

Analisis Minimum Viable Product (MVP) untuk Digital Startup Platform Pembelajaran Berbasis Jejaring Sosial Menggunakan Metode Customer Development = Minimum Viable Product (MVP) Analysis for Social-Network-Based Learning Platform Digital Startup Using Customer Development Method

Anom Sejogati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516152&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia menjadi negara dengan jumlah startup mencapai 2.339, akan tetapi jumlah tersebut tidak diimbangi dengan keberlangsungan dari startup tersebut. Umumnya startup hanya mampu bertahan kurang dari dua tahun. Salah satu penyebabnya adalah 35% produk atau solusi yang ditawarkan belum sesuai kebutuhan pasar. Hal ini karena belum optimalnya validasi pasar terkait produk yang akan dikembangkan. Salah satu cara untuk memvalidasi pasar adalah dengan membuat minimum viable product (MVP) yang diujicobakan kepada target segmen pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis MVP dengan value proposition yang menjawab kebutuhan pelanggan sehingga dapat dicapai product-market fit. Pendekatan kualitatif dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan harapan pelanggan serta menguji ide produk. Permasalahan dan harapan ini digunakan untuk menganalisis value proposition yang tepat untuk pelanggan menggunakan value proposition canvas (VPC). Value proposition ini menjadi masukan untuk hipotesis model bisnis awal menggunakan Lean Canvas dan menjadi landasan fitur MVP. Metode customer development dipilih agar fitur MVP yang dikembangkan selaras dengan model bisnis dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 12 orang guru, 8 orang tua, dan 4 siswa. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi model bisnis dalam bentuk Lean Canvas dan MVP dalam bentuk aplikasi prototipe sebagai dasar untuk membangun sebuah produk startup yaitu platform pembelajaran berbasis jejaring sosial. Berdasarkan umpan balik penggunaan aplikasi prototipe didapatkan conversion rate sebesar 91.7%. Hal ini menunjukkan MVP tersebut layak untuk dikembangkan ke tahap customer creation dan company building.

.....Indonesia is a country with a number of startups reaching 2,339, but this number is not matched by the sustainability of these startups. Generally, startups can only last less than two years. One of the reasons is that 35% of the products or solutions offered are not following market needs. This is because the market validation has not been optimal regarding the product to be developed. One way to validate the market is to create a minimum viable product (MVP) that is piloted to target customer segments. This study aims to analyze MVP with a value proposition that answers customer needs so that product-market fit can be achieved. A qualitative approach is used to find out the pains and gains of customers and to test product ideas. These pains and gains are used to analyze the right value proposition for customers using the value proposition canvas (VPC). This value proposition becomes the input for the initial business model hypothesis using Lean Canvas and becomes the basis for the MVP feature. The customer development method was chosen so that the MVP features developed are in line with the business model and meet customer needs. Respondents in this study consisted of 12 teachers, 8 parents, and 4 students. This research produces business model recommendations in the form of Lean Canvas and MVP in the form of a prototype application as the basis for building a startup product, namely a social network-based learning platform.

Based on the feedback using the prototype application, the conversion rate was 91.7%. This shows that the MVP made is feasible to be developed for the customer creation and company building stages.