

**PENGEMBANGAN BISNIS HiVet! BERBASIS ANDROID  
DENGAN PENDEKATAN METODE LEAN STARTUP**



Disusun Oleh:

N a m a : Salma Aufa Azaliarahma

NIM : 18523052

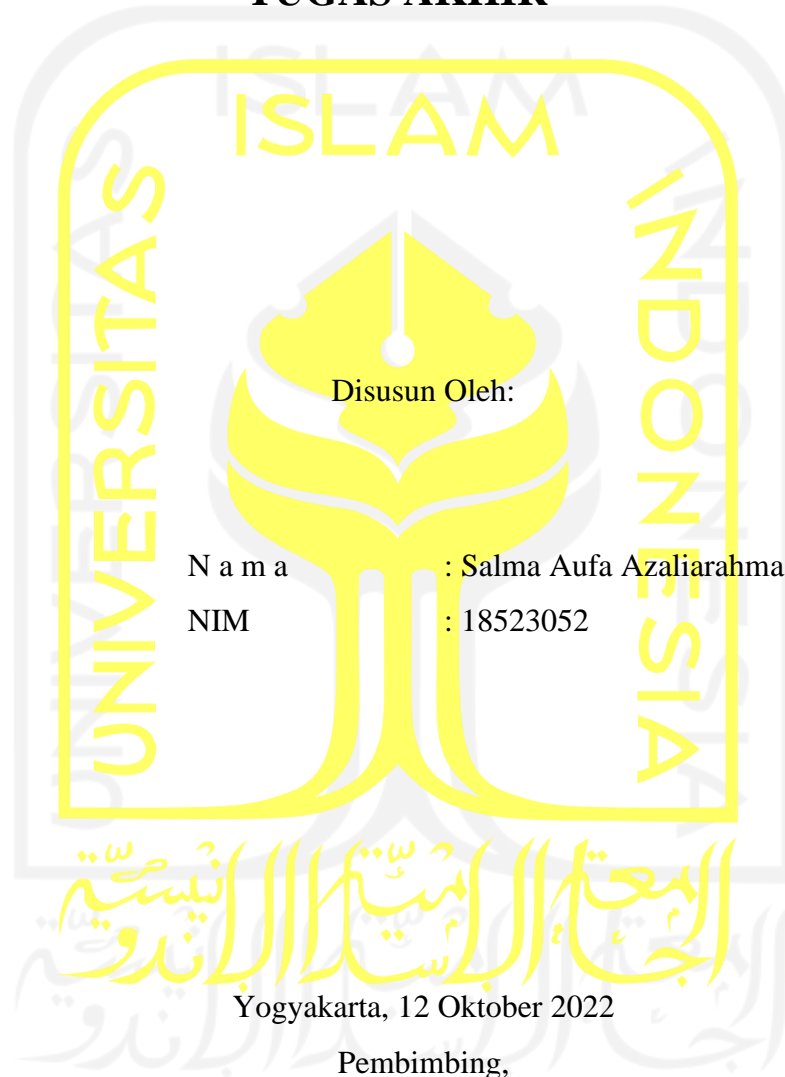
**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

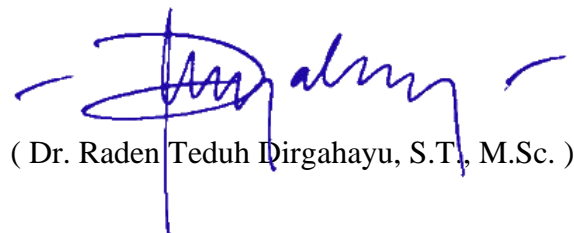
**2022**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**PENGEMBANGAN BISNIS HiVet! BERBASIS ANDROID  
DENGAN PENDEKATAN METODE LEAN STARTUP**

**TUGAS AKHIR**



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

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PENGEMBANGAN BISNIS HiVet! BERBASIS ANDROID  
DENGAN PENDEKATAN METODE LEAN STARTUP**

**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, 03 November 2022

Tim Penguji

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

**Anggota 1**

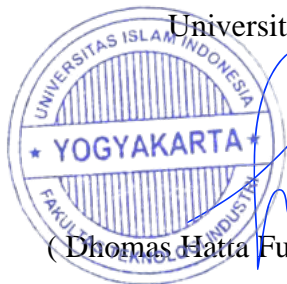
Aridhanyati Arifin, S.T., M.Cs.

**Anggota 2**

Chanifah Indah Ratnasari, S.Kom.,  
M.Kom.

Mengetahui,

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



(Thomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salma Aufa Azaliarahma

NIM : 18523052

Tugas akhir dengan judul:

### **PENGEMBANGAN BISNIS HiVet! BERBASIS ANDROID DENGAN PENDEKATAN METODE LEAN STARTUP**

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, 12 Oktober 2022



( Salma Aufa Azaliarahma )

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada hentinya saya ucapkan Alhamdulillah atas kesempatan dan karunia dari Allah SWT sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak M Nur Budiyanto dan Ibu Eny Susiana Dewi yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang serta selalu mendukung tiada henti terkhususnya saat menyusun Laporan Tugas Akhir. Terima kasih kepada adik saya yang turut memberikan dukungan dan juga segenap keluarga besar yang mendukung secara tidak langsung.

Kepada seluruh sahabat saya yang telah bersama sejak awal, terima kasih atas semangat, dukungan, dan juga hiburannya.



**HALAMAN MOTO**

*“Never forget who you want to become”*

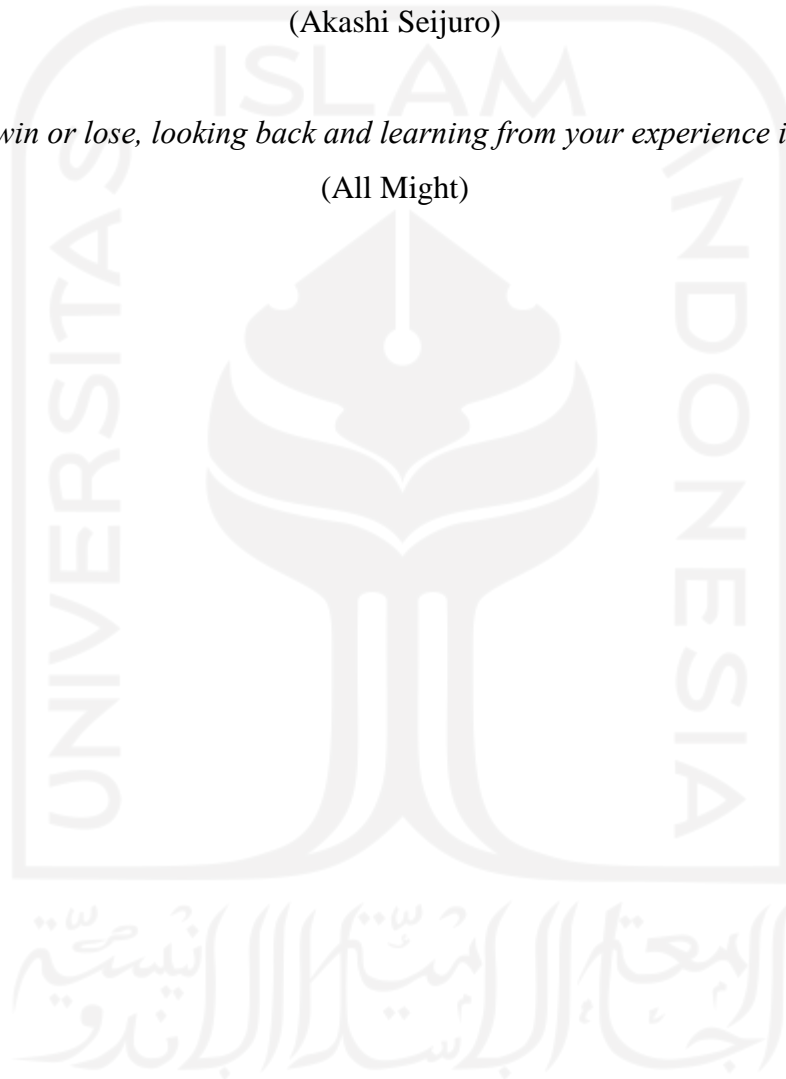
(Todoroki Shoto)

*“A plate can never be fully restored once it has a crack, but if it is still usable,  
what we have now will suffice”*

(Akashi Seijuro)

*“Whether you win or lose, looking back and learning from your experience is a part of life”*

(All Might)



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Dengan selesainya Laporan Tugas Akhir ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, arah, petunjuk, serta dukungan baik secara materiil maupun moril. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan adik penulis yang memberikan doa dan dukungan terus menerus dalam keseluruhan kegiatan.
2. Kakek dan nenek serta keluarga besar yang selalu memberikan doa.
3. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. selaku dosen pembimbing penjaluran perintisan bisnis dan Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak DThomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D. sebagai Ketua Program Studi Informatika Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
5. Sahabat seperjuangan yaitu Afsha Rahmadani dan Elsa Intania Martyan yang telah menemani dan berjuang bersama dalam merancang dan membangun *startup* SEA.id.
6. Sahabat-sahabat SMA yang selalu mendengarkan keluh kesah serta memberikan semangat dan doa.
7. Sahabat *online* penulis yang selalu memberikan semangat serta hiburan-hiburan penghapus penat.
8. Seluruh teman-teman Informatika 2018.
9. Akashi Seijuro, Todoroki Shoto, Inumaki Toge, Gojo Satoru, Itadori Yuuji, Bakugo Katsuki, Midoriya Izuku, Kageyama Tobio, dan Hinata Shoyo sebagai penghibur, mental *support*, dan penyemangat penulis dalam pengerjaan Laporan Tugas Akhir.
10. Day6 terkhususnya Yoon Dowoon sebagai hiburan dan penyemangat melalui karya-karyanya dikala mengerjakan Tugas Akhir.
11. Semua pihak terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

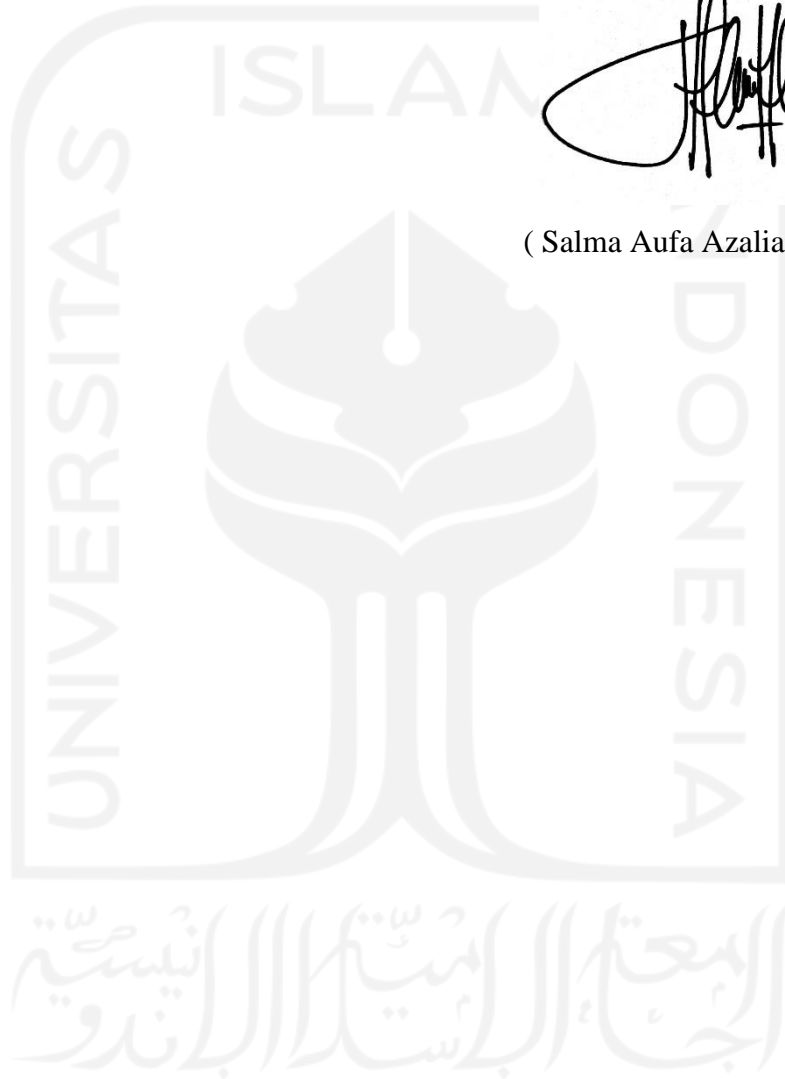
Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik serta saran akan diterima dengan senang hati untuk dapat lebih

mengembangkan penulisan laporan ini dan Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 12 Oktober 2022



( Salma Aufa Azaliarahma )





## SARI

Keberlangsungan perekonomian negara ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan dasar ataupun kebutuhan pokok warga negara. Pelaksanaan bisnis oleh masyarakat dapat membantu negara dalam menunjang perekonomiannya. Dalam proses bisnis, pemanfaatan teknologi informasi dapat dijadikan penunjang terlebih pada saat Revolusi Industri 4.0. Adanya pemanfaatan teknologi informasi pada bidang bisnis dapat dilihat dengan marak bermunculan *startup* digital di Indonesia.

Hewan peliharaan merupakan hewan-hewan yang hidup dan menetap di sekitar manusia. Dalam memelihara hewan, faktor pemeliharaan kesehatan hewan menjadi sangat vital untuk menunjang keberlangsungan hidup hewan. Di Indonesia, masih ditemukan hambatan dalam mengakses fasilitas penunjang kesehatan hewan, salah satunya karena minimnya dokter hewan yang aktif. HiVet! dirancang sebagai bisnis berbasis aplikasi Android yang dapat berperan sebagai wadah dalam mempertemukan dokter hewan dan pemilik hewan agar bisa saling berkomunikasi satu sama lain. Dalam pengembangannya, HiVet! memadukan pendekatan metode *lean startup* yang memiliki tiga tahapan *Build-Measure-Learn* dengan penggunaan *lean canvas* dalam pembangunan model bisnis yang dijalankan HiVet!. Pendekatan *lean startup* pada pengembangan bisnis HiVet! merupakan pendekatan yang tepat karena konsumsi waktu yang cepat serta proses pengembangan bisnis mengacu terhadap keinginan pelanggan.

Kata kunci: *lean startup*, konsultasi *online*, janji temu, aplikasi bergerak.

## GLOSARIUM

<i>E-commerce</i>	model bisnis yang membolehkan suatu individu atau perusahaan untuk menjual atau membeli produk atau jasanya melalui internet.
Platform	kombinasi perangkat keras dan lunak yang merupakan tempat untuk menjalankan perangkat lunak.
<i>Prototype</i>	gambaran awal dari suatu ide yang dikembangkan ke dalam suatu rancangan, sampel, atau model.
Sistem	sekumpulan elemen terpadu yang ditujukan untuk mencapai sebuah tujuan.
<i>Startup</i>	perusahaan rintisan baru yang biasanya berfokus pada teknologi.



## 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 MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
SARI .....	ix
GLOSARIUM .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan .....	3
1.5 Manfaat .....	3
1.6 Sistematika Laporan .....	4
<b>BAB II KAIDAH PENGEMBANGAN IDE BISNIS</b> .....	<b>6</b>
2.1 <i>Startup</i> .....	6
2.2 Model Bisnis .....	7
2.3 <i>Lean Startup</i> .....	9
2.4 <i>Lean Canvas</i> .....	11
<b>BAB III METODOLOGI PENGEMBANGAN BISNIS</b> .....	<b>15</b>
3.1 Buat .....	17
3.1.1 Perancangan dan Pembangunan MVP .....	17
3.1.2 Perancangan <i>Lean Canvas</i> .....	20
3.1.3 Rancang Asumsi Pendapatan dan Pengeluaran HiVet! .....	22
3.2 Ukur .....	23
3.2.1 Pengujian <i>Black Box</i> .....	24
3.2.2 Pengujian SUS .....	24
3.2.3 Advertensi .....	25
3.3 Pelajari .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>27</b>
4.1 Deskripsi HiVet! .....	27
4.2 Tinjauan Pasar HiVet! .....	28
4.3 Perancangan <i>Lean Canvas</i> .....	36
4.3.1 Implementasi <i>Lean Canvas</i> .....	40
4.3.2 Model Bisnis .....	45
4.4 Asumsi Alur Keuangan HiVet! .....	46
4.5 Hasil Aplikasi .....	49
4.5.1 HiVet! .....	49
4.5.2 HiVet! for Vet .....	51
4.6 Advertensi Aplikasi .....	54
4.7 Analisis Kompetitor Serupa .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>58</b>

5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan <i>lean canvas</i> dengan BMC .....	12
Tabel 3.1 Perjalanan pengguna fitur Konsultasi <i>Online</i> .....	17
Tabel 3.2 Perjalanan pengguna fitur Janji Temu .....	18
Tabel 3.3 Pertanyaan untuk penyesuaian hasil ideasi bisnis dengan pemilik hewan .....	19
Tabel 3.4 Pertanyaan untuk penyesuaian hasil ideasi bisnis dengan dokter hewan .....	19
Tabel 3.5 Perbedaan blok <i>canvas</i> .....	21
Tabel 3.6 Pernyataan pengujian SUS.....	25
Tabel 4.1 Hasil ideasi terdahulu.....	29
Tabel 4.2 Rangkuman survei responden pemilik hewan .....	37
Tabel 4.3 Rangkuman survei responden dokter hewan .....	37
Tabel 4.4 Simpulan analisis data sekunder .....	39
Tabel 4.5 Asumsi pendapatan HiVet! pada tahun pertama perilsan.....	47
Tabel 4.6 Asumsi pengeluaran HiVet! pada tahun pertama perilsan .....	48
Tabel 4.7 Jumlah pengikut media sosial HiVet!.....	55
Tabel 4.8 Kompetitor aplikasi HiVet! .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	8
Gambar 2.2 Siklus ' <i>Build-Measure-Learn</i> ' .....	9
Gambar 2.3 <i>Lean canvas</i> .....	13
Gambar 3.1 Siklus <i>lean startup</i> .....	15
Gambar 3.2 Perbedaan blok <i>canvas</i> .....	22
Gambar 4.1 Logo SEA.id.....	28
Gambar 4.2 Logo HiVet! .....	28
Gambar 4.3 Bagan daerah asal responden pemilik hewan .....	31
Gambar 4.4 Bagan intensitas responden pemilik hewan melakukan konsultasi kesehatan hewan .....	31
Gambar 4.5 Bagan respon pemilik hewan terhadap ketersediaan dokter hewan.....	32
Gambar 4.6 Bagan minat responden pemilik hewan terhadap Konsultasi <i>Online</i> .....	33
Gambar 4.7 Bagan minat responden pemilik hewan terhadap Janji Temu.....	33
Gambar 4.8 Bagan jangkauan harga Konsultasi Online .....	34
Gambar 4.9 Bagan tempat tinggal responden dokter hewan .....	34
Gambar 4.10 Bagan lokasi pelayanan dokter hewan .....	35
Gambar 4.11 Bagan ketertarikan responden dokter hewan terhadap Konsultasi Online .....	35
Gambar 4.12 Bagan ketertarikan responden dokter hewan terhadap Janji Temu.....	36
Gambar 4.13 Bagan respon dokter hewan terhadap Janji Temu .....	36
Gambar 4.14 <i>Lean canvas</i> aplikasi HiVet! .....	40
Gambar 4.15 Platform <i>business model map</i> aplikasi HiVet!.....	46
Gambar 4.16 Halaman <i>log in</i> .....	50
Gambar 4.17 Halaman <i>dashboard</i> .....	50
Gambar 4.18 Halaman profil .....	50
Gambar 4.19 Halaman Konsultasi <i>Online</i> .....	50
Gambar 4.20 Halaman percakapan Konsultasi <i>Online</i> .....	51
Gambar 4.21 Halaman Janji Temu .....	51
Gambar 4.22 Halaman status Janji Temu .....	51
Gambar 4.23 Halaman riwayat .....	51
Gambar 4.24 Halaman <i>log in</i> dokter hewan .....	53

Gambar 4.25 Halaman utama .....	53
Gambar 4.26 Halaman permintaan konsultasi .....	53
Gambar 4.27 Halaman chat konsultasi .....	53
Gambar 4.28 Halaman Janji Temu .....	54
Gambar 4.29 Advertensi aplikasi HiVet! pada platform Meta (Facebook & Instagram).....	55



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Keberlangsungan perekonomian negara ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan warga negara, baik kebutuhan dasar ataupun kebutuhan pokok. Negara menjalankan roda perekonomiannya dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam ataupun sumber daya manusia dapat menjadi tolok ukur perkembangan ekonomi suatu negara. Pelaksanaan bisnis oleh masyarakat dapat membantu negara dalam menunjang perekonomiannya. Semakin kuat dan kokoh bisnis yang berlangsung pada negara tersebut maka negara tersebut dapat semakin maju dan kuat. Dalam pelaksanaan bisnis, perkembangan teknologi informasi dapat dipadukan untuk menjalankan perputaran bisnis agar semakin lancar. Pemanfaatan teknologi informasi yang memadukan perangkat keras dan lunak untuk menghasilkan sebuah informasi dapat dijadikan kunci untuk menunjang proses bisnis.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat pada saat ini didasari oleh era globalisasi yang telah memasuki babak baru yaitu Revolusi Industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 menghasilkan gejolak disruptif pada aktivitas-aktivitas manusia di berbagai aspek, tidak terkecuali pada aspek ekonomi. Salah satu hasil dari Revolusi Industri 4.0 yang pesat di Indonesia adalah semakin maraknya *startup* digital yang bermunculan. Kemunculan *startup* digital mendobrak pasar bisnis dengan produk-produk barang ataupun jasa yang diproyeksikan sebagai solusi atas permasalahan yang ada dan dirasakan oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini juga mencakup pada aspek kesehatan dengan bermunculannya *startup* yang menawarkan jasa kesehatan, tak terkecuali pada aspek kesehatan hewan peliharaan.

Hewan peliharaan adalah hewan-hewan yang dirawat serta hidup atau menetap di lingkungan sekitar atau bersama manusia. Hewan peliharaan dapat dipiara baik di dalam rumah ataupun di luar rumah. Manusia memilih untuk memelihara suatu hewan yang memiliki visualisasi yang menarik, tingkat kesetiaan yang tinggi, ataupun memiliki suara yang merdu. Dengan memiliki hewan peliharaan, manusia memperoleh banyak manfaat seperti dapat dijadikan teman dalam kehidupan sehari-hari, dapat mengurangi tingkatan stres, dan lain sebagainya. Dalam pemeliharaan hewan, seseorang harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan hewan tersebut. Kebutuhan hewan peliharaan dapat mencakup kebutuhan akan



tempat tinggal yang bersih dan layak, makanan dan minuman, hingga kesehatan hewan peliharaan.

Dalam aspek kesehatan hewan peliharaan, pemelihara harus mengetahui dan mencermati faktor-faktor vital apa saja yang harus selalu diperhatikan agar terjaminnya kesehatan hewan peliharaan. Pemeriksaan rutin, pemberian vitamin bagi hewan peliharaan, pemberian vaksin hewan peliharaan, dan pemberian obat-obatan untuk pemulihan kesehatan hewan merupakan beberapa contoh dalam pemenuhan kebutuhan kesehatan hewan peliharaan. Adanya akses pelayanan kesehatan hewan yang mudah dijangkau menjadi sebuah faktor vital dalam pemeliharaan kesehatan hewan peliharaan. Adanya kemudahan dalam akses pelayanan kesehatan hewan akan memudahkan pemilik dalam menjangkau fasilitas dan pelayanan untuk menunjang kesehatan hewan seperti melakukan konsultasi ataupun pemeriksaan kesehatan hewan dengan dokter hewan.

Namun, di Indonesia sendiri terdapat beberapa hambatan dalam mengakses pelayanan kesehatan hewan didukung dengan adanya penerapan pembatasan pergerakan manusia di Indonesia pada saat pandemi *covid-19*. Salah satu hambatannya adalah kurang meratanya persebaran dokter hewan yang bertugas di Indonesia karena minimnya tenaga ahli kesehatan hewan atau dokter hewan yang aktif di Indonesia. Sedikitnya dokter hewan tak ayal menyebabkan persebaran klinik hewan semakin menyempit dan terfokuskan pada kota-kota besar. Menurut Persatuan Dokter Hewan Indonesia atau PDHI dalam webnya, disebutkan bahwa pada tahun 2020 ketersediaan dokter hewan tidak sampai setengah dari yang dibutuhkan yaitu hanya terdapat 20.000 dokter hewan sementara Indonesia membutuhkan setidaknya 70.000 dokter hewan (Admin PDHI, 2020).

Berdasarkan masalah di atas, HiVet! dihadirkan sebagai bisnis berbasis aplikasi Android sebagai wadah untuk mempertemukan dokter hewan dan pemilik hewan agar dapat saling berkomunikasi satu dengan lainnya. HiVet! dirancang sebagai sebuah produk *startup* SEA.id yang bergerak di bidang kesehatan hewan atau *pet* telekonsultasi. HiVet! dikehendaki untuk dapat berjalan atau beroperasi dengan jangka waktu yang panjang sehingga HiVet! patutnya memiliki perencanaan dan alur proses bisnis yang tepat agar HiVet! dapat bersaing dengan kompetitor dan bertahan di tengah Revolusi Industri 4.0. Oleh karena itu, dalam pengembangannya HiVet! menggunakan penerapan metode *lean startup* yang memiliki tiga tahapan yaitu, tahap *build*, *measure*, dan *learn*.

Penerapan dengan metode *lean startup* dipilih karena *lean startup* memiliki konsumsi waktu yang lebih singkat dengan mendasarkan kepada pengembangan produk dan juga

perulangan umpan balik dari pengguna sehingga evaluasi pekerjaan dapat berjalan dan aplikasi yang dibangun sesuai dengan kebutuhan pengguna (Priyanto, 2022). Hal ini selaras dengan apa yang HiVet! butuhkan karena dalam pengembangannya HiVet! memiliki waktu pengembangan bisnis yang relatif singkat. Adanya penerapan *lean startup* juga diimbangi dengan penggunaan *lean canvas* dalam pembangunan model bisnis HiVet!. *Lean canvas* merupakan rancang bangun bisnis yang secara struktural diadaptasi dari *business model canvas* dengan modifikasi sehingga dalam *lean canvas* terdapat pengukuran resiko atau ketidakpastian bisnis yang dirancang (Suharto, 2022).

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berlandaskan pada latar belakang yang telah dipaparkan yaitu Bagaimana merancang serta mengembangkan ide bisnis aplikasi HiVet! dengan metode *lean startup* dan *lean canvas* sehingga bisnis aplikasi HiVet! dapat terlaksana.

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah ditetapkan agar pembahasan tetap terarah dan fokus. Batasan masalah perancangan dan pengembangan bisnis HiVet! sebagai berikut:

- a. Pengembangan bisnis aplikasi HiVet! menggunakan pengaplikasian metode *lean startup* hingga tahap *minimum viable product* atau MVP.
- b. Proses analisis ide bisnis aplikasi HiVet! dilakukan dengan menggunakan perancangan model bisnis *lean canvas*.
- c. Hasil keluaran yang didapatkan berupa model bisnis aplikasi HiVet!, jangkauan pasar yang telah ditentukan, serta umpan balik dari calon pengguna.

## 1.4 Tujuan

Penulisan laporan tugas akhir jalur perintisan bisnis ini bertujuan agar memberikan gambaran mengenai pengembangan bisnis aplikasi HiVet! dengan penerapan metode *lean startup*.

## 1.5 Manfaat

Manfaat penulisan laporan tugas akhir jalur perintisan bisnis serta pengembangan ide bisnis aplikasi HiVet! sebagai berikut:

- a. Mendapatkan bahan ajar baru mengenai penerapan metode *lean startup* dalam mengembangkan sebuah *startup*.
- b. Mendapatkan bahan ajar baru mengenai penerapan *lean canvas* dalam proses analisis ideasi bisnis.
- c. Pembangunan *startup* sebagai solusi efisiensi bagi pemilik hewan dan dokter hewan dalam mengakses ataupun memberikan akses pelayanan kesehatan hewan.

## **1.6 Sistematika Laporan**

Demi memudahkan dalam menyusun ataupun melihat serta memahami secara menyeluruh pembahasan ide bisnis yang ada pada laporan akhir, maka diperlukan sistematika penulisan yang menjelaskan bagan-bagan yang ada. Adapun sistematika penulisan tugas akhir terdiri dari:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan pembahasan paham-paham yang dijadikan acuan atau landasan dalam pengembangan ide bisnis HiVet! yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika laporan.

### **BAB II KAIDAH PENGEMBANGAN IDE BISNIS**

Pada bab ini berisikan penjelasan ataupun tinjauan pustaka dari *startup*, model bisnis, *lean startup*, dan juga *lean canvas* untuk dijadikan acuan dalam merancang dan mengembangkan aplikasi HiVet!.

### **BAB III METODOLOGI PENGEMBANGAN BISNIS**

Pada bab ini berisikan tinjauan pustaka perihal metodologi yang digunakan dalam pengembangan ide bisnis HiVet! yang menggunakan penerapan dengan metode *lean startup*. Selain itu, dalam bab ini dijabarkan juga perihal *lean canvas* sebagai pemodelan bisnis canvas yang digunakan dan metode pengujian aplikasi HiVet!.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan mengenai pembahasan tentang perancangan dan pengembangan proses ideasi yang telah dilaksanakan. Dalam bab ini juga ditunjukkan gagasan ide-ide pengembangan

bisnis dan juga hasil pengujian dari aplikasi HiVet! untuk validasi dari proses ideasi yang menghasilkan ide bisnis HiVet! telah memenuhi kebutuhan target pengguna.

## **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari seluruh proses perancangan dan pengembangan dari ide bisnis HiVet!. Selain itu, terdapat saran sebagai tindak lanjut yang diperlukan dalam pengembangan bisnis lebih lanjut.



## BAB II

### KAIDAH PENGEMBANGAN IDE BISNIS

#### 2.1 *Startup*

Masa kini kata *startup* sangat sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Asal-usul kata *startup* diambil dari bahasa Inggris yaitu sebuah proses dalam mendirikan sebuah organisasi yang baru, perusahaan rintisan atau sebuah perusahaan yang baru berjalan ataupun perusahaan yang baru didirikan (Syauqi, 2016). *Startup* dapat diinterpretasikan sebagai suatu bisnis anyar yang disruptif dengan menggunakan penerapan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Pada praktiknya, *startup* banyak menggeluti bidang teknologi informasi, web, dan bidang lain dengan ranah yang serumpun.

*Startup* merupakan sebuah bisnis yang terdiri dari beberapa pihak saja di awal perintisannya dengan pemodal awal berasal dari perseorangan ataupun sekelompok individu untuk menyokong keberlangsungan bisnis *startup* tersebut. Dikutip dari Eric Ries, beliau mendefinisikan *startup* sebagai himpunan individu atau manusia yang merancang serta membuat sesuatu yang baru, baik produk ataupun jasa pada dinamika pasar yang ekseseif, sehingga dapat beradaptasi dan berjalan seiring dengan situasi pasar yang tidak stabil (Ries, 2018).

Paul Graham dalam webnya mengatakan bahwa *startup* ialah perusahaan yang telah dirancang dengan tujuan untuk berkembang dengan laju perkembangan yang cepat (Graham, 2012). Pertumbuhan merupakan faktor vital dalam mengembangkan sebuah *startup*. Akan tetapi, setiap perintisan perusahaan baru tidak semuanya dapat dikatakan sebagai sebuah *startup* karena *startup* dirancang untuk berkembang dengan cepat. Untuk mendapatkan laju tumbuh yang cepat, perusahaan harus mampu mengetahui dan memahami sesuatu yang dapat dijual ke pasar dengan skala yang besar.

*Startup* ialah suatu perusahaan yang berada pada tahap pengembangan produk serta pencarian pasar dengan proyeksi pertumbuhan cepat. Pengembangan dan riset pasar dilakukan *startup* secara berkepanjangan untuk menemukan pasar yang tepat dan akurat bagi produk yang dikembangkan. Sebuah *startup* harus dapat mendefinisikan produk yang diinginkan dan dibutuhkan orang, sehingga produk yang dikembangkan dapat tumbuh dengan cepat serta bisnis berjalan dan bertahan lama.

Pada *startup* terdapat sekumpulan orang yang bertugas dalam menjalankan perputaran roda bisnis. Karakter-karakter dalam tim menjadi pondasi dalam merintis dan mengembangkan *startup* khususnya pada *startup* digital. Kerja sama antar personel tim yang baik menjadi salah satu pilar dalam kesuksesan *startup*, tidak cukup hanya bergantung kepada inovasi-inovasi yang dihasilkan. Terdapat 3 karakter yang ada pada tim yaitu (Ridhoni, 2021):

a. *Hustler*

*Hustler* merupakan karakter dalam *startup* yang menjadi otak dalam pemasaran dan manajemen bisnis. *Hustler* membuat rancang biaya, baik pengeluaran maupun pendapatan bisnis. *Hustler* juga bertanggung jawab akan dokumen-dokumen seperti proposal bisnis, *pitch deck*, dan rancang konten pemasaran.

b. *Hipster*

*Hipster* bertugas dalam estetika produk yang dihasilkan oleh *startup*. *Hipster* merancang dan menyusun *prototype* antar muka pengguna dan pengalaman pengguna. *Hipster* juga memiliki tanggung jawab dalam kenyamanan pengguna dalam menjalankan dan menggunakan produk *startup*.

c. *Hacker*

Dalam *startup*, *hacker* bertanggung jawab penuh akan pembangunan produk yang sedang dibangun serta teknologi yang digunakan dalam pembangunan produk *startup*. *Hacker* menjadi otak utama dalam melakukan perancangan atau pemrograman sistem.

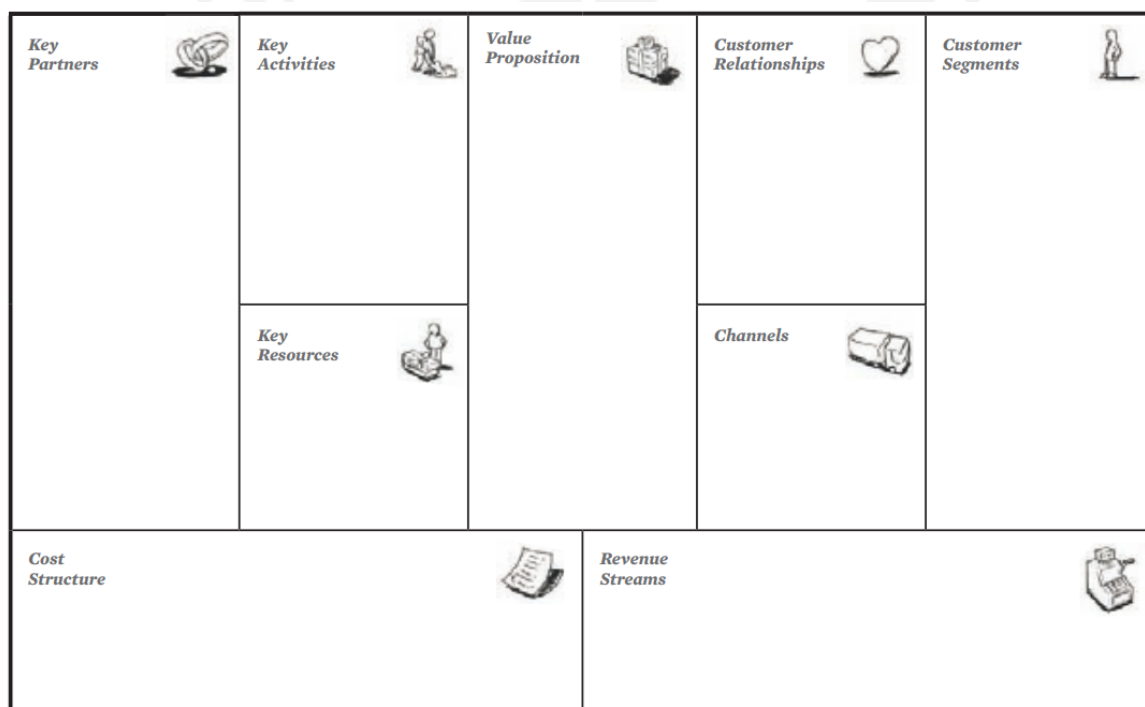
## 2.2 Model Bisnis

Dalam mengembangkan sebuah *startup* dibutuhkan perencanaan dan keputusan-keputusan bisnis yang matang untuk menjadi acuan dalam menjalankan bisnis *startup* tersebut. Perencanaan dibutuhkan untuk mendeskripsikan arah tujuan bisnis dikembangkan, baik untuk mendukung pengoperasian bisnis ataupun memperoleh profit. Perencanaan tersebut dapat dijabarkan dan digambarkan secara mendetail dalam suatu model bisnis.

Menurut Casadesus-Masanell dan Heilbron, model bisnis adalah peraturan berupa keputusan-keputusan yang dirancang oleh perusahaan untuk dipatuhi dan dijalankan oleh karyawan perusahaan (Casadesus-Masanell & Heilbron, 2015). Model bisnis merupakan keputusan yang ditetapkan oleh perusahaan kepada karyawannya sehingga perusahaan dapat mengkoordinasi aktivitas karyawan dalam menjalankan bisnis. Dengan kata lain, model bisnis adalah cerminan dari tujuan startegis perusahaan dalam mengarahkan dan menjalankan suatu pengembangan agar memberikan nilai kepada pengguna yang nantinya menjadi sumber profit

bagi perusahaan. Nilai yang diberikan kepada pengguna merupakan karakteristik internal perusahaan yang dituangkan ke dalam produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Model bisnis didefinisikan oleh Osterwalder dan Pigneur sebagai sebuah instrumen yang ditujukan untuk menguraikan dasar gagasan dari sebuah organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan menangkap suatu nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Osterwalder menakrifkan model bisnis dalam suatu kerangka visual sederhana yang berisikan sembilan elemen penting dalam menjalankan bisnis yang disebut dengan *business model canvas* (BMC). Elemen-elemen dalam BMC merepresentasikan garis besar haluan bisnis yang dikembangkan perusahaan atau organisasi sehingga strategi yang digunakan dapat tersampaikan dengan jelas. BMC ditunjukkan pada Gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2.1 *Business Model Canvas*

Sumber: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

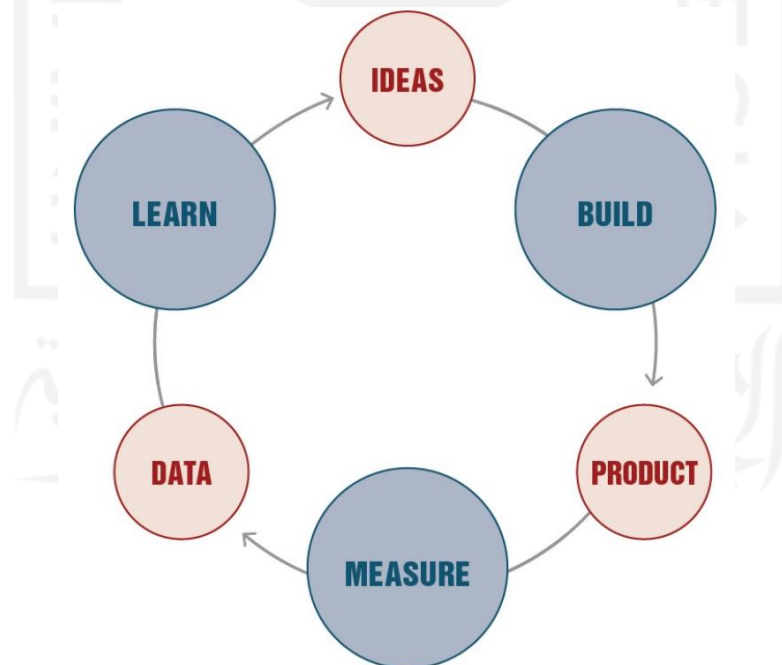
Model bisnis ialah suatu model yang digunakan perusahaan untuk mendefinisikan arah tujuan bisnis yang dijalankan untuk mencapai sebuah profit. Model bisnis dirancang sebagai metode perusahaan dalam melangsungkan bisnis serta mendatangkan profit. Dengan model bisnis, perusahaan dapat mengetahui arah bisnis dijalankan, mengetahui produk yang cocok untuk dihantarkan, serta dapat mengetahui pasar yang dituju.



### 2.3 *Lean Startup*

Acap kali *startup* muda berguguran di tahun awal perintisannya. Kegagalan *startup* di awal perintisannya banyak disebabkan oleh kurangnya perancangan bisnis yang dijalankan, seperti target pasar yang minim, kerjasama tim yang kurang apik, maupun kegagalan dalam merancang model bisnis. *Lean startup* merupakan metode di mana pelanggan atau pengguna menjadi faktor vital dalam perencanaan dan pembuatan produk *startup*. Pendekatan dengan metode *lean startup* mengedepankan kecepatan dalam pembangunan *startup*. Pendekatan dengan metode *lean startup* diprakarsai oleh Ries yang dijabarkan dalam bukunya yang berjudul “The Lean Startup” (Ries, 2018).

Ries memperkenalkan metode *lean startup* sebagai metode yang cocok bagi perintisan *startup*. Pengguna memegang kunci utama dalam pengembangan, yakni sebagai sumber utama dalam memperoleh umpan balik bagi produk yang dibangun, dengan proyeksi waktu sesingkat mungkin untuk memanfaatkan momentum serta optimalisasi sumber daya. Umpan balik dan data yang diperoleh akan dijadikan acuan perusahaan dalam memperbarui atau mengubah ide-ide yang ada. Minimalisasi waktu menjadi sangat penting dalam pendekatan dengan metode ini.



Gambar 2.2 Siklus 'Build-Measure-Learn'

Sumber: (Maurya, 2012)



Dalam *lean startup*, terdapat tiga tahapan dalam siklus pengembangannya, yaitu siklus *Build-Measure-Learn* atau siklus Buat-Ukur-Pelajari yang terdapat pada Gambar 2.2. Siklus tersebut menjadi landasan dalam metode *lean startup* yang difokuskan pada minimalisasi waktu di setiap tahapannya. Sebelum memasuki tahapan pertama, perusahaan harus sudah menggali dan menemukan ide yang akan diujicobakan. Ide tersebut haruslah memiliki urgensi sehingga perusahaan dapat mengotak-atik variabel yang tersedia agar dapat melaju. Tiga tahapan dalam pendekatan metode *lean startup*:

a. Buat

Tujuan utama tahap ini adalah pembuatan dan pengembangan *minimum viable product* (MVP) (Afdi & Purwanggono, 2018). MVP merupakan rancangan produk yang diciptakan dengan fitur dasar berdasarkan proses ideasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Penyusunan MVP dilakukan dalam waktu sesingkat mungkin. MVP adalah kunci dalam keberlangsungan siklus dengan tingkatan usaha dan waktu seminimal mungkin. Perancangan MVP merupakan bentuk paling singkat untuk mencapai keseluruhan siklus Buat-Ukur-Pelajari dengan upaya yang seminimal mungkin (Ries, 2018). Pada tahapan ini akan dilakukan uji coba ide dengan merancang produk melalui *prototype*.

b. Ukur

Pada tahapan sebelumnya didapatkan hasil berupa rancangan produk. Hasil tersebut akan digunakan sebagai pewujudan dari ide yang telah dirancang oleh perusahaan. Dalam tahap ini arah upaya pengembangan menuju hasil nyata produk menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan (Hazzelia & Purnomo, 2021). Umpan balik dari pengguna saat menguji MVP menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis oleh perusahaan terkait masa depan produk yang dibangun. Jika umpan balik berupa respon positif maka ide dapat dilanjutkan. Akan tetapi, jika perusahaan mendapatkan umpan balik berupa respon negatif, maka perusahaan harus memikirkan ulang pembuatan produknya.

c. Pelajari

Tahap pelajari berisikan bagaimana perusahaan mengambil sikap dalam pengembangan produk. Perusahaan menelaah apakah produk yang dibangun membuahkan hasil yang baik sehingga dapat bertahan di ketidakpastian pasar atau mengharuskan perusahaan banting setir mengembangkan produk yang dikehendaki oleh pengguna. Jika umpan balik yang didapatkan baik maka perusahaan harus menentukan keputusan arah yang diambil dalam pengembangan produk. Jika sebaliknya, maka perusahaan dapat mengambil keputusan untuk banting setir dengan melakukan proses ideasi baru untuk pengembangan produknya.

## 2.4 *Lean Canvas*

Dalam mengembangkan bisnis, perusahaan memerlukan sebuah alat atau model untuk mendefinisikan konsep bisnisnya, seperti siapa target market bisnis tersebut, prasarana, hingga finansial perusahaan. Telah tersedia alat untuk menjabarkan konsep bisnis. Salah satunya yaitu *lean canvas*. *Lean canvas* merupakan sebuah *template* yang dicetuskan oleh Maurya, yang diadaptasi dari *business model canvas* yang diciptakan oleh Osterwalder dan Pigneur.

*Lean canvas* merupakan sebuah kanvas satu halaman dengan beberapa kelompok fokus untuk evaluasi bisnis (Nidagundi & Novickis, 2017). *Lean canvas* berfokus bagaimana perusahaan merancang produk hingga bagaimana perusahaan melakukan pendekatan pemasaran produk ke pelanggan atau pengguna. Penggunaan *lean canvas* dalam pengembangan bisnis membantu dalam dekonstruksi model bisnis ke dalam sembilan fokus agar dapat diuji secara terpadu mulai dari urutan risiko tinggi hingga rendah (Maurya, 2012). Penggunaan satu halaman dimaksudkan agar lebih cepat, ringkas, serta portabel dibandingkan dengan pemodelan lainnya.

*Lean canvas* untuk dipadukan dengan pendekatan metode *lean startup* yang mementingkan kesegeraan penggunaan waktu dalam pembangunan bisnis *startup*. Model ini menampilkan model bisnis sederhana sehingga dapat merangkai konsep bisnis dengan acuan hipotesis yang ditetapkan. Fokus pada problem membuat perusahaan untuk selalu awas dan

fokus saat pembangunan model bisnis baik saat mengembangkan produk maupun evaluasi produk. Perbedaan *lean canvas* terhadap BMC ditunjukkan pada Tabel 2.1 (Akbar, 2019).

Tabel 2.1 Perbedaan *lean canvas* dengan BMC

<b>Faktor</b>	<b><i>Lean Canvas</i></b>	<b>BMC</b>
Fokus	Perusahaan.	Pengguna, konsultan, investor.
Kelompok Pembeda	<i>Problem, solution, key metrics, unfair advantages.</i>	<i>Key partner, key activities, key resources, customer relationship.</i>
Penggunaan	Mudah diterapkan khususnya pada <i>startup</i> .	Mudah digunakan karena perubahan pola pikir menjadi model bisnis yang awalnya produk sentris.
Waktu Penggunaan	Saat perusahaan memiliki hipotesis anyar yang ingin diuji.	Saat tujuan serta kondisi perusahaan stabil dan mencapai waktu untuk menetapkan preposisi nilai.
Sasaran	Bisnis baru atau <i>startup</i> .	Bisnis yang telah berlangsung.
Reputasi	Belum terlalu diketahui.	Banyak diketahui.

<b>PROBLEM</b> Top 3 problems  1	<b>SOLUTION</b> Top 3 features  4	<b>UNIQUE VALUE PROPOSITION</b> Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying  3	<b>UNFAIR ADVANTAGE</b> Can't be easily copied or bought  5	<b>CUSTOMER SEGMENTS</b> Target customers  2
	<b>KEY METRICS</b> Key activities you measure  8		<b>CHANNELS</b> Path to customers  9	
<b>COST STRUCTURE</b> Customer Acquisition Costs Distributing Costs Hosting People, etc.  7		<b>REVENUE STREAMS</b> Revenue Model Lifetime Value Revenue Gross Margin  6		

Gambar 2.3 *Lean canvas*

Sumber: (Maurya, 2012)

*Lean canvas* memiliki sembilan kelompok fokus yang digunakan untuk menjabarkan konsep perusahaan dalam menjalankan roda bisnisnya seperti yang dilihat pada Gambar 2.3. Kelompok fokus pada *lean canvas* terdiri atas:

a. *Problem*

Setiap kelompok pelanggan mempunyai permasalahan yang berbeda. Oleh karena itu, dalam kelompok fokus ini dijelaskan tiga permasalahan yang dimiliki oleh pelanggan berdasarkan skala prioritas.

b. *Customer Segments*

Kelompok fokus ini akan membahas tentang tujuan pasar dari pembangunan bisnis. Perusahaan menjabarkan siapa saja yang menjadi target pasar dari produk yang dihasilkan. Perilaku pelanggan akan menjadi bekal perusahaan untuk menganalisis pengelompokan pengguna.

c. *Unique Value Proposition*

Nilai yang ditawarkan perusahaan harus memiliki pembeda dari kompetitor lainnya. Nilai pembeda tersebut dijabarkan ke dalam kelompok fokus ini dengan

mempertimbangkan apa keinginan dari pengguna dan apa yang ditawarkan oleh perusahaan.

d. *Solution*

Jika permasalahan-permasalahan telah terdefiniskan, maka perusahaan dapat menjabarkan solusi yang ditawarkan.

e. *Unfair Advantage*

Peluang perusahaan akan semakin tinggi dalam dinamika pasar jika memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh kompetitor. Keunggulan tersebut perlu dijabarkan guna mendorong bisnis perusahaan agar semakin baik.

f. *Revenue Stream*

Kelompok fokus ini membahas tentang aliran pendapatan perusahaan. Pendapatan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan bisnis karena pendapatan menjadi bahan bakar perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

g. *Cost Structures*

Dalam kelompok fokus ini dijabarkan indikator anggaran perusahaan untuk menjalankan bisnis yang dibangun. Anggaran tersebut berisikan semua pengeluaran yang dilakukan perusahaan guna menyokong keberlangsungan bisnis seperti insentif bagi karyawan, modal, biaya penelitian, dan lain sebagainya.

h. *Key Metrics*

Kelompok fokus ini akan menguraikan tolok ukur untuk mengukur perkembangan bisnis melalui produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tolok ukur tersebut disajikan ke dalam bentuk yang efektif guna mengetahui perkembangan bisnis perusahaan.

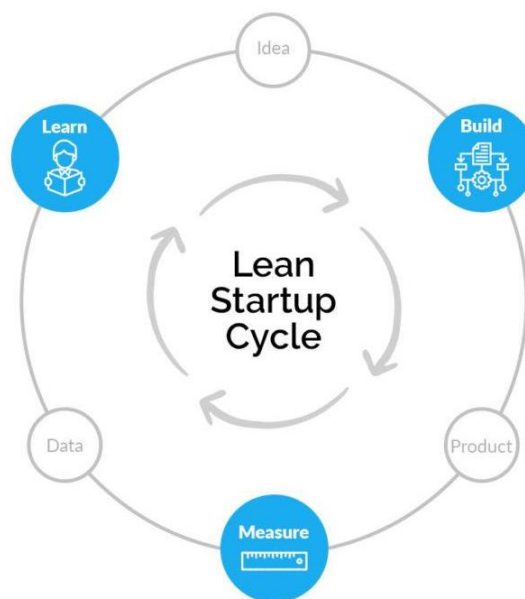
i. *Channels*

*Channels* berisikan media yang digunakan perusahaan dalam pemasaran produk untuk menjangkau pelanggan agar pelanggan dapat mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

### BAB III

## METODOLOGI PENGEMBANGAN BISNIS

Dalam mengembangkan aplikasi berbasis Android HiVet!, pengembang menggunakan pendekatan dengan metode *lean startup* yang memiliki 3 siklus yaitu siklus *Build-Measure-Learn* atau Buat-Ukur-Pelajari. Dalam *lean startup* setiap hipotesis yang dirancang dan dipilih tim untuk dibangun menjadi sebuah produk akan selalu melalui tahapan validasi dari pengguna. Validasi pengguna bertujuan untuk mengetahui apa saja nilai-nilai yang dibutuhkan pengguna pada aplikasi yang dikembangkan dan akan dijadikan bahan evaluasi terhadap hipotesis yang ditetapkan sehingga menghasilkan hipotesis yang baru. Validasi pengguna sangat berperan penting akan keberlangsungan bisnis, karena dengan mengetahui apa yang dibutuhkan pengguna, tim dapat mengembangkan aplikasi agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan bisnis dapat berjalan dalam jangka waktu yang lama. Siklus tersebut akan selalu berulang pada pendekatan dengan metode *lean startup* seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Siklus *lean startup*

Sumber: (Pereira, 2021)

Dalam perancangan dan pengembangan ide bisnis dilakukan secara kolaborasi antar personel tim yang terdiri dari tiga karakter. Tiga karakter tersebut yang menjadi pondasi dalam pengembangan ide bisnis agar bisnis yang dibangun dapat dieksekusi secara apik.

### ***Hustler***

*Hustler* memiliki peran sebagai otak dalam perancangan, manajemen, dan pemasaran bisnis. *Hustler* memiliki tugas dalam perancangan model bisnis, asumsi keuangan bisnis, serta pemasaran bisnis. Pada tim SEA.id *hustler* diperankan oleh Salma Aufa Azaliarahma.

### ***Hipster***

*Hipster* memiliki peran sebagai otak dalam estetika produk yang dihasilkan oleh bisnis yang dibangun. *Hipster* memiliki tugas untuk merancang dan membangun *wireframe* atau kerangka serta *prototype*. Pada tim SEA.id *hipster* diperankan oleh Afsha Rahmadani.

### ***Hacker***

*Hacker* memiliki peran sebagai otak dalam pembangunan produk bisnis serta teknologi yang digunakan dalam pembangunan bisnis. *Hacker* memiliki tugas dalam perancangan dan analisis sistem, pemrograman sistem, serta pengembangan sistem. Pada tim SEA.id *hacker* diperankan oleh Elsa Intania Martyan.

Sebelum memasuki siklus, pengembang akan melakukan penggalan ide untuk merancang hipotesis yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam mengembangkan aplikasi. Curah pendapat dilakukan oleh pengembang di mana setiap personel tim mengumpulkan ide-ide yang nantinya akan dikumpulkan dan didiskusikan bersama seluruh personel tim. Pada tahapan curah pendapat ini, pengembang menetapkan beberapa peraturan seperti setiap personel tim dibebaskan dan tidak terdapatnya batasan yang ditetapkan dalam proses penggalan ide. Selain itu, setiap personel tim tidak diperbolehkan memberikan sanggahan terhadap ide yang didapatkan guna memperoleh ide sebanyak-banyaknya dan seluas-luasnya.

Setelah seluruh ide terkumpul, maka setiap personel tim menyampaikan ide-ide yang telah dikumpulkan pada pertemuan yang dilakukan baik secara luring maupun daring. Setelah tahapan ideasi dilaksanakan, pengembang memilih ide yang dirasa memiliki urgensi yang lebih tinggi untuk ditingkatkan ke dalam hipotesis-hipotesis yang akan diuji.

### 3.1 Buat

#### 3.1.1 Perancangan dan Pembangunan MVP

Hal pertama yang dilakukan dalam mengembangkan bisnis dengan pendekatan metode *lean startup* adalah tahap buat. Dalam tahap buat akan dilakukan perancangan serta pembangunan MVP atau *Minimum Viable Product* yang nantinya akan digunakan untuk uji coba terhadap pengguna untuk mendapatkan umpan balik yang akurat. MVP sangat vital dalam pendekatan metode ini karena dengan umpan balik pelanggan, pengembang mendapatkan data yang akan digunakan dalam merancang dan membangun produk yang sempurna dan dapat menyelesaikan problem yang dirasakan oleh pelanggan. Untuk memudahkan dalam perancangan MVP, dirancang perjalanan pengguna dalam menggunakan fitur aplikasi HiVet! yang diperlihatkan pada Tabel 3.1 dan Tabel 3.2.

Tabel 3.1 Perjalanan pengguna fitur Konsultasi *Online*

Pengguna Inti	Aksi	Akhir Cerita
Pemilik hewan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daftar akun</li> <li>• Masuk akun</li> <li>• Membangun profil</li> <li>• Mencari dokter hewan</li> <li>• Menentukan Konsultasi <i>Online</i></li> <li>• Melakukan Konsultasi <i>Online</i></li> </ul>	Mendapatkan diagnosis hasil Konsultasi <i>Online</i> .
Dokter hewan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masuk akun</li> <li>• Mendapatkan permintaan konsultasi</li> <li>• Menerima Konsultasi <i>Online</i></li> <li>• Melakukan Konsultasi <i>Online</i></li> <li>• Menghentikan sesi Konsultasi <i>Online</i></li> </ul>	Mendapatkan insentif dari sesi Konsultasi <i>Online</i> .



Tabel 3.2 Perjalanan pengguna fitur Janji Temu

Pengguna Inti	Aksi	Akhir Cerita
Pemilik hewan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daftar akun</li> <li>• Masuk akun</li> <li>• Membangun profil</li> <li>• Mencari dokter hewan yang tersedia pada daerah pilihan</li> <li>• Menentukan dokter hewan yang dituju</li> <li>• Melakukan reservasi Janji Temu</li> </ul>	Mendapatkan reservasi Janji Temu dengan dokter hewan.
Dokter hewan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masuk akun</li> <li>• Menambahkan jumlah slot Janji Temu yang dikehendaki</li> <li>• Mendapatkan permintaan Janji Temu</li> <li>• Menerima permintaan Janji Temu</li> </ul>	Mendapatkan pasien untuk Janji Temu.

Dalam pembangunan MVP, pengembang harus memahami hipotesis yang dipecahkan menggunakan produk yang dibangun yaitu perancangan dan pembangunan aplikasi berbasis Android dengan fitur Konsultasi *Online* dan Janji Temu dapat menyelesaikan problem yang dihadapi oleh pemilik hewan dan dokter hewan. Untuk memperkuat hipotesis yang telah ditentukan oleh pengembang, pengembang melakukan riset pasar untuk mengetahui situasi market yang dituju. Hal ini sangat penting untuk mengetahui keberlangsungan bisnis yang dirancang. Analisis market bertujuan untuk mengetahui keperluan apa saja yang dapat diselesaikan serta karakter pelanggan sehingga produk yang akan dirancang serta dibangun dapat berjalan dengan waktu yang lama. Untuk itu, pengembang melakukan dua aktivitas untuk memvalidasi hipotesis yang telah dibangun, yaitu kuesioner dan data sekunder.

### Kuesioner

Kegiatan validasi menggunakan metode kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dirancang baik daring ataupun luring. Kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan mendasar seputar respon dan ketertarikan pengguna akan aplikasi yang dirancang. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner berupa problem yang dirasakan oleh pengguna, minat pengguna akan ide rancang aplikasi, hingga rentang biaya yang diinginkan pengguna dalam menggunakan fitur yang terdapat pada aplikasi.

Dalam tahapan ini, pengembang menggunakan metode penyebaran kuesioner secara daring. Kuesioner secara daring dipilih karena unggul secara efektifitas serta memudahkan pengembang dalam menjangkau target pengguna aplikasi HiVet! yang telah ditentukan. Data yang didapatkan dari tahap ini berupa jenjang umur target pengguna aplikasi HiVet!, skala prioritas kesehatan hewan bagi pemilik, ketertarikan akan penggunaan aplikasi HiVet!, serta rentang harga yang diminati oleh pengguna. Data tersebut akan dianalisis oleh pengembang untuk digunakan sebagai landasan dalam merancang serta mengembangkan aplikasi HiVet!. Pertanyaan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.3 dan Tabel 3.4.

Tabel 3.3 Pertanyaan untuk penyesuaian hasil ideasi bisnis dengan pemilik hewan

No	Pertanyaan	Tujuan
1.	Seberapa sering mengunjungi dokter hewan?	Mengetahui seberapa sering pemilik hewan bertemu dengan dokter hewan.
2.	Apakah terdapat kesulitan menjumpai dokter hewan?	Mengukuhkan koherensi problem dengan ide.
3.	Apakah tertarik dengan konsultasi bersama dokter hewan secara <i>online</i> ?	Mengukuhkan koherensi solusi dengan ide.
4.	Jika tertarik, berapa kisaran harga yang diinginkan untuk satu kali sesi konsultasi?	Memberikan gambaran untuk <i>Revenue Stream</i> .
5.	Apakah tertarik dengan <i>booking appointment</i> bersama dokter hewan secara <i>online</i> ?	Mengukuhkan koherensi problem dengan ide.

Tabel 3.4 Pertanyaan untuk penyesuaian hasil ideasi bisnis dengan dokter hewan

No	Pertanyaan	Tujuan
1.	Apa memiliki atau bekerja di klinik hewan?	Mengetahui tempat pelayanan dokter hewan.
2.	Jika terdapat sistem berupa konsultasi secara <i>online</i> apakah tertarik untuk menggunakan?	Mengukuhkan koherensi solusi dengan ide.
3.	Jika tertarik, berapa kisaran harga yang diinginkan untuk satu kali sesi konsultasi?	Memberikan gambaran untuk <i>Revenue Stream</i> .
4.	Apa tertarik dengan <i>booking appointment</i> secara <i>online</i> ?	Mengukuhkan koherensi solusi dengan ide.
5.	Bagaimana pendapat mengenai sistem <i>booking appointment online</i> ?	Mengukuhkan koherensi solusi dengan ide.
6.	Apakah bersedia menggunakan sistem <i>booking appointment online</i> ?	Mengukuhkan koherensi solusi dengan ide.

## **Analisis Data Sekunder**

Data sekunder digunakan untuk memperkuat hipotesis yang telah dirancang oleh pengembang dalam membangun aplikasi HiVet!. Data sekunder dapat didapatkan dari penelitian sebelumnya ataupun data yang telah dihimpun oleh suatu organisasi dan dapat diakses secara bebas di internet. Dalam pengembangan aplikasi HiVet!, pengembang menggunakan data sekunder seperti jumlah dokter hewan yang tersedia di Indonesia yang diperoleh dari PDHI, dataset banyak dokter hewan di Kota Cirebon, serta data survey jenis hewan yang banyak dipelihara di Indonesia yang dihimpun oleh Rakuten. Nantinya data tersebut dianalisis dan digunakan sebagai sokongan untuk memperkuat hipotesis yang akan diuji oleh pengembang.

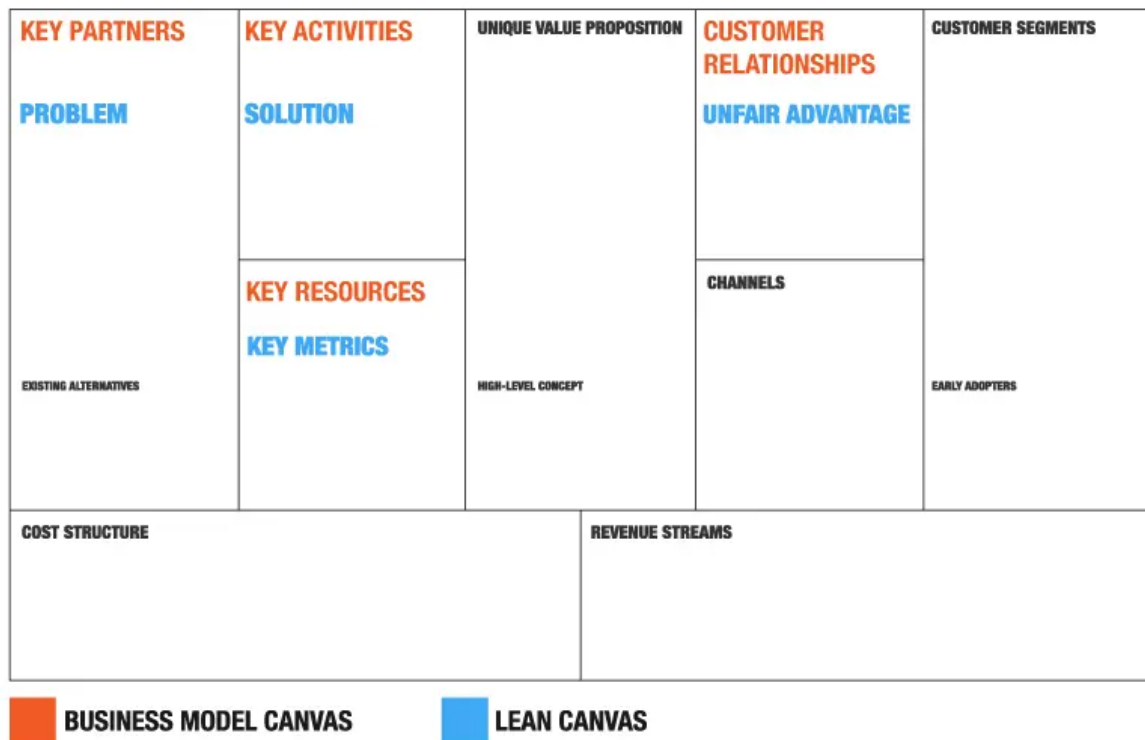
### **3.1.2 Perancangan *Lean Canvas***

*Lean canvas* digunakan sebagai tempat untuk merincikan ide yang telah ditentukan dari proses ideasi yang dilakukan oleh pengembang dalam mengembangkan bisnis HiVet!. Proses perancangan *lean canvas* untuk HiVet! menyerupai proses perancangan BMC, hanya saja terdapat perubahan kelompok fokus yang terdapat pada *lean canvas*. Perubahan tersebut bertujuan untuk percepatan perancangan model bisnis HiVet! menggunakan *lean canvas*, karena *lean canvas* memiliki titik fokus terhadap problem yang dihadapi oleh pengguna serta penyelesaian yang ditawarkan oleh pengembang. Perbedaan antara BMC dengan *lean canvas* dalam bisnis HiVet! dijelaskan pada Tabel 3.5 di bawah ini:

Tabel 3.5 Perbedaan blok *canvas*

<i>Lean Canvas</i>	<b>Keterangan</b>	<b>BMC</b>	<b>Keterangan</b>
Problem	Problem yang dijumpai oleh konsumen/pengguna HiVet!.	<i>Key Partner</i>	Mitra yang bekerja sama untuk menyokong pengembangan bisnis HiVet!.
<i>Solution</i>	Penyelesaian problem yang ditawarkan oleh pengembang.	<i>Key Activities</i>	Segala kegiatan guna mendukung <i>value proposition</i> bisnis HiVet!.
<i>Key Metrics</i>	Kegiatan HiVet! yang memiliki indikator.	<i>Key Resources</i>	Sumber daya yang diperlukan dalam menyampaikan <i>value proposition</i> dari HiVet!.
<i>Unfair Advantage</i>	Keunggulan yang dipegang HiVet! namun tidak ditemukan di kompetitor.	<i>Customer Relationship</i>	Siasat perusahaan dalam mempertahankan jalinan dengan konsumen/pengguna HiVet!.

Adanya perbedaan tersebut menjadikan *lean canvas* memiliki waktu yang lebih minim dalam perancangan bisnis HiVet!. Hal ini menjadi padu dalam pembangunan sebuah produk *startup* yang mengadopsi pendekatan dengan metode *lean startup* seperti dalam pengembangan bisnis HiVet! ini. Perbedaan kelompok fokus *lean canvas* dengan BMC ditunjukkan oleh Gambar 3.2.

Gambar 3.2 Perbedaan blok *canvas*

Sumber: (Fox, n.d.)

### 3.1.3 Rancang Asumsi Pendapatan dan Pengeluaran HiVet!

Pendapatan sebuah perusahaan dapat berasal dari aktivitas bisnis yang dilakukan. Dalam menjalankan sebuah bisnis, perusahaan akan mendapatkan pendapatan dari produk yang telah dibangun dan dirilis untuk digunakan oleh pengguna. Pendapatan menjadi bahan bakar perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, besarnya pendapatan juga berpengaruh akan kecepatan perkembangan bisnis perusahaan. Semakin banyak pendapatan yang diterima, maka skala kapasitas perusahaan dalam mendanai biaya operasional akan semakin besar. Pada pembangunan serta pemasaran produk, perusahaan akan melakukan pengadaan biaya sebagai modal atau biaya operasional dalam mengembangkan produk serta memasarkan produk agar dapat menjangkau pelanggan.

Dalam pengembangan aplikasi HiVet!, pengembang merancang pendapatan serta pengeluaran dalam menjalankan aplikasi HiVet! pada tahun pertama semenjak perilisan. Rancang biaya tersebut disusun berdasarkan pada asumsi-asumsi yang disusun berlandaskan data yang telah dihimpun pengembang pada saat melakukan validasi ide bersama calon pengguna aplikasi HiVet! dengan metode kuesioner. Rancang pendapatan berisikan aktivitas

bisnis pada aplikasi HiVet! yang dapat memberikan penghasilan bagi pengembang, seperti aktivitas pada fitur Konsultasi *Online*, aktivitas pada menu Janji Temu, serta pengiklanan.

Sementara itu, untuk rancang biaya operasional aplikasi HiVet! disusun berdasarkan asumsi-asumsi yang ditentukan oleh pengembang. Asumsi-asumsi tersebut ditentukan berlandaskan data sekunder yang dapat diakses secara umum. Rancang biaya operasional aplikasi HiVet! berisikan upah tenaga kerja berdasarkan upah minimum Kabupaten Sleman (Septiana, 2021), anggaran pembangunan HiVet! baik untuk aplikasi maupun web pemasaran aplikasi HiVet!, serta biaya publisitas aplikasi HiVet!.

### 3.2 Ukur

Setelah dilakukan perancangan serta pembangunan MVP, maka pada tahap ini dilaksanakan proses pengujian untuk MVP terkait hipotesis yang telah ditentukan serta dikembangkan menjadi sebuah aplikasi HiVet!. Tujuan tahap ini adalah untuk mendapatkan umpan balik yang diberikan oleh calon pengguna. Tanggapan yang diberikan oleh calon pengguna akan dilakukan pengolahan menjadi data yang nantinya data tersebut dapat digunakan untuk pengembangan aplikasi. Gambaran data yang dihasilkan dari tanggapan umpan balik calon pengguna akan digunakan pengembang untuk melakukan perbaikan guna menghasilkan aplikasi sesuai dengan yang diinginkan oleh calon pengguna.

Pembangunan MVP dari aplikasi HiVet! menjadi faktor primer dalam perancangan dan pengembangan bisnis aplikasi HiVet! karena dengan MVP pengembang dapat melakukan pengujian dari hipotesis yang dibangun kepada target pengguna aplikasi. Hasil dari pengujian tersebut berupa umpan balik yang berperan dalam penentuan keputusan bisnis aplikasi HiVet!. Umpan balik yang diperoleh pengguna pada saat melakukan uji coba MVP nantinya dijadikan acuan pengembang untuk menentukan faktor apa yang harus ditambahkan, diperbaiki ataupun dihapuskan pada aplikasi HiVet! sehingga aplikasi HiVet! telah memenuhi kriteria yang diharapkan oleh calon pengguna.

Pada tahap pengujian aplikasi HiVet! dilaksanakan menggunakan dua metode yaitu metode pengujian *black box* dan juga metode pengujian menggunakan *System Usability Scale* atau yang biasa disebut dengan pengujian SUS.

Selain itu, di tahap ini juga dilakukan advertensi aplikasi HiVet!. Advertensi dimaksudkan agar calon pengguna, baik dari sisi dokter hewan atau pemilik hewan mengetahui adanya eksistensi dari aplikasi HiVet! dan membangkitkan ketertarikan dalam menggunakan aplikasi HiVet!.

### 3.2.1 Pengujian *Black Box*

Setelah pembangunan MVP dari aplikasi HiVet! selesai dikerjakan, maka dilakukan pengujian untuk menguji validasi dari sistem yang telah dirancang dengan menggunakan metode *black box*. Pengujian *black box* dilakukan untuk mengetahui respon dari sistem apakah sudah selaras dengan yang dikehendaki. Pengujian *black box* aplikasi HiVet! dilakukan untuk kedua aplikasi HiVet!, yaitu aplikasi HiVet! untuk pengguna pemilik hewan, serta HiVet! for Vet untuk mitra dokter hewan. Tujuan dari tahap pengujian aplikasi HiVet! menggunakan metode *black box* untuk mengetahui apakah sistem HiVet! telah layak dan telah sesuai dalam menampilkan informasi-informasi yang ada dalam aplikasi. Pengujian tersebut sebagai upaya pengembang dalam mengetahui kekurangan yang ditemukan dalam proses pengujian sedini mungkin sehingga pengembang dapat melakukan perbaikan sesegera mungkin.

### 3.2.2 Pengujian SUS

Dalam kegiatan pengembangan sebuah aplikasi, pemahaman pengguna akan penggunaan aplikasi menjadi penting bagi pengembang dalam merancang dan membangun produknya. Pengembangan aplikasi menjadi sia-sia jika pengguna menemukan kendala saat memahami ataupun menggunakan aplikasi tersebut. Untuk itu, dilakukan evaluasi pemahaman pengguna aplikasi HiVet! menggunakan metode pengujian *System Usability Scale* atau disingkat SUS.

Pengujian SUS dilakukan untuk menimbang persepsi pengguna atas kebergunaan aplikasi HiVet! dengan melibatkan pengguna akhir secara langsung. Dengan adanya pengujian ini, pengembang dapat mengetahui usabilitas aplikasi HiVet! telah berjalan dengan semestinya serta memahami perbedaan antara aplikasi yang telah dapat digunakan ataupun tidak. Pengujian ini menggunakan lima komponen persetujuan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju dengan 10 pernyataan bernilai positif dan negatif yang diberikan secara bergantian. Hasil pengujian SUS akan dijadikan tolok ukur dalam menakar kebergunaan fitur dan berjalannya usabilitas pada aplikasi HiVet!. 10 pernyataan tersebut diperlihatkan pada Tabel 3.6.



Tabel 3.6 Pernyataan pengujian SUS

No	Pertanyaan
1.	Saya merasa interaksi <i>user</i> jelas dan dapat dipahami dengan jelas pada aplikasi HiVet!
2.	Saya merasa sistem yang digunakan pada aplikasi HiVet! adalah sistem yang rumit
3.	Saya merasa adanya aplikasi HiVet! membantu aktivitas semakin cepat dan efektif
4.	Saya merasa secara keseluruhan aplikasi HiVet! tidak bermanfaat
5.	Saya merasa fitur aplikasi HiVet! sudah berjalan dengan semestinya
6.	Saya merasa mendapatkan hambatan dalam mengoperasikan aplikasi HiVet!
7.	Saya merasa perlu beradaptasi dan belajar terlebih dahulu untuk menggunakan aplikasi HiVet!
8.	Saya merasa tidak puas akan adanya aplikasi HiVet!
9.	Saya merasa aplikasi ini mudah untuk digunakan
10.	Saya merasa aplikasi HiVet! tidak menampilkan informasi dengan jelas

### 3.2.3 Advertensi

Advertensi ialah cara yang ditempuh suatu perusahaan mempengaruhi para konsumennya untuk tertarik dengan jasa atau produk yang ditawarkan melalui sebuah media dengan anggaran biaya tertentu (Andriani, 2019). Perusahaan melakukan kegiatan advertensi guna meningkatkan *awareness* konsumen atas suatu produk, sehingga dapat meningkatkan animo konsumen untuk memakai suatu produk atau jasa. Pada pengembangan aplikasi HiVet! dilakukan advertensi untuk meningkatkan minat pemakaian aplikasi kepada target pengguna. Advertensi dimaksudkan untuk menambah *awareness* calon pengguna mengenai adanya aplikasi HiVet!. kegiatan advertensi dilakukan dengan memanfaatkan kanal media sosial yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram.

### 3.3 Pelajari

Tahap final dalam pengembangan aplikasi menggunakan penerapan metode *lean startup* adalah tahap pelajari. Dalam tahap ini pengembang akan melakukan evaluasi lebih lanjut terhadap hipotesis bisnis dan bisnis model yang digunakan dalam pengembangan sehingga dapat mengetahui apakah hipotesis serta bisnis model yang digunakan sudah tepat ataupun harus melakukan perubahan terhadap gagasan dan atau bisnis model. Data yang digunakan dalam evaluasi tahap ini berupa hasil dari tahapan ukur. Selanjutnya, hasil evaluasi tersebut dijadikan tolok ukur dalam penentuan langkah pengembangan bisnis ke depannya.



Pengembang dapat memilih jalur *persevere* atau melanjutkan gagasan bisnis yang telah dibangun jika pengembangan bisnis berada pada jalur yang tepat dan dapat dilakukan pengembangan sesuai dengan rancangan yang telah diciptakan. Akan tetapi, jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa hipotesis ataupun model bisnis yang diterapkan tidak sesuai, maka pengembang dapat melakukan langkah *pivot* alias banting setir yakni mengulang proses dari permulaan dengan merancang hipotesis anyar sehingga mendapatkan skema yang lebih akurat dan *sustainable*. Banting setir dilakukan untuk mendapatkan hipotesis maupun model bisnis yang anyar dan dilakukan sesegera mungkin untuk menghindari pemborosan waktu dan sumber daya. Haluan tahap ini ialah penentuan skema pengembangan ide bisnis untuk mendapatkan produk sesuai dengan kemauan pasar yang menghasilkan produk yang dikembangkan dapat berjalan dengan lama atau memiliki aspek *sustainable*.

Dalam tahap pelajari pengembangan aplikasi HiVet! dilakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh dari tahap ukur. Data tersebut dianalisis untuk digunakan dalam penentuan keputusan selanjutnya. Selain itu, dilakukan pengumpulan data terhadap kompetitor aplikasi HiVet!. analisis terhadap kompetitor dilakukan untuk mendapatkan data terkait informasi-informasi terkait pesaing serupa, seperti kelebihan serta kekurangan dari produk kompetitor yang dapat digunakan dalam pertimbangan pengembangan aplikasi HiVet!. Analisis terhadap kompetitor juga dilangsungkan demi memahami ancaman-ancaman dari kompetitor dalam pengembangan ide bisnis aplikasi HiVet!.

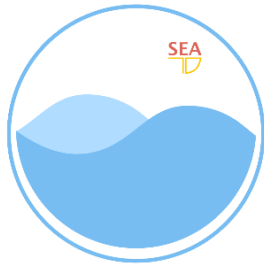
## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan hasil yang diperoleh berupa gagasan dan perencanaan perancangan aplikasi HiVet! menggunakan metode *lean startup* dengan implementasi *lean canvas* pada pengembangan bisnis HiVet! berbasis aplikasi.

#### 4.1 Deskripsi HiVet!

HiVet! adalah produk dari *startup* rintisan yaitu SEA.id yang bergelut pada bidang telekonsultasi kesehatan bagi hewan peliharaan. SEA.id merupakan *startup* rintisan yang didirikan oleh tim perintisan bisnis HiVet! yang beranggotakan tiga orang. HiVet! dirancang dengan tujuan untuk memberikan kemudahan akses dalam mendapatkan pelayanan kesehatan bagi hewan peliharaan. Hal ini didukung dengan jumlah dokter hewan yang bertugas tidak sebanding dengan jumlah dokter hewan yang dibutuhkan di Indonesia (Admin PDHI, 2020). Adanya informasi tersebut mengindikasikan persebaran dokter hewan yang kurang merata di Indonesia dan menjadi salah satu andil dalam terjadinya permasalahan kesulitan dalam mengakses pelayanan kesehatan hewan di Indonesia khususnya pada kota kecil. Oleh karena itu, SEA.id selaku pengembang HiVet! yaitu alat atau wadah yang dapat mempertemukan pemilik hewan dengan dokter hewan secara *online* tanpa perlu berjumpa secara langsung di tempat yang sama. Adanya HiVet! dimaksudkan agar pemilik hewan dapat mengakses pelayanan kesehatan hewan dengan mudah dan dokter hewan dapat memberikan penanganan kesehatan hewan dengan media gawai pintar dan jaringan internet. Logo SEA.id dan HiVet! ditunjukkan pada Gambar 4.1 dan Gambar 4.2.



Gambar 4.1 Logo SEA.id



Gambar 4.2 Logo HiVet!

HiVet! dirancang dan dibangun berupa aplikasi pada sistem operasi Android. Sistem operasi Android dipilih sebagai platform berjalannya aplikasi HiVet! mengacu pada penggunaan sistem operasi Android oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Hal itu sesuai dengan data bahwa tiga besar merek gawai pintar yg memiliki pasar terbesar di Indonesia masih diduduki oleh perusahaan pengusung gawai pintar bersistem operasi Android, yaitu Samsung, Vivo, dan juga Oppo (Tempo.co, 2022).

Visi HiVet! adalah “*Expediting Healthy Care for Your Pets*” di mana HiVet! bergerak dalam membantu layanan kesehatan hewan untuk lebih unggul dan sigap dalam akses pelayanan kesehatan hewan bagi pemilik hewan di seluruh Indonesia. HiVet! juga mengembangkan misi berupa memberikan suatu kemudahan pengaksesan kesehatan hewan peliharaan di Indonesia tanpa adanya kekangan maupun limitasi. HiVet! dapat menjadi jembatan penghubung antara dokter hewan dan pemilik hewan melalui jaringan internet.

#### **4.2 Tinjauan Pasar HiVet!**

Dalam peninjauan target pasar, pengembang melakukan perancangan ide terhadap bisnis yang akan dikembangkan dengan menimbang kebutuhan serta perilaku pasar yang dituju. Penggalan ide dengan menggunakan aktivitas curah pendapat disertai dengan pengumpulan data sekunder yang menyokong ide.

Tabel 4.1 Hasil ideasi terdahulu

No	Ide Bisnis	Kekurangan
1.	Aplikasi untuk pemesanan parkir bagi toko atau ruko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat risiko berbenturan dengan tukang parkir konvensional.</li> <li>• Masih eksisnya tukang parkir konvensional sehingga masih belum dibutuhkan oleh pemilik toko atau ruko</li> </ul>
2.	Aplikasi jual beli untuk produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlalu banyak pesaing yang sudah stabil, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lain sebagainya</li> </ul>
3.	Aplikasi ojek payung pada lokasi wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki risiko yang tinggi karena harus berhubungan dengan Dinas Pariwisata dan pemerintah daerah setempat</li> <li>• Target pasar kurang luas, hanya menargetkan kalangan wisatawan saja</li> </ul>

Curah ide yang dilakukan oleh pengembang menghasilkan ide-ide terdahulu yang dijelaskan pada Tabel 4.1. Ide pertama adalah aplikasi pemesanan parkir untuk toko ataupun ruko. Hal ini mengusung sistem seperti sistem parkir yang terdapat pada gedung-gedung besar seperti mall, objek wisata, dan lainnya. Tujuan ide bisnis ini adalah untuk memudahkan pendataan serta pembayaran parkir. Akan tetapi, ide bisnis pertama ini memiliki hambatan yang besar yaitu pada ruko atau pertokoan terdapatnya tukang parkir konvensional. Adanya aplikasi pemesanan parkir dapat menjadikan sebuah ancaman bagi tukang parkir konvensional untuk mata pencahariannya dan dapat memicu pertikaian dengan tukang parkir konvensional. Selain itu, terdapat hambatan yaitu memiliki risiko yang cukup besar karena berhubungan dengan pemerintah daerah mengenai tarif retribusi parkir ataupun pajak parkir.

Ide bisnis kedua yaitu aplikasi jual beli produk UMKM. Ide ini didasari akan lesunya omset UMKM pada saat terjadinya pandemi *covid-19* (Admin Balitbang, 2022). Maksud dari ide tersebut adalah untuk mendorong produktivitas UMKM khususnya pada penjualan dan pemasaran produk. Akan tetapi, hambatan yang ditemukan yaitu banyaknya kompetitor sejenis yang sudah memiliki banyak pengguna tetap dan citra positif di masyarakat seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, serta *e-commerce* lainnya.

Ide ketiga yaitu aplikasi yang memiliki fungsi untuk pemesanan payung di tempat wisata. Hal ini teretuskan atas jaranganya wisatawan membawa payung pribadi pada saat mengunjungi objek wisata dan terdapat kesulitan akses payung jika terjadi cuaca terik ataupun hujan. Akan

tetapi, kendala yang dihadapi berupa risiko yang tinggi karena harus berurusan dengan pemerintah daerah setempat dan juga dinas pariwisata serta target pasar yang tidak luas, hanya mencangkup wisatawan saja.

Ide bisnis final yang didapatkan dan disetujui untuk digunakan sebagai ide dalam perancangan dan pengembangan aplikasi yaitu ide bisnis Konsultasi *Online* dan Janji Temu dengan dokter hewan HiVet!. Ide ini tercetuskan dari aplikasi serupa yaitu Halodoc yang memfasilitasi konsultasi kesehatan bagi manusia dengan dokter yang telah teruji. Bisnis yang dijalankan Halodoc memiliki keunggulan dalam efisiensi waktu pasien dan dokter, karena bisnis yang dijalankan memberikan fasilitas bagi pasien dan dokter dengan menciptakan suatu ruang atau wadah yang dapat diakses secara *online* untuk dapat berkomunikasi satu sama lain. Tetapi ide bisnis final ini memiliki resiko yang cukup tinggi karena perancangan dan pengembangan dilakukan dengan waktu yang relatif singkat dan juga adanya kompetitor yang menawarkan bisnis serupa.

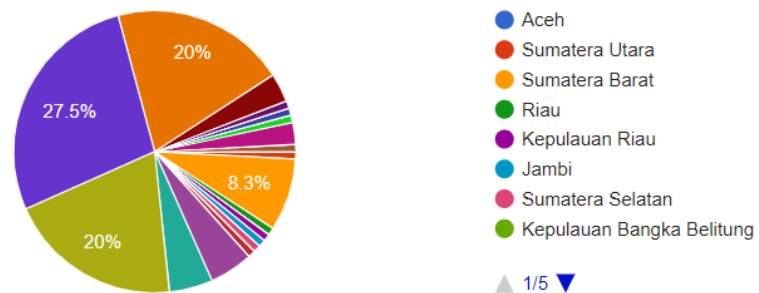
Tahap selanjutnya setelah dilakukannya curah pendapat ide-ide bisnis dan menentukan ide bisnis yang akan dijadikan landasan dalam perancangan dan pengembangan bisnis, maka pengembang melakukan survei dengan maksud penghimpunan data yang dapat menjadi pasak dalam pengembangan bisnis aplikasi HiVet!. Penghimpunan data dilaksanakan secara *online* menggunakan *tools* Google Forms dengan penyebaran dilakukan menggunakan kanal media sosial dan aplikasi *messenger* seperti WhatsApp. Survei untuk hasil ideasi bisnis aplikasi HiVet! berisikan pertanyaan-pertanyaan ditujukan kepada target pengguna aplikasi yaitu pemilik hewan dan dokter hewan dengan masa pengumpulan survei selama dua minggu terhitung dari tanggal 5 Oktober 2021 hingga 19 Oktober 2021. Survei dilakukan untuk menguji apakah hasil ideasi dan hipotesis yang telah dirancang pengembang dengan kebutuhan pasar telah selaras. Survei diikuti oleh total 9 dokter hewan dan 120 pemilik hewan. Berikut beberapa data hasil dari survei yang telah dilaksanakan:

a. Survei Responden Pemilik Hewan

Dari total responden pemilik hewan sebanyak 120 orang, diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari Jawa Tengah dengan persentase sebanyak 27.5% disusul dengan DI Yogyakarta dan Jawa Barat dengan usia responden terbanyak pada rentang usia 20 yang ditunjukkan oleh Gambar 4.3.

## Daerah Asal

120 responses

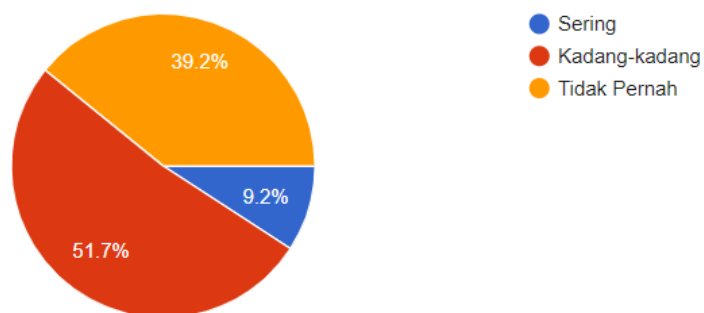


Gambar 4.3 Bagan daerah asal responden pemilik hewan

Mayoritas responden juga masih memiliki tendensi kurangnya kepedulian pemilik hewan terhadap kesehatan hewan peliharaannya. Hal ini terlihat dengan data yang dirujuk pada Gambar 4.4 bahwa 39.2% pemilik hewan belum pernah memeriksakan hewan peliharaannya kepada dokter hewan dan hanya 9.2% responden yang rutin berkonsultasi atau memeriksakan kesehatan hewan peliharaannya dengan dokter hewan.

Dalam setahun, seberapa sering Anda mengunjungi dokter hewan untuk melakukan check-up/konsultasi terhadap hewan peliharaan Anda?

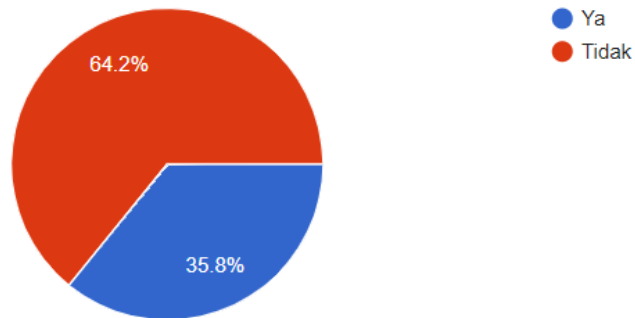
120 responses



Gambar 4.4 Bagan intensitas responden pemilik hewan melakukan konsultasi kesehatan hewan

Apakah Anda terdapat kesulitan untuk menemukan dokter hewan di daerah sekitar tempat tinggal Anda?

120 responses



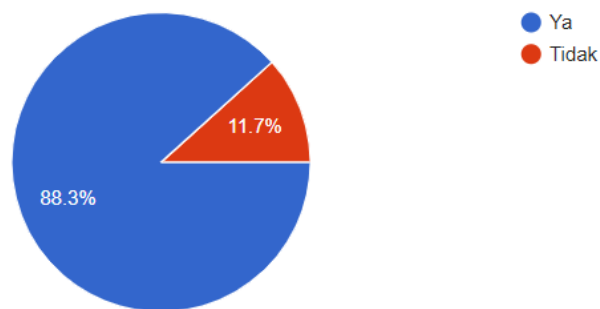
Gambar 4.5 Bagan respon pemilik hewan terhadap ketersediaan dokter hewan

Menurut Gambar 4.5 dapat disimpulkan informasi mengenai penyebaran dokter hewan di Indonesia yang tidak merata. Informasi tersebut didasari dengan data yang didapatkan dengan 35.8% responden menyatakan bahwa mereka kesulitan dalam menemui dokter hewan di sekitar tempat tinggalnya.

Responden mendukung adanya aplikasi HiVet! sehubungan dengan mayoritas responden pemilik hewan menyatakan ketertarikan dalam menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi HiVet! yaitu Konsultasi *Online* dengan persentase minat sebesar 88.3% dan fitur Janji Temu sebesar 87.5% responden pemilik hewan menyatakan ketertarikannya yang dapat dilihat pada Gambar 4.7 dan Gambar 4.7.

Apakah Anda tertarik dengan konsultasi bersama dokter hewan secara online?

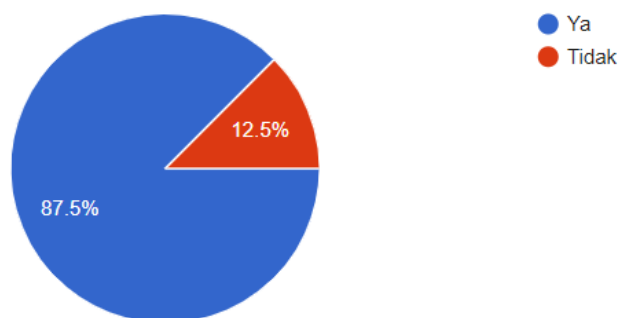
120 responses



Gambar 4.6 Bagan minat responden pemilik hewan terhadap Konsultasi *Online*

Apakah Anda tertarik dengan booking appointment bersama dokter hewan secara online?

120 responses



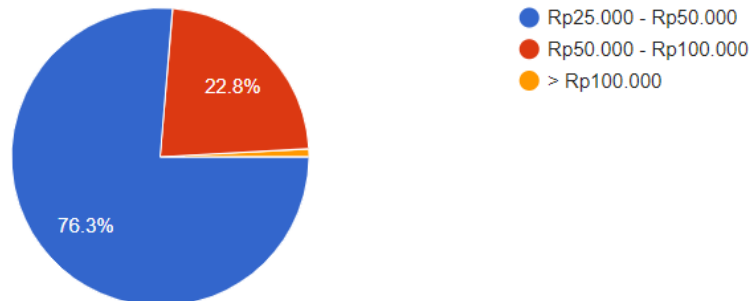
Gambar 4.7 Bagan minat responden pemilik hewan terhadap Janji Temu

Selain itu, pada survei yang dilakukan didapati juga bahwa 76.3% responden pemilik hewan mendambakan harga untuk fitur Konsultasi *Online* di kisaran Rp 25.000 hingga Rp 50.000 untuk satu kali sesi Konsultasi *Online* yang ditunjukkan oleh Gambar 4.8.



Jika tertarik, berapakah kisaran harga yang Anda inginkan untuk satu kali sesi konsultasi

114 responses



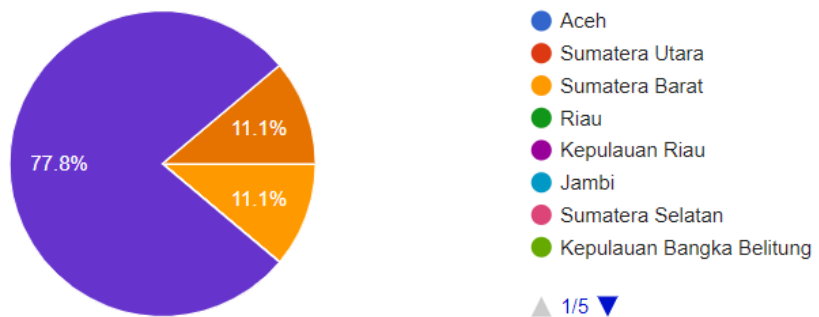
Gambar 4.8 Bagan jangkauan harga Konsultasi Online

b. Survei Responden Dokter Hewan

Untuk survei terhadap dokter hewan didapatkan responden sebanyak sembilan orang dengan bentang usia dokter hewan terbanyak di umur 20 tahun hingga 30 tahun. Dari Gambar 4.9 diketahui mayoritas dokter hewan bertempat tinggal di Jawa Tengah disusul daerah DI Yogyakarta dan Sumatera Barat.

Lokasi saat ini

9 responses

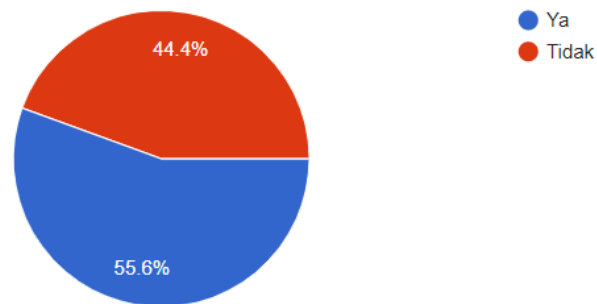


Gambar 4.9 Bagan tempat tinggal responden dokter hewan

Pada Gambar 4.10, dari sembilan responden dokter hewan, terdapat hampir separuh responden dokter hewan menyatakan bahwa tidak memiliki klinik hewan ataupun tidak bekerja pada klinik hewan.

Apakah Bapak/Ibu/Saudara memiliki atau bekerja di klinik hewan?

9 responses

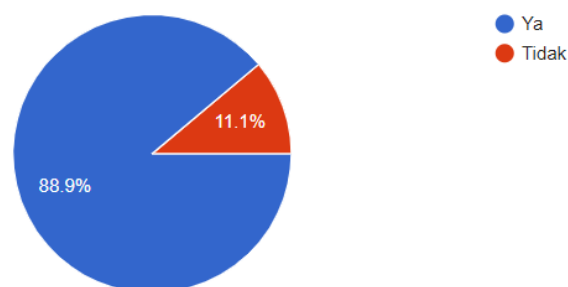


Gambar 4.10 Bagan lokasi pelayanan dokter hewan

Sebagian besar responden dokter hewan mengutarakan ketertarikan akan fitur yang disematkan pada aplikasi HiVet! yaitu Konsultasi *Online* dan Janji Temu dengan persentase minat 88.9% yang diperlihatkan pada Gambar 4.11 dan Gambar 4.12. Fitur-fitur yang terdapat pada Aplikasi HiVet! khususnya Janji Temu dirasa dapat membantu dokter hewan dalam memberikan pelayanan kesehatan bagi hewan didukung dengan pendapat responden dokter hewan pada Gambar 4.13 bahwa sistem Janji Temu bermanfaat bagi dokter hewan karena dapat meringankan pekerjaan dokter hewan pada faktor efisiensi dan juga pengiritan waktu.

Jika terdapat sistem berupa konsultasi secara online apakah Bapak/Ibu/Saudara tertarik untuk menggunakan?

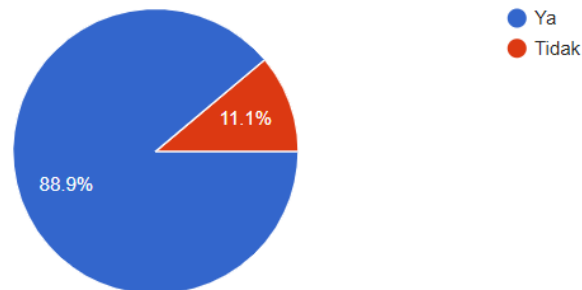
9 responses



Gambar 4.11 Bagan ketertarikan responden dokter hewan terhadap Konsultasi Online

Apakah Bapak/Ibu/Saudara bersedia menggunakan sistem booking appointment online?

9 responses



Gambar 4.12 Bagan ketertarikan responden dokter hewan terhadap Janji Temu

Bagaimana pendapat Bapak/Ibu/Saudara mengenai sistem booking appointment online bersama vet?

9 responses



Gambar 4.13 Bagan respon dokter hewan terhadap Janji Temu

### 4.3 Perancangan Lean Canvas

Setelah dilaksanakan penyesuaian hasil ideasi dengan hipotesis yang telah dibangun oleh pengembang pada tahap curah pendapat, maka didapatkan kesimpulan informasi dari data survei pada Tabel 4.2 dan Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Rangkuman survei responden pemilik hewan

<b>Pertanyaan</b>	<b>Maksud</b>	<b>Hasil</b>
Umur responden pemilik hewan	Mengetahui rata-rata kelompok usia responden pemilik hewan	Terdapat 50% responden pada rentang umur 20 tahun hingga 30 tahun
Seberapa sering pemilik hewan mengunjungi dokter hewan?	Mengetahui tingkat kepedulian pemilik hewan akan kesehatan hewan peliharaan	Terdapat 39.2% responden belum pernah memeriksakan hewan peliharaan ke dokter hewan
Apakah terdapat kesulitan untuk menemukan dokter hewan?	Mengetahui persebaran dokter hewan di daerah yang ada di Indonesia	Terdapat 35.8% responden pemilik hewan menemukan kesukaran menemukan dokter hewan pada daerah tempat tinggalnya
Apakah tertarik dengan konsultasi bersama dokter hewan secara <i>online</i> ?	Mengetahui tingkat ketertarikan pemilik hewan atas adanya fitur <i>Konsultasi Online</i>	Terdapat 88.3% responden pemilik hewan memiliki ketertarikan akan adanya fitur konsultasi kesehatan hewan secara online
Apakah tertarik dengan <i>booking appointment</i> bersama dokter hewan secara <i>online</i> ?	Mengetahui tingkat ketertarikan pemilik hewan atas adanya fitur Janji Temu	Terdapat 87.5% responden pemilik hewan memiliki ketertarikan atas fitur pembuatan Janji Temu secara <i>online</i> dengan dokter hewan

Tabel 4.3 Rangkuman survei responden dokter hewan

<b>Pertanyaan</b>	<b>Maksud</b>	<b>Hasil</b>
Umur responden dokter hewan	Mengetahui rata-rata kelompok usia responden dokter hewan	Terdapat 66.7% responden dokter hewan pada rentang umur 20 tahun hingga 30 tahun
Apakah memiliki atau bekerja di klinik hewan?	Mengetahui tempat praktik yang digunakan dokter hewan	Terdapat 44.4% responden dokter hewan menyatakan bahwa tidak memiliki ataupun tidak bekerja pada klinik hewan
Jika terdapat <i>Konsultasi Online</i> , apakah tertarik menggunakan?	Mengetahui tingkat ketertarikan dokter hewan atas adanya fitur <i>Konsultasi Online</i>	Terdapat 88.8% responden dokter hewan menyatakan ketertarikan pada fitur <i>Konsultasi Online</i>
Apakah tertarik dengan konsultasi bersama dokter hewan secara <i>online</i> ?	Mengetahui tingkat ketertarikan dokter hewan atas adanya fitur Janji Temu	Terdapat 88.8% responden dokter hewan menyatakan ketertarikan pada fitur Janji Temu

Hasil jawaban target pengguna aplikasi HiVet! dinilai telah cukup sesuai dengan ide yang telah ditentukan, seperti permasalahan serta solusi yang ditawarkan oleh aplikasi HiVet!

sehingga dapat memberikan validasi dalam mengisi setiap kelompok fokus yang ada pada *lean canvas*.

Berdasarkan informasi pada Tabel 4.2 yang diperoleh dari target pengguna pemilik hewan bahwa beberapa pemilik hewan belum terlalu paham akan pentingnya faktor keterjaminan kesehatan hewan peliharaan. Minimnya tingkat kepedulian pemilik hewan didasari fakta bahwa sebagian responden belum pernah sama sekali memeriksakan atau melakukan konsultasi mengenai kesehatan hewan peliharaannya dengan dokter hewan. Hal ini didukung dengan adanya informasi bahwa sebagian pemilik hewan masih merasa kesulitan menemukan dokter hewan di sekitar tempat tinggalnya. Namun, sebagian besar responden pemilik hewan memiliki ketertarikan dalam menggunakan fitur Konsultasi *Online* dan pembuatan Janji Temu dengan dokter hewan secara *online* yang akan menunjang serta efisiensi pada waktu, jarak, dan akses pelayanan kesehatan hewan.

Lalu, dari Tabel 4.3 yang diperoleh dari target mitra dokter hewan diketahui bahwa hampir setengah dari keseluruhan responden dokter hewan tidak memiliki tempat praktik mandiri ataupun bekerja pada klinik hewan. Meskipun begitu, sebagian besar responden dokter hewan menyatakan ketertarikan untuk menggunakan fitur Konsultasi *Online* dan juga pembuatan Janji Temu secara *online* untuk mendukung dalam efisiensi dan kemudahan akses pelayanan kesehatan hewan.

Untuk memperkuat validasi ide, dilakukan juga analisis pasar menggunakan pengumpulan data sekunder. Data sekunder didapatkan dari website resmi Perhimpunan Dokter Hewan Indonesia atau PDHI terkait jumlah dokter hewan di Indonesia (Admin PDHI, 2020), dataset terkait jumlah dokter hewan yang ada di Kota Cirebon (Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kota Cirebon, 2019), data jenis hewan yang banyak dipelihara di Indonesia yang disediakan oleh Rakuten (Rakuten Insight, 2021), Operasional klinik hewan saat pandemi yang dihimpun dari laman Tangerang Kota (Pemerintah Kota Tangerang, 2021), dan tren kepemilikan hewan saat pandemi yang dipublikasikan oleh Jawapos (JawaPos, 2021). Simpulan dari data sekunder ditampilkan pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Simpulan analisis data sekunder

Data	Sumber	Tujuan	Kesimpulan
Banyak dokter hewan di Indonesia	PDHI	Mengetahui banyaknya dokter hewan yang aktif di Indonesia	Terdapat sebanyak 20 ribu dokter hewan yang aktif di Indonesia dari jumlah 70 ribu dokter hewan yang dibutuhkan di Indonesia
Kepemilikan hewan peliharaan di Indonesia	Rakuten	Mengetahui jenis hewan peliharaan yang digemari oleh masyarakat Indonesia	Mayoritas responden dari negara Indonesia memelihara kucing sebagai hewan peliharaan sebanyak 47% disusul ikan 22%, burung 18%, dan anjing sebesar 10%
Jumlah dokter hewan di Kota Cirebon	Data Kota Cirebon	Mengetahui banyaknya dokter hewan yang tersedia pada salah satu kota yang ada di Indonesia	Jumlah dokter hewan yang aktif masih sangat sedikit
Operasional klinik hewan saat terjadi penerapan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM)	Tangerangkota.go.id	Mengetahui jadwal pelayanan klinik hewan pada saat pandemi	Terjadinya pembatasan kegiatan pelayanan kesehatan hewan oleh klinik hewan
Tren pandemi terkait memelihara hewan peliharaan	Jawapos	Mengetahui minat masyarakat tentang kepemilikan hewan peliharaan khususnya pada saat terjadinya pandemi	Terjadi kenaikan minat masyarakat untuk memiliki hewan peliharaan masa pandemi









Dari Tabel 4.4 diketahui bahwa jumlah dokter hewan di Indonesia masih kurang dari yang dibutuhkan. Hal ini berdasarkan informasi yang didapatkan dari PDHI bahwa ketersediaan dokter hewan di Indonesia tidak sampai setengah dari dokter hewan yang dibutuhkan. Hal ini selaras dengan informasi yang didapati bahwa ketersediaan dokter hewan pada salah satu kota di Indonesia, yaitu Kota Cirebon sebanyak tiga orang dengan rician sebanyak dua dokter hewan terdapat pada Kecamatan Kesambi, satu dokter hewan di Kecamatan Pekalipan, dan tidak ada dokter hewan yang tersedia pada tiga Kecamatan lainnya yaitu Kejaksan, Lemah Wungkuk, dan Harjamukti.

Selain permasalahan ketersediaan dokter hewan yang kurang, terdapat permasalahan baru yang diakibatkan oleh adanya pandemi *covid-19*. Adanya pandemi menyebabkan aktivitas manusia dibatasi sehingga jam operasional klinik hewan juga terdampak seperti pada klinik

hewan yang terdapat di Kota Tangerang. Adanya pandemi juga mengubah gaya hidup masyarakat seperti adanya tren kenaikan kepemilikan hewan peliharaan saat terjadi pandemi.

### 4.3.1 Implementasi Lean Canvas

Proses pengimplementasian ide bisnis pada *lean canvas* menggunakan informasi yang telah dihimpun sebelumnya pada tahap validasi ide. Pengisian kelompok fokus pada *lean canvas* menggunakan ide atau hipotesis yang telah disusun oleh pengembang pada tahap curah pendapat yang didukung dengan validasi ide yang melibatkan calon pengguna dari aplikasi HiVet! dan juga informasi yang didapatkan dari tahap analisis data sekunder. Implementasi *lean canvas* dari aplikasi HiVet! ditunjukkan pada Gambar 4.14 sebagai berikut:

Lean Canvas		Designed for: HiVet!	Designed by: SEA.id	Version: 1.1
<b>Problem</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Kurangnya kesadaran masyarakat akan kesehatan hewan peliharaan</li> <li>Kurangnya minat masyarakat terhadap profesi dokter hewan sehingga menyebabkan persebaran dokter hewan kurang merata</li> <li>Pembatasan pergerakan masyarakat dikarenakan penerapan PPKM di Indonesia</li> </ul>	<b>Solution</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplikasi yang berperan sebagai wadah yang memfasilitasi untuk melakukan janji temu dengan dokter hewan secara <i>online</i></li> <li>Aplikasi yang berperan sebagai wadah dalam mempertemukan pemilik hewan dan dokter hewan untuk dapat berkomunikasi secara <i>online</i></li> </ul>	<b>Unique Value Proposition</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Membantu layanan kesehatan hewan lebih sigap dan tanggap dengan aplikasi HiVet!</li> <li>Memudahkan akses kesehatan hewan dengan fitur Konsultasi Online dan Janji Temu</li> </ul>	<b>Unfair Advantage</b> 	<b>Customer Segments</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Pemilik hewan</li> <li>Dokter hewan</li> </ul>
	<b>Key Metrics</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengunduh aplikasi HiVet!</li> <li>Membuat akun pada aplikasi HiVet!</li> <li>Menggunakan fitur Konsultasi <i>Online</i> dan Janji Temu</li> <li>Membayar biaya Konsultasi <i>Online</i> dan atau Janji Temu</li> </ul>			
<b>Cost Structure</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Tunjangan kesejahteraan karyawan</li> <li>Anggaran pengembangan aplikasi HiVet!</li> <li>Anggaran advertensi</li> <li>Biaya pemeliharaan sistem</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya admin fitur Konsultasi <i>Online</i></li> <li>Biaya admin fitur Janji Temu</li> <li>Pengiklanan</li> </ul>		

Gambar 4.14 *Lean canvas* aplikasi HiVet!

### Customer Segments

Aplikasi HiVet! dirancang dan dibangun dengan menargetkan segmen pengguna berupa dua macam pengguna, yaitu pengguna dari sisi pemilik hewan dan pengguna dari sisi dokter hewan. Pemilik hewan sebagai target utama pasar dari aplikasi HiVet! berlandaskan akan

banyaknya masyarakat yang memiliki hewan peliharaan khususnya pada saat terjadinya pandemi *covid-19*. Hal itu terlihat pada tren kenaikan kepemilikan hewan peliharaan pada saat pandemi *covid-19*. Akan tetapi, tren kenaikan tersebut tidak selaras dengan ketersediaan dokter hewan di Indonesia. Oleh karena itu, HiVet! dibangun untuk memudahkan dan membantu pemilik hewan dan dokter hewan dalam hal kesehatan hewan.

### **Problem**

Pada kelompok fokus ini diketahui beberapa permasalahan berupa:

- Kurangnya kesadaran masyarakat khususnya masyarakat yang memiliki hewan peliharaan akan esensialnya faktor kesehatan hewan dalam menunjang keberlangsungan hidup hewan peliharaan.
- Kurangnya minat masyarakat terhadap profesi dokter hewan. Hal ini mendasari atas permasalahan kurangnya dokter hewan yang bertugas di Indonesia yang menyebabkan ketimpangan persebaran dokter hewan di kota besar dan kecil yang ada di Indonesia.
- Pembatasan pergerakan masyarakat yang disebabkan oleh PPKM di Indonesia. Pada hal ini akan berpengaruh pada akses pelayanan kesehatan hewan peliharaan yang diterapkan pembatasan waktu pelayanan kesehatan hewan dikarenakan penyesuaian jadwal terhadap pemberlakuan PPKM di Indonesia.

### **Solution**

Dari beberapa permasalahan yang ditentukan, akan dilakukan solusi terhadap masalah yang ditemui oleh calon pengguna HiVet! yang dijabarkan pada kelompok fokus ini. Hasil solusi berupa pembangunan sebuah sistem sebagai wadah dalam mempertemukan pemilik hewan dengan dokter hewan secara *online* dan *real time* yang dapat diakses dengan mudah dengan penerapan pada bauran pemasaran yang nantinya menjelaskan produk hasil yang menjadi alat dalam pemecahan permasalahan yang dirasakan oleh calon pengguna. Solusi yang dirancang akan dilakukan validasi untuk mengetahui kesesuaian solusi terhadap permasalahan yang dirasakan oleh calon pengguna dengan menggunakan tahapan survei. Berikut merupakan solusi yang diberikan:

- Aplikasi yang memiliki fungsi sebagai wadah atau alat bertemunya pemilik hewan dengan dokter hewan untuk dapat berkomunikasi satu sama lain secara *online*. Solusi ini menyelesaikan masalah kesulitan pemilik hewan dalam menemukan dokter hewan di sekitar tempat tinggalnya.



- Aplikasi yang berperan menjadi wadah yang dapat memfasilitasi pemilik hewan untuk melakukan reservasi Janji Temu dengan dokter hewan secara *online*. Hal ini akan memudahkan pemilik hewan yang secara rutin memeriksakan hewan peliharaan ke dokter hewan serta dapat menjadi tempat dokter hewan dalam mengiklankan layanan kesehatan hewannya.
- Semua solusi ini akan diringkas ke dalam satu aplikasi yang dirancang dan dibangun mencapai tahap MVP.

### Unique Value Proposition

Pada kelompok fokus ini akan ditekankan titik temu antara permasalahan serta solusi yang diberikan aplikasi HiVet! dengan mengedepankan nilai lebih pada aplikasi HiVet!.

*Unique Value Proposition* dari aplikasi HiVet! ialah:

- HiVet! membantu layanan kesehatan hewan lebih sigap dan tanggap, agar dokter hewan dapat memberikan pelayanan kesehatan hewan secara tangkas dan memudahkan akses kesehatan hewan dengan fitur yang ditawarkan.
- Fitur Konsultasi *Online* dan reservasi Janji Temu dokter hewan sehingga pemilik hewan tidak merasakan kesukaran dalam mengakses pelayanan kesehatan hewan peliharaan.

Selain itu, tampilan aplikasi dirancang dan dibangun *user friendly* agar memudahkan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi. Tujuan utama dibangunnya aplikasi HiVet! adalah untuk memudahkan akses pelayanan kesehatan hewan peliharaan.

### Channels

Kelompok fokus *channels* menguraikan tentang media yang digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai proposisi yang telah dimiliki pengembang dalam mengembangkan aplikasi HiVet! kepada target segmen konsumen. Media-media dipilih untuk memberikan nilai-nilai proposisi aplikasi HiVet! kepada pengguna pemilik hewan dan dokter hewan sesuai dengan proposisi nilai yang dipunyai HiVet! dengan mempertimbangkan rancangan tahap *advertising* aplikasi HiVet!

- Aplikasi HiVet! dirancang dan dibangun pada sistem operasi Android dengan mempertimbangkan penggunaan gawai pintar bersistem operasi Android yang masif sehingga dengan pasar pengguna Android yang besar memberikan target kelompok pengguna yang lebih besar.

- Pengiklanan atau *Advertising* secara digital yang dilakukan menggunakan platform media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Pengiklanan sebagai sarana pengembang dalam mengenalkan produk aplikasi HiVet! terhadap target pasar.
- Sosialisasi yang diberikan langsung kepada target pengguna aplikasi HiVet! sehingga pengguna dapat mencoba dan merasakan fitur yang tersedia di aplikasi pada saat masa pengenalan aplikasi.

### Revenue Streams

*Revenue stream* atau aliran pendapatan merupakan kelompok fokus yang vital karena berperan sebagai penanda keberhasilan pengembang dalam menyampaikan proposisi nilai kepada target pasar sehingga produk aplikasi HiVet! dapat membuahkan pendapatan yang dapat digunakan pengembang dalam pemeliharaan sistem serta mengembangkan fitur aplikasi HiVet! lebih lanjut. Perancangan kelompok fokus ini menggunakan kesepakatan yang telah disepakati pengembang serta peninjauan anggaran yang ditetapkan oleh kompetitor sejenis yang menawarkan fitur yang mendekati sebagai berikut:

- Biaya admin fitur Konsultasi *Online* yang dibebankan kepada pengguna aplikasi HiVet! sebesar 10% yang akan dibebankan kepada pengguna pemilik hewan sebagai pengguna yang melakukan pembuatan reservasi konsultasi secara daring dengan dokter hewan.
- Biaya admin Janji Temu yang dibebankan kepada pengguna aplikasi HiVet!. Biaya admin ini akan dibebankan kepada pemilik hewan selaku pengguna yang melakukan pembuatan reservasi Janji Temu bersama dokter hewan dengan biaya yang dibebankan sebesar Rp 5.000 untuk sekali pembuatan reservasi Janji Temu.
- Pengiklanan. Pada aplikasi HiVet! akan disediakan segmen untuk pemasangan iklan, sehingga pengiklan khususnya yang bergerak pada bisnis perawatan hewan peliharaan dapat menawarkan produknya di aplikasi HiVet! dengan biaya yang telah ditentukan oleh pengembang.

### Cost Structure

Kelompok fokus ini membahas akan pengeluaran yang dibutuhkan dalam menjalankan operasional bisnis aplikasi HiVet!. Biaya operasional dibutuhkan agar sistem pada aplikasi HiVet! dapat berjalan dengan semestinya yang mencakup beberapa poin yaitu:

- Tunjangan kesejahteraan atau gaji bagi karyawan yang bekerja untuk menunjang keberlangsungan aplikasi HiVet!.
- Anggaran pengembangan aplikasi HiVet! agar aplikasi semakin baik dan nyaman digunakan oleh pengguna.
- Anggaran pemasaran aplikasi HiVet! atau *advertising* untuk memperkenalkan produk aplikasi HiVet! kepada kelompok target pasar.
- Biaya pemeliharaan sistem yang dibutuhkan agar sistem yang digunakan aplikasi HiVet! berjalan sesuai yang dikehendaki.

### Key Metrics

Kelompok fokus ini menguraikan kegiatan pokok yang dilakukan di aplikasi HiVet! untuk dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan, berikut merupakan kegiatan pokok pada aplikasi HiVet!:

- Mengunduh aplikasi HiVet!, aplikasi HiVet! dapat dijalankan pada gawai pintar dengan sistem operasi Android yang dapat di unduh pada web pemasaran aplikasi HiVet!.
- Membuat akun di aplikasi HiVet! untuk menikmati keseluruhan fitur yang tersedia.
- Menggunakan fitur utama, yaitu Konsultasi *Online* dan Janji Temu yang disediakan pengembang dalam aplikasi HiVet!.
- Membayar anggaran biaya Konsultasi *Online* dan atau Janji Temu.

### Unfair Advantage

Kelompok fokus ini berisikan tentang suatu keunikan atau pembeda produk yang dirancang dan dikembangkan pengembang yang tidak bisa atau sukar ditiru oleh kompetitor. Pembeda tersebut haruslah sebuah aspek yang tidak dapat ditemukan pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain sehingga menjadi sebuah ciri khas dari produk yang dikembangkan oleh pengembang. Pada kelompok ini masih dikosongkan karena pada dasarnya HiVet! merupakan sebuah produk dari *startup* SEA.id, di mana SEA.id merupakan *startup* anyar yang baru saja berkecimpung di dalam dunia bisnis. Kedepannya, pengembang akan

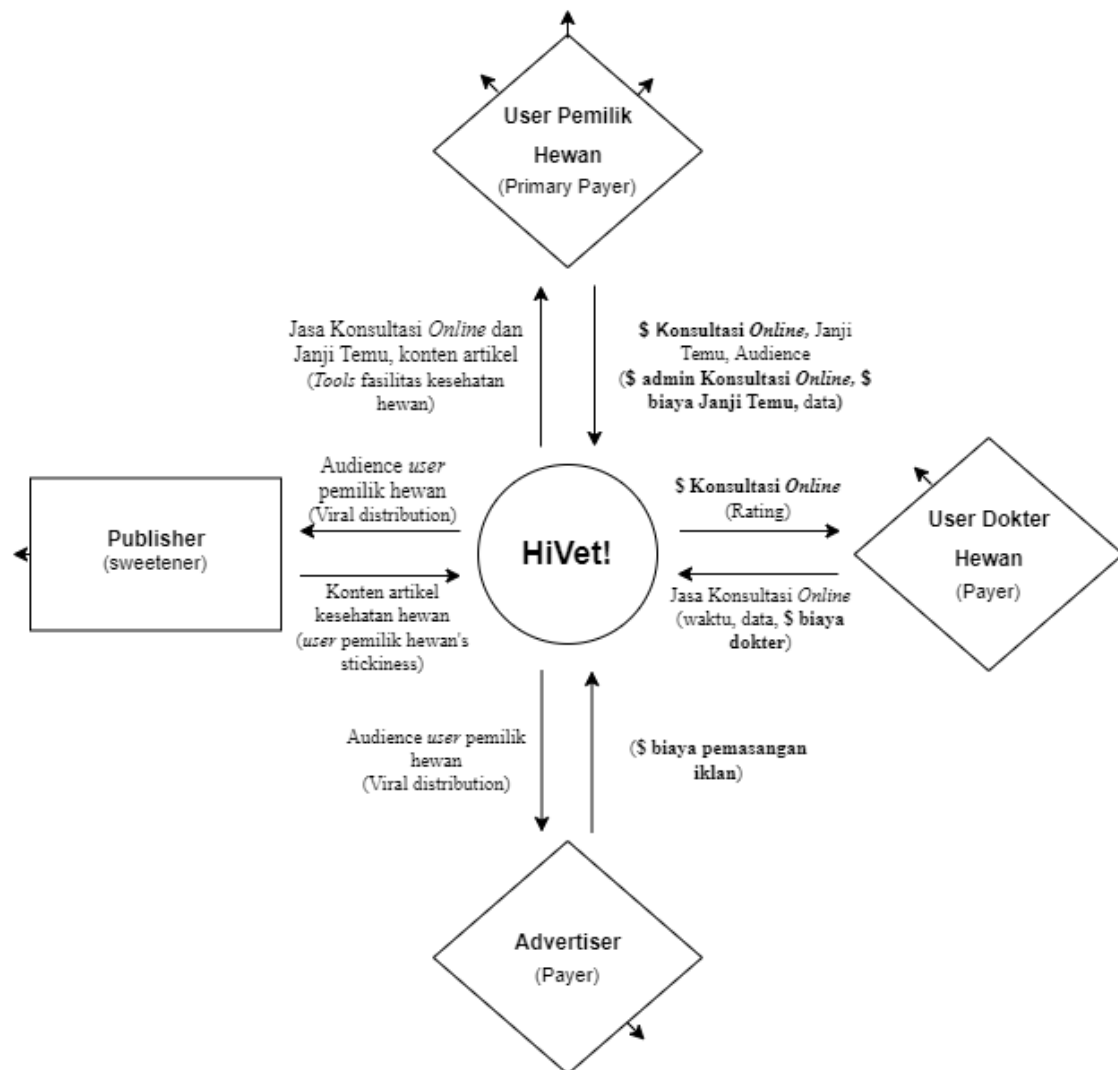
terus menggali potensi serta melakukan aktivitas curah pendapat sembari mengembangkan aplikasi HiVet! yang diproyeksikan dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pengguna aplikasi HiVet!.

#### 4.3.2 Model Bisnis

Model bisnis dirancang untuk mengetahui arah bisnis yang akan dijalankan oleh pengembang. Model bisnis berisikan tata cara mengelola bisnis agar dapat menghasilkan sebuah profit. Dengan adanya model bisnis, maka bisnis akan berjalan dengan tujuan yang jelas karena pengembang telah mengetahui target kelompok pasar mana yang akan menjadi arah utama dalam memasarkan produknya.

Dalam perencanaannya, aplikasi HiVet! mengusung model bisnis berupa *B2C (Business to Consumer)* di mana pelaku bisnis dapat memasarkan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen. Model bisnis B2C ini menjadi tujuan utama karena pada HiVet! sendiri akan menjual produk jasa kepada konsumen perseorangan yaitu pemilik hewan dan dokter hewan secara langsung. Dengan menerapkan B2C, konsumen dapat mendapatkan produk atau jasa dengan alat pembayaran berupa uang digital dengan menggunakan bantuan *payment gateway*.

HiVet! juga mengusung model bisnis *on demand service* yang akan diaplikasikan untuk fitur Janji Temu. Model bisnis tersebut berupa sebuah layanan *cloud computing* di mana memungkinkan untuk menyediakan jasa atau produk pada saat pelanggan membutuhkan di mana pun, kapan pun, dan tersedia setelah pengguna berhasil dalam membuat pemesanan akan produk atau jasa. Sehingga, pada aplikasi HiVet! model bisnis *on demand service* difokuskan pada fitur Janji Temu karena fitur tersebut memungkinkan pengguna pemilik hewan untuk melakukan pembuatan Janji Temu dengan dokter hewan tanpa adanya kekangan lokasi ataupun waktu. Hasil dari platform *business model map* untuk aplikasi HiVet! ditampilkan pada Gambar 4.15.



Gambar 4.15 Platform *business model map* aplikasi HiVet!

Pada platform *business model map* terdapat empat pelanggan yaitu *user* pemilik hewan yang bertugas sebagai *primary payer* pada HiVet!, *user* dokter hewan dan *advertiser* yang berperan sebagai *payer*, serta *publisher* yang berperan sebagai *sweetener* yaitu *customer* yang tidak memberikan nilai uang kepada platform HiVet! tetapi memberikan *value* terhadap pihak lain. *Publisher* bertugas membantu HiVet! dalam kelengketan pengguna terhadap platform aplikasi dengan merancang konten artikel kesehatan hewan yang menyasar *audience* yaitu *user* pemilik hewan.

#### 4.4 Asumsi Alur Keuangan HiVet!

Pendapatan dapat dirujuk kepada pendapatan kotor yang dihasilkan oleh aplikasi HiVet! yang nantinya akan dimuat ke dalam laporan keuangan tahunan. Pendapatan ini dapat dijadikan sebuah patokan akan keberhasilan suatu bisnis dalam menjalankannya, oleh karena itu bisnis

pada aplikasi HiVet! dapat dikategorikan berhasil jika HiVet! dapat memberikan pendapatan bagi *startup* SEA.id. Asumsi pendapatan dari perintisan bisnis HiVet! ini dirancang dengan bertumpu pada data yang didapatkan pada saat tahap validasi hasil ideasi dengan calon pengguna aplikasi HiVet! menggunakan metode kuesioner dan pengumpulan data sekunder yang mendukung. Pendapatan HiVet! didapatkan dari kegiatan transaksi fitur utama yang ditawarkan yaitu Konsultasi *Online* dan Janji Temu. Selain itu, SEA.id juga bekerja sama dengan pihak-pihak yang berminat menawarkan produk atau jasanya pada aplikasi HiVet! melalui *space* pengiklanan.

Tabel 4.5 Asumsi pendapatan HiVet! pada tahun pertama perilsan

No	Pendapatan	Satuan	Volume Pendapatan	Bulanan	Total
1.	Konsultasi <i>Online</i>	Rp 6.300.000	1	12	Rp 75.600.000
2.	Janji Temu	Rp 1.000.000	1	12	Rp 12.000.000
3.	Iklan	Rp 225.000	5	12	Rp 13.500.000
<b>Total Pendapatan:</b>					Rp 101.100.000

Dari Tabel 4.5, pendapatan HiVet! dalam satu tahun diasumsikan dengan mempertimbangkan banyaknya pengeluaran yang harus ditutupi untuk menjalankan proses bisnis dari aplikasi HiVet!. Asumsi pendapatan Konsultasi *Online* diambil dari biaya operasional yang dibebankan pada saat melakukan transaksi Konsultasi *Online* sebesar 10% dari Rp 30.000 atau sebesar Rp 3.000 dengan asumsi setiap bulannya terdapat 2100 transaksi Konsultasi *Online* serta sepuluh dokter hewan yang bertugas setiap harinya. Penetapan biaya Konsultasi *Online* sebesar Rp 30.000 mengacu hasil survei kepada responden pemilik hewan yang mayoritas responden menghendaki biaya Konsultasi *Online* pada rentang Rp 25.000 hingga Rp 50.000. Selain itu, penetapan biaya Konsultasi *Online* juga mengacu pada harga yang ditawarkan oleh kompetitor yang menetapkan harga di rentang Rp 30.000 hingga Rp 95.000 untuk satu sesi konsultasi secara *online*.

Asumsi pendapatan dari Janji Temu diperoleh dari biaya operasional yang dibebankan saat pembuatan janji temu dengan dokter hewan. Biaya operasional tersebut sebesar Rp 5000 per transaksi dengan asumsi dua ratus transaksi Janji Temu per bulannya untuk sepuluh dokter hewan dengan rincian satu dokter hewan mendapatkan lima transaksi Janji Temu per

minggunya. Penetapan biaya operasional Janji Temu yaitu Rp 5.000 untuk satu Janji Temu mengacu pada 10% dari biaya terendah konsultasi tatap muka dengan dokter hewan dengan kisaran harga mulai dari Rp 50.000 hingga ratusan ribu rupiah untuk satu kali sesi konsultasi (Kartika, 2022).

Pendapatan HiVet! didapatkan melalui pengiklanan. Pengembang menyediakan kerja sama dengan pihak lain untuk memasang iklan terhadap produk atau jasa relevan dengan HiVet! yang ditawarkan pihak tersebut. Pengiklanan pada aplikasi HiVet! diasumsikan bahwa setiap bulannya terdapat lima pihak yang bekerja sama untuk memasang iklan produk atau jasanya di HiVet! dengan biaya yang dibebankan bagi satu iklan sebesar Rp 225.000 untuk satu bulan. Lalu, biaya platform yang dibebankan kepada dokter hewan pada tahun pertama perilisan ditiadakan untuk menambah daya tarik HiVet! kepada dokter hewan.

Pengeluaran HiVet! dirujuk sebagai biaya yang dibutuhkan pengembang dalam menjalankan bisnis yang ada pada aplikasi HiVet! sehingga bisnis dapat berjalan dengan semestinya. Pengeluaran tahun pertama HiVet! berupa biaya kesejahteraan staf *startup* SEA.id, biaya pembangunan sistem dan *hosting*, dan juga biaya pengiklanan aplikasi HiVet! agar menjangkau ke banyak target pasar yang dijelaskan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Asumsi pengeluaran HiVet! pada tahun pertama perilisan

No	Pendapatan	Satuan	Volume Pengeluaran	Bulanan	Total
1.	Tenaga	Rp 2.000.000	3	12	Rp 72.000.000
2.	Pembangunan sistem	Rp 1.500.000	1	1	Rp 1.500.000
3.	Hosting	Rp 75.000	1	12	Rp 900.000
4.	Advertising	Rp 500.000	1	12	Rp 6.000.000
<b>Total Pengeluaran:</b>					Rp 80.400.000

Dari informasi mengenai asumsi pendapatan serta pengeluaran dalam menjalankan aplikasi HiVet! di tahun pertamanya, dapat diambil kesimpulan untuk asumsi pendapatan bersih HiVet! di tahun pertama perilisan sebesar Rp 20.700.000 dengan asumsi pengguna aktif per bulannya sebanyak 2300 pengguna serta 20 mitra dokter hewan. Pada pengoperasian tahun selanjutnya diasumsikan pengguna aktif aplikasi HiVet! akan naik sekiranya 20% didasarkan



atas data kompetitor aplikasi HiVet! yang berhasil mendapatkan kenaikan yang sangat signifikan pada saat terjadinya pandemi *covid-19*.

#### 4.5 Hasil Aplikasi

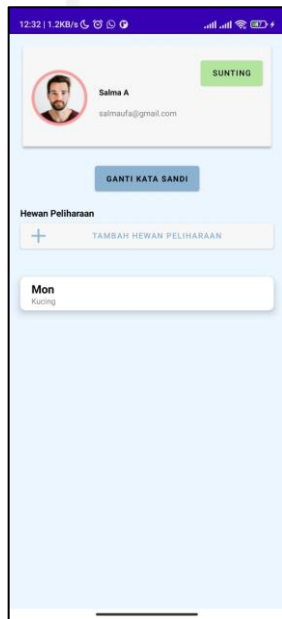
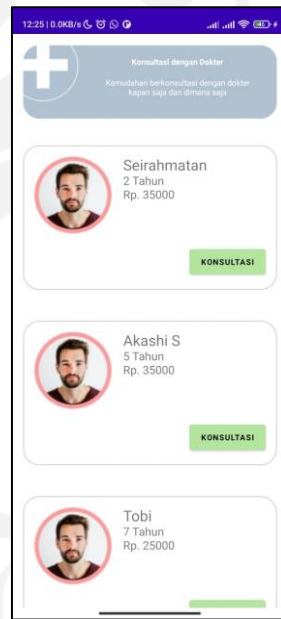
Aplikasi HiVet! merupakan aplikasi yang berjalan pada sistem operasi Android yang dirancang dan dibangun mencapai tahap MVP menggunakan *tools* Figma untuk merancang *prototype* dari aplikasi dan Android Studio untuk merancang kode aplikasi. Aplikasi HiVet! dapat dijalankan pada gawai pintar yang memiliki sistem operasi Android dengan minimal versi Android 8.0. Terdapat dua aplikasi HiVet! yaitu:

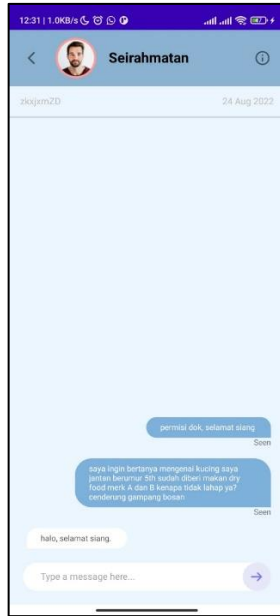
- a. HiVet! digunakan untuk pengguna pemilik hewan.
- b. HiVet! for Vet! yang ditujukan untuk mitra dokter hewan.

##### 4.5.1 HiVet!

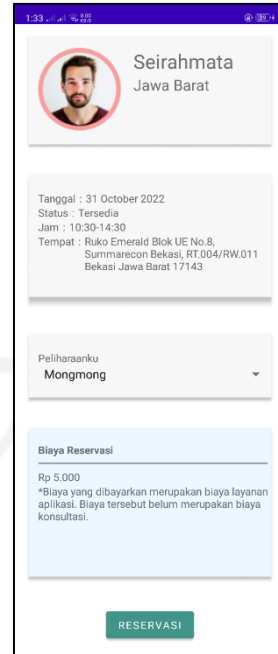
Proses yang dilakukan pengguna pemilik hewan yaitu membuat akun untuk melakukan *log in* pada aplikasi HiVet!. Selanjutnya terdapat halaman *dashboard* yang menampilkan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi HiVet!, di mana pengguna pemilik hewan dapat memilih fitur yang diinginkan. Jika memilih Konsultasi *Online* maka pengguna pemilik hewan akan ditampilkan beberapa daftar dokter hewan yang tersedia yang dapat dipilih lalu melakukan proses pembayaran dan pengguna pemilik hewan dapat berkonsultasi dengan dokter hewan. Apabila pengguna pemilik hewan memilih Janji Temu, maka pengguna harus memilih data terkait lokasi pembuatan Janji Temu lalu memilih dokter hewan yang ingin ditemui dan melakukan pembayaran jasa Janji Temu. Tampilan aplikasi HiVet! yang diperuntukkan bagi pemilik hewan dapat dilihat pada Gambar 4.16 hingga Gambar 4.23.



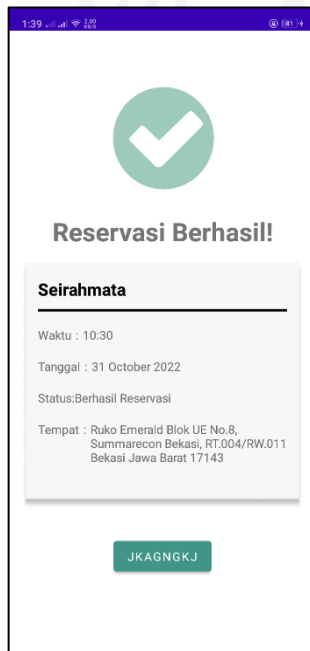
Gambar 4.16 Halaman *log in*Gambar 4.17 Halaman *dashboard*Gambar 4.18 Halaman *profil*Gambar 4.19 Halaman *Konsultasi Online*



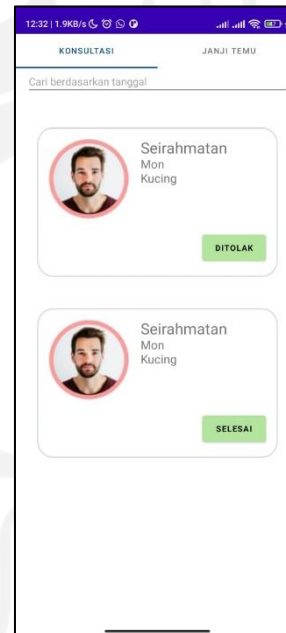
Gambar 4.20 Halaman percakapan  
Konsultasi *Online*



Gambar 4.21 Halaman Janji Temu



Gambar 4.22 Halaman status Janji Temu



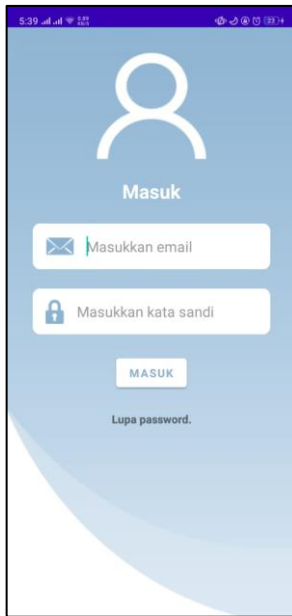
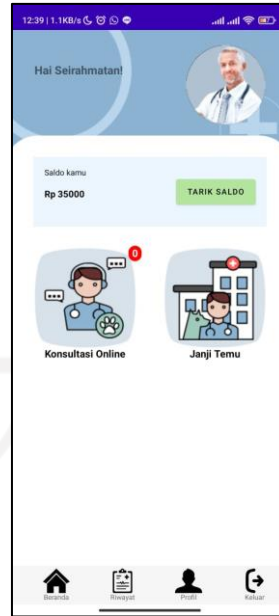
Gambar 4.23 Halaman riwayat

#### 4.5.2 HiVet! for Vet

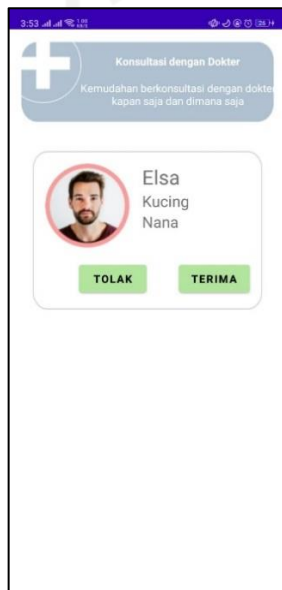
Aplikasi ini ditujukan kepada dokter hewan yang bekerja sama dengan pengembang dalam menjalankan aplikasi HiVet! For Vet. Proses pertama kali yang dilakukan mitra dokter hewan adalah *log in* pada aplikasi agar dapat mengakses halaman utama. Dokter hewan tidak melakukan *sign up* langsung pada aplikasi HiVet! for Vet. Informasi akun untuk *log in* akan

diberikan administrator HiVet! pada saat pendaftaran sebagai mitra dokter hewan telah disetujui. Selanjutnya terdapat dua menu yaitu Konsultasi *Online* dan Janji Temu. Apabila terdapat permintaan konsultasi maka akan muncul pada menu Konsultasi *Online* di mana dokter hewan dapat memilih untuk menerima atau menolak permintaan konsultasi. Pada menu Janji Temu, dokter hewan mengisikan beberapa data untuk membuka slot reservasi yang dapat digunakan oleh pengguna pemilik hewan yang nantinya permintaan reservasi muncul pada menu Janji Temu. Perbedaan HiVet! for Vet terdapat pada halaman utama yang menampilkan saldo pendapatan dokter hewan. Tampilan aplikasi HiVet! for Vet dapat dilihat pada Gambar 4.24 hingga Gambar 4.28.

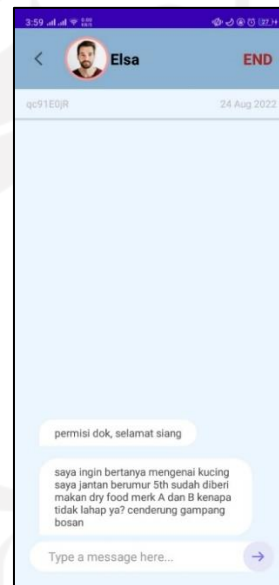


Gambar 4.24 Halaman *log in* dokter hewan

Gambar 4.25 Halaman utama



Gambar 4.26 Halaman permintaan konsultasi



Gambar 4.27 Halaman chat konsultasi

Rincian Jadwal Praktik Dokter

Nama  
Seirahmatan

Tempat Praktik  
Klinik Pelita Harapan

Tanggal Praktik  
24 Agustus 2022

Jam Mulai Praktik  
12.25

Jam Berakhir Praktik  
15.30

Durasi Praktik (menit)  
30

Slot Janji Temu  
9

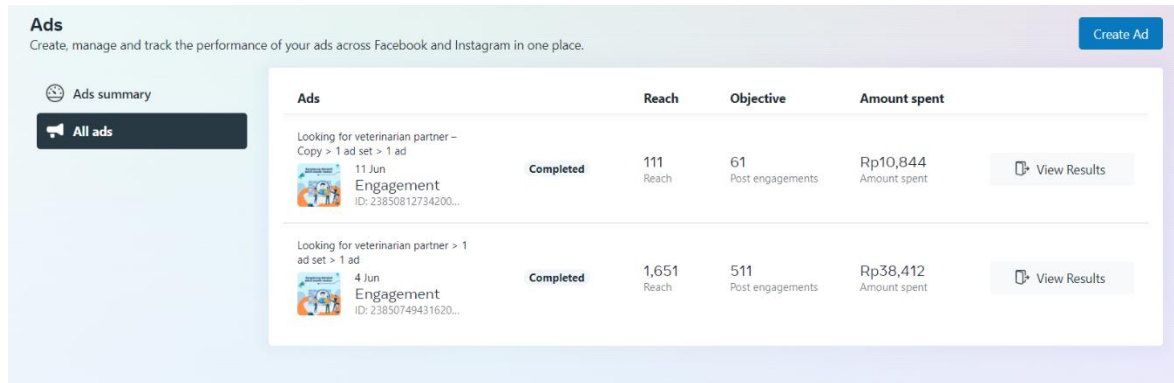
TAMBAH JADWAL

Gambar 4.28 Halaman Janji Temu

#### 4.6 Advertensi Aplikasi

Untuk meningkatkan minat serta *awareness* masyarakat terhadap aplikasi HiVet!, pengembang melakukan advertensi dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran mengenai aplikasi HiVet! kepada khalayak umum serta memikat masyarakat agar memiliki ketertarikan dalam menggunakan aplikasi HiVet!. Tahap advertensi ini dilakukan pengembang dengan memanfaatkan platform media sosial didukung dengan data setidaknya terdapat 210 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan internet di kehidupan kesehariannya (Haryanto, 2022).

Pada tahap advertensi dari aplikasi HiVet!, pengembang memiliki tiga platform media sosial sebagai sarana dalam mempromosikan aplikasi HiVet!, yaitu pada platform media sosial Twitter, Instagram, maupun Facebook seperti ditunjukkan oleh Gambar 4.29.



Gambar 4.29 Advertensi aplikasi HiVet! pada platform Meta (Facebook & Instagram)

Media-media sosial ini dipilih pengembang dengan mempertimbangkan keaktifan masyarakat Indonesia dalam penggunaan media sosial tersebut. Tahap advertensi dilakukan selama 25 hari pada tanggal 20 Mei 2022 hingga 13 Juni 2022 dengan intensitas tiga kali dalam seminggu pengunggahan konten untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi HiVet!. Jumlah pengikut pada media sosial HiVet! pada tahap advertensi dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Jumlah pengikut media sosial HiVet!

Platform Media Sosial	Total Jumlah Pengikut			
	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Twitter	9	15	17	17
Instagram	11	17	19	21
Facebook	5	6	6	6

Dari tahap advertensi yang dilakukan pengembang untuk mengenalkan aplikasi HiVet! tahap MVP ke khalayak umum didapatkan hasil bahwa nihil dokter hewan dapat menjadi mitra HiVet! sehingga pengembang tidak dapat menjalankan proses bisnisnya. Hal ini memicu pengembang untuk menelisik dengan lebih lanjut mengapa tahap advertensi mendapatkan *output* sedemikian rupa dan diperoleh kesimpulan bahwa *audiens* tidak tercapai secara luas. Kesimpulan tersebut didukung dengan beberapa poin asumsi sebagai berikut:

- Aplikasi belum sepenuhnya jadi, karena aplikasi HiVet! dirancang dan dikembangkan sebatas MVP.
- Kurangnya dan terbatasnya dana dalam menjalankan tahap advertensi sehingga aktivitas tahap advertensi tidak dapat dijalankan semaksimal mungkin, karena aplikasi

HiVet! pada dasarnya aplikasi rintisan baru sehingga belum memiliki sokongan dana yang mencukupi.

- Kurangnya tenaga dalam menangani HiVet!, karena pada dasarnya SEA.id hanya terdiri dari tiga staf yang telah diembankan tugas masing-masing sehingga tidak dapat sepenuhnya fokus dalam aktivitas tahap advertensi.

#### 4.7 Analisis Kompetitor Serupa

Kompetitor ialah kelompok atau individu yang menghasilkan suatu produk di mana produk yang dihasilkan bergerak pada zona yang sama sehingga kelompok atau individu tersebut dapat melampaui kepercayaan terhadap produk ataupun kualitas produk yang dihasilkan perusahaan yang dapat mempengaruhi target pasar dari produk (Raffaello & Jatisidi, 2021). Adanya kompetitor akan mempengaruhi distribusi produk pada target pasar yang dituju oleh produk sehingga terjadinya dominasi distribusi produk dengan aktivitas perebutan wilayah target pasar.

Dalam pengembangan aplikasi HiVet! didapati beberapa aplikasi serupa yang telah ada dan dilakukan analisis oleh pengembang untuk mendapatkan informasi-informasi terkait yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan dari aplikasi HiVet!. Analisis kompetitor dilakukan pada aplikasi serupa yang menawarkan layanan jasa kesehatan hewan berbasis *online* dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Kompetitor aplikasi HiVet!

No	Kompetitor	Kekuatan	Kelemahan
1.	Halodoc	Sudah memiliki banyak mitra yang bekerja sama serta sudah dikenal oleh masyarakat	Biaya yang ditetapkan untuk melakukan konsultasi kesehatan hewan dengan dokter hewan berbeda-beda tidak seragam dan fitur <i>booking appointment</i> belum dapat dijalankan serta tidak terdapatnya menu untuk menyimpan profil hewan peliharaan
2.	ILoPet	Biaya konsultasi yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor lainnya serta terdapat detail jam praktik dokter hewan pada aplikasi serta terdapat profil hewan peliharaan	Hanya menawarkan fitur konsultasi secara <i>online</i> untuk hewan peliharaan kucing dan anjing.

Penggalian informasi terkait kompetitor terhadap dua aspek yaitu kelebihan aplikasi serta kekurangan aplikasi untuk digunakan sebagai acuan tambahan dalam mengembangkan aplikasi HiVet!. Kompetitor utama dalam mengembangkan aplikasi HiVet! ialah Halodoc. Halodoc merupakan perusahaan yang didirikan di Indonesia dengan produk yang ditawarkan yaitu produk bergerak pada jasa bidang kesehatan secara *online* dengan fokus utama untuk kesehatan masyarakat Indonesia. Dalam pengembangan bisnisnya, Halodoc juga merambah pada bidang kesehatan hewan dengan memunculkan konsultasi kesehatan dengan dokter hewan secara *online*. Terdapat aplikasi serupa dengan Halodoc yaitu ILoPet yang merupakan aplikasi yang dapat menyambungkan antara pemilik hewan dengan dokter hewan agar dapat bercakap-cakap tentang kesehatan hewan. Perbedaan antara kedua produk kompetitor adalah pada letak fokus. Halodoc menawarkan jasa untuk kesehatan manusia dan hewan sedangkan ILoPet berfokus penuh terhadap jasa untuk kesehatan hewan. Dari informasi yang dihimpun terdapat kelemahan dari setiap kompetitor dianalisis dan dikembangkan menjadi suatu nilai bisnis pada perancangan dan pengembangan HiVet!, seperti biaya yang dipatok secara *flat* untuk Konsultasi *Online* di aplikasi HiVet! serta terdapatnya fitur Janji Temu yaitu jasa dalam pembuatan janji untuk bertatap muka dengan dokter hewan secara langsung. Selain itu, terdapat profil untuk hewan peliharaan pada aplikasi HiVet! sehingga pemilik hewan tidak perlu repot-repot menjelaskan tentang profil hewan peliharaan kepada dokter hewan di *chat room* saat Konsultasi *Online* berlangsung.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam membangun sebuah *startup* dibutuhkan ideasi untuk menjadi dasar dalam pengembangan *startup* tersebut. Dalam mengembangkan bisnis HiVet! menggunakan rangkaian pendekatan *lean startup* yang dinilai lebih efektif serta efisien karena dalam *lean startup* durasi waktu yang dibutuhkan dalam mengembangkan *startup* cenderung lebih sedikit. Selain itu, pada pendekatan *lean startup* juga digunakan umpan balik dari calon pelanggan sehingga pengembang dapat mengetahui apa yang dibutuhkan pelanggan dan aplikasi dapat dirancang dan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan. Dalam pengembangan bisnis HiVet! juga digunakan *lean canvas* yang digunakan untuk merincikan ideasi yang telah ditentukan ke dalam beberapa kelompok fokus dengan waktu yang sesingkat-singkatnya.

Hasil dari pengembangan bisnis HiVet! berbasis Android ini didapati penentuan target bisnis kepada pemilik hewan dan juga dokter hewan yang berperan sebagai mitra dalam menjalankan roda bisnis HiVet!. Hasil survei yang ditujukan kepada responden pemilik hewan dan responden dokter hewan digunakan pengembang untuk menyesuaikan ideasi bisnis dengan kebutuhan pelanggan HiVet!. Hasil akhir dalam pembangunan bisnis HiVet! ialah MVP dari aplikasi HiVet! yang ditujukan untuk pemilik hewan dan MVP dari aplikasi HiVet! for Vet untuk dokter hewan serta umpan balik calon pelanggan terhadap MVP aplikasi yang telah dirancang dan dikembangkan.

#### **5.2 Saran**

Pada pembangunan ide bisnis aplikasi HiVet! berbasis Android ini dilakukan mencapai tahap MVP, diharapkan dalam pengembangan selanjutnya aplikasi HiVet! dapat diakses melalui platform lain, tidak hanya terbatas pada platform berbasis Android saja serta memiliki fitur yang lebih banyak untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan dan sebagai pengikat pelanggan kepada bisnis HiVet!. Selain itu, penggalan umpan balik dari calon pelanggan harus dilakukan terus menerus guna memperbaharui aplikasi atau menambah fitur yang relevan dengan kebutuhan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin Balitbang. (2022). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Buleleng*. <https://balitbang.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/76-dampak-pandemi-covid-19-terhadap-umkm-di-buleleng>
- Admin PDHI. (2020). *Jumlah Dokter Hewan di Indonesia Tak Sampai Setengah dari yang Dibutuhkan*. <https://portal.pdhi.or.id/berita/detail/jumlah-dokter-hewan-di-indonesia-tak-sampai-setengah-dari-yang-dibutuhkan>
- Afdi, Z., & Purwanggono, B. (2018). Perancangan Strategi Berbasis Metodologi Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi di Indonesia. *Industrial Engineering Online Journal*, 6.
- Akbar, M. (2019). Usulan Model Bisnis Brand Kue Kering Online Cascake Dengan Menggunakan Lean Canvas. *Journal Industrial Servicess*, 4. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i2.5149>
- Andriani, T. (2019). *Pengaruh Salesmanship, Margin, dan Pengetahuan Produk Oleh Nasabah Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung* [Institut Agama Islam Negeri Tulungagung]. <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/12012>
- Casadesus-Masanell, R., & Heilbron, J. (2015). *The Business Model: Nature and Benefits*.
- Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kota Cirebon. (2019). *Jumlah dokter hewan di Kota Cirebon*. <https://data.cirebonkota.go.id/dataset/0290f302-97c9-50a4-9901-8adcb997d137/dokumen/5bdf19ea-c1ee-504e-aa9c-b8882dbc35b6>
- Fox, G. (n.d.). *Lean Canvas Business Model – How To Create A Lean Startup Business*. Retrieved June 23, 2022, from <https://www.garyfox.co/canvas-models/lean-canvas-model/>
- Graham, P. (2012). *Startup = Growth*. <http://www.paulgraham.com/growth.html>
- Haryanto, A. T. (2022, June 9). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta*. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6119064/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta>
- Hazzelia, D. R., & Purnomo, D. (2021). Strategi Pengembangan Produk pada Startup Trafeeka Coffee dengan Penambahan Rempah sebagai Variasi Rasa. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.

- JawaPos. (2021, November 2). *Hobi Merawat Hewan Peliharaan Jadi Tren Selama Pandemi, Ini Alasannya*. <https://www.jawapos.com/hobi-kesenangan/02/11/2021/hobi-merawat-hewan-peliharaan-jadi-tren-selama-pandemi-ini-alasannya/>
- Kartika, D. (2022, June 9). *Info Terbaru Biaya Konsultasi dan Biaya Berobat di Dokter Hewan*. <https://harga.web.id/berapakah-biaya-konsultasi-dan-berobat-di-dokter-hewan.info>
- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works* (2nd Edition). O'Reilly Media, Inc.
- Nidagundi, P., & Novickis, L. (2017). Introducing Lean Canvas Model Adaptation in the Scrum Software Testing. *Procedia Computer Science*, 104, 97–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.01.078>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc.
- Pemerintah Kota Tangerang. (2021, July 4). *Pelayanan Klinik Hewan Pada Masa PPKM Darurat Jawa - Bali*. <https://tangerangkota.go.id/berita/detail/27281/pelayanan-klinik-hewan-pada-masa-ppkm-darurat-jawa-bali>
- Pereira, D. (2021, January 16). *What is Lean Startup?* <https://businessmodelanalyst.com/what-is-lean-startup>
- Priyanto, F. W. (2022). Penerapan Metode LeanUX Pada Perancangan Pengalaman Pengguna Website Islamic Vibes. *JoMMiT Jurnal Multi Media Dan IT*, 6(1). <https://doi.org/10.46961/jommit.v6i1.554>
- Raffaello, & Jatisidi, A. (2021). *Pemanfaatan QR Code Dalam Mendukung Kegiatan Komunikasi Pemasaran Hallo Property*. <https://finance.detik.com/properti/d->
- Rakuten Insight. (2021). Pet Ownership in Asia. In 2021. <https://insight.rakuten.com/pet-ownership-in-asia>
- Ridhoni, W. (2021). *Startup Digital sebagai Proyek Kolaboratif Tugas Akhir Mahasiswa Teknik Informatika*. <http://snastep.com/proceeding/index.php/snastep/index>
- Ries, E. (2018). *The Lean Startup* (Cetakan Pertama). Penerbit Bentang.
- Septiana, T. (2021). *Upah Minimum Kota Yogyakarta tahun 2021 naik, simak daftar lengkapnya ini*. <https://nasional.kontan.co.id/news/upah-minimum-kota-yogyakarta-tahun-2021-naik-simak-daftar-lengkapnya-ini>
- Suharto, S. (2022). Implementasi Lean Canvas Sebagai Upaya Meningkatkan Skill Entrepreneurship Mahasiswa Di Perguruan Tinggi. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 7(1), 149–161. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.17965>

Syauqi, A. T. (2016). Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Universitas Gadjah Mada-Yogyakarta, Indonesia*.

Tempo.co. (2022, August 19). *Inilah 5 Daftar Merek Smartphone Terlaris di Indonesia*. <https://bisnis.tempo.co/read/1624665/inilah-5-daftar-merek-smartphone-terlaris-di-indonesia>

