

Rancangan Model Bisnis Produk Dengan Menggunakan Metode Lean Startup (Studi Kasus Startup HealthyTips)

I Wayan Arby Arinatha^{1,*}, I Putu Agus Swastika², Tiawan³

^{1,2,3} Sistem Informasi, STMIK Primakara, Denpasar, Indonesia

Email: ^{1,*}arbyarinatha21@gmail.com, ²masagusswastika@gmail.com, ³tiawan@primakara.ac.id

^{*)} Email Penulis Utama

Abstrak—HealthyTips merupakan *Startup* yang bergerak pada produksi makanan sehat berupa sayur box, jus buah dan berbagi informasi seputar kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk pengembangan untuk merancang model bisnis produk *Startup* HealthyTips berupa *Lean Canvas* dengan metode *Lean Startup*. Metode dalam proses analisis data yaitu menggunakan metode kualitatif. Data primer diperoleh dari melakukan proses wawancara semi terstruktur dengan jumlah 10 informan. Pada tahapan penelitian ini menggunakan tahapan pada metode *Lean Startup* yaitu *Build*, *Measure* dan *Learn* untuk melakukan pengembangan dan inovasi produk HealthyTips. Pada tahap *Build* merupakan tahap membuat *Minimum Viable Product* (MVP), *Measure* merupakan tahap validasi dengan mengumpulkan data validasi dengan menggunakan *tool Empathy Map*, *Javeline Board* dengan hasil valid 8 dari 10 orang menyatakan produk valid dan pada tahap *Learn* yaitu merupakan hasil tolak ukur untuk melakukan inovasi terhadap produk dan melakukan inovasi model bisnis dengan *tool Lean Canvas*. *Lean Canvas* merupakan model bisnis adaptasi dari *Business Model Canvas* digunakan karena memang valid untuk di implementasikan pada sebuah *Startup*. Metode *Lean Startup* dapat untuk mengurangi kegagalan dan biaya yang akan dikeluarkan oleh *Startup* untuk pengembangan produk sesuai dengan masukan dan keinginan dari pelanggan.

Kata Kunci: Startup, Lean Startup, Empathy Map, Javeline Board, Lean Canvas

Abstract—HealthyTips is a Startup that is engaged in the production of healthy food in the form of vegetable boxes, fruit juices and sharing information about health. This study aims to develop a business model for Startup HealthyTips Lean Canvas with the Lean Startup. The method in the data analysis process is using qualitative methods. Primary data was obtained from conducting a semi-structured interview process with a total of 10 informants. At this stage of research, the stages of the Lean Startup are Build, Measure and Learn to develop and innovate HealthyTips products. At the Build stage, which is the stage of making a Minimum Viable Product (MVP), Measure is the validation stage by collecting validation data using the Empathy Map tool, the Javeline Board with the results that 8 out of 10 people state the product is valid and at the Learn, which is the result of benchmarks for innovation. towards products and innovate business models with the Lean Canvas tool. Lean Canvas is a business model adaptation of the Business Model Canvas used because it is valid for implementation on a startup. The Lean Startup can reduce the failure and costs that will be incurred by Startup for product development in accordance with the input and wishes of the customer.

Keywords: Startup, Lean Startup, Empathy Map, Javeline Board, Lean Canvas

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang dan canggih ini turut mendorong masyarakat Indonesia lebih condong menyesuaikan kehidupan lebih *modern* dan dinamis serta berdampak dengan pertumbuhan ekonomi [1]. Pertumbuhan *Startup* digital juga semakin pesat, ditandai semakin banyaknya produk *Startup* yang juga hadir. Bisnis *Startup* pada setiap bulannya bermunculan di Indonesia, yang dipengaruhi oleh banyaknya masyarakat menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Menurut hasil survei bahwa dari 62% atau 80 juta lebih pengguna internet menggunakan aplikasi online shop pada tahun 2016 oleh Lembaga survei APJII [2]. Di Indonesia terdapat 3 *Startup* yang berhasil menjadi *unicorn* atau mempunyai nilai valuasi perusahaan US\$ 1 miliar (Rp. 13,5 Triliun) ketiga *Startup* tersebut Tokopedia, Traveloka dan Gojek.

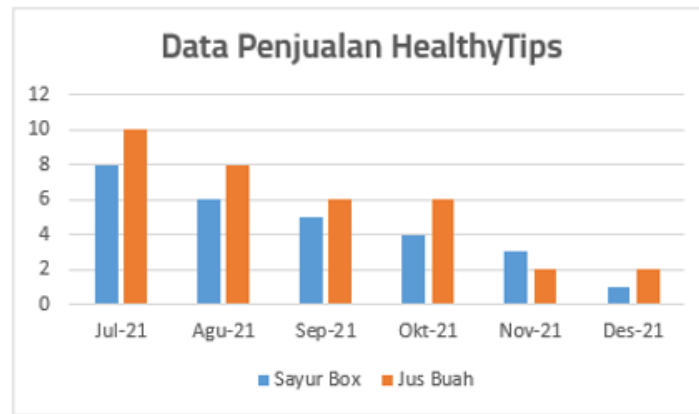
Hal ini pula yang mendorong para pengusaha pemula turut ikut untuk berkecimpung dalam dunia usaha digital yang biasa di sebut *Startup*. *Startup* juga dapat diartikan sebagai suatu rancangan organisasi dengan menerapkan model bisnis yang tepat dalam usaha bertahan dalam suatu ketidakpastian [3]. Menurut dari catatan

situs forbes.com, 90% *Startup* yang diciptakan di dunia gagal, pengembangan *Startup* memerlukan usaha yang sangat keras karena *Startup* sendiri merupakan sebuah bisnis yang baru dirintis dan memerlukan uji model bisnis di pasar [4]. Suatu produk dapat dikatakan sukses jika produk tersebut dibutuhkan oleh pengguna atau konsumen dan dapat mengatasi masalah para *user*[5]. Model bisnis merupakan pondasi awal berdirinya sebuah *Startup* untuk tetap bertahan dan berkembang dengan banyaknya kompetitor dengan model *Startup* yang serupa. Serta tetap dapat bertahan dalam kondisi iklim bisnis pasar yang tidak pasti [6].

Model bisnis merupakan tindakan lanjutan dari strategi agar dapat dipastikan strategi yang dijalankan efektif [7]. Model bisnis digunakan oleh perusahaan untuk dapat tetap bertahan [8]. Dalam merancang dapat menggunakan beberapa *tools* untuk mengevaluasi model bisnis perusahaan salah satunya dengan *tools Lean Canvas*. *Lean Canvas* merupakan adaptasi dari *Business Model Canvas* (BMC) dari Alexander Osterwalder yang diciptakan Ash Maurya dengan menjanjikan rencana bisnis yang menggambarkan strategi perencanaan dan pemasaran untuk kesuksesan bisnis untuk tetap kompetitif [9]. *Lean Canvas* lebih mudah digunakan memfokuskan sebuah pengembangan sebuah produk pada perusahaan rintisan atau *Startup*. Pada *Lean Canvas* terdapat beberapa elemen penting yaitu diantaranya: Masalah (*Problem*), Solusi (*Solution*), Proposisi Nilai Unik (*Unique Value Proposition*), Tolak Ukur (*Key Metrics*), Biaya Pengeluaran (*Cost Structure*), Arus Pendapatan (*Revenue Stream*), Kanal Pemasaran (*Channels*), Segmentasi Konsumen (*Customer Segments*) dan Kelunggulan Produk (*Unfair Advantages*)[10]. Maka dari itu model bisnis harus kuat dalam sebuah pengembangan sebuah perusahaan rintisan atau *Startup*.

Lean Startup merupakan sebuah metode yang digunakan untuk pengembangan produk yang dipopulerkan oleh Eric Ries [11]. Metode ini digunakan oleh *Startup* untuk menginkubasi serta mengakselerasi pengembangan produk dengan membuat hipotesis sendiri dan produk yang dihasilkan langsung di lakukan validasi ke konsumen apa produk yang di produksi sesuai dengan kebutuhan konsumen maupun memperpanjang *lifecycle* sebuah produk dengan memberikan *value added* baru yang sesuai dengan preferensi pasar [11]. Pada metode *Lean Startup* memiliki 3 tahap alur yaitu *Build*, *Mesure* dan *Learn*. Maka dari itu memelurkan proses untuk membuat atau merancang MVP (*Minimum Viable Product*) dan langsung melakukan validasi ke konsumen dan pada tahap akhir melakukan kesimpulan apakah produk yang dilakukan pantas di produksi dalam jumlah banyak atau berhenti dan melakukan produksi produk lainnya yang akan mengurangi biaya produksi dan mengurangi kegagalan dalam melakukan pengembangan produk dari *Startup*.

HealthyTips merupakan sebuah *Startup* yang didirikan pada 21 Juni 2021 dengan 4 orang tim yaitu Arby, Adi Sanjaya, Destrawan dan Cahyadi dimana bergerak dibidang pangan dari olahan sayur-sayuran dalam bentuk box yang sudah dipotong-potong lengkap dengan bumbu dan jus buah serta berbagi informasi seputar kesehatan beralamat di Jalan Mekar II Blok A No. 24 Denpasar, Desa pemogan sebagai tempat produksi dari *Startup* HealthyTips. *Startup* HealthyTips saat ini mengalami penurunan penjualan dari akhir bulan Juli sampai Desember yang disebabkan kesulitan untuk mendapatkan konsumen setelah memproduksi produk sayur box dan jus buah karena adanya masalah dengan model bisnis yang dalam melakukan validasi saat mendirikan *Startup* HealthyTips proses melakukan validasi hanya menggunakan data berdasarkan kebutuhan mengkonsumsi makanan sehat saat pandemi Covid-19 bukan melakukan penelitian dengan metode yang tepat dan menyebabkan kegagalan karena produk tersebut tidak laku dipasaran dengan waktu yang cukup lama sejak awal produk di produksi sampai di pasarkan dan biaya yang dikeluarkan juga menjadi sia-sia. Saat ini HealthyTips menggunakan *platform* Instagram dengan jumlah pengikut 231 akun sebagai media promosi dari pemasaran lewat instagram kurang mendapat feedback yang baik dan jumlah pengikut belum mendapatkan hasil yang maksimal walaupun sudah melakukan posting foto dan promosi untuk pemasaran dari produk HealthyTips dan pemasaran produk serta dengan *Whatsapp* sebagai media *chatting* dengan konsumen. Maka dari itu penulis melakukan penelitian skripsi dengan studi kasus *Startup* HealthyTips. Penelitian ini mengharapkan adanya perkembangan dalam manajemen *Startup* dan selalu berinovasi dalam mengembangkan produk dengan model bisnis yang tepat dan berbagi seputar tips kesehatan agar *Startup* menjadi berkembang serta bisa membantu masyarakat menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan sesuai dengan visi yang berfokus dengan produk yang sudah jadi bukan membuat produk terbaru dan melakukan inovasi dan perubahan startegi model bisnis agar menemukan model bisnis yang tepat sesuai dengan kriteia, saran dan kebutuhan calon konsumen dari olahan sayur dan buah-buahan yang mudah dibeli, harga terjangkau dan memiliki kualitas yang terbaik.



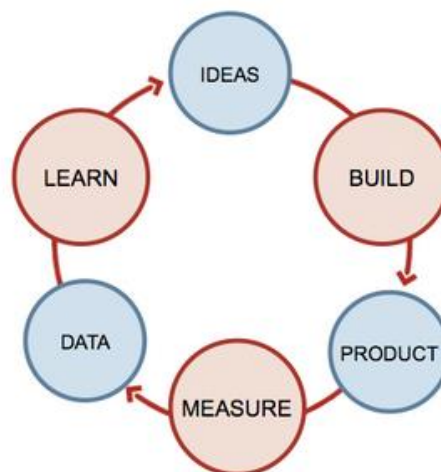
Gambar 1. Gambar Penjualan Produk HealthyTips

Gambar 1. diatas merupakan data penjualan dari produk HealthyTips yang terus mengalami penurunan penjualan produk dari bulan Juli sampai November 2021. Pada bagian samping kiri berwarna biru dan oranye merupakan jumlah produk dalam bentuk satuan box untuk sayur dan botol untuk jus buah yang terjual dan bagian bawah merupakan bulan dan tahun dari penjualan karena *Startup* HealthyTips merupakan usaha rintisan yang baru berdiri maka dari itu jumlah penjualannya masih belum maksimal.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Pada penelitian menggunakan metode *Lean Startup* digunakan oleh *Startup* untuk melakukan sebuah inovasi dan akselerasi pengembangan sebuah produk *Startup* yang dimana akan mengurangi biaya produksi dan mengurangi kegagalan dalam melakukan pengembangan produk dari *Startup* yang ingin diteliti yang akan memberikan *value added* dan memperpanjang *lifecycle* sebuah produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar [12].



Gambar 2. Tahapan Metode *Lean Startup*

Metode *Lean Startup* memiliki tiga tahap alur utama yaitu *Build*, *Measure* dan *Learn*. Memiliki tujuan untuk memberikan fakta dan data yang dibutuhkan dalam proses *Validate Learning*. Berikut merupakan penjelasan dari tahapan metode *Lean Startup* yaitu:

1. *Ideas*

Ideas merupakan tahap mengumpulkan ide berdasarkan diskusi dengan tim (*brainstorming*) yang akan digunakan dalam pembuatan MVP agar dapat mengukur jenis produk yang akan dibuat tanpa mengurangi tujuan dari *Startup* HealthyTips dalam pengembangan dan inovasi Sayur box dan jus buah yang sebagai fokus pengembangan produk yang akan di produksi.

2. *Build*

Build merupakan tahap pembuatan product atau *Minimum Viable Product* (MVP) yang merupakan sebuah produk minimal atau produk yang sudah jadi berdasarkan ide dari anggota team (*Brainstorming*).

Minimum Viable Product (MVP) ini dibuat dengan 2 contoh MVP yaitu MVP A dan MVP B karena produk HealthyTips sudah ada yaitu berfokus dengan 2 produk yaitu sayur box dan jus buah sebagai bentuk perbandingan dalam mendapatkan *feedback* yang digunakan merupakan produk dengan bentuk minimal yang hanya memiliki keunggulan inti yang hanya sebagai sampel produk untuk dapat uji validasi dari tahap *Measure*.

3. *Product*

Product merupakan hasil pada tahap *Build* dari produk yang sudah ada berdasarkan tujuan *Startup* yaitu pada sayur box dan jus buah untuk digunakan sebagai bahan produk yang divalidasi ke *customer* yang divalidasi.

4. *Measure*

Measure merupakan tahap memvalidasi serta mengumpulkan data reaksi, saran, masukan dari konsumen atau dari calon konsumen dengan 10 orang untuk dapat mengukur hasil uji validasi hipotesis dari produk *Minimum Viable Product* (MVP) dengan melakukan wawancara dan mendapat hasil berupa data.

5. *Data*

Data merupakan data hasil validasi hasil wawancara dengan 10 orang informan pada proses *Measure* [15], merupakan hasil wawancara yang didapat pada tahap *experiment* yaitu dengan tingkat validasi 70% atau 7 dari 10 orang informan pada *tool Javeline board* sebagai bahan dalam melakukan tolak ukur pada tahap *Learn*.

6. *Learn*

Learn merupakan tahap proses kesimpulan berdasarkan hasil *Measure* apakah *Minimum Viable Product* (MVP) yang diuji sudah tervalidasi dan diterima atau tidak oleh konsumen maupun calon konsumen dengan bantuan *tools Javeline Board* dengan kriteria sukses 70% atau 7 orang. Kemudian hasil dari tahapan *Learn* digunakan sebagai dasar untuk melakukan perubahan maupun inovasi terhadap produk atau strategi. Selanjutnya pendiri dan tim *Startup* diambil keputusan untuk melakukan tindakan "*Persevere*" atau "*Pivot*". *Persevere* merupakan tahap melanjutkan proses pengembangan dengan melakukan inovasi serta perubahan strategi bisnis dengan produk yang sama sedangkan *Pivot* merupakan proses untuk melakukan perubahan dengan mengganti seluruh maupun sebagian dari startegi bisnis ataupun produk.

2.2 Alat dan Bahan

Pada penelitian ini memerlukan beberapa peralatan dan bahan dalam melakukan penyusunan dan melakukan pengumpulan data dari wawancara dan kuisioner yaitu berupa perangkat keras (*Hardware*) dan perangkat lunak (*Software*) sebagai berikut:

Table 1. Tabel Alat Dan Bahan

Jenis	Nama Alat Dan Bahan	Spesifikasi	Jumlah
<i>Hardware</i>	Laptop	Fujitsu (Lifebook S Series) OS Windows 10 Processor Core I 5 14 Inch Ram 4GB Hdd 500GB	1
	Handphone	Samsung J 7 Prime Android 8 Ram 3 GB Memory Internal 16 GB	1
<i>Software</i>	Microsoft Word 2016		1
	Microsoft Excel 2016		1
	Miro		1

Pada tabel 1 dapat dijelaskan bahwa dalam penelitian ini membutuhkan beberapa alat dan bahan diantaranya laptop yang digunakan untuk menyusun laporan penelitian skripsi, *handphone* untuk melakukan perekam suara dan foto saat melakukan wawancara serta ada *Microsoft Word* untuk *text-editor* menyusun laporan *Microsoft Excel* sebagai pengumpulan data awal hasil wawancara kepada calon konsumen HealthyTips yang dikumpulkan dan Miro untuk membantu merancang template *Empathy Map*, *Javeline Board* dan *Lean Canvas*.

2.3 Instrumen Penelitian

Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan observasi. Dengan melakukan wawancara langsung bersama tim *Startup HealthyTips* untuk mendapatkan informasi dan permasalahan yang dialami. Dimana dapat membantu penyusunan penelitian serta berdiskusi dalam merancang bersama produk MPV (*Minimum Viable Product*) yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang tervalidasi untuk produk MPV (*Minimum Viable Product*) apakah diminati oleh target pasar atau konsumen jika kurang diminati akan melakukan proses pembuatan MPV (*Minimum Viable Product*) yang baru berdasarkan hipotesis dan diskusi dengan tim *Startup HealthyTips*.

Pada penelitian ini juga melakukan wawancara semi-terstruktur untuk mendapat informan sebanyak 10 orang dan mengetahui minat konsumen terhadap produk dengan yang bertujuan mendapat informasi sesuai dengan keinginan konsumen melalui pembuatan MPV (*Minimum Viable Product*) dan dilakukan secara spesifik baik dimulai dari jaringan teman, mentor *Startup*, konsumen dan calon konsumen *HealthyTips* dengan rentang usia 17–45 tahun, mahasiswa kost, ibu rumah tangga dan pegawai kantor.

2.4 Sumber Data

Pada penelitian ini juga terdapat sumber data yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang tervalidasi yaitu dapat dibagi menjadi dua sumber data yaitu sebagai berikut.

- a. Sumber Data Primer
Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil melakukan wawancara dan observasi pada *Startup HealthyTips*.
- b. Sumber Data Sekunder
Sumber data sekunder pada penelitian ini didapat berdasarkan studi literatur dari penelitian-penelitian sebelumnya seperti *e-book*, jurnal penelitian nasional dan internasional, artikel penelitian dan data-data dari instansi pemerintah yang tervalidasi.

2.5 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tempat produksi *Startup HealthyTips* yang beralamat di Jalan Mekar II / Blok A No. 24, Pemogan, Denpasar Selatan, Bali. Waktu Penelitian dimulai dari bulan September 2021 sampai dengan April 2022

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

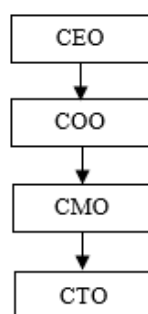
Pada hasil dan pembahasan merupakan penjelasan dari penggunaan serta tahapan Metode *Lean Startup* pada studi kasus *Startup HealthyTips* untuk memvalidasi produk menggunakan *tool Javeline Board* dan merancang model bisnis dengan *tool Lean Canvas*.

3.1 Ideas (Brainstorming)

Ideas merupakan tahap awal dalam metode *Lean Startup* yang dimana melakukan *brainstorming* dengan tim *Startup HealthyTips* untuk lebih memspesifikasi agar permasalahan yang dialami dapat memberikan sebuah solusi yang tepat untuk merancang model bisnis.

3.1.1 *Startup HealthyTips*

HealthyTips merupakan sebuah *Startup* yang didirikan pada 21 Juni 2021 dengan 4 orang tim yang dimana bergerak dibidang pangan dari olahan sayur-sayuran dalam bentuk box yang sudah dipotong-potong lengkap dengan bumbu dan jus buah serta berbagi informasi seputar kesehatan dengan melakukan promosi pada sosial media Instagram, beralamat di Jalan Mekar II Blok A No. 24 Denpasar, Desa pemogan sebagai tempat produksi dari *Startup HealthyTips*.



Gambar 3. Struktur *Startup HealthyTips*

Pada gambar 3 merupakan struktur organisasi pada *Startup* HeathyTips dengan 4 orang tim. Yang dimana memiliki tanggung jawab pada posisi masing-masing yaitu sebagai berikut ini:

- a. *Chief Excecutive Officer* (CEO)
CEO atau *Chief Excecutive Officer* merupakan seseorang yang bertanggung jawab sebagai pemimpin perusahaan untuk memberikan arahan dalam fungsional bisnis yaitu sumber daya manusia, pemasaran dan keuangan bisnis.
- b. *Chief Operations Officer* (COO)
COO atau *Chief Operations Officer* merupakan seseorang yang bertanggung jawab pada segala fungsional bisnis operasional.
- c. *Chief Marketing Officer* (CMO)
CMO atau *Chief Marketing Officer* merupakan seseorang yang bertanggung jawab melakukan sebuah promosi untuk mendapatkan pelanggan sesuai dengan strategi sesuai riset yang diterapkan.
- d. *Chief Technology Officer* (CTO)
CTO atau *Chief Technology Officer* merupakan seseorang yang bertanggung jawab pada bidang teknologi seperti website dan *design* promosi maupun database perusahaan.

3.1.2 *Brainstorming* Produk



Sayur Box CapCay



Sayur Box Sayur Hijau



Jus Buah Naga, Jus Buah Nanas Dan Jus Buah Pepaya

Gambar 4. Hasil *Brainstorming*

Gambar 4 merupakan hasil *brainstorming* bersama tim untuk menentukan produk dan *brainstorming customer* dengan aplikasi miro dan dilanjutkan ke tahap *build* dan *measure*.

3.1.3 *Brainstorming* Javeline Board



Gambar 5 Brainstorming Javeline Board

Gambar 5 merupakan *tool javeline board* bagian *brainstorming* bersama tim HealthyTips sebelum melakukan *experiment* dengan melakukan wawancara yang dimana bagian ini menentukan beberapa tahapan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Customer* secara spesifik
 1. Mahasiswa Kost
 - Umur 18-25 tahun
 - Perempuan / laki-laki
 - Penyuka produk makanan sehat
 - Denpasar
 2. Pegawai Kantoran
 - Umur 18-35 tahun
 - Perempuan / laki-laki
 - Menyukai kepraktisan membeli produk secara online
 - Denpasar
 3. Ibu Rumah Tangga
 - Umur 18-45 tahun
 - Pencinta olahan sayur dan buah
 - Denpasar
- b. *Problem* (permasalahan)
 1. Harga produk makanan sehat kurang terjangkau
 2. Kesulitan mencari produk makanan sehat di sosial media dan website
 3. Karena kesibukan keseharian dan tidak sempat pergi ke pasar
- c. *Solution* (solusi yang dapat diberikan)

1. Produk makanan sehat dengan harga terjangkau
 2. Produk yang mudah menjangkau pelanggan pada media sosial
 3. Memberikan kemudahan dalam memesan dan pengantaran sampai tujuan dengan sistem COD
- d. *Assumption* (asumsi dalam mengatasi permasalahan)
1. Harga yang terjangkau akan meningkatkan minat beli pelanggan
 2. Kebanyakan produk makanan sehat berlokasi jauh dan masih harus berbelanja *offline*
 3. Dengan *service* yang cepat dan gratis ongkir sudah menjadi kebiasaan untuk membeli *online*

3.2 Build Product MVP

3.2.1 Minimum Viable Product

Minimum Viable Product atau produk yang akan divalidasi yaitu dari hasil *brainstorming* dan *votting* dengan suara terbanyak yang dilakukan bersama tim HealthyTips sayur box dengan jenis sayur capcay dan sayur hijau dimana kedua sayur box ini sudah dilengkapi dengan bumbu dan topping berupa sosis dengan kemasan box 500 ml serta dari jenis jus yaitu jus buah naga, jus pepaya dan jus nanas dari buah segar dengan kemasan botol 250 ml yang dimana produk akan di tempelkan juga stiker HealthyTips.



Gambar 6. MVP Sayur Box CapCay

Pada gambar 6 merupakan gambar produk *Minimum Viable Product* (MVP) dari Sayur capcay yaitu dengan spesifikasi box dengan berukuran 500 ml, berisi sayuran yang sudah dipotong-potong, bakso, bumbu sesuai takaran dan dilengkapi dengan stiker *Startup* HealthyTips.



Gambar 7. MVP Sayur Box Sayur Hijau

Gambar 7 diatas merupakan gambar produk *Minimum Viable Product* (MVP) dari Sayur Box dengan jenis sayur hijau yaitu dengan spesifikasi box dengan berukuran 500 ml, sayuran yang sudah dipotong-potong, bumbu sesuai dengan takaran dan dilengkapi dengan stiker *Startup* HealthyTips.



Gambar 8. MVP Jus Buah

Pada gambar 8 merupakan *Minimum Viable Product (MVP)* jus buah yaitu ada jus buah naga, jus nanas dan jus pepaya yang merupakan produk yang dijual oleh HealthyTips. Dengan botol berukuran 250 ml yang dilengkapi stiker HealthyTips.

3.3 Measure

Measure merupakan tahap kedua dalam metode *Lean Startup* yang merupakan tahap melakukan validasi dengan melakukan wawancara. Pada proses melakukan wawancara dilakukan dengan melakukan wawancara dengan 10 orang informan dalam metode ini informan yang diwawancarai berdasarkan permasalahan yang ingin di validasi pada *javeline board* yang yaitu ruang lingkup sekitar dengan kriteria mahasiswa kost berumur 18-25 tahun penyuka produk makanan sehat di daerah Denpasar karena pada proses *experiment* harus memfokuskan pada salah satu *segment* sebagai informan.

3.3.1 EmpathyMap

Empathy Map merupakan *tool* untuk membantu mengurutkan kesimpulan permasalahan mengenai kebutuhan pelanggan yang ada pada saat melakukan wawancara. Dalam penggunaan *Empathy Map* dapat memungkinkan untuk dapat berfokus pada hal yang akan disimpulkan memahami pengalaman dan emosi informan atau pelanggan yang berbeda-beda dengan cara mengamati, melihat dan merasakan dari sudut pandang pelanggan dalam melihat maupun mengkonsumsi produk HealthyTips yang ditunjukkan pada gambar 9 berikut ini.



Gambar 9. Empathy Map

Pada gambar 9 merupakan hasil pengumpulan data berdasarkan hasil wawancara dengan 10 orang infroman menggunakan *tool Empathy Map* untuk membantu menentukan *customer profile and customer journey*, dengan hasil uraian sebagai berikut:

- a. *Think and Feel* (Apa yang dipikirkan dan dirasakan)
 1. Harga yang ideal
 2. Kesibukan sehari-hari
 3. Komposisi produk sayur box dan jus buah
 4. Berbelanja secara online
- b. *Hear* (Apa yang didengarkan)
 1. Produk HealthyTips dapat membantu kebutuhan makanan sehat
 2. Produk makanan sehat menjadi kebutuhan sehari-hari
 3. Susah menemukan produk makanan sehat
 4. Produk makanan sehat cepat busuk
- c. *See* (Apa yang dilihat)

1. Platform sosial media yang sering digunakan Instagram
 2. Kemasan sudah baik dan tertutup dengan rapat
 3. Produk sayur box yang baik karena sudah lengkap dengan bumbu
 4. Bahan produk yang terjamin
 5. Pengemasan produk didalam sudah baik
- d. *Say and Do* (Apa yang dikatakan dan dilakukan)
1. Rasa produk yang pas
 2. Porsi yang ditawarkan produk ideal
 3. HealthyTips dapat membantu mempermudah dalam membeli produk makanan sehat
 4. Pemesanan dapat dilakukan melalui sosial media
 5. Yang penting menggunakan bahan segar dan alami
- e. *Pain* (Permasalahan)
1. Bahan sayur box dan jus buah tidak segar dan alami
 2. Produk yang tidak higienis
 3. Harga yang tidak terjangkau
 4. Proses pemesanan lama
- f. *Gain* (Kelebihan)
1. Produk yang instan lengkap dengan bumbu
 2. Menggunakan bahan yang segar dan alami
 3. Melakukan branding yang kuat agar dikenal masyarakat luas
 4. Mudahnya proses pemesanan dan pengiriman yang cepat

3.3.2 Javeline Board

Javeline Board merupakan *tool* untuk membantu validasi *customer* yang dimana sesuai dengan permasalahan dari sebuah hasil wawancara dimana kriteria sukses yaitu 70% atau 7 dari 10 orang informan [12]. Proses iterasi akan dilakukan *pivot* akan dilakukan saat melakukan wawancara dengan informan. Berdasarkan hasil proses wawancara akan dimasukkan ke dalam kolom *valid* atau *invalid*. Untuk hasil yang *valid* akan menjadi acuan untuk melakukan proses inovasi dan pengembangan yang dibutuhkan oleh informan.

Javelin Experiment Board		Project Name: Validasi MVP HealthyTips	Team Leader Name: I Wayan Arby Anatha			
<p>Start here. Brainstorm with stickies, pull it over to the right to start your experiment.</p> <p>atom ific</p> <p>Mahasiswa Kira - umur 18-25 tahun perempuan / laki-laki - menyukai produk makanan sehat</p> <p>Pengawal kantoran umur 18-35 tahun perempuan / laki-laki - menyukai makanan yang praktis dan mudah dimasak</p> <p>Ibu Rumah Tangga umur 20-45 tahun perempuan / laki-laki - menyukai sayur dan buah</p>		1	2	3	4	5
<p>What is the problem? Brainstorm it from your customer's perspective.</p> <p>Hasilkan mencari produk makanan sehat yang lengkap dan instan</p> <p>Harga produk makanan sehat kurang terjangkau</p> <p>Karena kesulitan keabadian dan tidak sampai yang ke pasar</p>		Customer				
<p>What is the solution? Brainstorm it from your customer's perspective.</p> <p>Produk sayur box lengkap dengan bumbu dan jus buah segar</p> <p>Produk dengan harga yang terjangkau</p> <p>Memberikan kemudahan dalam memesan dan pengiriman sampai ke rumah dengan sistem COD</p>		Problem				
<p>What is the solution? Brainstorm it from your customer's perspective.</p> <p>Produk sayur box lengkap dengan bumbu dan jus buah segar</p> <p>Produk dengan harga yang terjangkau</p> <p>Memberikan kemudahan dalam memesan dan pengiriman sampai ke rumah dengan sistem COD</p>		Solution	Produk sayur box lengkap dengan bumbu dan jus buah segar			
<p>What are the assumptions that must hold true for your hypothesis to be true.</p> <p>Kebanyakan produk makanan sehat tidak sesuai dengan foto promosinya</p> <p>Harga yang terjangkau akan meningkatkan minat beli pelanggan</p> <p>Dengan service yang cepat dan gratis ongkir sudah menjadi kebiasaan untuk berbelanja online</p>		Riskiest Assumption	Kebanyakan produk makanan sehat tidak sesuai dengan foto promosinya			
<p>What is the method and success criterion for your experiment.</p> <p>To form a Customer/Problem Hypothesis: I believe my customer has a problem achieving this goal.</p> <p>To form a Problem/Solution Hypothesis: I believe this solution will result in quantifiable outcome.</p>		Method & Success Criterion	Wawancara 7/10			
<p>GET OUT OF THE BUILDING!</p> <p>To form your Assumptions: In order for hypothesis to be true, assumption needs to be true.</p> <p>To identify your Riskiest Assumption: The assumption with the least amount of data, and core to the viability of my hypothesis is...</p>		Result & Decision	Valid 8/10			
<p>Determine how you will test it: The least expensive way to test my assumption is...</p> <p>Determine what success looks like: I will run experiment with # of customers and expect a strong signal from # of customers.</p>		Learning	Produk makanan sehat HealthyTips akan sangat membantu karena dilihat dari produknya memiliki kelengkapan bumbu dan jus yang menggunakan bahan alami dan porsi yang pas			

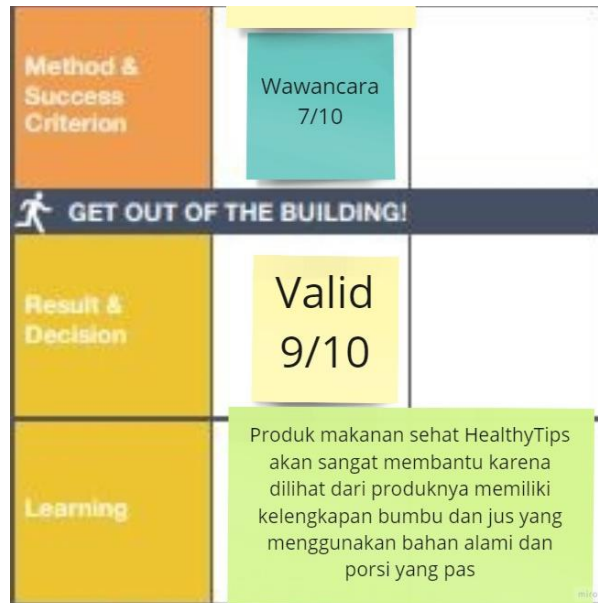
Gambar 10. Javeline Board

Gambar 10 diatas merupakan bagian dari proses validasi pada tahap *measure* dengan menggunakan *tool javeline board* yang dimana pada *javeline board* terdapat 2 bagian penting yaitu bagian *brainstorming* pada tahap *ideas* dan bagian hasil *experiment* dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.4 Learn

Learn merupakan tahap mengumpulkan data hasil validasi apakah hasil yang didapat mendapatkan *feedback* yang baik dan valid pada peneitian ini mendapatkan hasil valid 8 dari 10 orang pada tahap *experiment* pada *tool javeline board* yang berarti proses untuk merancang model bisnis dapat dilakukan dengan baik dan strategi berjalan dengan tepat.

3.4.1 Hasil Experiment



Gambar 11. Hasil Experiment

Pada gambar 11 merupakan tahap *experiment* yang merupakan asumsi yang valid sesuai dengan data hasil wawancara dengan 10 orang informan mengenai permasalahan produk makanan sehat yang dimana ada beberapa tahapan yang dilakukan yang sesuai dengan hipotesis pada tahap *brainstorming* dengan tim dengan hasil validasi valid 8/10 informan yang akan di jelaskan sebagai berikut:

3.4.2 Data

Tabel 2. Validasi Experiment Board

<i>Problem</i>	<i>Result and Decision</i>	<i>Learning</i>	Alasan Valid
Kesulitan mencari produk makanan sehat yang instan dan lengkap	<i>Valid</i> (8/10)	Produk makanan sehat HealthyTips akan sangat membantu karena dilihat dari produknya memiliki kelengkapan bumbu dan jus yang menggunakan bahan alami dan porsi yang pas	Produk makanan sehat HealthyTips memiliki perbedaan dibandingkan kompetitor untuk menambah keinstanan dai customer dengan menyediakan produk makanan sehat dengan jenis sayur box yang sudah dipotong-potong, lengkap dengan bumbu sesuai porsi dan jus buah tanpa pemanis buatan yang dimana produk tersedia pada website dan Instagram yang dimana produk dapat dipesan sesuai permintaan <i>customer</i> .

Tabel 2 diatas merupakan validasi mengenai produk dengan hasil *experiment* pada *tool javeline board* yang telah diuji validasi.

3.4 Lean Canvas

Lean Canvas merupakan *tool* yang diadaptasi dari *Business Model Canvas* (BMC) [13]. Dengan menggunakan *lean canvas* gambaran strategi perencanaan dan pemasaran bisnis akan sesuai dengan kebutuhan dari pelanggan. *Lean canvas* lebih mudah digunakan dan difokuskan untuk pengembangan sebuah produk yang dijual oleh *Startup*. Pada *lean canvas* terdapat 9 elemen. Berdasarkan pengumpulan data wawancara berikut hasil rancangan model bisnis produk *Startup* HeathyTips menggunakan *lean canvas*.

Lean Canvas



Gambar 12. Lean Canvas

Gambar 12 diatas merupakan hasil rancangan model bisnis dengan menggunakan *tool lean canvas* yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. *Problem*

Pada blok *problem* (masalah) yang dibuat berdasarkan permasalahan yang sudah divalidasi saat proses dengan mengangkat 3 (tiga) permasalahan utama mengenai produk dan permasalahan dari *empathy map* hasil yang dialami yaitu:

1. Harga produk yang kurang terjangkau
2. Produk yang tidak sesuai dengan foto promosi
3. Kesulitan mencari produk makanan sehat yang terpercaya pada sosial media atau website

b. *Solution*

Pada blok *solution* (solusi) merupakan solusi yang ditawarkan berdasarkan permasalahan yang tervalidasi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan sesuai permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Produk instan dan harga terjangkau
2. Menawarkan produk sayur box yang lengkap dengan bumbu dan jus buah sesuai permintaan
3. Produk yang berkualitas dan mudah dijangkau pada sosial media maupun website



Gambar 13. Produk Dan Harga

Gambar 13 merupakan solusi yang ditawarkan oleh HealthyTips dengan memberikan harga produk yang terjangkau dan kualitas produk yang diberikan.

c. *Customer Segment*

Blok *customer segment* (segmentasi konsumen) merupakan *customer* yang telah membeli produk HealthyTips dengan kriteria sesuai dengan *customer segment* yang ditentukan berdasarkan lean canvas yang dirancang yaitu sebagai berikut.

1. Mahasiswa Kost
2. Pegawai Kantoran
3. Ibu Rumah Tangga

d. *Unique Value Proposition*

Unique value proposition (proposisi nilai unik) pada produk *Startup* HealthyTips yaitu sebagai berikut:

1. Kemasan produk HealthyTips dapat digunakan berulang yang dimana akan membantu pelanggan dalam penyajian produk.
2. Pembayaran dengan sistem *Cash On Delivery* (COD) dan gratis ongkir.

e. *Channels*

Pada merancang *lean canvas* pada blok *channels* (media untuk promosi) produk HealthyTips sebagai kanal pemasaran produk HealthyTips agar dapat menjangkau customer untuk memperluas jangkauan pasar dan berdasarkan hasil wawancara berdasarkan platform yang digunakan dalam mencari maupun membeli produk makanan sehat yaitu sebagai berikut:

1. Website
2. Instagram
3. Whatsapp

Sebagai layanan *chatting* dengan *customer* untuk memudahkan alamat yang dan komunikasi saat mengantar pemesanan ke alamat yang dituju oleh pelanggan.

f. *Revenue Streams*

Pada blok *revenue streams* (arus pendapatan) yang diperoleh oleh *Startup* HealthyTips yaitu berdasarkan penjualan produk HealthyTips sebagai pendapatan dengan mengambil keuntungan beberapa persen untuk melakukan pengembangan *Startup* HealthyTips, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Profit Penjualan Produk 1 kali belanja
2. Profit penjualan produk secara berlangganan

g. *Cost Structure*

Pada blok *cost structure* (struktur biaya) yang dirancang yang difokuskan untuk melakukan pengembangan produk dan promosi *Startup* HealthyTips baik melalui website maupun sosial media dengan modal awal dengan tim sebesar Rp. 600.000 (Rp. 150.000/orang) yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Biaya Operasional
2. Biaya Alat Dan Bahan
3. Pengembangan Produk Dan *Hosting* Website

Tabel 3. Struktur Biaya Startup HealthyTips

Struktur Biaya	Jenis	Biaya
Biaya operasional	Listrik	20%
Biaya alat dan bahan	Transportasi	30%
	Box Sayur (500 ml) Botol Jus (250 ml) Sayur dan buah untuk 3 porsi sayur box dan 3 botol jus buah	
Pengembangan produk dan hosting website	Desain promosi produk sample untuk postingan Instagram dan postingan website Hosting dan domain website (1 tahun)	50%

Tabel 3 merupakan Struktur biaya yang dikeluarkan oleh *Startup* HealthyTips baik dalam mempersiapkan produk dari pesanan, untuk promosi dan biaya untuk pengembangan website HealthyTips.

h. *Key Metrics*

Pada rancangan blok *key metrics* (tolak ukur) merupakan progress aktivitas yang dilakukan oleh *Startup HealthyTips*, untuk mengetahui seberapa baik performa pada *Startup HealthyTips* yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Dapat memesan melalui *direct message* (dm) pada Instagram *HealthyTips*. Dengan penjualan produk maka akan dapat dilihat performa mengenai *Startup* untuk dapat berkembang.
 2. Dapat melakukan pemesanan dengan kontak *HealthyTips* yang tersedia pada website *Startup HealthyTips*.
- i. *Unfair Advantages*
- Pada blok *unfair advantages* (keunggulan produk) merupakan kelebihan dari produk yang sulit diikuti oleh kompetitor berdasarkan kompetitif analisis oleh *Startup HealthyTips*. Dengan memiliki kelebihan produk tersebut yang dimiliki akan menjadi daya saing dengan produk dari kompetitor, kelebihan produk *HealthyTips* dapat dijabarkan sebagai berikut:
1. Memberikan promo paket yang menarik
 2. Menggunakan bahan yang segar
 3. Sayur box lengkap dengan bumbu

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa rancangan model bisnis pada *Startup HealthyTips* yaitu menggunakan *tools Lean Canvas* yang dimana lebih cocok digunakan untuk memfokuskan terhadap pengembangan dan strategi yang dijalankan oleh *Startup HealthyTips* dengan 9 blok elemen penting yaitu: masalah (*problem*), solusi (*solution*), nilai unik produk (*unique value proposition*), tolak ukur (*key metrics*), biaya pengeluaran (*cost structure*), arus pendapatan (*revenue streams*), media pemasaran (*channels*), segmentasi konsumen (*customer segments*) dan kelebihan produk (*unfair advantages*).

Penerapan metode *Lean Startup* pada *Startup HealthyTips* untuk merancang model bisnis membantu dalam merancang hasil validasi *Minimum Viable Product* (MVP) dengan menggunakan 3 tahap dari metode *Lean Startup* yaitu *brainstorming ide produk yang akan dibuat dan segmen yang akan di validasi*, *Build menghasilkan produk*, *Measure* melakukan validasi pada mahasiswa kost menghasilkan data dan *Learn* mendapatkan hasil validasi dengan *tool Javeline Board* valid 8 dari 10 orang informan yang telah di wawancara sesuai dengan tahap eksperimen pada javeline board. Dengan hasil tersebut dapat memperkuat rancangan model bisnis pada *Lean Canvas* dan menambah nilai dari *Startup HealthyTips* untuk berkembang dan meningkatkan kualitas produk bisnis yang dijalani..

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini baik secara moral maupun moril, sebagai persyaratan dalam menyelesaikan sarjana komputer, oleh karena itu izinkan penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, keluarga dan orang tua, dosen pembimbing 1 dan 2 serta teman teman sejawat yang telah membantu untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

REFERENCES

- [1] M. A. Jaya, R. Ferdiana, and S. Fauziyati, "Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital di Yogyakarta Mardi Arya Jaya 1 , Ridi Ferdiana 2 , Silmi Fauziati 3," *Pros. SNATIF*, vol. 4, no. 1, pp. 167–173, 2017, [Online]. Available: <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1261>
- [2] E. Nsafe *et al.*, "Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Peran Startup Digital Pembelajaran Dan Karir Dalam Perkembangan Sumber Daya Manusia Untuk Mendukung Perekonomian Indonesia," vol. 1, no. 5, pp. 156–162, 2021.
- [3] R. Yuhdi, "Penerapan Lean Canvas Untuk Pengembangan Startup Safir," pp. 2–6, 2017.
- [4] M. F. Siddiqi, "Implementasi Bisnis Model Software as a Service (SaaS) di Startup Ubaform," 2016.
- [5] M. A. Hart, *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses Eric Ries*. New York: Crown Business, 2011. 320 pages. US\$26.00., vol. 29, no. 3. 2012. doi: 10.1111/j.1540-5885.2012.00920_2.x.
- [6] W. S. Dewobroto and I. A. Marie, "Pendekatan Lean Startup pada Desain Produk dan Teknik Perancangan Fasilitas

- pada Kondisi Iklim Bisnis yang Penuh dengan Ketidakpastian,” 2017.
- [7] M. Tahwin and A. Widodo, “Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Untuk Mengembangkan Usaha Kecil Menengah,” *Fokus Ekon. J. Ilm. Ekon.*, vol. 15, no. 1, pp. 154–166, 2020, doi: 10.34152/fe.15.1.154-166.
- [8] J. Siwalankerto, “PERLENGKAPAN HOTEL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN Vionny Novetta,” vol. 9, no. 2, 2021.
- [9] J. E. Pertanian, “1* , 2 1*,” vol. 5, pp. 442–456, 2021.
- [10] T. Wediawati and E. F. Rahmayani, “Implementasi Lean Canvas Pada Startup Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Barbershop,” *J. Manaj. Bisnis*, vol. 18, no. 1, pp. 108–118, 2021, doi: 10.38043/jmb.v18i1.2793.
- [11] E. Ries, “Lean Startup Book 02,” p. 320, 2011.
- [12] T. G. Amran, W. Dewobroto, and A. H. Guntoro, “Rancangan Model Bisnis Produk Puzzle Splint Dengan Metode Lean Startup,” *J. Tek. Ind.*, vol. 9, no. 3, pp. 204–211, 2020.
- [13] E. Harianto, “Implementasi Lean Canvas Pada Entrepreneurial Project Startup Bisnis,” *BIP’s J. BISNIS Perspekt.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–16, 2018, doi: 10.37477/bip.v10i1.49.