



# DESIGN THINKING FOR BUSINESS

## CHAPTER 2



**Alshaf Pebrianggara, S.E.,M.M**  
**Istian Kriya Almanfaluti,S.Kom.,M.Kom**  
**Andry Ramadhani, S.Kom**  
**Famrotul Fuaida.**

<https://bisnisdigital.umsida.ac.id/>

**Buku Design Thinking  
For Business**

**Penulis:**

Alshaf Pebrianggara, Istian Kriya Almanfaluti, Andry Ramadhani, Famrotul Fuaida



Diterbitkan oleh

**UMSIDA PRESS**

Jl. Mojopahit 666 B Sidoarjo

ISBN: 978-623-464-083-0

Copyright©2023

**Authors**

All rights reserved

## **Buku Design Thinking For Business Chapter II**

### **Penulis :**

Alshaf Pebrianggara, Istian Kriya Almanfaluti, Andry Ramadhani, Famrotul Fuaida.

**ISBN : 978-623-464-083-0**

### **Editor :**

Muhammad Rizal Yulianto

Tanzil Multazam

### **Copy Editor :**

Fika Megawati

### **Design Sampul dan Tata Letak :**

Bunga Aulia Widyasmara

### **Penerbit :**

UMSIDA Press

### **Redaksi :**

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Mojopahit No 666B

Sidoarjo, Jawa Timur

**Cetakan pertama, November 2023**

© Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dengan suatu apapun  
tanpa ijin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga Buku Design Thinking For Business Chapter 2 ini dapat disusun dengan baik meskipun perlu penyempurnaan lebih lanjut. Design Thinking For Business merupakan mata kuliah pendekatan interdisipliner yang berpusat pada manusia terhadap inovasi. Design Thinking bertujuan untuk membantu perusahaan besar dan kecil (misalnya startup) untuk berubah dan berinovasi. Buku Design Thinking For Business Chapter 2 ini dikhususkan untuk pegangan Mahasiswa Bisnis Digital Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Mata kuliah Design Thinking yang harus diselesaikan.

Desain bukan lagi sekadar tentang estetika atau tampilan visual, tetapi juga tentang memecahkan masalah, menciptakan pengalaman yang memuaskan, dan menghasilkan inovasi yang signifikan. Design thinking adalah kerangka kerja yang kuat yang memungkinkan para profesional untuk mendekati tantangan dengan pemikiran yang lebih kreatif, berpusat pada pengguna, dan berorientasi pada hasil.

Buku ini menggali konsep-konsep utama dalam design thinking, termasuk empat tahapan utama: pemahaman, penyelidikan, prototyping, dan pengujian. Anda akan memahami bagaimana mengintegrasikan design thinking ke dalam berbagai konteks, mulai dari bisnis hingga pendidikan dan layanan kesehatan. Selain itu, buku ini juga menawarkan studi kasus, latihan praktis, dan sumber daya tambahan yang akan membantu Anda mengembangkan keterampilan dan pemahaman Anda dalam menerapkan design thinking dalam pekerjaan Anda.

Dengan selesainya penulisan buku ajar ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bahan-bahan tulisan baik langsung maupun tidak langsung. Penulis juga mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Dr. Hidayatullah, M.Si pemangku pimpinan tertinggi yaitu Rektor Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan dan memfasilitasi dalam penulisan buku ajar ini.
2. LP3iK Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memfasilitasi dan mengkoordinasi dalam penulisan buku ajar ini.
3. Para narasumber serta Mahasiswa Bisnis Digital yang telah banyak membantu, atas pengetahuan dan keterampilan yang diberikan dalam penyusunan penulisan buku ini.

Akhir kata, kritik dan saran sangat diharapkan untuk penyempurnaan buku ajar ini. Harapan kami semoga buku ajar ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bermanfaat bagi aktivitas pembelajaran mata kuliah Design Thinking di Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

## DAFTAR ISI

BAB – 1	PROPOSAL PEMBUATAN APLIKASI PENGADUAN ONLINE KEKERASAN UNTUK ANAK.....	6
BAB – 2	PENGGUNAAN APLIKASI HEYOUFIT.....	16
BAB – 3	MY PRE WEDDING – FACILITATE YOUR WEDDING PLAN APLIKASI .....	23
BAB – 4	PENGGUNAAN ROBOT OTOMATIS PADA SMART FARMING .....	29
BAB – 5	ARBI – MAKE YOUR HOME FEEL BETTER .....	40
BAB – 6	INFLUENCER APP .....	47

# **APLIKASI PENGADUAN ONLINE KEKERASAN UNTUK ANAK**

**NAMA KELOMPOK :**

DODO ZAKARIA L (226120900011)

M AFFANDI SUSANTO (226120900024)

REVANDHA YUZI ASWIN P (226120900024)

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Didasarkan pada fakta bahwa kekerasan terhadap anak merupakan masalah yang serius dan mempengaruhi kesejahteraan serta masa depan generasi muda. Sayangnya, pelaporan kekerasan anak sering kali sulit dilakukan karena berbagai alasan, termasuk ketidakfahaman masyarakat tentang cara melaporkan, keterbatasan aksesibilitas, atau rasa takut atau malu yang dirasakan oleh korban atau pelapor.

Dalam era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi alat yang kuat dalam mengatasi masalah sosial. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi pengaduan online untuk kekerasan anak dapat menjadi solusi yang efektif. Dengan adanya aplikasi ini, masyarakat akan lebih mudah dan cepat melaporkan kasus kekerasan anak, mengunggah bukti pendukung, dan berbagi informasi secara anonim jika diinginkan.

Melalui aplikasi ini, kasus kekerasan anak dapat segera diketahui oleh pihak berwenang yang bertanggung jawab dalam menangani masalah tersebut. Informasi yang diperoleh melalui aplikasi ini juga dapat membantu dalam analisis kebijakan, penyusunan strategi pencegahan kekerasan anak, serta memberikan data yang valid untuk melakukan intervensi yang tepat.

Dengan demikian, meningkatnya kebutuhan akan sebuah sistem pengaduan yang efisien dan responsif dalam menangani kekerasan anak. Pengembangan aplikasi pengaduan online akan memungkinkan masyarakat untuk berperan aktif dalam melawan kekerasan anak dan menciptakan lingkungan yang aman dan terlindungi bagi anak-anak.

## 1.2 Tujuan

- Meningkatkan Efisiensi Pelaporan: Tujuan utama dari aplikasi ini adalah mempermudah dan mempercepat proses pelaporan kekerasan anak. Dengan menggunakan aplikasi ini, masyarakat dapat dengan mudah mengisi formulir pelaporan dan melampirkan bukti pendukung, sehingga meminimalisir hambatan dan kesulitan yang mungkin mereka hadapi dalam melaporkan kasus kekerasan anak.
- Meningkatkan Responsabilitas dan Penanganan Kasus: Aplikasi ini bertujuan untuk meningkatkan responsabilitas dan efektivitas penanganan kasus kekerasan anak. Dengan menerima laporan melalui aplikasi, pihak berwenang dan lembaga yang terkait dapat segera menindaklanjuti kasus-kasus tersebut dengan cepat dan efisien, mengambil langkah-langkah perlindungan yang diperlukan, dan memberikan bantuan kepada korban.
- Mendorong Partisipasi Masyarakat: Salah satu tujuan utama aplikasi ini adalah mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam melawan kekerasan anak. Dengan menyediakan akses yang mudah dan aman untuk melaporkan kekerasan anak, aplikasi ini berusaha membangun kesadaran dan melibatkan masyarakat secara langsung dalam melindungi anak-anak dari kekerasan.

- **Membangun Databases dan Analisis Kebijakan:** Aplikasi ini juga bertujuan untuk membangun databases kasus kekerasan anak yang dapat digunakan untuk analisis kebijakan. Data yang terkumpul melalui aplikasi dapat memberikan informasi penting tentang pola, tren, dan karakteristik kasus kekerasan anak, sehingga dapat digunakan untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam pencegahan dan penanganan kekerasan anak.

### **1.3 Manfaat**

- **Kemudahan dan Aksesibilitas Pelaporan:** Dengan adanya aplikasi pengaduan online, masyarakat akan lebih mudah dan cepat melaporkan kasus kekerasan anak. Aplikasi ini menghilangkan hambatan seperti jarak geografis atau keterbatasan waktu, sehingga memungkinkan pelaporan dilakukan dengan mudah melalui perangkat mobile atau komputer yang terhubung dengan internet.
- **Respons yang Lebih Cepat:** Aplikasi ini memungkinkan pihak berwenang dan lembaga yang terkait untuk segera menerima dan menangani laporan kekerasan anak secara real-time. Dengan respons yang lebih cepat, tindakan perlindungan dapat diambil dengan lebih efisien, mengurangi risiko lebih lanjut bagi korban kekerasan anak.
- **Perlindungan Identitas Pelapor:** Aplikasi ini juga memberikan opsi pelaporan anonim, sehingga melindungi identitas pelapor yang mungkin ingin merahasiakan informasi mereka. Hal ini dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk melaporkan kasus tanpa takut akan konsekuensi atau balasan dari pelaku kekerasan.
- **Peningkatan Kolaborasi dan Koordinasi:** Aplikasi ini memungkinkan kolaborasi yang lebih baik antara masyarakat, pihak berwenang, dan lembaga yang terkait dalam menangani kasus kekerasan anak. Informasi yang terkumpul melalui aplikasi dapat digunakan untuk berbagi data, melakukan analisis kasus, serta mengkoordinasikan tindakan perlindungan dan rehabilitasi bagi korban.
- **Analisis Kebijakan dan Intervensi yang Lebih Baik:** Data dan informasi yang terkumpul melalui aplikasi ini dapat digunakan untuk analisis kebijakan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pola, tren, dan karakteristik kekerasan anak, kebijakan dan intervensi yang lebih efektif dapat dirumuskan dan diimplementasikan untuk mencegah kekerasan anak serta melindungi korban.
- **Peningkatan Kesadaran Masyarakat:** Aplikasi ini juga dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kekerasan anak. Melalui akses ke sumber daya, informasi, dan kontak penting, aplikasi ini dapat memberikan edukasi dan panduan kepada masyarakat tentang tanda-tanda kekerasan anak, dampaknya, serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk melindungi anak-anak.

## Metodologi

Dalam proposal pengembangan aplikasi pengaduan online untuk kekerasan anak, beberapa metodologi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- Analisis Kebutuhan: Melakukan analisis kebutuhan untuk memahami secara mendalam tantangan dan kebutuhan yang dihadapi oleh masyarakat, pelapor, dan lembaga yang terlibat dalam penanganan kasus kekerasan anak. Metode yang dapat digunakan termasuk studi literatur, survei, wawancara, dan diskusi kelompok.
- Perancangan Sistem: Mengembangkan desain aplikasi yang user-friendly dan responsif. Metode perancangan seperti desain berbasis pengguna (user-centered design) dapat digunakan untuk memastikan antarmuka pengguna yang intuitif, navigasi yang mudah, dan fungsionalitas yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.
- Pengembangan Aplikasi: Memilih dan menggunakan platform pengembangan yang sesuai untuk membangun aplikasi pengaduan online. Metode pengembangan perangkat lunak seperti agile development dapat diterapkan untuk memungkinkan pengembangan iteratif dan kolaboratif, serta memastikan pemenuhan kebutuhan yang berkelanjutan.
- Uji Coba dan Evaluasi: Melakukan uji coba aplikasi dengan partisipasi pengguna yang relevan, termasuk masyarakat umum, pelapor, dan pihak berwenang yang terkait. Evaluasi dapat dilakukan melalui pengumpulan umpan balik dan analisis kepuasan pengguna untuk mengidentifikasi kekurangan dan perbaikan yang diperlukan dalam aplikasi.
- Implementasi: Setelah melalui tahap pengembangan dan uji coba, aplikasi dapat diimplementasikan secara luas. Langkah-langkah implementasi termasuk meluncurkan aplikasi secara resmi, melakukan pelatihan dan sosialisasi kepada pengguna, serta mengkoordinasikan dengan lembaga terkait untuk mengintegrasikan sistem pengaduan online dengan proses penanganan kasus kekerasan anak yang ada.

Selain itu, kerjasama dengan lembaga terkait, seperti pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dan organisasi non-pemerintah (NGO), juga penting dalam pengembangan aplikasi ini. Dengan melibatkan para pemangku kepentingan, dapat dilakukan koordinasi, sinergi, dan dukungan yang diperlukan untuk keberhasilan implementasi aplikasi.

## Fitur Aplikasi

- **Formulir Pelaporan:** Menyediakan formulir yang dapat diisi oleh masyarakat untuk melaporkan kasus kekerasan anak. Formulir ini mencakup informasi penting seperti identitas pelapor, deskripsi kejadian, dan data korban.
- **Lampiran Bukti:** Memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan melampirkan bukti pendukung seperti foto, video, atau dokumen terkait kejadian kekerasan anak. Hal ini membantu memperkuat laporan dan memudahkan analisis lebih lanjut.
- **Geolokasi:** Menggunakan fitur geolokasi untuk secara otomatis menyimpan data lokasi kejadian kekerasan anak. Hal ini membantu pihak berwenang dalam menentukan lokasi kasus dan melakukan tindakan yang sesuai.
- **Pengawasan Anonim:** Menyediakan opsi pelaporan anonim bagi pelapor yang ingin merahasiakan identitas mereka. Hal ini memberikan perlindungan dan keamanan bagi pelapor yang mungkin takut atau terancam.
- **Notifikasi Real-time:** Pengguna aplikasi akan menerima pembaruan dan notifikasi melalui aplikasi tentang perkembangan dan tindak lanjut terkait laporan mereka. Notifikasi ini memberikan transparansi dan memastikan pelapor tetap terinformasi tentang proses penanganan kasus.
- **Pusat Bantuan dan Informasi:** Menyediakan akses ke pusat bantuan dan informasi yang berkaitan dengan kekerasan anak. Pengguna dapat mendapatkan sumber daya, panduan, nomor kontak penting, atau informasi lainnya yang membantu dalam situasi kekerasan anak.
- **Sistem Manajemen Kasus:** Mengintegrasikan sistem manajemen kasus yang memungkinkan pihak berwenang untuk melacak dan mengelola laporan kekerasan anak secara efisien. Sistem ini membantu dalam pemantauan, penugasan, dan pelaporan kasus secara teratur.
- **Pelaporan Statistik:** Membangun fitur pelaporan statistik untuk menganalisis data kasus kekerasan anak yang terkumpul melalui aplikasi. Fitur ini membantu dalam pemantauan tren, pola, dan statistik kasus kekerasan anak, sehingga dapat digunakan untuk analisis kebijakan dan intervensi yang lebih baik.

## **Kerjasama Pemerintah**

Dalam aplikasi yang dikembangkan dalam proposal ini adalah berbasis pengaduan yaitu aplikasi yang berhubungan dengan aparat kepolisian serta dalam hal ini yang diadukan adalah anak-anak dibawah umur yang mengalami perundungan oleh teman serta kekerasan yang terjadi dalam keluarga. Maka dari itu peran dari pemerintah dan organisasi perlindungan anak sangatlah penting untuk keberhasilan dalam pembuatan aplikasi ini,

berikut adalah Lembaga pemerintah serta organisasi perlindungan anak yang turut membantu dalam pengembangan aplikasi ini:

- **Lembaga Pemerintah Terkait:** Kerjasama dengan lembaga pemerintah sangat penting dalam menangani kasus kekerasan anak. Misalnya, Kementerian Sosial, Kepolisian, Dinas Pendidikan, dan Badan Perlindungan Anak Daerah (BPAD). Lembaga-lembaga ini dapat memberikan dukungan, kerangka kebijakan, dan pengawasan dalam penanganan kasus serta integrasi aplikasi dengan sistem yang ada.
- **Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM):** Kerjasama dengan LSM yang bergerak di bidang perlindungan anak, seperti Yayasan Perlindungan Anak atau Komisi Perlindungan Anak, dapat membantu dalam menyediakan sumber daya, bantuan, dan konsultasi terkait kekerasan anak. LSM ini juga dapat membantu dalam pengawasan dan penanganan kasus.
- **Organisasi Non-Pemerintah (NGO):** Kerjasama dengan organisasi non-pemerintah yang berfokus pada perlindungan anak, seperti Save the Children atau UNICEF, dapat memberikan dukungan teknis, sumber daya, dan pengalaman dalam penanganan kasus kekerasan anak. Mereka juga dapat memberikan akses ke jaringan luas dan memfasilitasi kampanye kesadaran masyarakat
- **Institusi Pendidikan:** Melibatkan institusi pendidikan, seperti sekolah dan perguruan tinggi, dalam kerjasama dapat membantu dalam edukasi dan pelatihan tentang kekerasan anak, identifikasi tanda-tanda kekerasan, dan penanganan kasus di lingkungan pendidikan. Institusi pendidikan juga dapat menjadi agen dalam mendistribusikan informasi dan menggalang partisipasi dalam aplikasi pengaduan online.
- **Komunitas dan Masyarakat:** Melibatkan komunitas dan masyarakat secara luas sangat penting dalam melawan kekerasan anak. Mengajak partisipasi masyarakat, organisasi lokal, dan warga untuk menggunakan dan mempromosikan aplikasi pengaduan online dapat memperluas jangkauan aplikasi serta meningkatkan pemahaman dan dukungan terhadap perlindungan anak.

## Cara Kerja Aplikasi

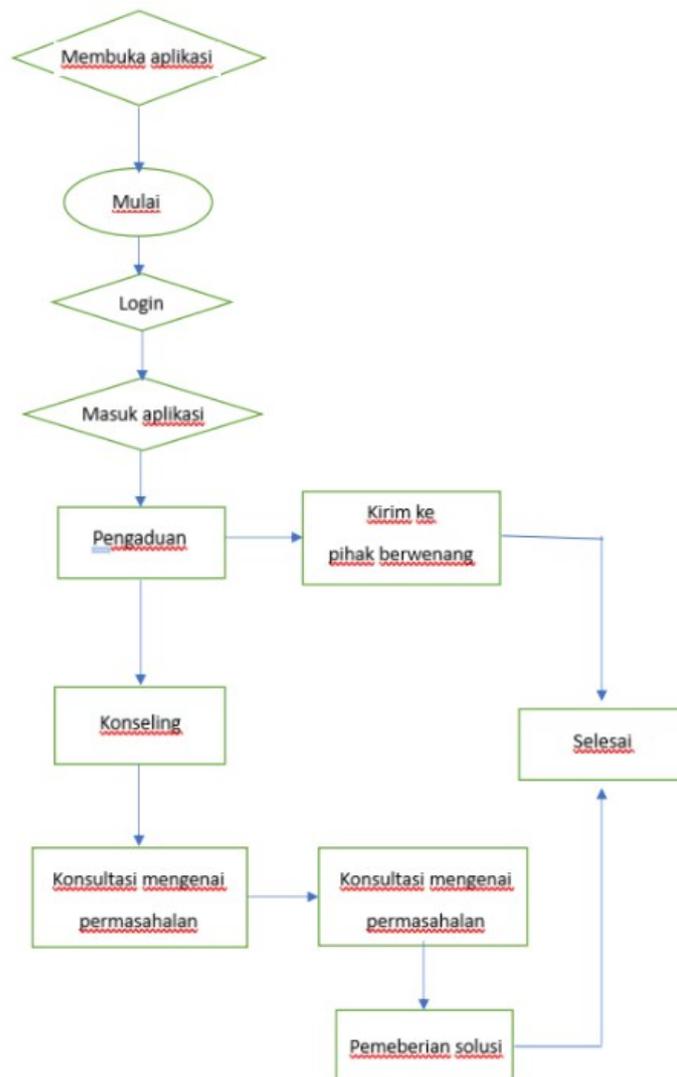
1. Pendaftaran dan Akses:
  - Pengguna mengunduh dan menginstal aplikasi pengaduan online kekerasan anak melalui toko aplikasi atau sumber yang telah ditentukan.
  - Pengguna membuat akun atau melakukan pendaftaran dengan menyediakan informasi yang diperlukan, seperti nama, alamat email, dan kata sandi.
2. Pelaporan Kasus Kekerasan Anak:
  - Pengguna yang ingin melaporkan kasus kekerasan anak membuka aplikasi dan mengakses formulir pelaporan.
  - Pengguna mengisi formulir pelaporan dengan informasi yang diperlukan, seperti deskripsi kejadian, identitas korban dan pelaku (jika diketahui), waktu dan lokasi kejadian, dan lainnya.
  - Pengguna dapat melampirkan bukti pendukung, seperti foto, video, atau dokumen terkait, untuk memperkuat laporan mereka.
3. Anonimitas dan Keamanan:
  - Aplikasi menyediakan opsi untuk melaporkan secara anonim, menjaga kerahasiaan identitas pelapor yang menginginkannya.
  - Data dan informasi yang dikumpulkan dalam aplikasi dijaga dengan keamanan yang ketat, termasuk perlindungan data pribadi pelapor dan korban.
4. Notifikasi dan Respons:
  - Setelah laporan dikirim, pengguna menerima konfirmasi penerimaan laporan dan nomor referensi unik sebagai tanda bukti.
  - Pihak berwenang yang terkait, seperti lembaga pemerintah atau LSM, menerima laporan tersebut dan melakukan tindakan respons sesuai prosedur yang ditetapkan.
5. Komunikasi dan Pembaruan:
  - Aplikasi memungkinkan komunikasi dan pembaruan antara pengguna dan pihak berwenang terkait melalui fitur notifikasi dan pesan dalam aplikasi.
  - Pengguna menerima pembaruan tentang perkembangan kasus, permintaan informasi tambahan, atau tindak lanjut yang diperlukan.

6. Pusat Bantuan dan Sumber Daya:

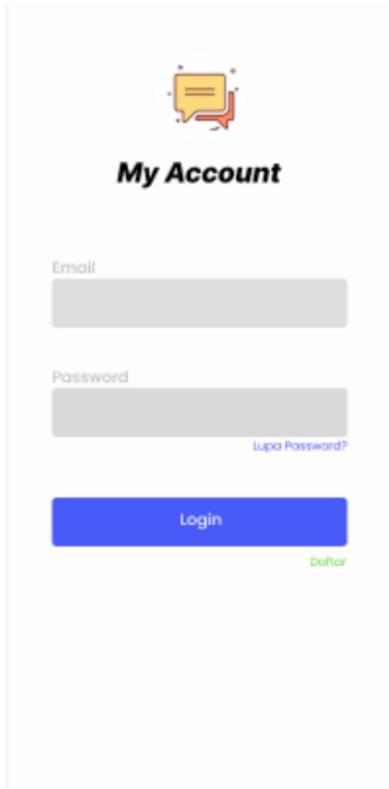
Aplikasi menyediakan akses ke pusat bantuan dan sumber daya yang berkaitan dengan kekerasan anak, termasuk panduan, nomor kontak darurat, organisasi yang dapat memberikan bantuan, dan informasi terkait lainnya.

Cara kerja aplikasi ini mencakup proses pelaporan, pengiriman informasi ke pihak berwenang, komunikasi dan pembaruan antara pengguna dan lembaga yang terkait, serta menyediakan sumber daya dan bantuan kepada pengguna aplikasi. Dengan cara kerja yang jelas dan user-friendly, aplikasi ini diharapkan dapat memfasilitasi pelaporan kekerasan anak dan meningkatkan responsabilitas serta penanganan kasus dengan lebih efisien.

**Flowchart**



# Prototype



**My Account**

Email

Password

[Lupa Password?](#)

**Login**

daftar

## Daftar

Nama Pengguna

Tempat lahir

Tanggal Lahir

Alamat

Email

Password

Konfirmasi Password

Daftar



**TRENDING TERBARU**

**Dodo Zackaria Luthfi**  
18 Januari 2023

Kalimat yang akan menggunakan kata untuk adalah akan yang tidak akan yang menggunakan kata menggunakan kata yang digunakan sebagai kata menggunakan kata untuk menggunakan kata menggunakan kata.

SUKA KOMENTAR SHARE

**Dodo Zackaria Luthfi**  
18 Januari 2023

Kalimat yang akan menggunakan kata untuk adalah akan yang tidak akan yang menggunakan kata menggunakan kata yang digunakan sebagai kata menggunakan kata untuk menggunakan kata menggunakan kata.

SUKA KOMENTAR SHARE

**Dodo Zackaria Luthfi**  
18 Januari 2023

Kalimat yang akan menggunakan kata untuk adalah akan yang tidak akan yang menggunakan kata menggunakan kata yang digunakan sebagai kata menggunakan kata untuk menggunakan kata menggunakan kata.

SUKA KOMENTAR SHARE

**Dodo Zackaria Luthfi**  
18 Januari 2023

Kalimat yang akan menggunakan kata untuk adalah akan yang tidak akan yang menggunakan kata menggunakan kata yang digunakan sebagai kata menggunakan kata untuk menggunakan kata menggunakan kata.

SUKA KOMENTAR SHARE

**Home**

## KESIMPULAN

Kekerasan terhadap anak adalah masalah serius yang mempengaruhi kesejahteraan dan masa depan generasi muda. Diperlukan sebuah sistem pengaduan yang efektif dan responsif untuk memungkinkan masyarakat melaporkan kejadian kekerasan anak dengan cepat dan mudah.

Pengembangan aplikasi pengaduan online dapat menjadi solusi yang efektif untuk memfasilitasi pelaporan kekerasan anak, meningkatkan efisiensi penanganan kasus, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam melawan kekerasan anak.

Aplikasi ini memiliki fitur-fitur seperti formulir pelaporan, lampiran bukti, geolokasi, pengawasan anonim, notifikasi real-time, pusat bantuan dan informasi, serta system manajemen kasus. Kerjasama dengan lembaga pemerintah terkait, LSM, NGO, institusi pendidikan, dan masyarakat secara luas sangat penting dalam implementasi dan keberhasilan aplikasi ini.

Aplikasi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pelaporan, responsabilitas penanganan kasus, partisipasi masyarakat, serta memberikan data yang valid untuk analisis kebijakan dan intervensi. Melalui aplikasi ini, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang lebih aman dan terlindungi bagi anak-anak, serta melibatkan masyarakat secara aktif dalam melindungi mereka dari kekerasan.

# **PENGGUNAAN APLIKASI HEYOUFIT**

NAMA KELOMPOK :

FANDY AL UBAIDAH (226120900010)

MUZAKI SYAHRU ROMAHON (226120900014)

NUR ROCHMA RAMADHANI (226120900002)

YUANNISA EVIANI (226120900019)

## **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang**

Belanja merupakan salah satu kebutuhan yang dilakukan dalam hidup seseorang. Dalam membeli produk khususnya pakaian yang diinginkan. dengan adanya bantuan teknologi, semakin banyak e-commerce yang memberikan kemudahan dalam melakukan belanja dengan mengandalkan digitalisasi teknologi. Dengan mengandalkan klik produk pakaian yang dipilih setelah melakukan transaksi tentu produk pakaian akan dikirim sesuai alamat yang telah ditentukan.

Semakin majunya industri pakaian sehingga menyebabkan semakin banyak model dan jenis produk khususnya dikalangan anak muda. Tren pakaian yang terus berkembang menyebabkan kebingungan dalam mencocokkan style yang digunakan. Terkadang produk atasan yang dipilih ternyata tidak cocok dengan warna kulit. Terkadang produk yang sudah dibeli di e-commerce tidak selaras bahkan terlihat kampungan.

Aplikasi Heyoutfit merupakan suatu solusi yang menawarkan layanan style pakaian menyesuaikan dengan postur tubuh dan warna kulit customer. Aplikasi ini juga menyediakan fitur max budget, produk yang ditawarkan akan dibawah harga yang telah kita inginkan. Tidak hanya itu, aplikasi ini juga menyediakan fitur sharing yang bisa digunakan untuk memberikan rekomendasi kepada customer jika dirasa mereka kebingungan terkait produk yang ingin dibeli. Aplikasi ini mengizinkan customer membeli di beberapa e-commerce yang telah ditentukan.

### **A. VISI USAHA HEYOUTFIT YAITU:**

- Menjadi aplikasi yang mampu memberikan rekomendasi style sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan customer..

### **B. MISI USAHA HEYOUTFIT YAITU:**

- Menyediakan bermacam opsi pakaian terlengkap yang modis terkini dengan bekerjasama dengan e-commerce lain di bidang pakaian.
- Menyediakan fitur filterisasi sesuai dengan kegunaan dan budget customer
- Menyediakan fitur sharing yang instan serta nyaman terkait dengan produk pakaian yang ingin di pilih
- Membagikan layanan pelanggan yang ramah serta eksponsive untuk menanggapi keluhan, anjuran serta persoalan dari pengguna aplikasi.

## DESKRIPSI USAHA

### 1.1 Profil singkat

Nama usaha yang baru kami rilis ini bernama “HEYOUTFIT ” yakni aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat mengatur atau mencocokkan style maupun outfit yang dipilih agar sesuai dengan postur tubuh, warna kulit, tinggi badan dan berat badan. Terdapat avatar dengan berbagai pilihan opsi yang mempermudah pengguna memilih style yang cocok untuk setiap event.

Bukan hanya pemilihan outfit atau style saja. Pada aplikasi “HEYOUTFIT” , juga terdapat fitur marketplace yakni setelah memilih outfit yang cocok sesuai keinginan, penggunaan dapat langsung membeli dan belanja di aplikasi “HEYOUTFIT”. Terdapat marketplace ternama seperti Shoppe, Lazada dan TiktokShop. Pastinya di aplikasi “HEYOUTFIT” ada pilihan opsi budget yang sesuai kebutuhan sehingga pengguna bisa belanja lebih mudah, aman dan menyenangkan.

### 1.2 Bisnis Digital

#### 1. Permasalahan dan Solusi (Problem and Solution Fit)

Heyoutfit adalah aplikasi yang membantu dalam permasalahan fashion yang cocok sesuai dengan postur tubuh , budget serta fitur pembelanjaan seperti marketplace. Aplikasi ini menawarkan solusi untuk beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh pencinta fashion, seperti:

- a. Kesulitan memilih OOTD yang sesuai dengan postur tubuh yang diinginkan
- b. Kesulitan mencari budget baju yang cocok dan sesuai
- c. Kesulitan mengatur waktu untuk shopping offline
- d. Kesulitan dalam menemukan marketplace yang sesuai dengan keinginan

Dengan menggunakan Heyoufit pengguna dapat:

- a. Menjelajahi berbagai pilihan yang terdapat dalam aplikasi. Mulai dari gender dan postur tubuh, seperti TB, BB, warna kulit, model rambut, umur dan sebagainya.
- b. Menjelajahi berbagai pilihan dalam menu event dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan.
- c. Menjelajahi berbagai pilihan outfit yang sudah disesuaikan dengan gender. Mulai clothe seperti dress, atasan dan bawahan.
- d. Mengetahui presentase kecocokan outfit yang sudah dipilih oleh pengguna.
- e. Menjelajahi berbagai aksesoris pelengkap outfit yang sering digunakan.

f. Mendapatkan OOTD serta budget yang pas dan sesuai. Terdapat marketplace dengan berbagai pilihan outfit yang sudah dipilih dari aplikasi.

g. Mendapatkan berbagai macam metode pembayaran yang mudah dan aman dari aplikasi.

## 2. Analisis Pasar (Market Analysis)

Heyoutfit memiliki potensi pasar yang cukup besar di Indonesia, mengingat semakin meningkatnya minat fashion diberbagai kalangan mulai dari yang muda sampai tua. Berdasarkan data dari CNBC Indonesia (2019), perkembangan industri Fashion mampu berkontribusi sekitar 18,01% atau Rp 116 triliun. Fashion bukan hanya sebagai kebutuhan primer saja, namun sudah menjadi kebutuhan artistic sehingga mampu mendorong pertumbuhan industri ini lebih pesat. Menurut data pada tahun 2017, industri fashion di Indonesia telah menyumbang kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto nasional sebesar 3,76 persen, dengan nilai ekspor mencapai 13,29 Milyar Dollar Amerika. Subsektor fesyen dalam ekonomi kreatif ini juga menjadi penyumbang terbesar pada tahun sebelumnya, 2016, sebanyak 54,54%.

Heyoutfit memiliki keunggulan yang lebih kompetitif dibandingkan dengan aplikasi atau platform lain yang menyediakan fitur serupa, seperti:

- Heyoutfit adalah aplikasi pertama dan satu-satunya di Indonesia yang menyediakan fitur mix and match lengkap dengan marketplace.
- Heyoutfit memiliki berbagai macam pilihan outfit dari atas sampai bawah yang lengkap sehingga memudahkan dapat para pengguna.
- Heyoutfit memiliki fitur-fitur inovatif yang memudahkan pengguna untuk memilih dan memilah outfit yang cocok, seperti fitur pemilihan postur tubuh, model rambut. Fitur menu event seperti formal dan informal, fitur presentase kecocokan outfit yang dipilih oleh pengguna, fitur pemilihan budget yang sesuai dengan kebutuhan, fitur marketplace yang sudah direkomendasikan oleh aplikasi, fitur metode pembayaran yang pastinya lebih mudah dan aman digunakan.
- Heyoutfit memiliki tim customer service yang profesional dan responsif yang siap membantu pengguna dalam setiap proses pemilihan outfit.

## 3. Analisis Kompetitor (Competitor Analysis)

Penemuan aplikasi yang sejenis dengan “HEYOUTFIT” bukan sesuatu yang baru. Namun, keunggulan dari aplikasi ini yakni lebih spesifik lagi dengan menu opsi yang lebih lengkap. Jarang ada yang menerapkan marketplace pada jenis aplikasi ini. Kami akan terus berinovasi menciptakan fitur-fitur terbaru dengan menyesuaikan sistem teknologi digitalisasi masa kini. Dan membuat dunia fashion makin pesat dan digemari oleh banyak orang.

## 4. Monetasi

Heyoutfit menghasilkan pendapatan dari beberapa sumber, yaitu:

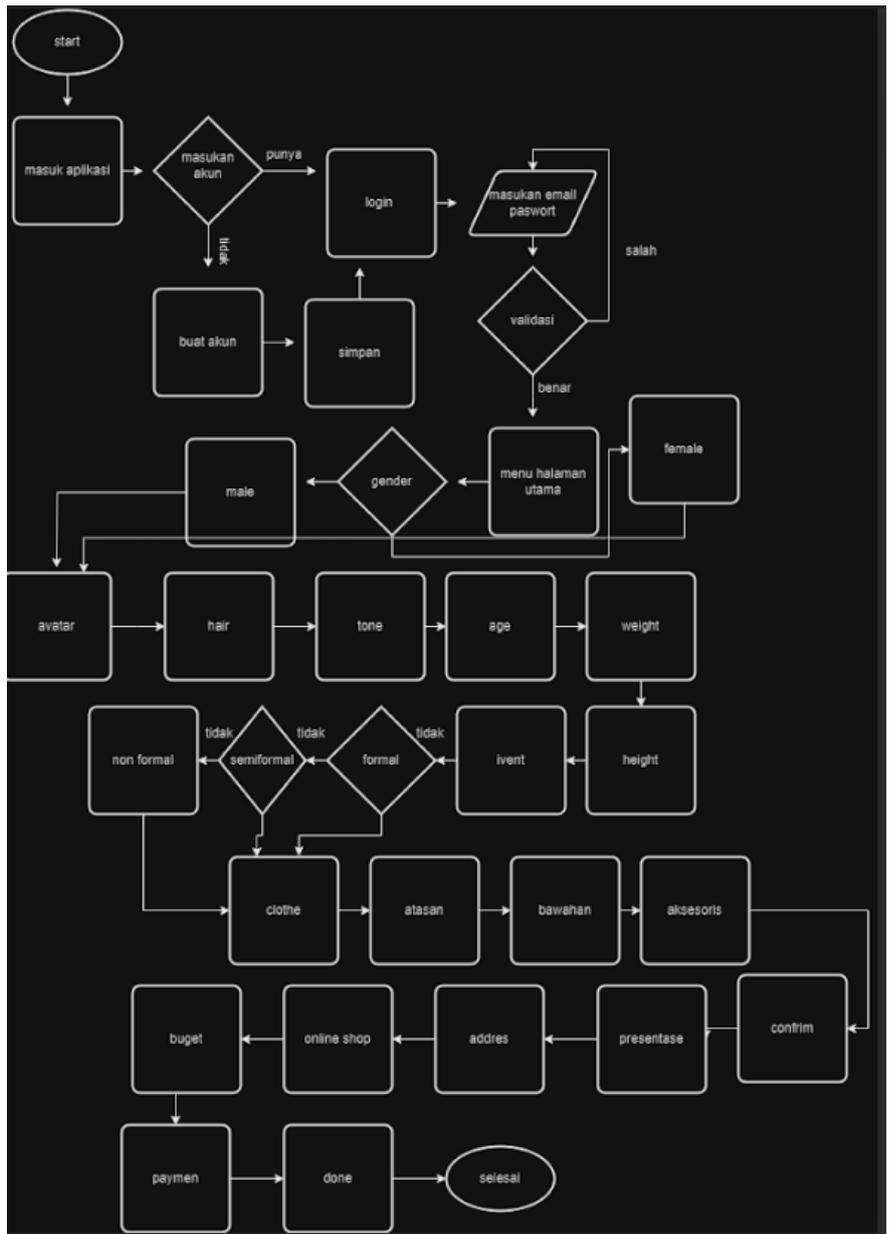
- a) Biaya dari iklan atau sponsor yang bekerja sama dengan aplikasi.
- b) Komisi dari setiap produk yang dibeli pada marketplace yang tersedia dalam aplikasi.
- c) Biaya tambahan untuk layanan premium atau yang ingin berlangganan pada aplikasi

## 5. Traction

Perkiraan traction saat peluncuran aplikasi Heyoutfit adalah sebagai berikut:

- a) Aplikasi Heyoutfit adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk memilih outfit secara online dengan mudah dan cepat.
- b) Aplikasi ini ditargetkan untuk semua kalangan pengguna yang masih bingung bagaimana cara memilih outfit yang benar dan sesuai.
- c) Aplikasi ini memiliki fitur-fitur unik seperti avatar yang bisa diubah sesuai keinginan, terdapat opsi jenis kelamin, maupun event dan masih banyak lainnya.
- d) Aplikasi ini diharapkan dapat menarik minat pengguna pecinta fashion agar lebih memudahkan pemilihan outfit serta fitur marketplace yang sesuai budget.
- e) Aplikasi ini juga dapat di promosikan di berbagai platform media sosial yang populer, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok.
- f) Aplikasi ini menyediakan diskon dan voucher untuk pengguna pertama yang mendaftar dan mengundang teman-teman mereka untuk menggunakan aplikasi ini.
- g) Berdasarkan analisis pasar dan kompetitor, perkiraan traction aplikasi ini dalam tiga bulan pertama setelah peluncuran adalah sebagai berikut:
  - o Jumlah pengunduh: 60.000 orang
  - o Jumlah pengguna aktif: 50.000 orang
  - o Jumlah pengguna yang belanja: 15.000 orang
  - o Jumlah interaksi di media sosial: 90.000 kali

# Flowchart



## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Demikian proposal usaha ini kami buat. Kami mengucapkan terima kasih pada pihak yang sudah membantu proses penyusunan proposal bisnis. Kami juga berterima kasih pada para pihak yang berkenan membaca proposal ini. Semoga proposal usaha yang kami ajukan dapat dipertimbangkan, diterima, dan bermanfaat bagi semua.

Kami berharap jika proposal ini dapat diterima banyak pihak sebagai tahapan awal untuk merintis usaha Heyoutfit. Selain itu, kami juga berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan bantuan pendanaan agar kegiatan usaha Heyoutfit dapat berjalan dan bersaing dengan usaha lainnya.

Kami menyadari bahwa proposal kami masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan untuk realisasi usaha (nama usaha). Atas segala waktu dan perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

### **Saran**

Kami menyadari masih banyak kekurangan dalam pelaksanaan bisnis ini. Namun, kami berupaya agar terus berinovasi dan menciptakan sesuatu yang baru dalam era digitalisasi saat ini agar dapat menggandeng masyarakat untuk berteman dengan teknologi.

## **MY PRE WEDDING – FACILITATE YOUR WEDDING PLAN APLIKASI**

**NAMA KELOMPOK :**

FAMROTUL FUAIDA (226120900021)  
AL AKBAR HIMAWAN (226120900020)  
AKHMAD MUBAROK (226120900033)  
M ABDUL GHOFUR (226120900018)

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pernikahan merupakan salah satu momen penting dalam hidup, tak jarang banyak orang yang rela mengeluarkan uang bernilai fantastis hanya untuk mengadakan acara pernikahan yang digelar sehari semalam agar dapat dikenang semua orang terutamanya untuk kedua pengantin dan keluarga. Acara pernikahan di Indonesia sendiri terdiri dari banyak adat istiadat yang dalam pakemnya sendiri memiliki banyak runtutan kegiatan sehingga memerlukan banyak rencana dan melibatkan banyak orang didalamnya. Banyaknya rangkaian kegiatan mengharuskan calon pengantin untuk mempersiapkan acara pernikahan mereka mulai dari konsep hingga jalannya acara, namun hal ini jelas sangat menyita waktu para calon pengantin. Normalnya persiapan akad dan resepsi pernikahan setidaknya harus dipersiapkan minimal satu bulan sebelum tanggal pelaksanaan, hal yang perlu dipersiapkan sendiri mulai dari pengurusan data untuk pengajuan KUA, vendor dekorasi, tempat, kartu undangan, Make Up

Artist (MUA), catering untuk konsumsi, souvenir, gaun dan jas pengantin, videographer, photographer, entertainment (penyanyi/band/photo booth/lempar bunga), rundown acara, MC, wedding ring, penerima tamu, dan lain sebagainya. Umumnya bila calon pengantin tidak ingin repot-repot memikirkan konsep dan seluruh hal mengenai pernikahannya sendiri mereka akan mencari jasa wedding organizer (WO) atau Event Organizer (EO) yang dapat membantu dari sebelum acara hingga memastikan acara pernikahan berlangsung dengan lancar hingga akhir

Dengan persiapan yang sebanyak itu, calon pengantin haruslah menyisihkan waktu yang tidak cukup sehari dua hari saja untuk mencari satu persatu vendor dengan kunjungan secara langsung, tahapan pencarian dan negoisasi saat mempersiapkan pernikahan adalah hal yang menguras tenaga dan mental tak jarang dari beberapa pengantin bertengkar karena hal ini. Namun, tak jarang calon pengantin tidak ingin menggunakan jasa WO/EO karena tidak cocok baik dari segi konsep maupun harga.

Melihat dari permasalahan yang terjadi dikarenakan tidak adanya waktu yang cukup untuk melakukan riset harga, tempat, dan konsep secara terpisah satu per satu untuk acara pernikahan kami membuat aplikasi My Pre Wedding untuk membantu para calon pengantin dalam mencari hal-hal yang dibutuhkan dalam satu aplikasi yang mana calon pengantin dapat mencari berbagai vendor yang tepat dari segi harga dan jangkauan tempat.

## **I. Deskripsi Usaha**

### **1.1 Profil singkat**

Nama aplikasi yang kami rilis ini bernama “My Pre Wedding” yakni aplikasi yang kami rancang untuk mempermudah para calon pengantin dalam persiapan pernikahannya, sesuai dengan tagline yang aplikasi miliki yaitu “facilitate your wedding plan” maka tentulah kami akan berusaha untuk mencari, mengumpulkan, dan menyediakan berbagai keperluan rencana pernikahan yang di inginkan pengguna. Aplikasi My Pre Wedding bergerak dibidang jasa yang mana didalamnya menyediakan fitur planning seluruh acara pernikahan, fitur planning keuangan pernikahan, menu pilihan berbagai kebutuhan pernikahan seperti menu fotografi yang isinya berbagai pilihan jasa vidiografer dan fotografer yang dapat di booking saat acara, begitu juga dengan pilihan menu lainnya yang kami sediakan. Untuk sarana pengaduan bagi pengguna melalui chat virtual lewat bot chat yang disediakan yang Bernama “KINA” akronim dari kalimat Sakinah Mawadah Warohmah dan dapat juga disambungkan dengan customer service dari Team kami baik secara chat maupun telepon.

## **B. Kategori Bisnis Digital**

### **2.1 Permasalahan dan Solusi (Problem and Solution Fit)**

My Pre Wedding adalah aplikasi yang kami buat atas dasar membantu pasangan yang akan menikah untuk merencanakan dan melaksanakan acara pernikahan mereka dengan mudah dan efisien. Aplikasi ini menawarkan solusi untuk beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh calon pengantin, seperti: tidak ada waktu luang untuk melakukan pencarian berbagai vendor pesta pernikahan, ketidak efisienan dalam mencari informasi vendor terutamanya dalam hal keuangan seperti harga yang ditawarkan sering kali tidak dicantumkan secara detail dalam pamflet promosi di media sosial, calon pengantin yang bekerja di luar negeri namun ingin melangsungkan pernikahan di Indonesia sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan survey secara langsung

Aplikasi kami juga tak hanya menawarkan solusi bagi calon pengantin namun juga kepada UMKM yang sedang merintis usaha berbau pernikahan seperti: vendor dekorasi, sewa gedung, kartu undangan, Make Up Artist (MUA), catering, souvenir, gaun dan jas pengantin, videographer, photographer, entertainment (penyanyi/band/photo booth), florist, MC.

### **2.2 Analisis Pasar (Market Analysis)**

Analisis pasar yang kami lakukan membuahkan hasil bahwasannya aplikasi My Pre Wedding yang kami buat memiliki potensi yang baik mengingat banyak dari kalangan muda lebih memilih melakukan pencarian informasi secara online namun keterbatasan waktu dan ketidak efisiensi dalam pencarian informasi melalui banyak platform membuat kami yakin bahwa aplikasi kami dapat mendapatkan setidaknya 1000 pengguna. Target utama dari aplikasi kami adalah kepada calon pengantin dan UMKM yang sedang merintis usaha berbau pernikahan.

Untuk menarik calon pengguna kami memberikan voucher potongan harga untuk satu transaksi pertama yang dilakukan dalam aplikasi, kami juga nantinya akan menyediakan fitur yang bekerja sama dengan KUA setempat untuk memudahkan calon pengantin dalam kepengurusan data, kami juga akan menyediakan berbagai konten mengenai pra nikah yang dapat ditonton oleh calon pengantin sebagai tambahan informasi mengenai pernikahan.

### 2.3 Analisis Kompetitor (Competitor Analysis)

Dalam riset yang kami lakukan kami masih belum menemukan banyak pesaing yang memiliki aplikasi dengan konsep yang sama, banyak aplikasi serupa yang hanya berfungsi sebagai planner acara atau keuangan pernikahan. namun dengan sedikitnya pesaing tidak membuat kami berhenti berinovasi, kami akan terus melakukan perluasan promosional dan memperbanyak fitur dari aplikasi kami secara bertahap.

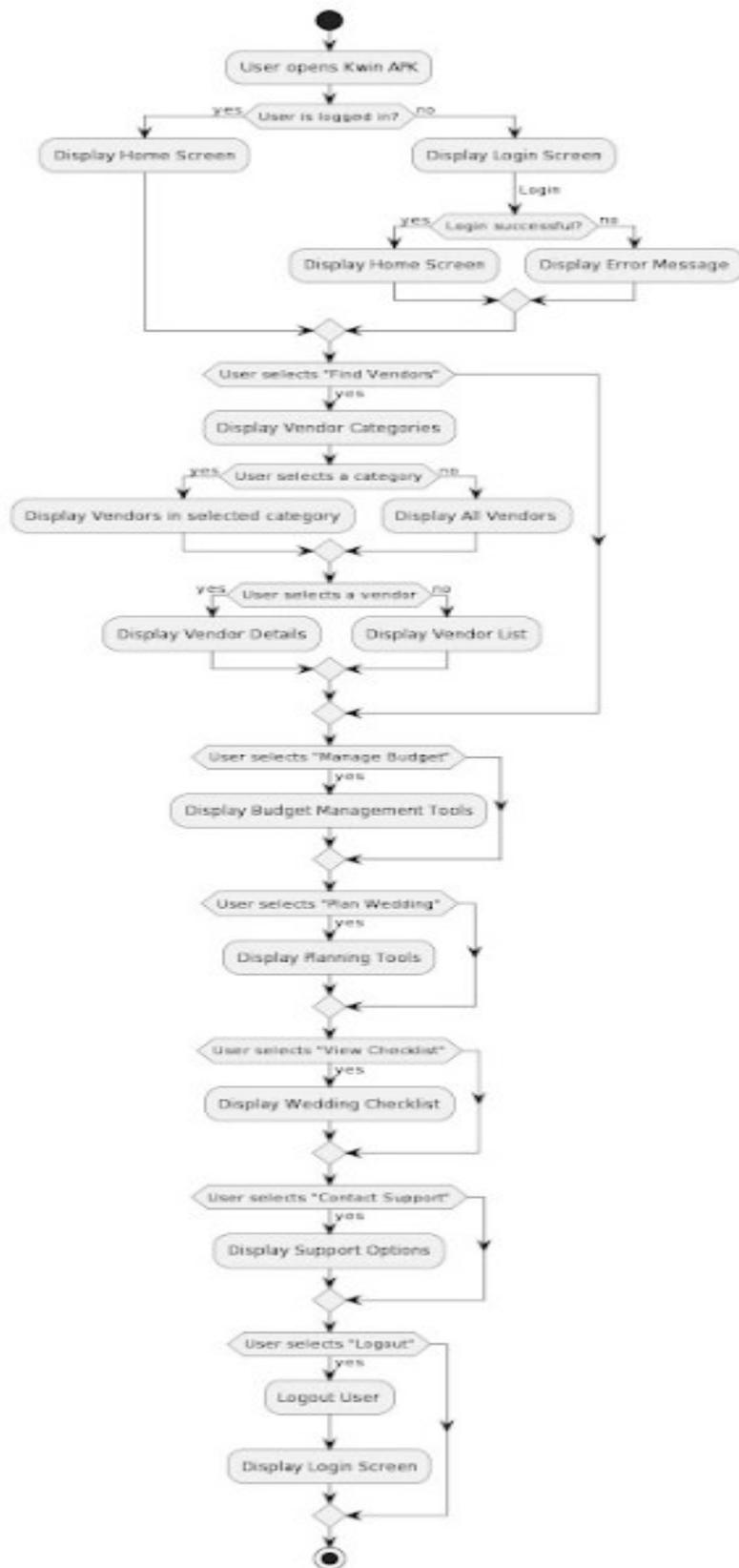
### 2.4 Monetisasi

Pendapatan aplikasi My Pre Wedding menggunakan biaya administrasi dari setiap transaksi yang dilakukan, kami juga menawarkan pemasangan iklan dalam aplikasi untuk penjual agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat lebih sering dilihat dan muncul dalam halaman pencarian kebutuhan serupa didalam aplikasi, kami juga mengambil keuntungan dari hasil fitur affiliate baik dalam bentuk kode referral atau sharelink.

### 2.6 Traction

Aplikasi My Pre Wedding adalah aplikasi yang memungkinkan pengunduh untuk melakukan pembelian dan penyewaan keperluan pernikahan bagi pengguna secara online. Aplikasi ini memiliki fitur yang mengkategorikan berbagai hal yang ditawarkan seperti kategori MUA, WO, EO, fotografi, dll. Selain itu, aplikasi ini juga nanti akan bekerjasama dengan kua setempat untuk mempermudah pengajuan dokumen pernikahan. Melakukan promosi lewat di platform media sosial yang populer di kalangan pasangan muda, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, Menggandeng influencer yang memiliki banyak pengikut dan relevan dengan tema prewedding, seperti fotografer, makeup artist, wedding planner, Menyediakan diskon dan voucher untuk pengguna pertama yang mendaftar dan mengundang teman-teman mereka untuk menggunakan aplikasi ini.

# Flowchart



## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dalam berkembangnya teknologi digital di era zaman sekarang, sejalan dengan itu dengan membaiknya kondisi ekonomi, kita bisa melihat geliat ekonomi yang cukup menjanjikan. Dewasa ini banyak pengantin yang ingin melangsungkan pernikahan dengan persiapan yang cepat dan ringkas, akhir-akhir ini pun sedang marak mengenai konsep pernikahan yang sederhana. Kami merasa hal ini dapat menjadi ide untuk membuat aplikasi yang dapat memfasilitasi pencarian informasi serta keperluan mengenai pernikahan dan dapat mewadahi pelaku UMKM yang dapat menyediakannya. Kami menilai bahwa usaha ini dapat menjadi angin segar dalam bisnis pernikahan yang ada serta menjadi pendobrak inovasi.

Dari hal yang sudah kami paparkan data kami simpulkan bahwa aplikasi yang akan kami rilis memiliki potensi yang baik dilihat dari segi ide, target pasar, hingga rencana keuangan berupa modal dan lain-lain. Tantangan terbesar dalam pemasaran dan promosi aplikasi ini adalah untuk menarik pengunjung dan meyakinkan pihak pemilik usaha mendaftarkan usahanya. Maka dari itu, target pasar ini harus tepat sasaran dan meyakinkan.

### **Saran**

Dalam mendirikan usaha sebaiknya dipersiapkan segala sesuatunya dengan tepat dan matang sehingga usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Dalam berwirausaha diperlukan adanya keyakinan, keuletan, dan percaya diri.

# **PENGGUNAAN ROBOT OTOMATIS PADA SMART FARMING**

NAMA KELOMPOK :  
MUHAMMAD ZHRUL FUADI (216120900016)  
DHEVANO EKA PRIYATNA (216120900005)  
HESTY RAKHMA AGUSTINE (216120900029)

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Smart farming adalah suatu konsep pertanian yang menggunakan teknologi digital dan informasi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan keberlanjutan dalam produksi tanaman dan peternakan. Smart farming menggabungkan berbagai teknologi seperti Internet of Things (IoT), sensor, robotika, dan analitik data untuk memantau dan mengontrol lingkungan pertanian. Dalam sistem smart farming, petani dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas berdasarkan data yang diperoleh dari sensor dan perangkat lunak pengelolaan data. Data ini dapat membantu petani dalam memantau dan memprediksi kondisi tanaman, mengoptimalkan penggunaan sumber daya seperti air, pupuk, dan pestisida, serta memperbaiki kinerja produksi secara keseluruhan.

Dengan kata lain, smart farming adalah suatu sistem pertanian yang terintegrasi dan menggunakan teknologi digital untuk memperbaiki proses produksi dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Selain meningkatkan efisiensi dan produktivitas pertanian, smart farming juga dapat membantu petani untuk memperoleh hasil panen yang lebih baik dan lebih berkelanjutan di masa depan.

## 1.2 Tujuan Pratikum

- a) Meningkatkan efisiensi
- b) Meningkatkan produktivitas
- c) Meningkatkan kualitas produk
- d) Meningkatkan keberlanjutan

## 1.3 Manfaat Pratikum

- Menghasilkan produksi yang banyak dengan waktu dan tenaga yang lebih efisien.
- Meningkatkan pengambilan keputusan petani melalui informasi mengenai cuaca, pengelolaan tanaman, dan kondisi kelembapan/ph tanaman.

## DESKRIPSI USAHA

### 2.1 Tujuan Mulia (Noble Purpose)

Implementasi Internet of Things (IoT) dibidang pertanian khususnya pada teknik budidaya tanaman tanpa media tanah (hidroponik) dengan memanfaatkan teknologi robot untuk membantu dalam proses pembibitan, pemberian nutrisi dan penebaran pada tanaman, mampu dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil produksi para petani yang tidak memiliki lahan yang luas. Selain membantu para petani dalam memantau tanaman serta pemberian nutrisi pada tanaman, keluaran dari hasil penelitian ini dapat dikembangkan untuk proses pendistribusian hasil pertanian sehingga pembeli dapat secara langsung mendapatkan harga jual dari petaninya langsung. Sistem smart farming yang dikembangkan mampu:

- Mendeteksi dan memonitoring tanaman hidroponik dengan menerapkan teknologi IoT.
- Menerapkan arm robot untuk melakukan penanaman, penyiraman ,dan proses tuai secara otomatis.
- Sistem smart farming ini diimplementasikan untuk membantu petani urban dalam mengelola pertanian meskipun dalam lahan yang terbatas.

### 2.2 Konsumen Potensial

Konsumen potensial smart farming mencakup berbagai pihak yang terlibat dalam sektor pertanian dan memiliki kepentingan dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan keberlanjutan pertanian.

- Petani: Petani adalah konsumen utama produk smart farming. Mereka mencari solusi teknologi yang dapat membantu mereka meningkatkan hasil panen, mengoptimalkan penggunaan sumber daya seperti air dan pupuk, mengelola risiko serangan hama dan penyakit, serta memantau dan mengelola kondisi lingkungan pertanian secara efektif.
- Pemilik Lahan Pertanian: Pemilik lahan pertanian, baik yang aktif sebagai petani maupun yang menyewakan lahan kepada petani, dapat menjadi konsumen potensial smart farming. Mereka memiliki kepentingan dalam mengoptimalkan penggunaan lahan dan meningkatkan hasil panen agar dapat memperoleh pengembalian investasi yang lebih baik.
- Perusahaan Pertanian: Perusahaan pertanian, termasuk perusahaan besar, kelompok usaha tani, atau produsen pangan, dapat menjadi konsumen smart farming. Mereka mencari solusi teknologi yang dapat membantu meningkatkan produktivitas, efisiensi rantai pasokan, dan keberlanjutan operasi pertanian mereka.
- Institusi Pemerintah: Institusi pemerintah, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional, dapat menjadi konsumen smart farming dalam upaya meningkatkan efisiensi pertanian, mengurangi dampak lingkungan, dan mendorong inovasi teknologi di sector pertanian.
- Organisasi Riset dan Pendidikan: Universitas, lembaga riset, dan lembaga pendidikan yang terlibat dalam pertanian memiliki kepentingan dalam menggunakan dan

mengembangkan teknologi smart farming. Mereka dapat menjadi konsumen potensial untuk tujuan penelitian, pelatihan, dan pendidikan dalam hal penggunaan teknologi pertanian yang canggih.

- Pasar dan Pengecer Pangan: Pasar dan pengecer pangan, seperti supermarket, toko grosir, dan restoran, dapat memiliki minat dalam produk smart farming yang dapat memastikan pasokan pangan yang berkualitas, keberlanjutan, dan transparansi dalam rantai pasokan.
- Masyarakat dan Konsumen: Masyarakat secara umum juga dapat menjadi konsumen potensial smart farming. Mereka memiliki kepentingan dalam mendapatkan akses ke produk pertanian yang berkualitas, aman, dan dihasilkan secara berkelanjutan. Masyarakat semakin menghargai transparansi, keberlanjutan, dan jaminan kualitas dalam pangan yang mereka konsumsi.

### **2.3 Produk**

Ada berbagai produk dan solusi smart farming yang tersedia di market untuk membantu petani meningkatkan efisiensi dan produktivitas pertanian mereka.

- Sensor Pertanian: Sensor pertanian adalah perangkat yang digunakan untuk memantau berbagai parameter lingkungan seperti suhu, kelembaban tanah, pH tanah, cahaya, kecepatan angin, dan banyak lagi. Sensor ini mengumpulkan data secara real-time yang membantu petani dalam pengambilan keputusan yang lebih baik terkait dengan irigasi, penggunaan pupuk, dan perlindungan tanaman.
- Sistem Pemantauan dan Kontrol: Sistem pemantauan dan control adalah solusi perangkat keras dan perangkat lunak yang memungkinkan petani untuk mengelola dan mengontrol operasi pertanian secara otomatis. Ini mencakup sistem irigasi otomatis, sistem pemantauan lingkungan, sistem pengendalian suhu, dan lain sebagainya. Sistem ini dapat menghubungkan sensor dengan perangkat dan memberikan rekomendasi atau peringatan berdasarkan data yang dikumpulkan.

### **2.4 Sumber Daya**

Pembuatan smart farming membutuhkan beberapa sumber daya yang penting. Berikut adalah beberapa sumber daya yang umumnya diperlukan:

- Sensor: Sensor adalah salah satu komponen inti dalam smart farming. Sensor digunakan untuk mengumpulkan data dari lingkungan pertanian seperti suhu udara, kelembaban tanah, pH tanah, kadar nutrisi, kelembaban udara, cahaya, dan lain sebagainya. Sensor ini dapat digunakan untuk memantau kondisi pertanian secara real-time.
- Jaringan dan konektivitas: Untuk mentransfer data yang dikumpulkan oleh sensor, dibutuhkan jaringan dan konektivitas yang handal. Dalam smart farming, biasanya digunakan jaringan nirkabel seperti Wi-Fi, Bluetooth, atau LoRaWAN untuk menghubungkan sensor dengan sistem pemantauan dan kontrol.
- Sistem pemantauan dan kontrol: Sistem ini digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang dikumpulkan oleh sensor. Sistem ini juga dapat memberikan rekomendasi atau peringatan kepada petani berdasarkan data yang diterima. Sistem ini

dapat berupa perangkat keras seperti server atau komputer, serta perangkat lunak yang dapat mengolah data dan menghasilkan informasi yang berguna.

- Internet of Things (IoT): IoT merujuk pada jaringan perangkat yang terhubung dan dapat berkomunikasi satu sama lain. Dalam smart farming, IoT memungkinkan integrasi sensor dan perangkat lainnya ke dalam satu sistem yang terhubung. Dengan menggunakan IoT, petani dapat memantau dan mengendalikan pertanian mereka dari jarak jauh.
- Komputasi awan: Komputasi awan dapat digunakan untuk menyimpan dan menganalisis data yang dikumpulkan oleh sensor. Dengan menggunakan infrastruktur komputasi awan, petani dapat mengakses data pertanian mereka dari mana saja dan menggunakan kecerdasan buatan (AI) untuk mengoptimalkan operasi mereka.
- Sistem informasi geografis (SIG): SIG digunakan untuk memetakan lahan pertanian dan memonitor perubahan yang terjadi dalam pertanian. SIG dapat membantu petani dalam pemantauan dan pengelolaan sumber daya pertanian dengan lebih efisien.
- Perangkat keras: Pembuatan smart farming juga memerlukan perangkat keras seperti perangkat pengendali otomatis, pompa air otomatis, perangkat pengontrol suhu, sistem irigasi otomatis, dan lain sebagainya. Perangkat keras ini memungkinkan otomatisasi operasi pertanian dan pengendalian yang lebih efisien.
- Tenaga listrik: Smart farming membutuhkan pasokan listrik yang stabil dan andal untuk menjalankan sensor, perangkat kontrol, dan sistem lainnya. Selain itu, dalam beberapa kasus, energi terbarukan seperti panel surya atau turbin angin juga dapat digunakan untuk memberikan sumber daya ke sistem smart farming.
- Pengetahuan dan keahlian: Selain sumber daya fisik, pembuatan smart farming juga membutuhkan pengetahuan dan keahlian dalam bidang pertanian, teknologi informasi, dan teknik elektro. Petani dan teknisi yang terampil diperlukan untuk merancang, menginstal, mengelola, dan memelihara sistem smart farming dengan baik.

## 2.5 Pemasaran

Pemasaran produk smart farming melibatkan strategi dan taktik yang tepat untuk mencapai target pasar yang relevan.

- Penelitian Pasar: Lakukan penelitian pasar yang menyeluruh untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh petani atau pemangku kepentingan pertanian. Identifikasi segmen pasar potensial yang akan menjadi target utama kami.
- Branding dan Positioning: Buat merek yang kuat untuk produk smart farming. Fokus pada nilai-nilai seperti efisiensi, keberlanjutan, dan peningkatan produktivitas. Tetapkan posisi produk kami dalam pasar dan perbedakan diri dari pesaing.
- Pemilihan Kanal Distribusi: Tentukan kanal distribusi yang tepat untuk mencapai target pasar. Hal ini dapat melibatkan mitra distribusi lokal, toko pertanian, pengecer, atau bahkan penjualan langsung kepada petani. Memastikan produk kami mudah diakses oleh pelanggan.
- Promosi dan Kampanye Pemasaran: Gunakan berbagai saluran pemasaran untuk mempromosikan produk smart farming. Ini termasuk media sosial, situs web, iklan cetak, acara pertanian, dan kegiatan pemasaran lainnya. Buat konten informatif dan menarik yang menggambarkan manfaat dan fitur produk yang kami miliki.
- Kemitraan dan Jejaring: Jalin kemitraan dengan organisasi pertanian, universitas, lembaga riset, atau komunitas petani untuk memperluas jangkauan pemasaran. Manfaatkan jejaring untuk memperoleh rekomendasi dan merekomendasikan produk kami kepada petani.

- Dukungan Pelanggan dan Pelayanan Pasca Penjualan: Memastikan kita memiliki tim dukungan pelanggan yang dapat membantu petani dalam mengadopsi dan menggunakan produk smart farming dengan baik. Berikan pelatihan, panduan, dan bantuan teknis jika diperlukan. Pelayanan pasca penjualan yang baik membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
- Umpan Balik Pelanggan: Dengarkan umpan balik dari pelanggan dan digunakan untuk meningkatkan produk yang kami miliki. Pertimbangkan saran dan kebutuhan pelanggan dalam pengembangan produk selanjutnya.

## 2.6 Keuangan

Mengatur keuangan dengan baik saat pembuatan produk smart farming adalah penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis dan mengelola risiko keuangan.

- Rencana Bisnis: Buat rencana bisnis yang komprehensif yang mencakup perkiraan pendapatan, biaya produksi, dan proyeksi keuangan jangka panjang. Rencana ini harus mencerminkan semua aspek bisnis, termasuk risiko dan peluang yang terkait dengan pengembangan produk smart farming.
- Anggaran: Tetapkan anggaran yang realistis untuk semua aspek pembuatan produk smart farming, termasuk pengembangan produk, produksi, pemasaran, distribusi, dukungan pelanggan, dan biaya operasional lainnya. Pantau dan kelola anggaran dengan hati-hati untuk menghindari pengeluaran yang tidak terkendali.
- Sumber Pendanaan: Identifikasi dan pertimbangkan berbagai sumber pendanaan yang tersedia, seperti modal sendiri, pinjaman bank, mitra investasi, atau dana riset dan pengembangan yang didukung pemerintah atau lembaga swasta. Tinjau pilihan dengan hati-hati dan pilih yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis Anda.
- Manajemen Arus Kas: Kelola arus kas dengan cermat untuk memastikan likuiditas yang memadai dalam menghadapi biaya produksi, pengembangan, pemasaran, dan biaya operasional lainnya. Perhatikan kebutuhan pembayaran kepada pemasok, karyawan, dan lainnya. Pantau arus kas secara teratur dan jaga agar tetap seimbang.
- Pengendalian Biaya: Pantau dan kelola biaya dengan hati-hati. Identifikasi dan analisis biaya-biaya utama yang terkait dengan pembuatan produk smart farming, serta cari cara untuk mengoptimalkan biaya produksi dan operasional. Identifikasi juga peluang penghematan, seperti penggunaan teknologi yang efisien atau keuntungan skala dalam pembelian bahan baku.
- Analisis Risiko dan Pemitigan: Identifikasi risiko keuangan yang mungkin terjadi dalam pembuatan produk smart farming. Buat strategi untuk memitigasi risiko tersebut, seperti asuransi, cadangan dana darurat, atau diversifikasi produk dan pasar. Jaga juga agar tetap memantau perubahan dalam lingkungan bisnis dan perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi keuangan kita.
- Akuntansi dan Pelaporan: Tetapkan sistem akuntansi yang efektif untuk memantau dan melacak semua transaksi keuangan. Lakukan pelaporan keuangan yang berkala dan akurat untuk memantau kinerja keuangan dan membuat keputusan yang tepat berdasarkan data keuangan yang akurat. Mengatur keuangan saat pembuatan produk smart farming membutuhkan perencanaan yang cermat, pengelolaan arus kas yang efisien, dan pemahaman yang baik tentang risiko dan peluang keuangan yang terkait dengan bisnis tersebut. Dengan pemantauan dan manajemen yang baik, kita dapat menjaga kestabilan keuangan dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bisnis smart farming.

## 2.7 Permasalahan dan Solusi

### Permasalahan

- Keterbatasan akses teknologi  
Di daerah pedesaan, akses terhadap teknologi masih terbatas. Hal ini membuat petani kesulitan untuk mengadopsi teknologi smart farming.
- Keterbatasan infrastruktur  
Infrastruktur di Indonesia masih perlu ditingkatkan, terutama di daerah pedesaan. Misalnya, jaringan internet yang belum merata, listrik yang tidak stabil, dan jalan yang rusak, sehingga menghambat penggunaan teknologi smart farming.
- Kurangnya pengetahuan dan keterampilan  
Petani di Indonesia masih banyak yang kurang memahami konsep smart farming, sehingga tidak dapat mengimplementasikannya dengan benar. Diperlukan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengadopsi teknologi smart farming.
- Biaya yang tinggi  
Teknologi smart farming masih tergolong mahal. Hal ini membuat petani kesulitan untuk membeli atau mengadopsinya.
- Kurangnya dukungan dari pemerintah  
Pemerintah masih kurang memberikan dukungan yang cukup untuk pengembangan teknologi smart farming di Indonesia. Ini termasuk dukungan dalam bentuk pelatihan, pendanaan, dan infrastruktur yang memadai.

### Solusi

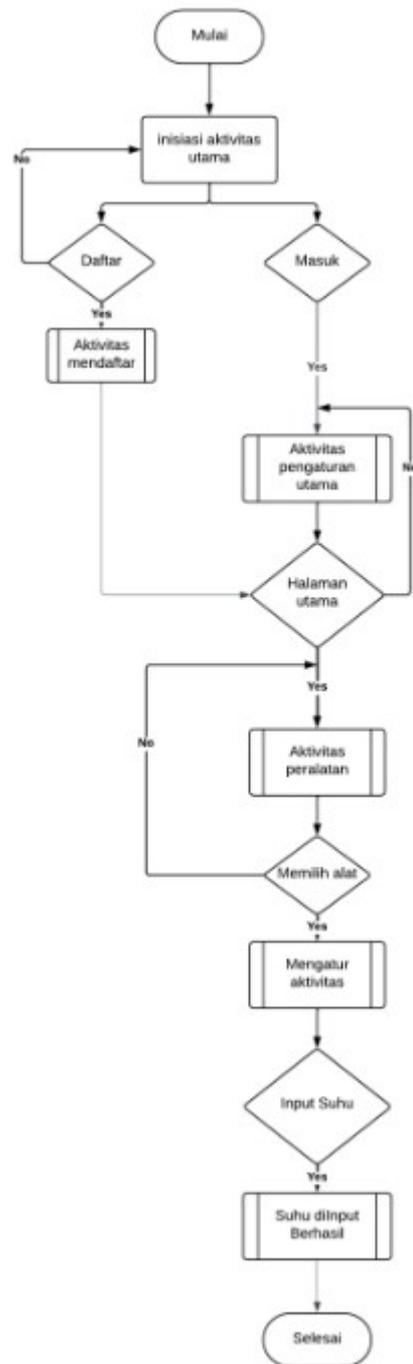
1. Peningkatan infrastruktur dan akses teknologi di desa, seperti memperluas jaringan internet dan menyediakan perangkat teknologi yang terjangkau bagi petani, menjadi prioritas utama.
2. Kedua, pendidikan dan pelatihan bagi petani dalam memanfaatkan teknologi digital dan inovasi pertanian perlu di tingkatkan. Program pelatihan yang relevan dan berkelanjutan akan membantu petani dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi smart farming secara efektif.
3. Ketiga, mengembangkan pendekatan yang fleksibel dan adaptif dalam penerapan teknologi dan inovasi pertanian, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik masing-masing desa. Hal ini dapat mencakup pengembangan model bisnis dan teknologi pertanian yang sesuai dengan kondisi geografis, iklim, dan sosial-budaya desa.

Dukungan finansial juga harus disediakan bagi petani dalam mengadopsi teknologi smart farming, seperti melalui program kredit usaha rakyat, bantuan modal, dan insentif pajak. Kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan dalam menyediakan dukungan finansial ini menjadi sangat penting. Terakhir, membangun jaringan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat desa dalam mengatasi tantangan transformasi pertanian menuju smart farming.

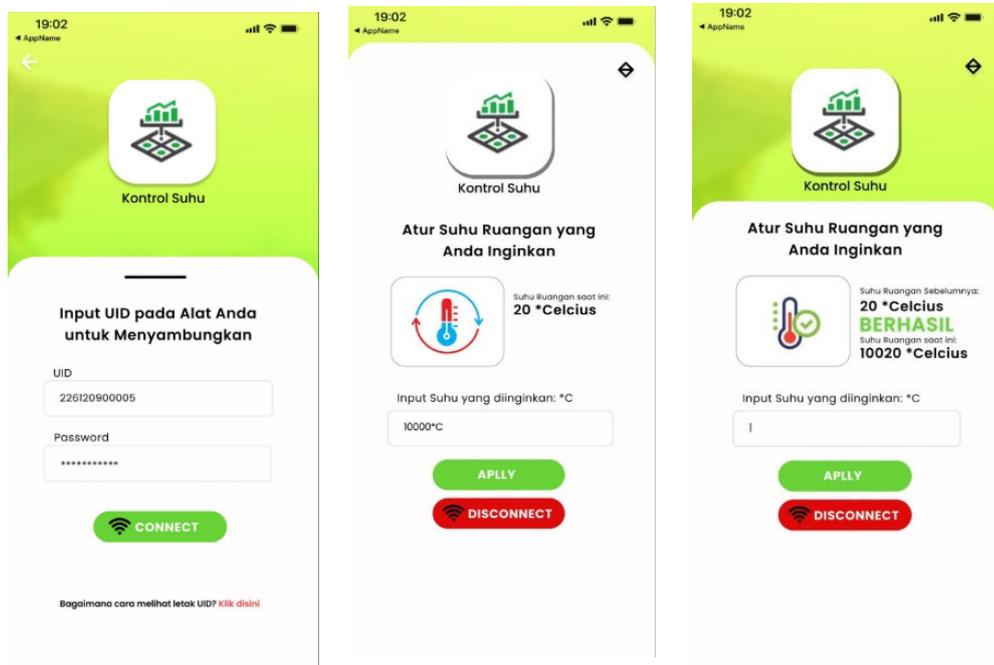
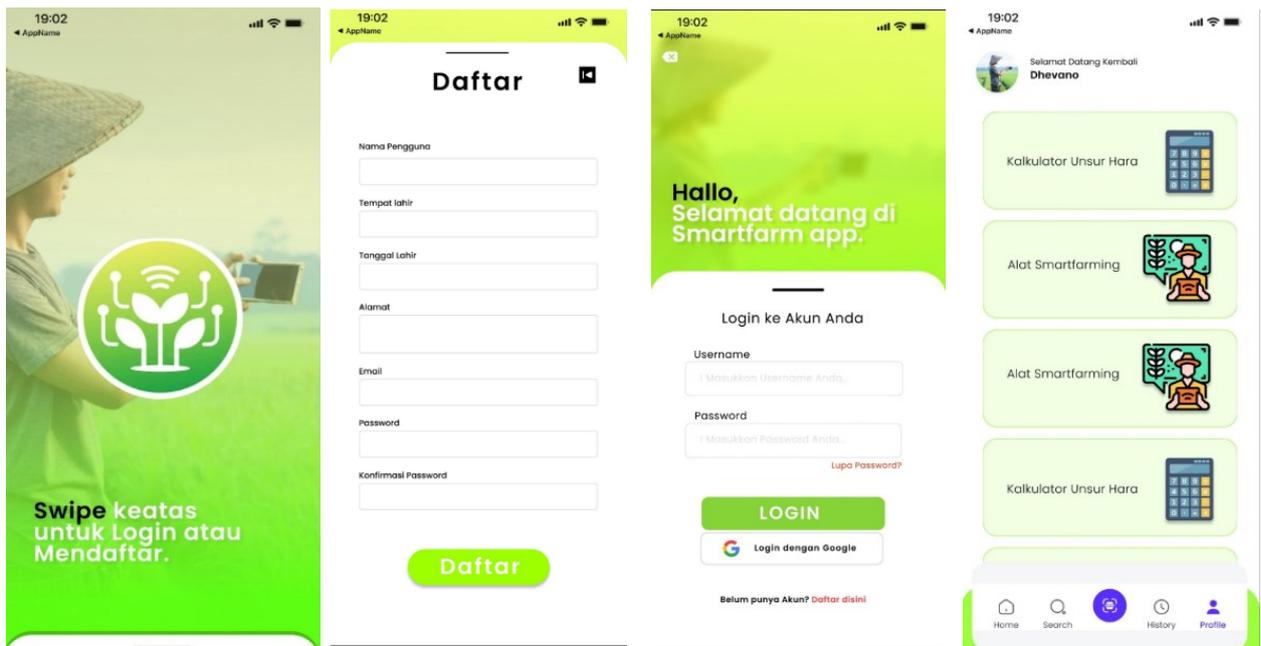
## **Cara Kerja Smart Farming**

- a) Monitoring – Smart farming menggunakan sensor untuk memantau kondisi lingkungan pertanian seperti suhu, kelembaban, pH tanah, dan kualitas air. Data ini kemudian dikumpulkan dan dianalisis secara real-time untuk memberikan informasi yang lebih akurat mengenai kondisi pertanian.
- b) Pengolahan data – Data yang diperoleh dari sensor kemudian diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak pengolahan data. Perangkat lunak ini dapat memberikan informasi yang lebih
- c) Detail mengenai kondisi pertanian dan membantu petani untuk membuat keputusan yang lebih cerdas.
- d) Pengambilan keputusan – Berdasarkan data yang diperoleh, petani dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas dalam mengelola produksi pertanian. Misalnya, petani dapat menyesuaikan waktu penyiraman atau pemupukan berdasarkan kondisi tanaman yang sedang dihadapi.
- e) Kontrol otomatis – Smart farming juga menggunakan teknologi otomatisasi seperti robotika untuk memantau dan mengontrol lingkungan pertanian secara otomatis. Misalnya, robot penyemprot pestisida dapat mencapai daerah yang sulit dijangkau dan meningkatkan efektivitas dalam mengendalikan hama dan penyakit tanaman.

## Flowchart



# Prototype



## PENUTUP

### **Kesimpulan**

Transformasi pertanian di desa menuju smart farming juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi sektor pertanian. Dengan penerapan teknologi dan inovasi, petani dapat mengakses informasi yang lebih akurat dan real-time, serta mengurangi risiko yang di hadapi dalam proses produksi. Mewujudkan transformasi pertanian memerlukan solusi atas tantangan infrastruktur, akses teknologi, pengetahuan petani, kondisi geografis dan sosial-budaya, dan investasi.

Solusi yang di usulkan adalah meningkatkan infrastruktur, akses teknologi, pendidikan dan pelatihan, pendekatan fleksibel, dukungan finansial, dan kerjasama antar pihak. Smart farming di desa yaitu Langkah krusial untuk mengatasi tantangan global seperti perubahan iklim, populasi meningkat, dan ketahanan pangan berkelanjutan. Teknologi dan inovasi di sektor pertanian desa dapat meningkatkan kualitas dan jumlah hasil panen, serta mengurangi dampak buruk pada lingkungan.

## **ARBI – MAKE YOUR HOME FEEL BETTER**

NAMA KELOMPOK :

ALVIRA PUTRI FERANI (226120900008)

FAIRUZ QURATA'AYUN USWATUN H.D.S (226120900025)

MOCH WILDAN DIO ARSANTRI (226120900017)

MUHAMMAD ADI NUGROHO (226120900028)

## PENDAHULUAN

### Latar belakang aplikasi ARBI

Pekerja bangunan merupakan tenaga kerja paling terdepan yang terlibat dan berhadapan langsung dengan pelaksanaan suatu pekerjaan konstruksi. Sebagai pelaksana pekerjaan teknis di lapangan, pekerja bangunan sebaiknya memiliki spesialisasi dan keterampilan pada bidang tertentu dan bersertifikasi.

Aplikasi ARBI merupakan suatu solusi yang menawarkan layanan jual beli material bangunan secara daring serta mudah. Aplikasi ini mengizinkan pengguna untuk menyaring harga jual, kualitas barang, serta pilihan material yang banyak untuk keperluan bangunan mereka. Aplikasi ini juga menyediakan fitur sewa jasa yang bisa digunakan untuk menyewa tukang, arsitek, serta insinyur lapangan. Tidak hanya itu, aplikasi ini tidak menghadirkan sembarangan tukang, karena nanti akan ada training agar pelanggan puas dengan layanan kami, serta para arsitek dan insinyur sudah dapat dipastikan bergelar sarjana yang sesuai bidangnya dan berpengalaman.

### 1.1 Profil singkat

Nama aplikasi ini bernama ARBI. ARBI merupakan aplikasi yang dirancang untuk memudahkan pelanggan yang ingin membangun atau merenovasi rumahnya. Sesuai dengan tagline ARBI “*Make Your Home Feel Better*”, aplikasi ARBI diharapkan dapat membantu pelanggan yang ingin membangun atau merenovasi rumahnya tanpa harus khawatir keberatan membawa bahan bangunan. Karena aplikasi ARBI adalah aplikasi menyediakan fitur penjualan bahan bangunan, pemesanan jasa arsitek maupun tenaga konstruksi. Selain itu, terdapat pula fitur pelatihan (*training*) kepada para tenaga kerja agar mendapat *skill* yang sesuai dengan kompetensinya.

## **B. Kategori Bisnis Digital**

### 2.1 Permasalahan dan solusi (*problem and solution fit*)

ARBI adalah aplikasi yang membantu ibu atau bapak rumah tangga yang ingin memperbaiki ataupun membangun rumah mereka dengan mudah dan efisien. Aplikasi ini menawarkan solusi untuk beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh saat sedang membangun rumah, seperti:

- Kesulitan mencari tukang profesional yang sesuai dengan budget dan desain yang diinginkan.
- Kesulitan mencari material bangunan yang memiliki kualitas terjamin dengan harga yang terjangkau.
- Kesulitan mendapat jasa desain bangunan yang sesuai keinginan.

Dengan menggunakan ARBI, pengguna dapat:

- Menjelajahi berbagai pilihan material bangunan yang bervariasi
- Menjelajahi berbagai pilihan harga sewa jasa sesuai dengan pengalaman pekerjaannya.
- Mengatur jadwal dan akomodasi untuk membangun rumah tanpa mengganggu aktivitas.
- Mempermudah pembelian barang tanpa harus keluar rumah.

### 2.2 Analisis Pasar (*Market Analysis*)

Analisis pasar yang kami lakukan membuahkan hasil bahwasannya aplikasi ARBI yang kami buat memiliki potensi yang baik mengingat banyak dari kalangan Ibu atau Bapak rumah tangga lebih menyukai sesuatu yang praktis dan efisien, terutama dalam hal pembelian material bahan bangunan untuk proses pembangunan atau renovasi rumah lebih mudah. Target utama dari aplikasi kami adalah Ibu dan Bapak rumah tangga yang sedang membangun atau merenovasi rumah.

Untuk menarik calon pengguna, kami memberikan voucher potongan harga untuk satu transaksi pertama yang dilakukan dalam aplikasi, kami juga nantinya akan menyediakan fitur yang bekerja sama dengan toko bahan bangunan setempat untuk memudahkan calon pelanggan dalam membeli material bangunan dan menyewa jasa tenaga kerja. Kami juga akan

menyediakan berbagai konten mengenai pelatihan yang berhubungan dengan konstruksi yang dapat ditonton oleh tenaga kerja.

### 2.3 Analisis Kompetitor (*competitor analysis*)

Dalam riset yang kami lakukan kami masih belum menemukan pesaing yang memiliki aplikasi dengan konsep yang sama.

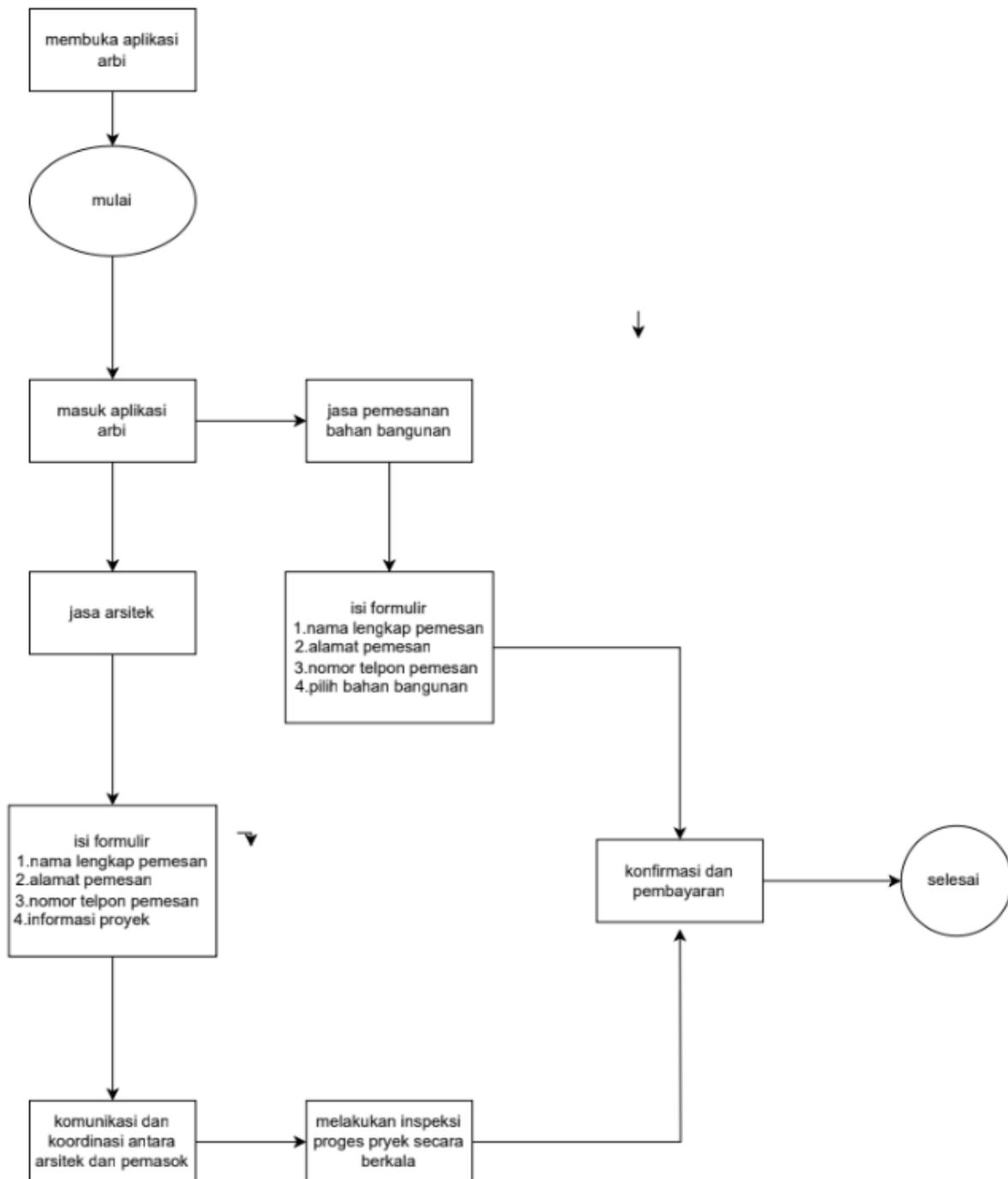
### 2.4 Monetisasi

Pendapatan aplikasi ARBI menggunakan biaya administrasi dari setiap transaksi yang dilakukan, kami juga menawarkan pemasangan iklan dalam aplikasi untuk penjual agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat lebih sering dilihat dan muncul dalam halaman pencarian kebutuhan serupa didalam aplikasi.

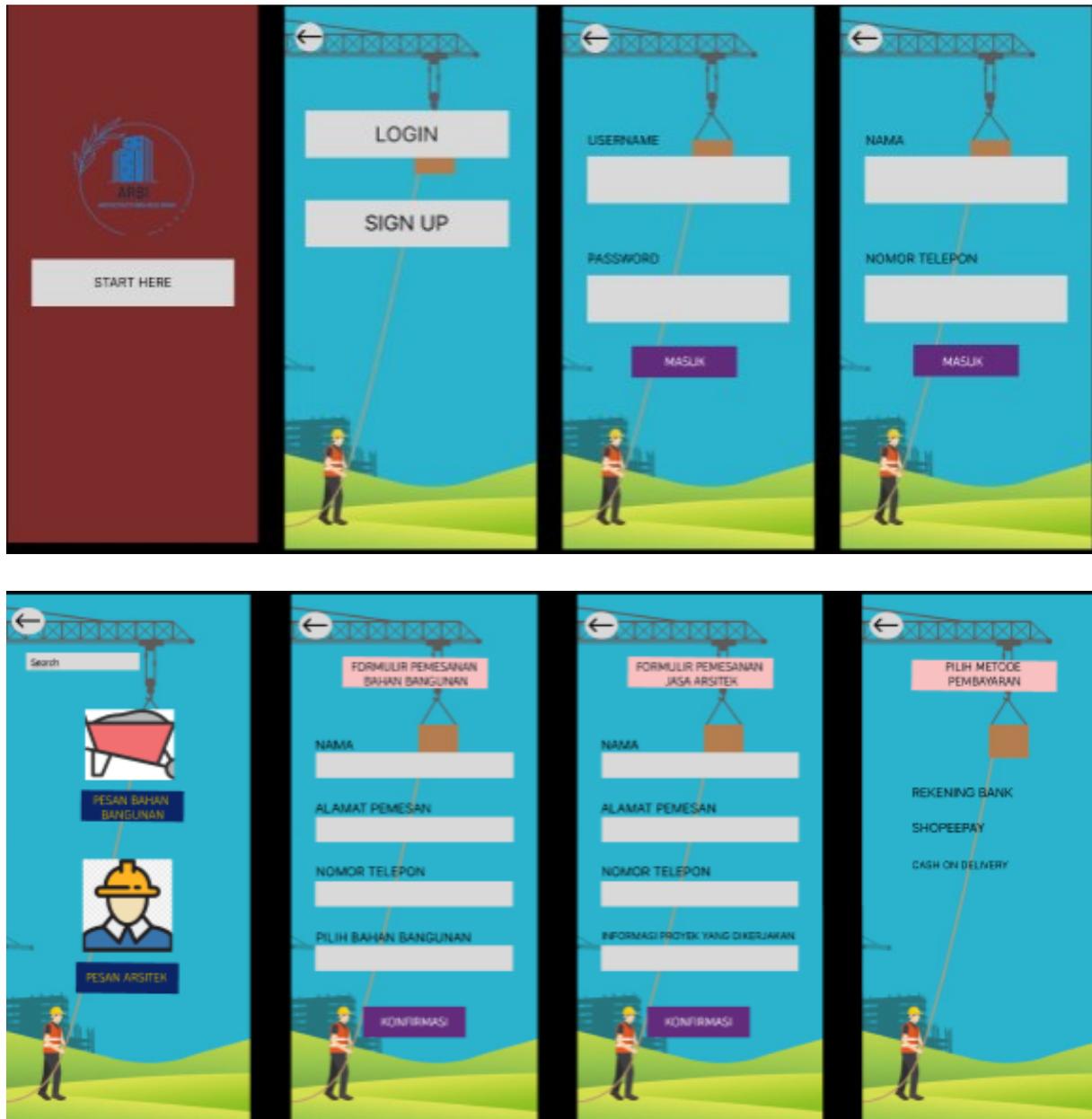
### 2.5 Traction

Aplikasi ARBI adalah aplikasi yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian material bangunan dan penyewaan jasa tenaga konstruksi bagi pengguna secara daring. Selain itu, aplikasi ini nantinya akan bekerjasama dengan toko bahan bangunan setempat untuk mempermudah pembelian bahan bangunan, melakukan promosi lewat di platform media sosial yang populer di kalangan Ibu dan Bapak rumah tangga, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, menggandeng *influencer* yang memiliki banyak pengikut, dan menyediakan diskon dan voucher untuk pengguna pertama yang mendaftar dan mengundang teman-teman mereka untuk menggunakan aplikasi ini.

## Flowchart



# Prototype



## PENUTUP

### **Kesimpulan**

Dalam berkembangnya teknologi digital di zaman sekarang, banyak berkembang aplikasi – aplikasi yang dapat membantu kehidupan manusia. Akan tetapi karena kurangnya aplikasi dengan konsep yang sama, aplikasi ini diharapkan menjadi terobosan besar dalam dunia pembangunan. Dari hal tersebut, kita dapat simpulkan bahwa aplikasi yang akan kami rilis memiliki potensi yang besar dilihat dari segi ide, target pasar, hingga rencana keuangan berupa modal dan lain-lain. Tantangan terbesar dalam pemasaran dan promosi aplikasi ini adalah untuk menarik pengunjung dan meyakinkan pihak pemilik usaha mendaftarkan usahanya. Maka dari itu, target pasar ini harus tepat sasaran dan meyakinkan.

### **Saran**

Dalam mendirikan usaha, sebaiknya dipersiapkan segala sesuatunya dengan tepat dan matang sehingga usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Dalam berwirausaha dan berbisnis dalam bidang apapun, diperlukan adanya keyakinan, keuletan, dan percaya diri. Harus yakin dengan usaha yang didirikan dan selalu memproyeksikan komponen atau segala sesuatu dalam bisnisnya dengan percaya diri namun tetap berhati-hati sebelum mengambil keputusan.



# PITCH DECK



ARBI - Make Your Home Feel Better

## Problem & solving

- Banyak orang mengeluh akan tidak profesional tukang saat melakukan proyek, serta susah dan jauhnya dalam membeli keperluan kontruksi
- Menciptakan sebuah wadah yang dapat membantu UMKM toko bangunan serta, wadah bagi para tenaga ahli pembangunan

## Monetisasi

- Iklan dalam aplikasi
- Biaya administrasi setiap transaksi

## Analisis pasar

- Kepada bapak & ibu rumahtangga  
Beserta UMKM toko bangunan dan tenaga ahli pembangunan

## Profil Team

- Ketua Team : Adi Nugroho
- Pic aplikasi : Fairuz .Q.
- Pic administrasi : Alvira .F
- Pic pemasaran : Willdan .D

## Analisis Kompetitor

- belum ada

## Traction

- Menyiapkan kebutuhan pembangunan Secara online serta menyediakan jasa tenaga kerja pembangunan,  
Promosional di sosmed yang hybe, menyediakan voucher diskon atau potongan harga

## **INFLUENCER APP**

NAMA KELOMPOK :  
RAFLI SEPTIAN (226120900023)  
FATIMAH FAHIMATUL HIKMAH (226120900012)  
ROFI DHATUL ANNISA (226120900015)

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era sekarang ini menjadi tambah canggih. Hampir semua aktivitas menggunakan telepon genggam. Hampir semua orang punya yang namanya media sosial. Media sosial sekarang menjadi bagian dari hidup semua orang. Sehingga banyak orang yang tertarik mengikuti tren di media sosial.

Sebelum adanya teknologi yang semaju saat ini memanglah sudah terdapat Sebagian masyarakat yang tidak asing dengan melakukan jual beli dari jarak jauh secara online, namun dalam satu dekade terakhir pengembangan UMKM semakin dimassive kan dengan menggunakan teknologi..

Pemakaian e-commerce serta media sosial sebagai media utama pemasaran dan tempat untuk menawarkan serta berinteraksi dengan calon pembeli, penggunaan media sosial seperti TikTok, Instagram dan facebook dinilai dapat mendatangkan banyak calon pembeli potensial terutamanya karena terdapat fitur live memungkinkan penjual berinteraksi secara langsung dengan pembeli lewat layar ponsel sehingga penjual dapat mempromosikan dan menunjukkan barang yang di inginkan oleh penjual secara langsung.

Kemampuan komunikasi penjual adalah hal yang menjadi kunci untuk menarik minat calon pembeli, namun seringkali penjual merasa tidak memiliki kemampuan persuasive yang cukup untuk meyakinkan dan menarik perhatian pembeli sehingga usaha yang dijalankan tidak dapat melakukan promosi secara maksimal. Oleh karena itu, kami mengusung ide sebagai media penyedia influencer untuk membantu penjual baik dalam hal menjadi host live ataupun sebagai tempat untuk mencari media partner seperti endorse produk.

inovasi yang kami buat yakni menciptakan sebuah solusi kepada para penjual yang ingin mempromosikan produknya lewat live video dengan menggunakan bantuan jasa para influencer yang sudah disediakan dalam aplikasi, tentunya aplikasi ini juga dapat menjadi sumber pendapatan bagi para influencer yang telah memasang portofolionya di halaman aplikasi.

## **Deskripsi Usaha**

Aplikasi yang kami beri nama “Influencer App” ini kami rancang untuk para penjual yang membutuhkan bantuan untuk mempromosikan produk sebagai seorang host live, konten video ataupun endorsement dari para influencer yang dapat dikerjakan dengan sistem Work From Home yang mana penjual tidak mengharuskan influencer datang ke tempat usahanya atau dapat dilakukan dengan opsi Work From Office yang mengharuskan influencer datang ke tempat usaha / penjual. Dari influencer app juga para influencer yang sudah memiliki pengalaman menghandle berbagai media sosial seperti Instagram, tiktok, dan twitter dapat menggunakan aplikasi ini sebagai salah satu media personal branding dan media penghubung untuk menerima tawaran job baik sebagai host live, konten creator, atau endorsement produk.

## **Permasalahan dan Solusi (Problem and Solution Fit)**

Seiring dengan perkembangan teknologi banyak dari modernisasi yang dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat tanpa pandang profesi dan umur, baik itu untuk kegiatan sehari-hari atau untuk keperluan dalam usaha, dalam satu decade terakhir ini pemerintah tengah giat untuk mengkapanyekan mengenai umkm maju dengan modernisasi yang difungsikan untuk mengikuti perkembangan industry 5.0, terlebih setelah adanya pandemic Covid-19 yang memaksa semua kegiatan untuk dilakukan secara jarak jauh dengan menggunakan internet, sector yang terpengaruh karena hal ini adalah perekonomian, dalam praktiknya, banyak usaha UMKM yang mau tak mau menggunakan teknologi sehingga dampak dari hal ini adalah dengan naiknya minat masyarakat terhadap aplikasi belanja online seperti e-commerce pun meningkat seiring dengan naiknya angka pengguna internet di Indonesia.

Untuk merespon hal tersebut banyak dari penjual saat ini melakukan promosi melalui berbagai platform, salah satu bentuk promosi yang dinilai efektif adalah dengan menggunakan video konten produk, live dan endorsement dari para influencer untuk menaikkan engagement dan rating pembelian produk. Namun banyak dari pemilik usaha tidak memiliki kemampuan persuasive untuk mempromosikan produknya baik dalam segi pembuatan konten maupun untuk mengadakan live streaming promosi. Dengan adanya permasalahan itu kami memutuskan untuk membuat aplikasi yang menyediakan talent yang dibutuhkan oleh seorang penjual baik sebagai seorang host live, konten creator, ataupun unruk endorsement produk

## **Analisis Pasar (Market Analysis)**

Karena banyaknya kenaikan tingkat penggunaan internet masyarakat indonesia yang banyak digunakan untuk aplikasi media sosial seperti Instagram, tiktok, facebook, twitter dan lainnya serta digunakan untuk berbelanja online di platform e-commerce seperti shopee, Tokopedia, lazada membuatnya menjadi ladang yang menjanjikan bagi para penjual untuk melakukan pemasaran dan promosi terhadap barang atau jasa yang dijual, target dari aplikasi kami adalah kepada para pemilik usaha yang membutuhkan jasa seorang host live, konten creator, ataupun unruk endorsement produk serta bagi para influencer baru yang ingin memulai karirnya sebagai seorang influencer.

## **Analisis Kompetitor (Competitor Analysis)**

Hingga saat kami masih belum menemukan banyak aplikasi serupa seperti yang kami, namun tidak menutup kemungkinan bahwa kompetitor kami tidak hanya berasal dari aplikasi serupa namun juga dapat dari berbagai hal lain maka dari itulah dengan sedikitnya kompetitor serupa tidak akan menjadikan kami untuk tidak melakukan hal yang terbaik namun kami akan terus mengupayakan berbagai inovasi secara berkala agar aplikasi yang kami kembangkan dapat menjadi pilihan pertama.

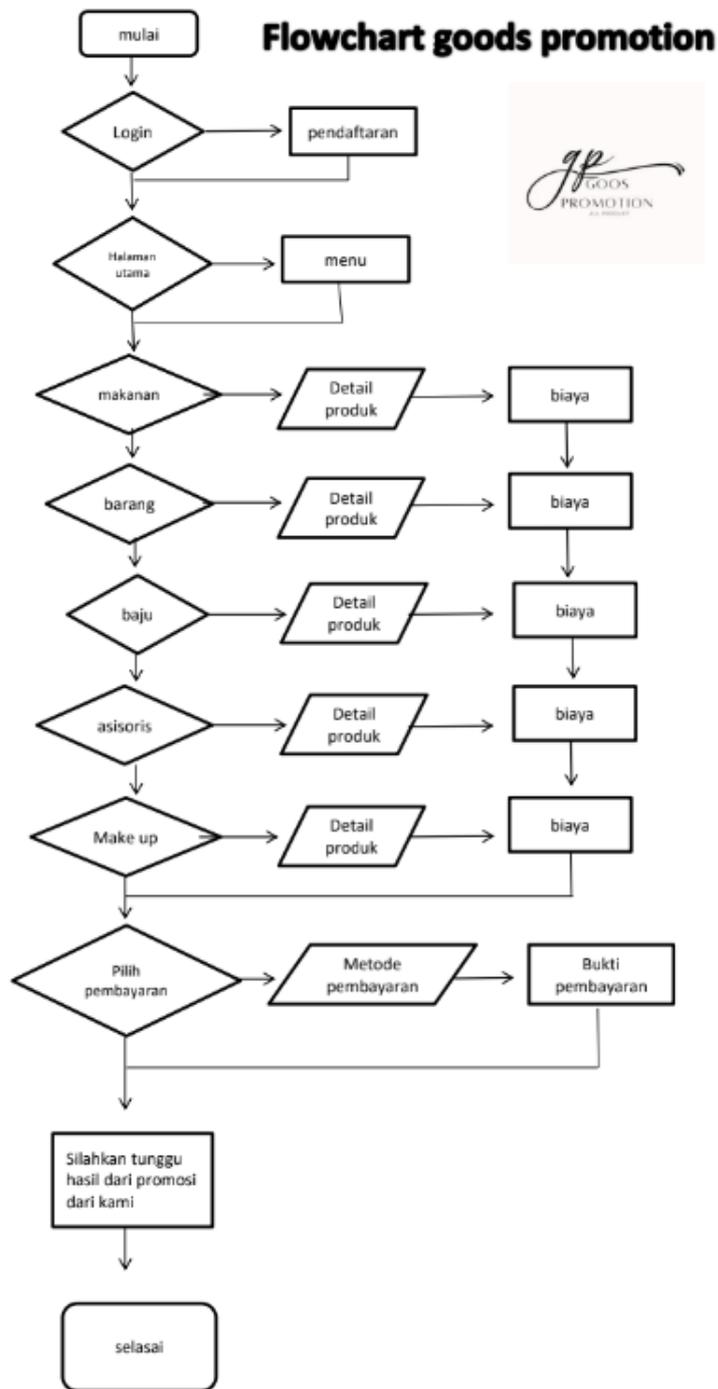
## **Monetisasi**

Dengan asumsi pengguna yang setidaknya 1.000 orang pengunduh kami karena banyaknya kenaikan tingkat penggunaan internet masyarakat indonesia yang banyak digunakan untuk aplikasi media sosial seperti Instagram, tiktok, facebook, twitter dan lainnya, kami menggunakan biaya komisi dari setiap transaksi yang terjadi serta lewat pemasangan iklan untuk talent baik didalam aplikasi ataupun dilaman pencarian global seperti google.

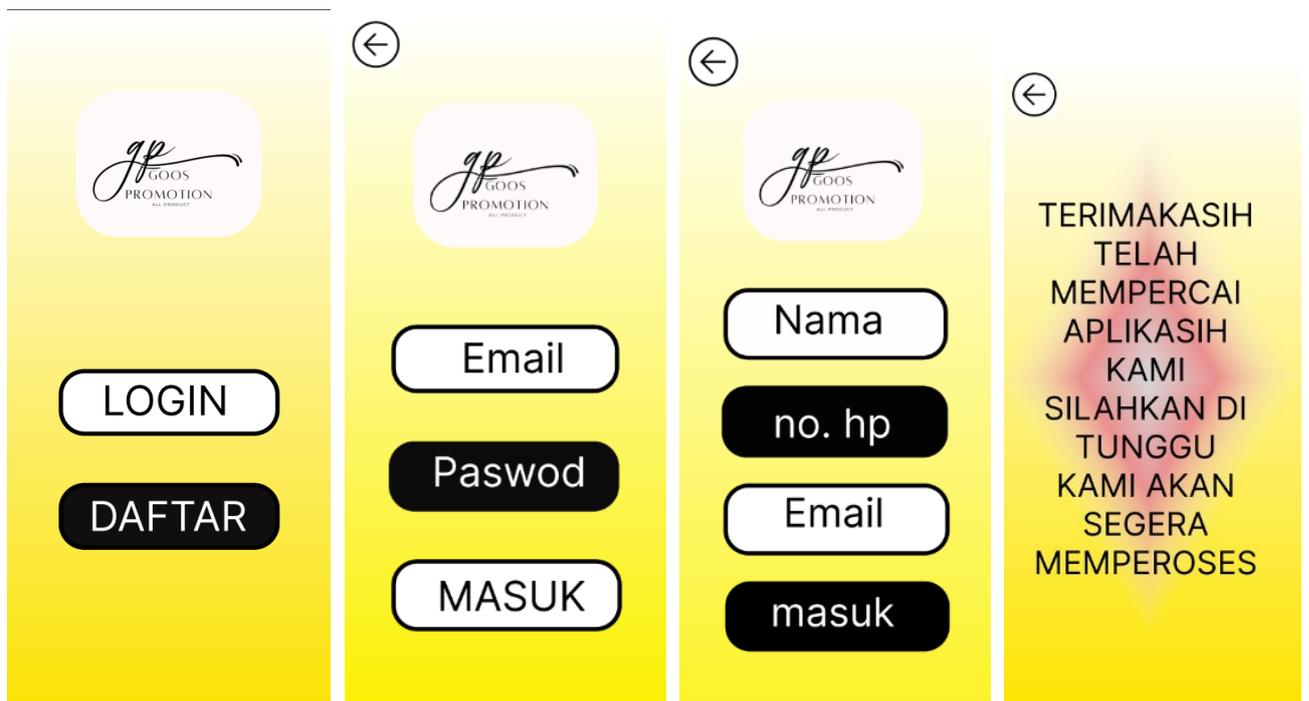
## **Traction**

Perkiraan traction dari aplikasi yang akan kami launching ini adalah sebagai berikut: aplikasi ini merupakan penyedia jasa talent dari para influencer untuk para pemilik usaha yang ingin mempromosikan produknya, dengan adanya berbagai fitur yang mempermudah pemilik usaha untuk memilih kriteria talent yang sesuai baik dari segi jangkauan tempat, komisi yang ditawarkan, keahlian yang dimiliki atau yang di butuhkan.

# Flowchart



# Prototype



## PENUTUP

### **Kesimpulan**

Dalam berkembangnya teknologi digital di era zaman sekarang, sejalan dengan itu dengan membaiknya kondisi ekonomi, kita bisa melihat geliat ekonomi yang cukup menjanjikan. Selain itu juga banyak para generasi muda yang minat pada bidang pemasaran seperti membuat konten video, membuat konten live di berbagai platform, seiring dengan adanya kebiasaan itulah penjual pun mulai menggunakan live dan media konten sebagai hal utama mempromosikan barangnya. dan karena itu kami mendapatkan sebuah ide untuk membuat aplikasi yang dapat menyediakan talent untuk melakukan pekerjaan sebagai host live atau konten creator. Walaupun sudah ada beberapa aplikasi yang serupa, usaha ini masih cukup menggiurkan, dan salah satu kuncinya untuk melakukan inovasi untuk yang berbeda dari aplikasi lain.

Dari hasil pembahasan di atas, dapat diambil bahwa aplikasi ini dari segi ide, target pasar, hingga rencana keuangan berupa modal dan lain-lain memiliki prospek yang menguntungkan kedepannya. Tantangan terbesar dalam pemasaran dan promosi usaha aplikasi berupa adanya pesaing dengan produk serupa. Maka dari itu, target pasar ini harus tepat sasaran dan meyakinkan.

### **Saran**

Dalam mendirikan usaha sebaiknya dipersiapkan segala sesuatunya dengan tepat dan matang sehingga usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Dalam berwirausaha diperlukan adanya keyakinan, keuletan, dan percaya diri .

# PITCH DECK Influencer App

## Problem and solution fit



- penjual yang tidak bisa melakukan promosi secara digital dengan maksimal
- menggunakan jasa orang lain (seperti influencer) untuk melakukan promosi
- pemilik usaha yang ingin menaikkan engagement sosial media dan toko e-commerce nya

## Market analysis



- pemilik usaha online baik di aplikasi media sosial maupun e-commerce
- influencer

## Monetisasi



- biaya komisi setiap transaksi
- pemasangan iklan

## Profil team



- ketua : Rafli Septian
- PIC keuangan : Fatimah Fahimatul hikmah
- PIC Pemasaran : Rofi Dhatul annisa

## Competitor Analysis



- aplikasi serupa

## Traction



- menyediakan jasa influencer sebagai host live, konten kreator, endorsement
- menyediakan fitur untuk menyesuaikan jangkauan tempat, kriteria talent, komisi

ISBN 978-623-464-077-9 (no.jil.lengkap)

ISBN 978-623-464-083-0 (jil.2 PDF)



9 786234 640830



UMSIDA PRESS  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Jl. Mojopahit No. 666 B  
Sidoarjo , Jawa Timur