

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI METODE LEAN STARTUP DALAM  
PENGEMBANGAN IDE BISNIS APLIKASI GOLEK KOST  
BERBASIS MOBILE**



Disusun Oleh:

N a m a : Kafita Wardhahani

NIM : 18523188

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

**2022**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**IMPLEMENTASI METODE LEAN STARTUP DALAM  
PENGEMBANGAN IDE BISNIS APLIKASI GOLEK KOST  
BERBASIS MOBILE**

**TUGAS AKHIR JALUR PERINTISAN BISNIS**

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

Yogyakarta, 6 Januari 2023

Tim Penguji

**Ketua Penguji**

Erika Ramadhani, S.T., M.Eng.

**Anggota 1**

Mukhammad Andri Setiawan, S.T., M.Sc.,  
Ph.D.

**Anggota 2**

Zainudin Zukhri, S.T., M.IT.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



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

**HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kafita Wardhahani

NIM : 18523188

Tugas akhir dengan judul:

**IMPLEMENTASI METODE LEAN STARTUP DALAM  
PENGEMBANGAN IDE BISNIS APLIKASI GOLEK KOST  
BERBASIS MOBILE**

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, 15 Desember 2022



( Kafita Wardhahani )

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil'alamin penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayahnya maka laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Saya persembahkan laporan tugas akhir ini kepada keluarga tercinta, terutama kepada kedua orang tua saya, Bapak Hafid Tomi dan Ibu Wulan Budiarti yang telah mendidik saya dari waktu kecil hingga sekarang dan selalu sabar dalam memberikan dukungan, doa, dan nasihat yang tiada hentinya kepada saya. Tak lupa, ucapan terima kasih juga saya sampaikan untuk mentor pribadi saya, AL Syailendra Wardana yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa kepada saya dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.



## HALAMAN MOTO

“ Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku Kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku.... “

(QS. Al-Baqarah: 186)

“ Dan (ada lagi) karunia yang lain yang kamu sukai (yaitu) pertolongan dari Allah dan kemenangan yang dekat (waktunya)... ”

(QS. As-Saff: 13)

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan “

(QS. Al-Insyirah: 6)

*“ Work hard in silence, let your success be your noise. ”*

(Frank Ocean)

الجامعة الإسلامية  
الاستدراكية

## KATA PENGANTAR

### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah Rabbil'alamin, penulis memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayahnya maka penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Implementasi Metode Lean Startup dalam Pengembangan Ide Bisnis Aplikasi GOLEK KOST Berbasis Mobile" dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat.

Laporan tugas akhir ini diselesaikan sebagai syarat kelulusan pada penjaluran perintisan bisnis Prodi Sarjana Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini telah mendapatkan banyak bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, keberkahan, dan kelancaran kepada penulis selama berlangsungnya kegiatan perintisan bisnis, hingga tahap penyelesaian laporan tugas akhir ini.
2. Ayah dan Ibu yang senantiasa selalu memberikan doa, semangat, dukungan, motivasi, dan nasihat kepada penulis, serta selalu bisa memahami dan memberikan arahan kepada penulis selama kegiatan perintisan bisnis sampai penyelesaian laporan tugas akhir ini berlangsung.
3. Ibu Siti Choiriyah, selaku Nenek saya, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan nasihat kepada penulis.
4. Ibu Dwi Harini dan Ibu Windari, selaku Bibi saya, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan nasihat kepada penulis.
5. Om dan Tante, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan nasihat kepada penulis.
6. Ibu Lasmini K. Wardani, selaku Eyang saya, yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan, dan nasihat kepada penulis, serta selalu menghadirkan keceriaan.
7. Bapak R. Adinandra S. Wardana dan Ibu Rina P., selaku Papa dan Mama saya, yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan, motivasi, dan nasihat kepada penulis.
8. AL Syailendra Wardana, selaku Mas saya, yang selalu memberikan doa, arahan, dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis, serta senantiasa selalu mendampingi dan memberikan waktunya untuk menjadi pendengar dan *support system* yang baik bagi penulis di setiap harinya.

9. Mahardhika S.W., Almira A., dan Fardhan S.W., selaku Kakak saya, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis.
10. Seluruh anggota Tim Mavendra, Nur Ifani Khoirunisa dan Rynaldy Shulton GTM, yang telah menjadi teman berproses bagi penulis, sejak dimulainya kegiatan perintisan bisnis hingga penyelesaian laporan tugas akhir.
11. Fawwaz, Andra, Rayshaka, Rega, Adi, Ifani, Cut, Atika, Afifah, Jihan, Helsy, Zulfikar, Zafran selaku sahabat saya, yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, dan motivasi, serta meluangkan waktunya untuk mendengar curhatan penulis.
12. Seluruh saudara sepupu, yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis.
13. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
14. Bapak Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Informatika Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
15. Bapak Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng., selaku dosen pembimbing akademik.
16. Ibu Erika Ramadhani, S.T., M.Eng., selaku dosen pembimbing pada jalur perintisan bisnis hingga penyelesaian laporan tugas akhir ini.
17. Segenap Dosen Jurusan Informatika yang telah memberikan banyak ilmu selama masa perkuliahan.
18. Para responden yang telah bersedia membantu penelitian yang dilakukan oleh penulis
19. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Atas bantuan dari berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis menerima segala bentuk kritik dan saran untuk menyempurnakan laporan ini, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Yogyakarta, 15 Desember 2022



( Kafita Wardhahani )

## SARI

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota tujuan dari para mahasiswa yang ingin menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang banyak tersebar di kota tersebut. Kebutuhan akan tempat tinggal (indekos) yang nyaman selama menempuh pendidikan di Yogyakarta saat ini telah menjadi salah satu fokus utama dari para mahasiswa. Tidak dapat dipungkiri jika tempat tinggal (indekos) yang nyaman juga dapat mempengaruhi kenyamanan aktivitas dari para penghuninya (mahasiswa). Dengan adanya fenomena tersebut, maka saat ini banyak para pengusaha bisnis indekos yang saling berlomba menawarkan usaha atau bisnisnya secara *online* dengan cara bergabung sebagai mitra di perusahaan *startup* yang bergerak di bidang penyediaan sewa indekos. Cara menawarkan usaha atau bisnis yang dipilih oleh para pengusaha bisnis indekos ini berkaitan dengan tingginya intensitas penggunaan *gadget* di kalangan mahasiswa dalam menunjang aktivitasnya, termasuk dalam hal memenuhi segala macam kebutuhannya. Di samping itu, saat ini dalam memenuhi kebutuhan terkait perabotan indekos, para mahasiswa lebih banyak memilih cara berbelanja secara *online* dengan memanfaatkan *gadget* miliknya. Selain itu, saat para mahasiswa ingin melakukan pindahan indekos, mereka cenderung mencari informasi terkait penyedia jasa angkut atau jasa pindahan secara *online* sehingga tidak harus meluangkan waktu untuk mencari informasi secara langsung.

Aplikasi GOLEK KOST hadir sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh para mahasiswa di wilayah Yogyakarta. GOLEK KOST merupakan salah satu *startup* yang berfokus pada suatu ide bisnis terkait penyediaan informasi di bidang jasa penyewaan indekos, jual beli barang atau perabotan indekos, serta layanan jasa angkut atau jasa pindahan secara *online*. Dalam proses pengembangan ide bisnis dari aplikasi ini memanfaatkan metode *lean startup* dan *lean canvas*. Metode *lean startup* dimanfaatkan untuk mengembangkan ide bisnisnya, sedangkan metode *lean canvas* dimanfaatkan untuk membuat perencanaan ide bisnisnya agar lebih mudah dalam menemukan fokus dari ide yang akan dikembangkan dalam aplikasi GOLEK KOST. Dalam metode *lean startup* terdapat beberapa tahapan, meliputi: *Market Validation*, *Product Validation*, dan *Business Validation*.

Berdasarkan proses pengembangan ide bisnis yang berlangsung, maka dalam aplikasi GOLEK KOST dikembangkan tiga fitur utama yang bertujuan membantu mengatasi *problem* yang dihadapi oleh para mahasiswa. Ketiga fitur utama tersebut meliputi: fitur informasi indekos atau kontrakan, fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan, serta fitur informasi penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan. Dalam hal ini, ketiga fitur yang



tersedia dalam aplikasi GOLEK KOST dapat diakses secara bersamaan dalam satu proses transaksi sehingga lebih memudahkan *customer* dalam memenuhi kebutuhannya.

Kata kunci: Indekos, *Startup*, *Lean Startup*, *Lean Canvas*



## GLOSARIUM

Glosarium memuat daftar kata tertentu yang digunakan dalam laporan dan membutuhkan penjelasan, misalnya kata serapan yang belum lazim digunakan.

<i>Brainstorming</i>	Metode dalam mengumpulkan ide untuk mencari solusi dari suatu masalah.
<i>Early Adopters</i>	Individu atau kelompok yang menggunakan suatu teknologi baru sebelum digunakan oleh populasi yang lebih luas .
<i>Feedback</i>	Masukan yang diperoleh dari calon <i>customer</i> setelah melakukan pengujian produk.
<i>Interview</i>	Kegiatan tanya jawab dengan calon <i>customer</i> untuk memperoleh informasi.
<i>Lean Canvas</i>	Metode yang digunakan untuk menganalisis ide dengan lebih mendalam agar mudah dipahami dan mudah dalam menemukan fokus dari ide bisnisnya.
<i>Lean Startup</i>	Metode yang digunakan dalam pengembangan ide bisnis dengan menerapkan konsep kerja yang cepat melalui pembuatan <i>prototype</i> untuk selanjutnya langsung diujikan pada calon <i>customer</i> agar segera mendapatkan <i>feedback</i> .
MVP	Produk dengan fitur yang masih sederhana tetapi sudah mampu menunjukkan nilai guna dan keunikan yang mampu menarik minat calon pengguna.
<i>Prototype</i>	Metode pengembangan suatu produk dengan cara membuat rancangan dari suatu produk yang selanjutnya diujikan pada calon <i>customer</i> untuk mengetahui dan menilai kinerja dari produk tersebut.
<i>Startup</i>	Perusahaan rintisan yang baru saja didirikan dengan tujuan mengembangkan suatu produk.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTO .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
SARI .....	ix
GLOSARIUM .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan .....	3
1.5 Manfaat .....	3
BAB II LANDASAN TEORI .....	4
2.1 <i>Startup</i> .....	4
2.2 <i>Lean Startup</i> .....	5
2.3 <i>Lean canvas</i> .....	7
2.4 Analisis SWOT .....	9
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....	11
3.1 Pengembangan Ide .....	11
3.2 Implementasi <i>Lean Startup</i> dan <i>Lean Canvas</i> .....	12
3.3 <i>Market Validation</i> .....	13
3.3.1 <i>Lean Canvas</i> .....	14
3.3.2 Analisis SWOT.....	16
3.3.3 <i>Business Process Model and Notation (BPMN)</i> .....	17
3.4 <i>Product Validation</i> .....	17
3.5 <i>Business Validation</i> .....	18

3.6	Aplikasi Serupa .....	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		20
4.1	Deskripsi GOLEK KOST .....	20
4.2	Hasil <i>Market Validation</i> .....	21
4.2.1	Hasil <i>Lean Canvas</i> .....	23
4.2.2	Hasil Analisis SWOT .....	31
4.2.3	Hasil <i>Business Process Model and Notation</i> (BPMN) .....	32
4.3	Hasil <i>Product Validation</i> .....	33
4.3.1	Hasil <i>Prototype</i> .....	36
4.4	Hasil <i>Business Validation</i> .....	42
4.5	Refleksi .....	47
4.5.1	Hambatan .....	47
4.5.2	Tantangan .....	48
4.5.3	Capaian .....	49
4.5.4	Wawasan Kegiatan .....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		51
5.1	Kesimpulan .....	51
5.2	Saran .....	51
DAFTAR PUSTAKA .....		53
LAMPIRAN .....		55

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar aplikasi dengan ide bisnis serupa.....	19
Tabel 4.1 Daftar pertanyaan <i>interview</i> tahap <i>Market Validation</i> .....	22
Tabel 4.2 Hasil validasi <i>problem</i> dari mahasiswa .....	22
Tabel 4.3 Daftar hipotesis <i>problem</i> .....	24
Tabel 4.4 <i>Early adopters</i> dan <i>customer segments</i> dari aplikasi GOLEK KOST.....	27
Tabel 4.5 Daftar <i>solution</i> .....	28
Tabel 4.6 Hasil analisis SWOT dari ide bisnis aplikasi GOLEK KOST.....	32
Tabel 4.7 Daftar pertanyaan <i>interview</i> tahap <i>Product Validation</i> .....	34
Tabel 4.8 Daftar <i>rating</i> dalam tahap <i>Product Validation</i> .....	35
Tabel 4.9 Daftar hasil <i>Product Validation</i> .....	35
Tabel 4.10 Daftar <i>feedback</i> .....	42



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Life cycle</i> metode <i>lean startup</i> .....	5
Gambar 2.2 <i>Lean canvas</i> .....	7
Gambar 2.3 Analisis SWOT .....	10
Gambar 4.1 <i>Lean Canvas</i> GOLEK KOST.....	24
Gambar 4.2 BPMN aplikasi GOLEK KOST .....	33
Gambar 4.3 Tampilan halaman beranda Aplikasi GOLEK KOST.....	37
Gambar 4.4 Tampilan halaman fitur informasi indeks atau kontrakan .....	38
Gambar 4.5 Tampilan halaman fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan .....	39
Gambar 4.6 Tampilan halaman fitur informasi jual beli perabotan indeks atau kontrakan...40	40
Gambar 4.7 Tampilan halaman transaksi pembayaran .....	41
Gambar 4.8 Grafik hasil <i>Product Validation</i> Aplikasi GOLEK KOST .....	46



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai “Kota Pelajar” setiap tahunnya selalu menjadi tujuan para calon mahasiswa baru untuk menempuh pendidikan di beberapa perguruan tinggi yang ada di kota tersebut. Berdasarkan data yang diunggah oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) pada tahun 2020, tercatat jumlah mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta sebanyak 387.319 orang (BPS Provinsi DI Yogyakarta, 2020). Banyaknya mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta menyebabkan bisnis indekos sangat menjamur di kota tersebut. Hal ini disebabkan para mahasiswa yang tidak hanya berasal dari Yogyakarta saja, tetapi juga banyak mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia.

Kebutuhan akan tempat tinggal menjadi fokus utama para mahasiswa yang akan merantau ke Yogyakarta. Selama ini para mahasiswa mencari informasi seputar indekos dengan cara konvensional, di antaranya dengan mengunjungi indekos secara langsung untuk melakukan survei tentang kondisi, harga, dan fasilitas indekos, mengandalkan saran atau rekomendasi dari teman dan saudara, serta memilih indekos berdasarkan selebaran yang dibagikan oleh seseorang (calo) di sekitar wilayah kampus. Selain itu, biasanya para pengusaha indekos akan menyediakan empat jenis kamar untuk disewakan, meliputi: kamar yang sudah berisi perabotan lengkap, kamar yang masih kosong (tanpa perabotan), kamar dengan fasilitas kamar mandi dalam, dan kamar dengan fasilitas kamar mandi luar.

Pada saat ini dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, sedikit banyak telah mengubah pola kebiasaan masyarakat dalam beraktivitas maupun melakukan transaksi. Dalam hal ini, para pelaku bisnis mulai memanfaatkan *gadget* untuk semakin meningkatkan kelancaran proses bisnis yang ada. Para pengusaha indekos mulai mempromosikan usaha atau bisnisnya secara *online* dengan cara bergabung sebagai mitra di perusahaan *startup* yang bergerak di bidang penyediaan sewa indekos. Kemudian, sebagian mahasiswa juga telah memanfaatkan *gadget* miliknya untuk membantu mereka dalam menemukan indekos yang sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus melakukan survei dengan datang langsung ke indekos-indekos yang ada. Di samping itu, untuk kebutuhan lain seperti, jasa angkut atau jasa

pindahan dan jual beli perabotan indekos juga dapat dengan mudah diakses secara *online* oleh mahasiswa melalui *gadgetnya*.

Bergesernya pola kebiasaan masyarakat ke arah digital menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada, juga diiringi dengan banyaknya *startup-startup* yang bermunculan (Christensen, Rainor, & Mc Donald, 2015). Hal ini menjadikan persaingan yang tidak dapat dihindari oleh para pengembang *startup* tersebut, baik dari sisi pelayanan yang diberikan, membangun kerja sama yang baik dengan para mitra, serta selalu aktif meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan. Salah satu jenis *startup* yang banyak bermunculan dan ketat persaingannya adalah *startup* yang bergerak di bidang penyediaan jasa, seperti GOJEK, GRAB, MAMIKOS, dll.

Para pengembang dari *startup* ini saling berlomba untuk mengembangkan bisnis rintisannya agar tidak mudah tumbang atau tergeser oleh *startup* lain yang bergerak di bidang yang sama dengannya (serupa). Setiap pengembang memiliki strateginya masing-masing dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada, salah satunya dengan menerapkan metode *lean startup* untuk mengembangkan ide bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan *customer*. Di samping itu, dalam melakukan perencanaan ide bisnis, pengembang juga dapat memanfaatkan metode *lean canvas* agar lebih mudah dalam menggambarkan rencana bisnis melalui blok-blok *canvas* yang tersedia sehingga dapat menemukan fokus ide bisnis yang akan dikembangkan atau dibangun.

GOLEK KOST sebagai salah satu *startup* yang bergerak di bidang penyediaan sewa indekos memanfaatkan metode *lean startup* untuk pengembangan ide bisnisnya, dan metode *lean canvas* untuk membuat perencanaan ide bisnis agar lebih mudah menemukan fokus idenya. Dalam metode *lean startup* terdapat beberapa tahapan, meliputi: *Market Validation*, *Product Validation*, dan *Business Validation* (Hamid, 2018).

Metode *lean startup* dan *lean canvas* dipilih karena kedua metode tersebut dinilai paling cocok diterapkan untuk pengembangan ide bisnis dari *startup* GOLEK KOST karena dirasa memiliki karakteristik yang sesuai dengan model bisnis yang sedang dikembangkan. Pemanfaatan metode tersebut juga membuat pengembang lebih mudah dalam memahami kebutuhan dari *customer* sehingga dengan menggunakan kedua metode tersebut menjadikan pengembang bekerja dengan lebih efektif dan efisien.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah bagaimana cara menerapkan metode *lean startup* dan metode *lean canvas* dalam pengembangan ide bisnis dari *startup* GOLEK KOST.

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah pada penyusunan skripsi ini disesuaikan dengan tahapan perintisan bisnis yang sedang dikembangkan oleh penulis, meliputi:

- a. Analisis ide bisnis untuk *startup* GOLEK KOST dengan memanfaatkan metode *lean canvas*.
- b. Pengembangan ide bisnis dari *startup* GOLEK KOST dengan memanfaatkan metode *lean startup*.
- c. Target dan sasaran pasar dalam proses pengujian ide bisnis dari *startup* GOLEK KOST adalah mahasiswa di wilayah Yogyakarta dengan rentang usia 18-24 tahun dan pernah melakukan aktivitas pindahan indekos atau kontrakan.
- d. Hasil luaran berupa rancangan blok *canvas* dari metode *lean canvas* dan keputusan dari pengembang terkait inovasi dan strategi bisnis yang akan diambil pada *startup* GOLEK KOST berdasarkan metode *lean startup*.

## 1.4 Tujuan

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan gambaran tentang penerapan metode *lean startup* dalam pengembangan ide bisnis dari *startup* GOLEK KOST, serta pemanfaatan metode *lean canvas* untuk menentukan fokus ide bisnis yang akan dikembangkan.

## 1.5 Manfaat

Adapun beberapa manfaat yang didapatkan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui implementasi metode *lean startup* dalam pengembang ide bisnis *startup* GOLEK KOST
- b. Mengetahui implementasi metode *lean canvas* dalam menentukan ide bisnis dari *startup* GOLEK KOST
- c. Mengetahui strategi dan inovasi bisnis yang sesuai dengan *customer segment* dari *startup* GOLEK KOST

## BAB II LANDASAN TEORI

### 2.1 *Startup*

Perkembangan teknologi perlahan telah mengubah kebiasaan masyarakat, hal ini menyebabkan beberapa aktivitas saat ini mulai bergeser ke arah digital. Adanya fenomena tersebut juga diiringi dengan lahirnya berbagai macam *startup* di Indonesia. Menurut (Baskoro, 2013) yang dikutip oleh (Putra, 2020) istilah *startup* di Indonesia cenderung mengacu untuk perusahaan rintisan yang menggunakan unsur teknologi informasi pada produknya. Jika tidak bernuansa teknologi informasi, maka biasanya disebut sebagai UKM (Usaha Kecil dan Menengah).

Menurut pendapat lain (Ries, 2016) yang dikutip oleh (Putra, 2020) *startup* merupakan sekelompok orang yang membuat dan menjual produk baru atau layanan pada kondisi pasar yang tidak dapat diprediksi dalam mencari model bisnis yang tepat di tengah tingkat ketidakpastian yang sangat tinggi. Dalam perkembangannya, model bisnis dari *startup* harus mampu menyesuaikan dan mengimbangi kondisi pasar yang sangat dinamis sehingga bisnis rintisan yang sedang dibangun mampu bertahan dan tidak tergeser oleh para pesaingnya.

Dalam pendirian suatu *startup*, terdapat tiga orang yang memiliki peran penting untuk kemajuan *startup* tersebut ke depannya. Tiga orang tersebut memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Adapun ketiga peran penting tersebut, meliputi:

a. *Hustler*

*Hustler* merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap penentuan dan pengembangan ide bisnis, serta mengelola seluruh proses bisnis yang berlangsung dalam suatu *startup*.

b. *Hipster*

*Hipster* merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap desain dari suatu produk (aplikasi) yang sedang dikembangkan oleh suatu *startup*.

c. *Hacker*

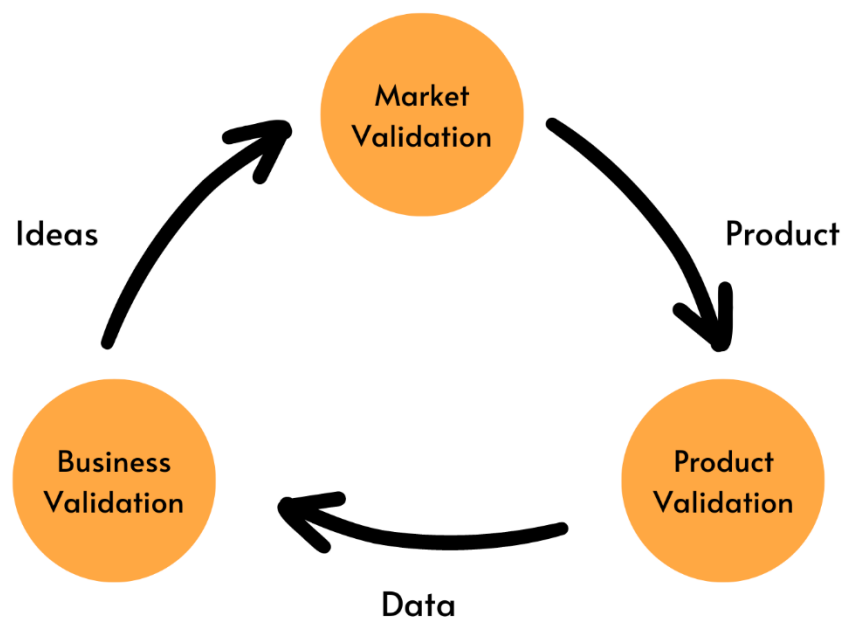
*Hacker* merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap *coding* atau pemrograman dari suatu pengembangan produk (aplikasi) dalam suatu *startup*.

Adapun pada berlangsungnya proses pengembangan aplikasi dari *startup* GOLEK KOST ini, penulis berperan sebagai *hustler*.

## 2.2 Lean Startup

Metode *lean startup* dirancang untuk membantu para pengembang *startup* agar fokus mengembangkan ide bisnis berdasarkan *feedback* yang diperoleh dari calon *customer*. Berdasarkan sistem kerja tersebut yang ada pada metode *lean startup*, pengembang dapat mempelajari *feedback* yang telah diperoleh untuk selanjutnya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan apakah tetap bertahan dengan ide bisnis yang ada atau mengubahnya (Ries, 2016).

Di samping itu, adanya metode *lean startup* telah mendorong para pengembang *startup* untuk melakukan eksperimen secara terstruktur berdasarkan hipotesis yang mendasarinya, dan menggabungkan *feedback* dari eksperimen ini secara langsung ke dalam proses iterasi dan inovasi yang cepat (Felin, Gambardella, Stern, & Zenger, 2020). Dalam metode *lean startup* terdapat sebuah *life cycle*, meliputi: *Market Validation (Build)* – *Product Validation (Measure)* – *Business Validation (Learn)*. *Life cycle* dari metode *lean startup* ditunjukkan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 *Life cycle* metode *lean startup*

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Metode *lean startup* terdiri dari tiga tahapan, meliputi:

a) *Market Validation*

Pada tahapan *Market Validation* atau dikenal juga dengan istilah *build*, pengembang *startup* akan menentukan *customer segment* untuk pemasaran produk yang dihasilkan. Dalam tahapan ini, juga akan dilakukan penentuan *early adopters*, dengan menentukan karakteristik dari calon *customer*, seperti usia, profesi, domisili, dll. Kemudian akan dilakukan *interview* pada *customer* terkait *problem* yang dirasakan. *Customer* akan diminta untuk melakukan validasi terhadap hipotesis *problem* yang telah dibuat oleh pengembang *startup*, apakah hipotesis tersebut memang dirasakan oleh *customer* atau tidak. Kegiatan *interview* juga bertujuan mengulik lebih dalam *problem* lain yang dirasakan oleh *customer* tetapi belum masuk dalam daftar hipotesis yang diajukan oleh pengembang *startup*.

b) *Product Validation*

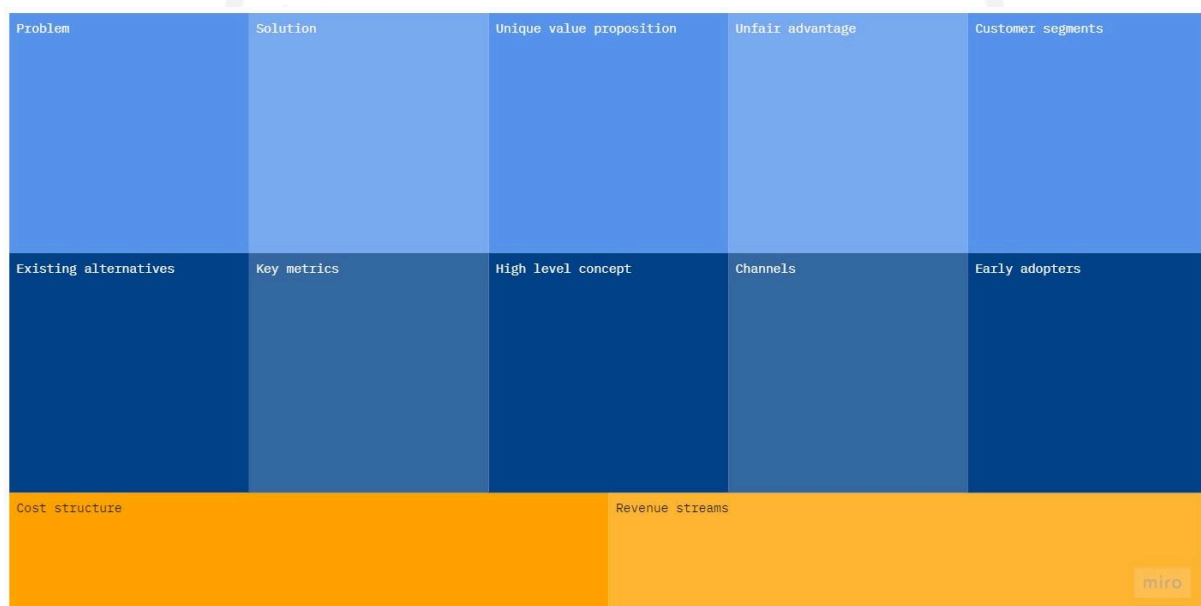
Pada tahapan *Product Validation* atau dikenal juga dengan istilah *measure*, pengembang *startup* akan melakukan implementasi terhadap ide bisnis yang telah diperoleh pada tahapan sebelumnya dalam bentuk *prototype*. Selanjutnya, *prototype* ini akan dibuat dalam bentuk *Minimum Viable Product* (MVP) atau suatu produk dengan fitur yang masih sederhana tetapi sudah mampu digunakan oleh *customer* sehingga nilai guna dan keunikan dari fitur yang ada dapat tersampaikan dengan baik pada *customer* (Arviana, 2021). Tahapan selanjutnya, *customer* akan diminta melakukan validasi terhadap *prototype* dari aplikasi yang telah dibuat. Setelah melakukan *user testing* terhadap *prototype* tersebut, *customer* akan diminta untuk memberikan *feedback* terkait *prototype* yang sudah dihasilkan. Fitur-fitur yang ditampilkan dalam *prototype* merupakan bentuk solusi dari *problem* yang telah tervalidasi pada tahap *Market Validation*.

c) *Business Validation*

Pada tahapan *Business Validation* atau dikenal juga dengan istilah *learn*, pengembang akan mempelajari data berupa *feedback* yang telah didapat dari kegiatan uji coba *prototype* terhadap *customer*. Lalu data tersebut akan dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, apakah perlu dilakukan *pivot* atau tetap bertahan dengan bisnis yang sedang dikembangkan. Data tersebut juga dimanfaatkan untuk membuat strategi dan inovasi dalam mengembangkan ide bisnis.

### 2.3 Lean canvas

Menurut (Maurya, 2012) yang dikutip dalam situs web Business Model Toolbox oleh (Frederike Beha, 2022) *lean canvas* merupakan adaptasi dari *Business Model Canvas* dan dirancang khusus untuk pengusaha. *Canvas* berfokus pada masalah (*problem*), solusi (*solution*), metrik utama (*key metrics*), dan keunggulan kompetitif (*competitive advantages*). Metode ini digunakan oleh para pengembang *startup* untuk menemukan ide yang akan dikembangkan, dengan cara menuliskan berbagai macam gagasan mereka dalam sebuah blok *canvas*. Lembar kerja *lean canvas* ditunjukkan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 *Lean canvas*

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Menurut (Maurya, 2012) lembar kerja *lean canvas* terdiri dari beberapa bagian blok *canvas* sebagai berikut:

a) *Problem*

Pada bagian *problem* akan diisi dengan daftar permasalahan yang dirasakan oleh *customer*. Daftar permasalahan tersebut didapat dari kegiatan *interview* yang dilakukan oleh pengembang *startup* dengan *customer*. Pada sesi *interview*, pengembang *startup* akan menyampaikan daftar hipotesis *problem* untuk divalidasi oleh *customer*. Kemudian di akhir sesi *interview*, *customer* akan diminta untuk menentukan *top 3 problems* yang dirasa paling sesuai dengan dirinya dan lebih diprioritaskan untuk

diselesaikan. Selain itu, *customer* juga diminta untuk menyebutkan *existing alternatives* yang telah dilakukan untuk menyelesaikan *top 3 problems* yang telah dipilih sebelumnya.

b) *Customer Segments*

Pada bagian *customer segments* akan berisi siapa yang menjadi calon *customer* dari ide bisnis yang sedang dikembangkan oleh penulis. Penentuan *customer segments* sangat penting untuk dilakukan karena akan lebih memudahkan pengembang *startup* untuk menentukan sasaran dari produk yang akan dikembangkannya sehingga nilai keberhasilan dalam penjualan produk dapat lebih maksimal. Di samping itu, penulis akan menentukan *early adopters* agar *customer* yang nantinya dipilih menjadi lebih spesifik dan aplikasi yang dikembangkan lebih tepat sasaran. Dalam hal ini, jenis *customer segments* yang digunakan untuk membantu menentukan *early adopters*, yaitu segmentasi demografis dan segmentasi geografis. Segmentasi demografis merupakan pembagian kelompok *customer* berdasarkan data kependudukan, meliputi: usia, pekerjaan, pendidikan, dll. Sedangkan, segmentasi geografis merupakan pembagian kelompok *customer* berdasarkan letak geografisnya, meliputi: karakteristik lingkungan, lokasi tempat tinggal, dll (Wijaya, 2022).

c) *Unique Value Proposition*

Pada bagian *unique value proposition* (UVP) akan diisi dengan nilai yang menarik dari produk yang ditawarkan sehingga menjadi pembeda dari produk lain (kompetitor). UVP dibuat dengan memperhatikan kebutuhan *customer* sehingga nilai keunikan yang ditawarkan mampu menarik minat *customer* untuk menggunakan produk yang dihasilkan.

d) *Solution*

Pada bagian *solution* akan diisi dengan daftar solusi berupa fitur-fitur yang telah dibuat oleh penulis, kemudian *customer* akan diminta untuk melakukan validasi terhadap solusi yang ditawarkan. Dalam hal ini, *customer* akan diminta untuk memberikan pendapat terkait fitur yang ditawarkan, apakah fitur tersebut sudah sesuai dengan *problem* yang ingin diselesaikan atau belum.

e) *Unfair Advantage*

Dalam mengembangkan suatu produk, tentunya akan lebih menguntungkan saat *startup* memiliki nilai khusus yang tidak mampu ditiru dan tidak dapat dibeli oleh

kompetitornya sehingga peluang *startup* untuk mencapai dan mempertahankan keberhasilan bisnisnya semakin meningkat.

f) *Revenue Streams*

Pada bagian ini akan diisi dengan sumber pendapatan yang didapatkan oleh *startup*. Sumber pendapatan ini diperoleh dari proses bisnis yang berlangsung (penjualan produk) dalam suatu *startup*.

g) *Cost Structure*

Pada bagian ini akan diisi dengan besaran biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh suatu *startup* untuk mendukung kelancaran berlangsungnya proses bisnis.

h) *Key Metrics*

Pada bagian ini akan diisi dengan beberapa indikator tertentu yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat perkembangan bisnis yang ada sehingga pihak *startup* dapat mengetahui keberhasilan tujuan bisnis yang ingin dicapai apakah sudah sesuai atau belum.

i) *Channels*

Pada bagian ini akan diisi dengan bagaimana cara perusahaan memasarkan produknya agar tersampaikan dengan baik kepada *customer*. Dalam hal ini, pihak *startup* dapat memanfaatkan beberapa media tertentu untuk mencapai *customernya*.

## 2.4 Analisis SWOT

Menurut (Freddy Rangkuti, 2014) yang dikutip oleh (Siadari, 2018) analisis SWOT adalah kegiatan analisis yang dilakukan dengan tujuan melakukan identifikasi terhadap berbagai faktor untuk menentukan strategi yang akan diambil oleh perusahaan dengan memperhatikan faktor kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) yang dimiliki perusahaan, serta faktor kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) baik dari sisi internal maupun eksternal.

Menurut pendapat lain (Kotler, 2012) yang dikutip oleh (Siadari, 2018) analisis SWOT merupakan evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Penerapan analisis SWOT dalam penentuan strategi untuk mengembangkan ide bisnis suatu perusahaan merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh para pengembang *startup*. Analisis SWOT akan membantu para pengembang *startup* untuk mengenali faktor-faktor internal maupun eksternal yang menghambat ataupun

membantu dalam mencapai tujuan bisnisnya. Lambang analisis SWOT ditunjukkan pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Analisis SWOT

Sumber: Priharto (2019)

Menurut (Priharto, 2019) dalam situs web CPS SOFT, analisis SWOT terdiri dalam empat elemen, meliputi:

a) *Strengths* (Kekuatan)

Pada elemen *strengths*, pengembang *startup* dapat mengukur kekuatan yang dimiliki oleh perusahaannya terkait dengan bisnis yang sedang dikembangkannya.

b) *Weaknesses* (Kelemahan)

Pada elemen *weaknesses*, pengembang *startup* dapat mengetahui kelemahan atau kekurangan yang dimiliki oleh perusahaannya yang dapat menghambat perkembangan bisnisnya.

c) *Opportunities* (Peluang)

Pada elemen *opportunities*, pengembang *startup* dapat menganalisis peluang yang ada untuk dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk kemajuan bisnisnya, agar bisnis yang sedang dikembangkan dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

d) *Threats* (Ancaman)

Pada elemen *threats*, pengembang *startup* dapat mengenali dan mempelajari ancaman-ancaman yang muncul baik dari sisi internal perusahaan maupun dari sisi eksternal yang dapat menghambat kesuksesan bisnisnya.



## BAB III

### ANALISIS DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Pengembangan Ide

Pada tahap pengembangan ide, penulis akan menerapkan teknik *brainstorming* untuk mengumpulkan ide-ide yang dimiliki oleh setiap anggota tim pengembang *startup*. Kemudian setiap ide yang dimiliki oleh anggota tim, wajib dituliskan pada sebuah lembar kerja atau *sticky notes* agar dapat dilihat oleh anggota lainnya. Dalam hal ini, dilarang untuk memberikan kritik terhadap ide apapun yang muncul, karena pada dasarnya teknik *brainstorming* bertujuan untuk mengumpulkan ide atau gagasan sebanyak mungkin dari tiap individu untuk kemudian akan didiskusikan bersama dengan anggota lainnya.

Dalam sesi *brainstorming* setiap anggota tim akan diberikan kesempatan untuk menjelaskan ide yang telah ditulis dengan lebih detail, mencakup kelebihan dan kekurangan dari ide yang disampaikan. Setelah semua anggota tim menjelaskan ide yang dimiliki, maka akan dilakukan diskusi dengan seluruh tim terkait ide-ide yang telah dihasilkan. Pada tahap selanjutnya, ide-ide tersebut akan diolah sedemikian rupa untuk menghasilkan suatu solusi yang mampu menyelesaikan *problem* yang ada.

Penerapan teknik *brainstorming* dalam membangun *startup* GOLEK KOST dimulai dengan pemaparan ide-ide yang dimiliki oleh masing-masing anggota tim. Kemudian setiap anggota tim juga menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari ide yang dimilikinya. Pada tahap selanjutnya, ide-ide yang telah terkumpul dikombinasikan sedemikian rupa agar menjadi suatu ide bisnis dengan nilai yang mampu untuk terus berkembang ke depannya dan dapat bersaing dengan ide-ide bisnis serupa yang sudah ada di *market*.

Pada tahap selanjutnya, ide yang telah disepakati kemudian akan dianalisis menggunakan teknik analisis tertentu untuk mengetahui peluang ide tersebut mampu dikembangkan menjadi suatu solusi yang dapat menyelesaikan *problem* di sisi calon *customer*. Dalam hal ini, penulis yang berperan sebagai *hustler* memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan ide yang telah ditentukan agar menjadi sebuah produk yang berhasil diterima oleh *market* serta mampu bersaing dengan produk lain yang sudah lebih dulu ada di *market*. Tahap pengembangan ide ini juga merupakan tahapan yang penting bagi *hustler* karena merupakan langkah awal dalam menentukan ide bisnis yang telah dipilih untuk diimplementasikan dalam suatu bentuk produk.

### 3.2 Implementasi *Lean Startup* dan *Lean Canvas*

Dalam melakukan pengembangan ide bisnis dari aplikasi yang akan dibangun, penulis menerapkan metode *lean startup*. Metode ini akan berfokus pada pengujian terhadap *prototype* yang ditampilkan kepada calon *customer*, kemudian calon *customer* akan diminta untuk memberikan *feedback* terkait uji coba *prototype* yang telah dilakukan. *Feedback* yang telah diperoleh, akan dipelajari dan digunakan oleh penulis sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis terkait produk yang akan dibangun. Berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan dalam implementasi metode *lean startup*, meliputi:

- a. Melakukan pengumpulan ide bisnis dengan seluruh anggota tim.
- b. Menentukan ide bisnis dari aplikasi yang akan dikembangkan.
- c. Melakukan validasi *problem* dengan calon *customer*.
- d. Membuat suatu solusi untuk mengatasi *problem* yang ada, dalam bentuk *prototype* dari aplikasi yang akan dikembangkan.
- e. Melakukan uji coba *prototype* dengan calon *customer*, serta meminta *feedback*.
- f. Mempelajari *feedback* yang telah diperoleh dari calon *customer*.
- g. Mengambil keputusan bisnis terkait ide bisnis yang akan dikembangkan, meliputi: strategi dan inovasi bisnis.

Dalam hal ini, penulis memilih untuk memanfaatkan metode *lean startup* dalam pengembangan ide bisnis dari GOLEK KOST karena mempertimbangkan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh metode tersebut, meliputi: risiko kegagalan penjualan produk dapat diminimalisir karena proses pengembangan produk sangat memperhatikan masukan yang diperoleh dari calon *customer* sehingga disesuaikan dengan kebutuhan mereka, kemudian lebih efisien waktu, biaya, dan tenaga dalam proses berlangsungnya pengembangan produk ini (Blank, 2013).

Selain metode *lean startup*, dalam membangun ide bisnis dari aplikasi ini penulis juga menerapkan metode *lean canvas*. Dalam hal ini, penulis memadukan beberapa bagian blok dari lembar kerja metode *lean canvas* dengan metode *lean startup*. Metode *lean canvas* merupakan metode yang dimanfaatkan oleh penulis untuk membuat perencanaan ide bisnis dengan tujuan lebih memudahkan dalam menemukan fokus dari ide bisnis yang akan dikembangkan (W, 2019). Berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan dalam implementasi metode *lean canvas*, meliputi

- a. Menentukan *problem*.
- b. Membuat daftar hipotesis *problem*.
- c. Menentukan *customer segments* (agar lebih spesifik dalam memilih siapa saja calon narasumber untuk kegiatan *interview*, maka terlebih dahulu penulis perlu menentukan *early adopters* dengan membuat daftar karakteristik demografi dari calon narasumbernya).
- d. *Interview* dengan calon *customer* untuk melakukan validasi terhadap hipotesis *problem*.
- e. Bertanya pada calon *customer* terkait *problem* lain yang dirasakan dari sisi calon *customer*, tetapi belum masuk dalam daftar hipotesis *problem* yang diajukan oleh penulis.
- f. Meminta calon *customer* untuk memilih *top 3 problems* yang paling dirasakan, kemudian memintanya untuk menyebutkan *existing alternatives* yang selama ini telah dilakukan.
- g. Menentukan ide bisnis yang sesuai dengan *problem* yang telah tervalidasi. Ide bisnis yang dibuat oleh penulis dikemas dalam bentuk yang menarik (berbeda dengan konsep ide bisnis milik kompetitor).
- h. Meminta calon *customer* untuk melakukan validasi terhadap *solution* yang ditawarkan oleh penulis (apakah solusi yang ditawarkan sudah tepat untuk mengatasi *problem* yang dirasakan oleh calon *customer*).
- i. Menentukan *revenue streams* dari ide bisnis yang dikembangkan.
- j. Menentukan *cost structure* dari ide bisnis yang dikembangkan.
- k. Menentukan *key metrics* (indikator untuk dijadikan tolak ukur keberhasilan proses bisnis yang berlangsung).
- l. Menentukan *channels* (media yang digunakan untuk memasarkan produk kepada *customer*).

### 3.3 Market Validation

Pada tahapan *market validation*, penulis melakukan *interview* dengan *customer* untuk tujuan mendapatkan validasi terhadap daftar hipotesis *problem* yang telah dibuat oleh tim, apakah daftar *problem* tersebut memang dirasakan oleh *customer* atau tidak. Saat daftar

hipotesis *problem* tersebut telah tervalidasi, maka penulis akan melanjutkan proses pengembangan ide bisnis yang telah dipilih ke tahap selanjutnya.

Di samping itu, dalam menentukan siapakah yang akan menjadi narasumber dalam kegiatan *interview*, sebelumnya penulis telah melakukan penentuan karakteristik narasumber yang sesuai dengan *problem* yang akan diselesaikan. Penentuan karakteristik narasumber ini akan lebih memudahkan kinerja penulis dan anggota timnya dalam melakukan *interview* sehingga tujuan dari dilakukannya kegiatan *interview* ini lebih tepat sasaran karena narasumber yang dipilih disesuaikan dengan daftar *problem* yang telah dibuat sebelumnya.

Penulis bertanggung jawab untuk memastikan daftar *problem* yang divalidasi oleh narasumber dari keseluruhan hipotesis yang telah diajukan. Selanjutnya, penulis juga mengulik lebih dalam terkait *problem* lain yang dirasakan oleh narasumber dan membutuhkan solusi sebagai bentuk penyelesaian.

### 3.3.1 *Lean Canvas*

Dalam tahapan *market validation*, salah satu kegiatan yang dilakukan oleh penulis adalah menuliskan ide bisnis yang sedang dikembangkan dalam lembar kerja *lean canvas*. Tujuan penulis membuat *lean canvas* yaitu agar memudahkan dalam menemukan fokus dari ide bisnis yang akan dikembangkan. Adapun daftar blok *lean canvas* yang dibuat oleh penulis, meliputi:

a. *Problem*

Pada tahap penentuan *problem*, akan dilakukan *interview* dengan narasumber untuk melakukan validasi terhadap daftar hipotesis *problem* yang telah dibuat oleh penulis. Selain itu, dalam sesi *interview* penulis mengajukan pertanyaan terkait *problem* lain yang dirasakan narasumber. Setelah narasumber menyebutkan *problem* lain yang dirasakannya, penulis akan meminta narasumber untuk menentukan *top 3 problems* yang paling dirasakan dan membutuhkan solusi untuk diselesaikan. Apabila *top 3 problems* telah ditentukan oleh narasumber, penulis akan menanyakan terkait *existing alternatives* yang dilakukan oleh narasumber untuk menyelesaikan *top 3 problems* tersebut. Dari hasil *interview* tersebut, penulis akan menuliskan *top 3 problems* dan *existing alternatives* yang telah disebutkan oleh narasumber pada bagian blok “*Problem dan Existing Alternatives*” di lembar kerja *lean canvas*.

b. *Customer Segments*

Dalam menentukan siapa yang akan menjadi narasumber, maka penulis terlebih dahulu menentukan *early adopters* dengan membuat karakteristik demografi dari calon narasumbernya. Karakteristik demografi yang dibuat oleh penulis dapat mencakup usia,

profesi, domisili, dll. Setelah diperoleh *early adopters* dengan karakteristik demografi yang sesuai, maka selanjutnya penulis menjadwalkan *interview* dengan para narasumber yang telah dipilih. Setelah *customer segments* berhasil ditentukan, maka penulis akan menuliskan pada bagian blok “*Customer Segments dan Early Adopters*” di lembar kerja *lean canvas*, siapa *customer segments* terpilih dari ide bisnis yang akan dikembangkan oleh tim nantinya.

c. *Unique Value Proposition*

Pada bagian ini, penulis akan menentukan ide bisnis dari aplikasi yang dikembangkan berdasarkan *problem* dan *customer segments* yang telah dipilih sebelumnya. Ide bisnis tersebut dikemas dalam suatu bentuk yang unik dengan tujuan menarik minat calon *customer* terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, keunikan yang ditawarkan menjadi nilai khusus yang membedakan antara produk milik penulis dengan produk milik kompetitor. Setelah *unique value proposition* diperoleh, hasil tersebut akan dituliskan pada bagian blok “*Unique Value Proposition*” di lembar kerja *lean canvas*.

d. *Solution*

Pada bagian ini, penulis akan menawarkan solusi berupa fitur-fitur dari aplikasi yang akan dikembangkan untuk menyelesaikan *problem* yang dihadapi oleh *customer*. Fitur-fitur yang ditampilkan tersebut diharapkan dapat menyelesaikan *problem* yang telah disebutkan oleh *customer* pada tahapan sebelumnya. Pada tahap ini, penulis berharap *customer* akan memberikan penilaian dan saran yang akan digunakan untuk menyempurnakan fitur yang telah dibuat. Selain itu, *customer* juga akan diminta melakukan validasi terhadap fitur-fitur yang dihasilkan untuk mengetahui apakah sudah sesuai dengan solusi yang dibutuhkan oleh *customer* atau masih perlu dilakukan perbaikan. Setelah validasi terhadap fitur-fitur diperoleh, hasil tersebut akan dituliskan pada bagian blok “*Solution*” di lembar kerja *lean canvas*.

e. *Unfair Advantage*

Pada bagian ini, penulis akan menampilkan nilai khusus dari ide bisnis yang sedang dikembangkan agar mampu memenangkan persaingan bisnis dengan kompetitornya. Tujuan dibuatnya *unfair advantage* dalam suatu ide bisnis agar menjadi pembeda atau ciri khas antara produk yang dikembangkan oleh penulis dengan produk lain yang sudah ada di *market*. Selain itu, dalam membuat *unfair advantage*, penulis memilih hal-hal yang tidak dapat ditiru dan tidak dapat dibeli oleh kompetitornya sehingga peluang dalam mencapai keberhasilan tujuan bisnis semakin besar. Setelah *unfair advantage* diperoleh, hasil tersebut akan dituliskan pada bagian blok “*Unfair Advantage*” di lembar kerja *lean canvas*.

f. *Revenue Streams*

Pada bagian ini, penulis menyusun daftar sumber pendapatan yang didapatkan oleh pihak *startup* dari proses bisnis yang berlangsung (penjualan produk yang dilakukan). Pendapatan tersebut berasal dari pembayaran yang dilakukan oleh *customer* terhadap layanan yang diberikan oleh pihak *startup* melalui fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi. Setelah *revenue streams* diperoleh, hasil tersebut akan dituliskan pada bagian blok “*Revenue Streams*” di lembar kerja *lean canvas*.

g. *Cost Structure*

Pada bagian ini, penulis menyusun daftar biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh pihak *startup* untuk mendukung kelancaran berlangsungnya proses bisnis. *Cost structure* tersebut digunakan untuk memperkirakan besaran jumlah biaya yang akan dikeluarkan untuk berbagai macam kebutuhan yang berkaitan dengan pemeliharaan sistem, pengembangan produk (aplikasi), gaji karyawan, dll. Setelah *cost structure* diperoleh, hasil tersebut akan dituliskan pada bagian blok “*Cost Structure*” di lembar kerja *lean canvas*.

h. *Key Metrics*

Pada bagian ini, penulis akan menyusun indikator-indikator tertentu yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam memantau perkembangan proses bisnis yang berlangsung sehingga dapat terlihat bagaimana prospek bisnis yang ada, apakah sudah sesuai dengan target yang ingin dicapai atau belum. Setelah *key metrics* diperoleh, hasil tersebut akan dituliskan pada bagian blok “*Key Metrics*” di lembar kerja *lean canvas*.

i. *Channels*

Pada bagian ini, penulis akan menyusun strategi pemasaran yang tepat agar produk yang dihasilkan dapat tersampaikan dengan baik kepada *customer*. Dalam hal ini, penulis memanfaatkan beberapa media tertentu untuk mencapai *customernya*, meliputi: aplikasi, sosialisasi, pemasangan iklan, dll. Setelah *channels* diperoleh, hasil tersebut akan dituliskan pada bagian blok “*Channels*” di lembar kerja *lean canvas*.

### 3.3.2 Analisis SWOT

Pada tahapan melakukan analisis SWOT, ide yang telah dihasilkan oleh tim pengembang *startup* akan dianalisis lebih dalam oleh *hustler*, baik dari sisi *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Saat melakukan analisis SWOT terhadap ide bisnis yang akan dikembangkan, penulis juga harus memperhatikan kompetitor yang sudah ada. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk melakukan perbandingan antara ide bisnis yang akan dikembangkan oleh tim dan ide bisnis yang sudah ada di *market* sehingga

penulis mampu menentukan strategi dan inovasi bisnis yang tepat agar ide bisnis yang dibawanya mampu bersaing di *market* dan dapat diterima dengan baik oleh *customer*.

Analisis SWOT terdiri dari empat elemen, pada elemen *strengths* diisi dengan faktor kekuatan yang dimiliki oleh ide bisnis yang akan dikembangkan. Kemudian pada elemen *weaknesses* diisi dengan faktor kelemahan pada ide bisnis yang akan dikembangkan, selanjutnya pada elemen *opportunities* diisi dengan peluang-peluang yang dapat dikembangkan dari ide bisnis tersebut. Lalu, pada elemen *threats* diisi dengan ancaman-ancaman yang berasal dari sisi internal maupun eksternal yang dapat menghambat tercapainya tujuan bisnis.

Dalam melakukan analisis SWOT, *hustler* dibantu oleh anggota tim dari *startup* GOLEK KOST dalam melakukan analisis terhadap ide bisnis yang telah ditentukan sebelumnya dengan memperhatikan empat elemen yang ada, meliputi: *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Dari hasil analisis SWOT yang telah diperoleh, penulis dapat menentukan apakah ide bisnis dari GOLEK KOST memiliki potensi untuk terus berkembang ke depannya atau tidak. Dalam hal ini, hasil analisis SWOT dari ide bisnis GOLEK KOST memiliki keunggulan pada elemen *strengths* dan *opportunities* sehingga penulis memutuskan untuk melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap ide bisnis indekos ini.

### 3.3.3 *Business Process Model and Notation (BPMN)*

*Business Process Model and Notation (BPMN)* merupakan suatu notasi grafis yang digunakan oleh penulis untuk memberikan penjelasan mengenai proses bisnis dari produk yang sedang dikembangkan (Feri, 2022). BPMN ini digunakan untuk menjelaskan proses bisnis yang berlangsung dalam *startup* GOLEK KOST dari tahap awal hingga akhir sehingga membantu calon *customer* untuk memahami alur proses bisnis yang ada. Dalam proses bisnis *startup* GOLEK KOST, BPMN terdiri dari tiga *lanes*, meliputi: mitra, sistem, dan *customer*.

### 3.4 *Product Validation*

Pada tahapan *product validation*, penulis melakukan *interview* dengan *customer* guna melakukan uji coba terhadap *prototype* yang dihasilkan dan meminta *feedback* terkait fitur-fitur yang ditawarkan sebagai bentuk solusi dari *problem* yang telah tervalidasi pada tahap sebelumnya. *Prototype* yang ditampilkan dalam bentuk *Minimum Viable Product (MVP)* atau suatu produk dengan fitur yang masih sederhana tetapi sudah mampu digunakan oleh *customer* sehingga nilai guna dan keunikan dari fitur yang ada dapat tersampaikan dengan baik pada

*customer*. Setelah narasumber melakukan uji coba pada *prototype*, penulis juga akan meminta penilaian dari narasumber dalam bentuk pemberian *rating* terhadap masing-masing fitur yang terdapat pada *prototype*. Dalam hal ini, *rating* terbagi menjadi lima kategori yang dibedakan berdasarkan tingkat kegunaannya, meliputi: *must have*, *nice to have*, *don't care*, *don't need*, *don't want*. *Feedback* yang diberikan oleh narasumber terhadap masing-masing fitur tersebut akan digunakan oleh penulis sebagai dasar dalam melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas terhadap produk yang sedang dikembangkan.

### 3.5 Business Validation

Pada tahapan *business validation*, penulis akan mempelajari data-data yang diterima dalam bentuk *feedback* dan melakukan analisis untuk dapat mengetahui apakah *problem* dan solusi yang telah tervalidasi tersebut memiliki prospek bisnis ke depannya atau tidak. Adapun *feedback* yang diterima oleh penulis berasal dari validasi pada tahapan *market validation* dan *product validation*, serta kuesioner yang dibagikan kepada calon *customer*. Dalam hal ini, penulis juga menentukan strategi dan inovasi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan *customer*, demi tercapainya tujuan bisnis yang diharapkan oleh tim *startup* GOLEK KOST.

Di samping itu, penulis juga akan menentukan suatu keputusan bisnis apakah perlu dilakukan *pivot* atau tetap bertahan dengan ide bisnis yang saat ini sedang dikembangkan. Adapun tujuan dari pengambilan keputusan bisnis tersebut adalah memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki *market* dan peluang untuk terus berkembang ke depannya.

### 3.6 Aplikasi Serupa

Dalam tahap pengembangan ide, penulis juga harus melakukan riset terhadap produk-produk luaran *startup* lain yang memiliki ide bisnis serupa dengan ide bisnis yang akan dikembangkan oleh tim *startup* GOLEK KOST. Riset tersebut penting untuk dilakukan karena akan digunakan sebagai pembandingan dengan produk bisnis yang saat ini sedang dikembangkan.

Dari riset yang dilakukan, penulis dapat mengetahui hal-hal yang membedakan ide bisnis yang dimiliki dengan ide bisnis yang sudah lebih dulu ada di *market*. Penulis juga dapat mengetahui *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* yang terdapat pada ide bisnis yang sedang dikembangkan. Daftar aplikasi yang memiliki ide bisnis serupa dengan ide bisnis yang sedang dikembangkan oleh tim *startup* GOLEK KOST ditunjukkan pada Tabel 3.1.



Tabel 3.1 Daftar aplikasi dengan ide bisnis serupa

No	Nama Aplikasi	Fitur atau layanan
1	Mamikos	Mamikos menyediakan informasi tentang indekos yang ada di seluruh kota di Indonesia. <i>Customer</i> dapat mencari, menyewa, serta melakukan pembayaran terkait indekos yang diinginkan secara <i>online</i> melalui aplikasi ini. Selain itu, <i>customer</i> dapat memanfaatkan beberapa fitur unggulan dari Mamikos untuk melakukan pengecekan terhadap kamar indekos yang ingin disewa tanpa harus datang langsung ke lokasi.
2	Cari-Kos.com	Aplikasi Cari-Kos.com dapat diakses oleh pencari indekos dan pemilik bisnis indekos. Pencari indekos dapat memanfaatkan aplikasi ini untuk mendapatkan informasi terkait indekos berdasarkan area yang diinginkan. Di samping itu, dalam aplikasi ini pengguna juga dapat menemukan informasi terkait <i>guest house</i> , <i>homestay</i> , dll.
3	InfoKost	Aplikasi InfoKost dapat digunakan oleh pencari indekos untuk mendapatkan informasi terkait indekos berdasarkan fasilitas yang disediakan, seperti: area parkir, lokasi kamar mandi, <i>security</i> , dll. Di samping indekos, dalam aplikasi ini juga tersedia informasi terkait vila dan apartemen. Selain itu, pemilik bisnis indekos dapat memanfaatkan aplikasi IbuKost untuk mempromosikan bisnis miliknya.
4	Sewa Kost	Sewa Kost merupakan situs web yang berisi informasi terkait indekos di seluruh wilayah Indonesia. Informasi yang tersedia dalam web ini, meliputi: pengelola indekos (kontak yang dapat dihubungi), fasilitas umum, fasilitas tiap kamar, dan harga sewa.
5	GOJEK (GoBox)	GOJEK merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai macam fitur untuk menunjang segala aktivitas <i>customer</i> . Salah satu fitur dari aplikasi GOJEK yang berkaitan dengan pengembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST yaitu fitur GoBox. Fitur tersebut dapat dimanfaatkan oleh <i>customer</i> untuk memesan kendaraan agar mempermudah dalam melakukan aktivitas pindahan. Di samping itu, fitur GoBox juga dapat dimanfaatkan untuk mengirim barang. Fitur GoBox ini, memiliki keunggulan dari sisi harga, mudah diakses, terdapat <i>live tracking</i> , jaminan asuransi, dan tidak ada jarak maksimum.
6	OLX	OLX merupakan sebuah aplikasi jual beli barang bekas atau baru yang menyediakan berbagai macam jenis barang. Dalam aplikasi ini, hasil pencarian dari <i>customer</i> akan diutamakan untuk menampilkan barang berdasarkan area atau lokasi terdekatnya sehingga dapat melakukan transaksi secara langsung (COD) untuk meminimalisir penipuan. Keunggulan dari aplikasi OLX yaitu, <i>customer</i> juga dapat dengan mudah memasang iklan untuk menawarkan barang bekas yang ingin dijual sehingga melalui aplikasi ini, siapapun dapat berperan sebagai penjual sekaligus pembeli.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi GOLEK KOST

GOLEK KOST merupakan suatu aplikasi berbasis *mobile* yang dikembangkan dengan tujuan membantu mengatasi permasalahan terkait kebutuhan informasi indekos. *Customer segments* dari aplikasi ini adalah mahasiswa, khususnya di wilayah Yogyakarta. Ide bisnis dari aplikasi ini berfokus pada penyediaan informasi di bidang jasa penyewaan indekos, jual beli barang atau perabotan indekos, serta layanan jasa angkut atau jasa pindahan secara *online*.

Ide bisnis terkait indekos ini dipilih oleh penulis berdasarkan pengalaman pribadi serta hasil pengamatan dari lingkungan sekitar selama menjalani perkuliahan. Kebutuhan mahasiswa terhadap tempat tinggal yang nyaman selama menempuh pendidikan di Yogyakarta saat ini telah menjadi salah satu fokus utama bagi mereka. Tidak dapat dipungkiri, jika pemilihan tempat tinggal (indekos) yang tepat akan berpengaruh juga terhadap kenyamanan aktivitas penghuninya (mahasiswa).

Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, selama ini mahasiswa sering kali merasa kesulitan untuk memperoleh informasi secara *online* terkait indekos yang sesuai dengan kebutuhannya. Mereka biasanya harus meluangkan waktu untuk melakukan survei dengan cara berkunjung secara langsung ke lokasi indekos yang ingin disewa. Kemudian, harus mencari informasi terkait kontak dari penanggung jawab indekos yang dapat dihubungi.

Di samping itu, dalam memenuhi kebutuhan akan perabotan indekos, mahasiswa biasanya melakukan perbandingan harga antara suatu toko dengan toko lainnya agar memperoleh perabotan yang dibutuhkan dengan harga yang terjangkau. Selain itu, saat ini kebiasaan berpindah indekos merupakan hal yang wajar di kalangan mahasiswa. Adanya kebiasaan tersebut menyebabkan kebutuhan informasi terhadap layanan jasa angkut atau jasa pindahan sangat dibutuhkan oleh mahasiswa untuk memudahkan mereka dalam melakukan pindahan.

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan di atas, aplikasi GOLEK KOST menghadirkan beberapa fitur menarik sebagai suatu bentuk solusi untuk menjawab *problem* yang ada di kalangan mahasiswa. Aplikasi GOLEK KOST terdiri dari tiga fitur utama, meliputi: fitur informasi indekos atau kontrakan, fitur jual beli perabotan indekos atau kontrakan, dan fitur layanan jasa angkut atau jasa pindahan. Ketiga fitur tersebut dapat

digunakan dalam satu proses transaksi sekaligus sehingga lebih memudahkan *customer* dalam memenuhi kebutuhannya dan lebih efisien waktu.

Penulis dan anggota timnya memilih untuk mengembangkan aplikasi GOLEK KOST berbasis *mobile* dengan tujuan agar lebih mudah dan praktis dalam mengoperasikannya. Hal ini juga didasari oleh tingginya intensitas penggunaan *gadget* untuk menunjang berbagai macam aktivitas di kalangan mahasiswa. Di samping itu, dalam membangun aplikasi GOLEK KOST, penulis memanfaatkan metode *lean startup* untuk mengembangkan ide bisnisnya dan metode *lean canvas* untuk mempermudah dalam menemukan fokus dari ide bisnis yang sedang dikembangkan, dengan bantuan beberapa bagian blok yang telah terisi pada lembar kerja *lean canvas*.

#### **4.2 Hasil Market Validation**

Pada tahapan *market validation*, penulis melakukan *interview* dengan lima mahasiswa sebagai *customer segments* dari aplikasi GOLEK KOST. Tujuan dari kegiatan *interview* ini untuk melakukan validasi terhadap hipotesis *problem* yang telah dibuat oleh penulis, yaitu *problem* mengenai berbagai macam kebutuhan mahasiswa terkait indekos. Apakah hipotesis *problem* mengenai berbagai macam kebutuhan terkait indekos tersebut memang dirasakan oleh mahasiswa atau tidak. Saat mahasiswa telah memberikan validasi terhadap hipotesis *problem* yang diajukan oleh penulis, maka hipotesis *problem* tersebut akan dikembangkan menjadi sebuah ide bisnis.

Dalam kegiatan *interview*, penulis mengajukan beberapa hipotesis *problem* kepada mahasiswa. Hipotesis *problem* tersebut terdiri dari tiga masalah utama, meliputi: kesulitan memperoleh informasi terkait indekos atau kontrakan, kesulitan dalam memperoleh informasi jual beli perabotan indekos, dan kesulitan memperoleh informasi terkait penyedia jasa angkut atau jasa pindahan. Daftar pertanyaan yang diajukan oleh penulis selama kegiatan *interview* berlangsung ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Daftar pertanyaan *interview* tahap *Market Validation*

No.	Pertanyaan
1	Apakah narasumber merasa kesulitan saat akan mencari informasi terkait indekos atau kontrakan secara <i>online</i> ?
2	Apakah narasumber merasa kesulitan saat akan melakukan transaksi jual beli perabotan indekos atau kontrakan secara <i>online</i> ?
3	Apakah narasumber merasa kesulitan untuk memperoleh informasi terkait penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan saat akan melakukan aktivitas pindahan indekos atau kontrakan ?
4	Apakah ada <i>problem</i> lain yang dirasakan oleh narasumber, tetapi belum masuk dalam daftar hipotesis <i>problem</i> ?
5	Apa langkah yang telah dilakukan untuk menyelesaikan <i>problems</i> yang dihadapi ?

Setelah melakukan *interview*, penulis telah memperoleh hasil bahwa hipotesis *problem* terkait indekos tersebut memang dirasakan oleh para mahasiswa. Dengan adanya hasil validasi tersebut, maka penulis mengembangkan sebuah ide bisnis yang berfokus kepada pemenuhan berbagai macam kebutuhan mahasiswa terkait indekos secara *online*. Hasil validasi *problem* yang diperoleh dari mahasiswa ditunjukkan pada Tabel 4.2.

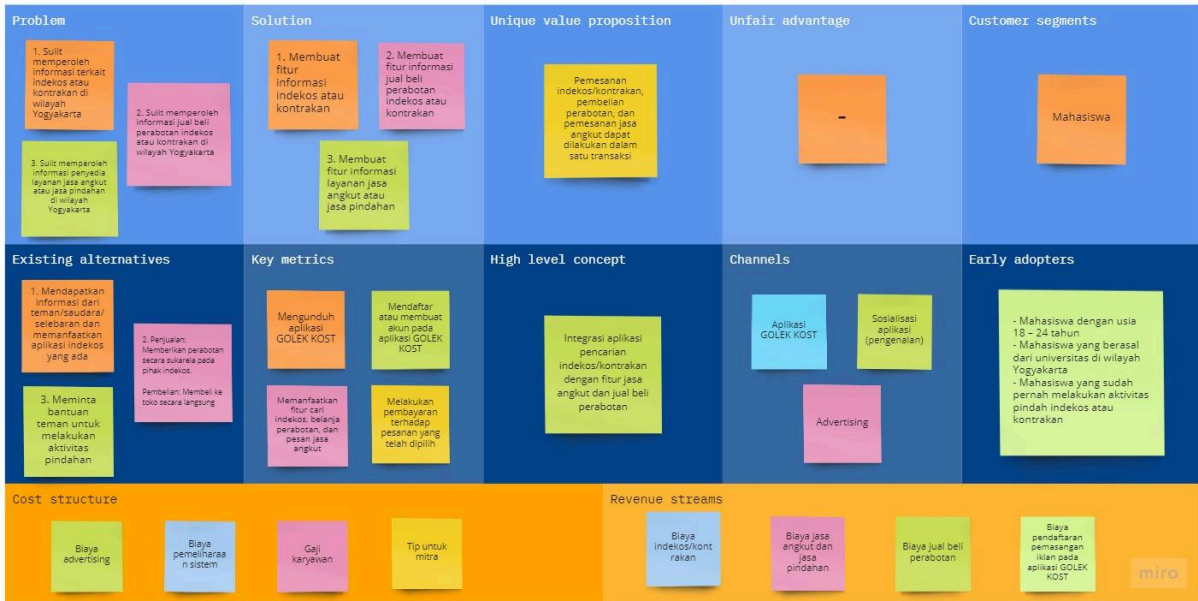
Tabel 4.2 Hasil validasi *problem* dari mahasiswa

No.	Narasumber	Karakteristik	<i>Problem</i>
1	N1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 21 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 8</li> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos dan kontrakan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjelasan terkait model pembayaran kurang detail/kurang jelas (bulanan, tahunan, dll)</li> <li>• Informasi mengenai lokasi indekos/kontrakan kurang jelas</li> <li>• Kesulitan memperoleh informasi untuk menjual perabotan indekos/kontrakan</li> </ul>
2	N2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 22 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 8</li> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sulit menemukan indekos dengan informasi yang detail/lengkap (ada jam malam/tidak)</li> <li>• Sulit mendapatkan informasi penyedia jasa pindahan dan jasa angkut di wilayah Yogyakarta karena biasanya jawaban yang diberikan pihak penyedia jasa kurang jelas</li> <li>• Sulit untuk menemukan informasi terkait lokasi indekos/kontrakan yang strategis</li> </ul>
3	N3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 21 tahun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sulit menemukan indekos yang memberikan informasi secara</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa semester 8</li> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos</li> </ul>	<p>detail terkait mayoritas jenis penghuninya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sulit memperoleh informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta karena kalau dijual secara <i>offline</i> lebih lama lakunya</li> <li>• Sulit memperoleh informasi jasa angkut dan jasa pindahan, terkadang pihak jasanya tidak merespon dengan baik saat ditanya, mengharapkan adanya jasa pindahan dalam suatu bentuk aplikasi</li> </ul>
4	N4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 21 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 4</li> <li>• Mahasiswa universitas negeri di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sulit memperoleh informasi terkait indekos secara detail (lokasi, model pembayaran, dll)</li> <li>• Kurang yakin dengan jasa pindahan yang direkomendasikan teman karena tidak dikelola oleh suatu organisasi khusus</li> <li>• Membutuhkan informasi jual beli perabotan secara <i>online</i> agar lebih luas jangkauan pemasarannya</li> </ul>
5	N5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 22 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 8</li> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sulit memperoleh informasi terkait indekos secara detail (lokasi, <i>security</i>, dll)</li> <li>• Sulit memperoleh informasi untuk membeli perabotan secara <i>online</i> tanpa harus keliling toko perabotan di wilayah Yogyakarta</li> <li>• Sulit menemukan jasa pindahan yang sekaligus melayani jasa angkut</li> </ul>

#### 4.2.1 Hasil *Lean Canvas*

Salah satu aktivitas yang dilakukan oleh penulis sebagai *hustler* dalam tahapan *market validation* adalah menyusun ide bisnis dari *startup* GOLEK KOST melalui lembar kerja *lean canvas* dengan cara mengisi blok-blok yang tersedia. Setelah semua blok sudah diisi oleh penulis, maka *lean canvas* tersebut akan dijadikan sebagai acuan dalam berlangsungnya proses pengembangan ide bisnis oleh tim *startup* GOLEK KOST. *Lean canvas* dari *startup* GOLEK KOST ditunjukkan pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Lean Canvas GOLEK KOST

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Lean canvas yang telah dibuat terdiri dari beberapa blok, meliputi:

a. Problem

Pada pengembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST ini, penulis berfokus pada *problem* terkait indekos di kalangan mahasiswa. Pada tahapan penentuan *problem* ini, diisi dengan kegiatan *interview* bersama *customer segments* dari aplikasi GOLEK KOST yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu mahasiswa. Penulis melakukan *interview* dengan mahasiswa untuk memperoleh validasi terhadap hipotesis *problem* yang telah dibuat dan ingin mengetahui lebih dalam *problem* lain terkait indekos yang dirasakan oleh mahasiswa. Daftar hipotesis *problem* yang divalidasi oleh mahasiswa ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Daftar hipotesis *problem*

No.	Problem
p1	Kesulitan dalam memperoleh informasi terkait indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta
p2	Kesulitan dalam memperoleh informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta
p3	Kesulitan dalam memperoleh informasi penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan di wilayah Yogyakarta

Dari *problem* yang telah disebutkan oleh para mahasiswa, maka penulis meminta mahasiswa untuk menentukan *top 3 problems* yang paling dirasakan dan membutuhkan solusi

untuk diselesaikan. Jawaban dari masing-masing mahasiswa tersebut kemudian dicatat oleh penulis, untuk selanjutnya dipelajari lebih dalam agar menemukan solusi yang tepat untuk mengatasi *problems* tersebut.

Daftar hipotesis *problem* yang telah diajukan oleh penulis, berdasarkan atas pengalaman pribadi serta hasil pengamatan dari lingkungan sekitarnya. *Problem* pertama yaitu, kesulitan dalam memperoleh informasi secara *online* terkait penyewaan indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta. Selama ini, saat akan membutuhkan informasi terkait penyewaan indekos atau kontrakan yang sesuai dengan kebutuhannya, mahasiswa harus meluangkan waktunya untuk mengunjungi lokasi indekos atau kontrakan secara langsung. Hal ini tentunya kurang efektif untuk dilakukan, karena harus berpindah-pindah lokasi indekos atau kontrakan untuk melakukan survei hingga menemukan indekos atau kontrakan yang sesuai dengan kebutuhan.

Kemudian, *problem* kedua terkait kesulitan dalam memperoleh informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta. Saat memilih indekos untuk ditempati, tentunya mahasiswa akan dihadapkan pada beberapa pilihan tipe kamar indekos yang disewakan oleh pemiliknya, meliputi: kamar indekos yang sudah terisi perabotan lengkap dan kamar indekos yang masih belum terisi perabotan sama sekali. Dengan adanya pilihan tersebut, menyebabkan mahasiswa harus mempertimbangkan tentang cara memenuhi kebutuhan terkait perabotan indekosnya. Apakah akan membeli perabotan secara *online* atau akan berkunjung secara langsung ke toko-toko penyedia perabotan yang ada di wilayah Yogyakarta. Selain itu, saat mahasiswa memiliki barang atau perabotan yang sudah tidak terpakai, biasanya beberapa mahasiswa akan memilih untuk menjual barang atau perabotan tersebut kepada pihak lain.

Lalu, *problem* ketiga terkait kesulitan dalam memperoleh informasi penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan di wilayah Yogyakarta. *Problem* ketiga tersebut dirasakan oleh mahasiswa saat akan melakukan aktivitas pindahan indekos atau kontrakan. Biasanya para mahasiswa akan meminta bantuan temannya untuk membantu mengangkut perabotan-perabotan miliknya, hal ini disebabkan karena minimnya informasi tentang penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan yang dapat diakses secara *online*. Para mahasiswa biasanya tidak memilih untuk menggunakan jasa angkut atau jasa pindahan yang banyak ditawarkan di tepi jalan karena minimnya informasi tentang besaran biaya yang harus dibayarkan, jarak maksimal yang akan dilayani oleh para penyedia jasa tersebut, adanya rasa kurang yakin untuk menggunakan jasa pindahan karena tidak dikelola oleh suatu organisasi tertentu, dan layanan

yang diberikan hanya sebatas jasa pindahan tidak menyediakan layanan jasa untuk membantu angkut barang.

Di samping itu, selain ketiga *problem* yang telah dijelaskan sebelumnya, para mahasiswa juga menyebutkan *problem* lain yang mereka rasakan terkait indekos. Dari hasil *interview* yang dilakukan, beberapa *problem* lain tersebut meliputi: kurang jelasnya sistem pembayaran yang diterapkan pada indekos, informasi mengenai mayoritas dari penghuni indekos, serta lokasi indekos yang sulit ditemukan melalui *maps*.

#### b. *Customer Segments*

Pada saat akan melakukan *interview*, maka sebelumnya penulis telah terlebih dahulu menentukan *customer segments* dari aplikasi GOLEK KOST. Pilihan penulis jatuh pada mahasiswa sebagai *customer segments* dari ide bisnis yang sedang dikembangkan oleh penulis dan timnya. Pemilihan jenis customer segments dilakukan berdasarkan segmentasi demografis (usia, pekerjaan, dll) dan segmentasi geografis (lokasi, daerah, wilayah tertentu). Pemilihan mahasiswa sebagai *customer segments* juga berdasarkan pengalaman pribadi dari penulis serta pengamatan terhadap lingkungan sekitarnya. Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis, *problem* yang dirasakan oleh kalangan mahasiswa memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi suatu ide bisnis.

Setelah *customer segments* sudah ditentukan, maka selanjutnya penulis menentukan *early adopters* untuk lebih memudahkan dalam menentukan tipe mahasiswa seperti apa yang akan dijadikan sebagai narasumber dalam *interview*. Penentuan *early adopters* dilakukan dengan cara membuat daftar karakteristik demografi dari *customer segments*, meliputi: usia, profesi, domisili, asal universitas, dan pengalaman pindah indekos atau kontrakan yang pernah dijalani. Berdasarkan daftar karakteristik demografi yang telah dibuat oleh penulis, maka pemilihan *customer segments* menjadi lebih spesifik dan mudah.

Tujuan penulis melakukan penentuan *customer segments* dan *early adopters* yaitu agar ide bisnis yang sedang dikembangkan dapat memperoleh validasi dari narasumber yang tepat dan juga menghindari *scope* yang terlalu luas saat melakukan *interview*. Daftar *early adopters* dan *customer segments* dari aplikasi GOLEK KOST ditunjukkan pada Tabel 4.4.



Tabel 4.4 *Early adopters* dan *customer segments* dari aplikasi GOLEK KOST

Jenis	Karakteristik
<i>Customer Segments</i>	Mahasiswa
<i>Early adopters</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa dengan usia 18 – 24 tahun</li> <li>• Mahasiswa yang berasal dari universitas di wilayah Yogyakarta</li> <li>• Mahasiswa yang sudah pernah melakukan aktivitas pindah indekos atau kontrakan</li> </ul>

### c. *Unique Value Proposition*

Pada bagian *unique value proposition*, penulis membuat ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST dikemas dalam suatu bentuk yang lebih menarik dan mengandung nilai keunikan sehingga mampu menarik minat *customer* untuk menggunakan aplikasi yang ditawarkan. Di samping itu, penentuan *unique value proposition* dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh memiliki ciri khas yang menjadi pembeda dengan produk-produk lain milik kompetitor yang sudah lebih dulu ada di *market*.

Penulis menentukan *unique value proposition* dari ide bisnis aplikasi GOLEK KOST adalah membuat fitur informasi indekos atau kontrakan, fitur jual beli perabotan, dan fitur jasa pindahan atau jasa angkut dapat diakses dalam satu proses transaksi. Dalam hal ini, *customer* dapat memilih paket *mixed bundling* dengan harga yang lebih hemat, yaitu memilih indekos atau kontrakan yang diinginkan, lalu memilih jasa pindahan dan menentukan jasa angkut (jumlah orang untuk membantu dalam mengangkut barang), serta sekaligus berbelanja perabotan dalam aplikasi GOLEK KOST. Saat semua kebutuhan sudah dipilih, maka aplikasi akan menentukan total biaya yang harus dibayarkan oleh *customer*. Pembayaran dapat dilakukan melalui nomor rekening yang sudah tertera pada aplikasi.

### d. *Solution*

Pada bagian *solution* ini, diisi dengan kegiatan *interview* antara penulis dengan *customer segments* yang telah dipilih, yaitu mahasiswa. Kegiatan *interview* dilakukan untuk memperoleh validasi dari mahasiswa terkait solusi-solusi yang telah dibuat untuk menyelesaikan *problem* yang telah divalidasi oleh mahasiswa pada tahap sebelumnya. Solusi yang dibuat oleh penulis terbagi menjadi tiga fitur utama dalam aplikasi GOLEK KOST, fitur-fitur tersebut dibuat berdasarkan *top 3 problems* yang telah divalidasi sebelumnya. Dalam kegiatan *interview* ini, penulis menjelaskan setiap fitur yang terdapat dalam aplikasi tersebut kepada mahasiswa. Selain itu, mahasiswa juga dipersilakan untuk memberikan masukan terhadap fitur-fitur yang

telah dihasilkan, agar penulis beserta timnya dapat melakukan perbaikan serta peningkatan kualitas terhadap produk yang sedang dikembangkan. Daftar solusi yang dibuat oleh penulis ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Daftar *solution*

No.	<i>Solution</i>	Manfaat
S1	Membuat fitur informasi indekos atau kontrakan	Untuk mengatasi <i>problem</i> kesulitan dalam memperoleh informasi secara <i>online</i> terkait indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta
S2	Membuat fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan	Untuk mengatasi <i>problem</i> kesulitan dalam memperoleh informasi secara <i>online</i> terkait jual beli perabotan indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta
S3	Membuat fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan	Untuk mengatasi <i>problem</i> kesulitan dalam memperoleh informasi secara <i>online</i> terkait penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan di wilayah Yogyakarta

Solusi pertama yaitu membuat fitur informasi indekos atau kontrakan. Fitur ini berisi informasi terkait indekos atau kontrakan yang tersedia di wilayah Yogyakarta. Mahasiswa dapat memanfaatkan fitur ini untuk menemukan indekos atau kontrakan yang sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus berkunjung secara langsung ke setiap indekos atau kontrakan yang ada. Pada fitur ini telah tersedia fitur *chat* dan nomor *WhatsApp* dari pemilik indekos atau kontrakan yang memasarkan jasanya melalui aplikasi GOLEK KOST sehingga mahasiswa dapat langsung menghubungi pemilik indekos atau kontrakan yang diinginkannya.

Informasi yang tersedia untuk setiap indekos atau kontrakan, meliputi: deskripsi dari indekos atau kontrakan tersebut, *rating* dan *review* dari indekos atau kontrakan tersebut, informasi tentang mayoritas penghuni indekos atau kontrakan, informasi pengelola indekos atau kontrakan, ketersediaan kamar indekos atau kontrakan, lokasi indekos atau kontrakan, fasilitas yang tersedia, serta harga dan sistem pembayarannya (tiap bulan atau tiap tahun). Mahasiswa dapat melakukan filter pencarian untuk menemukan indekos atau kontrakan berdasarkan lokasi terdekatnya. Pada fitur ini dalam setiap deskripsi indekos atau kontrakan terdapat kode warna yang berbeda-beda untuk memberitahu *customer* tentang mayoritas penghuni dari indekos atau kontrakan tersebut. Tujuan dibuatnya kode warna ini, agar lebih memudahkan *customer* untuk menentukan pilihan indekos atau kontrakan sesuai dengan kebutuhannya.

Kemudian, solusi kedua yaitu membuat fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan. Dalam fitur ini berisi berbagai macam perabotan dengan kondisi baru atau bekas, serta kisaran harga yang bermacam-macam. Fitur ini dapat dimanfaatkan untuk melakukan transaksi jual beli perabotan indekos atau kontrakan khusus di wilayah Yogyakarta. Tujuan dari dibuatnya fitur ini, untuk membantu mengatasi permasalahan mahasiswa terkait perabotan indekos atau kontrakan. Biasanya beberapa mahasiswa merasa kebingungan untuk menyisihkan perabotan miliknya yang sudah tidak digunakan, maka melalui fitur ini, mahasiswa dapat menjual berbagai macam perabotan tersebut. Selain berperan sebagai penjual, setiap mahasiswa juga dapat berperan sebagai pembeli. Metode pengiriman dan pembayaran yang tersedia dalam fitur ini juga beragam sehingga mahasiswa bebas menentukan pilihan metode transaksi sesuai dengan kenyamanan dan kebutuhannya.

Informasi yang terdapat dalam fitur ini, meliputi: nama perabotan yang dijual, deskripsi dari perabotan, harga perabotan, serta lokasi perabotan tersebut berada. Mahasiswa dapat melakukan filter pencarian berdasarkan kategori: harga, lokasi, serta kondisi barang agar lebih mudah dalam menemukan perabotan yang dibutuhkannya. Selain itu, dalam fitur ini juga tersedia fitur *chat* dan nomor *WhatsApp* dari penjual perabotan yang dapat langsung dihubungi oleh pembeli untuk bertanya terkait perabotan yang ingin dibelinya.

Kemudian, solusi ketiga yaitu membuat fitur informasi penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan. Fitur ini berisi daftar penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan yang tersedia di wilayah Yogyakarta. Tujuan dibuatnya fitur jasa angkut atau jasa pindahan ini untuk membantu mengatasi permasalahan mahasiswa terkait kesulitan dalam hal melakukan aktivitas pindahan indekos atau kontrakan. Mahasiswa dapat melakukan filter pencarian jasa angkut atau jasa pindahan berdasarkan lokasi terdekatnya. Layanan jasa angkut atau jasa pindahan yang tersedia pada aplikasi GOLEK KOST terdiri dari dua kategori paket, yaitu jasa pindah biasa dan jasa pindah kilat.

Informasi yang terdapat dalam fitur ini meliputi: lokasi di mana kantor pelayanan jasa angkut atau jasa pindahan tersebut berada, *rating* tentang penyedia jasa tersebut, deskripsi dari masing-masing jenis paket pelayanan yang ditawarkan, jadwal pelayanan, dan harga dari jenis paket pelayanan jasa angkut atau jasa pindahan tersebut. Di samping itu, dalam deskripsi juga terdapat fitur *chat* dan nomor *WhatsApp* dari penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan yang dapat dihubungi secara langsung oleh *customer* untuk bertanya terkait jasa yang dibutuhkannya.

Selain itu, dalam aplikasi GOLEK KOST *customer* dapat mengakses ketiga fitur tersebut untuk satu proses transaksi sekaligus. Saat *customer* mengambil paket *mixed bundling* yang ditawarkan oleh aplikasi, maka total biaya yang harus dibayarkan menjadi lebih hemat dan juga lebih efisien waktu dalam memenuhi kebutuhannya.

*e. Unfair Advantage*

Pada bagian ini, sementara masih dikosongkan karena tim *startup* GOLEK KOST masih dalam tahap pengembangan ide bisnis yang baru saja dirintis agar ide tersebut semakin sempurna dan terus mempelajari dinamika yang ada di *market* untuk mengetahui peluang-peluang yang dapat dijadikan sebagai strategi bisnis ke depannya agar mampu bersaing dengan kompetitor lain serta dapat mencapai tujuan bisnis yang diharapkan.

*f. Revenue Streams*

Pada bagian *revenue streams* penulis membuat daftar sumber pendapatan yang akan didapatkan oleh pihak *startup* GOLEK KOST dalam berlangsungnya proses pengembangan ide bisnis ini. Daftar sumber pendapatan tersebut, meliputi: pembayaran biaya indekos/kontrakan, pembayaran biaya jasa angkut dan jasa pindahan, pembayaran biaya jual beli perabotan, dan pembayaran biaya pendaftaran memasang iklan pada aplikasi GOLEK KOST.

*g. Cost Structure*

Pada bagian *cost structure*, penulis membuat daftar biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh pihak *startup* GOLEK KOST selama berlangsungnya proses pengembangan ide bisnis ini. Biaya operasional ini digunakan untuk mendukung kelancaran berlangsungnya proses bisnis yang ada. Adapun daftar biaya operasional tersebut, meliputi: biaya pemeliharaan sistem, gaji karyawan, tip untuk mitra, biaya jasa pemasangan iklan untuk promosi aplikasi GOLEK KOST.

*h. Key Metrics*

Pada bagian *key metrics*, penulis menyusun indikator-indikator tertentu untuk dijadikan sebagai tolak ukur dalam memantau perkembangan proses bisnis yang berlangsung. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk melihat apakah tujuan bisnis yang diharapkan sudah tercapai atau belum. Adapun indikator tersebut, meliputi: jumlah unduhan aplikasi GOLEK

KOST, jumlah *user* yang mendaftar atau membuat akun pada aplikasi GOLEK KOST, jumlah *user* yang memanfaatkan fitur sewa indekos/kontrakan, fitur sewa jasa angkut dan jasa pindahan, dan fitur jual beli perabotan, serta jumlah *user* yang melakukan pembayaran terhadap pesanan yang telah dipilih (*user* yang melakukan transaksi hingga selesai).

*i. Channels*

Pada bagian *channels*, penulis menyusun strategi pemasaran yang tepat agar produk yang dihasilkan dapat tersampaikan dengan baik kepada *customer*. Dalam hal ini, penulis memanfaatkan beberapa media tertentu untuk mencapai *customernya*, meliputi: merilis aplikasi GOLEK KOST, sosialisasi (pengenalan) aplikasi GOLEK KOST, pemasangan iklan untuk promosi aplikasi, dll.

#### **4.2.2 Hasil Analisis SWOT**

Tahapan analisis SWOT dilakukan setelah tahap penentuan ide bisnis. Pada tahap ini, penulis melakukan analisis terhadap ide bisnis yang telah dipilih sebelumnya, yaitu ide bisnis tentang jasa penyediaan indekos. Analisis terhadap ide bisnis ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang akan dihadapi ke depannya oleh penulis dalam proses pengembangan ide bisnisnya.

Ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST ini dianalisis dengan memperhatikan empat faktor, meliputi: *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Penulis melakukan analisis SWOT terhadap ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST untuk mengetahui kekuatan dan peluang bisnis yang dapat dicapai nantinya, serta dapat mempertimbangkan langkah-langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kelemahan dan ancaman dari ide bisnis yang dikembangkan.

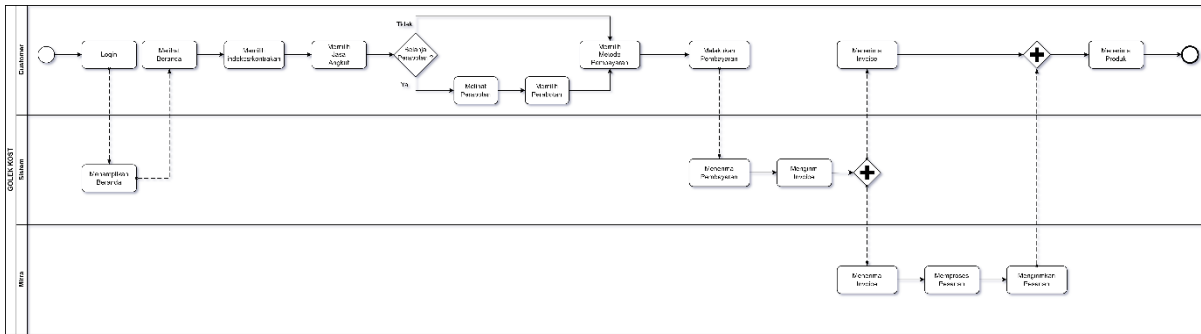
Di samping itu, dengan adanya analisis SWOT penulis dapat melakukan pengamatan dan perbandingan antara ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST dengan ide bisnis serupa yang sudah ada pada aplikasi lain. Tujuan penulis melakukan perbandingan ide bisnis untuk mengetahui inovasi dan strategi bisnis yang dapat dibuat untuk kesuksesan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST. Daftar hasil analisis SWOT terhadap ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST ditunjukkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil analisis SWOT dari ide bisnis aplikasi GOLEK KOST

<b>Analisis SWOT</b>			
<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Memudahkan dalam mendapatkan informasi terkait indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta	Tidak semua pemilik indekos memanfaatkan kecanggihan teknologi (minim promosi secara <i>online</i> )	Terdapat banyak pilihan untuk melakukan transaksi jual beli perabotan secara <i>online</i>	Adanya aplikasi yang serupa
Memudahkan dalam mendapatkan informasi terkait penyedia jasa angkut atau jasa pindahan di wilayah Yogyakarta	Masih perlunya sosialisasi aplikasi, karena masih banyak mahasiswa yang belum mengenal aplikasi ini	Pandemi yang memungkinkan mahasiswa lebih nyaman melakukan transaksi secara <i>online</i>	Aplikasi tidak berjalan sebagaimana mestinya
Memudahkan dalam proses pemesanan jasa angkut atau jasa pindahan		Banyaknya tersedia bisnis indekos atau kontrakan di wilayah Yogyakarta	Adanya kemungkinan orderan yang fiktif
Memudahkan dalam hal penjualan perabotan indekos atau kontrakan yang sudah tidak terpakai		Aplikasi penyedia jasa angkut atau jasa pindahan yang masih sedikit jumlahnya	Adanya gangguan jaringan <i>provider</i>
Memudahkan dalam memperoleh berbagai macam kebutuhan terkait indekos karena dapat melakukan pemesanan dalam satu kali proses transaksi		Banyaknya mahasiswa dari luar daerah yang berkuliah di Yogyakarta	
		Para pemilik bisnis indekos atau kontrakan ingin semakin memperluas jangkauan promosi bisnisnya	

#### 4.2.3 Hasil *Business Process Model and Notation* (BPMN)

Dalam tahapan *Market Validation*, salah satu hal yang dilakukan oleh penulis adalah membuat *business process model and notation* (BPMN) untuk memberikan penjelasan tentang seluruh alur jalannya proses bisnis yang berlangsung dalam aplikasi GOLEK KOST. Proses bisnis yang digambarkan dalam BPMN terdiri dari tiga *lanes*, meliputi: *customer*, sistem, dan mitra. BPMN dari aplikasi GOLEK KOST ditunjukkan pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 BPMN aplikasi GOLEK KOST

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Proses bisnis yang berlangsung dalam aplikasi GOLEK KOST dimulai dari *customer* melakukan login ke aplikasi. Kemudian, sistem akan menampilkan beranda dari aplikasi GOLEK KOST. Setelah tampilan beranda sudah muncul, maka *customer* dapat langsung mencari indekos atau kontrakan dengan cara memanfaatkan filter pencarian yang tersedia dan memasukkan beberapa data, meliputi: lokasi, jenis hunian, tanggal mulai menghuni indekos atau kontrakan, kisaran harga, profesi, lama sewa, tipe kamar, dan jenis kelamin. Setelah hasil pencarian muncul, *customer* dapat langsung memilih indekos atau kontrakan sesuai kebutuhannya. Saat sudah menentukan pilihan indekos atau kontrakan, maka *customer* dapat langsung memilih layanan jasa pindahan dan jasa angkut untuk membantu proses pindahannya dengan memanfaatkan filter pencarian yang tersedia dan memasukkan beberapa data, meliputi: alamat indekos atau kontrakan lama, alamat indekos atau kontrakan baru, tanggal mulai pindahan, tanggal selesai pindahan, kisaran harga, jenis paket, dan jumlah pekerja jasa angkut. Setelah hasil pencarian muncul, *customer* dapat langsung memilih jasa angkut dan jasa pindahan sesuai kebutuhannya. Selanjutnya, *customer* dapat memilih apakah akan berbelanja perabotan atau tidak. Apabila *customer* sudah merasa cukup dalam memenuhi kebutuhannya dan tidak ada tambahan kebutuhan terkait belanja perabotan, maka *customer* dapat langsung memilih metode pembayaran dan melakukan pembayaran. Jika *customer* juga ingin berbelanja perabotan, maka *customer* dapat melihat daftar perabotan yang tersedia sebelum memilih metode pembayaran dan setelah itu menentukan pilihan perabotan mana yang ingin dibeli. Sistem akan menerima pembayaran dari *customer* dan sistem akan mengirimkan *invoice* kepada *customer* dan mitra. Saat mitra telah menerima *invoice* dari sistem, maka mitra akan langsung memproses pesanan yang masuk. Setelah semua pesanan siap, maka mitra akan mengirimkan pesanan dan *customer* akan menerima produk yang telah dipilihnya, kemudian semua proses bisnis telah selesai dilakukan.

### 4.3 Hasil Product Validation

Dalam tahapan *Product Validation* ini, penulis kembali melakukan *interview* dengan mahasiswa untuk mendapatkan validasi atas solusi yang telah dihasilkan oleh penulis dan timnya dalam bentuk *prototype* dari aplikasi GOLEK KOST. *Prototype* yang ditampilkan dalam bentuk *Minimum Viable Product* (MVP) atau suatu produk dengan fitur yang masih sederhana tetapi sudah mampu digunakan oleh *customer* sehingga nilai guna dan keunikan dari fitur yang ada dapat tersampaikan dengan baik pada *customer*. Kegiatan yang dilakukan selama

*interview* berlangsung, meliputi: menampilkan *prototype* dari aplikasi GOLEK KOST, melakukan uji coba terhadap *prototype* yang ditampilkan dan meminta mahasiswa untuk memberikan *rating* terhadap masing-masing fitur yang ditampilkan sebagai bentuk validasi.

Kegiatan pertama dimulai dengan menampilkan *prototype* dalam versi *Minimum Viable Product* (MVP) dari aplikasi GOLEK KOST, dalam kegiatan ini penulis menjelaskan tentang aplikasi GOLEK KOST dan tujuan dibuatnya aplikasi ini. Kemudian, penulis akan mendemonstrasikan cara menggunakan *prototype* yang ditampilkan disertai dengan penjelasan fungsi dari masing-masing fitur yang ada. Di samping itu, penulis juga mempersilakan jika mahasiswa ingin mencoba mengoperasikan *prototype* dari aplikasi GOLEK KOST secara langsung. Daftar pertanyaan yang diajukan oleh penulis pada saat *interview* dalam tahap *Product Validation* ditunjukkan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Daftar pertanyaan *interview* tahap *Product Validation*

No.	Pertanyaan
1	Apakah menurut narasumber fitur informasi indekos atau kontrakan yang ada dalam aplikasi GOLEK KOST sudah tepat untuk menyelesaikan <i>problem</i> yang dirasakan ? Kemudian, <i>rating</i> apa yang sesuai untuk diberikan pada fitur tersebut ?
2	Apakah menurut narasumber fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan yang ada dalam aplikasi GOLEK KOST sudah tepat untuk menyelesaikan <i>problem</i> yang dihadapi ? Kemudian, <i>rating</i> apa yang sesuai untuk diberikan pada fitur tersebut ?
3	Apakah menurut narasumber fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan yang ada dalam aplikasi GOLEK KOST sudah tepat untuk menyelesaikan <i>problem</i> yang dihadapi ? Kemudian, <i>rating</i> apa yang sesuai untuk diberikan pada fitur tersebut ?

Kegiatan selanjutnya adalah meminta mahasiswa untuk memberikan *rating* terhadap masing-masing fitur yang telah diuji coba dan telah dijelaskan fungsinya. *Rating* yang diberikan terbagi dalam lima kategori yang dibedakan berdasarkan tingkat kegunaannya. Pemberian *rating* untuk masing-masing fitur ini merupakan bentuk validasi terhadap solusi yang dihasilkan, apakah solusi tersebut sudah tepat untuk menyelesaikan *problem* yang dirasakan oleh mahasiswa. Lima kategori *rating* yang dapat digunakan oleh mahasiswa untuk memberikan validasi terhadap fitur-fitur yang ada pada aplikasi GOLEK KOST ditunjukkan pada Tabel 4.8.



Tabel 4.8 Daftar *rating* dalam tahap *Product Validation*

No.	<i>Rating</i>	Keterangan
1	<i>Must have</i>	Harus ada fitur ini di dalam aplikasi GOLEK KOST
2	<i>Nice to have</i>	Bagus jika ada fitur ini di dalam aplikasi GOLEK KOST
3	<i>Don't care</i>	Tidak peduli fitur ini ada atau tidak di dalam aplikasi GOLEK KOST
4	<i>Don't need</i>	Fitur ini tidak dibutuhkan jika ada di dalam aplikasi GOLEK KOST
5	<i>Don't want</i>	Fitur ini tidak diinginkan jika ada di dalam aplikasi GOLEK KOST

*Rating* dan *feedback* yang diberikan oleh mahasiswa terhadap masing-masing fitur dalam aplikasi GOLEK KOST akan dimanfaatkan oleh penulis untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas terhadap produk aplikasi yang sedang dalam proses pengembangan. Di samping itu, dengan adanya *rating* dan *feedback* yang sudah diperoleh, penulis dapat membaca peluang yang ada untuk pengembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST. *Rating* yang diberikan oleh mahasiswa juga menjadi salah satu dasar dalam mengambil keputusan untuk mempertahankan atau mengubah fitur yang sudah ada. Hasil *Product Validation* dari mahasiswa ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Daftar hasil *Product Validation*

No.	Narasumber	Karakteristik	<i>Rating</i>
1	N1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 22 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 8</li> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan : <i>Must have</i></li> </ul>
2	N2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 21 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 8</li> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos atau kontrakan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan : <i>Must have</i></li> </ul>
3	N3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 21 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 8</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan : <i>Must have</i></li> </ul>
4	N4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 22 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 8</li> <li>• Mahasiswa universitas swasta di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos atau kontrakan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan : <i>Nice to have</i></li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan : <i>Nice to have</i></li> </ul>
5	N5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 21 tahun</li> <li>• Mahasiswa semester 6</li> <li>• Mahasiswa universitas negeri di Yogyakarta</li> <li>• Pernah pindah indekos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan : <i>Must have</i></li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan : <i>Must have</i></li> </ul>

#### 4.3.1 Hasil *Prototype*

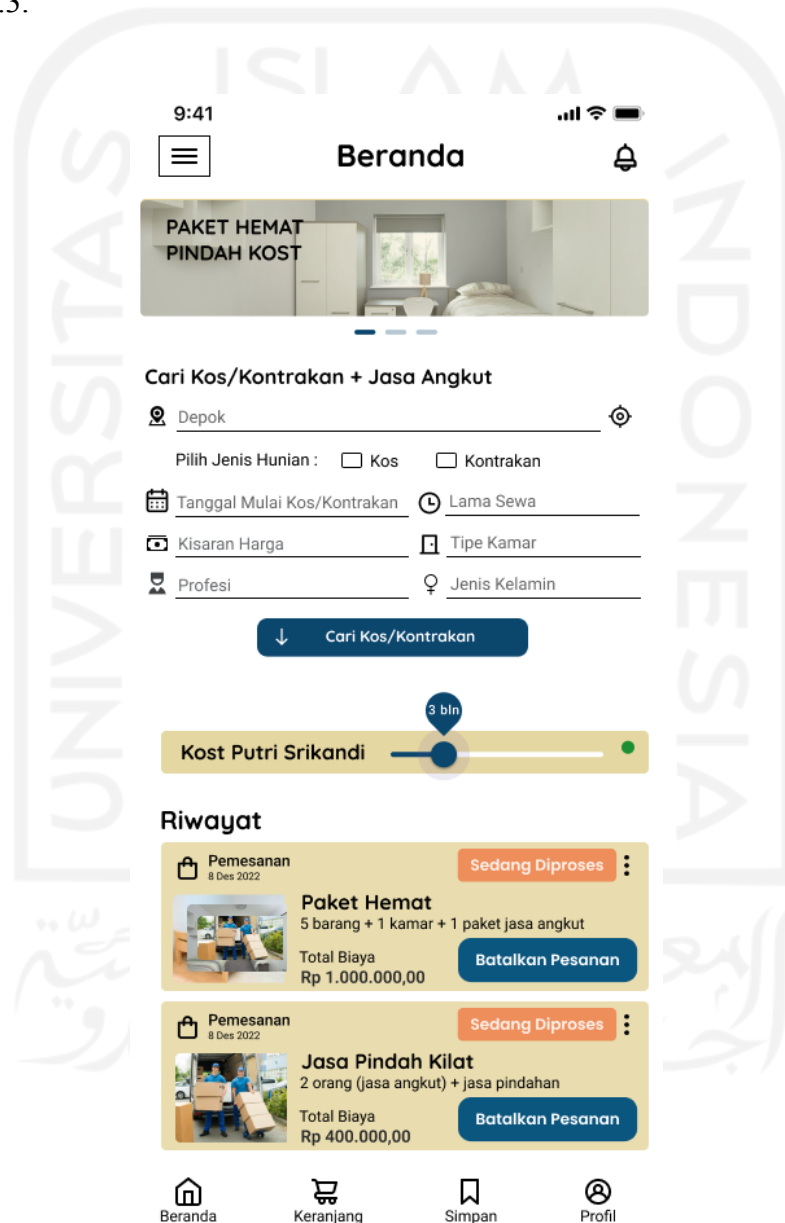
Setelah melakukan *interview* dengan mahasiswa, maka diperoleh hasil validasi terhadap produk yang sedang dikembangkan oleh penulis, yaitu aplikasi GOLEK KOST. *Prototype* dari aplikasi GOLEK KOST disajikan dalam versi *Minimum Viable Product* (MVP) dengan tujuan agar calon *customer* dapat merasakan pengalaman saat menggunakan aplikasi dengan fitur yang masih sederhana tetapi nilai guna yang terdapat di dalamnya sudah tersampaikan dengan baik sehingga calon *customer* dapat memberikan *feedback* terkait fitur-fitur yang tersedia. Dalam aplikasi GOLEK KOST ini terdapat tiga fitur utama yang dikembangkan oleh penulis bersama dengan timnya, untuk membantu menyelesaikan berbagai macam *problem* terkait indekos atau kontrakan yang dirasakan oleh *customer segments*, meliputi: fitur informasi indekos atau kontrakan, fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan, dan fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan. Berikut ini merupakan tampilan dari fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi GOLEK KOST tersebut.

##### a. Halaman Beranda

Pada halaman beranda aplikasi GOLEK KOST berisi tampilan filter pencarian untuk menemukan indekos atau kontrakan yang sesuai dengan kebutuhan *customer*. Dalam filter

pencaharian terdapat beberapa data yang harus diisi, meliputi: lokasi, jenis hunian, tanggal mulai mengkhuni indekos atau kontrakan, kisaran harga, profesi, lama sewa, tipe kamar, dan jenis kelamin. Selain itu, pada halaman beranda juga terdapat tampilan status indekos atau kontrakan yang aktif (sedang ditempati) oleh *customer* disertai dengan keterangan lama waktu sewa yang telah berjalan. Pada halaman beranda juga terdapat tampilan riwayat berisi daftar pesanan *customer* yang sedang diproses. Tampilan dari halaman beranda ditunjukkan pada

Gambar 4.3.



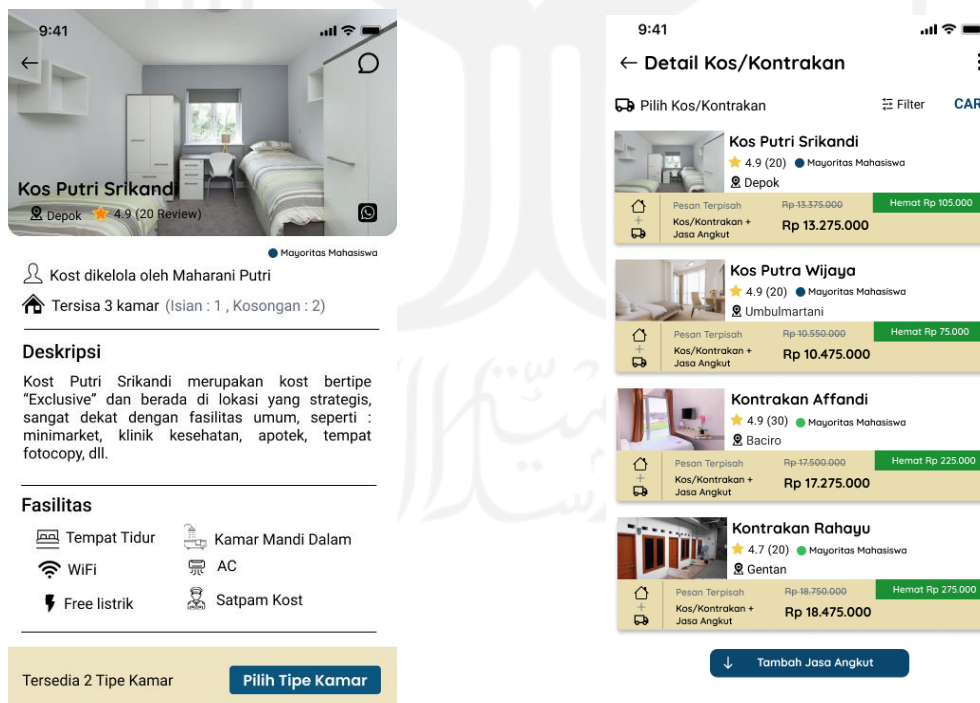
Gambar 4.3 Tampilan halaman beranda Aplikasi GOLEK KOST

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

## b. Halaman Fitur Informasi Indekos atau Kontrakan

Pada halaman fitur informasi indekos atau kontrakan berisi tampilan dari berbagai macam pilihan indekos atau kontrakan yang sesuai dengan filter pencarian yang diisikan *customer* pada halaman beranda. Pada tampilan daftar hasil pencarian indekos atau kontrakan, terdapat promo paket *mixed bundling* yang disediakan oleh aplikasi GOLEK KOST. Apabila *customer* mengambil paket *mixed bundling* tersebut, maka harga yang ditawarkan menjadi lebih murah (lebih hemat). Paket *mixed bundling* ini berisi sewa indekos atau kontrakan sekaligus memilih jasa angkut dan jasa pindahan untuk membantu *customer* agar lebih mudah dalam melakukan proses pindahan.

Pada fitur ini juga terdapat deskripsi dari indekos atau kontrakan yang dilengkapi dengan beberapa informasi lain, meliputi: lokasi, *rating* dan *review*, pengelola indekos atau kontrakan, ketersediaan kamar, jenis penghuni (mayoritas penghuni), daftar berbagai fasilitas, nomor *WhatsApp* yang dapat dihubungi, dan fitur *chatting* untuk melakukan tanya jawab dengan pengelola indekos atau kontrakan. Tampilan dari fitur informasi indekos atau kontrakan ditunjukkan pada Gambar 4.4.

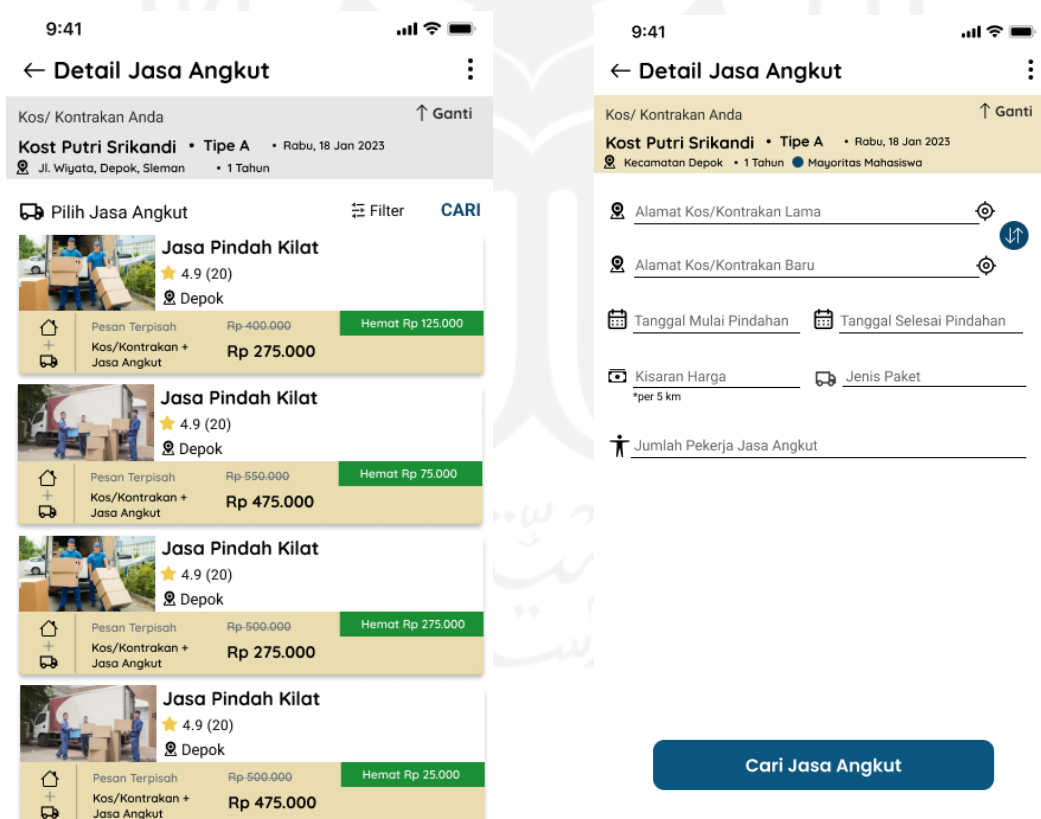


Gambar 4.4 Tampilan halaman fitur informasi indekos atau kontrakan

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

c. Halaman Fitur Informasi Layanan Jasa Angkut atau Jasa Pindahan

Saat akan memilih jasa angkut dan jasa pindahan, maka *customer* dapat memanfaatkan filter pencarian yang tersedia dengan mengisi beberapa data, meliputi: alamat indekos atau kontrakan lama, alamat indekos atau kontrakan baru, tanggal mulai pindahan, tanggal selesai pindahan, kisaran harga, jenis paket, dan jumlah pekerja jasa angkut. Kemudian, pada halaman fitur informasi layanan jasa angkut dan jasa pindahan akan menampilkan berbagai macam pilihan jasa angkut dan jasa pindahan yang sesuai dengan filter pencarian yang diisikan *customer*. Pada tampilan daftar hasil pencarian jasa angkut dan jasa pindahan, juga terdapat promo paket *mixed bundling* yang disediakan oleh aplikasi GOLEK KOST. Apabila *customer* mengambil paket *mixed bundling* tersebut, maka harga yang ditawarkan menjadi lebih murah (lebih hemat). Paket *mixed bundling* ini berisi sewa indekos atau kontrakan sekaligus memilih jasa angkut dan jasa pindahan. Tampilan dari fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan ditunjukkan pada Gambar 4.5.

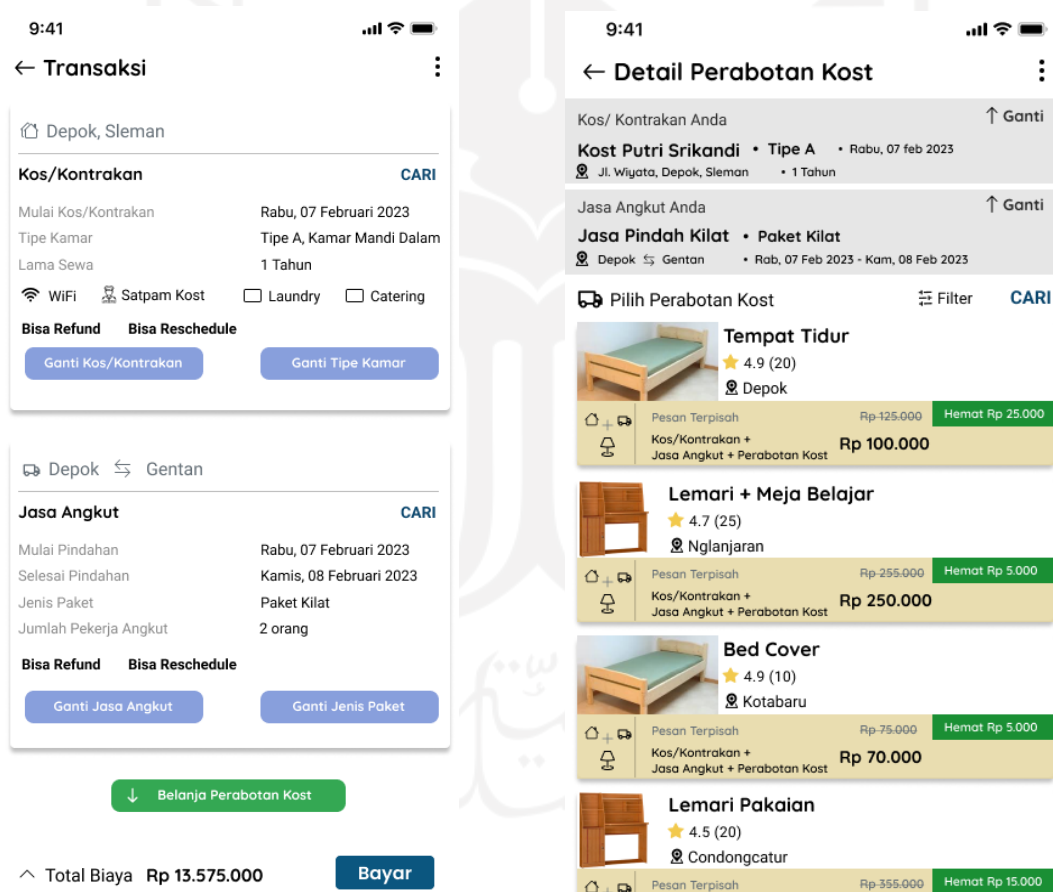


Gambar 4.5 Tampilan halaman fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

d. Halaman Fitur Informasi Jual Beli Perabotan Indekos atau Kontrakan

Saat *customer* sudah menentukan pilihan terhadap indekos atau kontrakan dan jasa angkut atau jasa pindahan yang sesuai dengan kebutuhannya, maka aplikasi akan menampilkan *invoice* milik *customer* berisi total biaya dari pesanan yang dipilih. Kemudian, *customer* juga dapat berbelanja perabotan melalui aplikasi GOLEK KOST. Pada halaman fitur informasi jual beli perabotan akan menampilkan berbagai macam pilihan perabotan yang ditawarkan dalam promo paket *mixed bundling* dengan harga yang lebih hemat. Paket *mixed bundling* ini berisi sewa indekos atau kontrakan sekaligus memilih jasa angkut dan jasa pindahan serta berbelanja perabotan indekos atau kontrakan. Tampilan dari fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan ditunjukkan pada Gambar 4.6.

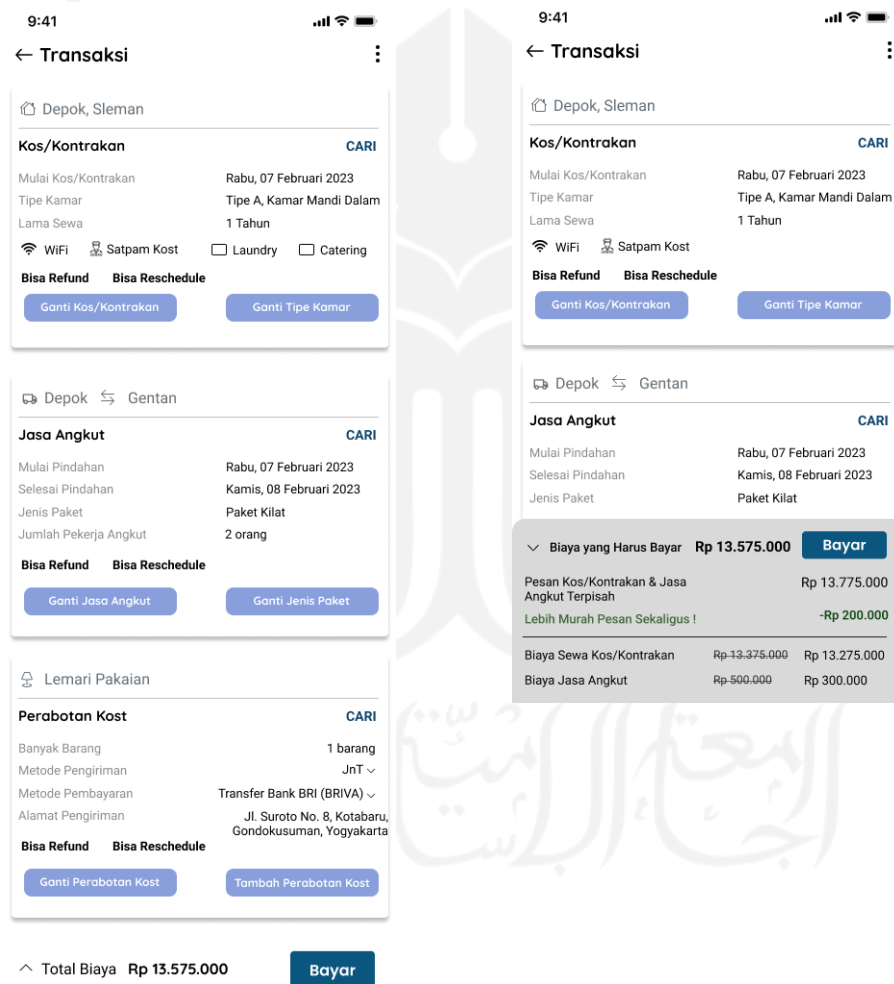


Gambar 4.6 Tampilan halaman fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

### e. Halaman Transaksi Pembayaran

Pada halaman transaksi pembayaran akan menampilkan *invoice* milik *customer* atas pesanan yang telah dipilihnya. Setelah *customer* selesai memilih semua kebutuhannya, maka *customer* akan diarahkan pada halaman transaksi pembayaran, pada halaman ini berisi daftar indekos atau kontrakan, jasa angkut dan jasa pindahan, serta perabotan yang telah dipilih oleh *customer*. Selain itu, *customer* juga dapat memilih metode pembayaran yang akan digunakan. Total biaya transaksi yang harus dibayarkan oleh *customer* adalah total harga paket *bundling* artinya dari harga asli mendapatkan potongan harga beberapa persen. Tampilan dari halaman transaksi pembayaran ditunjukkan pada Gambar 4.7.



Gambar 4.7 Tampilan halaman transaksi pembayaran

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

#### 4.4 Hasil *Business Validation*

Pada tahapan *business validation*, penulis mempelajari data-data berupa *feedback* yang telah diperoleh dari tahapan *market validation* dan *product validation*. *Feedback* yang diperoleh dari kedua tahapan tersebut berupa validasi terhadap ide bisnis yang sedang dikembangkan dan validasi terhadap produk yang dihasilkan sebagai suatu bentuk solusi. Cara yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh *feedback* lebih mendalam terkait ide bisnis yang sedang dikembangkan tersebut yaitu menyebarkan kuesioner kepada calon *customer*. Kuesioner yang disebarkan oleh penulis berisi pertanyaan-pertanyaan untuk menggali lebih dalam tentang komentar atau pendapat dari para calon *customer* terkait produk yang telah dihasilkan dan telah didemonstrasikan pada tahapan sebelumnya. Daftar *feedback* yang telah didapatkan dari para calon *customer* melalui form yang disebarkan ditunjukkan pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Daftar *feedback*

No.	Narasumber	Fitur	<i>Feedback</i>
1	N1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi yang saya peroleh cukup jelas dan detail mengenai indekos yang saya butuhkan. Selain itu, terdapat nomor kontak dan alamat dari pemilik indekos yang bisa dihubungi secara langsung sehingga lebih mudah untuk berkomunikasi.</li> <li>• Dapat mempermudah saya dalam menjual ataupun membeli barang perabotan sesuai kebutuhan dengan sesama pengguna lain. Adanya fitur tersebut membuat transaksi jual beli perabotan menjadi lebih aman dan terpercaya, serta informasi yang tercantum dalam deskripsi sesuai dengan kondisi barang yang ada.</li> <li>• Adanya fitur ini sangat membantu saya sebagai anak indekos dalam mencari jasa angkut untuk pindahan dari satu tempat ke tempat lain dengan mudah, nyaman,</li> </ul>



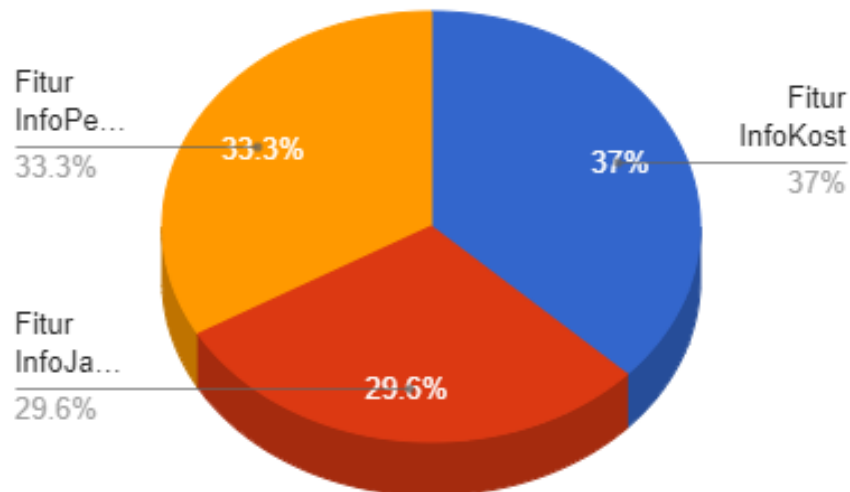
			<p>dan terpercaya. Di samping itu, melalui fitur ini saya juga dapat memperoleh kontak jasa angkut lebih mudah dengan harga yang dapat disesuaikan dengan budget yang dimiliki.</p>
2	N2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya fitur ini membuat saya lebih menghemat waktu dan tidak perlu membuang tenaga saat mencari informasi indekos atau kontrakan sehingga juga tidak terganggu dalam melakukan aktivitas lain.</li> <li>• Adanya fitur ini menjadikan transaksi jual beli perabotan lebih mudah, cepat, dan tidak repot. Di samping itu, juga tidak harus membuang waktu dan tenaga untuk mencari perabotan secara langsung ke toko, serta pembayaran bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja sehingga menjadi lebih praktis.</li> <li>• Adanya fitur ini menjadikan saya lebih mudah dalam mencari informasi terkait jasa angkut. Selain itu, biasanya juga sudah tersedia kisaran harga dari layanan tersebut sehingga dapat mengatasi ketakutan saya terhadap layanan jasa angkut atau jasa pindahan yang sembarangan dan tidak terdapat <i>review</i> yang jelas.</li> </ul>
3	N3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos lebih mempermudah saya dalam melakukan pencarian indekos atau kontrakan tanpa harus datang langsung ke lokasi dan juga lebih mempersingkat waktu.</li> <li>• Saya merasa dengan adanya fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan, saya bisa memperoleh barang-barang dengan harga lebih murah dan juga lebih terjamin</li> </ul>

			<p>karena bisa bertransaksi secara langsung (COD).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa adanya fitur jasa angkut atau jasa pindahan lebih mempermudah dalam mendapatkan informasi seputar kebutuhan jasa angkut tanpa harus keluar untuk berkeliling mencari informasi secara langsung.</li> </ul>
4	N4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa terbantu dengan fitur ini karena lebih mudah diakses kapan saja dan di mana saja sehingga saya tidak perlu mendatangi indekos atau kontrakan secara langsung. Selain itu, pada aplikasi GOLEK KOST ini juga sudah langsung terhubung dengan <i>WhatsApp</i> dari pemilik indekos sehingga memudahkan saya sebagai pencari indekos untuk melakukan tanya jawab dengan pemilik indekos. Di samping itu, dengan adanya fitur kode warna (mahasiswa, campuran, dll) yang dicantumkan oleh aplikasi ini pada setiap bagian deskripsi indekos atau kontrakan, menjadikan saya dapat lebih leluasa memilih lingkungan indekos yang nyaman untuk ditinggali.</li> <li>• Saya sebagai anak kos merasa selama ini saat ingin menjual perabotan masih kesulitan dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mencari pembeli jika melakukan penjualan secara langsung. Adanya aplikasi GOLEK KOST dengan salah satu fiturnya yaitu informasi jual beli perabotan indekos lebih memudahkan saya sebagai pemilik barang untuk menjual dan menemukan pembeli dari</li> </ul>

			<p>perabotan yang ingin saya jual.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan pada aplikasi GOLEK KOST memudahkan saya sebagai anak kos untuk menemukan penyedia layanan jasa angkut yang cocok dari segi budget menjadi hal paling utama. Di samping itu, pada fitur ini juga terdapat kontak dari penyedia layanan jasa angkut, serta tersedia berbagai pilihan paket layanan jasa angkut yang menarik. Pilihan-pilihan paket tersebut dapat saya pilih sesuai dengan yang saya butuhkan.</li> </ul>
5	N5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan</li> <li>• Fitur informasi layanan jasa angkut atau jasa pindahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitur informasi indekos atau kontrakan sangat memudahkan saya dalam mencari indekos atau kontrakan yang sesuai dengan kebutuhan. Deskripsi yang tersedia pada setiap indekos atau kontrakan juga sudah sangat jelas, dan juga terdapat nomor kontak dari pemilik kos yang bisa langsung saya hubungi untuk bertanya lebih detail terkait kos yang saya pilih.</li> <li>• Fitur jual beli perabotan indekos atau kontrakan yang ada pada aplikasi ini sangat memudahkan saya dalam menjual perabotan yang sudah tidak terpakai. Di samping itu, saya juga lebih mudah dan praktis dalam memperoleh perabotan-perabotan yang saya butuhkan atau yang ingin saya beli tanpa harus datang ke toko secara langsung.</li> <li>• Adanya fitur informasi jasa angkut atau jasa pindahan pada aplikasi GOLEK KOST ini membuat saya</li> </ul>

			lebih mudah memperoleh informasi seputar jasa angkut yang saya butuhkan secara <i>online</i> sehingga dari sisi harga bisa menyesuaikan dengan budget yang dimiliki karena terdapat berbagai macam pilihan paket yang sudah dilengkapi deskripsi layanan dan kisaran harganya.
--	--	--	--

Berdasarkan *feedback* yang telah diperoleh dari calon *customer* pada tahapan sebelumnya, maka diperoleh hasil 37% validasi untuk fitur informasi indekos atau kontrakan, 33.3% validasi untuk fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan, dan 29.6% validasi untuk fitur informasi layanan jasa angkut dan jasa pindahan. Hasil-hasil tersebut diperoleh berdasarkan *interview* dengan calon *customer* yang telah dilakukan pada tahapan *product validation*. Dari *feedback* yang telah diterima, maka penulis dapat mempelajari dan memahami kebutuhan serta keinginan dari calon *customer* terhadap ide bisnis yang sedang dikembangkan saat ini. Grafik hasil *product validation* yang diperoleh dari calon *customer* ditunjukkan pada Gambar 4.8.



Gambar 4.8 Grafik hasil *Product Validation* Aplikasi GOLEK KOST

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Saat penulis telah mampu memahami kebutuhan dan keinginan dari calon *customer*, kemudian penulis dapat menentukan inovasi dan strategi bisnis yang sesuai untuk pengembangan ide bisnisnya. Penentuan inovasi dan strategi bisnis ini penting untuk dilakukan karena berkaitan dengan besarnya potensi ide bisnis terkait indeks yang saat ini sedang dikembangkan dalam bentuk aplikasi GOLEK KOST untuk terus tumbuh dan berkembang ke depannya, serta mampu menghasilkan nilai bisnis. Hal ini dapat dilihat dari terus berkembangnya *market* dan *customer segments* yang selalu mengikuti perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhannya secara efektif dan efisien.

Pemenuhan kebutuhan secara *online* bagi para *customer segments* saat ini telah menjadi suatu kebiasaan yang tidak dapat ditinggalkan, karena berkaitan dengan tingginya intensitas penggunaan *gadget* dalam menunjang segala aktivitas setiap harinya. Adanya fenomena tersebut menyebabkan pengembangan ide bisnis terkait penyediaan informasi indeks atau kontrakan, informasi jual beli perabotan indeks atau kontrakan, serta informasi layanan jasa angkut dan jasa pindahan secara *online* memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang ke depannya. Strategi dan inovasi yang dipilih oleh penulis untuk mengembangkan ide bisnis tersebut dapat disesuaikan dengan berbagai *feedback* yang telah diterima dari calon *customer*, sehingga inovasi yang dihadirkan dalam pengembangan ide bisnis ini benar-benar sesuai dengan kebutuhan calon *customer* dan mampu memberikan kenyamanan serta kepuasan dalam penggunaan aplikasi GOLEK KOST.

## 4.5 Refleksi

Selama berlangsungnya proses pengembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST tentunya ditemukan adanya hambatan, tantangan, dan pencapaian dalam segala tahapannya. Pada bagian refleksi ini, penulis akan menjelaskan terkait semua temuan yang ada selama proses pengembangan ide bisnis terkait indeks ini berlangsung dan dirangkum dalam suatu bentuk wawasan kegiatan dari sisi *hustler*. Wawasan kegiatan tersebut dibuat dengan tujuan memberikan gambaran dan tambahan pengetahuan terhadap orang-orang yang aktif berperan dalam dunia *startup*, terutama bagi orang yang berperan sebagai *hustler*.

### 4.5.1 Hambatan

Selama berlangsungnya proses pengembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST ini ditemukan adanya sedikit hambatan yang menyebabkan proses pengembangan produk menjadi sedikit kurang maksimal atau terkendala. Adapun hambatan yang dialami oleh penulis dalam

tahap pengembangan ide bisnis terkait indekos ini, meliputi: penentuan ide bisnis yang akan dikembangkan, penentuan *customer segments* yang sesuai, dan penentuan solusi dalam suatu bentuk produk yang tepat bagi *customer segments*.

Penentuan ide bisnis yang akan dikembangkan merupakan salah satu hambatan yang dialami oleh penulis. Banyaknya ide yang sempat muncul di awal proses kegiatan perintisan bisnis ini membuat penulis sedikit merasa bingung untuk menentukan ide bisnis yang tepat untuk dikembangkan. Dalam hal ini, penentuan ide bisnis yang tepat memang memerlukan banyak pertimbangan, karena penulis harus memperhatikan banyak aspek untuk akhirnya mengambil keputusan terhadap suatu ide bisnis tertentu. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan, meliputi:

- a. Memastikan apakah *problem* dari ide bisnis yang akan dikembangkan memang dirasakan oleh *customer* atau *market* (memastikan apakah memang ada *marketnya*).
- b. Memastikan ide bisnis tersebut memiliki potensi untuk terus dikembangkan di masa sekarang dan masa mendatang.

Kemudian, penentuan *customer segments* yang sesuai dengan ide bisnis yang dikembangkan menjadi salah satu hambatan yang dihadapi oleh penulis. Penentuan *customer segments* yang tidak tepat dapat menyebabkan ide bisnis yang telah dipilih menjadi tidak tepat sasaran dari sisi *marketnya*. Adanya hal tersebut menyebabkan penulis harus benar-benar melakukan riset untuk menemukan karakteristik yang paling tepat untuk dijadikan sebagai dasar dalam penentuan *customer segments* dari aplikasi GOLEK KOST.

Hambatan yang ketiga yaitu, penentuan solusi dalam suatu bentuk produk yang tepat bagi *customer segments*. Dalam proses pengembangan ide bisnis yang berlangsung, hambatan terkait penentuan solusi dari produk yang dikembangkan bagi *customer segments* menjadi salah satu hal yang ditemui oleh penulis. Hambatan tersebut disebabkan oleh adanya beberapa *problem* yang serupa dari sisi *customer segments*, tetapi setiap *customer segments* memiliki sudut pandangnya masing-masing. Hal ini menyebabkan penentuan solusi dalam suatu bentuk produk yang tepat bagi *customer segments* harus benar-benar mampu mengatasi seluruh *problem* serupa yang telah disampaikan oleh *customer segments* kepada penulis pada saat sesi *interview* berlangsung.

#### **4.5.2 Tantangan**

Selama berlangsungnya proses pengembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST terdapat tantangan yang ditemui oleh penulis, yaitu adanya aplikasi lain yang memiliki ide

bisnis hampir serupa dengan ide bisnis yang sedang dikembangkan oleh penulis. Adanya hal tersebut menyebabkan penulis harus melakukan riset terkait perbedaan yang ada di antara ide bisnis aplikasi GOLEK KOST dengan ide bisnis dari aplikasi yang lain. Hasil dari riset tersebut dapat dimanfaatkan oleh penulis untuk pengambilan keputusan terkait inovasi dan strategi bisnis yang akan diambil untuk pengembang ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST agar mampu bersaing di *market*.

#### 4.5.3 Capaian

Dari hambatan dan tantangan yang berhasil dihadapi oleh penulis, maka terdapat capaian yang diperoleh dari keberhasilan dalam menghadapi hambatan dan tantangan yang ada, capaian tersebut meliputi:

- a. Berhasil menentukan ide bisnis yang paling sesuai untuk dikembangkan di masa sekarang dan masa mendatang.
- b. Berhasil menentukan *customer segments* yang sesuai dengan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST.
- c. Berhasil menentukan solusi yang tepat untuk membantu menyelesaikan *problem* yang dihadapi oleh *customer segments*.
- d. Berhasil mengembangkan suatu inovasi dari ide bisnis terkait indekos, yang membuat aplikasi GOLEK KOST memiliki perbedaan dengan aplikasi lain yang sudah ada.

#### 4.5.4 Wawasan Kegiatan

Dari semua proses pengembangan ide bisnis yang berlangsung, maka penulis merangkum segala pengalaman dan pengetahuan yang telah diperolehnya dari sisi *hustler*. Seluruh pengalaman dan pengetahuan terkait tanggung jawab dan peran sebagai seorang *hustler* dalam suatu *startup* tersebut dirangkum dalam suatu bentuk wawasan kegiatan, meliputi: pentingnya menentukan ide bisnis yang sesuai dengan *customer segments* yang akan dijadikan sasaran *market*, dan pentingnya menentukan suatu solusi yang tepat guna untuk mengatasi *problem* dari *customer segments*.

Pentingnya menentukan ide bisnis yang sesuai dengan *customer segments* yang akan dijadikan sasaran *market* merupakan salah satu wawasan kegiatan yang diperoleh penulis selama berlangsungnya proses pengembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST. Adanya wawasan kegiatan tersebut membuat penulis memahami bahwa terdapat suatu hubungan yang kuat antara ide bisnis yang dikembangkan dengan *customer segments* yang menjadi sasaran

*market*, karena pengembangan ide bisnis yang sedang berlangsung tidak akan mencapai hasil yang maksimal jika terjadi kesalahan dalam menentukan *customer segments*nya. Kesalahan dalam penentuan *customer segments* dapat menyebabkan kegagalan dalam penyampaian nilai bisnis dari sisi *hustler* ke sisi *customer segments*.

Wawasan kegiatan yang kedua yaitu, pentingnya menentukan suatu solusi yang tepat guna untuk mengatasi *problem* dari *customer segments*. Dari wawasan kegiatan tersebut, penulis dapat memahami bahwa penentuan solusi untuk menyelesaikan *problem* yang dirasakan oleh *customer segments* merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan ide bisnis yang berlangsung. Terciptanya solusi yang tepat guna bagi *customer segments* secara tidak langsung berkaitan dengan keberhasilan penulis dalam mendefinisikan dan memahami kebutuhan dan harapan dari *customer segments* melalui kegiatan *interview* yang telah dilakukan.





## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan metode *lean startup* dan metode *lean canvas* dalam pengembangan ide bisnis aplikasi GOLEK KOST dapat membantu penulis dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh calon *customer*. Penggunaan kedua metode tersebut, efektif dan efisien bagi penulis untuk menentukan strategi serta inovasi bisnis yang tepat bagi perkembangan ide bisnis dari aplikasi GOLEK KOST ke depannya.

Selain itu, ide bisnis terkait indekos yang saat ini sedang dikembangkan dalam bentuk aplikasi GOLEK KOST memiliki peluang untuk terus tumbuh dan berkembang serta mampu menghasilkan nilai bisnis. Hal ini didasari oleh *market* yang terus bertambah seiring dengan adanya pola kebiasaan dari calon *customer* yang mulai terbiasa memanfaatkan teknologi untuk menunjang segala aktivitas dan pemenuhan kebutuhannya. Di samping itu, adanya pengembangan ide bisnis terkait indekos ini mendapat tanggapan yang baik dari calon *customer*, yaitu mahasiswa. Mahasiswa merasa dengan adanya aplikasi GOLEK KOST permasalahan yang mereka miliki terkait kesulitan dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan indekos atau kontrakan secara *online* dapat terselesaikan dengan baik.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terkait pengembangan ide bisnis terhadap aplikasi GOLEK KOST, maka didapatkan beberapa masukan dari para *customer segments* yang dapat digunakan oleh penulis sebagai dasar dalam melakukan perbaikan terhadap ide bisnis yang sedang dikembangkan. Adapun masukan-masukan tersebut sebagai berikut.

1. Pada halaman informasi indekos atau kontrakan dan halaman informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan dapat ditambahkan fitur *virtual tour 360°* untuk melihat kondisi ruangan dalam versi 3D, dan fitur *360°* untuk melihat kondisi barang yang akan dibeli.
2. Perlu ditambahkan metode pembayaran pada fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan.

3. Pada fitur informasi jual beli perabotan indekos atau kontrakan dapat ditambahkan tampilan *live tracking* pengiriman barang (saat transaksi secara *online/non-COD*).
4. Pada fitur informasi penyedia layanan jasa angkut atau jasa pindahan dapat ditambahkan tampilan *live tracking* proses pindahan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arviana, G. N. (2021, Desember 10). *Minimum Viable Product (MVP): Pengertian, Tujuan, Karakteristik, dan Manfaatnya*. Diambil kembali dari glints: <https://glints.com/id/lowongan/mvp-minimum-viable-product-adalah/#.Y8fzXnZBy00>
- Blank, S. (2013, May). *Why the Lean Start-Up Changes Everything* . (Harvard Business Review) Dipetik Juni 10, 2022, dari <https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything>
- BPS Provinsi DI Yogyakarta. (2020, Juli 27). *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Agama Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta, 2018 dan 2019*. Dipetik Juni 9, 2022, dari <https://yogyakarta.bps.go.id/statictable/2020/07/27/137/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-agama-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-di-yogyakarta-2018-dan-2019-.html>
- Christensen, C. M., Rainor, M., & Mc Donald, R. (2015). THE BIG IDEA What is Disruptive Innovation. *Harvard Business Review*, 1-11.
- Felin, T., Gambardella, A., Stern, S., & Zenger, T. (2020). Lean Startup and The Business Model : Experimentation Revisited. *ELSEVIER*, 1-6.
- Feri. (2022, - -). *BPMN: Pengertian, Notasi dan Contoh*. Diambil kembali dari DosenIT.com: <https://dosenit.com/kuliah-it/business-process-modeling-notation>
- Frederike Beha, M. S. (2022). *Lean Canvas*. Diambil kembali dari Business Model Toolbox: <https://bmtoolbox.net/tools/lean-canvas/>
- Hamid. (2018, Maret 22). *LEAN STARTUP*. (BINUS UNIVERSITY School of Information Systems) Dipetik Juni 10, 2022, dari <https://sis.binus.ac.id/2018/03/22/lean-startup/>
- Maurya, A. (2012). *Running Lean, Second Edition*. -: O'Reilly Media.
- Priharto, S. (2019, May 9). *Apa Itu Analisis SWOT? Berikut Pengertian, Metode Analisis, dan Contohnya*. Diambil kembali dari CPS SOFT: <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-analisis-swot/>
- Putra, I. (2020, April 29). *Pengertian Startup Menurut Para Ahli*. Diambil kembali dari Kredibel Blog: <https://blog.kredibel.co.id/pengertian-startup-menurut-para-ahli/>
- Ries, E. (2016). *The Lean Startup*. New York: Fletcher & Company.

- Siadari, C. (2018, 03 15). *Pengertian Analisis SWOT Menurut Para Ahli*. Diambil kembali dari Kumpulan Pengertian: <https://www.kumpulanpengertian.com/2018/03/pengertian-analisis-swot-menurut-para.html>
- W, R. A. (2019, November 20). *Memahami Apa Itu Lean Canvas Untuk Keberhasilan Bisnis*. Diambil kembali dari sprinthink: <https://www.sprinthink.id/memahami-apa-itu-lean-canvas-untuk-keberhasilan-bisnis/>
- Wijaya, J. (2022, November 1). *Customer Segmentation: Definisi, Jenis, dan Peran Pentingnya*. Diambil kembali dari BUSINESSSTECH (HASHMICRO): <https://www.hashmicro.com/id/blog/customer-segmentation-definisi-jenis-dan-peran-pentingnya/>



LAMPIRAN

