

Analisis Minimum Viable Product Pada Aplikasi Hyperlocal Marketplace dengan Metode Customer Development: Studi Kasus Pada Perusahaan Rintisan = Minimum Viable Product Analysis in Hyperlocal Marketplace Applications Using Customer Development Method: Case Study of Startup

Suryo Satrio, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920533187&lokasi=lokal>

Abstrak

Trend peningkatan adopsi teknologi informasi dan jumlah pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia yang mengadopsi teknologi informasi saat ini masih terus naik, akan tetapi trend peningkatan ini ternyata tidak selaras dengan kondisi yang terjadi di startup hyperlocal marketplace, yang mana belum memiliki pendapatan dan mengalami peningkatan pengeluaran bulanan. Masalah utama startup hyperlocal marketplace dalam mencari pendapatan adalah produk yang ditawarkan belum memenuhi kebutuhan target konsumen sehingga produknya belum market fit. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis dan memberikan rekomendasi minimum viable product yang sesuai dengan ekosistem bisnis hyperlocal marketplace sehingga produk startup hyperlocal marketplace dapat mencapai market fit. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan mengolah hipotesis model bisnis untuk menghasilkan hipotesis value proposition dan divalidasi dengan metode customer development. Sumber data atau peserta penelitian dalam penelitian ini adalah calon pengguna aplikasi dari sisi pengguna sebagai pembeli (konsumen) dan penjual (produsen). Penelitian ini menghasilkan rekomendasi 36 fitur sebagai minimum viable product bagi aplikasi pembeli dan 35 fitur sebagai minimum viable product bagi aplikasi penjual untuk mencapai conversion rate 100% dan mencapai market fit di ekosistem bisnis hyperlocal marketplace.

.....The trend of increasing adoption of information technology and the number of micros, small and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia who are currently adopting information technology is still increasing, however, this increasing trend is not in line with the conditions that occur in the hyperlocal marketplace startup, which does not yet have an income and experienced an increase in monthly expenses. The main problem with hyperlocal marketplace startups in seeking revenue is that the products offered do not meet the needs of target consumers so that the products are not market fit. This study aims to analyze and provide recommendations for a minimum viable product that is in accordance with the hyperlocal marketplace business ecosystem so that hyperlocal marketplace startup products can achieve market fit. The research was conducted qualitatively by processing business model hypotheses to generate value proposition hypotheses and validated by the customer development method. Sources of data or research participants in this study are prospective application users from the user side as buyers (consumers) and sellers (producers). This research resulted in recommendations of 36 features as a minimum viable product for the buyer's application and 35 features as a minimum viable product for the seller's application to achieve a 100% conversion rate and achieve market fit in the hyperlocal marketplace business ecosystem.