

**“Furnitur.id” : Platform Layanan *E-Commerce* Furnitur Sebagai Solusi
Sistem Pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja**

TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS



Oleh :

Ilma Tazkia

NIM: 19313149

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

“Furnitur.id”: Platform Layanan E-Commerce Furnitur Sebagai Solusi Sistem
Pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja

TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1
Program Studi Ekonomi Pembangunan,
pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Ilma Tazkia
Nomor Mahasiswa : 19313149
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman TA Perintisan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 9 Mei 2023

Penulis,



Ilma Tazkia

PENGESAHAN

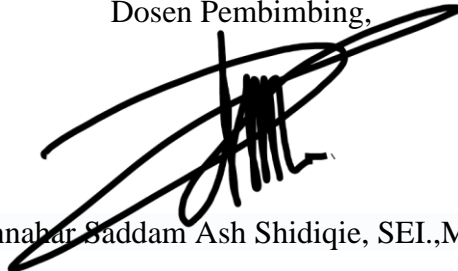
“Furnitur.id” : Platform Layanan *E-Commerce* Furnitur Sebagai Solusi Sistem Pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja

Nama : Ilma Tazkia
Nomor Mahasiswa : 19313149
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 8 Mei 2023

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,



Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI.,MEK.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR RINTISAN BISNIS BERJUDUL

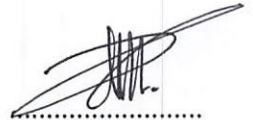
**"Furnitur.id": Platform Layanan E-Commerce Furnitur Sebagai Solusi Sistem
Pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja**

Disusun oleh : ILMA TAZKIA

Nomor Mahasiswa 19313149

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 13 Juni 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Jannah Saddam Ash Shidiqie, SEI.,MEK.



Penguji : Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. 

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebajikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perintisan bisnis dengan judul : “FURNITUR.ID : PLATFORM LAYANAN *E-COMMERCE* FURNITUR SEBAGAI SOLUSI SISTEM PEMASARAN TOKO MEBEL TOGE PUTRA JOGJA” dengan baik, untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Saya menyadari bahwa perintisan bisnis ini, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan perintisan bisnis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan perintisan bisnis ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Azza wa Jalla yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah kepada kita semua terutama penulis;
2. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc. selaku rektor Universitas Islam Indonesia;
3. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia;
4. Bapak Abdul Hakim, S.E., M.Sc. selaku Kepala Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia;
5. Ibu Mustika Noor Mifrahi, SEI., MEK, selaku Sekretaris Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia;
6. Bapak Heri Sudarsono, S.E., M.Ec., selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang senantiasa membantu dalam proses pembelajaran saat kuliah di

Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia;

7. Bapak Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan proyek bisnis ini;
8. Bapak Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc selaku dosen penguji yang telah memberikan berbagai saran dan masukan untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan proyek bisnis ini;
9. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya kepada saya selama menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia
10. Bapak Siswanto dan Ibu Eni Sri Pujiarti selaku kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan baik dari luar maupun dalam, motivasi, serta material dan moral.
11. Aulia Lazuardi selaku kakak kandung saya yang telah memberikan bantuan dukungan baik dari luar maupun dalam, motivasi, serta material dan moral.
12. Kayla Yasmin Khoirunnisa selaku adik kandung saya yang lucu dan menggemaskan yang selalu menghibur di kala jenuh dalam aktivitas kuliah serta dukungan do'a.
13. Zizi Whais Al Qoornie yang telah mendukung, memotivasi dan banyak membantu dalam menjalankan perintisan bisnis Furnitur.id.
14. Anggun Zano, Maisyarah, Adi Prayogo dan Rahmat juang teman seperjuangan perintisan bisnis yang telah saling memotivasi serta berdiskusi.
15. Upik Dewinta, Hanung Margi, Salwa, Putri, Arifah teman-teman Feelstorav yang telah memberikan dukungan secara emosional maupun secara spiritual
16. Teman – teman seperjuangan program studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika angkatan 2019.
17. Kepada segala pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga laporan proyek bisnis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 28 April 2023

Penulis



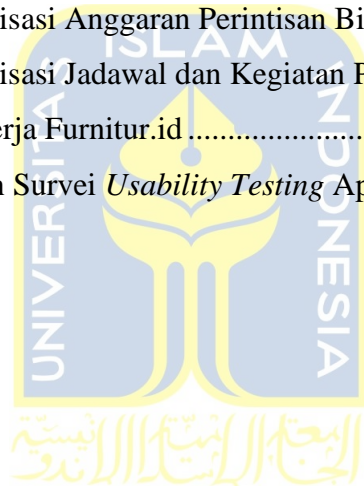
DAFTAR ISI

“Furnitur.id”: Platform Layanan E-Commerce Furnitur Sebagai Solusi Sistem Pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Program	5
1.4 Luaran yang Diharapkan	5
1.5 Manfaat Program.....	5
BAB II. TELAAH PUSTAKA	6
2.1 Analisis SWOT	6
2.1 Bisnis Model Kanvas	6
BAB III. METODE PELAKSANAAN.....	8
3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	8
3.2 Gagasan Kegiatan Usaha	8
3.3 Analisis Peluang Pasar	11

3.4. Analisis Kelayakan Usaha	13
BAB IV. PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS.....	25
4.1 Profil Usaha Toko Mebel Toge Putra	25
4.2. Profil Funitur.id.....	27
4.3 Realisasi Pembentukan dan Pengembangan Platform Funitur.id.....	30
4.4 Realisasi Kerjasama dengan Mitra.....	35
4.5 Realisasi Aspek Pemasaran Syariah.....	36
4.6 Realisasi Aspek Ekonomi dan Sosial	39
4.7 Realisasi Aspek Syariah	41
4.8 Realisasi Aspek Lingkungan Hidup	42
4.9 Realisasi Aspek <i>Usability</i> Funitur.id Menggunakan SUS	44
4.10 Realisasi Jadwal Perintisan Bisnis.....	46
4.11 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis.....	47
4.12 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya.....	48
BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Rekomendasi	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis SWOT	6
Tabel 2. Bisnis Model Kanvas	7
Tabel 3. Segmentasi Pasar Furnitur.id	11
Tabel 4. Item Pertanyaan System Usability Scale (SUS)	20
Tabel 5. Skala Interpretasi Hasil Skor SUS	22
Tabel 6. Hasil Proses Perhitungan Skor SUS Aplikasi Furnitur.id.....	44
Tabel 7. Hasil Interpretasi Skor SUS Aplikasi Furnitur.id	46
Tabel 8. Realisasi Jadwal Perintisan Bisnis	47
Tabel 9. Realisasi Anggaran Proyek Furnitur.id.....	47
Tabel 10. Laporan Realisasi Anggaran Perintisan Bisnis	63
Tabel 11. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan Perintisan Bisnis.....	64
Tabel 12. Laporan Kinerja Furnitur.id	64
Tabel 13. Skor Jawaban Survei <i>Usability Testing</i> Aplikasi Furnitur.id.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Funitur.id	8
Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Gagasan Kegiatan Usaha	9
Gambar 3. Skala Interpretasi Hasil Skor SUS	22
Gambar 4. Grafik Kurva Sauro	23
Gambar 5. Sistem Operasional Toko Mebel Toge Putra Sebelum ada Funitur.id	26
Gambar 6. Struktur Organisasi Toko Mebel Toge Putra sebelum ada Funitur.id	26
Gambar 7. Sistem Operasional Toko Mebel Toge Putra setelah ada Funitur.id	27
Gambar 8. Struktur Organisasi Toko Mebel Toge Putra setelah ada Funitur.id	28
Gambar 9. Tampilan Awal Aplikasi	31
Gambar 10. Fitur Aplikasi	31
Gambar 11. Halaman Checkout	31
Gambar 12. Invoice Pembayaran	32
Gambar 13. Alur Pelayanan Aplikasi Funitur.id	32
Gambar 14. Tampilan Live Chat Funitur.id	34
Gambar 15. Tampilan Konsultasi Kustom Mebel	34
Gambar 16. Aplikasi Funitur.id Berukuran 9,7 mb	35
Gambar 17. Layanan Promo Funitur.id	35
Gambar 18. Desain Promosi	36
Gambar 19. Funitur.id di	36
Gambar 20. Sosial Media	36
Gambar 21. Sosial Media (Tiktok) Funitur.id	37
Gambar 22. Marketplace (Shoope) Funitur.id	38
Gambar 23. Marketplace (Tokopedia) Funitur.id	38
Gambar 24. Pembagian Sedekah Sembako	39
Gambar 25. Pembagian Nasi untuk Kaum Dhuafa	39
Gambar 26. Sponsorship Acara Kawula Muda Daleman Peringan Kemerdekaan RI ke 77	40
Gambar 27. Poster Program Daur Ulang Funitur	43
Gambar 28. Poster Program Sedekah 2,5%	44
Gambar 29. Hasil Interpretasi Skor SUS Aplikasi Funitur.id	45

Gambar 30. Nilai Persentil Hasil Skor SUS Aplikasi Furnitur.id.....	46
Gambar 31. Proses Pembuatan Aplikasi Furnitur.id.....	68
Gambar 32. Editing Desain Promosi.....	68
Gambar 33. Rilis Aplikasi ke Google Play Store.....	69
Gambar 34. Aplikasi Funitur.id	69
Gambar 35. Survei Showroom Kompetitor	69
Gambar 36. Pendataan Produk.....	69
Gambar 37. Pengambilan Gambar Katalog Produk.....	69
Gambar 38. Google Form Survei Usability Testing Aplikasi Furnitur.id.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Realisasi Anggaran.....	63
Lampiran 2. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan	64
Lampiran 3. Laporan Kinerja (<i>Performance Report</i>)	64
Lampiran 4. Dokumentasi Perintisan Bisnis.....	68
Lampiran 5. Kuisisioner Survei <i>Usability Testing</i> Aplikasi Furnitur.id.....	70
Lampiran 6. Skor Jawaban Kuisisioner <i>Usability Testing</i> Aplikasi Furnitur.id.....	72



ABSTRAK

Furnitur.id merupakan aplikasi *e-commerce* yang bertujuan menyelesaikan permasalahan pemasaran yang konvensional pada sistem pemasaran Toko Mebel Toge Putra yang bergerak di bidang distributor furnitur dengan target pasar para usia produktif, kalangan pasangan muda, pengembang proyek maupun rumah, serta masyarakat kelas menengah dan menuju kelas menengah. Inovasi diciptakan karena dunia bisnis akhir-akhir ini mengalami pergeseran yang cukup besar pada sistem pemasaran produk sebab terjadinya era disrupsi. Implementasi perintisan bisnis Furnitur.id melalui beberapa tahap yaitu: Analisis lingkungan bisnis, Pembentukan dan pengembangan platform, Kerjasama dengan mitra, Promosi produk, Pengenalan dan peluncuran produk, Monitoring dan evaluasi. Hasil pelaksanaan perintisan bisnis terbentuknya Aplikasi Furnitur.id yang telah tersedia di Google Play Store, dengan berdasar tingkat *usability* menggunakan SUS mendapatkan grade A+ (*Acceptable*). Sehingga Aplikasi Furnitur.id hadir sebagai upaya pengembangan pemasaran Toko Mebel Toge Putra dan memiliki prospek positif untuk ke depan.

Kata Kunci: Furnitur.id, Pemasaran, *E-commerce*, Inovasi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akhir – akhir ini dunia bisnis terjadi pergeseran yang cukup besar pada sistem pemasaran produk karena terjadinya era disrupsi. Era dimana perubahan menjadi suatu kebutuhan dan keharusan. Sebuah inovasi diperlukan dalam menghadapi tantangan zaman. Mengabaikan ancaman *disruption* dan beranggapan terbebas darinya adalah kenafian yang tidak dapat dibenarkan, hanya karena perusahaan masih mempunyai surplus positif bukan menjadi jaminan akan tetap selamat (Kasali, 2018). Dari kegiatan inovasi, perusahaan bisa mendapatkan beberapa keunggulan yang dibutuhkan untuk berkembang, tetap kompetitif, berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional, dan peningkatan kinerja dalam hal keuangan (Wijaya, 2019) sehingga inovasi tentu dibutuhkan untuk beradaptasi di era digital.

Pemimpin perusahaan harus melakukan inovasi untuk mengendalikan kekuatan pasar dari kompetitor yang ada atau untuk menghindari masuknya kompetitor baru (Rachmaidi & Lubis, 2019). Sehingga tidak jarang saat ini, banyak perusahaan maupun suatu usaha beralih memanfaatkan teknologi digital, seperti melalui sosial media, *e-commerce*, *marketplace* dan *startup*. Berdasarkan hasil Survei Susenas 2021, di tahun 2021 terdapat 62.10 persen populasi Indonesia telah mengakses internet dengan 90,54 persen rumah tangga telah memiliki atau menguasai minimal satu nomor telepon seluler (Badan Pusat Statistika, 2022). Data ini menunjukkan bahwa masyarakat telah terbuka terhadap perkembangan teknologi digital.

Telah banyaknya masyarakat yang mengakses internet tentu berdampak pada penggunaan platform digital. Melansir data dari Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G Plate (2020) pada pertumbuhan startup Indonesia menduduki posisi lima dunia dengan 2.193 startup pada 2019 setelah Amerika Serikat, India, Inggris, dan Kanada. Selain itu, valuasi pasar *unicorn* dan *decacorn* turut mendominasi dunia startup Asia Tenggara, di antaranya Gojek (11 miliar dollar AS), Tokopedia (7 miliar dollar AS), Traveloka (4,5 miliar dollar AS),

OVO (2,9 miliar dollar AS), dan Bukalapak (12 miliar dollar AS). Dari data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan penggunaan platform digital mampu meningkatkan pendapatan yang diterima oleh perusahaan startup.

Munculnya *unicorn* dan *decacorn* platform digital, maka industri furnitur merupakan sektor potensial untuk dikembangkan karena didukung tersedianya sumber daya alam di dalam negeri, selain itu di kancah global secara nasional mampu berdaya saing karena produk yang inovatif (Kemenperin, 2021). Melansir data dari Menteri Perindustrian menyebutkan, pada triwulan 1 tahun 2021, kinerja industri furnitur mampu bangkit dan tumbuh positif sebesar 8,04% dengan nilai ekspor produk furnitur (HS 9401-9403) tahun 2020 menembus USD1,91 miliar dan saat ini terdapat 1.114 perusahaan yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, dengan jumlah kapasitas produksi sebesar 2,9 juta ton per tahun dan total tenaga kerja yang terserap sebanyak 143.119 orang (Kemenperin, 2021).

Berkesinambungan dengan evolusi ekonomi digital yang mengalami perkembangan sangat pesat sehingga berdampak pada dunia industry furnitur. Menurut Harald Øverby & Jan Arild Audestad (2018) evolusi ekonomi digital bermula pada tahun 1947 ditandai dengan penemuan transistor sebagai katalisator evolusi. Kemudian evolusi berlanjut sejak awal 1980-an dimana internet menyediakan platform komunikasi yang lugas, terjangkau, dan efisien. Pada tahun 1991 evolusi komunikasi data jaringan seluler digital dimulai dengan adanya *Global System for Mobile Communications* (GSM). Selanjutnya, pada tahun 1993 World Wide Web secara komersial meliputi media sosial, layanan streaming berkecepatan tinggi, dan layanan berbagi. Mulai tahun 2001 diperkenalkan teknologi 3G, dimana sistem seluler dapat terintegrasi oleh semua provider.

Kemajuan teknologi informasi berpotensi meleburkan dunia digital kehidupan dan berdampak pada beberapa bidang keilmuan termasuk cara orang hidup dan menjalankan bisnis (Puspita, Yenny et al., 2020) Oleh karena itu usaha yang bergerak di bidang industri furnitur yang telah berdiri sejak tahun 1970 di wilayah Yogyakarta terdapat Mebel Toge Putra dengan usia 53 tahun berjalannya usaha turun temurun menunjukkan bahwa Toko Mebel Toge Putra memiliki pengalaman dalam menyediakan berbagai macam jenis produk furniture seperti

lemari, meja, kursi, lemari, rak, sofa, dipan, springbed, dll. Selain itu, melayani pada bidang jasa berupa service maupun konsultasi produk dan tata ruang. Kualitas produk yang unggul dan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama. Saat ini terdapat tiga showroom besar, berbagai macam model tersedia yang mampu meningkatkan referensi pilihan konsumen. Namun kondisi Mebel Toge Putra secara sistem dan pelayanan masih berupaya pada sistem konvensional. Maka perlu adanya inovasi pada sistem pemasaran untuk menjawab peregeseran pada dunia bisnis.

Kondisi saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa dunia selalu berubah, tantangan perkembangan teknologi akan semakin kompleks. Sehingga dalam menghadapi era disrupsi agar tidak semakin tergeser oleh kondisi. Maka Mebel Toge Putra diperlukan inovasi sistem pemasaran, berawal mengandalkan sistem konvensional bergeser ke arah digital. Melalui pembuatan aplikasi yang bernama Furnitur.id, dimana inovasi yang ditekankan berupa sistem penjualan tidak hanya terbatas segelintir orang saja namun dapat menjangkau Se Indonesia bahkan harapannya dapat tembus pada pasar ekspor. Furnitur.id menghadirkan platform startup yang terkonsentrasi pada penjualan produk furnitur dan memberikan layanan jasa berupa konsultasi desain interior. Sehingga pemasaran secara online, akan memudahkan konsumen dalam bertransaksi tanpa hadir ke lokasi serta konsumen sekaligus dapat melakukan konsultasi terkait desain interior.

Sejauh ini Furnitur.id bukan satu-satunya platform berupa *e-commerce* furnitur dan layanan jasa interior karena telah banyak kompetitor yang bersaing dan unggul, selain itu toko mebel telah banyak bermunculan di berbagai wilayah di Indonesia. Adapun aplikasi serupa terkait bidang furnitur terdapat beberapa platform, namun platform yang sudah ada saat ini menjangkau dari sisi kelas atas seperti Rupa-Rupa, Dekoruma, Informa dan IKEA Indonesia. Akan tetapi, dalam menghadapi kompetisi ini, Furnitur.id akan mampu bertahan dan mendapat keuntungan yang lebih besar melalui konsep yang inklusif dan *user friendly*.

Furnitur.id menghadirkan fitur poin yang bisa dikumpulkan oleh pengguna dan ditukarkan dengan promo-promo penjualan seperti harga layanan sampai diskon produk. Fitur poin ini bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pengguna

dan meningkatkan motivasi *rent back* atau melakukan transaksi kembali. Serta Furnitur.id menawarkan fitur kemudahan pembayaran dengan *e-payment*. *E-payment* adalah sistem pembayaran yang menggunakan internet sebagai sarana perantara, untuk fasilitas bagi pihak penjual dan pembeli dengan memberikan jaminan keamanan transaksi, melalui kerjasama sejumlah lembaga perbankan (Binus University, 2019) Selain itu, target utama pasar adalah masyarakat kelas menengah dan menuju menengah yang jumlahnya tidak sedikit. Sehingga perbedaan target pasar ini menjadi salah satu keunggulan yang dihadirkan.

Adapun dampak positif jika ditinjau dalam aspek ekonomika sosial bagi internal perusahaan membantu keberlangsungan perusahaan, memberikan kesejahteraan bagi Sumber Daya Manusia (SDM) pada internal perusahaan dan *stakeholder* terkait. Bagi masyarakat akan efisien dalam bertransaksi tanpa hadir ke lokasi, dan bagi pemerintah akan memperoleh pajak usaha. Selain itu dalam aspek lingkungan bisnis akan menerapkan prinsip *green corporate* dan *sustainability* sehingga tidak memiliki dampak berbahaya bagi lingkungan. Furnitur.id hadir sebagai solusi daripada permasalahan yang ada, tentunya bisnis yang memberikan solusi terhadap suatu masalah akan mendapatkan respon yang baik oleh masyarakat dan dalam jangka panjang memiliki prospek positif dalam segi pengembangannya ke depan untuk keberlangsungan 3P (*Planet, People, Profit*). Dengan demikian, optimis untuk menggagas platform Furnitur.id.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang ingin penyusun angkat dalam proposal ini, yaitu :

1. Bagaimana kondisi sistem operasional Toko Mebel Toge Putra Jogja saat ini?
2. Bagaimana cara menciptakan inovasi sistem pemasaran pada Mebel Toge Putra Jogja?
3. Bagaimana peran Furnitur.id dalam pengembangan pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja dan analisis prospek pengembangannya ke depan?

1.3 Tujuan Program

Berikut adalah tujuan dari kegiatan:

1. Mengetahui kondisi sistem pengelolaan operasional Toko Mebel Toge Putra Jogja.
2. Menciptakan inovasi sistem pemasaran pada Mebel Toge Putra Jogja berupa aplikasi *e-commerce* Furnitur.id.
3. Menganalisis peran Furnitur.id dalam pengembangan pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja dan prospek pengembangannya ke depan.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Luaran kegiatan ini adalah produk inovasi sistem pemasaran pada Mebel Toge Putra Jogja berupa platform yang bernama “Furnitur.id”. Produk ini diharapkan dapat menjawab tantangan di era disrupsi, memberikan peran dalam pengembangan pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja dan prospek pengembangannya ke depan serta meningkatkan kenyamanan pada pelayanan konsumen sehingga terwujudnya *sustainability* pada bisnis Mebel Toge Putra Jogja.

1.5 Manfaat Program

Manfaat kegiatan membuat platform ini adalah sebagai berikut:

1. Terwujudnya sistem pemasaran yang efisien dan efektif melalui platform Furnitur.id pada Mebel Toge Putra Jogja.
2. Konsumen mendapatkan pelayanan inklusif dan user *friendly* ketika berbelanja kebutuhan furnitur di platform Furnitur.id.
3. Furnitur.id memberikan peran dalam pengembangan pemasaran Toko Mebel Toge Putra Jogja dan prospek pengembangannya ke depan.

BAB II. TELAAH PUSTAKA

2.1 Analisis SWOT

SWOT (*Strength Weakness Opportunity and Threat*) menganalisis kekuatan dan kelemahan untuk lingkungan internal serta peluang dan ancaman untuk lingkungan eksternal yang terjadi pada suatu perusahaan (Rangkuti, 2008). SWOT berguna untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari sumber daya perusahaan dan kesempatan eksternal serta tantangan yang akan dihadapi (Jogiyanto, 2005). Berikut adalah analisis SWOT pada Furnitur.id:

Tabel 1. Analisis SWOT

Strenght (S)	Weakness (W)
<ul style="list-style-type: none">- Solusi pada Mebel Toge Putra untuk memberikan inovasi sistem pemasaran- Meningkatkan pendapatan Mebel Toge Putra- Memberikan kemudahan dan meningkatkan kenyamanan pelayanan pada konsumen	<ul style="list-style-type: none">- Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang platform yang akan diluncurkan
Opportunities (O)	Threat (T)
<ul style="list-style-type: none">- Banyaknya pengguna smarphone dan internet- Meningkatnya kebutuhan furnitur oleh masyarakat	<ul style="list-style-type: none">- Persaingan pada toko dan platform serupa yang telah bermunculan- Membutuhkan waktu untuk transformasi dari sistem konvensional ke sistem digital

2.1 Bisnis Model Kanvas

Osterwalder & Pigneur (2010) membahas ontologi sebagai model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). BMC adalah *framework* untuk mengilustrasikan model bisnis yang berlaku untuk semua jenis bisnis, termasuk bisnis digital. BMC didasarkan pada penggambaran sembilan bangunan blok bisnis yang memodelkan hubungan antar blok saling memiliki keterkaitan. BMC

telah diterapkan di beberapa bisnis digital untuk memahami sepenuhnya operasi bisnis dan hubungan antar *stakeholders* (Øverby & Audestad, 2018).

Tabel 2. Bisnis Model Kanvas

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segmentation</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Toko Mebel Toge Putra - Pengrajin furniture - E-Wallet - Google 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Research</i> - <i>Maintenance</i> - <i>Product Development</i> - <i>Marketing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan kustom produk - Pemenuhan kebutuhan furnitur - E-Payment 	<ul style="list-style-type: none"> - Live chat - Membership - Promo harga - Reward pengguna - Voucher pengguna - Sosial media (Instagram, Facebook, whatsapp, Tiktok) 	<ul style="list-style-type: none"> - Usia produktif - Pasangan muda - Pengembangan proyek, perumahan, apartemen. - Masyarakat kelas menengah dan menuju kelas menengah
	<i>Key Resource</i>		<i>Channel</i>	
	<ul style="list-style-type: none"> - Database mitra - Aplikasi 		<ul style="list-style-type: none"> - Google ads - Youtube - Instagram ads - Facebook marketplace - Tiktok - Aplikasi android 	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
<ul style="list-style-type: none"> - Sewa server firebase - Research and development - Registrasi aplikasi - Promosi - Gaji pegawai 		<ul style="list-style-type: none"> - Jasa layanan aplikasi - Penjualan produk 		

BAB III. METODE PELAKSANAAN

3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

3.1.2 Gambaran Umum Rencana Usaha Furnitur.Id

Furnitur.id merupakan inovasi dengan memberikan solusi pada sistem Toko Mebel Toge Putra Jogja yang berupa sebuah aplikasi e-commerce. Adapun fitur bertujuan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan furnitur dan kustom furniture sesuai keinginan konsumen. Hanya dengan bermodalkan *smartphone*. Pengguna aplikasi Furnitur.id dikategorikan menjadi satu, yaitu pengguna layanan.

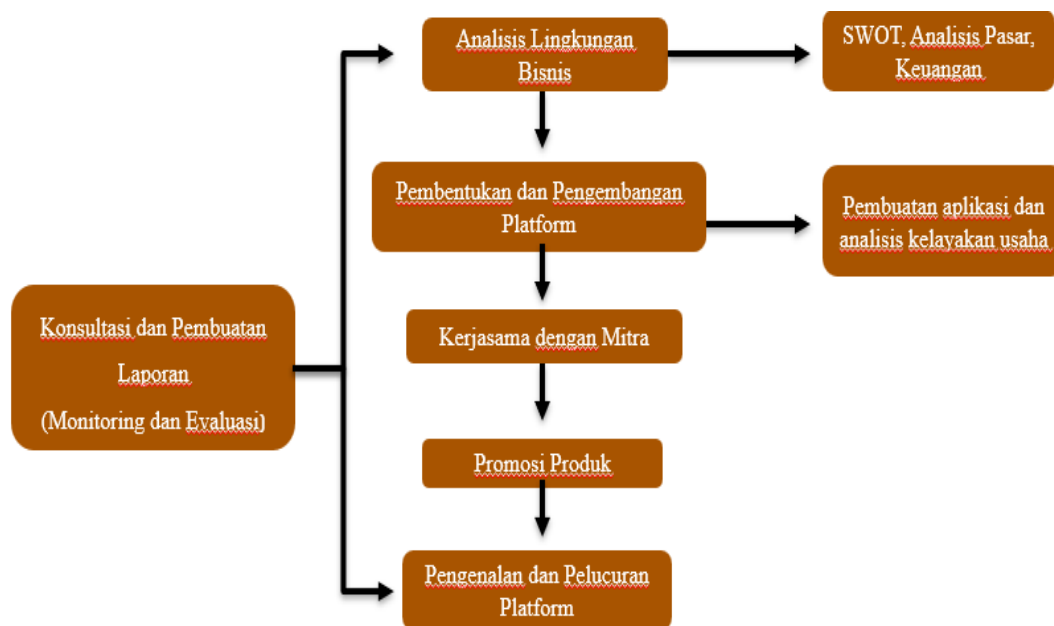


Gambar 1. Logo Furnitur.id

Platform Furnitur.id dalam bentuk *mobile apps*. Seluruh pengguna dapat melakukan kegiatan transaksi ataupun aktivitas bisnis lainnya melalui platform ini. Platform Furnitur.id dirancang agar dapat memunculkan *display user interface* yang ramah dan mudah digunakan, sehingga segmen masyarakat yang mampu menggunakan produk tidak terbatas. Selain itu, Furnitur.id menyediakan layanan pembayaran secara tunai pada saat menggunakan layanan yang sudah dipesan tersebut maupun dengan *E-Payment* yang memudahkan pengguna Furnitur.id dalam bertransaksi.

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha

Perintisan bisnis Furnitur.id pada metode pelaksanaannya melalui beberapa tahap yang dilakukan dalam memproduksi hingga peluncuran produk ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Gagasan Kegiatan Usaha

3.2.1 Analisis Lingkungan Bisnis

Tahap pertama yang penyusun lakukan adalah melakukan analisis pada lingkungan bisnis, seperti analisis SWOT, analisis pasar, dan analisis aspek keuangan. Tujuan akhir dari analisis ini adalah untuk merancang strategi bisnis yang tepat bagi Furnitur.id agar mampu mencapai konsumen potensial. Pada tahap ini, analisis dilakukan melalui pengumpulan berbagai macam data seperti data pasangan muda, rata-rata perkembangan proyek, data usia produktif di Indonesia terbaru, mencari tahu potensi ancaman dari pesaing, dan mematangkan konsep produk agar mampu bersaing dan *sustainable* hingga masa mendatang

3.2.2 Pembentukan dan Pengembangan Platform

Setelah melalui tahap analisis lingkungan bisnis dan menentukan pasar utama Furnitur.id, penyusun mulai membangun platform transaksi berupa aplikasi. Fokus utama penyusun adalah pembuatan aplikasi yang interaktif dan mudah digunakan oleh masyarakat.

3.2.3 Kerjasama dengan Mitra

Pada tahap ini platform akan di input dengan informasi produk furnitur dari Toko Mebel Toge Putra Jogja yaitu informasi tentang profil usaha, informasi detail terkait penyedia produk furniture dan jasa kustom mebel untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

3.2.4 Promosi Produk

Fase promosi produk berjalan setelah aplikasi 90% siap diluncurkan. Artinya, ketika promosi berjalan efektif dan mulai menarik pengguna, situs web dan aplikasi siap merangkul aktivitas bisnis. Iklan dilakukan secara *online* dan *offline*. Promosi *online* dilakukan melalui berbagai media sosial seperti Instagram, Youtube dan Google Ads, sedangkan promosi *offline* dilakukan melalui membagikan pamflet dan sosialisasi pada event tertentu. Untuk mendukung kegiatan periklanan yang efektif dan efisien, penyusun menerapkan konsep *Integrated Marketing Communication* agar mampu memberikan informasi yang tepat kepada konsumen meskipun mendapatkan informasi di berbagai media yang berbeda.

3.2.5 Pengenalan dan Peluncuran Produk

Selain tahap promosi, produk akan diluncurkan dalam bentuk aplikasi yang memberikan akses luas ke pasar potensial Furnitur.id. Pada fase ini, penyusun melakukan promosi *offline* serta promosi *online*, dalam bentuk sosialisasi pada acara-acara di mana fragmentasi pasar sejalan dengan tujuan Furnitur.id, dan secara langsung menemukan reaksi pengguna potensial terhadap Furnitur.id.

3.2.6 Monitoring dan Evaluasi

Kami menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen dengan melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala dan berkesinambungan mulai dari analisis bisnis hingga peluncuran produk, menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen untuk melakukan kegiatan *rent back* di platform Furnitur.id.

3.2.7 Konsultasi dan Pembuatan Laporan

Selama masa persiapan hingga realisasi bisnis, penyusun akan berkonsultasi dengan berbagai pihak, terutama kepada dosen pembimbing untuk mendapatkan kritik dan koreksi guna memperbaiki struktur bisnis jangka panjang. Setelah berkonsultasi, penyusun membuat laporan catatan kendala yang ditemui selama proses, agar dapat digunakan sebagai sumber bahan untuk menentukan strategi kedepannya.

3.3 Analisis Peluang Pasar

Analisis peluang pasar Furnitur.id menggunakan strategi pemasaran STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*) sebagai berikut:

3.3.1 Segmentation

Tabel 3. Segmentasi Pasar Furnitur.id

Variabel Segmentasi	Keterangan
Demografi : Usia	Usia produktif Pasangan muda
Jenis Kelamin Pekerjaan dan pendidikan	Laki-laki dan perempuan Semua kalangan
Geografis	Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta
Perilaku dan sikap	Melakukan pembelian produk online
Manfaat yang dicari	Kemudahan Mebel Toge Putra dalam melakukan pemasaran digital Efektivitas dan efisiensi waktu pengguna dalam membeli furnitur dan kostum produk furniture
Psikografis Gaya hidup	Kebutuhan melengkapi furniture Masyarakat kelas menengah dan menuju kelas

	menengah Pengembang proyek, perumahan, apartemen.
--	--

3.3.2 Targeting

Target pada platform Furnitur.id adalah usia produktif. Jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) pada tahun 2020 sebesar 70,72% dari total populasi sebanyak 270,2 juta jiwa (Kominfo, 2021). Selain itu, jumlah pernikahan di Indonesia sepanjang tahun 2021 terdapat 1,74 juta (Katadata, 2022) angka ini merupakan jumlah yang tidak sedikit. Serta berdasarkan data Direktorat Sistem dan Strategi Penyelenggaraan Perumahan terdapat 119,6 ribu Rumah Umum Komersial, 236 ribu Peningkatan Kualitas, 5,4 ribu Pembangunan Baru, 48,8 ribu Rumah Susun dan 23,9 ribu Rumah Susun (Kementrian PUPR, 2020). Kemudian target selanjutnya yaitu masyarakat kelas menengah dan menuju kelas menengah, pada tahun 2014 kelas menengah sebesar 53,6 juta orang sedangkan menuju kelas menengah mencapai 114,7 juta orang atau 44% dari total penduduk Indonesia (Katadata, 2022).

Berdasarkan data di atas, Furnitur.id menargetkan pasar para usia produktif, kalangan pasangan muda, pengembang proyek maupun rumah, serta masyarakat kelas menengah dan menuju kelas menengah. Dengan hadirnya Furnitur.id diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan furnitur dan custom furniture sesuai keinginan konsumen.

3.3.3 Positioning

Furnitur.id merupakan platform digital dibidang jasa yang memudahkan para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan furnitur dan fitur kustom produk hanya melalui *smartphone* dengan cepat. Furnitur.id juga memberikan informasi yang lengkap untuk pengguna layanan, sehingga pengguna merasa nyaman dan percaya ketika melakukan transaksi di platform Furnitur.id. Selain itu, tersedianya fitur *e-payment* yang sangat memudahkan dalam proses pembayaran secara non-tunai.

3.4. Analisis Kelayakan Usaha

Studi Kelayakan Usaha merupakan penelitian untuk menilai suatu usaha yang akan dikerjakan di masa mendatang guna menentukan bisnis yang akan dijalankan layak untuk dilaksanakan atau sebaliknya (Sutrisno, 2015). Adapun aspek yang diteliti pada bisnis startup Furnitur.id sebagai berikut :

3.4.1 Aspek Pemasaran Syariah

Menurut Kotler dan Abu Bakar (2018) bahwa pemasaran secara umum dipahami sebagai proses mengembangkan, memperkenalkan, dan mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan dan bisnis. Sedangkan menurut Abdullah dan Tantri (2016) pemasaran adalah suatu sistem yang mencakup semua tindakan bisnis yang terencana untuk menentukan harga, menjual, dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen saat ini dan konsumen potensial sambil memberikan layanan terbaik.

Pemasaran syariah merupakan suatu disiplin strategi bisnis yang mengarahkan proses produksi, penawaran, dan transformasi nilai dari suatu inisiator kepada *stake holder* nya, diseluruh prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah Islam (bisnis).

3.4.2 Aspek Hukum

Furnitur.id merupakan usaha yang bergerak pada platform jual beli furniture, sehingga termasuk usaha dengan sistem elektronik. Berdasarkan pihak pengelolanya (Christiawan, 2021) dalam peraturan pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 dibagi menjadi dua, yaitu Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) lingkup publik yang dijalankan oleh instansi atau institusi ditunjuk oleh negara. Adapun PSE lingkup privat, yaitu PSE yang dilakukan oleh orang, badan usaha dan masyarakat. Furnitur.id termasuk kedalam klasifikasi PSE lingkup privat maka perlu untuk menjalankan usaha sesuai regulasi peraturan perundang – undangan. Maka furniture.id dari aspek hukum akan melengkapi beberapa izin sebagai berikut:

1. Nomor Induk Berusaha (NIB)
2. Izin Usaha Industri (IUI)
3. Izin Penyelenggara Sistem Elektronik

3.4.3 Aspek Ekonomi dan sosial

Pada aspek ekonomi dan sosial dalam aktivitas bisnis akan memberikan dampak positif dan negatif. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) (1) Peluang untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dari sebuah bisnis yang ditinjau dari aspek ekonomi. Saat ini, pemerintah diuntungkan karena akan memberikan pemasukan berupa pendapatan. Selain itu, penataan dan pengelolaan sumber daya alam yang belum dikembangkan. (2) Eksplorasi sumber daya alam yang berlebihan dan menggunakan tenaga kerja dari luar daerah sehingga mengurangi peluang bagi masyarakat setempat, merupakan dua dampak negatif perusahaan dari sudut pandang ekonomi. Kemudian 3) dampak positif sebuah ditinjau dari aspek sosial memberikan dampak terhadap masyarakat luas ialah dengan mendukung kegiatan amal (zakat, infak, sedekah, wakaf) dan mendukung penunjang sarana dan prasana. Tanggung jawab ekonomi dan sosial merupakan kewajiban sebuah bisnis untuk berperan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Irham, 2011).

Dengan demikian, perubahan yang signifikan dalam suatu unit usaha akan terjadi ketika dilakukan sebuah inovasi baru terhadap usaha tersebut. Dalam hal ini, Mebel Toge Putra melakukan inovasi sistem pemasaran dengan menciptakan platform Furnitur.id. maka inovasi ini akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan maupun *stakeholder* terkait yang ditinjau dalam aspek ekonomi dan sosial, yaitu:

1. Internal perusahaan :

Mebel Toge Putra Jogja berinovasi dalam sistem pemasaran melalui platform Furnitur.id yang merupakan platform *e-commerce* jual beli furnitur dan kustom produk sesuai keinginan konsumen, maka terjadi

penambahan jalur pemasukan dan menciptakan jalur pelayanan bagi bagi Toko Mebel Toge Putra. Selain itu turut mendukung maupun melaksanakan kegiatan amal sosial seperti zakat, menurut Peraturan Menteri Agama No 52 Tahun 2014, zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau organisasi niaga yang dimiliki oleh seorang muslim untuk disalurkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam (Badan Amil Zakat Nasional, 2019).

Internal perusahaan turut menyongsong kegiatan sedekah, berdasarkan peraturan BAZNAS No.2 tahun 2016, sedekah merupakan aktivitas seseorang atau badan usaha yang mengeluarkan harta ataupun non harta diluar aktivitas zakat yang bertujuan untuk kemaslahatan umum (Badan Amil Zakat Nasional, 2019). Serta menjadi sponsor berbagai kegiatan sosial turut terlaksana. Sehingga warga sekitar dapat menikmati dampak positifnya.

2. Masyarakat

Dengan adanya inovasi pemasaran ini akan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat luas. Terutama dapat mempekerjakan warga sekitar sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Serta, konsumen akan mendapatkan efisiensi dan lebih mudah melakukan transaksi tanpa mendatangi ke *showroom* secara langsung.

3. Pemerintah

Dengan adanya Furnitur.id, pemerintah akan memperoleh pajak usaha yang disetor setiap tahunnya kepada pemerintah sehingga dapat meningkatkan pendapatan negara. Dalam hal ini Funitur.id juga berperan mendukung program pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

3.4.4 Aspek Syariah

Bisnis ditinjau dari aspek syariah merupakan aktivitas bisnis yang berdasarkan syariah islam (Al Quran dan Hadist) dalam segala aktivitas bisnis yang dilakukan mulai dari transaksi, kualitas barang, akad yang

dilakukan hingga modal yang digunakan untuk pengembangan bisnis, sesuai dengan prinsip syariah (Agustin, 2017). Prinsip syariah merupakan seperangkat aturan berdasarkan ajaran islam yang menghilangkan unsur yang dilarang dalam islam, selanjutnya digantikan dengan kontrak islam tradisional (Mardini, 2017). Adapun Lembaga keuangan syariah yaitu suatu usaha yang bergerak pada bidang jasa keuangan berdasar prinsip syariah (Afrianti et al., 2020).

Implementasi suatu bisnis syariah tentunya akad dan kontrak dilaksanakan berdasar prinsip syariah turut dilakukan. Istilah akad berasal dari bahasa Arab yaitu al-‘Aqd yang memiliki bentuk masdarnya adalah ‘Aqada dan turunannya al-‘Uqud yang memiliki arti perjanjian tercatat ataupun kontrak (Munawwir, 1997). Adapun definisi akad berdasarkan istilah menurut para ahli diantaranya adalah Wahbah al-Zuhaylî dalam kitabnya al-Fiqh Al-Islâmi wa Adillatuh yang dikutip oleh Dimyauddin Djuwaini (2010) akad merupakan keterkaitan ijab dengan qabul yang memiliki implikasi hukum tertentu. Kemudian menurut Hasbi Ash-Shiddieqy (1984) yang mendefinisikan bahwa akad merupakan perikatan antara ijab dan yang dibenarkan syara’ yang mewujudkan saling setuju kedua belah pihak yang melakukan akad. Pada implementasinya Furnitur.id menggunakan akad sebagai berikut:

1. Akad Murabahah

Toko Mebel Toge Putra dalam aktivitas transaksi yang menerapkan akad murabahah Toko Mebel Toge Putra selaku pihak penjual menjual produk furniture (lemari, kursi, meja, kasur, rak dan lainnya) dengan menetapkan harga berdasarkan harga pasaran dan menetapkan margin keuntungan yang di sepakati oleh pihak penjual, produsen dan konsumen.

2. Akad Istishnâ’

Akad istisna’ berdasarkan istilah mengandung arti seorang konsumen meminta kepada seorang penjual untuk membuatkan barang sesuai keinginan konsumen (al-Zuhayli, 2011). Implementasi akad

istishna' akan digunakan pada saat konsumen akan melakukan transaksi dengan suatu unit usaha berdasarkan barang yang pesan berdasarkan keinginan konsumen.

3. Akad Salam

Akad salam atau salaf merupakan akad jual beli dimana pembayaran dilakukan di muka, sedangkan barang akan diserahkan di belakang, hanya sifat – sifat, jenis, dan ukurannya sudah diinformasikan di muka (Muslich, 2010). Dalam melaksanakan akad salam pihak penjual akan mengimplementasikannya pada saat melakukan transaksi di sebuah aplikasi Shoope, Tokopedia dan pemesanan melalui WhatsApp ataupun yang dimana proses transaksi uang muka di muka sedangkan barangnya di belakangan.

3.4.5 Aspek Lingkungan Hidup

Kegiatan bisnis saat ini harus memperhatikan aspek lingkungan untuk keberlanjutan bisnis dan lingkungan sekitar. Pasalnya prinsip *sustainability* dalam perusahaan sudah menjadi sebuah hal penting dan komitmen global untuk keberlangsungan kualitas hidup manusia saat ini dan masa yang akan datang. Dalam analisis yang dilakukan pada aspek lingkungan berkaitan kesesuaian lingkungan sekitar (lingkungan operasional, lingkungan dekat dan lingkungan jauh) dengan ide bisnis yang dijalankan, suatu bisnis dinyatakan layak jika kondisi lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan mampu memberikan manfaat lebih besar daripada dampak negatif (Sulistiyowati, 2019).

1. Prinsip *Sustainability*

Sustainability merupakan sebuah konsep yang mengacu pada *sustainable development* yang memiliki makna bahwa aktivitas pembangunan saat ini dapat mencapai tujuan tanpa mengorbankan ataupun mengurangi kebutuhan generasi yang akan datang (Kates et al., 2005). Menurut Utama (2010) pelaksanaan pembangunan berkelanjutan

diperlukan karena kegiatan ekonomi yang ada cenderung menghambat ataupun mengurangi tuntutan generasi berikutnya dan merusak ekosistem dunia. Untuk mencapai pembangunan berkelanjutan, setiap orang harus berpartisipasi, baik secara individu maupun kolektif (Sudana et al., 2014)

3.4.6 Aspek Finansial

Adapun analisis pada aspek finansial yang dapat di asumsikan untuk sementara waktu adalah sebagai berikut :

1. HPP (Harga Pokok Produksi) (selama 5 bulan)

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= (\text{Biaya tetap} + \text{Biaya variabel}) / \text{total produksi (250)} \\ &= \text{Rp. 490,000} + \text{Rp. 1.200,000} / 250 \\ &= \text{Rp. 6,760} \end{aligned}$$

2. Harga jual produk dan jasa platform Furnitur.id

Harga produk atau jasa furnitur di Toko Mebel Toge Putra Jogja antara Rp. 325,000 – Rp. 6,750,000. Furnitur.id mengambil keuntungan 50 persen dari harga produk dan jasa, sehingga harga jual produk dan jasa platform Furnitur.id dengan keuntungan 15 persen berkisar Rp. 48,750 – Rp. 1,012,500. Dengan perhitungan rata-rata sebagai berikut:

Dengan perhitungan rata-rata sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= (\text{Rp. 48,750} + \text{Rp. 1,012,500}) / 2 \\ &= \text{Rp. 530,625} \end{aligned}$$

3. Keuntungan Marginal

$$\begin{aligned} &= \text{Harga jual} - \text{HPP} \\ &= \text{Rp. 530,625} - \text{Rp. 6,760} \\ &= \text{Rp. 523,865} \end{aligned}$$

4. Analisis BEP (Break Even Point)

a. BEP Unit

$$\begin{aligned} \text{Total Revenue} &= \text{Total Cost} \\ \text{Price} \times \text{Quantity} &= \text{Total Fixed Cost} + \text{Total Variable Cost} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Quantity} &= \text{Total Fixed Cost} / (\text{Price} - \text{Total Variable} \\
\text{Cost (unit)}) & \\
&= \text{Rp. 490,000} / (\text{Rp. 530,625} - (\text{Rp.} \\
&1,200,000/250)) \\
&= \text{Rp. 490,000} / (\text{Rp. 530,625} - \text{Rp. 4,800}) \\
&= 0,93 = 1 \text{ unit}
\end{aligned}$$

b. BEP Penjualan

$$\begin{aligned}
\text{BEP Harga} &= \text{Biaya Produksi} / \text{Produksi} \\
&= \text{Rp. 1,690,000} / 1 \\
&= \text{Rp. 1,690,000}
\end{aligned}$$

Jadi agar mencapai BEP selama 5 bulan, Furnitur.id minimal harus melakukan 1 kali transaksi pada aplikasi, dengan biaya produk atau jasa sebesar Rp. 1,690,000. Apabila ingin mendapatkan profit, Furnitur.id harus melakukan transaksi lebih dari 1 kali, atau menaikkan biaya produk atau jasa lebih dari Rp 1,690,000.

5. Analisis ROI (*Return of Investment*)

Dari perhitungan keuntungan marginal dengan asumsi perharinya Furnitur.id melakukan 1 kali transaksi dengan asumsi tidak adanya peningkatan transaksi dan peningkatan jumlah penyedia tempat yang menjadi mitra bisnis, maka *Return of Investment (ROI) Startup* Furnitur.id adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
\text{ROI} &= \text{Total Modal} / (\text{keuntungan marginal} \times 1 \times 30) \\
&= \text{Rp. 1,690,000} / (\text{Rp. 523,865} \times 1 \times 30) \\
&= 0,10 = 3 \text{ hari dengan persentase } 0,2\% \text{ per bulan}
\end{aligned}$$

3.4.6 Aspek *Usability* Furnitur.id Menggunakan *System Usability Scale*

Aspek *usability* atau kegunaan akan mengukur efektivitas dan efisiensi penggunaan suatu produk dalam mencapai target dan kepuasan pengguna. Menurut ISO 9241-210 (2018) *usability* merupakan tolak ukur sejauh mana sebuah produk (aplikasi) dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk mencapai tujuan tertentu dengan kepuasan penggunaan produk

(aplikasi), efektif dan efisiensi. Selain itu, *usability* didefinisikan sebagai atribut kualitas yang menafsirkan sejauh mana kemudahan *user interface* saat digunakan (Nielsen, 2012).

Pada Furnitur.id aspek *usability* diukur menggunakan metode SUS (*System Usability Scale*). Metode ini merupakan salah satu cara yang efisien dalam mengumpulkan data yang valid secara statistik dan menghasilkan skor yang jelas dan tepat (Kesuma, 2021). *System Usability Scale* (SUS) adalah kuisisioner yang dapat digunakan dalam mengukur *usability* suatu aplikasi menurut sudut pandang subyektif pengguna (Brooke, 2013). SUS dikembangkan oleh John Broke sejak tahun 1986. Sampai saat ini, SUS banyak dipakai ketika mengukur *usability* dan menunjukkan beberapa kelebihan, yaitu: (1) SUS dapat digunakan dengan mudah, sebab hasilnya berupa skor 0–100 (Brooke, 1996); (2) SUS sangat mudah digunakan, tidak diperlukan perhitungan yang rumit (Bangor et al., 2009); (3) SUS tersedia gratis, tidak membutuhkan biaya tambahan (Garcia, 2013); dan (4) SUS terbukti valid dan terpercaya, meskipun dengan ukuran sampel yang kecil (Tullis and Stetson, 2004; Brooke, 2013).

SUS berupa kuesioner yang terdiri dari 10 item pertanyaan yang akan dijawab oleh responden (Brooke, 1996). Para responden akan memberikan penilaian setiap pertanyaan skala 1 sampai 5 berdasarkan seberapa setuju terhadap pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner. Skala 5 merupakan setuju, sedangkan skala 1 yaitu sangat tidak setuju. Berikut merupakan daftar pertanyaan pada kuisisioner SUS yang telah disesuaikan dengan nama aplikasi dan kondisi saat ini:

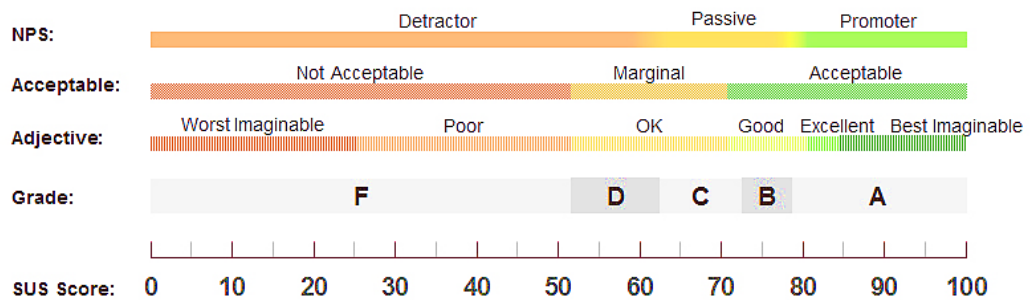
Tabel 4. Item Pertanyaan *System Usability Scale* (SUS)

No	Pertanyaan
1	Saya berpikir akan menggunakan aplikasi ini kembali
2	Saya merasa aplikasi Furnitur.id terlalu rumit
3	Saya merasa aplikasi Furnitur.id mudah digunakan
4	Saya membutuhkan bantuan orang lain dalam menggunakan aplikasi

	ini
5	Saya merasa bahwa terdapat berbagai macam fungsi yang terintegrasi dengan baik dalam aplikasi Furnitur.id
6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi) pada aplikasi ini
7	Saya merasa mayoritas pengguna dapat mempelajari aplikasi Furnitur.id dengan cepat
8	Saya menemukan bahwa aplikasi Furnitur.id sangat tidak praktis ketika digunakan
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan aplikasi ini
10	Saya perlu belajar terlebih dahulu sebelum menggunakan aplikasi Furnitur.id

Dalam perhitungannya (Brooke, 1996), setiap pernyataan memiliki skor responden yang berkisar antara 0 hingga 4. Untuk pertanyaan 1,3,5,7, dan 9 skor respondennya adalah posisi skala dikurangi 1. Untuk pertanyaan 2,4,6,8, dan 10, skor respondennya adalah 5 dikurangi posisi skala. Kemudian untuk mendapatkan nilai keseluruhan *system usability* perlu di kalikan jumlah skor responden dengan 2.5. Selanjutnya, menjumlahkan semua hasil skor responden dan dihitung nilai rata-rata nya. Sehingga skor SUS berkisar dari 0 hingga 100. Adapun sampel yang digunakan dalam analisis aspek *usability* Furnitur.id sebanyak 30 responden, menurut Roscoe dalam (Sugiyono, 2014) ukuran sampel yang layak pada penelitian berkisar 30 sampai 500 responden.

Pada interpretasi hasil skor SUS, terdapat lima cara yang dapat digunakan berdasar interpretasi perbandingan peringkat persentil, peringkat (*grades*), sifat, tingkat penerimaan, dan NPS dari skor SUS (Bangor et al., 2009). Skala interpretasi dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Skala Interpretasi Hasil Skor SUS

Tabel berikut merupakan gambaran yang lebih jelas terkait nilai yang terdapat pada gambar diatas.

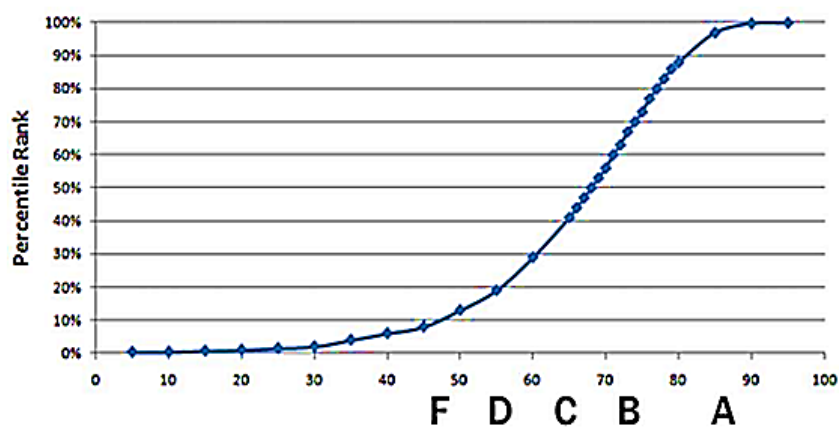
Tabel 5. Skala Interpretasi Hasil Skor SUS

<i>Grade</i>	<i>SUS</i>	<i>Percentile Range</i>	<i>Adjective</i>	<i>Acceptable</i>	<i>NPS</i>
A+	84,1 – 100	96 – 100	<i>Best Imaginable</i>	<i>Acceptable</i>	<i>Promotor</i>
A	80,8 – 84,0	90 – 95	<i>Excellent</i>	<i>Acceptable</i>	<i>Promotor</i>
A-	78,9 – 80,7	85 – 89	<i>Good</i>	<i>Acceptable</i>	<i>Promotor</i>
B+	77,2 – 78,8	80 – 84		<i>Acceptable</i>	<i>Passive</i>
B-	74,1 – 77,1	70 – 79		<i>Acceptable</i>	<i>Passive</i>
B	72,6 – 74,0	65 – 69		<i>Acceptable</i>	<i>Passive</i>
C+	71,1 – 72,5	60 – 64		<i>Acceptable</i>	<i>Passive</i>
C	65,0 – 71,0	41 – 59	<i>OK</i>	<i>Marginal</i>	<i>Passive</i>
C-	62,7 – 64,9	35 – 40		<i>Marginal</i>	<i>Passive</i>
D	51,7 – 62,6	15 – 34		<i>Marginal</i>	<i>Detractor</i>

Dari gambar diatas, dapat diketahui bahwa interpretasi hasil skor SUS bisa melalui lima pendekatan yang berbeda. Berikut penjelasannya (Sauro, 2011):

1. Peringkat Persentil (*Percentiles Rank*)

Perhitungan persentil membandingkan data mentah hasil penelitian dengan database penelitian yang telah dilakukan. Untuk hasil skor SUS sebesar 68 (*grade C*), maka peringkat persentil merupakan nilai standar interpretasi nilai SUS. Untuk mengkonversi hasil skor SUS ke dalam peringkat persentil dapat menggunakan alat bantu berupa grafik kurva yang dikembangkan oleh J Sauro (2011).



Gambar 4. Grafik Kurva Sauro

2. Peringkat (*Grades*)

Pada nilai mentah skor SUS bisa dikelompokkan mulai peringkat A sampai F, yang mana peringkat A adalah sangat baik, dan peringkat F adalah sangat buruk.

3. Sifat (*Adjectives*)

Skor SUS yang berada diatas nilai 85 berarti sempurna/excellent. Adapun nilai 72 keatas termasuk kategori baik/good, sedangkan 51 berarti OK.

4. Tingkat Penerimaan (*Acceptible*)

Dalam menginterpretasikan nilai skor SUS dapat dilihat tingkat penerimaan nilai mentah skor SUS. Tingkat penerimaan “dapat diterima” ketika nilai skor di atas 70 dan “tidak dapat diterima” mulai dari nilai skor 50 ke bawah. Nilai skor antara 50 – 70 “dapat diterima secara marginal”.

5. *Net Promotore Score (NPS)*

NPS merupakan survei tingkat kelayakan dan kepuasan pengguna terhadap suatu aplikasi yang berkaitan dengan kemungkinan pengguna merekomendasikan aplikasi pada orang lain. Kelas promoter berupa skor 9 dan 10, kelas passive untuk skor 7 dan 8, dan kelas *detractors* untuk skor 6 kebawah.



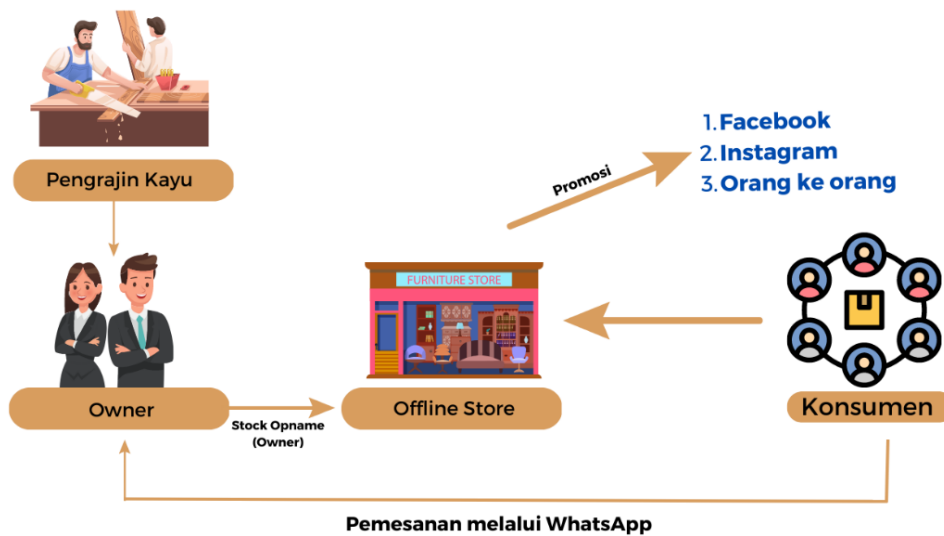
BAB IV. PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS

4.1 Profil Usaha Toko Mebel Toge Putra

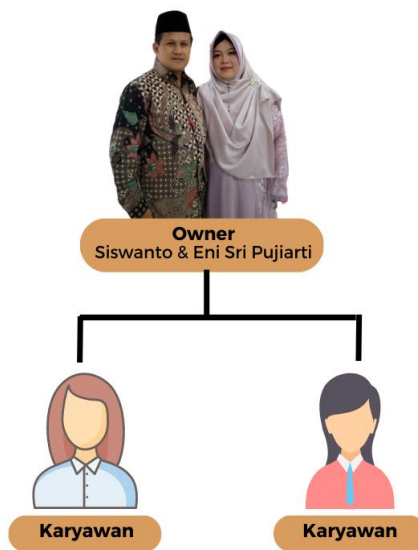
Toko Mebel Toge Putra salah satu toko mebel di Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan toko yang menyediakan furniture, didirikan oleh sepasang suami istri yaitu bapak Toge dan Ibu Ngadiyem, pada mulanya bernama Toko Mebel Toge pada tahun 1970 yang berlokasi di dusun Slarongan, Padukuhan, Melikan, Sumberharjo, Kec. Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas bangunan panjang 15 m dan lebarnya 7 m. Pada awal berdiri Toko Mebel Toge di kelola secara tradisional oleh bapak Toge dan Ibu Ngadiyem, bapak Toge bertanggung jawab sebagai pengelola operasional usaha dan pemenuhan kebutuhan produk sedangkan tanggung jawab keuangan dikelola oleh istrinya. Adapun sistem pengelolaan keuangan pada saat itu masih sangat sederhana dan kebutuhan produk furniture yang dijual merupakan hasil buatan sendiri bapak Toge dengan di bantu oleh 3 buruh harian lepas dan beberapa kebutuhan produk dipasok oleh pengrajin dari Jepara.

Seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 1998 kepemilikan Toko Mebel Toge di wariskan kepada anak pertamanya yaitu bapak Siswanto yang mengelolanya sampai saat ini. Pada saat itu pula Toko Mebel Toge berubah nama menjadi Toko Mebel Toge Putra dan berpindah lokasi di Jl. Piyungan-Prambanan km. 3, Bercak, Bulu, Jogotirto, Berbah, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas bangunan panjang 30 m dan lebarnya 10 m. Kemudian pada tahun 2007 Toko Mebel Toge Putra dibawah kepemimpinan Bapak Siswanto mengalami ekspansi berupa bertambahnya showroom yang berlokasi di Jl. Piyungan-Prambanan km. 3 dengan luas bangunan panjang 60 m dan lebarnya 15 m. Dengan meningkatnya permintaan konsumen dan perkembangan zaman pada tahun 2013 Toko Mebel Toge Putra kembali melakukan ekspansi dengan bertambahnya showroom yang berlokasi di Jl. Piyungan-Prambanan km. 3,5 dengan luas bangunan panjang 100 m dan lebarnya 20 m.

Pada proses sistem pengelolaan operasional Toko Mebel Toge Putra sebagai berikut:



Gambar 5. Sistem Operasional Toko Mebel Toge Putra Sebelum ada Funitur.id



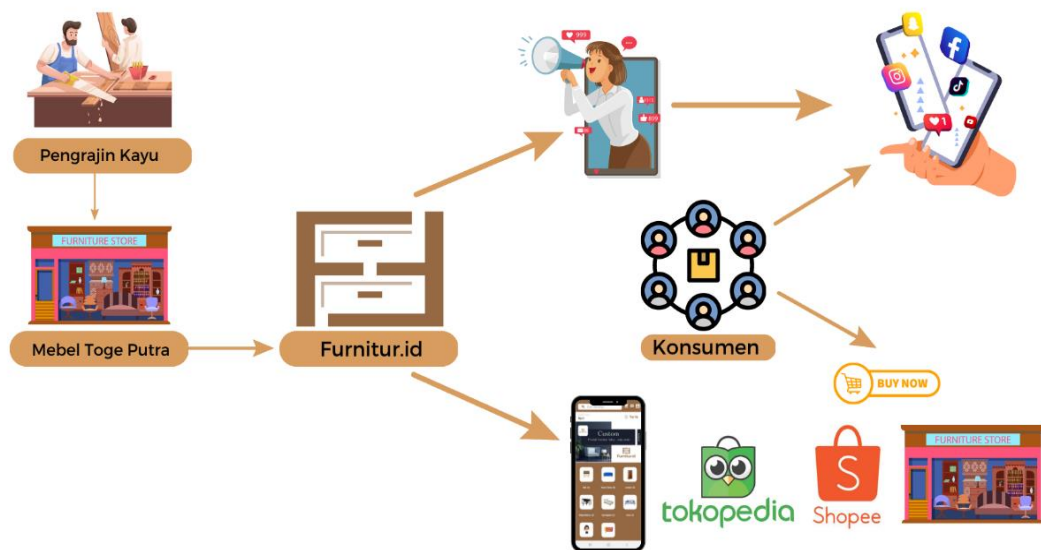
Gambar 6. Struktur Organisasi Toko Mebel Toge Putra sebelum ada Funitur.id

Sehingga secara operasional Toko Mebel Toge Putra masih berupaya pada sistem konvensional. Dengan struktur usaha adalah *owner* dan dibantu oleh beberapa karyawan. *Owner* merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris berarti pemilik, yang diterjemahkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah yang memiliki. Dalam aktivitas usaha Toko Mebel Toge Putra *owner* bekerja menemui pengrajin kayu, melakukan *stock opname* secara manual, melayani pembelian produk dengan bertemu konsumen melakukan pencatatan

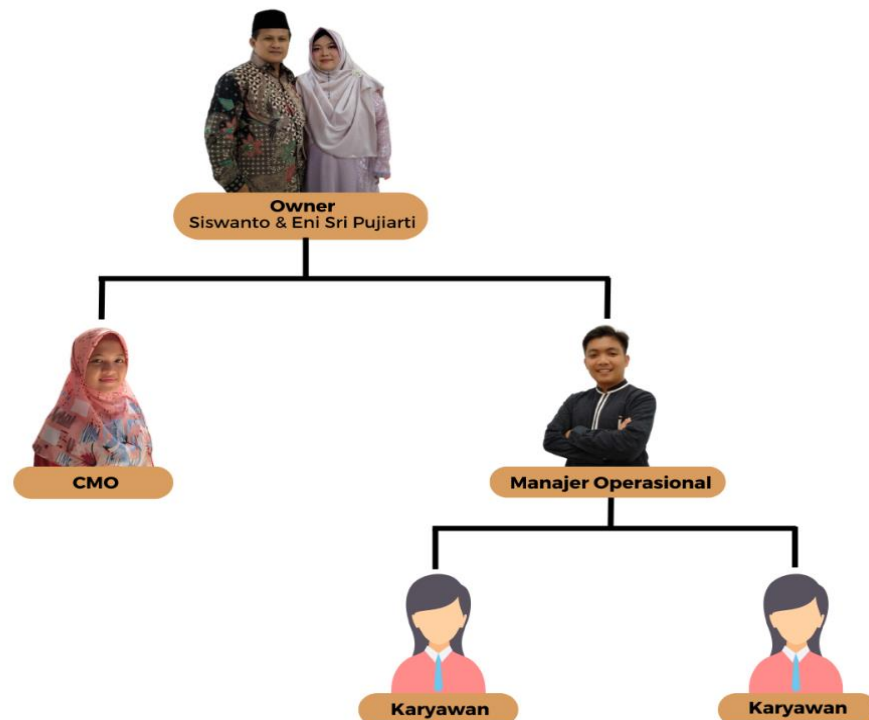
keuangan dan memberikan gaji untuk karyawan. Karyawan adalah tenaga kerja atau Sumber Daya Manusia yang bekerja dalam ruang lingkup institusi pemerintah ataupun orang yang bekerja pada sektor usaha swasta (Abdullah, 2014). Karyawan disini bekerja untuk membantu *owner* dalam melakukan *stock opname*, melayani pembeli dan melakukan pengiriman produk furniture.

4.2. Profil Funitur.id

Funitur.id merupakan inovasi aplikasi *e-commerce* yang dirancang untuk solusi akan sistem pada Toko Mebel Toge Putra khususnya sistem pemasaran dalam upaya menjawab atas pergeseran dunia bisnis adanya era disrupsi membutuhkan sebuah inovasi pada suatu bisnis, sejalan dengan pertumbuhan startup di Indonesia menduduki posisi ke lima dunia dan pada tahun 2021 industri furniture tumbuh positif sebesar 8,04%. Oleh karena itu Toko Mebel Toge Putra yang telah beroperasi lima puluh tiga tahun yang lalu perlu adanya inovasi pada sistem pemasaran.



Gambar 7. Sistem Operasional Toko Mebel Toge Putra setelah ada Funitur.id



Gambar 8. Struktur Organisasi Toko Mebel Toge Putra setelah ada Furnitur.id

Berdasarkan pada struktur organisasi Toko Mebel Toge Putra setelah adanya Funitur.id sebagai inovasi pada sistem pemasaran, maka akan merubah sistem operasional dan job desk Sumber Daya Manusia (SDM) di Toko Mebel Toge Putra. Dalam upaya untuk keberlangsungan usaha yang lebih baik berikut job desk atau tanggung jawab SDM:

1. *Owner* (Pemilik)

Owner Toko Mebel Toge Putra akan bertanggung jawab dalam memimpin perusahaan supaya usaha tetap pada kinerja terbaik, *owner* juga bertanggung jawab membuat peraturan, mengembangkan strategi bisnis memberikan tugas untuk karyawan serta memberikan upah kerja dan menanggung atas kerugian. Selain itu *owner* juga bertanggung jawab pada keuangan perusahaan.

2. *Chief Marketing Officer* (CMO)

Memastikan produk performansi penjualan dengan baik ialah tugas utama CMO di Toko Mebel Toge Putra. Selain itu tugas CMO ialah memastikan aplikasi Funitur.id. berjalan dengan baik, melakukan pemasaran secara aktif melalui sosial media facebook, Instagram, tiktok dan WhatsApp. CMO diharapkan bisa melakukan inovasi dan

mengembangkan kreatifitas dalam pemasaran produk Toko Mebel Toge Putra. Serta CMO juga bertugas untuk memastikan *stock opname* dilakukan secara teratur dengan rapi.

3. Manajer Operasional

Manajer operasional Toko Mebel Toge Putra memiliki tanggung jawab penuh untuk memastikan stock produk dan distribusi produk berjalan dengan semestinya. Selain itu tugas manajer operasional dalam aktivitas bisnis khususnya pada aktivitas operasional perusahaan ialah memastikan karyawan memberi pelayanan yang baik untuk memaksimalkan kepuasan konsumen. Kemudian dalam upaya untuk memaksimalkan kinerja Toko Mebel Toge Putra manajer operasional terjun langsung pada aktivitas *delivery* produk dan manajer melakukan monitor dengan *owner* berdasarkan informasi valid yang didapat di lapangan.

4. Karyawan

Peran karyawan sangat dibutuhkan dalam aktivitas bisnis Toko Mebel Toge Putra dikarenakan ada tiga *showroom* furnitur yang beroperasi. Karyawan akan bertanggung jawab penuh terhadap memberikan pelayanan secara langsung kepada konsumen yang melakukan transaksi di *showroom*. Kemudian karyawan juga akan melaporkan hasil transaksi, kebutuhan stock produk di *showroom*. Upaya untuk memberikan kenyamanan saat berbelanja di *showroom* karyawan juga memiliki tanggung jawab pada kebersihan dan kerapian tata letak produk di tiga *showroom* Toko Mebel Toge Putra.

4.3 Realisasi Analisis Lingkungan Bisnis

Dalam realisasi analisis lingkungan bisnis furnitur.id berupaya mengidentifikasi peluang (opportunities) yang ada dan secara bersamaan mengetahui ancaman (threats) bisnis yang perlu adanya antisipasi. Lingkungan bisnis terdapat faktor lingkungan eksternal (external environment) dan lingkungan internal (internal environment) (Wright et al.,1996 ; Wheleen and Hunger, 2000;

Hitt, 1995). Lingkungan eksternal adalah lingkungan di luar organisasi dan perlu dianalisis untuk menentukan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) yang akan dihadapi perusahaan, sedangkan lingkungan internal adalah lingkungan di dalam organisasi dan perlu dianalisis untuk mengetahui kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang ada pada perusahaan (Riyanto S. , 2018). Dengan demikian, berdasarkan realisasi yang terjadi di lapangan terdapat berbagai faktor yang berpengaruh pada furnitur.id secara faktor internal maupun faktor eksternal, yaitu :

1. Kekuatan (*Strength*)
 - S1. Solusi pada Mebel Toge Putra untuk memberikan inovasi sistem pemasaran.
 - S2. Meningkatkan pendapatan Mebel Toge Putra
 - S3. Memberikan kemudahan dan meningkatkan kenyamanan pelayanan pada konsumen
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - W1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang platform yang akan diluncurkan
3. Peluang (*Opportunities*)
 - O1. Banyaknya pengguna smarphone dan internet
 - O2. Meningkatnya kebutuhan furniture oleh masyarakat
4. Ancaman (*Threat*)
 - T1. Persaingan pada toko dan platform serupa yang telah bermunculan
 - T2. Membutuhkan waktu untuk transformasi dari sistem konvensional ke sistem digital

4.3 Realisasi Pembentukan dan Pengembangan Platform Furnitur.id

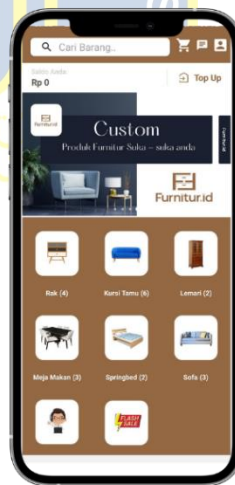
Perkembangan ekonomi telah diiringi pesatnya teknologi, memiliki kesan kepada para kompetitor di kalangan para pengusaha yang berakibat terjadinya perubahan ekonomi dunia yang pesat (Gustina, Novita, & Triadi, 2022). Produk yang berkualitas memiliki ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh untuk memaksimalkan kebutuhan yang terbuka maupun tersirat

(Abdullah & Tantri, 2017). Selain itu, margin keuntungan dari penjualan produk dipengaruhi oleh periode globalisasi ekonomi dan perkembangan teknologi yang cepat. Didukung *habits* saat ini menuntut serba praktis dan cepat membuat sistem online semakin menjadi kebutuhan konsumen maupun produsen (Gustina, Novita, & Triadi, 2022). Pada realisasinya melalui e-commerce bertujuan untuk membantu konsumen, dimana saja dan siapa saja dapat berhemat waktu dan uang untuk mendapatkan pelayanan terbaik, akses informasi yang cepat dan memiliki hubungan pendekatan yang baik kepada pelanggan (Rosyad, 2018).

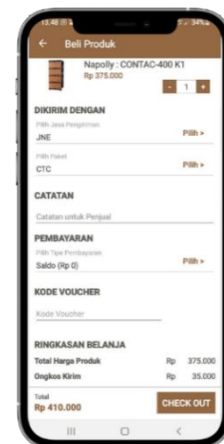
Dalam tahapan realisasi pembentukan dan pengembangan platform *e-commerce* furnitur.id telah mencapai terbentuknya aplikasi yang akan menjadi platform penyedia produk furnitur dan berbagai fitur yang tersedia dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja kebutuhan furnitur. Adapun realisasinya terdapat menu berbagai pilihan produk furnitur, tersedianya diskon, dan dan fitur kustom mebel untuk memenuhi kebutuhan dalam belanja furniture sesuai keinginan konsumen.



Gambar 9. Tampilan Awal Aplikasi



Gambar 10. Fitur Aplikasi



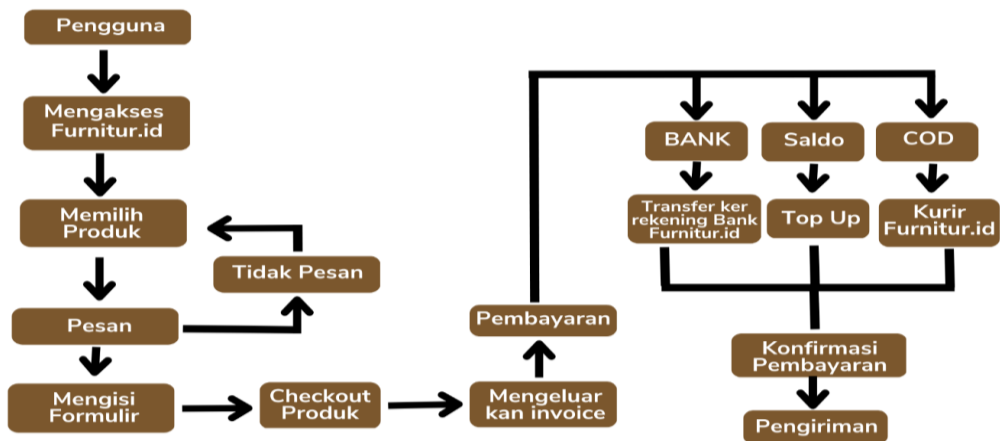
Gambar 11. Halaman Checkout



Gambar 12. Invoice Pembayaran

Alur proses pada pelayanan aplikasi akan memudahkan para pengguna dalam melakukan transaksi. Dalam pelayanan aplikasi memberikan alur kerja yang sederhana dan mudah dilakukan oleh orang yang tidak perlu ahli dalam teknologi. Tahapan – tahapan alur kerja pelayanan dalam aplikasi kepada pengguna sebagai berikut:

1. Pengguna
2. Mengakses Aplikasi Furnitur.id
3. Memilih Produk
4. Memesan atau tidak memesan
5. Mengisi formulir
6. Checkout produk
7. Pengguna mendapatkan invoice
8. Pembayaran (Bank, Saldo dan COD)
9. Pengiriman produk oleh Furnitur.id



Gambar 13. Alur Pelayanan Aplikasi Furnitur.id

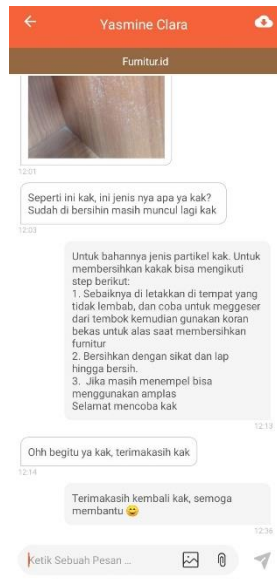
Pada sebuah aplikasi yang telah tersedia di *Google Play Store* diperlukan adanya *rating* dan *review* guna mempengaruhi seseorang untuk turut download dan menggunakan aplikasi Furnitur.id. *Review* merupakan suatu pendapat seseorang yang bukan iklan, sebagai salah satu faktor penentu keputusan seseorang untuk download aplikasi (Lee & Shin, 2014). Menunjukkan indikator popularitas atau nilai produk (aplikasi) yang mempengaruhi keinginan untuk download suatu produk (Farki et al., 2016). Sedangkan *rating* merupakan bagian dari *review* yang bersimbol bintang sebagai ekspresi pendapat pengguna (Farki et al., 2016). Menurut Moe dan Schweidel (2012) hubungan antara rating terhadap tingkat pengambilan keputusan pelanggan mempunyai pengaruh sebelum memutuskan mendownload sesuatu tergantung intensitas penilaian atau rating yang dilakukan pelanggan pada suatu produk.

Dalam hal ini, Furnitur.id telah mendapatkan *rating* dan *review* positif pada laman *Google Play Store*. Akun Lili Malihah menuliskan “Bagus dan bisa menjadi terobosan bagi para pelaku UMKM untuk mengikuti arus kemajuan teknologi” dan memberikan rating bintang 5. Selain itu, akun B 471 menuturkan “Yok yang mau beli furniture sekaligus sedekah boleh banget loh download appsnya” dan memberikan rating bintang 5. Akun Furnitur.id sendiri telah memberikan *feedback* pada pengguna yang memberikan rating dan review “Hallo Kak, Terima kasih telah berkenan memberikan ulasan positifnya yaa. Semoga Furnitur.id selalu menjadi pilihan utama kakak dalam memenuhi kebutuhan furniture rumah kakak”.

4.3.1 Benefit Aplikasi Furnitur.id kepada Konsumen

Sebagai upaya Furnitur.id agar konsumen tetap melakukan instal aplikasi, maka Furnitur.id memberikan pelayanan yang bersifat *sustainability* dengan memberikan pelayanan fitur belanja produk furniture, fitur kustom produk dan fitur promo. Selain itu, konsumen mendapatkan edukasi terkait furnitur berupa tersedianya artikel yang dapat dibaca oleh konsumen secara berkala dan dapat berkonsultasi langsung terkait problem furnitur kepada furnitur.id melalui *live chat*. Serta Memberikan informasi terkait pelatihan maupun cara pembuatan

furnitur skala rumah tangga. Adapun aplikasi Furnitur.id tidak mencapai puluhan *megabyte* (mb) namun aplikasi ini hanya 9,7 mb sehingga device pengguna furnitur.id tidak terganggu pada sistem penyimpanan yang terlalu memakan ruang. Dengan service yang berkelanjutan diharapkan konsumen dapat menerima benefit daripada aplikasi furnitur.id.



Gambar 14. Tampilan Live Chat Furnitur.id



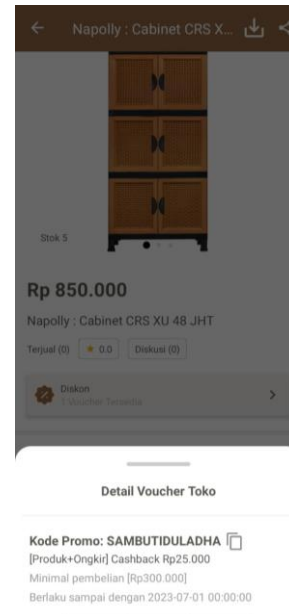
Gambar 15. Tampilan Konsultasi Kustom Mebel

Melalui fitur live chat dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli secara langsung, dimana *costumer* dapat melakukan konsultasi, mengadukan suatu kendala seputar furnitur, serta memberikan informasi terkait produk maupun layanan yang tersedia pada Furnitur.id.

Berikut tampilan kustom mebel, dimana *costumer* dapat menghubungi penjual untuk melakukan pemesanan produk furnitur yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.



Gambar 16. Aplikasi Furnitur.id Berukuran 9,7 mb



Gambar 17. Layanan Promo Furnitur.id

4.4 Realisasi Kerjasama dengan Mitra

Pada dasarnya kemitraan adalah kolaborasi strategis antara dua pihak atau lebih dalam bidang tertentu yang dianggap strategis (Taufik, 2010). Pasal 26 UU No. 9 Tahun 1995 menyatakan bahwa kemitraan yang “dilakukan dalam hubungannya dengan pembinaan dan pengembangan dalam satu atau lebih bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi” juga tercakup (Pemerintah Indonesia, 1995). Oleh karena itu, kemitraan dapat didefinisikan sebagai hubungan kerja sama yang bertujuan untuk membantu kedua belah pihak tanpa merugikan salah satu pihak dan mempertahankan hubungan sinergis yang positif.

Oleh karena itu, Furnitur.id merealisasikan sistem kemitraan yang diharapkan setiap *stakeholders* terkait saling diuntungkan. Sehingga Furnitur.id melakukan kerjasama dengan mitra utama ialah Mebel Toge Putra sebagai penyedia produk mebel dan juga pengrajin kayu sebagai pemasok produk furnitur kepada Mebel Toge Putra. Pada sistem kerja sama yang dilakukan ialah Mebel Toge Putra sebagai mitra utama penyedia produk furnitur yang akan di distribusikan melalui aplikasi Furnitur.id. Dalam hal ini pengrajin kayu sebagai

pemasok produk furnitur kepada Mebel Toge Putra. Sehingga pihak yang bermitra dengan furnitur.id akan mendapatkan peluang untuk meningkatkan omset usaha.

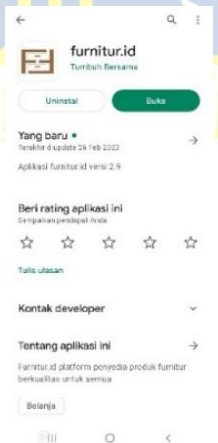
4.5 Realisasi Aspek Pemasaran Syariah

Salah satu strategi yang digunakan pelaku usaha untuk mendorong penjualan produk yang sudah diproduksi adalah pemasaran produk. Melalui pemasaran produk atau merek merupakan sarana untuk secara langsung maupun tidak langsung dalam menginformasikan, merujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang produk yang ditawarkan (Fitri, 2016). Pemasaran bertujuan untuk menyebarkan pengetahuan, memposisikan barang, dan menambah nilai bagi penjual, sehingga dapat menaikkan penjualan produk yang telah di promosikan (Lestari & Saifuddin, 2020). Menurut Ray (dalam Morissan, 2010) mendefinisikan pemasaran sebagai setiap tindakan yang diambil atas prakarsa penjual untuk menciptakan berbagai saluran informasi dan persuasi guna menjual produk dan jasa atau menyebarkan ide.

Pada realisasi promosi produk, Furnitur.id telah melakukan pemasaran syariah melalui sosial media dan lainnya, berikut aktivitas promosi produk Furnitur.id.



Gambar 18. Desain Promosi



Gambar 19. Furnitur.id di Google Play Store



Gambar 20. Sosial Media (Instagram) Furnitur.id



Gambar 21. Sosial Media (Tiktok) Furnitur.id

Terlihat dari aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Toko Mebel Toge Putra secara produk yang dijual merupakan produk yang diperbolehkan dalam Islam untuk diperjual belikan artinya produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak mengandung unsur haram. Selain produk yang diperbolehkan untuk dijual belikan, dalam desain promosi yang dilakukan oleh seorang *marketer* Toko Mebel Toge Putra ialah menampilkan gambar yang menarik, memberikan informasi yang sesuai, dan menggunakan media yang diizinkan oleh pemerintah. Artinya *marketer* tidak menampilkan desain promosi yang mengumbar aurat perempuan sebagai daya tarik, tidak memberikan informasi yang berlebihan ataupun mengandung unsur penipuan serta tidak menggunakan media yang illegal.

4.5.1 Realisasi Pemasaran Furnitur.id pada *Marketplace*

Dalam upaya untuk meningkatkan maupun menguasai pasar Furnitur.id telah tersedia pada marketplace di Shoope dan Tokopedia. Berdasarkan data kuartal I 2023 kunjungan marketplace pada Shoope mencapai 157,9 juta kunjungan perbulan dan Tokopedia merai 117 juta kunjungan (Katadata, 2023). Sebagai upaya untuk mengoptimalkan mendapat reputasi oleh konsumen, sehingga marketplace furnitur.id telah terealisasi meskipun belum maksimal. Berikut tampilan marketplace furnitur.id.



Gambar 22. Marketplace (Shoop) Furnitur.id



Gambar 23. Marketplace (Tokopedia) Furnitur.id

4.5.2 Realisasi Pemasaran Sosial dan Lingkungan Hidup

Pemasaran sosial merupakan metode dengan pemasaran non-profit, karena penerapan konsep pemasaran mengutamakan mencapai tujuan bukan hanya berorientasi pada keuntungan (Kotler & Zaltman, 1981). Adapun realisasi pada Furnitur.id menggunakan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) artinya aktivitas bisnis pada perusahaan memiliki tanggung jawab sosial kepada *stakeholder* dan masyarakat sebagai upaya memperhatikan kesejahteraan dan berdampak positif pada lingkungan (Mulachela, 2022). Berdasarkan UU no 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 1 ayat 3, menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen suatu usaha yang berperan dalam pembangunan ekonomi yang *sustanaibility* untuk meningkatkan kualitas masyarakat dan bermanfaat bagi lingkungan. Sehingga Furnitur.id pada implementasinya memberikan sponsorship pada berbagai kegiatan sosial, penyantunan kaum dhuafa di wilayah D.I Yogyakarta. Dalam jangka panjang mengupayakan turut berkolaborasi memberikan edukasi dengan mengadakan talkshow maupun mengikuti kegiatan yang didukung oleh masyarakat seperti

pameran & pelatihan. Selain itu memberikan program yang berupaya memberikan perhatian terhadap lingkungan hidup dengan program daur ulang limbah furnitur melalui menerima produk furnitur yang telah rusak maupun tidak layak digunakan.



Gambar 24. Pembagian Sedekah Sembako



Gambar 25. Pembagian Nasi untuk Kaum Dhuafa

4.6 Realisasi Aspek Ekonomi dan Sosial

Pada bagian realisasi aspek ekonomi dan sosial Toko Mebel Toge putra mengimplemtasikan yang memberikan dampak pada 3 stakeholder yaitu:

1. Internal Perusahaan

Aktivitas bisnis yang memiliki kinerja yang baik tentunya akan memberikan dampak positif bagi internal perusahaan. Dampak positif tersebut ialah terwujudnya tujuan perusahaan, keberlangsungan perusahaan serta akan meningkatkan kesejahteraan bagi Sumber Daya Manusia (SDM) pada internal perusahaan dan *stakeholder* terkait. Kehadiran Furnitur.id memberikan jalur pelayanan baru bagi konsumen Toko Mebel Toge Putra. Selain itu mendukung maupun melaksanakan kegiatan amal sosial seperti zakat, menurut Peraturan Menteri Agama No 52 Tahun 2014, zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau organisasi niaga yang dimiliki oleh seorang muslim untuk disalurkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam (Badan Amil Zakat Nasional, 2019).

Internal perusahaan turut menyongsong kegiatan sedekah, berdasarkan peraturan BAZNAS No. 2 tahun 2016, sedekah merupakan aktivitas seseorang atau badan usaha yang mengeluarkan harta ataupun non harta diluar aktivitas zakat yang bertujuan untuk kemaslahatan umum (Badan Amil Zakat Nasional, 2019).



Gambar 26. Sponsorship Acara Kawula Muda Daleman Peringatan Kemerdekaan RI ke 77

2. Masyarakat Umum

Tentunya Toko Mebel Toge Putra mengimplemtasikan bisnis yang berorientasi untuk kemaslahatan. Dalam hal ini terlihat bahwa Toko Mebel Toge Putra telah membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat, sampai saat ini telah mempekerjakan 2 orang karyawan yaitu masyarakat sekitar lokasi usaha yang membutuhkan lapangan pekerjaan. Dengan adanya inovasi pemasaran yang berupa aplikasi Funitur.id akan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat luas. Dapat terlihat setelah adanya pengembangan ini Toko Mebel Toge Putra memberikan kesempatan bagi anak muda pada bagian *Chief Marketing Officer* (CMO) dan Manajer Operasional yang berkesempatan untuk mengimpelemntasikan ilmu pengetahuan dan mengembangkan pengetahunnya.

Funitur.id merupakan wajah baru dari Toko Mebel Toge Putra memberikan sensasi baru bagi konsumen saat berbelanja kebutuhan furniture, konsumen akan menikmati sensai berbelanja perlengkapan rumah tangga tanpa harus menghabiskan waktu dan energi untuk datang

langsung ke showroom Toko Mebel Toge Putra, cukup dengan menggunakan aplikasi konsumen bisa melakukan transaksi jual beli furniture.

3. Pemerintah

Pemerintah memiliki program pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan dan menurunkan angka pengangguran. Toko Mebel Toge Putra telah berjalan sejak 53 tahun yang lalu, artinya selama 53 tahun bisnis ini telah memberikan kontribusi untuk keberhasilan pemerintah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan serta menurunkan angka pengangguran. Peran Toko Mebel Toge Putra dapat terlihat dari aktifnya owner membayar pajak dimana hal tersebut tentu memberikan sedikit banyak pada pertumbuhan ekonomi, kemudian selama bisnis ini berjalan tentunya memberikan pendapatan bagi *owner* serta karyawan, maka aktivitas bisnis ini memberikan kontribusi nyata dalam mengurangi kemiskinan. Selain itu bisnis ini, telah membuka lapangan pekerjaan dengan 2 orang karyawan, kontribusi nyatapun dalam upaya mendukung menurunkan angka pengangguran telah dilakukan oleh Toko Mebel Toge Putra.

Kemudian hadirnya Furnitur.id memberikan kontribusi bagi pemerintah dalam hal mengharumkan industri furnitur nasional secara lebih luas, kontribusi nyata Furnitur.id dalam hal ini dapat dilihat dari kreatifitas pembuatan aplikasi *e-commerce* dan Funitur.id telah berkontribusi dalam mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu memberikan kesempatan generasi muda pada bidang *Chief Marketing Officer (CMO)* dan manajer operasional untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan dan mengembangkan *skill dan soft skill*.

4.7 Realisasi Aspek Syariah

Toko Mebel Toge Putra dalam hal ini khususnya Funitur.id menggunakan rekening Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan transaksi terbuka terhadap kualitas barang. Akad dan kontrak dilaksanakan berdasar

prinsip syariah turut dilakukan. Istilah akad berasal dari bahasa Arab yaitu al-‘Aqd yang memiliki bentuk masdarnya adalah ‘Aqada dan turunannya al-‘Uqud yang memiliki arti perjanjian tercatat ataupun kontrak (Munawwir, 1997). Pada implementasinya Furnitur.id menggunakan akad sebagai berikut:

1. Akad Murabahah

Dalam aktivitas transaksi yang menerapkan akad murabahah seorang penjual yaitu pihak penjual, menjual produk furnitur (Lemari, kursi, rak, kasur, meja dan lainnya) dengan menetapkan harga berdasarkan harga pasaran dan menetapkan margin keuntungan yang di sepakati oleh pihak penjual dengan konsumen.

2. Akad istisna’

Akad istisna’ akan diimplementasikan Toko Mebel Toge Putra melalui fitur kustom produk dimana seorang konsumen meminta kepada pihak internal perusahaan untuk membuat barang sesuai keinginan konsumen.

3. Akad Salam

Akad salam atau salaf ini Toko Mebel Toge Putra implementasikan saat konsumen melakukan transaksi di aplikasi Furnitur.id, Toko Pedia, Shopee dan pemesanan melalui WhatsApp dimana pembayaran dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang akan diserahkan di belakang, hanya internal perusahaan menginformasikan di muka sifat – sifat, jenis, dan ukurannya serta detail lainnya

4.8 Realisasi Aspek Lingkungan Hidup

Orientasi Toko Mebel Toge Putra melalui aplikasi *e-commerce* Funitur.id akan berorientasi untuk keberlangsungan 3P (*Planet, People, Profit*) akan diwujudkan melalui beberapa program yang menerapkan prinsip *sustainability* sebagai berikut:

1. Daur Ulang Limbah Furnitur Konsumen

Gagasan program ini menawarkan kepada konsumen yang telah membeli produk furnitur di Toko Mebel Toge Putra, yang kemudian hari furnitur yang dibeli telah rusak ataupun sudah tidak layak digunakan, melalui program ini konsumen bisa menjual furniturnya kepada pihak Funitur.id dengan harga yang telah disepakati saat melakukan transaksi. Program ini upaya mewujudkan bumi yang lestari dengan mengurangi limbah yang bisa merusak atau mencemari lingkungan.



Gambar 27. Poster Program Daur Ulang Furnitur

2. Bermitra dengan Pengrajin Mebel Lokal

Orientasi Toko Mebel Toge Putra didirikan khususnya inovasi aplikasi Funitur.id diciptakan bukan untuk memonopoli industri furnitur, tetapi bisnis ini didirikan untuk mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh *stakeholder*. Program ini digagas upaya memberikan kesempatan bagi setiap masyarakat lokal dalam hal ini pengrajin lokal untuk memasarkan produknya melalui aplikasi Funitur.id.

3. Sedekah 2,5% dari keuntungan setiap transaksi kepada kaum dhuafa

Setelah dua program yang memberikan dampak khusus pada *planet* dan *people*. Program ini memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk menyalurkan rezekinya kepada kaum dhuafa, dimana seorang konsumen yang melakukan transaksi di aplikasi Funitur.id setiap keuntungan dari

transaksinya sebanyak 2,5% akan di sedekahkan kepada kaum dhuafa. Maka lengkap sudah kontribusi Toko Mebel Toge Putra khususnya Furnitur.id terhadap 3P (*Planet, People, Profit*) melalui program – program yang digagas.



Gambar 28. Poster Program Sedekah 2,5%

4.9 Realisasi Aspek *Usability* Furnitur.id Menggunakan SUS

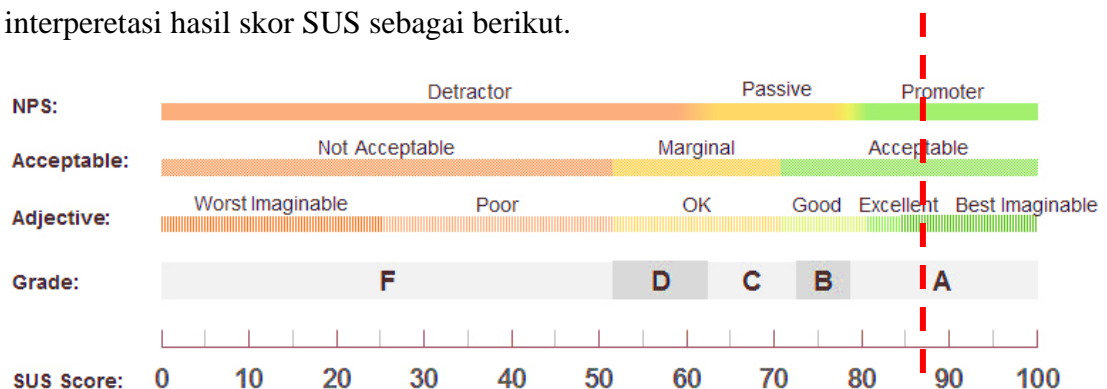
Kuisisioner Furnitur.id dapat diakses melalui google form yang telah dibuat dan di sebarakan untuk dapat diisi oleh para responden, kemudian dilakukan proses perhitungan. Adapun hasil rekapitulasi perhitungan kuisisioner Furnitur.id dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Proses Perhitungan Skor SUS Aplikasi Furnitur.id

Responden	Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2,5)
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
R1	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	36	90
R2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	72.5
R3	2	3	4	2	2	3	2	3	4	3	28	70
R4	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	28	70
R5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	102.5
R6	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	102.5
R7	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	39	97.5
R8	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	39	97.5
R9	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	34	85

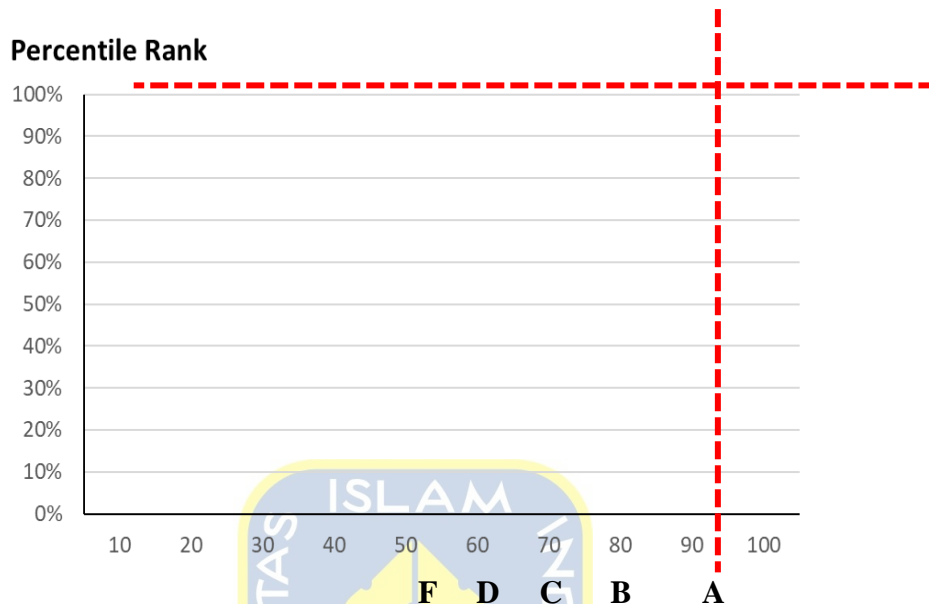
R10	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	102.5
R11	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	102.5
R12	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	24	60
R13	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	38	95
R14	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	38	95
R15	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	34	85
R16	3	4	5	4	3	4	2	3	4	4	36	90
R17	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	35	87.5
R18	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	37	92.5
R19	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	33	82.5
R20	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3	31	77.5
R21	4	3	5	3	3	4	2	3	4	3	34	85
R22	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	34	85
R23	3	4	5	4	3	3	2	3	3	3	33	82.5
R24	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40	100
R25	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37	92.5
R26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	102.5
R27	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	36	90
R28	2	3	4	3	2	2	2	3	2	3	26	65
R29	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	39	97.5
R30	2	4	4	3	2	2	2	3	2	3	27	67.5
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)											87.5	

Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas, maka diperoleh angka 87.5 untuk nilai rata-rata skor SUS pada aplikasi Furnitur.id. Sehingga dapat diketahui interpretasi data terhadap nilai rata-rata tersebut dengan menggunakan skala interperetasi hasil skor SUS sebagai berikut.



Gambar 29. Hasil Interpretasi Skor SUS Aplikasi Furnitur.id

Dengan menggunakan grafik kurva Sauro (2011), diperoleh peringkat persentil pada hasil SUS aplikasi Furnitur.id berada pada peringkat 97%.



Gambar 30. Nilai Persentil Hasil Skor SUS Aplikasi Furnitur.id

SUS ialah penilaian aspek usability secara global yang mencakup efektivitas, efisiensi dan kepuasan yang diukur secara subjektif oleh para pengguna. Skor SUS dapat menunjukkan tingkat penerimaan pengguna. Jika dilihat dari aspek usability aplikasi Furnitur.id mendapatkan grade A+ karena skor SUS sebesar 87.5 masuk dalam kategori *Acceptable* dengan peringkat persentil pada kisaran 97%. Untuk hasil interpretasi melalui pendekatan berdasar sifat (*Adjective*), aplikasi Furnitur.id termasuk kategori *Best Imaginable* dengan tingkat penerimaannya (*Acceptable*) masuk kategori *acceptable* yang berarti diterima dengan baik secara umum. Berdasar pendekatan interpretasi NPS, menghasilkan *Promotor* yang berarti bahwa para pengguna aplikasi menyukai sistem dan fitur Furnitur.id.

Tabel 7. Hasil Interpretasi Skor SUS Aplikasi Furnitur.id

<i>Grade</i>	<i>SUS</i>	<i>Percentile Range</i>	<i>Adjective</i>	<i>Acceptable</i>	<i>NPS</i>
A+	84,1 – 100	96 – 100	<i>Best Imaginable</i>	<i>Acceptable</i>	<i>Promotor</i>

4.10 Realisasi Jadwal Perintisan Bisnis

Tabel 8. Realisasi Jadwal Perintisan Bisnis

No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Analisis Lingkungan Bisnis	■	■				
2	Pembentukan dan Pengembangan Platform		■	■	■	■	
3	Kerjasama dengan Mitra			■	■	■	■
4	Promosi Produk			■	■	■	■
5	Pengenalan dan Peluncuran Produk				■	■	■
6	<i>Usability Testing</i> Aplikasi					■	■
7	Monitoring dan Evaluasi	■	■	■	■	■	■
8	Konsultasi dan Pembuatan Laporan	■	■	■	■	■	■

4.11 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis

Tabel 9. Realisasi Anggaran Proyek Furnitur.id

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Belanja Bahan			
	Registrasi aplikasi ke playstore	1	400,000	400,000
	Media promosi	1	50,000	50,000
	Kuota internet	5	100,000	500,000
	Sewa fitur pembuatan aplikasi	5	100,000	500,000
	Alat tulis kantor	1	10,000	10,000
			SUB TOTAL	1,460,000
2	Perjalanan Lokal			

	Kegiatan pendampingan	5	20,000	100,000
	Perjalanan publikasi	5	20,000	100,000
	SUB TOTAL			200,000
3	Lain-Lain			
	Cetak brosur	30	1,000	30,000
	SUB TOTAL			30,000
GRAND TOTAL				1.690,000

4.12 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya

4.12.1 Kualitas Dokumentasi Katalog Produk

Katalog produk dianggap berpotensi menjadi alat pemasaran yang sukses untuk mempromosikan barang. Pada awal abad ke-20, penggunaan katalog mengalami perkembangan. Katalog digunakan untuk mengiklankan berbagai macam produk, termasuk produk rumah tangga, kosmetik, bahkan mobil (Keep & Nat, 2014). Istilah “langsung” dalam pemasaran langsung (*direct selling*) mengacu pada interaksi bisnis antara produsen dan konsumen yang berlangsung secara tatap muka dan tanpa menggunakan perantara (Webber, 2013). Taktik pemasaran ini melibatkan interaksi konsumen. Pelaku bisnis memanfaatkan katalog produk sebagai alat untuk memengaruhi tanggapan konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi kemauan konsumen untuk melakukan pembelian (Yilmaz & Bhatti, 2017). Selain itu, katalog produk yang digunakan untuk pemasaran tidak langsung melalui sosial media.

Pada satu sisi, mengalami permasalahan gambar *catalog* produk yang belum maksimal dikarena alat untuk mengambil gambar masih menggunakan *handphone*, *photographer* yang belum *professional* dan produk memiliki massa yang berat serta sudah tersusun secara acak di Toko Mebel Toge Putra sehingga hasil foto produk tidak menghasilkan gambar dengan *angle* yang menarik. Maka dari permasalahan gambar katalog produk yang belum maksimal dapat diambil solusi pada waktu yang akan datang ialah dengan

mengkondisikan tata letak produk dengan lebih tertata dan menarik, serta menggunakan *professional photographer* untuk mengambil gambar katalog produk Furnitur.id.

4.12.2 Sumber Daya Manusia (SDM)

Setiap orang yang bekerja untuk suatu organisasi dan berkontribusi untuk mencapai tujuannya dianggap sebagai sumber daya manusia. Untuk mencapai tujuan organisasi, Sumber Daya Manusia (SDM) juga bertugas menangani input produksi termasuk uang, bahan baku, peralatan, dan lain-lain. Dalam hal ini, SDM merupakan unsur terpenting yang mendukung keberlangsungan perusahaan dalam hal pengembangan perusahaan. Adapun manajemen sumber daya manusia adalah proses menggunakan orang sebagai karyawan dengan cara memaksimalkan kemampuan fisik dan psikologis mereka untuk mencapai tujuan perusahaan.

Tentu dalam suatu perusahaan akan ada permasalahan pada kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang perlu adanya proses adaptasi terhadap inovasi yang dilakukan. Karena mayoritas karyawan Toko Mebel Toge Putra generasi baby boomers dan keterbatasan SDM dalam proses pengembangan inovasi pada sistem pemasaran yaitu Furnitur.id. Maka, perlu adanya penambahan jumlah SDM pada bidang teknologi dan pemasaran, serta dilaksanakan pelatihan terkait penerapan Furnitur.id pada Toko Mebel Toga Putra.

Penambahan jumlah SDM pada bidang teknologi dan pemasaran sebagai upaya untuk mengembangkan aplikasi yang sustainability dan diharapkan pengguna akan semakin bertambah. Adapun pada pelatihan dan pengembangan ini meliputi kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan informasi dan keterampilan yang dipelajari dalam upaya meningkatkan prestasi kerja karyawan yang ada dan yang akan datang. Kegiatan pelatihan dan pengembangan harus sesuai dengan dasar-dasar pelaksanaan program pelatihan, yaitu: motivasi individu, mengakui perbedaan individu, memberikan kesempatan untuk berlatih, melaksanakan tugas-tugas praktis,

memperkuat tujuan dan konteks pembelajaran, dan semangat untuk pengetahuan. transfer.

Ada dua model pelatihan dan pengembangan yang dapat dilakukan (Nawawi, 2011):

- 1) *On-the-job training*, atau instruksi berdasarkan pengalaman kerja aktual di perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya.
- 2) Pelatihan di luar jabatan, yaitu program pendidikan dan pelatihan formal yang dilakukan di luar jabatan.

4.12.3 Keuangan

Jika diilustrasikan membangun suatu bisnis bagaikan dengan membangun rumah, modal merupakan bagian dari pondasi rumah yang perlu dibangun. Modal merupakan salah satu aspek penunjang yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu bisnis. Keberlanjutan suatu perusahaan akan bertambah seiring dengan kekuatan modal suatu perusahaan.

Modal akan mempengaruhi keberlanjutan perusahaan, keberadaan modal berfungsi sebagai titik awal untuk pertumbuhan selanjutnya suatu perusahaan. Mayoritas wiraswasta terhalang untuk mendirikan usaha karena sulitnya mendapatkan modal finansial. Modal lain yang dibutuhkan untuk mengelola usaha antara lain tekad, keahlian, keberanian, pengetahuan, jaringan, dan modal finansial.

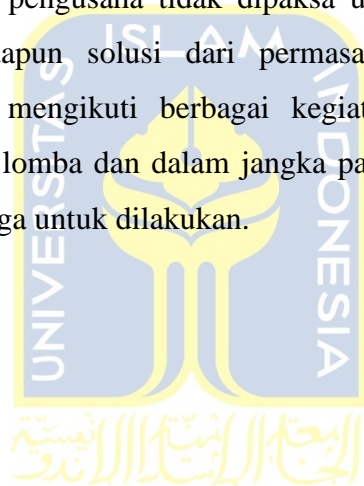
Untuk melakukan operasi komersial perusahaan, suatu perusahaan harus memiliki modal finansial. Dimana modal bisa berasal dari modal sendiri, pendanaan pemerintah, dan lembaga keuangan—baik bank maupun lembaga keuangan bukan bank—semuanya dapat digunakan sebagai sumber modal usaha. Komponen penting untuk melakukan operasi komersial adalah modal. Modal yang kecil akan berdampak pada pertumbuhan perusahaan dan pelaporan pendapatan (Bambang R, 2001)

Pengembangan Furnitur.id memerlukan biaya promosi, biaya perjalanan hingga biaya pengembangan produk. Artinya jika suatu perusahaan ingin berkembang dengan pesat memerlukan biaya yang besar. Dalam hal ini Furnitur.id merupakan usaha perintisan yang menggunakan

modal sendiri untuk menjalankan usaha. Oleh karena itu Furnitur.id akan mengelola modal yang seadanya dengan harapan menghasilkan pendapatan lebih yang akan digunakan untuk biaya pengembangan selanjutnya.

Modal sendiri adalah uang yang disisihkan oleh pengusaha untuk meluncurkan dan mengembangkan perusahaan. Modal sendiri diperoleh dari tabungan yang ditempatkan di luar pendapatan sebelumnya. Bisa juga modal itu berasal langsung dari penjualan komoditas milik pengusaha itu sendiri, seperti yang lemari, kuris, sofa dan lainnya.

Dengan kapasitas permodalan yang sudah ada, menjadi tolok ukur seberapa besar kemampuan pengusaha untuk menggunakannya, sehingga jika perusahaan gagal, pengusaha tidak dipaksa untuk membayar uang kepada pihak ketiga. Adapun solusi dari permasalahan modal yang terbatas, Furnitur.id dapat mengikuti berbagai kegiatan yang dapat memberikan pendanaan seperti lomba dan dalam jangka panjang menjaring investor dari pihak luar dapat juga untuk dilakukan.



BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Aktivitas operasional Toko Mebel Toge Putra Jogja saat ini dalam mengelola atau menjalankan usaha masih manual dimana komponen utama dalam menjalankan usaha mebel ini *owner* yang bertindak sebagai komponen utama mulai dari proses *stock opname*, operator, pencatatan keuangan, promosi dan penyedia service, kemudian untuk proses *stock opname*, pencatatan keuangan dan pelayanan konsumen dilakukan secara manual. Pada aktivitas pemasaran Toko Mebel Toge Putra melakukannya melalui facebook dan instagram yang tergolong pasif serta informasi dari orang ke orang secara aktif. Kemudian pelayanan yang diberikan dalam proses transaksi, konsumen dapat membeli kebutuhan furniture dengan berkunjung ke *showroom* maupun melakukan pemesanan melalui whatsapp *owner* dimana Toko Mebel Putra Jogja belum memberikan pelayanan toko online. Adapun struktur organisasi terdiri dari *owner* dan dibantu langsung oleh dua orang karyawan. Dalam implementasi sistem operasional *owner* akan menghubungi pihak pengrajin kayu untuk melakukan *stock opname*, setelah itu produk akan di pajang di *showroom* dan dipromosikan melalui facebook, instagram, WhatsApp dan orang ke orang kemudian konsumen akan melakukan transaksi pembelian furniture dengan berkunjung ke *showroom* ataupun melakukan pemesanan melalui WhatsApp *owner* yang selanjutnya dilakukan pengiriman produk.

Adapun inovasi yang dilakukan guna memberikan solusi pada sistem Toko Mebel Toge Putra Jogja berupa sebuah aplikasi *e-commerce* Furnitur.id yang telah tersedia di *Google Play Store* dengan menawarkan produk furnitur seperti lemari, sofa, kursi, kasur dan kebutuhan peralatan rumah tangga lainnya serta menyediakan fitur untuk konsumen melakukan kustom produk furnitur sesuai keinginan. Berdasarkan tingkat *usability* menggunakan SUS (*System Usability Scale*) aplikasi Furnitur.id mendapatkan grade A+ masuk dalam kategori *Acceptable* yang berarti diterima dengan baik secara umum. Hadirnya Furnitur.id adalah inovasi pada sistem pemasaran dari Toko Mebel Toge Putra Jogja yang

target pasarnya ialah usia produktif, kalangan pasangan muda, pengembang proyek maupun rumah, serta masyarakat kelas menengah dan menuju kelas menengah.

Pada perintisan bisnis Furnitur.id memiliki peran positif bagi pengembangan pemasaran Toko Mebel Toge Putra, dimana dengan hadirnya Furnitur.id memiliki peran dalam membantu Toko Mebel Toge Putra guna menjawab tantangan digitalisasi, mulai dari pemasaran melalui sosial media baik instagram maupun tiktok dengan memberikan informasi yang aktif, tersedianya produk pada marketplace yaitu Shoope dan Tokopedia sebagai upaya meningkatkan reputasi. Selain itu, memiliki program yang menerapkan prinsip *sustainability* yaitu 1) Daur Ulang Limbah Furniture Konsumen, 2) Bermitra dengan Pengrajin Mebel Lokal, 3) Sedekah 2,5% dari keuntungan setiap transaksi kepada kaum dhuafa, sehingga melalui program tersebut berorientasi untuk keberlangsungan 3P (*Planet, People, Profit*). Oleh karena itu, hadirnya Furnitur.id merupakan pengembangan yang memiliki prospek positif sebagai upaya bagian dari menjawab tantangan di Era Disrupsi. Dengan harapan pengguna Furnitur.id dan pengunjung Toko Mebel Toge Putra semakin meningkat, konsumen mendapatkan service berkelanjutan untuk memberikan kemudahan serta kenyamanan dalam berbelanja kebutuhan furnitur.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan implementasi Furnitur.id pada kondisi lapangan, maka perintisan bisnis yang bergerak di industri e-commerce furniture, kedepannya perlu memperhatikan secara komprehensif. Dengan senantiasa meninjau kondisi lingkungan bisnis, menyiapkan kualitas dokumentasi katalog produk yang maksimal agar dapat lebih menarik konsumen untuk membeli produk, meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia yang cukup dan mampu untuk menjawab tantangan bisnis di era digital, serta modal bisnis yang perlu dimaksimalkan dengan mengikuti berbagai program pendanaan dan dalam jangka panjang dapat melakukan penjangkaran investor. Selain itu perlu adanya meninjau aspek hukum yang berkaitan dengan memenuhi izin usaha dan meninjau

keamanan privasi pengguna. Adapun menelisik produk halal furnitur baik dari segi bahan, pengelolaan produk, kinerja SDM, dan keuangan perlu dilakukan sebagai upaya kelanjutan aplikasi. Dengan demikian, industri furnitur yang akan bergerak dibidang aplikasi *e-commerce* penyedia furnitur kedepannya akan lebih eksistensi dan berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah, T. & Tantri, F. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo
- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Afrianti, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2020). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.
- Agustin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: Rajawali Pers.
- al-Zuhayli, W. (2011). *Fiqh Islam wa Adillatuhu*. Jakarta: Darul Fikri.
- Ash-Shiddieqy, T. M Hasbi. (1984). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic Finance*. (A. W. Pribadi, Ed.) Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2019). *Definisi Sedekah*. BAZNAS: <https://baznas.go.id/sedekah>.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2016). *Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Tata Kerja Unit Pengumpul Zakat*. Indonesia.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2019). *Tentang Zakat*. BAZNAS: <https://baznas.go.id/zakat>.
- Badan Pusat Statistika. (2022, September 7). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. <https://www.bps.go.id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistik-telekomunikasi-indonesia-2021.html>.
- Bambang, R. (2001). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta .

- Bangor Aaron, Philip Kortum, & James Miller. (2009). "Determining What Individual SUS Scores Mean: Adding an Adjective Rating. *Usability of Studies*, 4(3), 114-123.
- Binus University. (2019, Oktober 10). *Apa itu E-Payment? Bagaimana Konsep Pembayaran Elektronik?* Binus University School of Information System: <https://sis.binus.ac.id/2019/10/10/apa-itu-e-payment-bagaimana-konsep-pembayaran-elektronik/>.
- Brooke, J. (1996). SUS-A Quick and Dirty Usability. *Usability Evaluation in Industry*, 189(194), 4-7.
- Brooke, J. (2013). SUS: A Retrospective. *Usability Studies*, 8(2), 29-40.
- Christiawan, R. (2021). *Aspek Hukum Startup*. (K. Ahmad, Ed.) Jakarta: Sinar Grafika.
- Dahlan, A. A., & Haji. (1996). *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: Ichtiar van Hoeve.
- Djuwaini, Dimyauddin. (2010). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*.
- Fitri, I. (2016). Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung). *digilib.unila.ac.id*.
- Garcia, A. (2013). *UX Research | Standardized Usability Questionnaires*. <http://chaione.com/ux-researchstandardizing-usability-questionnaires/>.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*.

- Hitt, M. A. (1995). *Strategic Management Competitiveness and Globalization*. United States: West Publishing.
- Huda, M. (2009). Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Strategi Pemasaran dan Kinerja Perusahaan pada Industri Jasa Konstruksi di Indonesia.
- Ihza, K. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Umkm Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemplagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Irham, F. (2011). *Manajemen: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabet.
- ISO. (2018). *Ergonomics of Human-System Interaction--Part 11: Usability: Definitions and Concepts*. ISO (Online Browsing Platform): <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en>
- Jogiyanto. (2005). *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Juliasty, S. (2009). *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha*. PT Balai Pustaka (Persero).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2023). *kbbi.web.id*: <https://kbbi.web.id/milik>
- Kasali, R. (2018). *TOMMOROW IS TODAY Inilah Inovasi Disruptif Perusahaan Indonesia dalam Menghadapi Lawan-Lawan Tak Terlihat*. Jakarta Selatan: Mizan Anggota IKAPI.
- Kasmir, J. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Katadata. (2022). *databoks*. Retrieved from Tren Pernikahan di Indonesia Kian Menurun dalam 10 Tahun Terakhir: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/26/tren-pernikahan-di-indonesia-kian-menurun-dalam-10-tahun-terakhir>
- Katadata. (2022). *databoks*. Sebanyak 115 Juta Masyarakat Indonesia Menuju Kelas Menengah:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/sebanyak-115-juta-masyarakat-indonesia-menuju-kelas-menengah>

Katadata. (2023). *databoks*. 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

Kates, Robert W, Thomas M. Parris, Anthony A. Leiserowitz. (2005). What Is Sustainable Development: Goals, Indicators, Values, and Practice. <http://www.heldref.org/env.php>.

Keep, W. W. (2014). Multilevel Marketing and Pyramid Schemes in the United States. *Journal of Historical Research in Marketing*.

Kemenperin. (2021, September 20). *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. Tumbuh 8 Persen, Industri Furnitur Tangguh Hadapi Dampak Pandemi: <https://kemenperin.go.id/artikel/22793/Tumbuh-8-Persen,-Industri-Furnitur-Tangguh-Hadapi-Dampak-Pandemi>

Kementerian PUPR. (2020). *Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat*. Informasi Statistik Infrastruktur PUPR 2020: <https://data.pu.go.id/sites/default/files/Informasi%20Statistik%20Infrastruktur%20PUPR%20Tahun%202020.pdf>

Kesuma, D. P. (2021). Penggunaan Metode System Usability Scale Untuk Mengukur Aspek Usability Pada Media Pembelajaran Daring Di Universitas XYZ. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8, 1615-1626 .

Kominfo. (2021). *Kominfo*. Angkatan Kerja Produktif Melimpah: [https://www.kominfo.go.id/content/detail/33004/angkatan-kerja-produktif-melimpah/0/artikel#:~:text=Persentase%20penduduk%20usia%20produktif%20\(15,sebesar29%2C28%25%20pada%202020](https://www.kominfo.go.id/content/detail/33004/angkatan-kerja-produktif-melimpah/0/artikel#:~:text=Persentase%20penduduk%20usia%20produktif%20(15,sebesar29%2C28%25%20pada%202020).

- Kotler P, Zaltman. 1981. Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. http://www.sfu.ca/cmns/faculty/laba_m/425/07-fall/documents/Kotler-Zaltman.PDF
- Lee, E. J., & Shin, S. Y. (2014). When do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects of Review Quality, Product Type, and Reviewer's Photo. *Computers in Human Behavior*.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 23-31.
- Mardini. (2017). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Menkominfo. (2020). *Kementrian Komunikasi dan Informatika*. Retrieved from Di WEF 2020, Menkominfo Pamerkan Pesatnya Perkembangan Startup Indonesia: https://www.kominfo.go.id/content/detail/23975/di-wef-2020-menkominfo-pamerkan-pesatnya-perkembangan-startup-indonesia/0/sorotan_media
- Menteri Agama Republik Indonesia. (2014). Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2014 Tentang Syarat dan Tata Cara Perhitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah serta Pendayagunaan Zakat untuk Usaha Produktif. Indonesia.
- Michael, L., Ray. (1982). *Advertising and Communication Management*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Moe, W.W., Schweidel, D.A. (2012). Online Product Opinions: Incidence, Evaluation, and Evolution. *Mark. Sci.* 31 (3), 372–386.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Mulachela, H. (2022). *databoks*. CSR Adalah Tanggung Jawab Perusahaan, Ini Jenis dan Manfaatnya. <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61f25d4f71cb4/csr-adalah-tanggung-jawab-perusahaan-ini-jenis-dan-manfaatnya>
- Munawwir, A. (1997). *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Muslich, A. W. (2010). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Nawawi, H. (2011). *Hadari Nawawi, Manajemen Sumber Daya Manajemen Sumber Daya Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Nielsen Norman Group: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- Nurjanah, S. (2013). Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada PT Dagang Jaya Jakarta. *The Winners*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons: New Jersey.
- Øverby, H., & Audestad, J. A. (2018). *Introduction to Digital Economics*. Scotts Valley, California, USA: Springer Cham.
- Pemerintah Indonesia. (1995). Undang-Undang (UU) Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Indonesia. (2007). Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta: Sekretariat Negara
- Puspita, Y., Fitriani, Y., Astuti, S., & Novianti, S. (2020). Selamat Tinggal Revolusi Industri 4.0, Selamat Datang Revolusi Industri 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.

- Qal'ahji, M. R. (2009). *Urusan Keuangan Semasa Menurut Perspektif Syariah Islam*. (B. b.-H. al-Azhari, Trans.) Selangor: Al-Hidayah Publication.
- Rachmaidi, M. A., & Lubis, A. F. (2019). Kompetisi dan Inovasi di Indonesia: Bukti Empiris dari Industri. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 1-20.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, B. (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Empat*. Yogyakarta.
- Riyanto, S. (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 162.
- Rosyad, S. (2018). Efektifitas dan Efisiensi Penerapan E-Commerce Pada PT. Wahana Surya Plastik. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*.
- Sauro, J. (2011). *A Practical Guide to the System Usability Scale: Background, Benchmarks, & Best Practices*. Create Space Independent Publishing Platform.
- Sauro, J. (2011). *Measuring Usability with the System Usability Scale (SUS)*. Measuring U: <https://measuringu.com/sus/>
- Shieddieqy, T. H. (1984). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Shintarani, E. D. (2018). Pengaruh Promosi Produk Seafoodking terhadap Brand Awareness Produk. *Nyimak: Journal of Communication*.
- Sudana, P. E. (2014). . A Philosophical Thought on Sustainability Accounting. *Research Journal of Finance and Accounting*, 1-10. .
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sula, H. K. (2006). *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Sulistiyowati, W. (2019). *Analisis Kelayakan Usaha*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Sutrisno. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Taufik, T. A. (2010). *Kemitraan dalam Penguatan Sistem Inovasi Nasional*. Jakarta: Dewan Riset Nasional.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tullis, Thomas S, & Jacqueline N Stetson. (2004). A Comparison of Questionnaires for Assessing Website Usability. *Usability Professional Association Conference*, 1-12.
- Utama, S. (2010). An Evaluation Of Support Infrastructures For Corporate Responsibility Reporting In Indonesia. *Asian Business & Management*.
- Webber, R. (2013). The Evolution of Direct, Data, and Digital Marketing. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*.
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David. (2000). *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey: Prentice Hall.
- Wijaya, R. A., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 5 No.2.
- Wright, P. M. (1996). *Strategic Management Concept*. USA: Prentice Hall Internasional.
- Yilmaz, D., & Bhatti, F. (2017). The Impact of Direct Marketing Strategies on Consumers Purchasing Decision in Cosmetic Sector in Turkey. *Organisational Studies and Innovation Review*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Realisasi Anggaran

Tabel 10. Laporan Realisasi Anggaran Perintisan Bisnis

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Belanja Bahan			
	Registrasi aplikasi ke playstore	1	400,000	400,000
	Media promosi	1	50,000	50,000
	Kuota internet	5	100,000	500,000
	Sewa fitur pembuatan aplikasi	5	100,000	500,000
	Alat tulis kantor	1	10,000	10,000
			SUB TOTAL	1,460,000
2	Perjalanan Lokal			
	Kegiatan pendampingan	5	20,000	100,000
	Perjalanan publikasi	5	20,000	100,000
			SUB TOTAL	200,000
3	Lain-Lain			
	Cetak brosur	30	1,000	30,000
			SUB TOTAL	30,000
	GRAND TOTAL			1.690,000

Lampiran 2. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan

Tabel 11. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan Perintisan Bisnis

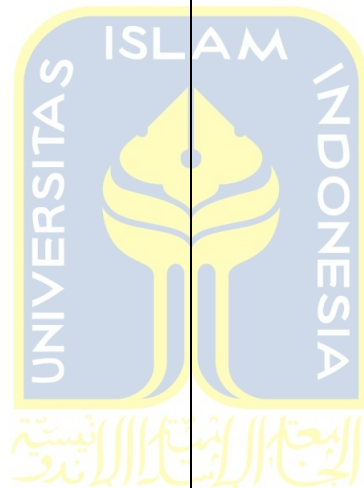
No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Analisis Lingkungan Bisnis						
2	Pembentukan dan Pengembangan Platform						
3	Kerjasama dengan Mitra						
4	Promosi Produk						
5	Pengenalan dan Peluncuran Produk						
6	<i>Usability Testing</i> Aplikasi						
7	Monitoring dan Evaluasi						
8	Konsultasi dan Pembuatan Laporan						

Lampiran 3. Laporan Kinerja (*Performance Report*)

Tabel 12. Laporan Kinerja Furnitur.id

NO	NAMA KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN	KETERANGAN
1	Menganalisa ide inovasi usaha	November 2022	Inovasi usaha berupa pembuatan aplikasi Furnitur.id
2	Merancang model bisnis	November 2022	Terbnetuknya Bisnis Model Canvas yang terlampir pada tabel 2
3	Menganalisa kompetitor dan peluang pasar	November 2022	Pada tahap ini menunjukkan terdapat beberapa kompetitor

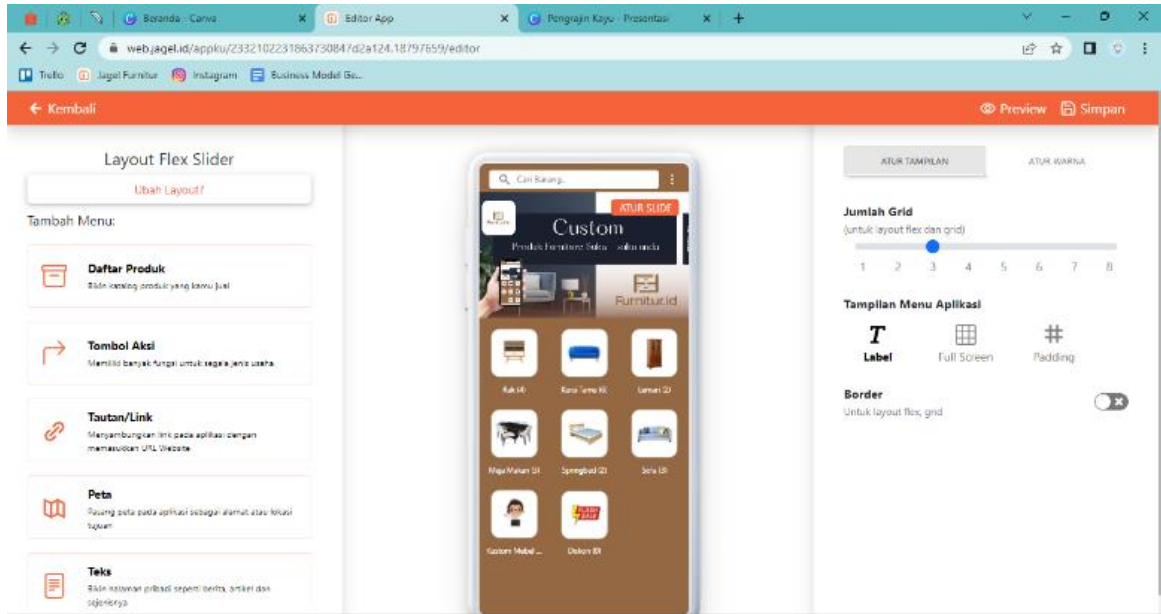
			seperti Rupa-Rupa, Dekoruma, Informa dan IKEA Indonesia.
4	Mengalisis segmentasi, targeting dan positioning	November 2022	Pada tahap ini berhasil ditentukan Furnitur.id memilih segmentasi dan target pasar para usia produktif, kalangan pasangan muda, pengembang proyek maupun rumah, serta masyarakat kelas menengah dan menuju kelas menengah. Dengan positioning berupa aplikasi penyedia furnitur yang memudahkan konsumen
5	Menganalisa aspek finansial	November 2022	Furnitur.id akan mendapatkan profit dengan melakukan transaksi lebih dari 1 kali, atau menaikkan biaya produk atau jasa lebih dari Rp 1,690,000. Pada analisis ROI Furnitur.id akan



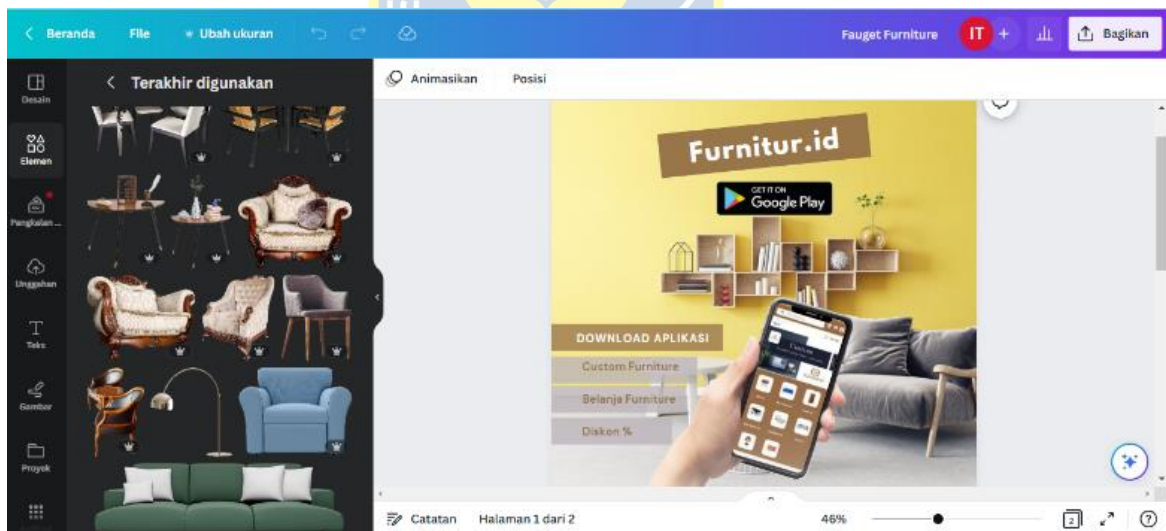
			kembali modal saat 0,10 atau 3 hari dengan persentase 0,2% per bulan
6	Mengadakan <i>briefing</i> dengan pihak Toko Mebel Toge Putra	Desember 2022	Berhasil mencapai kesepakatan Furnitur.id menjadi inovasi pada sistem pemasaran Toko Mebel Toge Putra
6	Melakukan <i>product development</i>	Desember 2022 – Januari 2023	Terbentuknya aplikasi Furnitur.id sebagai penyedia furniture dengan fitur jual beli furniture dan custom produk
7	Membuat akun media promosi	Desember 2022	Terbentuknya akun Instagram Furnitur.id
8	Membuat desain promosi	Desember 2022 – Maret 2023	Terealisasi desain promosi produk yang menarik
9	Mengembangkan platform	Februari – Maret 2023	Pengembangkan fitur aplikasi furnitur.id
10	Menyebarkan informasi aplikasi Furnitur.id	Desember 2022 – Maret 2023	Melakukan promosi secara online dan offline
11	Rilis platform pada Google Play Store	Maret 2023	Dengan tahapan: registrasi akun, pembayaran, uji coba aplikasi oleh Google,

			publikasi aplikasi pada Google Play Store
12	Menganalisis aspek <i>usability</i> pada aplikasi Furnitur.id	Maret-April 2023	Menggunakan analisis SUS Furnitur.id mendapatkan grade A+ dengan skor SUS 88.42, kategori <i>Acceptable</i> . Peringkat persentil kisaran 98%, berdasar sifat termasuk kategori <i>Best Imaginable</i> dengan tingkat penerimaannya <i>acceptable</i> , dan NPS menghasilkan <i>Promotor</i> .
13	Evaluasi kinerja	November 2022 – Maret 2023	Pada tahapan evaluasi mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu dokumentasi produk, kualitas SDM dan keterbatasan modal usaha

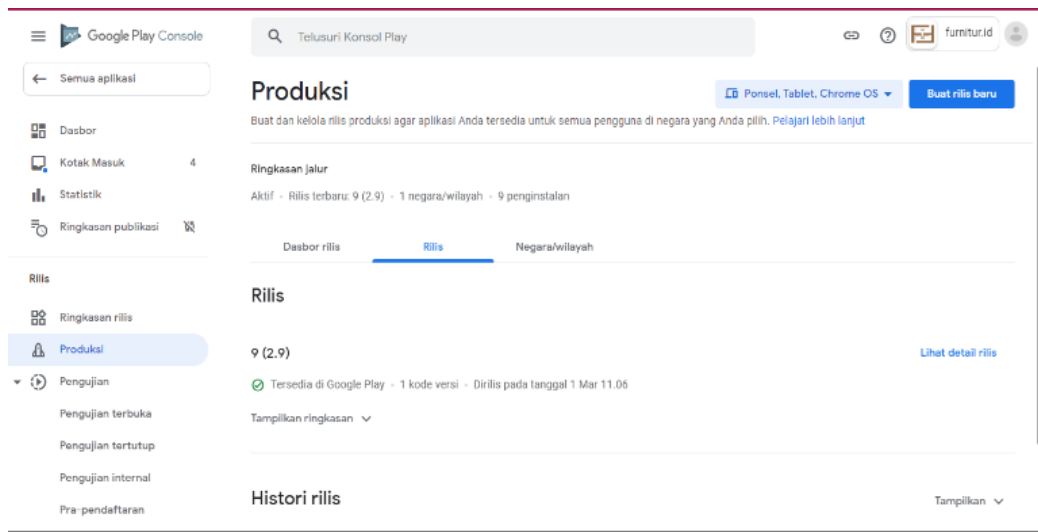
Lampiran 4. Dokumentasi Perintisan Bisnis



Gambar 31. Proses Pembuatan Aplikasi Furnitur.id



Gambar 32. Editing Desain Promosi



Gambar 33. Rilis Aplikasi ke Google Play Store



Gambar 34. Aplikasi Funitur.id



Gambar 35. Survei *Showroom* Kompetitor



Gambar 36. Pendataan Produk



Gambar 37. Pengambilan Gambar Katalog Produk

Lampiran 5. Kuisiener Survei *Usability Testing* Aplikasi *Furnitur.id*

Survei *usability testing* Aplikasi *Furnitur.id*

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Ilma Tazkia, mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Kuisiener ini ditujukan untuk keperluan penelitian mengenai "*usability testing* Aplikasi *Furnitur.id*". Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisiener ini dengan memberikan penilaian secara obyektif. Data yang anda isikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya semata. Atas waktu dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

19313149@students.uii.ac.id [Switch account](#)

Not shared

Nama Lengkap

Your answer

Jenis Kelamin

Your answer

Pekerjaan

Your answer

Asal Kota

Your answer

Usia

Your answer

Saya berpikir akan menggunakan aplikasi ini kembali

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa aplikasi *Furnitur.id* terlalu rumit

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa aplikasi *Furnitur.id* mudah digunakan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya membutuhkan bantuan orang lain dalam menggunakan aplikasi ini

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa bahwa terdapat berbagai macam fungsi yang terintegrasi dengan baik dalam aplikasi Furnitur.id

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi) pada aplikasi ini

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa mayoritas pengguna dapat mempelajari aplikasi Furnitur.id dengan cepat

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya menemukan bahwa aplikasi Furnitur.id sangat tidak praktis ketika digunakan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan aplikasi ini

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya perlu belajar terlebih dahulu sebelum menggunakan aplikasi Furnitur.id

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Submit [Clear form](#)

Gambar 38. *Google Form Survei Usability Testing* Aplikasi Furnitur.id

Lampiran 6. Skor Jawaban Kuisisioner Usability Testing Aplikasi Furnitur.id

Tabel 13. Skor Jawaban Survei Usability Testing Aplikasi Furnitur.id

Responden	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Asal Kota	Skor Asli									
					Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	21	laki laki	Mahasiswa	Yogyakarta	5	2	5	2	5	1	3	1	5	1
2	21	Perempuan	Mahasiswa	Karanganyar	4	3	3	2	4	2	4	2	4	2
3	21	Laki-laki	UI/UX Designer	Pemalang	3	2	4	3	3	2	3	2	5	2
4	22	Perempuan	Mahasiswa	Bantul	4	2	4	2	3	2	3	3	4	2
5	21	Perempuan	Mahasiswa	Yogyakarta	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
6	22	Laki-laki	Mahasiswa	Tangerang	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
7	22	Laki laki	Mahasiswa	Tulungagung	5	2	5	1	5	1	5	1	4	1
8	21	Perempuan	Mahasiswa	Klaten	5	1	5	2	5	1	5	2	5	1
9	21	Perempuan	Mahasiswa	Kabupaten Paser	4	2	5	2	4	2	4	2	5	1
10	23	Perempuan	Mahasiswa	Sumatera Barat	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
11	22	Laki laki	Mahasiswa	Banten	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
12	21	Perempuan	Mahasiswa	Pacitan	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3
13	50	Perempuan	Wiraswasta	Yogyakarta	4	1	5	2	5	1	4	1	5	1
14	52	Laki-laki	Wiraswasta	Yogyakarta	5	1	5	1	4	2	4	1	5	1
15	23	Laki-laki	Mahasiswa	Yogyakarta	5	1	4	2	4	1	3	2	4	1
16	48	Perempuan	Karyawan	Sleman	4	1	5	1	4	1	3	2	5	1
17	45	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Sleman	5	1	4	2	4	1	3	2	5	1
18	47	Perempuan	Wiraswata	Bantul	5	1	5	2	4	2	4	1	5	1
19	49	Laki-laki	Guru	Pacitan	5	1	4	2	4	2	3	1	4	2
20	56	Perempuan	Wirausaha	Surakarta	4	1	4	1	3	2	3	2	4	2
21	26	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Bekasi	5	2	5	2	4	1	3	2	5	2
22	32	Laki laki	ASN	Bekasi	4	2	4	2	4	2	5	1	4	1
23	52	Laki-laki	Wiraswasta	Sleman	4	1	5	1	4	2	3	2	4	2
24	42	Perempuan	ASN	Pacitan	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1
25	21	Perempuan	Mahasiswa	Sleman	5	1	4	2	4	1	4	1	5	1
26	22	Laki-laki	Mahasiswa	Bantul	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
27	18	Perempuan	Pelajar	Bantul	5	2	4	2	4	1	4	1	5	1
28	62	Perempuan	Karyawan	Sleman	3	2	4	2	3	3	3	2	3	2
29	35	Perempuan	Wiraswasta	Bangka Belitung	5	2	5	1	4	1	5	1	5	1
30	72	Perempuan	Wiraswasta	Sleman	3	1	3	2	3	3	3	2	3	2