

**STRATEGI IDE BISNIS *STARTUP E-COMMERCE* IVENT
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

Disusun Oleh:

N a m a : Dwiko Nugroho Dani
NIM : 17523115

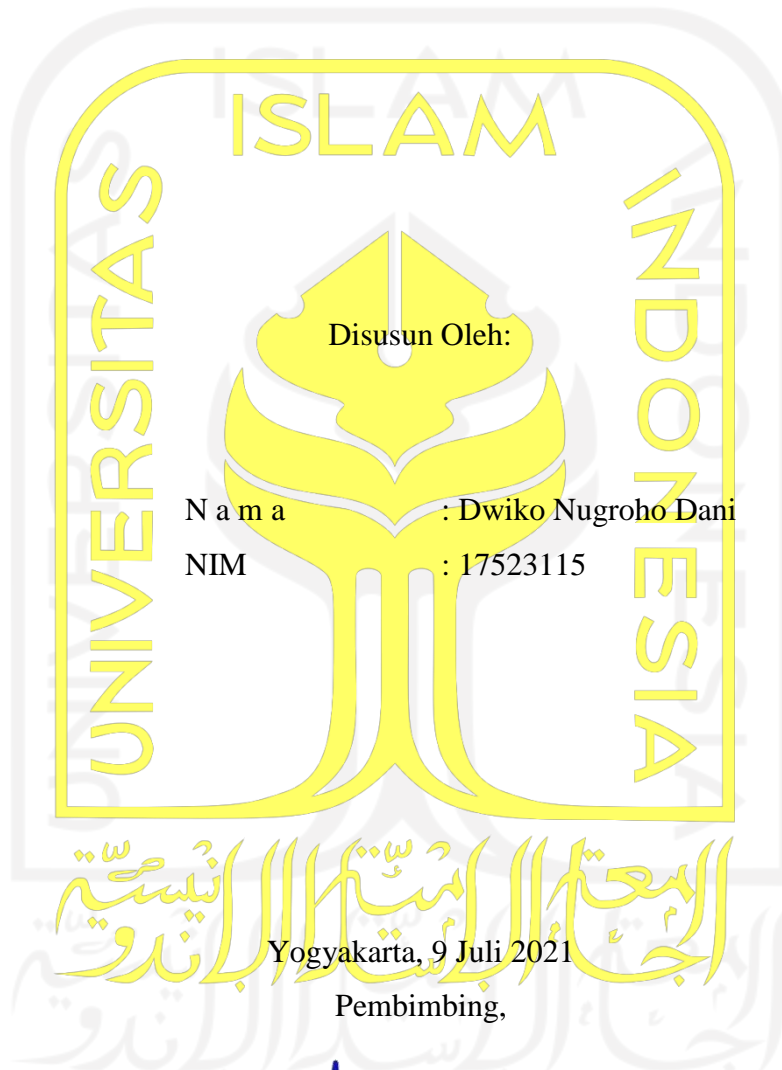
**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

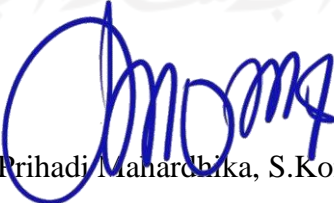
2021

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**STRATEGI IDE BISNIS *STARTUP E-COMMERCE* IVENT
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR




(Galang Prihadi Mahardhika, S.Kom., M.Kom.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**STRATEGI IDE BISNIS *STARTUP E-COMMERCE* IVENT
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*
TUGAS AKHIR**

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

Yogyakarta, 9 Juli 2021

Tim Penguji

Galang Prihadi Mahardhika, S.Kom.,
M.Kom.



Anggota 1

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



Anggota 2

Hari Setiaji, S.Kom., M.Eng.

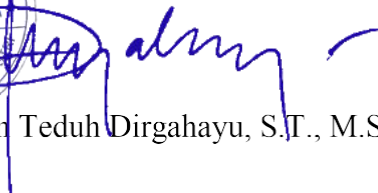


Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia



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



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwiko Nugroho Dani

NIM : 17523115

Tugas akhir dengan judul:

**STRATEGI IDE BISNIS STARTUP *E-COMMERCE* IVENT
MENGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING***

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



(Dwiko Nugroho Dani)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puja dan puji syukur atas segala nikmat dan karunia dari Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Selesaiannya tugas akhir ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Ibu Lusiani dan Alm. Bapak Darin yang selalu menuntun dan mendukung saya dari kecil. Doa serta kasih sayang yang terus mengalir dari keluarga saya menjadikan kekuatan bagi saya untuk terus berkembang. Kepada kakak saya Ivania Rizky Primadani yang selalu menjadi panutan saya dari kecil. Terimakasih atas semua dukungan moral dan semangatnya sehingga saya bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini.



HALAMAN MOTO

“Usaha tanpa doa itu sombong, sedangkan doa tanpa usaha adalah omong kosong.”

Someone

“Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun ke dalam pemikiran bahwa mereka tidak dapat gagal.”

Bill Gates



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan nikmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Strategi Ide Bisnis *Startup E-commerce* Ivent Menggunakan Metode *Design Thinking*” ini untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia.

Berbagai kesulitan telah dilewati dan perjuangan yang tak mudah pun telah dilalui. Bimbingan, dukungan serta rasa semangat yang telah diberikan oleh beberapa pihak pun tak akan penulis lupakan. Oleh karena itu dengan selesainya laporan tugas akhir ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu, yang tak pernah lelah mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya setiap hari.
2. Alm. Ayah atas segala bimbingan dan kerja kerasnya selama ini.
3. Kakak dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dorongan dan semangat.
4. Vania Salsabila Ihwanah yang selalu memberikan dukungan semangat dan motivasi.
5. Sahabat sejati, Athalla, Umam, Damara, Arul, Rafi dan Mukson yang selalu mendukung saya.
6. Teman-teman tim Evulture, M. Arif Idris dan Aikal Alfrian Mucjal yang selalu bersama saya dalam mengerjakan tugas akhir ini.
7. Teman-teman kontrakan vvibu, Ibnu Haidar, Rahmana Dwi Shaputra, M. Fahmi Aji, Fajri Idza Inayah, Faza Nur Azizi, Hirzin Fathoni, M. Hanif dan Ihya Fathurrahman yang selalu menghibur dan memberikan semangat dikala penyelesaian laporan tugas akhir ini.
8. Teman-teman jalur perintisan bisnis, Galindra, Abdi, Sifa, Fardika, Naufal dan Yudi.
9. Teman-teman seperjuangan informatika 2017.
10. Bapak Galang Prihadi Mahardhika, S.Kom., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing.
11. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T, M.Sc. Ph. D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
12. Bapak Prof., Dr., Ir., Hari Purnomo M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
13. Bapak Hendrik, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

14. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Informatika Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
15. Untuk diri sendiri yang telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan susah payah. Tugas akhir ini merupakan bukti bahwa saya berjuang dan bertanggung jawab dengan amanah yang telah diberikan oleh kedua orang tua.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan laporan tugas akhir ini dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu saya menerima segala kritik dan saran yang membangun dengan senang hati. Akhir kata semoga laporan akhir ini bisa bermanfaat untuk semua orang khususnya bagi elemen Informatika.

Yogyakarta, 9 Juli 2021



(Dwiko Nugroho Dani)

SARI

Perkembangan era digitalisasi sektor pariwisata dan industri kreatif yang semakin meningkat merupakan pengaruh dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin canggih, *mobile* dan *real time*. Para pelaku usaha di bidang *event organizer* dipaksa untuk mengikuti perkembangan masyarakat agar usahanya dapat terus berkembang. Akan tetapi ditengah perkembangan event organizer dan vendor ini dunia dikejutkan dengan mewabahnya varian virus baru *covid-19*. Pandemi ini telah mengganggu kinerja *event organizer* dan vendor dan berdampak pada penurunan kinerja perusahaan yang diikuti oleh pemutusan hubungan kerja.

Oleh karena itu berdasarkan permasalahan tersebut, kami mengembangkan sebuah platform aplikasi *e-commerce* yang akan menghubungkan orang yang ingin membuat suatu acara dengan para pemilik usaha *event organizer* atau vendor. Selain itu Ivent juga memudahkan para generasi milenial yang masih merasa kebingungan dalam mencari dan memilih *event organizer* ataupun vendor untuk acara sesuai kebutuhan mereka.

Rancangan ide bisnis dari aplikasi ini dikembangkan menggunakan metode *design thinking*. Metode ini digunakan karena membantu dalam penelitian dengan berbagai sudut pandang untuk menentukan sebuah keputusan. Melalui tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing* sehingga didapatkanlah hasil berupa gagasan ide, konsep dan model bisnis dengan diagram BPMN dalam pengembangan *startup* Ivent. BPMN merupakan representasi grafis untuk menggambarkan alur proses bisnis dalam model proses bisnis.

Kata kunci: *Event Organizer*, Vendor, Ivent, *Design Thinking*, BPMN

GLOSARIUM

<i>Brainstorming</i>	teknik penyelesaian masalah dengan melakukan pengumpulan ide atau gagasan solusi permasalahan yang ada bersama anggota tim
<i>Covid-19</i>	varian virus terbaru yang menyebabkan gangguan pernapasan dan penyebarannya melalui sentuhan, udara dan kontak jarak dekat
<i>Define</i>	analisis informasi untuk menentukan inti permasalahan
<i>Design Thinking</i>	metode penyelesaian masalah yang berfokus pada calon pengguna
<i>E-commerce</i>	segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik
<i>Empathize</i>	pendekatan dengan calon pengguna melalui pemahaman pemikiran dan emosi calon pengguna
<i>Event Organizer</i>	penyelenggara acara yang bertugas untuk merancang, mengadakan, serta mengontrol acara
<i>Feedback</i>	saran dari <i>tester</i> saat proses <i>testing</i>
<i>Founder</i>	orang yang mencetuskan ide
<i>Ideate</i>	pemecahan masalah dengan solusi
<i>Mindset</i>	pemikiran yang terbentuk berdasarkan pengalaman atau cara berfikir seseorang dalam bersikap
<i>Online Advertising</i>	pemasaran menggunakan internet
<i>Physical Distancing</i>	pembatasan jarak manusia secara fisik
<i>Prototype</i>	purwarupa bentuk awal sebagai contoh suatu entitas
<i>Software</i>	data yang diprogram, disimpan, dan diformat secara digital dengan fungsi tertentu
<i>Startup</i>	perusahaan rintisan yang beroperasi selama kurang dari lima tahun
<i>Supplier</i>	pihak yang memasok atau menjual bahan mentah ke pihak lain untuk dijadikan produk
<i>Vendor</i>	pihak yang memiliki tugas untuk menyediakan ataupun menjual sesuatu
<i>Website</i>	kumpulan halaman dalam suatu <i>domain</i> yang memuat berbagai informasi
<i>Workshop</i>	suatu pertemuan antar sekelompok orang yang memiliki minat atau keahlian yang sama dan bersifat komunikasi dua arah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
SARI.....	ix
GLOSARIUM	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
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	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 <i>Startup</i>	6
2.2 <i>E-Commerce</i>	6
2.3 <i>Event Organizer</i> dan Vendor	6
2.4 Generasi Milenial	7
2.5 <i>Design Thinking</i>	7
2.6 Penelitian Terdahulu	9
2.7 BPMN	11
2.7.1 <i>Flow Object</i>	12
2.7.2 <i>Connecting Object</i>	12
2.7.3 <i>Swimlanes</i>	13
2.7.4 <i>Artifacts</i>	13
2.8 Aktivitas Perintisan Bisnis	13

	xii
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	14
3.1 Empathize.....	15
3.1.1 Discovery.....	15
3.1.2 Immersion.....	17
3.1.3 Connection.....	19
3.1.4 Detachment.....	20
3.2 Define.....	22
3.3 Ideate.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 <i>Prototyping</i>	27
4.1.1 Deskripsi Ivent	27
4.1.2 <i>Platform</i> yang Dikembangkan.....	27
4.1.3 Kategori Produk Ivent	28
4.1.4 Sistem Pembayaran Ivent	28
4.1.5 <i>Business Process Model Notation</i>	28
4.1.6 Hasil <i>Prototype</i>	30
4.2 <i>Testing</i>	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN	45



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Aplikasi Serupa.....	16
Tabel 3. 2 Hasil Kuesioner.....	17
Tabel 4. 1 Pengujian Ide dan Konsep	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan <i>Design Thinking</i>	7
Gambar 2. 2 Elemen BPMN	12
Gambar 3. 1 Urutan <i>Design Thinking</i>	14
Gambar 3. 2 <i>Business Model Canvas</i> Ivent	20
Gambar 4. 1 Proses Bisnis Pemesanan Barang atau Jasa Transaksi	29
Gambar 4. 2 Proses Bisnis Proses Transaksi	30
Gambar 4. 3 Tampilan Login Ivent.....	31
Gambar 4. 4 Tampilan Sign Up Ivent.....	31
Gambar 4. 5 Tampilan Beranda Ivent.....	32
Gambar 4. 6 Tampilan User Profile Data Diri.....	33
Gambar 4. 7 Tampilan User Profile (Toko).....	34
Gambar 4. 8 Tampilan User Profile Toko Transaksi	35
Gambar 4. 9 Form Alamat Profile (Checkout dan Profile).....	36
Gambar 4. 10 Alamat Utama (Checkout dan Profile).....	36
Gambar 4. 11 Tampilan Keranjang.....	37
Gambar 4. 12 Tampilan Checkout	38

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi yang sangat pesat ini tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan *startup* di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Penyumbang pertumbuhan ekonomi digital terbesar di Indonesia datang dari *startup* Indonesia meliputi sektor *e-commerce*, transportasi *online*, wisata dan perjalanan. Sektor-sektor *startup* ini juga yang menjadikan Indonesia diproyeksikan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Asia Tenggara (Ghifary, 2018). Lahirnya raksasa gojek, bukalapak, shopee, tokopedia dan grab adalah bukti keberhasilan para *founder startup* dalam menemukan ide bisnis dengan transformasi digital yang tepat sehingga masyarakat Indonesia mau menggunakan aplikasi mereka.

Transformasi digital secara umum dapat diartikan sebagai sebuah proses radikal yang terjadi di organisasi dalam memanfaatkan teknologi, sumber daya manusia, dan proses bisnis yang menyebabkan performa bisnis dari organisasi tersebut berubah drastis (Hadiono, 2020). Menurut McLuhan (1962), inovasi dalam bidang teknologi informasi atau teknologi komunikasi memberi perubahan yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat (Hidayatullah, 2018). Banyak sektor yang telah mengalami transformasi menjadi digital. Salah satunya di sektor industri kreatif yaitu *event organizer*. Pengaruh dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin canggih, *mobile* dan *real time* memaksa para pelaku usaha di bidang *event organizer* untuk mengikuti perkembangan masyarakat agar usahanya dapat terus berkembang. Dewasa ini, perkembangan *event organizer* mengarah pada profesi yang mengatur jalannya suatu kegiatan acara baik formal maupun non formal. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi, peluncuran produk baru, pesta, seminar, konser, pameran, wisata dan lain sebagainya sesuai dengan permintaan.

Namun disaat perkembangan era digitalisasi sektor pariwisata dan industri kreatif yang semakin meningkat, dunia dikejutkan dengan melandanya varian virus berbahaya yang bernama *corona virus disease* atau yang disingkat *covid-19*. Pada aspek perusahaan, pandemi ini telah mengganggu kinerja perusahaan-perusahaan terutama yang bergerak dalam sektor perdagangan, transportasi, dan pariwisata. Kebijakan *social distancing* yang kemudian diubah menjadi *physical distancing* dan bekerja dari rumah berdampak pada penurunan kinerja perusahaan yang diikuti oleh pemutusan hubungan kerja. Bahkan ada beberapa perusahaan

yang mengalami kebangkrutan dan akhirnya memilih untuk menutup usahanya (Ronaldo, 2020). Dengan kondisi ini sektor industri kreatif khususnya para pemilik usaha *event organizer* dipaksa untuk membatasi pekerjaan mereka dan terancam gulung tikar. Mereka dipaksa untuk memutar otak untuk mencari solusi dari penurunan pendapatan mereka padahal menurut penelitian oleh (Arrahim, 2018), kebanyakan penyedia *event organizer* masih memasarkan jasa mereka melalui media sosial.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dibuat sebuah platform aplikasi *e-commerce* Ivent yang akan menghubungkan orang yang ingin membuat suatu acara dengan para pemilik usaha *event organizer* atau vendor. Ivent nantinya akan mengadopsi aplikasi berbasis *website* agar bisa diakses dengan mudah di berbagai *device* oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun. Nantinya target sasaran calon pengguna aplikasi ini adalah pemilik usaha *event organizer* atau vendor dan generasi milenial. Dengan adanya *platform* aplikasi ini diharapkan bisa membantu para pemilik usaha *event organizer* atau vendor dalam memasarkan jasa mereka. Dalam perancangan strategi ide bisnis *startup e-commerce* Ivent peneliti menggunakan metode *design thinking* di mana fokus proses berpikir berada pada nilai-nilai manusia sebagai pengguna dan kemanusiaan itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian skripsi ini adalah bagaimana cara merancang ide bisnis *startup ecommerce* Ivent dengan metode *design thinking*.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas fokus penelitian ini, batasan masalah yang diperhatikan adalah:

- a. Target dan sasaran pasar dalam proses observasi yaitu kalangan generasi milenial.
- b. Metode yang digunakan adalah metode *design thinking*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah membuat rancangan strategi bisnis dalam membangun *startup e-commerce* Ivent dengan metode *design thinking*.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Hasil penelitian digunakan untuk membantu dalam pengembangan aplikasi.

- b. Bermanfaat bagi para pemilik usaha *event organizer* dan vendor.
- c. Membantu target sasaran dalam memilih *event organizer* atau vendor yang tepat dan sesuai budget yang dimiliki.
- d. Membantu mahasiswa perintisan bisnis Informatika Universitas Islam Indonesia dalam menentukan ide bisnis.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam proses penelitian ini menggunakan pendekatan metode *design thinking* untuk merancang strategi ide bisnis. Adapun tahapan-tahapan metode *design thinking* adalah sebagai berikut:

a. *Empathize*

Di tahap ini peneliti mencari tahu apa saja keinginan dan kebutuhan pengguna dengan cara melakukan observasi. Tujuannya adalah agar peneliti mengetahui apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh pengguna.

b. *Define*

Setelah melalui tahap *empathize* penulis perlu mencatat atau membuat list apa saja definisi hal-hal penting yang telah diperoleh dari tahap *empathize*. Catatan tersebut nantinya digunakan untuk membuat dan menggambarkan ide yang akan dijadikan bisnis startup. Proses mendefinisikan tersebut membantu penulis dalam mencari dan merancang ide terkait fitur, desain dan fungsi yang nantinya akan dikembangkan.

c. *Ideate*

Selanjutnya adalah tahap *ideate* yang merupakan tahap dimana peneliti mulai melakukan proses yang disebut *brainstorming* dengan anggota tim. Proses ini memungkinkan peneliti mencari dan menemukan solusi dari permasalahan yang ada dengan lebih efisien.

d. *Prototyping*

Setelah tiga rangkaian tahap tersebut, penulis membuat *prototype* atau purwarupa sebagai hasil visualisasi dari solusi yang telah didapatkan dengan menggunakan figma.

e. *Testing*

Hasil dari tahap *prototyping* ini kami uji untuk memastikan apakah aplikasi yang sudah dibuat sesuai dengan apa yang calon *user* mau sehingga apabila terdapat kekurangan-kekurangan penulis akan segera melakukan perbaikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah membuat rancangan strategi bisnis dalam membangun *startup e-commerce* Ivent dengan metode *design thinking*.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan yang terakhir sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan dalam penulisan laporan tugas akhir.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi metodologi yang digunakan dalam merancang strategi ide bisnis startup Ivent.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan dari serangkaian proses dan tahap penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan proses penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Startup

Dalam artian sederhana *startup* adalah bisnis rintisan. Menurut Eric Reis (2011), *startup* merupakan institusi yang dirancang untuk menghasilkan produk atau layanan baru untuk menyelesaikan masalah masyarakat dalam kondisi ketidakpastian yang ekstrem. Terkadang *startup* dirancang untuk situasi yang tidak dapat dimodelkan, tidak jelas, dan segala resikonya belum tentu sebesar yang dibayangkan dan misterius. Sedangkan menurut Blank (2014) *startup* merupakan suatu organisasi yang dirancang untuk menemukan model bisnis baru untuk mendapatkan keuntungan yang besar (Yudhanto, 2018).

Startup dapat disimpulkan sebagai proses pembentukan dan kolaborasi antara bidang usaha dan penerapan teknologi sebagai instrumen pendukung, dan sebagai dasar dari usaha itu sendiri, baik dalam proses, sistem, pihak yang terlibat, maupun produk yang dihasilkan.

2.2 E-Commerce

Menurut (Whinston, 1997) *e-commerce* mengacu pada penggunaan sarana dan teknologi elektronik untuk melakukan perdagangan (penjualan, pembelian, transfer, atau pertukaran produk, layanan, dan/atau informasi), termasuk dalam bisnis, bisnis-ke-bisnis, dan interaksi bisnis-ke-konsumen (Ramadhan, 2019). Pengiriman produk atau layanan dapat terjadi di atas atau di luar internet.

Sedangkan menurut (Hartman, 2000) *e-commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbisnis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to-C) (Romindo, 2019).

2.3 Event Organizer dan Vendor

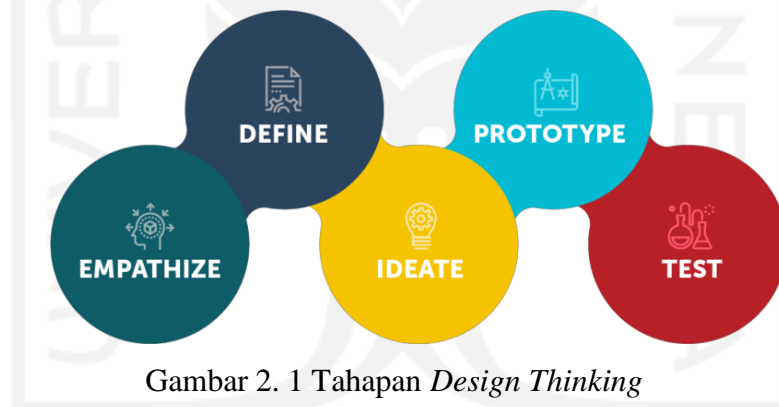
Secara sederhana *event organizer* adalah pengelola atau pengorganisir acara. Yaitu orang-orang yang bertugas membuat, menyusun serta menjalankan rangkaian acara. *Event organizer* adalah sebuah organisasi profesional dimana didalamnya terdapat sekumpulan orang-orang yang menyelenggarakan sebuah acara yang dimana di dalamnya terdapat banyak pembagian tugas-tugas dalam tiap anggota yang mengacu kepada seluruh tujuan yang sama di dalam suatu acara (Juniansyah, 2020).

Pada pelaksanaannya, *event organizer* membutuhkan pihak lain sebagai pendukung dalam membuat acara yaitu vendor. Dalam jurnal (Giantoro, 2015) Dalam arti harfiahnya, vendor adalah penjual. Namun vendor memiliki artian yang lebih spesifik yakni pihak ketiga dalam *supply chain* istilah dalam industri yang menghubungkan produk dari produsen untuk sampai ke tangan *customer* yang menjual barang kepada perusahaan untuk dijual kembali atau dipergunakan oleh *user* dari perusahaan tersebut.

2.4 Generasi Milenial

Generasi ini hadir sebagai bentuk diferensiasi antara generasi zaman dulu yang eksis di tahun 90an dengan generasi yang sedang eksis zaman sekarang. Dari segi usia, bisa dikatakan generasi milenial adalah mereka yang saat ini berada pada rentang umur 15-30 tahun (Mansyur, 2018). Generasi ini sangat aktif dalam menggunakan internet sehingga dengan kata lain generasi milenial adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming* (Purnomo,2019).

2.5 Design Thinking



Gambar 2. 1 Tahapan *Design Thinking*

(Sumber: ravimahfunda.medium.com)

Design thinking merupakan alat yang digunakan dalam *problem-solving*, *problem design* hingga *problem-forming*. Tidak hanya untuk menyelesaikan suatu permasalahan, namun juga untuk membentuk dan merancang suatu permasalahan. Dalam prosesnya *design thinking* bersifat *human-centered* atau berpusat pada manusia. Setiap proses dalam *design thinking* berasal dan ditujukan pada manusia. Atau dalam konteks inovasi bisnis adalah pelanggan dan konsumen yang merupakan pengguna akhir (*end-user*) dari produk dan jasa yang dihasilkan. Dalam buku *Design Thinking for Strategic Innovation*, (Motee, 2013) mendefinisikan bahwa *design thinking* adalah suatu pencarian keseimbangan magis antara bisnis dan seni, struktur dan kekacauan, intuisi dan logis, konsep dan eksekusi, bermain-main dan keseriusan, dan kontrol dan pemberdayaan. Dalam praktiknya disebutkan bahwa *design thinking* merupakan

suatu kerangka kerja untuk pendekatan yang berpusat pada manusia untuk melakukan inovasi yang strategis dalam penciptaan nilai di dunia yang dinamis atau secara radikal terus berubah.

Dalam *design thinking* terdapat aturan-aturan dasar mengenai perilaku dan *mindset* yang harus dimiliki oleh *design thinking team* yang berguna untuk menyelaraskan pemahaman antara anggota tim satu dengan yang lainnya, tujuannya untuk mempermudah kinerja. Menurut buku *Design Thinking untuk Inovasi Bisnis* (Hussein, 2018) berikut ini adalah *mindset* dan perilaku yang harus dimiliki dalam *design thinking team* menurut (Lee,2016).

a. *Heart-on*

Pendekatan dengan hati (*the heart*) adalah mengenai fungsi afektif, emosi dan perasaan. Mengenai bagaimana menggunakan emosi untuk mewujudkan gagasan dan pemikiran.

b. *Head-on*

Pendekatan dengan kepala (*the head*) adalah mengenai fungsi kognitif dan logis. Memikirkan bagaimana cara untuk meyakinkan orang melalui argumen logis. Tujuannya adalah membuat rencana proyek yang logis dan menunjukkan apa yang harus dilakukan dengan rencana yang sistematis; oleh siapa, kapan, dan berapa lama waktu yang dibutuhkan.

c. *Hand-on*

Hand-on adalah tentang kepraktisan, tindakan, dan dampak fisik lalu mengaplikasikan suatu tindakan untuk mewujudkan gagasan atau pemikiran. Tujuannya adalah untuk menciptakan bukti nyata tentang seberapa bagus, penting dan layak sebuah gagasan.

Design thinking merupakan sebuah metode yang berpusat pada manusia sebagai fokus dalam membuat atau menghasilkan inovasi. Dalam metode ini terdapat 5 tahapan yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*.

a. *Empathize*

Pada tahap ini peneliti harus mengidentifikasi dan melakukan pemahaman empati ke calon pengguna. Proses pemahaman empati dan informasi kebutuhan pengguna dapat dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dan observasi. Hasil dari kuesioner dan observasi nantinya digunakan sebagai acuan utama dalam pengembangan aplikasi selanjutnya.

b. *Define*

Hasil kuesioner dan observasi selanjutnya dibuat penggambaran atau pendefinisian dari data informasi tersebut. Data yang telah diolah akan menghasilkan strategi ide dan model bisnis yang nantinya akan digunakan untuk membangun aplikasi Ivent.

c. Ideate

Dengan informasi yang telah didapatkan mengenai kebutuhan pengguna maka selanjutnya diperlukan perancangan solusi terhadap permasalahan yang ada. Penentuan solusi yang akan digunakan adalah dengan melakukan brainstorming dengan anggota tim. Tahap ini menghasilkan gagasan ide dan konsep seperti apa nantinya aplikasi yang akan dikembangkan.

d. Prototype

Prototype merupakan proses pembentukan visual dari ide solusi yang sebelumnya telah didapatkan pada tahap *ideate*. Hasil yang didapatkan dari tahap ini berupa demonstrasi aplikasi yang akan dibangun.

e. Testing

Peneleti melakukan pengujian aplikasi yang sudah dibuat kepada calon pengguna. Dari hasil uji coba yang sudah dilakukan maka akan diperoleh kesimpulan dan masukan dari tester yang nantinya akan digunakan untuk melakukan perbaikan dari aplikasi yang telah dibuat.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam penerapannya, metode *design thinking* telah digunakan di berbagai penelitian dan diaplikasikan untuk menyelesaikan beragam permasalahan sehingga menghasilkan literatur yang beragam. Berikut ini adalah beberapa literatur penelitian dengan metode *design thinking* dengan fokus perancangan ide bisnis.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Judul	Penulis	Masalah	Tujuan	Metodologi	Hasil
<i>Design Thinking</i> David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek	Muhammad Lutfi Lazuardi dan Iwan Sukoco	Keluhan masyarakat mengenai kemacetan di kota-kota besar terutama di Jakarta yang banyak membuang waktu dan menghambat aktivitas. Sehingga produktifitas	Menguraikan setiap tahapan design thinking pada PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) dalam menciptakan solusi yang tepat dan efektif terhadap permasalahan yang timbul di masyarakat.	Metode yang digunakan adalah dengan mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ada. Selain itu, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan identifikasi menggunakan teori design thinking.	Berhasil menciptakan solusi dari permasalahan kebutuhan masyarakat yang tadinya aplikasi gojek hanya berupa aplikasi transportasi lalu berkembang menjadi aplikasi yang memiliki berbagai macam layanan karena berhasil membaca kondisi dan memetakan segala

		masyarakat menjadi turun.			aspek yang berkaitan dengan permasalahan yang ada di masyarakat.
<i>Design Thinking</i> dalam Proses Inkubasi Startup Suka-Grafis	Didit Herawan	Sedikitnya jurnal atau penelitian yang menjelaskan bagaimana implementasi <i>design thinking</i> dalam perkembangan suatu usaha bisnis.	Mengamati pemanfaatan <i>design thinking</i> sebagai salah satu metode penyelesaian masalah dan pengembangan inovasi oleh <i>startup</i> Suka-Grafis selama proses pra-inkubasi, inkubasi dan pasca-inkubasi Ubprenur, Universitas Bakrie.	Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dan eksploratif dengan melihat kekuatan dan kelemahan metode <i>design thinkng</i> .	Hasil yang didapat menunjukkan bahwa metode <i>design thinking</i> sangat mudah dipahami dan dapat digunakan sebagai alat bantu pemecahan masalah sesuai dengan kebutuhan pada proses inkubasi. Akan tetapi dalam pengimplementasiannya memerlukan pemahaman yang mendalam dan keterlibatan berbagai pakar ahli yang diperlukan.
Implementasi <i>Design Thinking</i> dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Percetakan	Tommy Aland Saputra	Produk sering dikembalikan karena tidak laku, biaya operasi meningkat, ketidakpastian <i>supplier</i> , pelanggan yang kurang setia dan permintaan pasar yang terus berubah-ubah.	Mengimplementasi -kan <i>design thinking</i> dalam membangun model bisnis yang inovatif berbasis Kanvas Model Bisnis.	Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode ekdploratif. Dalam implementasi <i>design thinking</i> hanya sampai pada tahap <i>prototyping</i> .	Pengimplementasian <i>design thinking</i> dapat membangun inovasi model bisnis dengan memberikan tambahan nilai pada elemen <i>value propositions</i> yaitu: <i>newness, customization, performance, getting the job done</i> dan <i>design</i> . Pada elemen <i>customer relationship</i> , perusahaan dapat menambahkan <i>co-creation</i> . Sedangkan pada elemen <i>key activities</i> , perusahaan dapat menambahkan aktivitas <i>problem solving</i> . Selain itu implementasi <i>design thinking</i> juga menciptakan produk sesuai dengan harapan pengguna melalui tahapannya.




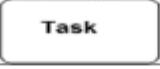
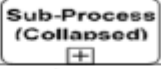




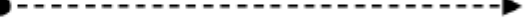




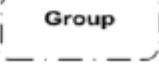
<p><i>Design Thinking</i> Bisnis “Kaos Islami” Inspirasi Hadis Nabi SAW</p>	<p>Wahyudin Darmalaksana</p>	<p>Pandemi <i>Covid-19</i> berdampak pada perekonomian Indonesia hingga menyebabkan pemutusan hubungan kerja banyak orang. Sehingga kesusahan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.</p>	<p>Membuat inovasi bisnis sesuai hadis Nabi SAW dalam pelaksanaan ekonomi dengan pengujian terus-menerus secara tepat hingga merebut pasar yang luas.</p>	<p>Metode penelitian bersifat kualitatif melalui studi pustaka dan studi lapangan dengan pendekatan <i>design thinking</i>. Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya membahas bisnis pembuatan kaos sehingga dibutuhkan penelitian lebih lanjut pada sektor lain.</p>	<p>Implementasi <i>design thinking</i> pada zaman Nabi SAW bisa merebut pasar meskipun di masa pandemi <i>Covid-19</i> dan berimplikasi membuka lapangan kerja serta menghidupkan kembali sektor UMKM di Indonesia.</p>
---	------------------------------	---	---	---	---

2.7 BPMN

Business Process Modelling Natation (BPMN) adalah sebuah standar untuk memodelkan proses bisnis yang menyediakan notasi grafis dalam menjelaskan sebuah proses bisnis. BPMN menggambarkan suatu bisnis proses diagram yang didasarkan kepada teknik diagram alur, dirangkai untuk membuat model-model grafis dari operasi-operasi bisnis dimana terdapat aktivitas-aktivitas dan kontrol-kontrol alur yang mendefinisikan urutan kerja (Yohana, 2018).

Tujuan utama dari usaha BPMN adalah menyediakan suatu notasi yang mudah dipahami oleh semua masyarakat terutama pegiat *software*. Dari analisis bisnis yang ada kemudian menciptakan draft permulaan dari proses-proses sampai dengan pengembangan teknis meliputi alur dan pekerjaan dalam bentuk model atau notasi. BPMN juga menciptakan suatu jembatan terstandardisasi untuk gap antara desain proses bisnis dan implementasi proses (Yudhanto, 2018).

Diagram BPMN terdiri atas beberapa elemen. Elemen-elemen ini terbagi atas empat kategori, yaitu *Flow Object*, *Connecting Object*, *Swimlanes*, dan *Artifact*. Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing elemen BPMN.

Categories	Elements	Some examples (graphical notations)
Flow objects	Events	 Start  Intermediate  End
	Activities	 Task  Sub-Process (Collapsed)
	Gateways	 Exclusive Decision Merge  Inclusive Decision Merge  Parallel Fork/Join
Connecting objects	Sequence Flow	
	Message Flow	
	Associations	
Swimlanes	Pool	
	Lane	
Artifacts	Data Object	 Data  Text Annotation  Group
	Group	
	Annotation	

Gambar 2. 2 Elemen BPMN
(Sumber: Paul & Killian, 2014)

2.7.1 Flow Object

a. Events

Events adalah sesuatu yang terjadi selama jalannya proses dan digambarkan dalam bentuk lingkaran. Ada tiga macam event yaitu *start*, *intermediate* dan *end*.

b. Activities

Activities adalah suatu kegiatan yang secara aktif harus diselesaikan dan digambarkan dalam bentuk persegi. Ada empat macam *activity* yaitu *task*, *looping task*, *sub-process*, dan *looping subprocess*.

c. Gateways

Gateways adalah penghubung atau pemisah dari beberapa aktivitas yang telah dibuat dan digambarkan dalam bentuk belah ketupat.

2.7.2 Connecting Object

a. *Sequence Flow*, merupakan sebuah arus yang menunjukkan urutan proses.

b. *Message Flow*, merupakan arus yang menunjukkan pesan antar proses.

c. *Associations*, merupakan arus yang menghubungkan informasi dan *artifacts* dengan elemen BPMN grafis.

2.7.3 *Swimlanes*

Swimlanes digunakan untuk mengkategorikan seluruh elemen visual diagram. Ada dua macam *swimlanes* yaitu *pool* dan *lanes*. *Lane* terletak di dalam bagian *pool* untuk mengkategorikan elemen-elemen yang ada di dalam *pool* agar menjadi lebih spesifik.

2.7.4 *Artifacts*

Artifact berfungsi untuk memberikan keterangan yang ada di dalam diagram. Ada tiga macam *artifacts*, yaitu *data object*, *group* dan *annotation*.

- a. *Data Object*, digunakan untuk menjelaskan data apa saja yang dibutuhkan pada saat proses.
- b. *Group*, digunakan untuk mengelompokkan sejumlah aktivitas di dalam proses tanpa mempengaruhi proses yang sedang berjalan.
- c. *Annotation*, digunakan untuk memberi catatan agar diagram menjadi lebih mudah dimengerti.

2.8 Aktivitas Perintisan Bisnis

Merupakan penjaluran tahun keempat yang berfokus pada pengembangan diri di ranah kewirausahaan melalui transformasi ide bisnis menjadi digital *startup*. Secara umum, jalur ini terdiri dari 3 tahap, yakni penggalan dan validasi ide, perintisan bisnis, serta publikasi ilmiah berupa skripsi.

Pada aktivitas jalur perintisan bisnis dilakukan secara berkelompok atau tim yang terdiri dari tiga orang dengan masing-masing peran dan tanggung jawab yang berbeda. Masing-masing peran tersebut adalah *hustler* yang berperan sebagai penganalisa *market* atau pasar dan pencari peluang bisnis, *hipster* yang berperan sebagai perancang desain antarmuka yang akan dikembangkan dan *hacker* yang berperan sebagai pengembang aplikasi bergerak.

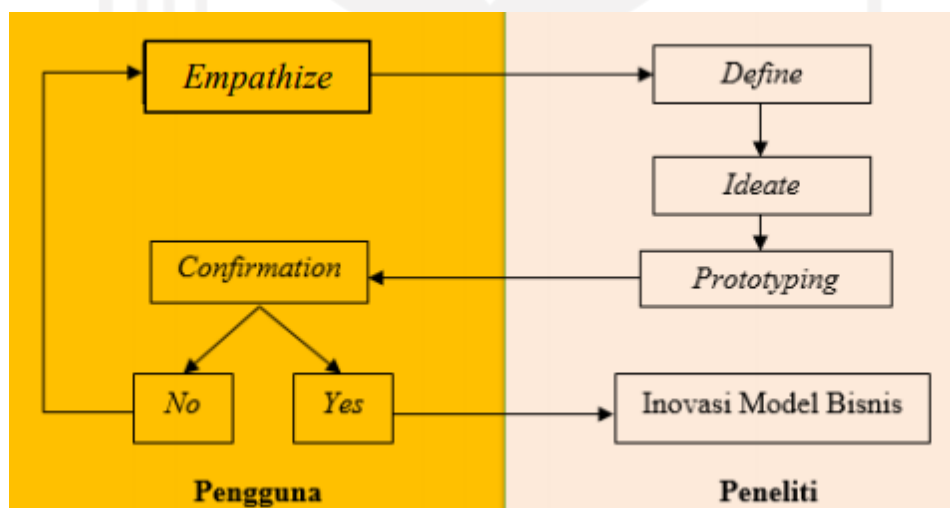
Selain melakukan mengikuti perkuliahan perintisan bisnis, tim pengembang juga mengikuti beberapa *workshop* dari Ibisma. Ibisma merupakan salah satu inkubator bisnis startup di Universitas Islam Indonesia. Manfaat dari mengikuti *workshop* Ibisma sangat beragam diantaranya memperoleh ilmu dalam membuat BMC. Kemudian ada kelas yang mempelajari ilmu bisnis yang beragam sehingga tim pengembang yang notabene tidak memiliki dasar dalam bisnis bisa memiliki gambaran bisnis.

BAB III

ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai proses perancangan strategi ide bisnis Ivent. Tahap pertama dalam perancangan strategi ide dan model bisnis Ivent adalah menentukan sasaran pasar. Kemudian membuat *business model canvas* yang disesuaikan sesuai target pasar yang telah ditentukan sebelumnya. Kedua hal tersebut sangat penting karena nantinya akan dijadikan dasar acuan dalam melakukan proses pengumpulan informasi (*empathize*). Setelah informasi terkumpul, maka proses selanjutnya ialah menentukan permasalahan dan pencarian solusi.

Design thinking merupakan metode pendekatan dalam membuat sebuah pengalaman yang menyangkut dampak emosional, estetika, serta interaksi yang berfokus pada nilai sosial (Hartson & Pyla, 2012). Terdapat beberapa versi tahapan dalam proses *design thinking*, namun pada dasar prinsipnya tetap sama yaitu memberikan gambaran melalui tahapan-tahapan bagaimana menciptakan sebuah desain inovatif yang berdasar pada permasalahan kebutuhan manusia lalu menghasilkan solusi yang dapat diaplikasikan secara umum.



Gambar 3. 1 Urutan *Design Thinking*

(Sumber: Saputra, 2016), diolah

3.1 Empathize

Tahap ini pengembang harus benar-benar mengetahui pengalaman, emosi dan situasi dari calon pengguna dengan cara *user research* atau observasi pengguna. Kemudian pengembang harus bisa memposisikan dirinya sebagai calon pengguna agar dapat benar-benar tahu dan memahami kebutuhan dan keinginan pengguna.

Dalam proses pengumpulan data informasi untuk tahap empathizer, sumber informasi yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan adalah hasil kuesioner menggunakan *google form* yang dibagikan melalui media sosial dan wawancara online dengan calon pengguna aplikasi yaitu generasi milenial dan pelaku usaha event organizer, sedangkan data sekunder yang digunakan adalah berasal dari jurnal atau arsip literatur yang relevan.

Dalam proses empathize terdapat 4 tahap yaitu *discovery*, *immersion*, *connection* dan *detachment* (Adams, 2016). Pada tahap *discovery* merupakan tahap dimana melakukan observasi dan pengenalan dengan calon pengguna. Kemudian tahap selanjutnya adalah *immersion* yaitu proses mendekati pengguna dengan masuk ke dalam kehidupan mereka dengan cara merasakan apa yang mereka alami. Setelah mengamati lebih dekat kemudian tahap selanjutnya *connection* yaitu memahami pengguna dari dekat dengan mengetahui apa masalah mereka dan kebutuhan apa saja yang mereka perlukan. Terakhir yaitu tahap *detachment* yaitu kembali menjadi desainer produk dengan mempelajari apa saja yang telah didapatkan dari tahap-tahap sebelumnya.

3.1.1 Discovery

a. Sasaran Pasar

Pada tahap *discovery* yang pertama dilakukan oleh pengembang adalah menentukan sasaran pasar terlebih dahulu. Dalam membangun startup, menentukan sasaran pasar adalah hal yang sangat penting. Karena dalam aspek pasar dibahas mengenai besarnya pasar yang diminta dan pasar yang tersedia untuk merencanakan volume penjualan serta menganalisis persaingan untuk merencanakan strategi yang akan digunakan untuk memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan pada usaha tersebut (Sobana, 2018). Menentukan sasaran pasar juga membantu dalam perancangan ide bisnis dengan menganalisa peluang pasar yang tersedia.

Dalam proses penentuannya, tim pengembang melakukan observasi beberapa jurnal mengenai bagaimana ketertarikan seseorang dalam mengadakan sebuah acara. Hasil dari observasi dari beberapa jurnal menghasilkan bahwa generasi milenial yang memiliki usia

produktif dan memiliki ide-idenya yang selalu segar, pemikirannya yang kreatif dan inovatif yang diyakini akan mampu mendorong terjadinya transformasi dunia ini ke arah yang lebih baik lagi, melalui perubahan dan pengembangan yang menyumbang peranan terbesar dalam pelaksanaan suatu kegiatan acara (Affandi, 2018). Oleh karena itu sasaran pasar utama dari *startup* Ivent adalah generasi milenial.

b. Aplikasi Serupa

Startup Ivent merupakan *startup* yang baru dibentuk dan dirintis sehingga memiliki ide yang masih sederhana. Kebanyakan ide dan konsep Ivent sudah ada di aplikasi yang ada baik *mobile* maupun *website application* dan sudah menjadi bisnis. Sehingga aplikasi serupa tersebut merupakan kompetitor Ivent yang akan dikembangkan menjadi *startup*. Untuk mengetahui perbedaan Ivent dan aplikasi kompetitor dilakukan analisa aplikasi kompetitor. Berikut ini adalah beberapa aplikasi yang memiliki kesamaan dengan aplikasi Ivent.

Tabel 3. 1 Aplikasi Serupa

No.	Nama Kompetitor	Keterangan	Keunggulan	Kelemahan
1.	Eventbrite	Merupakan aplikasi <i>ticketing online</i> yang memudahkan penggunaannya dalam mempublikasikan <i>event</i> yang mereka buat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>User Interface</i> yang simple dan menarik. 2. Sudah dikenal masyarakat Indonesia. 3. Jangkauannya Internasional. 4. Memiliki fitur <i>ticketing</i> atau penjualan tiket. 5. Terintegrasi dengan <i>email</i> pengguna. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembayaran kurang beragam karena hanya bisa menggunakan kartu debit atau kredit dan PayPal. 2. Basis utama aplikasi ini hanya <i>ticketing online</i>.
2.	Bridestory	Merupakan aplikasi penyedia informasi vendor pernikahan berdasarkan kategori, lokasi dan <i>budget</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki fitur sortir kategori. 2. Memiliki fitur <i>points</i> setiap transaksi yang bisa ditukarkan menjadi diskon. 3. Vendor yang ada di Bridestory Internasional. 4. Memiliki kategori yang beragam. 5. Memiliki metode pembayaran yang beragam. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan atau keaslian acara masih belum terjamin. 2. Hanya khusus pernikahan.

3.	Loket.com	Merupakan aplikasi penjualan tiket <i>event online</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada fitur khusus untuk <i>event online</i>. 2. Penyebaran <i>URL streaming event online</i> otomatis ke pembeli tiket. 3. Terdapat kategori tiket gratis atau berbayar. 4. Pengguna bisa menemukan berbagai <i>event</i> yang ada di dalam aplikasi. 5. Sudah memiliki banyak mitra. 6. Memiliki metode pembayaran yang beragam. 7. Dengan adanya aplikasi ini mempersempit ruang gerak calo tiket. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Basis utama aplikasi ini hanya <i>ticketing online</i>.
----	-----------	--	--	--

3.1.2 Immersion

Kemudian proses selanjutnya dari tahap *empathize* adalah *immersion* yaitu proses mendekati pengguna dengan masuk ke dalam kehidupan mereka dengan cara merasakan apa yang mereka alami. Agar pengembang dapat mengetahui dengan jelas kebutuhan dan perilaku calon pengguna maka dilakukan penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Tujuan dilakukannya kedua hal tersebut adalah untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan calon pengguna seputar *event organizer* atau vendor. Berikut merupakan hasil himpunan kuesioner yang berisikan daftar, tujuan dan hasil pertanyaan yang telah diisi oleh 68 orang responden.

Tabel 3. 2 Hasil Kuesioner

Pertanyaan	Tujuan Pertanyaan	Hasil Pertanyaan
Pekerjaan	Untuk mengetahui profesi para responden.	Pekerjaan atau profesi dari responden rata-rata adalah sebagai pelajar atau mahasiswa.
Gender	Untuk mengetahui perbandingan gender responden.	Responden pengisi kuesioner didominasi oleh laki-laki daripada perempuan.
Usia	Untuk mengetahui usia responden.	Responden pengisi kuesioner didominasi oleh responden yang berusia 18 hingga 22 tahun.
Asal daerah (Kota atau Kabupaten)	Untuk mengetahui asal daerah responden.	Responden pengisi kuesioner didominasi oleh responden yang tinggal di daerah kabupaten daripada kota.

Pendidikan terakhir	Untuk mengetahui pendidikan terakhir responden.	Responden pengisi kuesioner didominasi oleh responden yang tamat SMA atau sederajat.
Aplikasi <i>e-commerce</i> yang ada di handphone apa?	Untuk mengetahui aplikasi <i>e-commerce</i> apa saja yang ada di <i>handphone</i> responden.	Aplikasi <i>e-commerce</i> yang ada di <i>handphone</i> responden pengisi kuesioner didominasi oleh Shopee, Tokopedia, Traveloka dan Lazada.
Seberapa sering berbelanja dengan menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i> ?	Untuk mengetahui perilaku responden dalam berbelanja menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i> .	Dari 68 reponden pengisi kuesioner 40 orang diantaranya menjawab jarang. Sedangkan 25 orang menjawab sering dan 3 orang menjawab tidak pernah.
Sudah tahu <i>Event Organizer</i> ?	Untuk mengetahui pengetahuan responden seputar <i>event organizer</i> .	Dari 68 reponden pengisi kuesioner 62 orang diantaranya menjawab sudah tahu dan 6 orang menjawab belum tahu.
Sudah tahu Vendor?	Untuk mengetahui pengetahuan responden seputar vendor.	Dari 68 reponden pengisi kuesioner 61 orang diantaranya menjawab sudah tahu dan 7 orang menjawab belum tahu.
Pernah menggunakan <i>event organizer</i> ?	Untuk mengetahui perilaku responden dalam menggunakan <i>event organizer</i> .	Dari 64 reponden pengisi kuesioner diantaranya 40 orang menjawab tidak pernah dan 28 orang menjawab sudah pernah.
Pernah menggunakan vendor?	Untuk mengetahui perilaku responden dalam menggunakan vendor	Dari 64 reponden pengisi kuesioner 40 diantaranya orang menjawab tidak pernah dan 28 orang menjawab sudah pernah
Pernah datang mengunjungi acara baik konser, pameran, maupun acara lainnya?	Untuk mengetahui antusiasme responden dalam mengunjungi acara yang bersifat umum.	Dari 64 reponden pengisi kuesioner 46 orang diantaranya menjawab jarang. Sedangkan 20 orang menjawab sering dan 2 orang menjawab tidak pernah.
Pernah membuat acara?	Untuk mengetahui perilaku responden dalam membuat acara.	Dari 68 reponden pengisi kuesioner 45 orang diantaranya menjawab jarang. Sedangkan 9 orang menjawab sering dan 14 orang menjawab tidak pernah.
Seberapa antusias dalam membuat acara?	Untuk mengetahui antusiasme responden dalam mengadakan acara.	Dari 68 reponden pengisi kuesioner 38 orang diantaranya menjawab sangat antusias. Sedangkan 25 orang menjawab mungkin dan 5 orang menjawab tidak.
Apa yang disewa jika menggunakan jasa vendor?	Untuk mengetahui barang apa yang sering disewa oleh responden jika menggunakan jasa vendor.	Dari 68 responden rata-rata menjawab menyewa kebutuhan properti untuk panggung seperti sound, mic, alat musik, lightning dan sebagainya.
Apakah dibutuhkan <i>platform khusus event organizer</i> atau vendor?	Untuk mengetahui pendapat responden mengenai aplikasi Ivent.	Dari 68 reponden pengisi kuesioner 35 orang diantaranya menjawab sangat mungkin. Sedangkan 30 orang menjawab butuh dan 3 orang menjawab tidak.

3.1.3 Connection

Dalam tahap *connection*, pengembang mencoba memahami apa saja kebutuhan, masalah serta respon yang dialami oleh calon pengguna dengan melakukan wawancara. Wawancara dilakukan kepada tiga orang yang berdomisili di Yogyakarta yang masing-masing seorang dua orang laki-laki yang berprofesi sebagai mahasiswa, karyawan *startup* dan seorang perempuan yang bekerja sebagai karyawan di sebuah *event organizer*. Proses wawancara dilakukan secara langsung dimana penanya memberikan pertanyaan yang sudah disiapkan. Pertanyaan yang diajukan mengarah pada apa saja kendala saat ingin membuat acara. Selain itu pertanyaan yang diajukan juga mengarah pada fitur atau fungsi apa saja yang diharapkan jika ada aplikasi terkait penyewaan *event organizer* atau vendor.

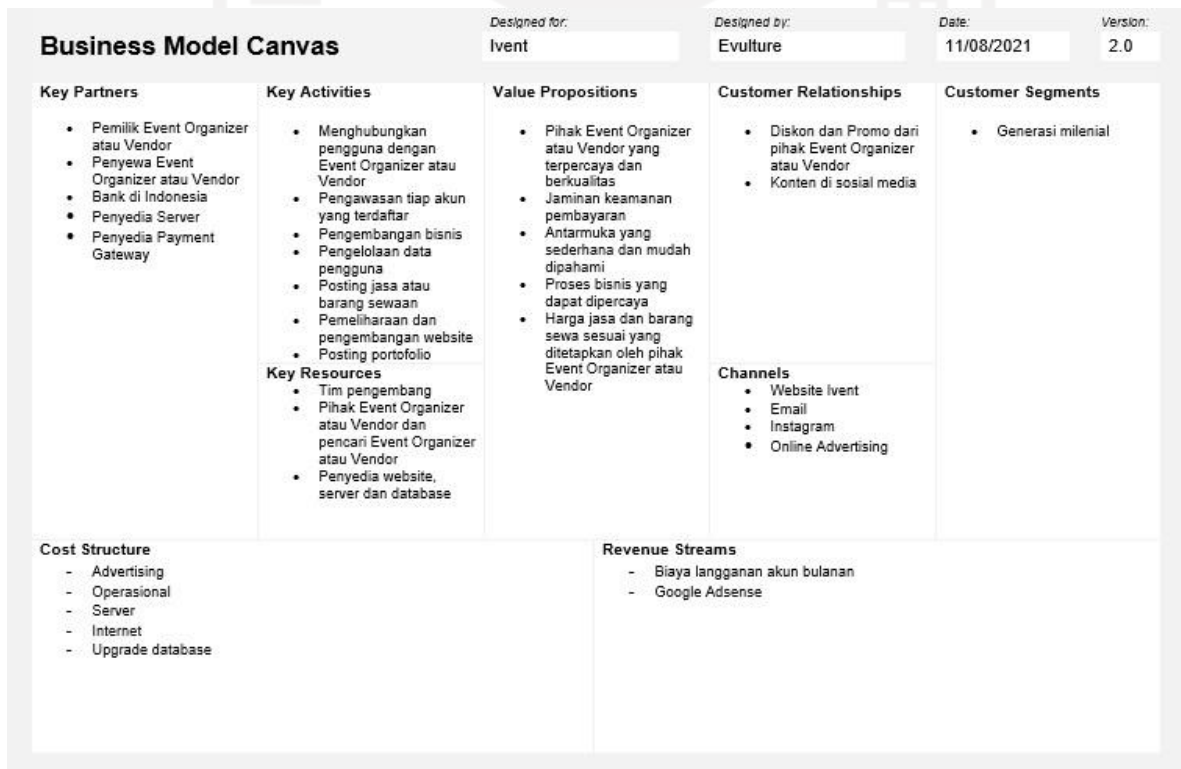
Hasil pertanyaan kepada dua orang mahasiswa laki-laki menghasilkan jawaban sebagai berikut. Kendala mereka dalam mengadakan sebuah acara adalah sedikitnya pilihan dalam memilih jasa vendor. Menurut mereka juga memiliki masalah di bagian *budget* yang relatif mahal jika menggunakan *event organizer* sehingga mereka lebih memilih mengadakan acara tanpa menggunakan jasa *event organizer*. Mereka mengharapkan adanya sebuah *platform* aplikasi yang dapat memuat *event organizer* atau vendor di seluruh Indonesia, minimal di daerah Yogyakarta agar mereka memiliki banyak pilihan *event organizer* tanpa merasa kesulitan untuk mencarinya. Untuk fitur yang ada di aplikasi mereka menginginkan supaya ada rincian harga jika menggunakan jasa *event organizer* atau vendor. Selain itu juga mereka menginginkan agar adanya sistem pembayaran yang langsung terintegrasi dengan aplikasi sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi yang aman.

Sedangkan pertanyaan untuk wawancara kepada narasumber yang berprofesi sebagai karyawan sebuah *event organizer* sedikit berbeda. Wawancara lebih mengarah kepada kesulitan apa saja yang dihadapi selama ini saat bekerja sebagai *event organizer*. Menurut narasumber kendala utama *event organizer* adalah dalam mendapatkan klien. Selama ini rata-rata jasa *event organizer* menggunakan sosial media, brosur, spanduk dan *banner* sebagai pemasaran mereka. Meskipun begitu mereka masih kesulitan dalam mendapatkan klien karena pendapatan *event organizer* umumnya bersifat *seasonal* atau pada musim tertentu saja seperti hari besar nasional dan festival tahunan. Selain itu mereka juga masih harus bersaing dengan pihak *event organizer* lain dalam memperoleh klien. Oleh karena itu mereka mengharapkan adanya aplikasi yang khusus memuat *event organizer* agar memperluas peluang mereka dalam mendapatkan klien. Mereka menginginkan agar aplikasinya mudah digunakan, terpercaya serta memiliki fitur yang mendukung pihak *event organizer* dalam menjalankan bisnis mereka.

Beberapa fitur yang mereka inginkan adalah adanya fitur posting portofolio, fitur posting barang atau jasa sewaan baik paket maupun satuan, fitur pemesanan, fitur *messaging* atau *chat* serta sistem pembayaran yang langsung terintegrasi di sistem aplikasi. Mereka juga mengharapkan dengan adanya aplikasi ini mereka bisa memperluas jaringan pemasaran agar potensi jasa mereka dipakai semakin tinggi.

3.1.4 Detachment

Setelah melalui tiga tahap pada fase *empathize* sebelumnya, maka selanjutnya adalah tahap *detachment* yang merupakan terakhir pada fase *empathize* sebelum melanjutkan ke fase *define*. Setelah mendapatkan informasi dari tiga tahap sebelumnya maka selanjutnya pengembang mulai merencanakan apa yang akan dibangun kedepannya. Oleh karena itu dibuatlah *business model canvas* agar pengembang tahu apa saja yang perlu disiapkan dalam proses pengembangan. *Business Model Canvas* adalah model bisnis yang terdiri dari sembilan komponen aktivitas bisnis. Sembilan komponen itu antara lain adalah: *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structures*. Kesembilan komponen ini adalah penjabaran dari empat pilar yang harus ada di dalam sebuah bisnis. Keempat pilar itu adalah: *offers*, *customers*, *infrastructure* dan *financial* (Athia, 2018).



Gambar 3. 2 Business Model Canvas Ivent

a. *Customer Segments*

Segmentasi utama dibuatnya aplikasi ini adalah untuk generasi milenial yang aktif menggunakan internet.

b. *Value Propositions*

Pada bisnis *startup* Ivent *value propositionnya* adalah menjadikan aplikasi Ivent sebagai wadah penghubung antara pencari dengan pemilik usaha *event organizer* atau vendor yang terpercaya dan berkualitas. Selain itu ada jaminan keamanan pembayaran karena menggunakan *virtual account*, antar muka aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami, proses bisnis yang dapat dipercaya serta harga jasa atau barang sewa yang sesuai dengan ketetapan pemilik usaha *event organizer* atau vendor.

c. *Channels*

Channels yang digunakan untuk mencapai pengguna adalah dengan menggunakan media sosial dan *online advertising*. Sedangkan untuk media komunikasi dengan pihak Ivent menggunakan *website* Ivent, Instagram dan email.

d. *Customer Relationship*

Untuk menjaga hubungan dengan customer Ivent mengonsepan untuk mengadakan diskon atau promo dari pihak *event organizer* atau vendor dan rutin membuat konten di media sosial agar menarik minat calon pengguna.

e. *Revenue Streams*

Untuk awal perintisannya, aplikasi Ivent mendapatkan pendapatan dari biaya langganan bulanan dan *google adsense*.

f. *Key Resource*

Adapun *key resource* untuk startup Ivent adalah tim pengembang, partner Ivent yaitu pemilik usaha *event organizer* atau vendor, penyedia server, *payment gateway* dan *database* sebagai tumpuan utama dalam berjalannya aplikasi.

g. *Key Activities*

Untuk *key activities* yang merupakan kegiatan utama *startup* Ivent adalah menghubungkan pemilik dan pencari *event organizer* atau vendor. Pemilik usaha *event organizer* atau vendor dapat melakukan posting jasa atau barang sewaan. Sedangkan pencari *event organizer* atau vendor dapat melihat postingan pemilik usaha *event organizer* atau vendor dan memilih jasa atau barang sewaan mereka. Selain itu pihak Ivent melakukan pengelolaan data pengguna, pengawasan tiap akun yang terdaftar,

pengembangan bisnis dari analisa riset serta melakukan pemeliharaan dan pengembangan *website*.

h. Cost Structures

Biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis startup Ivent adalah biaya operasional, *advertising*, internet, server dan *upgrade database*.

i. Key Partners

Merupakan pihak-pihak yang bisa diajak kerjasama dengan tujuan untuk menyokong dan mengoptimalkan alokasi sumber daya, mengurangi resiko serta meningkatkan kinerja. Key partners untuk Ivent adalah penyewa dan pemilik usaha *event organizer* atau vendor, bank di Indonesia, penyedia server dan *payment gateway*.

3.2 Define

Setelah tahu dan memahami kebutuhan dan keinginan calon pengguna dalam fase *empathize*, kemudian pengembang dapat pindah ke fase selanjutnya yaitu *define*. Tujuan dari fase *define* adalah untuk mengakumulasi informasi dari fase *empathize* kemudian menganalisis dan mendefinisikan ruang lingkup masalah sehingga penulis tidak kesulitan berfokus dalam menemukan ide solusi di fase *ideate*.

Setelah menghimpun data informasi yang dibutuhkan pada tahap *empathize*, proses berikutnya adalah menganalisa data informasi tersebut. Dari tahap ini didapatkanlah informasi yang berupa kebutuhan, keinginan dan pengetahuan terkait Ivent dari calon pengguna. Informasi yang telah didapatkan digunakan untuk mengidentifikasi masalah guna proses pengembangan dan membangun strategi dan ide bisnis. Secara garis besar permasalahan dalam mengembangkan aplikasi Ivent adalah menemukan sekaligus merancang strategi dan ide yang memiliki nilai bisnis. Informasi yang sebelumnya didapatkan melalui proses wawancara, penyebaran kuesioner dan observasi konsep bisnis yang serupa melalui tahap *empathize* kemudian dirangkum dan menghasilkan identifikasi sebagai berikut.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan menghasilkan bahwa masing-masing narasumber memiliki kesulitan-kesulitan tersendiri. Mereka menginginkan adanya aplikasi yang memiliki solusi dari permasalahan mereka. Umumnya masalah calon pengguna adalah mereka juga masih ragu dalam memakai jasa *event organizer* karena menurut mereka biaya menggunakan jasa *event organizer* tergolong mahal. Sedangkan untuk pihak *event organizer* mereka memiliki masalah dalam mendapatkan klien dikarenakan penghasilan mereka bersifat seasonal atau hanya musim tertentu saja. Selain itu mereka juga masih harus bersaing dengan pihak *event organizer* lainnya untuk mendapatkan minat klien dalam menggunakan jasa

mereka. Oleh sebab itu mereka membutuhkan sebuah aplikasi terkait penyewaan *event organizer* atau vendor yang memadai. Mereka menginginkan aplikasi tersebut nantinya bersifat mudah, aman dan efisien.

Kemudian berdasarkan hasil kuesioner menggunakan *google form* yang disebar melalui media sosial menghasilkan informasi yang sebagian besar mengarah kepada respon calon pengguna mengenai bisnis *startup* Ivent dengan membawa fitur yang tercipta dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon pengguna. Dalam hal ini ditemukan acuan yang nantinya akan digunakan untuk pengembangan aplikasi berupa informasi kebutuhan calon pengguna. Kesimpulan yang diperoleh dari menghimpun informasi dari penyebaran kuesioner adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon pengguna terhadap fitur atau layanan yang nantinya akan diaplikasikan di Ivent. Sehingga dalam proses penciptaan dan perancangan ide diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon pengguna.

Analisa yang telah dilakukan terhadap kompetitor yang memiliki kesamaan konsep menghasilkan informasi kelebihan dan kelemahan yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan aplikasi Ivent. Kelemahan kompetitor digunakan sebagai pembeda dan celah untuk Ivent agar bisa menyempurnakan aplikasinya. Beberapa kompetitor memiliki kelemahan baik dari segi tampilan aplikasi maupun proses bisnis yang kurang terpercaya sehingga dapat dinilai merugikan pengguna.

Selain itu analisa yang telah dilakukan juga menghasilkan informasi kelebihan kompetitor yang dapat digunakan sebagai referensi dan diaplikasikan dalam pengembangan ide dan konsep bisnis *startup* Ivent. Salah satu informasi yang didapatkan diantaranya adalah transaksi menggunakan *virtual account* sehingga dalam proses transaksi keamanannya terjamin. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai inovasi dalam bisnis *startup* Ivent.

Pada hasil analisis yang dilakukan pada tahap *define* mengenai informasi yang telah dihimpun maka dilakukan pengidentifikasian permasalahan dalam membangun Ivent sebagai *startup*. Adapun pernyataan permasalahan yang ditemukan adalah sebagai berikut.

1. Konsep aplikasi yang akan dikembangkan.
2. Strategi pemilihan *platform* yang akan digunakan.
3. Strategi sistem pembayaran yang aman dan mudah.
4. Strategi pemasaran Ivent.
5. Strategi menarik minat pihak calon pengguna untuk menggunakan aplikasi Ivent.
6. Bagaimana Ivent memperoleh pendapatan.

3.3 Ideate

Setelah menemukan ruang lingkup masalah utama kemudian penulis melakukan eksplorasi ide berdasarkan hasil identifikasi ruang lingkup masalah dalam fase *define*. Tujuan dari eksplorasi ide adalah diharapkan penulis dapat menemukan solusi dari permasalahan yang ada.

Tahap ini lebih berfokus dalam pencarian dan penetapan solusi yang akan diaplikasikan sesuai dengan permasalahan yang sudah ditetapkan pada tahap *define*. Dalam proses ini langkah yang dilakukan adalah *brainstorming* yang dilakukan bersama anggota tim Evulture sebagai tim pengembang dan selaku *founder* Ivent yang terdiri atas tiga anggota.

Dalam pelaksanaannya, proses *brainstorming* adalah untuk menentukan aspek-aspek apa saja yang akan menjadi konsep dasar Ivent menjadi sebuah bisnis *startup*. Penentuan aspek ini berdasarkan temuan masalah yang ada pada saat tahap *define* yang terdiri atas enam poin masalah. Dari poin tersebut diharapkan nantinya akan ditemukan solusi untuk permasalahannya dan solusi tersebut akan digunakan sebagai strategi ide bisnis dan konsep Ivent sebagai *startup*. Berikut ini adalah hasil ideasi yang telah dilakukan oleh tim pengembang.

- a. Konsep awal yang direncanakan oleh tim pengembang adalah aplikasi ini akan memiliki dua kategori akun yaitu pemilik *event organizer* atau vendor dan penyewa. Pada awal pendaftaran akun semuanya sama baik pemilik ataupun penyewa jasa *event organizer* atau vendor. Pemilik akun yang memiliki usaha *event organizer* atau vendor bisa mengupgrade akunnya menjadi toko untuk memposting jasa atau barang sewa mereka. Akun yang telah terdaftar nantinya akan dihubungi oleh pihak Ivent dengan tujuan untuk memastikan keaslian atas usaha mereka. Apabila tidak memenuhi kriteria maka sistem akan menghapus akun tersebut. Tujuannya adalah agar semua akun pemilik *event organizer* atau vendor yang ada di Ivent merupakan akun yang asli, berkualitas dan berkompeten. Ini juga merupakan strategi Ivent agar menarik kepercayaan calon pengguna khususnya yang ingin menyewa jasa *event organizer* atau vendor menggunakan aplikasi Ivent.
- b. Konsep platform yang akan digunakan pada bisnis Ivent ada dua yaitu *website* dan media sosial. *Website* berperan sebagai aplikasi utama dimana semua kegiatan transaksi dan proses bisnis terjadi. Sedangkan media sosial berperan sebagai *customer care* dimana para pengguna maupun calon pengguna aplikasi bisa bertanya dan memperoleh berbagai informasi seputar aplikasi Ivent maupun informasi lainnya yang terkait. Pemilihan *platform website* sebagai aplikasi utama adalah karena tim pengembang memiliki beberapa pertimbangan seperti biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan aplikasi *website* lebih

rendah. Selain itu tim pengembang juga menilai dengan mengembangkan aplikasi *website* maka para calon pengguna tidak perlu mengunduh aplikasi di ponsel mereka. Calon pengguna cukup mengakses Ivent di browser yang tersedia di ponsel mereka sehingga mereka tidak perlu khawatir apabila ingin menggunakan aplikasi Ivent akan tetapi ponsel mereka kehabisan memori. Ini merupakan salah satu strategi Ivent untuk mendapatkan minat calon pengguna.

- c. Sistem pembayaran yang dikonsepskan pada awalnya adalah menggunakan transfer bank manual. Setelah dilakukan observasi lebih mendalam ternyata konsep tersebut dinilai kurang efisien karena pengguna harus mentransfer ke pihak Ivent terlebih dahulu sebelum pihak Ivent mentransfer kembali ke rekening event organizer atau vendor yang disewa. Setelah melakukan berbagai pertimbangan, tim pengembang mengubah konsep sistem pembayaran menggunakan *virtual account*. Pengguna tidak langsung membayarkan seluruh biaya secara langsung melainkan dengan sistem dua kali pembayaran. Pembayaran pertama sebagai uang muka atau DP dan pembayaran kedua sebagai pelunasan. Nantinya Ivent akan menggunakan *payment gateway* atau *virtual account*. Sistem ini mempermudah calon pengguna dalam melakukan pembayaran secara *online* dengan aman dan membuat informasi status order dalam hal ini telah dikembangkan fasilitas bagi admin dan akun pemilik *event organizer* atau vendor agar dapat mengetahui status pemesanan *online* yang telah dilakukan oleh pemesan. Penggunaan *mistrans* juga mempermudah pemesan untuk melakukan sistem pembayaran yang mereka inginkan sehingga tidak mempersulit dalam proses transaksi. Dengan adanya sistem pembayaran *online* ini merupakan strategi agar proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah, praktis dan aman.
- d. Strategi pemasaran Ivent yang dikonsepskan adalah menggunakan sosial media sebagai sarana utama dalam memasarkan aplikasi. Pihak pengembang nantinya akan selalu update konten-konten menarik di sosial media secara rutin agar mendapatkan pelanggan. Penggunaan sosial media merupakan salah satu cara Ivent dalam menjaga *customer relationship*. Konsep pemasaran yang selanjutnya adalah dengan menggunakan *email* promosi. Nantinya isi dari email tersebut adalah *update* mengenai promosi, fitur terbaru, artikel blog dan masih banyak lagi yang bisa disampaikan lewat media tersebut. Selain itu Ivent juga akan mengoptimalkan *search engine optimization* dan Blog pada *website* Ivent sebagai strategi pemasaran. Tujuan dari pengoptimalan *search engine optimization* dan Bog adalah untuk menaikkan *traffic* pengunjung *website* sehingga Ivent nantinya akan mendapatkan peringkat teratas dalam pencarian *google search engine*. Semakin tingginya

traffic website Ivent maka semakin tinggi kemungkinan Ivent mendapatkan rating tinggi dari *google adsense* sehingga ini juga menjadi salah satu startegi Ivent untuk menambah *revenue streams*.

- e. Strategi yang direncanakan agar calon pengguna mau menggunakan aplikasi ini adalah yang mendapatkan kepercayaan dari calon pengguna dengan mendaftarkan Ivent ke badan usaha agar terjamin dan memperoleh legalitas dalam mengoperasikan Ivent. Ivent menggunakan sistem pembayaran yang aman dan mudah yaitu menggunakan *payment gateway* sehingga calon pengguna tidak akan kesulitan dalam proses pembayaran. Dengan menggunakan Ivent pihak *event organizer* atau vendor memiliki banyak keuntungan seperti fitur aplikasi yang mendukung kerja mereka agar lebih mudah dan efisien. Selain itu pihak Ivent mempromosikan jasa mereka secara berkala melalui strategi *marketing* yang telah ditetapkan oleh Ivent. Ivent juga menggunakan *secure socket layer* sehingga memastikan bahwa komunikasi antara browser pengguna dan server *website* berjalan dengan aman. Ini adalah langkah Ivent guna mencegah pencurian data digital pengguna sehingga proses bisnis yang terjadi di Ivent bisa dipastikan aman. Selain itu ada fitur ulasan yang berisi penilaian dari pengguna yang sudah pernah menyewa *event organizer* atau vendor di Ivent. Ini menjadi bahan evaluasi untuk *event organizer* atau vendor tersebut sekaligus menjadi salah satu langkah membangun kepercayaan calon penyewa dan sarana promosi gratis atas ulasan postif yang telah diterima.
- f. Awal konsep yang ditetapkan pihak Ivent adalah mendapatkan pendapatan dari biaya admin berdasarkan nominal untuk setiap transaksi di dalam aplikasi Ivent. Jika transaksi diatas satu juta rupiah maka dikenai biaya admin transaksinya lima puluh ribu dan jika transaksi dibawah satu juta maka akan dikenai biaya admin tiga puluh ribu rupiah. Konsep tersebut dinilai kurang efisien karena menyulitkan para calon pengguna dalam melakukan proses pembayaran dengan mewajibkan upload bukti pembayaran terlebih dahulu ke sistem. Oleh karena itu konsepnya diubah menjadi dari biaya langganan akun dari pihak *event organizer* atau vendor sebesar lima puluh ribu rupiah per bulan. Selain dari biaya langganan akun bulanan Ivent juga akan memperoleh pendapatan dari *google adsense* dari pengoptimalan *search engine optimization* dan artikel blog yang ada di *website* Ivent.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini didapatkan hasil yang berupa rancangan gagasan ide sekaligus konsep yang didapat melalui metode *design thinking*. Selanjutnya pada bab ini pula akan menjelaskan ide dan konsep untuk model bisnis yang akan digunakan untuk mengembangkan Ivent sebagai sebuah *startup*.

4.1 Prototyping

4.1.1 Deskripsi Ivent

Ivent adalah aplikasi *e-commerce* dengan model bisnis *business to customer* (B2C) yang menghubungkan antara pemilik usaha dengan pencari *event organizer* atau vendor. Pengguna dari aplikasi ini dibagi menjadi dua yaitu pengguna sebagai pemilik usaha *event organizer* atau vendor dan pengguna sebagai pencari *event organizer* atau vendor. Pengguna sebagai pemilik *event organizer* atau vendor diartikan sebagai pengguna yang memiliki usaha *event organizer* atau vendor dan menerima penyewaan jasa atau barang dari pengguna lainnya. Sedangkan pengguna sebagai pencari *event organizer* atau vendor diartikan sebagai pengguna yang ingin mencari *event organizer* atau vendor dengan tujuan ingin menyewa jasa atau barang mereka. Pengguna sebagai pemilik *event organizer* atau vendor bisa memposting portofolio usaha mereka sehingga pengguna lain bisa melihat postingan mereka. Adapun pengguna sebagai pencari *event organizer* atau vendor nantinya bisa memesan barang atau jasa *event organizer* atau vendor.

4.1.2 Platform yang Dikembangkan

Dalam pengembangan startup Ivent sebagai *e-commerce*, jenis *platform* yang digunakan sebagai awal adalah *website application*. Pemilihan *website* sebagai platform dikarenakan berdasarkan pada tahap *empathize* dan *ideate* dalam pengembangan aplikasi menggunakan *website* dinilai lebih mudah dan murah. Pertimbangan lainnya juga berdasarkan keluhan salah satu narasumber yaitu keterbatasan memori untuk menginstall aplikasi di *smartphone* miliknya. Oleh karena itu *website* Ivent nantinya akan dibuat menjadi *responsive* sehingga pengguna bisa mengakses Ivent dari berbagai *device* seperti *smartphone*, laptop, komputer, tablet dan lain-lain.

4.1.3 Kategori Produk Ivent

Berdasarkan data yang telah dihimpun dari penyebaran kuesioner dan wawancara dari proses *empathize* maka didapatkanlah informasi bahwa banyak calon pengguna yang sudah pernah dan bahkan sering membuat acara seperti pekan olahraga dan seni ataupun makrab, akan tetapi kebanyakan mereka tidak pernah menggunakan jasa *event organizer*. Mereka kurang memiliki referensi lain mengenai *event organizer* atau vendor yang tepat di daerah mereka sehingga dalam menggunakan jasa mereka kebanyakan hanya tahu dari rekomendasi orang lain saja. Selain itu harga *event organizer* yang mereka tahu kebanyakan mahal, padahal ada beberapa *event organizer* atau vendor yang memiliki harga jasa yang sesuai.

Setelah itu informasi tersebut diolah di tahap *define* dan kemudian di tahap *ideate* sehingga menghasilkan ide bahwa aplikasi Ivent akan memiliki dua kategori yaitu *event organizer* dan vendor. Kategori tersebut sesuai dengan kebutuhan dari calon pengguna yang masih minim informasi mengenai *event organizer* atau vendor. Nantinya para pemilik akun *event organizer* atau vendor juga dapat memposting barang atau jasa sewaan mereka secara paket atau satuan.

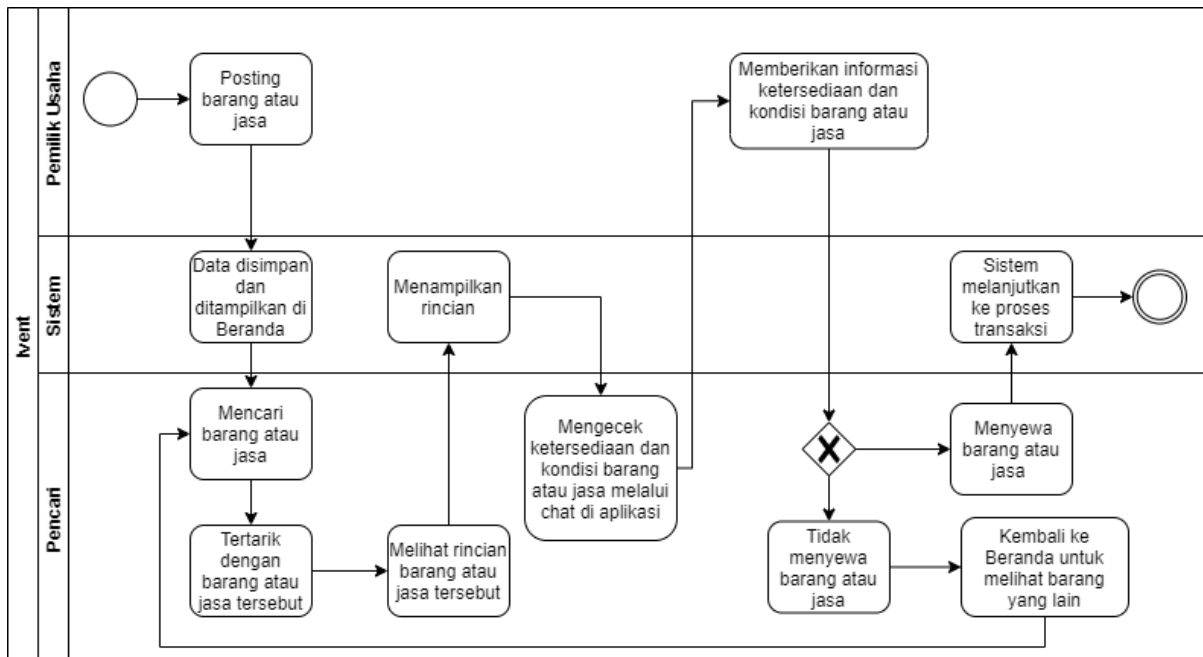
4.1.4 Sistem Pembayaran Ivent

Untuk sistem pembayarannya, setelah melalui proses *brainstorming* dengan tim pengembang menghasilkan keputusan bahwa Ivent nantinya akan menggunakan *payment gateway virtual account* untuk sistem pembayarannya. Alasannya adalah sistem pembayarannya jadi lebih mudah, praktis dan aman sehingga calon pengguna nantinya tidak kesulitan dalam melakukan proses transaksi sesuai dengan keinginan mereka. Apalagi ini sangat menguntungkan bagi pihak *event organizer* atau vendor karena uang yang sudah dibayarkan langsung masuk ke rekening mereka dan yang membayar biaya admin adalah pihak penyewa.

4.1.5 Business Process Model Notation

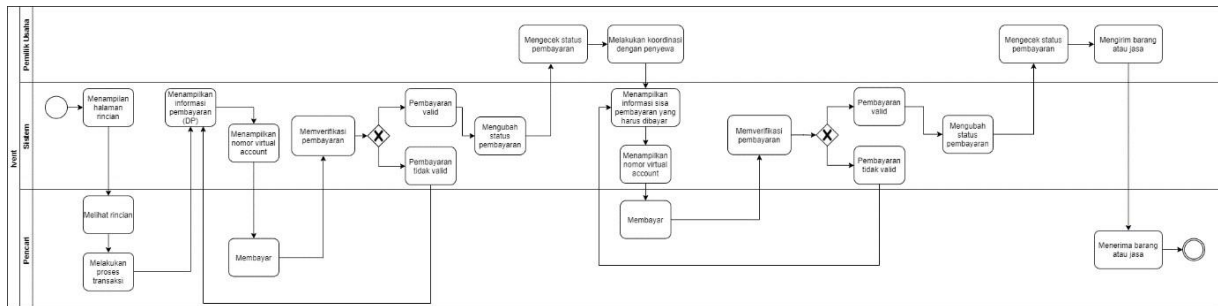
Model proses bisnis Ivent akan dibuat dengan menggunakan salah satu *google workspace* yaitu *diagrams.net*. Dapat dilihat pada gambar 4.1 diagram BPMN ditampilkan dengan tiga *swimlane* yang masing-masing terdiri dari pencari, sistem dan pemilik usaha. Pencari diartikan sebagai orang yang ingin menggunakan *event organizer* atau vendor untuk keperluan acara mereka. Sedangkan pemilik usaha diartikan sebagai orang yang memiliki usaha *event organizer* atau vendor. Sistem digunakan sebagai penghubung antara pencari dengan pemilik usaha *event organizer* atau vendor. Mulanya pemilik usaha *event organizer* atau vendor

memposting barang atau jasa mereka di Ivent secara detail. Kemudian jika ada pencari *event organizer* atau vendor yang tertarik maka sistem akan menampilkan rincian. Lalu pencari *event organizer* menghubungi pihak *event organizer* atau vendor yang dituju melalui fitur *chat* yang tersedia di Ivent terkait persediaan dan kondisi barang atau jasa yang diminati. Kemudian jika sudah saling sepakat maka sistem akan melanjutkan ke halaman proses pembayaran. Jika tidak sepakat maka pengguna akan kembali ke beranda untuk mencari barang atau jasa yang lainnya.



Gambar 4. 1 Proses Bisnis Pemesanan Barang atau Jasa

Proses bisnis terkait transaksi bisa dilihat di gambar 4.2. Sistem pembayaran yang digunakan untuk proses transaksi di Ivent adalah menggunakan *virtual account*. Mulanya sistem akan menampilkan rincian barang atau jasa yang ingin di pesan di halaman keranjang. Kemudian jika sudah yakin maka sistem akan mengarahkan ke halaman *checkout* dan di halaman tersebut pencari diwajibkan untuk mengisi data diri serta alamat. Setelah mengisi data diri dan alamat kemudian pencari diarahkan ke halaman detail pesanan yang berisi informasi detail barang atau jasa yang dipesan, jumlah harga yang harus di bayar serta nomor *virtual account*. Proses pembayaran dibagi menjadi dua, yang pertama adalah untuk uang muka atau DP dan yang kedua adalah pelunasan ketika sudah menjelang hari pelaksanaan. Kemudian jika penyewa sudah melakukan pembayaran maka sistem akan memverifikasi pembayaran tersebut secara otomatis. Setelah itu pemilik usaha *event organizer* atau vendor yang disewa akan melakukan proses selanjutnya yaitu koordinasi lebih lanjut mengenai keberlangsungan acara dengan pemesan.



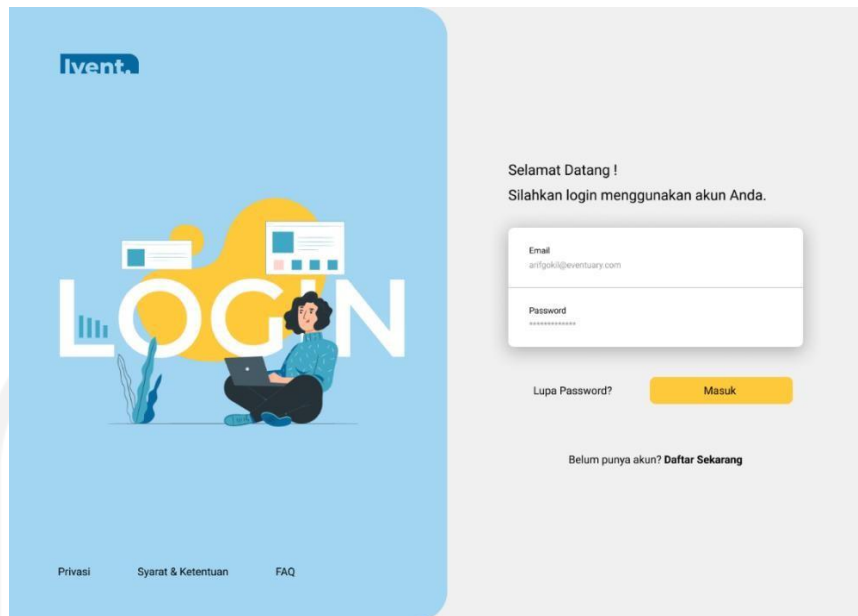
Gambar 4. 2 Proses Bisnis Proses Transaksi

4.1.6 Hasil Prototype

Kemudian setelah menemukan ide solusi dari permasalahan yang ada pengembang harus mengimplementasikan ide solusi tersebut menjadi produk uji coba. Di fase ini pengembang dapat menimbang apakah ide ini dapat diimplementasikan atau tidak berdasarkan respon dari calon pengguna.

Pada ada tahap *prototyping* tujuan dilakukannya adalah untuk melihat respon calon pengguna mengenai tampilan purwarupa aplikasi yang akan dikembangkan. Selain itu bertujuan untuk menunjukkan secara garis besar penggunaan aplikasi. *Prototype* ini juga merupakan bentuk nyata dari ide yang sudah dirancang. Dalam pembuatan *prototype* tim pengembang menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator* dan *Figma* sebagai alat untuk membuat desain. Tim pengembang membuat purwarupa dengan desain yang interaktif dan menarik sehingga calon pengguna merasa tertarik dan mempermudah dalam penggalian informasi yang terdapat pada tampilan purwarupa tersebut. Berdasarkan perundingan pada tahap *ideate*, *website application* dipilih sebagai purwarupa yang akan dibuat. Berikut ini adalah beberapa *screenshot* purwarupa tampilan yang telah dibuat.

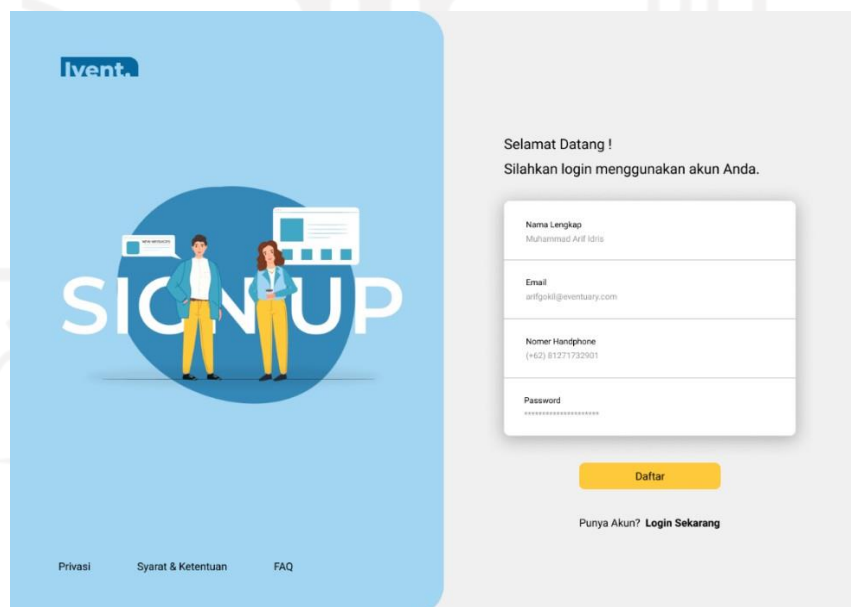
a. Tampilan *Login*



Gambar 4. 3 Tampilan Login Ivent

Tampilan login gambar 4.3 berisi formulir *login* yang terdiri dari *email* dan *password*. Kemudian ada tombol *Masuk*, *Lupa Password* dan *Daftar Sekarang (Sign Up)*, *Privasi*, *Syarat & Ketentuan* dan *FAQ*.

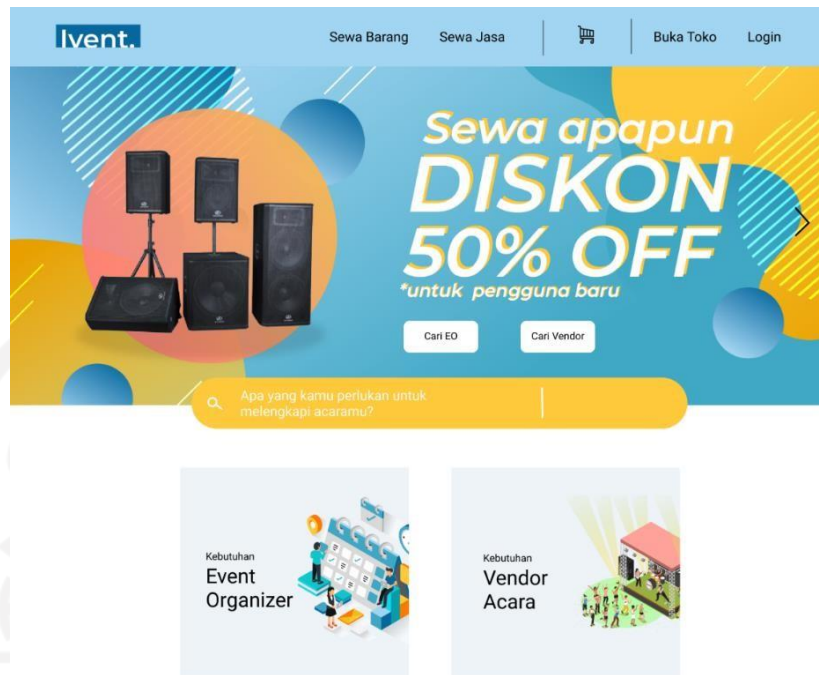
b. Tampilan *Sign Up* Ivent



Gambar 4. 4 Tampilan *Sign Up* Ivent

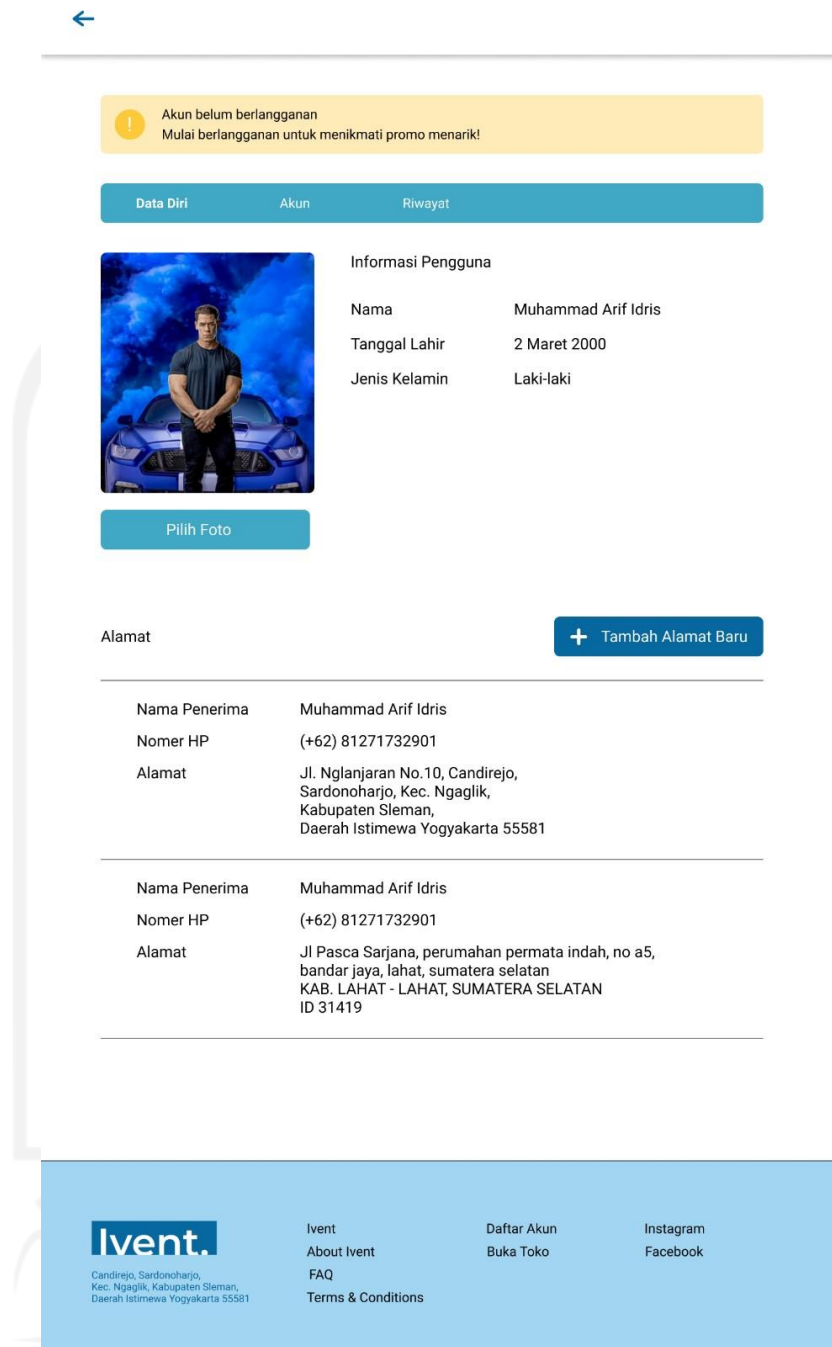
Tampilan *sign up* gambar 4.4 berisi formulir *sign up* yang terdiri dari *nama lengkap*, *email*, *nomor telepon* dan *password*. Selain itu ada tombol *Daftar* dan *login* Sekarang.

c. Tampilan Beranda Ivent

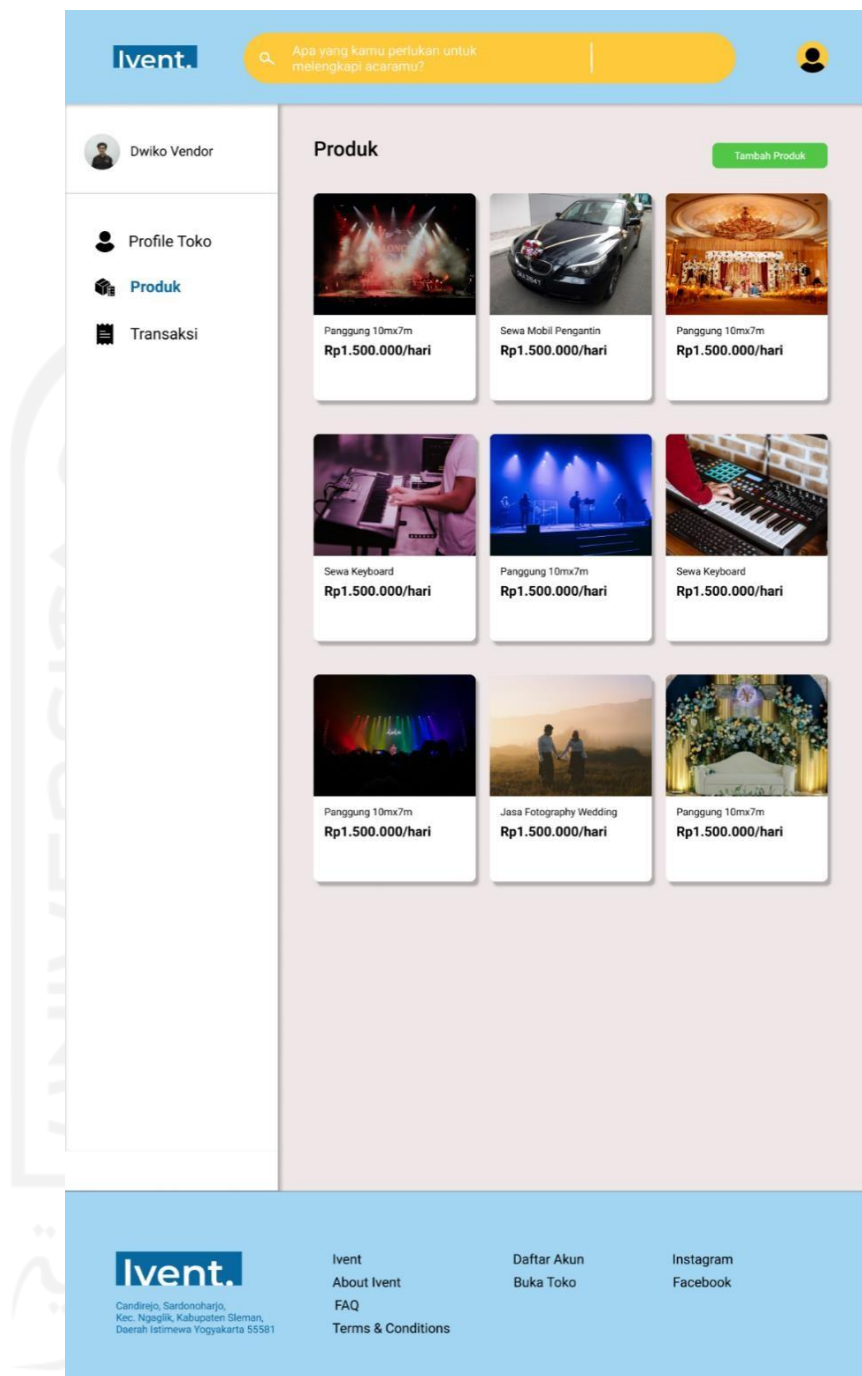


Gambar 4. 5 Tampilan Beranda Ivent

Tampilan Beranda Ivent gambar 4.5 menampilkan informasi mengenai kategori yang ada di aplikasi Ivent yaitu *event organizer* dan vendor. Selain itu ada juga menampilkan barang atau jasa apa saja yang terdapat di aplikasi Ivent. Terdapat pula fitur search untuk memudahkan pengguna dalam mencari barang atau jasa yang diinginkan.

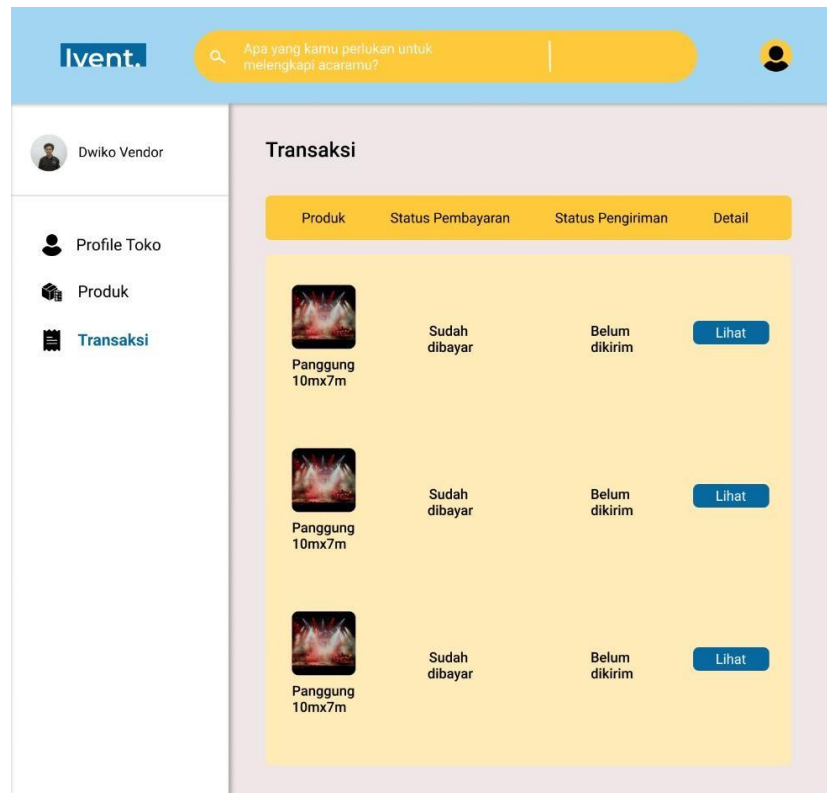
d. Tampilan *User Profile* (Data Diri)Gambar 4. 6 Tampilan *User Profile* Data Diri

Pada tampilan *User Profile* (Data Diri) gambar 4.6 berisi informasi data diri pengguna seperti nama, tanggal lahir, jenis kelamin, foto *profile* dan alamat. Alamat penerima bisa lebih dari satu mengikuti *update* dari si pengguna sehingga memudahkan dalam proses *checkout* barang atau jasa.

e. Tampilan *User Profile* (Toko)

Gambar 4. 7 Tampilan User Profile (Toko)

Tampilan *User Profile* (Toko) gambar 4.7 berisi informasi barang atau jasa apa saja yang disediakan oleh pemilik akun yang mempunyai usaha *event organizer* atau vendor. Selain itu ada rincian harga tiap masing-masing barang atau jasa. Pengguna juga bisa menambahkan barang atau jasa baru yang ingin mereka cantumkan dengan menekan tombol tambah produk lalu mengisi formulir pengisiannya.

f. Tampilan *User Profile* Toko (Transaksi)

Gambar 4. 8 Tampilan User Profile Toko Transaksi

Tampilan *User Profile* Toko Transaksi gambar 4.8 berisi informasi daftar transaksi yang sedang atau telah berlangsung. Selain itu juga ada informasi sudah dibayar atau belum dan sudah dikirim atau belum.

g. Tampilan Form Alamat (*Checkout dan Profile*)

Gambar 4. 9 Form Alamat *Profile* (*Checkout dan Profile*)

Tampilan Form Alamat *Profile* gambar 4.9 berisi formulir alamat yang akan muncul setiap ingin *checkout* atau sekadar ingin mengedit di bagian *profile*.

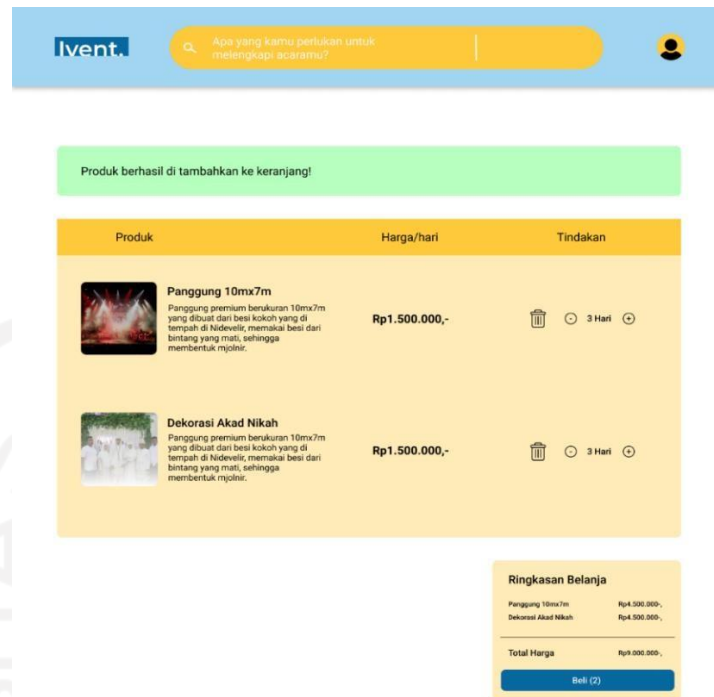
h. Tampilan Alamat Utama (*Checkout dan Profile*)

Nama Penerima	Alamat	No. HP	Tindakan
Muhammad Arif Idris	Jl. Ngunjari No. 10, Candirejo, Sardonobudo, Kec. Ngunjari, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55591	081271732901	Edit Alamat
Muhammad Arif Idris	Jl Pasca Sejana, perumahan permata indah, no 45, beside Jaya Ivent, kecamatan salotan KAB. LAHAH - LAHAH, SUMATERA SELATAN ID 31419	081271732901	Jadikan Utama Edit Alamat
Muhammad Arif Idris	Gg. Madin 1-11a, Jemur Wonosari, Kel. Wonorejo, Kota SRP, Jawa Timur 60237	081271732901	Jadikan Utama Edit Alamat

Gambar 4. 10 Alamat Utama (*Checkout dan Profile*)

Tampilan Alamat Utama gambar 4.10 berisi daftar alamat yang telah tersedia di *profile* akun. Pengguna bebas mengganti alamat yang terdaftar sebagai alamat utama sesuai dengan yang dibutuhkan.

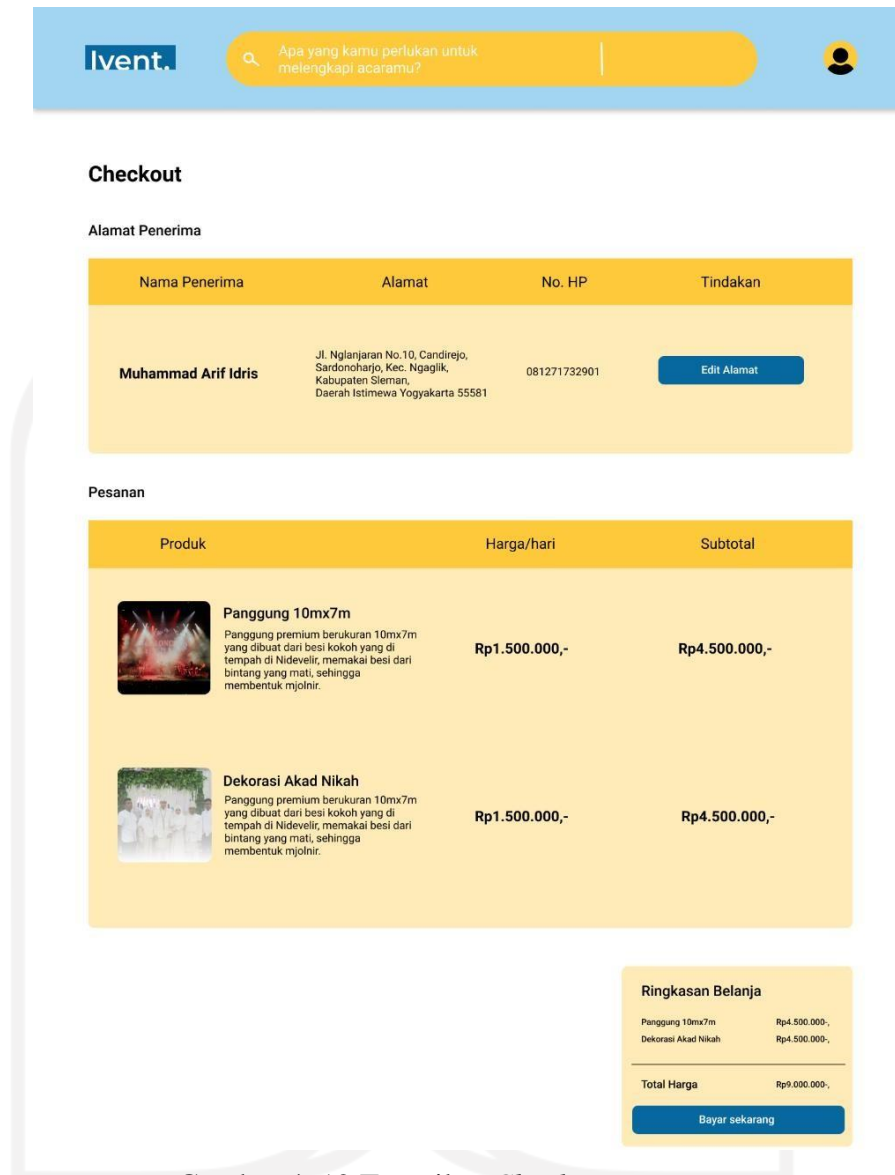
i. Tampilan Keranjang



Gambar 4. 11 Tampilan Keranjang

Tampilan Keranjang gambar 4.11 berisi informasi jumlah barang dan harga yang akan di *checkout*. Jika pengguna ingin melanjutkan transaksi maka pengguna tinggal klik tombol Beli.

j. Tampilan *Checkout*



Gambar 4. 12 Tampilan *Checkout*

Untuk tampilan *Checkout* gambar 4.12 hampir sama seperti tampilan Keranjang 4.11 bedanya di tampilan ini ada informasi alamat dari pemesan.

4.2 Testing

Setelah semua rangkaian proses dilalui, kemudian penulis melakukan uji coba *prototype* yang telah dibuat dengan tujuan mencari *feedback* sebanyak mungkin dari calon pengguna. *Feedback* inilah yang akan dipakai untuk pengembangan aplikasi ke depannya.

Tahap *testing* yang dilakukan pengajuan ide dan purwarupa yang sudah dibuat melalui tahap-tahap sebelumnya bertujuan untuk melihat respon dan memonitoring dari calon pengguna. Pengujian dilakukan kepada dua pihak yaitu pihak tim pengembang Ivent dan pihak

sasaran utama aplikasi yang merupakan generasi milenial. Cara pengujian yaitu menyebarkan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan dan memperlihatkan purwarupa aplikasi Ivent.

Pengujian yang dilakukan kepada calon pengguna yang merupakan target utama sasaran pasar dilakukan dengan wawancara langsung atau tidak langsung terkait konsep bisnis Ivent dan menampilkan purwarupa aplikasi. Wawancara pengujian dilakukan kepada empat orang dengan cara menjelaskan gambaran aplikasi Ivent secara umum termasuk strategi yang akan digunakan dalam membangun Ivent sebagai *startup*. Berikut ini adalah daftar pertanyaan yang disusun menjadi tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Pengujian Ide dan Konsep

No.	Pertanyaan	Jawaban
<i>Karyawan Event Organizer, Perempuan 22 Tahun</i>		
1.	Mengenai konsep ide aplikasi Ivent	Menurut narasumber ide pembuatan aplikasi Ivent cukup bagus. Secara keseluruhan aplikasinya sudah sangat bagus karena mempermudah pengguna dalam mengakses <i>event organizer</i> atau vendor yang mereka inginkan. Sedangkan dari sisi pemilik akun <i>event organizer</i> atau vendor juga merasa diuntungkan karena fitur aplikasinya yang sangat membantu kinerja kami sebagai <i>event organizer</i> sehingga pekerjaan kami menjadi lebih efisien dan mudah.
2.	Mengenai konsep <i>platform</i> yang digunakan (<i>website</i>).	Narasumber setuju dengan penempatan <i>platform</i> yang menggunakan <i>website</i> karena dinilai memudahkan pengguna dalam mengakses Ivent di berbagai <i>device</i> .
3.	Mengenai konsep sistem pembayaran.	Menurut narasumber sistem pembayarannya sudah sangat bagus menggunakan <i>virtual account</i> yang nantinya akan mempermudah pengguna dalam proses transaksi pembayaran sesuai dengan keinginannya.
4.	Mengenai konsep tampilan purwarupa.	Purwarupa yang dibawakan oleh Ivent sudah cukup menarik ditambah dengan pemilihan berbagai warna yang cerah dan sederhana menjadikan nilai tambah untuk aplikasi ini.
5.	Strategi pemasaran Ivent	Strategi yang dikonsepskan oleh Ivent sudah sangat bagus dan inovatif dalam menjangkau calon pengguna. Apalagi kami dari pihak <i>event organizer</i> tidak perlu mengeluarkan biaya untuk promosi, tentu ini sangat menguntungkan bagi kami yang penghasilannya bersifat <i>seasonal</i> .
6.	Mengenai ketersediaan untuk memakai aplikasi ini.	Bersedia, karena aplikasi ini sangat membantu kami <i>event organizer</i> atau vendor dalam melaksanakan pekerjaan kami.
<i>Karyawan Startup Edutech, Laki-laki 21 Tahun</i>		
1.	Mengenai konsep ide aplikasi Ivent.	Menurut Narasumber 2 ide aplikasi ini bukanlah ide barukarena sudah ada aplikasi serupa yaitu Bridestory. Hanya saja yang membedakannya dengan Bridestory adalah menampilkan <i>event organizer</i> yang lebih lengkap dan bervariasi.

2.	Mengenai konsep <i>platform</i> yang digunakan (<i>website</i>).	Narasumber setuju dengan penempatan <i>platform</i> yang menggunakan <i>website</i> karena dinilai memudahkan pengguna dalam mengakses <i>Ivent</i> di berbagai <i>device</i> .
3.	Mengenai konsep sistem pembayaran.	Sistem pembayarannya sangat inovatif karena menggunakan <i>virtual account</i> seperti kebanyakan aplikasi <i>e-commerce</i> yang ada di Indonesia.
4.	Mengenai konsep tampilan purwarupa.	Narasumber berpendapat <i>prototype</i> atau purwarupa aplikasi dinilai sederhana dan ringkas. Ini memudahkan pengguna baru dalam menggunakan aplikasi ini tanpa membuatnya kebingungan.
5.	Strategi pemasaran <i>Ivent</i> .	Strategi pemasarannya sangat bagus apalagi di jaman sekarang sudah serba digital
6.	Mengenai ketersediaan untuk memakai aplikasi ini.	Bersedia, karena memiliki aplikasi ini cukup aman dan terpercaya. Strategi idenya pun sudah sangat bagus dan kreatif untuk sebuah <i>startup</i> rintisan.
Mahasiswa MMTC Yogyakarta, Laki-laki 21 Tahun		
1.	Mengenai konsep ide aplikasi <i>Ivent</i> .	Konsep idenya sangat bagus dan membantu saya yang sering membuat acara untuk keperluan kampus. Pilihan vendor yang bervariasi membuat saya tidak kesulitan dalam mencari vendor.
2.	Mengenai konsep <i>platform</i> yang digunakan (<i>website</i>).	Penggunaan <i>website</i> sebagai <i>platform</i> utama aplikasi ini sangat setuju karena tidak usah mengunduh aplikasi sehingga bisa mengirit memori <i>smartphone</i> saya.
3.	Mengenai konsep sistem pembayaran.	Sistem pembayarannya sudah bagus karena mempermudah calon pengguna dalam melakukan proses transaksi. Jadi calon pengguna tidak perlu merasa kesusahan dalam proses transaksi.
4.	Mengenai konsep tampilan purwarupa.	Tampilannya sudah cukup bagus dan menarik.
5.	Strategi pemasaran <i>Ivent</i> .	Strateginya cukup maksimal karena bisa menjangkau calon pengguna di berbagai <i>platform</i> .
6.	Mengenai ketersediaan untuk memakai aplikasi ini.	Bersedia karena aplikasi ini sangat membantu para mahasiswa yang sering mengadakan acara kampus dalam memilih vendor yang tepat dan berkualitas.
Dokter, Perempuan 24 Tahun		
1.	Mengenai konsep ide aplikasi <i>Ivent</i> .	Konsep idenya sangat bagus dan berguna bagi masyarakat Indonesia apalagi disaat ini kami para tenaga kesehatan sangat memerlukan bantuan <i>event organizer</i> dalam menyelenggarakan vaksinasi massal agar berjalan dengan baik.
2.	Mengenai konsep <i>platform</i> yang digunakan (<i>website</i>).	Sudah bagus karena bisa diakses di <i>device</i> manapun akan tetapi lebih baik lagi jika ada <i>mobile app</i> juga.
3.	Mengenai konsep sistem pembayaran.	Sistem pembayarannya memudahkan kami sebagai calon pengguna sehingga kami tidak perlu merasa repot dalam melakukan proses pembayarannya.
4.	Mengenai konsep tampilan purwarupa.	Tampilannya sudah sangat bagus, simpel dan menarik.
5.	Strategi pemasaran <i>Ivent</i> .	Strategi pemasarannya sudah bagus tapi lebih bagus lagi jika lebih dioptimalkan lagi dengan kreatif dan inovatif.
6.	Mengenai ketersediaan untuk memakai aplikasi ini.	Bersedia karena secara keseluruhan ide dan konsep aplikasi ini sangat bagus dan menarik. Selain itu aplikasi

		ini memiliki potensi yang sangat besar untuk digunakan oleh kami para tenaga kesehatan.
--	--	---



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkanlah kesimpulan yang mengacu pada rumusan masalah yaitu:

- a. Dalam penerapan implementasi metode *design thinking* dalam membangun ide dan model bisnis Ivent dinilai berhasil karena pengembang dapat menghimpun informasi terkait kompetitor dan melakukan pendekatan dengan calon pengguna untuk pengembangan ide dan inovasi dari informasi yang telah dihimpun.
- b. Solusi yang ditawarkan oleh Ivent dinilai cocok untuk permasalahan yang ada yaitu mempermudah pengguna dalam mencari atau menggunakan *event organizer* atau vendor yang diinginkan. Sistem pembayaran yang menggunakan *virtual account* menjadikan salah satu keuntungan bagi calon pengguna karena sistem pembayaran tersebut terjamin aman dan mudah. Selain itu para pemilik usaha *event organizer* atau vendor pun merasa diuntungkan karena mereka bisa mempromosikan jasa atau barang sewaan mereka secara gratis di Ivent.
- c. Ide bisnis dan konsep *startup* dinilai berhasil karena menghasilkan luaran berupa *platform* aplikasi berbasis *website* yang menghubungkan antara pemilik usaha dan penyewa *event organizer* atau vendor.

5.2 Saran

Ide, konsep serta model bisnis dari *startup* Ivent dinilai masih memiliki beberapa kekurangan dan kelemahan. Berikut ini adalah beberapa hal yang perlu dievaluasi dan dikembangkan adalah sebagai berikut.

- a. Metode pengujian kurang bervariasi sehingga perlu adanya metode pengujian lain yang lebih spesifik seperti MVP (*Minimum Viable Product*) dan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities dan Threats*).
- b. Pengujian ide hanya dilakukan untuk platform *website* sehingga diperlukan adanya pengujian ide untuk platform *mobile app*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C., & Nash, J. (2016). *Exploring Design Thinking Practices in Evaluation. Journal of MultiDisciplinary Evaluation.*
- Arrahim, A., & Andreswari, R. (2018). Rancang Bangun *E-Marketplace* “Dyland” Bagi Penyedia Jasa *Event Organizer - Party Planner. E-Proceeding of Engineering.*
- Athia, I. (2018). Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan.*
- Darmalaksana, W. (2020). *Design Thinking* Bisnis “Kaos Islami” Inspirasi Hadis Nabi SAW. *Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.*
- Ghifary, R. A. (2018). Analisis Kualitas Layanan pada Perusahaan *E-Commerce* Traveloka. *Jurnal Penelitian Manajemen.*
- Giantoro, A. (2015). Analisa Keputusan Pemilihan Vendor dalam Proyek Konstruksi. *S2 Thesis, UAJY.*
- Hadiono, K. (2020). Menyongsong Transformasi Digital. *Proceeding SENDIU 2020.*
- Herawan, D. (2020). *Design Thinking* dalam Proses Inkubasi Startup Suka-Grafis. *E-Journal Universitas Bakrie.*
- Hidayatullah, S. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi *Go-Food.* *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.*
- Hussein, A. S. (2018). *Design Thinking* untuk Inovasi Bisnis. Malang: UB Press.
- Juniansyah, B., & Susanto, E. (2019) Pembuatan *E-Commerce* Pemesanan Jasa Event Organizer untuk Zero Seven. *Jurnal Teknokompak* Vol. 14 No. 1.
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). *Design Thinking* David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2 No. 1.
- Mansyur, U. (2018). Belajar Memahami Bahasa Generasi Milenial. *Tribun Timur.*
- Motee, I. (2013). *Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School.* Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Purnomo, A. (2019). Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha. *INA-Rxiv Papers.*
- Ramadhan, G. (2019). Analisis Pengaruh Biaya Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Banking* Jenius Menggunakan *Model Neural Networks.* *Dspace UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.*

- Romindo, M. D. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ronaldo, J. (2020). Dampak Pandemi *Covid-19* Terhadap Kinerja UMK Beebeebless Collection di Airmadidi Kabupaten Minahasa Utara. *E-Journal Universitas Sam Ratulangi*.
- Saputra, T. A. (2016). Implementasi *Design Thinking* dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Percetakan. *AGORA* Vol. 4 No. 1.
- Sobana, H. D. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Yohana, N. D. (2018). Perancangan Proses Bisnis Sistem *Human Resource Management* (HRM) Untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan* Vol. 3 No. 2.
- Yudhanto, Y. (2018). *Information Technology Business Start-up*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.



LAMPIRAN

Lampiran proses perintisan bisnis dan testing ide strategi

