

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

ServEasy adalah *startup* atau perusahaan rintisan yang bergerak di bidang jasa dan didirikan pada 31 Maret 2021. ServEasy merupakan *startup* yang bergerak di bawah naungan program kampus merdeka belajar yakni Wrap *Entrepreneurship* di Bandung *Techno Park* Bandung, Jawa Barat. ServEasy singkatan dari kata *service easy* dan memiliki slogan yakni *Serveasy, get your service easy here*, dengan makna memberikan layanan yang memudahkan siapapun penggunaanya. *Startup* ini memberikan sebuah perancangan inovasi berupa aplikasi berbasis *mobile* dan *web* juga memanfaatkan media sosial yang ada. ServEasy dengan ciri khas berwarna biru air, dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Logo ServEasy

Sumber: ServEasy (2021)

Gambar 1.1 merupakan logo ServEasy yang tercipta dari gabungan dua huruf yaitu “S” dan “E”. Selain diambil dari singkatan ServEasy sendiri. S dan E juga memiliki arti yang berasal dari kata *Service* dan *Easy* yang berarti aplikasi kami memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menemukan jasa reparasi komputer atau laptop dimana pun dan kapanpun. Bentuk dari logo Serveasy yang tidak memiliki sudut tajam di setiap huruf memperlihatkan keanggunan yang bertujuan memberikan kenyamanan mata saat melihat dan menggunakan aplikasi ini. Bisa dilihat seperti digambar bahwa terdapat garis lurus yang memisahkan

antara huruf S dan E, garis tersebut memiliki arti bahwa *Startup* ini akan berdiri dengan kuat dan kokoh.

Tone warna yang memiliki perpaduan antara bayangan gelap dari cyan biru (#082F49) dan bayangan sangat terang dari abu atau putih (#FFFFFF). Dimana warna biru melambangkan raja warna klasik, profesionalitas dalam bekerja dan dapat diandalkan. Sedangkan warna putih melambangkan pelayanan yang diberikan merupakan pelayanan terbaik dan kepercayaan. Dapat disimpulkan bahwa aplikasi ServEasy akan bekerja secara profesional dan dapat diandalkan. ServEasy juga akan memberikan pelayanan terbaik dan selalu menjaga kepercayaan pelanggan. Adapun visi dari ServEasy yaitu menjadi penyedia layanan reparasi terpercaya nomor 1 di Indonesia. Dan ada tiga poin misi ServEasy, 1) membantu masyarakat yang memiliki keahlian di bidang reparasi komputer untuk mendapatkan penghasilan tambahan, 2) membantu toko reparasi komputer untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan dengan cepat, 3) mempermudah pengguna komputer untuk menangani masalah pada komputernya.

ServEasy memberikan solusi untuk masyarakat khususnya civitas akademika dan masyarakat sekitar Universitas Telkom atas permasalahan yang berkaitan dengan perbaikan komputer dan laptop. Aplikasi ServEasy adalah layanan penghubung reparasi komputer & laptop dan pelanggan yang menyediakan fitur utama aplikasi seperti *Yuk Service*, pelanggan dapat melakukan order untuk pengerjaan reparasi komputer dan laptop di lokasi pelanggan berada. Dan juga fitur konsultasi, menghubungkan pelanggan dengan jasa reparasi untuk melakukan konsultasi *online* terkait permasalahan komputer dan laptop. ServEasy juga memberikan edukasi mengenai perbaikan dan perawatan komputer & laptop melalui sosial media instagramnya.

Struktur organisasi dari tim ServEasy terdiri dari enam orang mahasiswa/i angkatan 2018 dari berbagai program studi di Universitas Telkom, dapat dilihat pada gambar 1.2.



Gambar 1.2 Struktur Organisasi ServEasy

Sumber: ServEasy (2021)

Gambar 1.2 menjelaskan bahwa CEO (*Chief Executive Officer*) posisinya berada di atas ditempati oleh Lafzi Qur'aini Fitriania dari jurusan S1 MBTI (Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika) yang memiliki peran sebagai pemimpin dan bertanggung jawab dalam mengatur keseluruhan jalannya *startup*. Kemudian tiga posisi sejajar dibawahnya terdapat CFO (*Chief Finance Officer*) ditempati oleh Hanna Syaghofa dari jurusan S1 MBTI (Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika) yang berperan sebagai menganalisis tentang bagaimana bisnis dan *startup* berjalan serta mengelola aktivitas keuangan *startup*. Lalu posisi DEO (*Designer Executive Officer*) ditempati oleh dua orang yakni Avintya Fatimah Rahma Putri dan Erna Nurini dari jurusan S1 Desain Produk, yang memiliki tanggung jawab atas tampilan pada logo dan aplikasi yang akan diusungkan ServEasy serta pengelolaan media promosi. Dan terakhir CTO (*Chief Techonology Officer*) ditempati oleh dua orang yakni Hanif Faiq sebagai *back end* dari jurusan S1 Teknik Telekomunikasi dan Adiyasa Niastya Imam Fadhilah sebagai *front end* dari jurusan S1 Informatika, yang bertanggung jawab untuk pengembangan teknologi di dalam *startup*.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Startup hadir sebagai perusahaan yang berkualitas membawa berbagai inovasi baru melalui produk maupun jasa dengan menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat dan juga memberikan dampak yang positif dengan keberadaannya. Keberadaan *startup* digital sebagai bagian dari industri kreatif memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara dan memiliki peran dalam menciptakan lapangan kerja baru. Pemerintah berupaya untuk meningkatkan jumlah *startup* di Indonesia dan memberikan dukungan berupa penyelenggaraan program inkubator bisnis untuk membimbing pelaku *startup* di Indonesia. Hal ini sesuai dengan visi yang ditetapkan Presiden Joko Widodo untuk menjadikan Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020 (Kominfo, 2019). Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny G. Plate, menyebutkan bahwa pada tahun 2024 ekonomi digital Indonesia diprediksi akan tumbuh hingga 23% atau sekitar Rp 1.781 triliun dan pada tahun 2020 valuasi ekonomi digital mencapai USD 44 miliar yang telah memberikan kontribusi sekitar 4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan juga telah berkontribusi terhadap total ekonomi digital kawasan Asia Tenggara sebesar 42% (Kominfo 2021).

Direktur Pemberdayaan Informatika Kemenkominfo, Bonifasius Wahyu Pudjianto, menyebutkan bahwa menurut data yang dirilis oleh *Startup Ranking.com*, Indonesia menduduki urutan negara kelima yang memiliki jumlah *startup* terbanyak di dunia dengan jumlah lebih dari 2.400 *startup* pada tahun 2019 lalu. Saat ini, jumlah *startup* mengalami penurunan yakni sekitar 2.229 akibat pandemi Covid-19 (Liputan6, 2021). Sejak menyebarnya Covid-19 ini pada awal tahun 2020, sesuai arahan dari *World Health Organization (WHO)* berbagai negara mulai menerapkan protokol Covid-19 yang masyarakat dituntut untuk mengurangi kegiatan diluar rumah, berjaga jarak, menghindari kerumunan, memakai masker, mencuci tangan, bahkan menerapkan skema bekerja dari rumah (*Working from Home/WFH*), dengan begitu aktivitas sosial ekonomi masyarakat jadi terganggu tak terkecuali bisnis *startup* digital.

Menurut riset Katadata *Insight Center* yang melakukan survei kepada 139 eksekutif *startup* pada Mei-Juni 2020, akhir 2019 74,8% *startup* berada dalam keadaan baik atau sangat baik sebelum pandemi, kini hanya 33% dalam keadaan baik atau sangat baik. Dan *startup* digital sebagai besar berada dalam keadaan buruk atau sangat buruk akibat pandemi Covid-19 sebesar 42,5% dan 24,5% berada dalam keadaan biasa saja. Selain itu, hanya 48,9% *startup* yang mengklaim bertahan lebih dari setahun setelah pandemi Covid-19 menyerang Indonesia pada Maret 2020. Kebanyakan *startup* mengakui bahwa sulit untuk bertahan dalam bisnis selama lebih dari setahun. 20,9% *startup* hanya bisa berkembang selama 6-12 bulan sedangkan 20,1% *startup* hanya bisa berkembang selama 36 bulan. Selain itu, hingga 10,1% *startup* mengatakan mereka dapat bertahan kurang dari tiga bulan (Uly, 2020)

Memasuki pandemi Covid-19 tidak selamanya berdampak negatif, secara tidak langsung masyarakat harus melakukan penyesuaian dengan keadaan seperti yang biasanya dilakukan kegiatan secara *offline* beralih ke *online* dan mengubah perilaku konsumsi masyarakat. Para pelaku inovatif akan menangkap kondisi tersebut sebagai peluang untuk membuat sebuah model bisnis baru atau strategi baru. Selama pandemi Covid-19 pertumbuhan *startup* tidak signifikan namun penggunaan layanan digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny G. Plate, jumlah pengguna internet per Januari 2021 mencapai 202,6 juta dan penggunaan layanan digital Indonesia meningkat hingga 37% (Kominform, 2021).

Perkembangan *startup* atau perusahaan rintisan di Indonesia semakin ketat. Kehadiran pesaing atau kompetitor dalam suatu perusahaan adalah hal yang wajar. Untuk memenangkan persaingan, *startup* perlu mengembangkan dan menerapkan strategi khusus yang memungkinkan konsumen beralih ke produk yang diproduksi oleh *startup* daripada pesaing. Persaingan antar *startup* tidak hanya sebatas persaingan produk. Namun, ada juga persaingan dalam hal model bisnis. *Startup* juga perlu memikirkan persaingan bisnis untuk menarik pengguna jasa.

Tantangan baru untuk *startup* digital dalam meningkatkan efisiensi bisnisnya dan juga menghadapi persaingan yang semakin ketat. Globalisasi tanpa

disadari telah menuntut kita terus berinovasi khususnya di Indonesia bahwa *startup* terus tumbuh namun dalam menghadapi proses inovasi, *startup* sulit memperkuat eksistensinya. Berikut ini beberapa tantangan perkembangan startup Indonesia:

1. Fasilitas kerja

Pada *event Start Up Outlook 2021*, Presiden Komisaris Trinita Dinamik, Heriyanto Tandra, menjelaskan bahwa fasilitas kerja merupakan salah satu tantangan dalam perkembangan *startup* Indonesia. Dibutuhkan adanya fasilitas yang menunjang para *founder* dalam mengembangkan *startuptnya* seperti membutuhkan tempat kerja yang jaringan internet yang bagus, *co-working space*, *auditorium*, *business center*, ruangan yang nyaman, dan juga butuh adanya tempat untuk *startup-startup* bisa berkumpul, bersinergi, dan berkolaborasi. (CNBC Indonesia, 2021).

2. Identifikasi masalah kurang baik

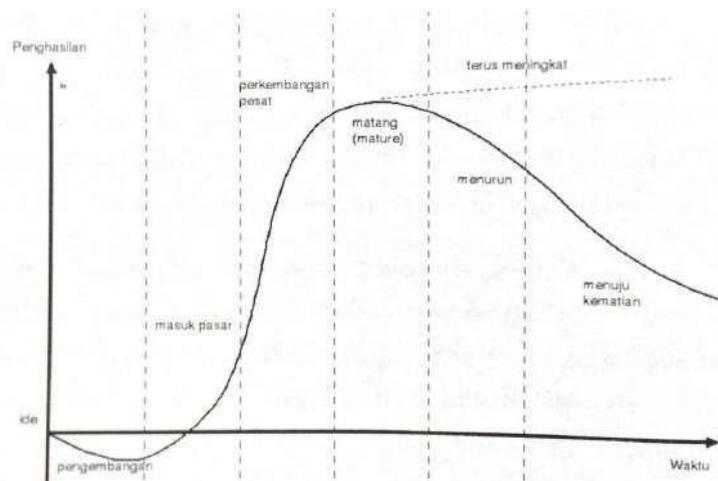
Menurut Direktur Aplikasi dan Tata Kelola Ekonomi Digital Kemenparekraf, Muhammad Neil El Himam, kebanyakan *startup* di Indonesia tidak dapat bertahan karena tidak siap dalam menghadapi beberapa tantangan seperti kurangnya budaya dalam mengidentifikasi masalah dengan baik dan tidak diimbangi dengan memanfaatkan potensial peluang pasar. Selain itu, ekosistem merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam mengembangkan *startup*, apakah solusi yang akan diberikan berdasarkan identifikasi permasalahan di masyarakat tersebut cukup baik untuk dijalankan dan ada orang yang bersedia untuk mengeluarkan uangnya saat menggunakan solusi berupa produk barang atau jasa yang ditawarkan (Safitri, 2020)

3. Kemajuan teknologi

Kemajuan teknologi juga merupakan tantangan yang dihadapi *startup* dalam era sekarang. Teknologi baru biasanya lahir melalui *startup* dan eksperimen baru oleh *startup*. Kemajuan teknologi berkembang seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan hal ini tidak bisa dihindari dalam kehidupan karena inovasi-inovasi teknologi telah memberikan manfaat bagi aktivitas manusia. Dikondisi pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, kemajuan teknologi terus berubah seperti aktivitas perpindahan ke *online*. Masyarakat dituntut kondisi untuk bisa

menyesuaikan perubahan dan erat dengan teknologi, terlebih perusahaan yang masih muda harus melakukan pendekatan yang berbeda dengan berbagai strategi agar bisa masuk ke kondisi pasar. Hal ini juga dilakukan untuk menjaga perusahaan agar tidak tertinggal dan terus melakukan inovasi-inovasi dengan berbagai perubahan.

Persiapan dalam membuat bisnis dari setiap orang akan berbeda-beda, tergantung dengan kebutuhan masing-masing dan model bisnis yang dipilih. Mendirikan sebuah *startup* diawali tahapan mencari ide yang memberikan jawaban atas permasalahan dalam suatu lingkungan berdasarkan kebutuhannya yang akan memberikan manfaat bagi banyak orang, langkah memulai bisnis *startup* dapat dilihat pada gambar 1.3 dibawah ini:



Gambar 1.3 Tahapan Pendirian Startup

Sumber: Sari & Murdani (2019)

Dari kurva diatas diketahui bahwa ide yang dikembangkan telah memasuki pasar dan memiliki konsep *startup* yang baik adalah saat yang tepat untuk pelaksanaan promosi dan menarik investor. Produk yang sudah dikenal di masyarakat lalu menghasilkan penjualan dan laba yang meningkat maka telah memasuki tahap perkembangan terbilang pesat dari *startup*. Persaingan akan semakin ketat dengan bermunculan pesaing-pesaing baru dan sebuah *startup* akan menghadapi situasi akan tetap berkembang atau menurun tergantung dengan kemampuan dalam mengelola sebuah perusahaan *startup*.

1.3 Perumusan Masalah

Startup ServEasy mengangkat sebuah permasalahan dari pengguna komputer desktop dan laptop. Laptop menjadi salah satu barang yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, banyak aktivitas yang bergantung dengan benda ini mulai dari penggunanya pekerja kantoran, mahasiswa, *content creator* bahkan pelajar sekolah dasar juga banyak yang mengakses pembelajarannya melalui laptop. Tak jarang jika pengguna laptop memiliki kebiasaan-kebiasaan buruk dalam merawat bendanya sehingga laptop mudah rusak seperti menutup laptop saat masih menyala, pengisian daya ketika baterai laptop sudah habis, menggunakan laptop di atas permukaan yang lembut sehingga menutup sirkulasi udara dibawah laptop, dan meletakkan laptop di sembarangan tempat (Abdullah, 2021). Jika laptop telah rusak akibat dari kebiasaan-kebiasaan buruk tersebut akan mencapai pada pengguna untuk melakukan *service* laptop atau bahkan bisa sampai beli laptop yang baru.

Banyak orang yang awam dengan peralatan komputer dan laptop termasuk istilah-istilah teknis yang digunakan padahal komputer merupakan alat yang setiap hari digunakan oleh masyarakat tertentu dalam aktivitasnya sehari-hari. Bila permasalahan mulai muncul pada laptop, biasanya penggunanya tidak mengerti apa yang harus dilakukan sehingga harus mengeluarkan biaya untuk memperbaiki laptopnya di tempat *service* berada dan masalah lain muncul apabila lokasi *service* berada jauh dari rumah, bergantung dengan jam buka tutup toko, kebingungan mencari tempat *service* yang bagus, dan tidak memiliki waktu untuk pergi ke tempat *service*. Maka tak heran jika beberapa orang malas untuk ke tempat *service* dan lebih memilih untuk tetap menggunakan laptop di tengah aktivitasnya walaupun sedikit merasa tidak nyaman dengan kerusakan laptop yang sedang terjadi.

Peneliti selaku CEO *startup* ServEasy mengusungkan perancangan aplikasi yang bernama ServEasy. Aplikasi ini dirancang dengan tujuan bisa membantu pengguna aplikasi menemukan jasa reparasi komputer dan laptop dengan mudah sehingga bisa langsung berkonsultasi dengan jasa reparasi secara *online* tanpa perlu bepergian ke tempat jasa reparasi berada, bertemu langsung di tempat yang pelanggan tentukan dan bisa langsung melihat perbaikan dilakukan, memberikan

solusi atas permasalahan komputer dan laptop yang masyarakat hadapi, dan juga memberikan lapangan pekerjaan jasa reparasi.

Untuk dapat bertahan ditengah kompetitor-kompetitor yang ada, harus melakukan differensiasi produk dengan kompetitor. Adapun kompetitor-kompetitor yang serupa yakni, 1) zetzt.id yakni *website* jasa pembersih dan optimasi *gadget* yang memiliki pilihan paket *service* dan bisa mengganti *part* laptop. 2) eksekutif *computer.com* yakni *website* layanan jual beli laptop bekas, tukar tambah, dan *service handphone*. 3) warung *computer* yakni *website* yang membuka layanan *IT support*, pembuatan *website* dan *digital marketing*. 4) Aplikasi *service* laptop dan pc, yakni aplikasi yang menyediakan buku dan referensi mengenai *service* laptop dan pc. Dari penjelasan singkat dari beberapa kompetitor tersebut, adapun beberapa keunikan atau differensiasi yang diusung diaplikasi ServEasy yakni, aplikasi jasa reparasi, jasa reparasi laptop dan pelanggan saling terhubung, jasa reparasi komputer dan laptop yang bisa dihubungi kapanpun dan dimanapun, pelanggan dapat berkomunikasi langsung dengan orang yang melakukan *service* saat pengerjaan *service* berlangsung, jasa reparasi semua jenis komputer dan laptop, *available on android* dan *ios*.

Pengembangan *startup* ServEasy juga mengalami tantangan seperti *startup* lainnya saat sebelum pandemi Covid-19 yaitu, pada saat proses perekrutan anggota tim. Membangun tim merupakan investasi awal dalam mendirikan sebuah bisnis karena tim yang kuat dan solid adalah kunci kesuksesan. Awal berdiri *startup* ini, peneliti selaku CEO ServEasy telah merekrut dua anggota desain UI/UX aplikasi lalu disusul dengan *open rekrutment* untuk posisi *development* dan *finance* yang berlangsung melalui tahap registrasi dari tanggal 5-31 Mei 2021 dan tahap wawancara berlangsung *online* selama dua hari yaitu tanggal 3 dan 4 Juni 2021 melalui *google meet*.

Hidup di era globalisasi tidak menutup kemungkinan akan menghadapi berbagai perubahan situasi, maka dari itu teknik wawancara ini digunakan selain untuk mengetahui kemampuan calon anggota tim di bidang keahliannya masing-masing, tetapi juga melakukan proses *brainstorming* yang diberikan sebuah cerita kasus lalu dicari penyelesaiannya untuk mengetahui bagaimana calon anggota

tersebut menyelesaikan masalah dan tantangan yang akan dihadapi. Calon anggota yang terpilih dari hasil wawancara diumumkan pada 5 Juni 2021, berdasarkan keputusan yang objektif oleh CEO dan dua anggota tim desain ServEasy yang telah di rekrut sebelumnya.

Tantangan pengembangan *startup* ServEasy lainnya yaitu pada masa pandemi Covid-19. Perubahan kebiasaan masyarakat dimasa ini yang beralih ke *online* atau penggunaan teknologi terus tumbuh, berbagai aplikasi muncul untuk memudahkan masyarakat beraktivitas di masa pandemi Covid-19. Dengan begitu, ServEasy harus mampu menciptakan *interface* yang menarik dan mudah digunakan pada aplikasi sehingga aplikasi yang diciptakan bisa diandalkan dan bekerja dengan baik yang secara tidak langsung bisa menarik pengguna setianya tersendiri. Aplikasi yang diusungkan sebagai penghubung jasa reparasi komputer dan laptop dengan pelanggan ini, juga harus memperhatikan seiring kondisi pasar apakah produk yang nantinya akan dibuat sesuai dengan kebutuhan pasar.

Mengetahui kebutuhan pasar apakah solusi yang akan diberikan ini sesuai dengan target pasar baik itu dapat digunakan di masa pandemi ataupun tidak dan juga riset terhadap seperti apa kondisi permasalahan yang dialami calon pelanggan terhadap komputer atau laptopnya, maka dilakukan wawancara awal terhadap beberapa calon pelanggan yaitu mahasiswa Universitas Telkom untuk mengetahui kondisi tersebut. Fakta-fakta hasil wawancara yang ditemukan adalah calon pelanggan sering mengalami kesulitan saat ingin memperbaiki laptopnya yang rusak bahkan bagi mahasiswa yang merantau dan tidak memiliki motor kesulitan untuk harus bepergian ke tempat jasa *service* berada. Dari kondisi tersebut dapat diketahui bahwa calon pelanggan membutuhkan layanan yang memudahkan mereka untuk memperoleh jasa reparasi komputer dan laptop. Hal ini sesuai dengan sebuah solusi yang akan ditawarkan ServEasy berupa aplikasi penghubung jasa reparasi komputer dan laptop dengan pelanggan.

Kondisi *startup* ini juga memiliki peluang untuk memperbesar pasar karena posisinya sebagai inovasi teknologi dan banyaknya masyarakat yang aktivitasnya bergantung dengan komputer dan laptop. Menurut data dan survei yang diterbitkan Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan

Komunikasi Publik, dengan profil responden total 9.419 rumah tangga dan individu yang tersebar di 34 Provinsi, kepemilikan komputer oleh individu mencapai 7,97% sedangkan berdasarkan pulau kepemilikan komputer terbesar ada di pulau Jawa mencapai 11,04% dan berdasarkan usia terbanyak yakni diusia 30-49 tahun sebesar 8,75%. Kepemilikan laptop oleh individu mencapai 21,36% dan berdasarkan pulau kepemilikan laptop terbesar ada di pulau Jawa mencapai 26,28% dan berdasarkan usia terbanyak yakni diusia 20-29 tahun sebesar 27,59% (Kominfo, 2017).

Peluang *startup* ini di lingkungan Universitas Telkom khususnya pada mahasiswa berdasarkan populasinya, menurut Direktur Akademik Universitas Telkom, Ahmad Rizal, (Kompas.com, 2021), seluruh mahasiswa Universitas Telkom di tahun akademik 2021/2022 berasal dari seluruh provinsi Indonesia dengan total 32.000 mahasiswa. Menurut Rafidah dkk., (2019), mahasiswa menjadi salah satu konsumen yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap jumlah penjualan laptop. Dan dapat diketahui dalam penelitiannya mengenai preferensi dalam pemilihan laptop mahasiswa Universitas Telkom, bahwa 100 respondennya tersebut memiliki laptop.

Selain itu, menurut Haryandi dan Rengganis (2015), mahasiswa merupakan salah satu segmen pasar yang potensial karena mahasiswa memiliki kegiatan yang membutuhkan bantuan laptop untuk menunjang kegiatan akademiknya. Maka diketahui juga dalam penelitiannya mengenai pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian laptop mahasiswa Universitas Telkom, bahwa 266 respondennya tersebut memiliki laptop. Dan juga berdasarkan pengumpulan data oleh *startup* ServEasy melalui wawancara dan kuisisioner yang dilakukan pada tanggal 14 Oktober sampai 2 November 2021 pada mahasiswa Universitas Telkom, diketahui 203 respondennya memiliki laptop. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya mahasiswa Universitas Telkom yang memiliki laptop menjadi salah satu segmen pasar yang potensial.

Tim ServEasy melakukan proses wawancara awal dengan calon pelanggan sebelumnya dan saat riset berlangsung bertemu dengan calon pelanggan tersebut

menemukan hasil yang belum terlihat signifikan yaitu penawaran empat fitur didalam aplikasi ServEasy ada fitur yuk *service*, konsultasi, yuk *mart* dan *news update*, ditemukan bahwa tidak semua fitur tersebut hal yang mendesak dibutuhkan oleh calon pelanggan. Fitur yuk *service* dan konsultasi diidentifikasi sebagai fitur yang sangat dibutuhkan oleh calon pelanggan saat ini.

Startup ini perlu memfokuskan pemahaman mengenai segmen pelanggan ServEasy dengan harus melakukan riset untuk validasi kembali terhadap inovasi yang direncanakan sebagai strategi pengembangan bisnis dengan menentukan beberapa pilihan perencanaan bisnis, apabila pilihan pertama perencanaan bisnis tidak sesuai dengan segmen pelanggan maka ada pilihan perencanaan bisnis berikutnya yang dapat digunakan *startup*. Memahami karakteristik segmen memberikan wawasan baru tentang kebutuhan jasa reparasi, bagaimana keinginan mereka untuk dilayani, bagaimana proses mereka memutuskan untuk melakukan perbaikan komputer dan laptop dengan berbagai permasalahan dan harapan yang ingin dipenuhi. Dengan wawasan dan informasi yang jelas tentang karakteristik segmen tersebut maka ServEasy dapat membentuk proposisi nilai bisnis untuk segmen tersebut.

Dibutuhkan strategi dalam model bisnis ini untuk menghadapi adanya ketidakpastian perilaku pasar dan perencanaan yang dilakukan selain memperhatikan pihak internal bisnis tetapi juga pihak eksternal bisnis dan juga melakukan validasi ide terhadap inovasi yang diusungkan oleh ServEasy untuk mengurangi terjadinya resiko kegagalan dalam membangun bisnis *startup* dan agar inovasi yang diberikan lebih efektif dan efisien sesuai kebutuhan *customers*. Salah satu pendekatan pengembangan bisnis yang dapat digunakan adalah *Value Proposition Canvas* (VPC). Model bisnis ini banyak digunakan perusahaan untuk membuat pemodelan bisnis yang mampu memberikan jbaran strategi pengembangan bisnis yang secara tidak langsung membuat produk atau layanan sebuah perusahaan agar berbeda dengan kompetitor lain.

Jabaran yang sistematis dan terstruktur dari *Value Proposition Canvas* (VCP) bukan hanya saja dari sisi manfaatnya, tetapi juga kebutuhan konsumen, membantu memecahkan masalah dari konsumen dan mengetahui apa yang harus

dilakukan oleh perusahaan nantinya dan penggunaan *Value Proposition Canvas* (VCP) dibagi dua sisi yakni dari segi *customer profile* dan *value map*. *Customer profile* akan dijabarkan pada sisi kanan *Value Proposition Canvas* (VCP) yang terdiri dari *customer jobs*, *customer pain*, dan *customers gains* sedangkan pada sisi kiri yakni segi *value map* yang terdiri dari *product and services*, *gain creators*, dan *pain relievers*. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, diperlukan adanya validasi asumsi inovasi ServEasy untuk mengurangi resiko kegagalan, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“PERANCANGAN PROPOSISI NILAI STARTUP DI BIDANG JASA REPARASI KOMPUTER DAN LAPTOP (STUDI PADA SERVEASY)”**.

Pertanyaan penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini berdasarkan uraian di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *customer profile* dari *startup* di bidang layanan reparasi komputer dan laptop?
2. Bagaimana *value map* di *startup* di bidang layanan reparasi komputer dan laptop?
3. Bagaimana kesesuaian antara *Value Map* dengan *Customer Profile*?
4. Bagaimana usulan pemenuhan kesenjangan kesesuaian antara *Value Map* dengan *Customer Profile*?
5. Bagaimana usulan *Value Map* baru di *startup* di bidang layanan reparasi komputer dan laptop?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui validasi dari *customer profile* di *startup* bidang layanan reparasi komputer dan laptop.
2. Mengetahui bagaimana kondisi *value map* di *startup* bidang layanan reparasi komputer dan laptop.
3. Mengetahui apakah ada kesesuaian antara *Value Map* dengan *Customer Profile* yang dimiliki oleh *Startup* di bidang layanan reparasi komputer dan laptop.
4. Mengetahui bagaimana usulan dari kesenjangan kesesuaian antara *Value Map* di

Startup bidang layanan reparasi komputer dan laptop.

5. Mengetahui bagaimana usulan *Value Map* baru di *Startup* bidang layanan reparasi komputer dan laptop.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis, yaitu:
 - a. Menjadi referensi bagi *entrepreneur* yang akan mengembangkan bisnis startupnya dengan membentuk *value proposition canvas* serta perencanaan proses bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
 - b. Penelitian ini dapat menambah pembahasan teoritis mengenai masalah *value proposition* khususnya pada startup bidang jasa berbasis teknologi dan bisnis *online* pada umumnya.
 - c. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan mengenai model bisnis baru sebagai model layanan rumah serta sebagai sarana peningkatan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.
2. Aspek Praktis, yaitu:
 - a. Bagi toko jasa reparasi konvensional, pengetahuan tersebut dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan inovasi berdasarkan maraknya *order* layanan jasa secara *online*
 - b. Bagi *startup*, pengetahuan tersebut dijadikan sebagai pedoman agar mengetahui produk yang ditawarkan akan berdasarkan kebutuhan calon pelanggan
 - c. Bagi *entrepreneur*, untuk membuka usaha baru menjadikan pengetahuan tersebut sebagai landasan membentuk *value* yang dapat diberikan kepada pelanggan
 - d. Bagi UMKM, pengetahuan tersebut dijadikan sebagai pertimbangan dalam menentukan model bisnis sesuai dengan arus perkembangan zaman

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan penelitian terbagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum dan tepat mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dengan memilih bahan pustaka dan laporan-laporan penelitian lainnya sebagai landasan teori penelitian ini yaitu *Value Proposition* dan teori pendukung lainnya, dan juga disertai penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis dan mengumpulkan data untuk menyelesaikan penelitian. Bab ini meliputi Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Situasi Sosial, Pengumpulan Data, Uji Keabsahan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai karakteristik responden dan hasil penelitian. Data tersebut dianalisis dalam pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan usulan saran dalam aspek akademis dan praktis.