

Nama : Muhammad Akmal Fazli Riyadi
NIM : 24060124130123
Kelas : A
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Dosen : Prajanto Wahyu Adi, M.Kom.

Studi Kasus Aplikasi Smart Kos

1. Fitur yang bisa membuat aplikasi ini berbeda dari kompetitor, yaitu fitur update data dengan Telegram Bot. Banyak pemilik kos susah untuk memperbarui data kos secara rutin ke dalam website atau aplikasi karena pemilik kos yang gaptek atau sibuk. Dengan Telegram Bot, pemilik kos cukup pakai chat dengan bot untuk update ketersediaan kamar, harga, atau fasilitas. Lalu, bot otomatis memperbarui database dari aplikasi sesuai dengan chat dari pemilik kos.
2. Langkah awal yang bisa mengubah ide ini menjadi inovasi nyata yang berguna bagi pengguna, yaitu dengan mencoba membuat prototipe sederhana dengan menggunakan API Telegram Bot, lalu membuat perintah dasar seperti update kamar yang bisa langsung menyimpan data ke database sederhana. Setelah bot bisa berjalan dengan lancar, hubungkan database dari aplikasi ke bot. Jadi, setiap pemilik kos update data melalui bot, otomatis data akan berubah ke dalam database aplikasi. Setelah fitur berjalan dengan lancar, coba meminta feedback ke pemilik kos mengenai fitur ini.
3. Menurut teori Hagen, pengembang aplikasi harus memiliki kepribadian inovatif seperti disiplin, berani mengambil risiko, kreatif, mandiri, tekad kuat untuk sukses, dan mampu beradaptasi. Dalam konteks aplikasi cari kos, ciri ini berarti konsisten mengembangkan fitur meski modal terbatas, berani mencoba ide baru seperti update via Telegram bot, kreatif memanfaatkan teknologi gratis, mandiri membangun MVP tanpa bergantung investor, tekun hingga aplikasi benar-benar dipakai, serta adaptif menyesuaikan fitur dengan kebutuhan pengguna.
4. Tahap proses kreatif yang paling krusial dalam mengembangkan aplikasi ini, yaitu tahap implementasi ide. Tahap itu paling krusial karena ide tersebut akan menjadi sia – sia jika tidak diuji di lapangan. Dengan implementasi ini, developer bisa melihat apakah fitur tersebut benar – benar dibutuhkan dan memudahkan para pemilik kos atau tidak.
5. Strategi membangun brand agar lebih kuat dibandingkan kompetitor, yaitu dengan cara fokus pada keunggulan spesifik yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain dengan adanya fitur update data menggunakan chat bot. Selain itu, buat identitas brand dengan nama dan logo yang mudah diingat agar para mahasiswa/pekerja dapat dengan mudah mengenali brand itu sendiri.
6. Untuk menanamkan persepsi positif di benak konsumen, developer perlu menunjukkan keunggulan utama aplikasi yang tidak dimiliki oleh kompetitor secara

jelas. Tekankan manfaat dari fiturnya, misalnya: “Update kos cukup lewat chat, cepat dan mudah”.