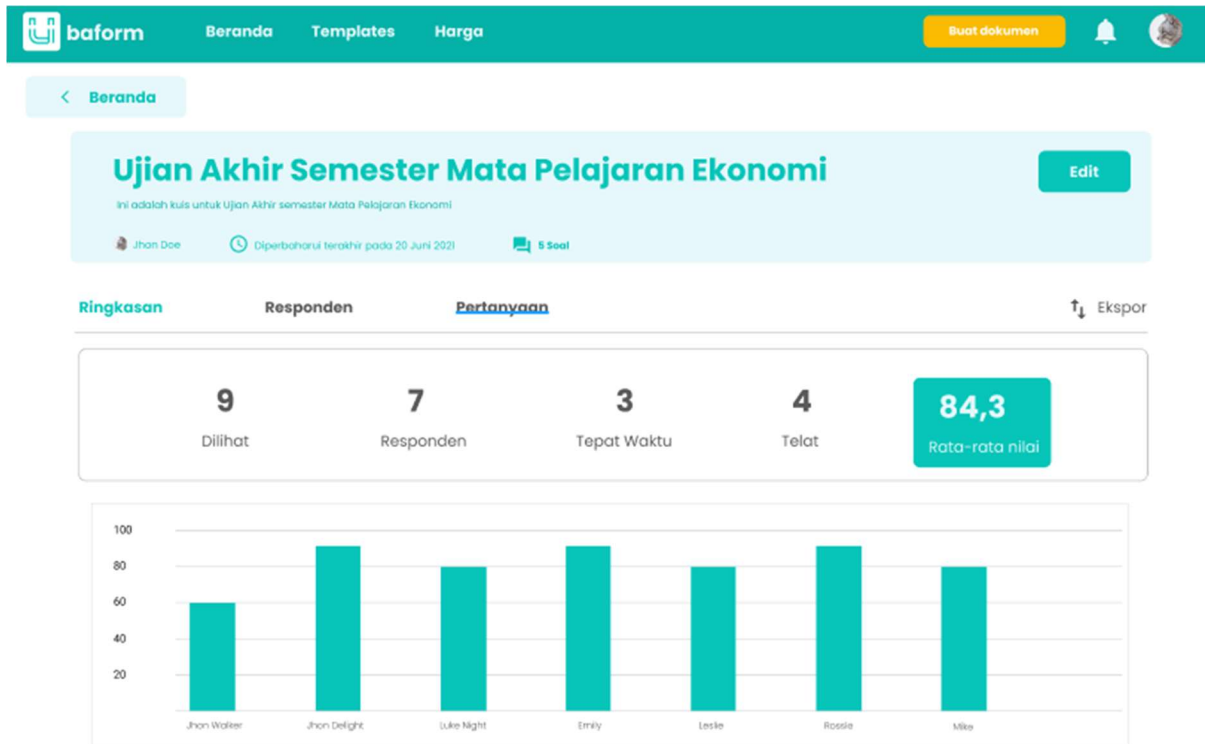
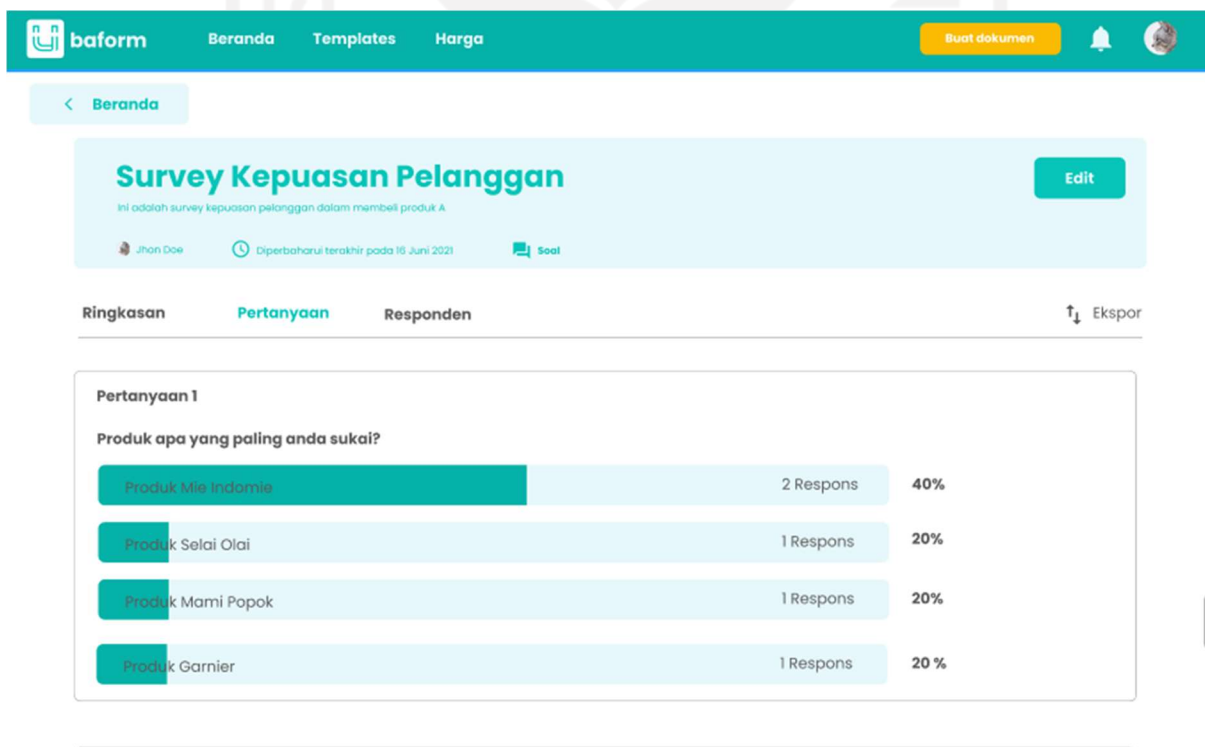
Gambar 4.9 Halaman *Play* untuk Survei

4.2.5 *Prototype Halaman Analyze*

Perubahan yang dilakukan pada halaman analisis dokumen formulir, kuis, dan survei adalah menyempurnakan tampilan dan fitur yang sebelumnya belum ada. Pada Gambar 4.10 adalah halaman analisis untuk formulir. Pada halaman ini hanya disediakan sebuah tabel untuk melihat daftar responden yang telah mengisi formulir tersebut. Selain itu, pengguna dapat mengekspornya ke dalam *pdf* dan *spreadsheet*. Pada Gambar 4.11 merupakan halaman analisis untuk kuis, pengguna dapat melihat ringkasan. Dalam ringkasan tersebut, pengguna dapat melihat rata-rata nilai dari setiap responden. Pada Gambar 4.12 merupakan halaman untuk analisis survey, pengguna dapat melihat hasil survei per pertanyaan dalam bentuk diagram.

ID	Nama	Jenis Kelamin	Usia (TH)	Pengalaman Catur (TH)	Asal RT
3421222	Jhon Walker	Laki-laki	15	5	Kaliduru
34454	Jhon Delight	Laki-laki	17	2	Kalisenja
34334	Luke Night	Laki-laki	15	1	Cisarua
344343	Emily	Perempuan	18	0.5	Ciganti
345455	Leslie	Perempuan	20	1	Ciriki

Gambar 4.10 Halaman *Analyze* untuk Formulir

Gambar 4.11 Halaman *Analyze* untuk KuisGambar 4.12 Halaman *Analyze* untuk Survei

4.2.6 Hasil Pengujian *Prototype*

Prototype yang telah dibuat kemudian dilakukan pengujian. Ubaform memilih 6 responden pengujian diantaranya 2 orang yang termasuk *Form Maker* yaitu *event organizer* dan pedagang *online*, 2 orang yang termasuk *Quiz Maker* yaitu dosen dan guru, dan 2 orang yang termasuk *Researcher* yaitu peneliti akademik. Responden tersebut merupakan calon pelanggan yang tertera pada Tabel 4.4 Daftar Pelanggan Layanan Ubaform. Selain itu, hasil dari pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil Pengujian *Prototype*

Parameter	Kelebihan	Kekurangan
<i>Form Maker</i>		
Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Mudah digunakan dan mudah dipahami. b. Sederhana c. Terdapat fitur pencarian, sehingga dapat menemukan kebutuhan pengguna d. Halaman <i>builder</i> yang membantu pengguna dalam penyuntingan secara praktis. e. Fitur kolaborasi sangat membantu dalam proses kinerja tim 	<ul style="list-style-type: none"> a. Belum terdapat fitur pertanyaan wajib di isi b. Diagram formulir tidak disajikan melalui diagram
Fungsionalitas	Membantu dalam menyediakan formulir pendaftaran untuk <i>event-event</i> tertentu seperti <i>workshop</i> dan pelatihan dan dapat digunakan untuk penjualan <i>online</i> terutama pada	Tidak ada, semua <i>form maker</i> dapat membantu pengguna untuk mengerjakan aktivitasnya masing-masing.

	proses pencatatan produk.	
Tampilan	<ul style="list-style-type: none"> a. Tampilan sederhana dan nyaman b. <i>Layout</i> dan kombinasi warna sudah menarik 	a. <i>Template</i> kurang beragam
Quiz Maker		
Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Mudah digunakan b. Sederhana c. Sangat membantu 	Masih ada hal yang membuat bingung
Fungsionalitas	Dapat bermanfaat untuk edukasi dan media pembelajaran seperti kuis	Tidak ada, semua <i>quiz maker</i> dapat membantu pengguna untuk melakukan aktivitasnya masing-masing.
Tampilan	<ul style="list-style-type: none"> a. Tampilan sudah cukup baik b. Tampilan sederhana dan nyaman di mata. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak ada konsistensi dalam permasalahan <i>typography</i>. b. Kurang variasi warna c. Tampilan kurang responsif
Researcher		
Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Mudah digunakan b. Tidak banyak klik c. Fokus 	Belum terdapat tutorial penggunaan aplikasi
Fungsionalitas	Membantu untuk mempermudah penelitian yang dibuat dan melakukan survei.	Tidak ada, semuanya dapat membantu pengguna untuk mengerjakan aktivitasnya masing-masing.

Tampilan	Tampilan sudah baik.	Perlu disederhanakan kembali.
-----------------	----------------------	-------------------------------

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa para pembuat formulir (*form maker*) dapat menggunakan layanan Ubaform khususnya pada fitur pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil formulir dengan mudah dikarenakan layanan Ubaform menyediakan akses sederhana dan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, Ubaform dapat digunakan untuk kebutuhan pembuatan formulir bagi para pengguna yang berkebutuhan dengan pembuatan formulir seperti *event organizer* dan pedagang *online*. Tampilan yang disediakan juga sudah sederhana dan menarik, tetapi untuk *template* yang disediakan masih kurang beragam.

Pembuat kuis (*quiz maker*) dapat menggunakan layanan Ubaform khususnya fitur pembuatan, pembagian, dan analisis data hasil kuis secara mudah dan sederhana, tetapi masih ada fitur yang tidak dimengerti oleh pengguna. Selain itu, pengguna dapat menggunakan fitur tersebut untuk kebutuhan akademik dan media pembelajaran khususnya kuis. Secara umum, tampilan sudah cukup sederhana, tetapi harus ditingkatkan Kembali untuk memberikan kesan menarik dalam memberikan kuis kepada para responden.

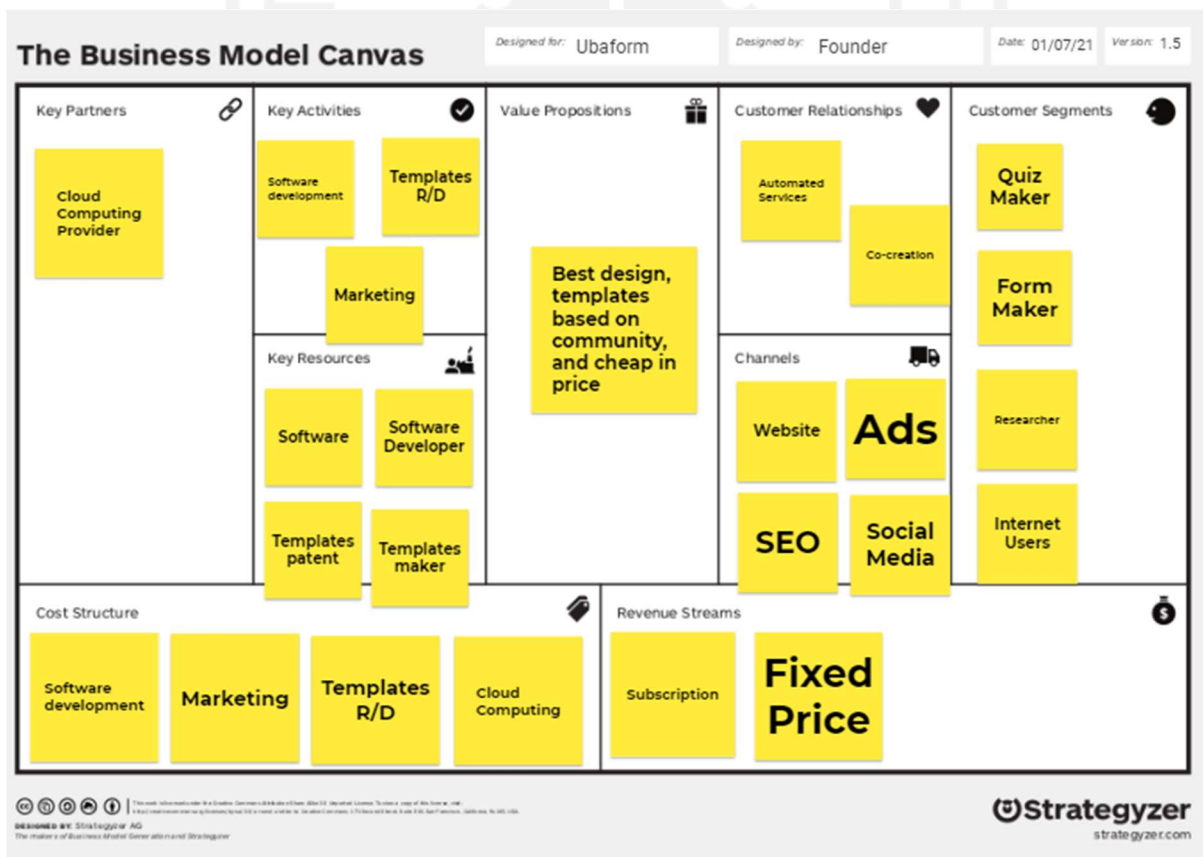
Peneliti (*researcher*) dapat menggunakan layanan Ubaform khususnya pada fitur pembuatan, pembagian dan analisis data hasil survei dengan mudah dan dapat fokus terhadap fitur yang mereka gunakan, tetapi masih belum disediakan langkah-langkah penggunaan yang dapat membantu pengguna yang tidak terbiasa dengan penggunaan aplikasi. Pengguna dapat menggunakan fitur tersebut untuk kebutuhan survei. Selain itu, tampilan sudah baik, tetapi perlu disederhanakan agar dapat terlihat nyaman dan menarik bagi pengguna.

Hasil pengujian pada Tabel 4.2 sudah lebih baik dibanding hasil pengujian ide terdahulu yang terdapat pada Tabel 3.4 yang mana pengguna tidak memberikan umpan balik terkait kekurangan layanan pada keunikan ide. Sehingga, *prototype* tahap 2 ini dapat dikembangkan pada proses selanjutnya di startup Ubaform tetapi dengan meningkatkan beberapa fitur agar lebih cocok dengan kebutuhan pengguna.

4.3 Bisnis Model

Sebagai *startup*, Ubaform memiliki bisnis model *Software as a Service* (SaaS). Bisnis model SaaS merupakan bisnis model yang menggunakan konsep *Software as a Service* (SaaS) di mana aplikasi di-*hosting* di *cloud computing*. Selain itu, untuk menggunakan layanan ini pengguna diharuskan membayar setiap bulan (Elfrink, 2021). Secara umum, Ubaform memiliki partner *cloud computing provider* dan *revenue stream* yang ditawarkan berbasis langganan perbulan atau pertahun. Oleh sebab itu, Ubaform memiliki kesamaan dengan model bisnis produk SaaS yang lainnya.

Pada Gambar 4.13 adalah *Business Model Canvas* (BMC) *startup* Ubaform. Dalam kanvas tersebut terdapat 9 blok yang termasuk dalam bisnis model yang digunakan oleh Ubaform.



Gambar 4.13 *Business Model Canvas* (BMC) Ubaform

4.3.1 Value Propositions

Sebagai *startup*, Ubaform memiliki nilai tersendiri yang akan ditawarkan kepada pengguna. Ada 3 nilai yang ditawarkan produk Ubaform kepada penggunanya.

a. Best Design

Ubaform menawarkan tampilan yang ramah bagi penggunanya dan menyediakan kesempatan bagi pengguna untuk menawarkan kostumisasi tema untuk setiap pembuatan dokumen formulir, kuis, maupun survei yang dapat dilihat seperti pada Gambar 4.4. Oleh sebab itu, pengguna tidak perlu khawatir dengan tampilan yang kaku dan tidak dapat dimodifikasi untuk sebuah dokumen formulir, kuis, dan survei.

b. Templates Based on Community

Templates yang disediakan oleh Ubaform merupakan hasil dari kolaborasi bersama pengguna. Pada dasarnya, pengguna dapat membagikan dokumen formulir, kuis, atau survei yang telah dibuatnya kepada pengguna lainnya seperti pada Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa *templates* yang disediakan dibuat oleh penggunanya sendiri. Selain itu, pengguna dapat menggunakan *templates* yang telah dibagikan untuk kebutuhannya. Dengan metode seperti ini, akan memunculkan peran para pengguna dalam membangun komunitas dan setiap pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya.

c. Cheap in Price

Setelah dilakukan proses observasi pada tahap pendefinisian masalah. Pada Tabel 3.3 banyak layanan yang memiliki biaya yang cukup mahal untuk berlangganan. Sehingga, Ubaform menawarkan harga yang terjangkau bagi penggunanya. Pada Gambar 4.14 merupakan daftar harga produk Ubaform memiliki kisaran harga dari Rp. 0 – 55.000. Berbeda dengan produk lainnya yang di mana setelah dilakukan perbandingan yang dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Perbandingan Harga Layanan

No	Nama Produk	Harga (<i>basic</i>)	Keterangan (<i>basic</i>)
1	Ubaform	Rp. 25.000	1000 responden dengan 30x pembuatan dokumen dan <i>file upload</i> 5 GB

2	Typeform	Rp. 363.827	100 responden dengan pembuatan dokumen yang tidak terbatas dan <i>file upload</i> 1 GB
3	Jotform	Rp. 349.274	1000 responden dengan 25x pembuatan dokumen dan <i>file upload</i> 10 GB
4	Johoform	Rp. 145.531	10000 responden dengan pembuatan tidak terbatas dan <i>file upload</i> 500 MB



Daftar Paket Ubaform

Gratis	Standard	Premium
<p>Disarankan untuk percobaan pembuatan formulir, kuis, dan survei</p> <p><i>Tidak tersedia kolaborasi</i></p> <p>Rp 0.000 / Bulan</p> <p>Beli Sekarang</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 formulir perbulan ✓ 1 kuis perbulan ✓ 1 survei perbulan ✓ up to 100 responden ✓ Penyimpanan 100 MB 	<p>per bulan</p> <p>Disarankan untuk pembuatan formulir, kuis, dan survei yang minim</p> <p>7 Editor</p> <p>Rp 25.000 / Bulan</p> <p>Beli Sekarang</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 10 formulir perbulan ✓ 10 kuis perbulan ✓ 10 survei perbulan ✓ up to 1000 responden ✓ Penyimpanan 5 GB 	<p>per bulan</p> <p>Disarankan untuk pembuatan formulir dan kuis yang standar</p> <p>15 Editor</p> <p>Rp 55.000 / Bulan</p> <p>Beli Sekarang</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 20 formulir perbulan ✓ 20 kuis perbulan ✓ 20 survei perbulan ✓ up to 5000 responden ✓ Penyimpanan 10 GB

Gambar 4.14 Daftar Harga Paket Ubaform

4.3.2 Customer Segment

Ubaform memilih model bisnis B2C (*Business to Customer*) yang menawarkan produk langsung kepada para pelanggan. Secara Umum, pelanggan yang dipilih adalah orang yang

berkepentingan terhadap dokumen formulir, kuis, dan survei. Pada Tabel 4.4 dapat dilihat daftar pelanggan Ubaform secara lebih rinci.

Dalam pemilihan pelanggan, ditentukan target pelanggannya terlebih dahulu apakah termasuk *early adoption* atau *mainstream market* untuk mengetahui prioritas kebutuhan atau ketertarikan produk yang ditawarkan oleh Ubaform kepada para pelanggannya. Merujuk kepada Moore (1991) dalam banyak kasus produk yang menggunakan basis teknologi, ketika para manajer pemasaran mendiskusikan produknya untuk dipasarkan, mereka membaginya ke dalam 2 jenis pasar yaitu *early market* dan *mainstream market*. Dari asumsi pendekatan Moore tersebut setiap pasar memiliki karakteristiknya tersendiri disesuaikan dengan kebutuhan dan perbedaan antara satu sama lainnya (Goldenberg et al., 2006).

Tabel 4.4 Daftar Pelanggan Layanan Ubaform

No	Nama Pelanggan	Contoh Orang yang termasuk	Jenis
1	<i>Form Maker</i>	a. <i>Event Organizer</i> b. <i>Administration Officer</i> c. Penjual online	<i>Early Adopter</i>
2	<i>Quiz Maker</i>	a. Guru b. Pemberi seminar c. Dosen	<i>Early Adopter</i>
3	<i>Researcher</i>	a. Peneliti Akademik b. Peneliti Pasar c. HRD	<i>Early Adopter</i>
4	<i>Internet Users</i>	Pengguna internet yang berkepentingan dalam proses pembuatan dokumen formulir, kuis, dan survei	<i>Mainstream Market</i>

4.3.3 Channels

Ubaform menggunakan beberapa kanal untuk menyampaikan nilai produk kepada para pelanggannya. Ubaform memiliki 4 kanal utama, yaitu *website* yang berfungsi sebagai penyampai nilai atau produk secara langsung, SEO yang berfungsi sebagai penyampai nilai melalui mesin pencari, *ads* yang menyampaikan nilai melalui iklan dengan *provider* tertentu, dan media sosial yang berfungsi sebagai interaksi dengan pengguna secara dua arah.

4.3.4 Customer Relationship

Dalam berhubungan dengan pelanggan, Ubaform memilih untuk lebih dekat dengan pelanggan dan menyediakan mereka fasilitas agar memudahkan dalam proses berlangganan layanan. Berikut adalah beberapa tipe hubungan yang digunakan oleh Ubaform.

a. Co-Creation

Dalam pembuatan *templates*, Ubaform menyediakan fasilitas bagi pelanggannya untuk membuat dan membagikan *templates* mereka. Sehingga, hal tersebut dapat membantu Ubaform dalam berkembang dan meningkatkan nilai produk bersama-sama. Selain itu, keuntungan dari proses pembuatan *templates* 2 arah ini (dari Ubaform dan pengguna) dapat menjadikan harga Ubaform semakin murah karena tidak terlalu banyak proses pengembangan terhadap *templates* yang disediakan di Ubaform. Jadi, kedua pihak mendapatkan keuntungannya masing-masing tanpa adanya kerugian di salah satu pihak.

b. Automated Services

Ubaform menyediakan pelayanan otomatis ketika proses pembayaran dan langganan. Pada Gambar 4.15, pelanggan dapat dengan mudah berlanggan dengan hanya memasukan informasi yang ada secara mandiri.

Metode Pembayaran

Jenis Paket

Paket Standar
Disarankan untuk pembuatan formulir, kuis, dan survei yang minim

Informasi Pembayaran

Nama Lengkap Email Negara

Metode Pembayaran

Kartu Kredit/Debit

Nama Dalam Kartu

0000-0000-0000-0000 MM/YY 3 digit terakhir

Informasi Pesanan

Kode Diskon

Paket Standar **Rp. 25.000**

Potongan **Rp. 0**

Total **Rp. 25.000**

Bayar

Gambar 4.15 Desain Halaman Metode Pembayaran

4.3.5 *Revenue Stream*

Dalam membangun pendapatan dan menciptakan profit, Ubaform menerapkan 2 konsep utama diantaranya sebagai berikut.

a. *Subscription* atau Langganan

Ubaform memilih untuk memberikan fasilitas langganan bulanan dengan jangka pembayaran perbulan/per 6 bulan/pertahun. Berbeda halnya dengan pembelian lisensi, pelanggan hanya membeli 1 lisensi dan dapat digunakan seumur hidup, tetapi tidak mendapatkan pembaharuan secara berkala dan harus membeli lisensi lagi apabila ingin membeli produk terbaru. Dengan berlangganan, pengguna perlu membayar setiap bulan ketika ingin menggunakan produk dan tidak perlu untuk melakukan perawatan terhadap layanan yang dipakai. Pada Gambar 4.14, dapat dilihat daftar harga yang disediakan oleh Ubaform dan layanan yang ditawarkan kepada para pengguna.

b. Harga yang Ditawarkan Bersifat *Fixed-Price*

Selain dari berlangganan, Ubaform menerapkan prinsip *fixed price* di mana harga yang ditawarkan oleh Ubaform tidak dapat ditawar oleh penggunanya. Pengguna dapat langsung membeli produk atau berlangganan sesuai dengan paket yang telah di sediakan pada Gambar 4.14.

4.3.6 *Key Resources*

Aset yang dipunyai oleh Ubaform merupakan aset yang berhubungan dengan perangkat lunak dan kebutuhan akan dokumen formulir, kuis, dan survei.

a. *Software*

Software atau perangkat lunak merupakan aset utama yang dimiliki Ubaform, tanpa aset tersebut Ubaform tidak akan berdiri. Selain itu, dengan aset tersebut Ubaform dapat menjalankan bisnis utama sebagai layanan *Software as a Service* (SaaS).

b. *Software Developer*

Software Developer merupakan pengembang layanan Ubaform. Sehingga, untuk menjalankan untuk membentuk layanan Ubaform diperlukan aset ini.

c. *Templates Patent*

Kebutuhan *templates patent* tidak terlalu sangat penting sekali karena untuk penyediaan *templates* telah terbantu oleh pengguna sendiri dengan sistem *templates based on community*. Akan tetapi, sebagai layanan pengelolaan dokumen formulir, kuis, dan

survei. Ubaform menyediakan templates untuk ditawarkan dan dapat digunakan oleh pengguna.

d. *Templates Maker*

Templates maker bertugas untuk melakukan *research* dan *development* terhadap templates yang akan disediakan di layanan Ubaform. Keberadaan aset ini dapat meningkatkan kualitas dari *templates* yang disediakan di layanan Ubaform.

4.3.7 *Key Activities*

Dalam melakukan aktivitasnya sebagai *startup* yang menggunakan bisnis model *Software as a Service* (SaaS), Ubaform mempunyai 3 aktivitas utama yaitu sebagai berikut.

a. *Software Development*

Proses pengembangan perangkat lunak merupakan aktivitas utama di *startup* Ubaform. Fungsi utama dari Ubaform adalah menyampaikan nilai produk berupa layanan perangkat lunak. Sehingga, aktivitas ini merupakan aktivitas utama dari aktivitas-aktivitas lainnya.

b. *Templates Research and Development*

Untuk menyediakan *templates* bagi penggunanya, Ubaform melakukan aktivitas penelitian dan pengembangan untuk pembuatan *templates*. Telah disebutkan, bahwasannya selain *templates* disediakan oleh pengguna sendiri, Ubaform tetap menyediakan *templates* untuk penggunanya untuk memaksimalkan pelayanannya kepada para pelanggan.

c. *Marketing*

Selain kedua aktivitas di atas, aktivitas marketing merupakan aktivitas utama yang berfungsi untuk memasarkan layanan kepada massa baik di dunia maya maupun di dunia nyata.

4.3.8 *Key Partners*

Ubaform hanya memiliki satu *partner* yaitu *cloud computing provider*. *Partner* tersebut dipilih karena secara dominan keperluan kerjasama dengan *partner* tersebut sangatlah dominan. Kerjasama yang dijalin lebih kepada kebutuhan teknis seperti penyewaan *server*, *domain*, *hosting*, dan *cloud storage*. *Cloud computing* lebih dipilih daripada menyediakan

server sendiri karena Ubaform tidak perlu fokus untuk merawat perangkat keras dan fokus untuk menyampaikan nilai produk kepada pengguna.

4.3.9 *Cost Structure*

Startup Ubaform memiliki beberapa pengeluaran utama. Secara umum, pengeluaran diambil dari proses aktivitas dan hubungan dengan *partner*.

a. *Software Development*

Aktivitas pengembangan perangkat lunak memerlukan biaya untuk membayar para pengembang. Selain itu, dalam proses ini sering kali ada biaya-biaya tidak terduga untuk melakukan riset di luar seperti *UX research* yang memerlukan biaya dalam melakukan penelitian lapangan.

b. *Marketing*

Aktivitas pemasaran merupakan pengeluaran tertinggi dalam proses pengembangan produk. Selain membayar para pekerja, Ubaform membayar beberapa kanal untuk pemasaran seperti iklan dan membayar proses penelitian pasar.

c. *Templates Research and Development*

Untuk menawarkan *templates* yang baik kepada pengguna, Ubaform harus membayar para pembuat *templates* untuk melakukan penelitian dan pengembangan terhadap *templates* yang akan ditawarkan.

d. *Cloud Computing Provider*

Ubaform membayar *cloud provider* untuk menyewa beberapa aset seperti *server*, *hosting*, penyimpanan, dan lain-lain.

4.4 *Growth Strategy*

Dalam proses penentuan strategi *startup* untuk tahap *early stage*. Ubaform telah menentukan beberapa perencanaan untuk meminimalkan *cost* dan memaksimalkan *profit & revenue*. Selain itu, strategi dibuat untuk persiapan bersaing dengan produk serupa. Tak dapat dipungkiri bahwa produk serupa Ubaform telah banyak di internet, sehingga persaingan menjadi lebih ketat untuk dapat *survive* di pasar.

4.4.1 *Permodalan*

Dalam permodalan, Ubaform menggunakan strategi untuk menjalankan bisnis tanpa bantuan *Ventures Capital (VC)* dan *Capital Loan*. Sebagai penggantinya, Ubaform

menggunakan modal sendiri yang didapat dari iuran tim. Permodalan dari tim tidaklah sebanyak dari VC, sehingga harus menyusun strategi yang baik di bidang lain seperti pemasaran, penjualan, dan lain sebagainya. Strategi yang digunakan oleh Ubaform sering disebut dengan istilah *bootstrapping*. Alasan dipakainya strategi ini adalah sebagai berikut.

a. Tidak membutuhkan modal banyak

Dalam peluncuran awal, Ubaform tidaklah membutuhkan ratusan juta atau milyaran untuk meluncurkan produk. Pengembangan perangkat lunak juga dikerjakan oleh tim, sehingga belum membutuhkan pegawai untuk proses *development* aplikasinya.

b. Fokus dalam mengembangkan produk

Fungsi Ubaform adalah sebagai layanan aplikasi. Oleh karena itu, pada tahap awal *co-founder* harus fokus untuk menyampaikan nilai produk kepada para pelanggan. Produk SaaS harus di-*deliver* ke pengguna dengan meminimalisir *error* dan berdampak pada ketertarikan pengguna untuk menggunakan aplikasi yang ditawarkan.

Dalam beberapa kasus, banyak perusahaan SaaS atau teknologi informasi yang mengadopsi strategi *bootstrapping* untuk menjalankan bisnisnya. Dilansir dari Getlatka.com (2021) ada beberapa perusahaan yang berdiri dengan strategi *bootstrapping* yang dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Daftar Perusahaan yang Menggunakan Strategi SaaS

No	Nama Perusahaan	Deskripsi	Revenue	Jumlah Pengguna	Tahun Didirikan
1	Photoshop	Penyedia layanan <i>online photo editing</i>	13 milyar USD	10 juta	1987
2	Mailchimp	Layanan untuk pemasaran terintegrasi dalam <i>All-In-One</i>	750 juta USD	140 juta	2001
3	TeamViewer	Layanan untuk konektivitas <i>platform</i>	478 juta USD	200 juta	2005
4	Salesforce	Perusahaan <i>cloud</i>	103 juta	5 ribu	1999

		<i>computing</i>	USD		
5	Campus- Management	SIS, CRM, ERP berbasis <i>cloud</i>	100 juta USD	400 ribu	1988
6	Jotform	Layanan untuk pembuatan formulir digital	75 juta USD	180 ribu	2006

4.4.2 Pemasaran

Dalam Pemasaran, Ubaform menggunakan strategi *growth hacking*. Strategi ini befokus pada pertumbuhan dengan modal yang terbatas. Dalam startegi ini Ubaform memiliki rincian strategi sebagai berikut.

a. Menggunakan kanal gratis

Ubaform menggunakan kanal gratis untuk proses marketing. Untuk menghemat modal yang ada, kanal gratis sangat membantu perkembangan Ubaform dalam permasalahan *marketing*. Kanal yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. *Search Engine Optimization* (SEO)

SEO merupakan kanal untuk pemasaran melalui mesin pencari. Ubaform menggunakan kanal SEO karena mesin pencari menjadi salah satu kanal pemasaran besar. Banyak pengguna internet yang menggunakan mesin pencari untuk mencari sesuatu di internet. Selain itu, kanal SEO merupakan kanal yang memberikan akses gratis tanpa bayar langganan atau pembelian.

Menurut (StatCounter, 2021) sebanyak 92,49% dari pencari menggunakan *google search*, 2,31% dari pencari menggunakan *bing search*, 1,53% dari pencari menggunakan *yahoo search*, 1,29% dari pencari menggunakan *baidu search*, 0,79% dari pencari menggunakan *yandex search*, dan 0,6% dari pencari menggunakan *duckduckgo search*. Berdasarkan data tersebut, Ubaform akan memfokuskan SEO pada *google search*.

2. *Blog*

Blog digunakan Ubaform karena untuk mendukung komunikasi satu arah dari Ubaform dan untuk kebutuhan pemasaran konten. *Blog* difungsikan untuk kebutuhan memberikan informasi tentang produk dan layanan kepada para pengguna. *Blog* bersifat gratis karena dibuat langsung oleh Ubaform.

3. Media Sosial

Media sosial digunakan untuk kebutuhan komunikasi dua arah dan pemasaran konten. Pada media sosial pemasaran difokuskan untuk lebih banyak berinteraksi dengan pengguna. Salah satu cara yang dipakai adalah dengan memberikan konten edukasi dan hiburan kepada pengguna. Media sosial tidak memungut biaya untuk proses *content marketing*.

4. *Email/Newsletter*

Kanal *email/newsletter* digunakan untuk kebutuhan promosi dan informasi produk. Informasi atau promosi dapat meningkatkan tingkat kesukaan pengguna terhadap produk yang ditawarkan.

b. Menggunakan penyedia iklan

Selain menggunakan kanal gratis, Ubaform berencana untuk menggunakan iklan secara terbatas. *Provider* iklan yang dipilih adalah *google ads*. *Google ads* dapat menyasar banyak *platform* dari mulai mesin pencari, media sosial (*youtube*), *blog*, dan *website*. Sehingga, dengan memilih penyedia layanan iklan ini dapat membantu Ubaform dalam memasarkan produk ke pasar yang lebih luas. Selain itu, *google ads* menyediakan pengaturan budget dalam artian penyewa dapat memasang target budget sesuai dengan budget yang dimilikinya.

c. Menggunakan *influencer* untuk pemasaran di media sosial

Ubaform menggunakan *influencer* sebagai kanal *marketing* karena tren media sosial saat ini sangat besar sekali dampaknya terhadap perilaku masyarakat. Menurut laporan dari Hootsuite (2021) jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 170 juta atau 61,8% dari total penduduk di Indonesia, media sosial yang paling sering digunakan adalah Youtube 93,8 %, Whatsapp 87.7%, dan Instagram 86,6% (Datareportal.com, 2021).

4.4.3 Penjualan

Dalam melakukan penjualan, Ubaform menjual beberapa paket dengan kriteria tertentu. Pada Gambar 4.14, Ubaform menjual paket gratis, standar, dan premium. Paket gratis merupakan implementasi dari model bisnis *freemium*. Dengan paket gratis, pengguna dapat mencoba layanan Ubaform dengan mudah dan apabila tertarik dan ingin menggunakan layanan Ubaform lebih lanjut, maka pengguna dapat membayar biaya langganan perbulan/per 6 bulan atau pertahun. Pada dasarnya bisnis model *freemium* yang diambil oleh Ubaform

adalah berdasarkan penggunaan fitur yang terbatas. Apabila pengguna ingin menggunakannya secara lengkap dan lebih banyak manfaat yang diterima maka harus berlangganan.

Semua paket memiliki penawaran yang berbeda disesuaikan dengan harga dan kapabilitas Ubaform dalam menyediakan fasilitas fitur-fiturnya. Pada Gambar 4.14 tersedia paket gratis yang menawarkan 1 kali pembuatan formulir, kuis, dan survei, jumlah maksimal responden maksimal 100, dan penyimpanan maksimal 100 MB. Disediakan fitur yang terbatas karena memang paket gratis disediakan bagi pengguna yang baru daftar ke layanan Ubaform. Selain itu, alasan lainnya adalah untuk menghemat pengeluaran karena pengguna gratis tidak memberikan revenue atau profit. Selain paket gratis, paket standar merupakan pilihan paket awal bagi pengguna yang ingin menggunakan produk secara lebih jauh untuk menelusuri fitur-fitur yang disediakan Ubaform. Pada paket tersebut, pengguna dapat menikmati pembuatan dokumen formulir, kuis, dan survei masing-masing 10 kali, maksimal responden 1000, dan penyimpanan maksimal 5 GB. Dengan fasilitas seperti itu, sebenarnya sudah bisa bersaing dengan produk lain yang memang memiliki harga yang sangat tinggi seperti pada Tabel 4.4. Terakhir paket premium yang memiliki fasilitas lebih lengkap daripada paket standar dengan tambahan kesempatan pembuatan untuk masing-masing dokumen adalah 20 kali, responden sampai 2000, dan penyimpanan atau *upload file* sebanyak 10 GB.

Strategi penjualan tersebut, sudah disesuaikan dengan pasar di Indonesia yang mempunyai beragam kemampuan ekonomi. Apabila disediakan terlalu besar akan mengakibatkan penjualan di pasar Indonesia lebih sulit. Jadi, sebagai gantinya penjualan dengan harga terjangkau adalah pilihan Ubaform sejak awal.

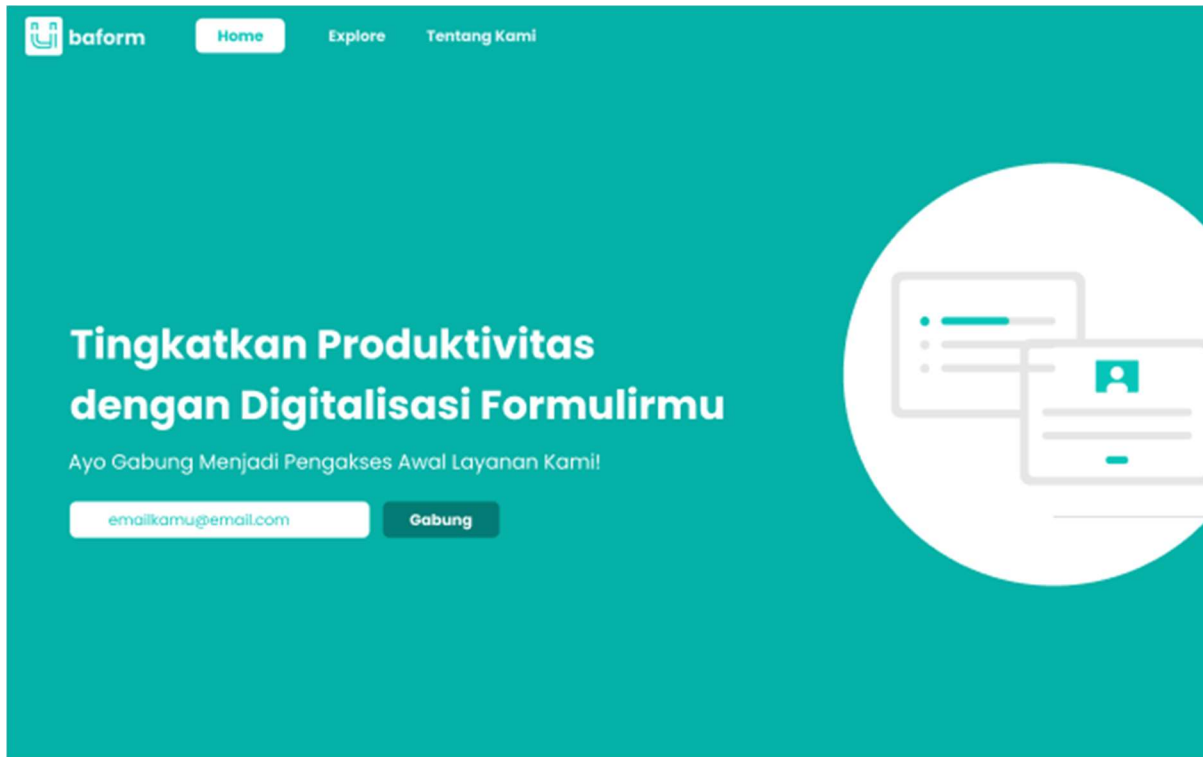
4.4.4 Peluncuran

Dalam rencana peluncuran awal *startup*, Ubaform menyediakan beberapa *stage* atau tahapan. Tahapan-tahapan ini berkaitan langsung dengan proses *marketing* dan *development* produk.

a. *Waiting list*

Ubaform menggunakan *waiting list* dalam pra-peluncuran. *Waiting list* digunakan untuk mengukur calon pengguna yang tertarik dengan produk Ubaform. Pada Gambar 4.16

merupakan desain untuk halaman *waiting list*. Pengguna dapat memasukan *email*-nya untuk mendapatkan informasi seputar peluncuran produk yang disediakan oleh Ubaform.



Gambar 4.16 Desain Halaman *Waiting List*

b. Peluncuran beta

Dalam peluncuran produk setelah *waiting list* adalah peluncuran produk versi beta. Peluncuran versi beta berfungsi untuk mengetes aplikasi dan mendapatkan umpan balik dari pengguna. Dengan demikian, proses penyempurnaan produk akan lebih cepat karena akan banyak menerima masukan langsung dari pengguna.

Dalam peluncuran, ubaform menggunakan beberapa teknologi yang murah dan gratis. Hal ini disebabkan karena modal yang dimiliki minim, sehingga harus hemat. Dalam perencanaannya Ubaform menggunakan teknologi seperti pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Daftar Teknologi yang Digunakan Ubaform Saat Peluncuran

No	Nama	Kegunaan	Harga
1	<i>Netlify</i>	Untuk men- <i>deploy front-end</i> ke internet	Gratis pemakaian awal (<i>freemium</i>)
2	<i>Heroku</i>	Untuk men- <i>deploy service (API)</i> ke	Gratis pemakaian awal

		<i>internet</i>	<i>(freemium)</i>
3	AWS S3	Penyimpanan <i>cloud computing</i>	Gratis 5 GB pertama <i>(freemium)</i>
4	<i>Github</i>	Untuk manajemen <i>source code</i>	Gratis <i>(freemium)</i>
5	<i>Jira</i>	Untuk membantu proses manajemen pengembangan perangkat lunak	Gratis <i>(freemium)</i>
6	<i>Figma</i>	Untuk proses desain <i>UI/UX</i>	Gratis <i>(freemium)</i>
7	<i>Sendgrid</i>	Untuk pengiriman <i>SMTP</i> dan <i>email</i> pemasaran	Gratis <i>(freemium)</i>
8	<i>Domain</i>	Untuk <i>web domain</i>	Rp. 100.000 – 200.000 / tahun
9	<i>Email Server</i>	Untuk kebutuhan <i>email</i> perusahaan	Rp. 20.000 – 50.000 / bulan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam pengembangan *startup* Ubaform untuk pengolahan dokumen digital yang memiliki bisnis model *Software as a Service* (SaaS) dan penentuan strategi untuk tumbuh dan berkembang pada tahap awal adalah sebagai berikut.

- a. Proses pengembangan *startup* yang mengadopsi dari proses *design thinking* terbukti dapat memudahkan *co-founder* dalam mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah yang dirasakan masyarakat, memunculkan ide untuk ditawarkan kepada pengguna, dan menguji produk pra-peluncuran.
- b. Model Bisnis *Software as a Service* (SaaS) terbukti sangat bagus digunakan untuk *startup* yang berada pada bidang layanan perangkat lunak karena dapat memudahkan pengguna untuk menggunakannya dan berlangganan dengannya.
- c. Strategi tahap awal sangat dibutuhkan bagi *startup* yang menggunakan bisnis model SaaS dan mempunyai kompetitor dengan produk serupa untuk bertahan dan *survive* pada *early stage*.
- d. Dengan layanan Ubaform diharapkan pengguna dapat dengan mudah, efektif, dan efisien dalam pengolahan dokumen secara digital terutama pada proses pembuatan formulir, kuis, dan survei.

5.2 Saran

Dalam pengembangan *startup* Ubaform masih belum dapat dikatakan sempurna. Sehingga, diperlukan disarankan untuk mengkajinya pada penelitian selanjutnya. Berikut adalah saran untuk penelitian selanjutnya.

- a. Melakukan *pivot* (revisi ide) untuk produk yang lebih jauh mudah digunakan dan dikembangkan.
- b. Saat ini *prototype* masih dalam *platform web*, sehingga diperlukan untuk *platform* lainnya seperti *mobile* agar pengguna dapat menggunakan layanan Ubaform dengan mudah di *smartphone*-nya masing-masing.
- c. Strategi masih dalam cakupan umum, diperlukan beberapa perincian strategi seperti penentuan BEP dan ROI agar *cost*, *revenue*, dan *profit* dapat dengan mudah dianalisis.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. 2020. *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020*. Vol. 2020.
- Campbell, Patrick. 2019. “The SaaS Business Model: Stages, Pros and Cons, and Tools to Get Ahead.” Retrieved May 23, 2021 (<https://www.profitwell.com/recur/all/saas-business-model>).
- Chelsea. n.d. “Design Thinking Phase 4 - Everything You Need to Know About Prototyping.” Retrieved (<https://www.workshopper.com/post/design-thinking-phase-4-everything-you-need-to-know-about-prototyping>).
- Dam, Rikke Friis, and Teo Yu Siang. 2021. “5 Stages in the Design Thinking Process.” Retrieved (<https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>).
- Datareportal.com. 2021. “Digital 2021: Indonesia.” Retrieved July 2, 2021 (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>).
- Diana, Anamaria. 2018. “SMEs and Start-Ups . Importance and Support Policies in European Union and Romania.” (84174).
- DSInnovate. 2021. *Startup Report 2020 Business Resiliency during the Pandemic*.
- Du, Jian, Jing Lu, Dong Wu, Huiping Li, and Jie Li. 2013. “User Acceptance of Software as a Service: Evidence from Customers of China’s Leading e-Commerce Company, Alibaba.” *Journal of Systems and Software* 86(8):2034–44. doi: 10.1016/j.jss.2013.03.012.
- Ehsan, Zaem-al. 2021. “Defining a *Startup*-A Critical Analysis.” *SSRN Electronic Journal* (April).
- Elfrink, Greg. 2021. “The SaaS Business Model Explained.” Retrieved May 23, 2021 (<https://empireflippers.com/saas-business-model-explained/>).
- Gartner.com. 2021. “Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Grow 23% in 2021.” Retrieved July 9, 2021 (<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2021-04-21-gartner-forecasts-worldwide-public-cloud-end-user-spending-to-grow-23-percent-in-2021>).
- Gartner. n.d. “Growth Strategy.” Retrieved (<https://www.gartner.com/en/finance/glossary/growth-strategy>).
- Gekeler, Moritz. 2019. *A Practical Guide to Design Thinking*.
- Getlatka.com. 2021. “The Top Bootstrapped SaaS Companies.” Retrieved July 2, 2021

- (<https://getlatka.com/saas-companies/metrics/bootstrapped>).
- Goldenberg, Jacob, Barak Libai, Eitan Muller, and Renana Peres. 2006. "Blazing Saddles: The Early and Mainstream Markets in the High-Tech Product Life Cycle." *Israel Economic Review* 4(2):85–108.
- Goyal, Sumit. 2013. "Software as a Service , Platform as a Service , Infrastructure as a Service – A Review." *International Journal of Computer Science & Network Solutions* 1(3):53–67.
- Jansen, W. 2010. "The NIST Definition of Cloud Computing (Draft)." *NIST Special Publication 800-145* 145.
- Kelley, David, and Tim Brown. 2018. "An Introduction to Design Thinking." P. 6 in *Institute of Design at Stanford*.
- Kulkarni, Gurudatt, Jayant Gambhir, and Rajnikant Palwe. 2012. "Cloud Computing- Software as Service." *International Journal of Computer Science & Information Technology Research Excellence* Vol. 2(May).
- Lahiri, Aparna, Kathryn Cormican, and Suzana Sampaio. 2021. "Design Thinking: From Products to Projects." *Procedia Computer Science* 181(2019):141–48. doi: 10.1016/j.procs.2021.01.114.
- Lauff, Carlye A., Daria Kotys-Schwartz, and Mark E. Rentschler. 2018. "What Is a Prototype? What Are the Roles of Prototypes in Companies?" *Journal of Mechanical Design, Transactions of the ASME* 140(6). doi: 10.1115/1.4039340.
- Mueller-Roterberg, Christian. 2018. *Handbook of Design Thinking*.
- Nielsen, Christian, and Morten Lund. 2013. *Basics of Business Models*. Vol. 53. BookBoon.com/Ventus Publishing Aps.
- Nilappa, Kalayan. 2018. "Brainstorming Technique: Innovative Quality Management Tool for Library." *Current Trends in Library Management* (June).
- Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur, Alan Smith, and The Movement. 2011. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*. Vol. 5.
- Pratiwi, Nuning Indah. 2017. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1(2):211.
- Rachmawati, Imami Nur. 2007. "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11(1):36. doi: 10.7454/jki.v11i1.184.
- Razzouk, Rim, and Valerie Shute. 2012. "What Is Design Thinking and Why Is It

Important?” *Review of Educational Research* 82(3):330–48. doi: 10.3102/0034654312457429.

Ries, Eric. 2015. *The Lean Startup*. Pertama. Yogyakarta: Bentang.

StatCounter. 2021. “Search Engine Market Share Worldwide.” Retrieved July 2, 2021 (<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>).

Stevens, Emily. 2021. “The Key Principles And Steps Of The Design Thinking Process.” Retrieved (<https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/design-thinking-process/>).

Suklev, Bobek, and Gadaf Rexhepi. 2013. “GROWTH STRATEGIES OF ENTREPRENEURIAL BUSINESSES: EVIDENCE FROM MACEDONIA.” *Entrepreneurship in the Balkans: Diversity, Support and Prospects* (November):3. doi: 10.1007/978-3-642-36577-5.

Swetha, S. 2020. “AN OVERVIEW OF SaaS MODEL FOR BUSINESS APPLICATIONS.” *International Research Journal of Engineering and Technology* 2346–52.

Tanujaya, Chesley. 2017. “Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2(1):90–95.



LAMPIRAN

