

LAPORAN AKHIR
MAGANG & STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT
RevoU Tech Academy (Product, Data, Engineering & Marketing)
Di PT. Revolusi Cita Edukasi

Diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan

Program MSIB MBKM

oleh :

Fisabilia Adipati Ruslan 20200803062



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
2023

Nomor IA : 307/IA/BPKI-KS/SI/UEU/IX/2023

**LEMBAR PENGESAHAN
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

RevoU Tech Academy (Product, Data, Engineering & Marketing)

Di PT. Revolusi Cita Edukasi

oleh :

Fisabilia Adipati Ruslan 20200803062

Disetujui dan disahkan sebagai

Laporan Magang atau Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka

Jakarta, 2023

Pembimbing Magang atau Studi Independen

Program Sistem Informasi Universitas Esa Unggul



Anik Hanifatul Azizah, S.Kom, M.IM

NIP: 0417089101

LEMBAR PENGESAHAN
REVOU TECH ACADEMY (PRODUCT, DATA, ENGINEERING & MARKETING)

Di PT. Revolusi Cita Edukasi

oleh :

Fisabilia Adipati Ruslan 20200803062

Disetujui dan disahkan sebagai

Laporan Magang atau Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka

Kota, Jakarta

Penanggung Jawab *Section Manager* Khatulistiwa

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jihan Amela Balle', with a horizontal line underneath.

Jihan Amela Balle

REVOU-SAFT-756

Abstraksi

Perkembangan teknologi informasi dalam era globalisasi memiliki dampak signifikan pada bidang Pendidikan. Teknologi mendorong sektor Pendidikan untuk beradaptasi dengan tujuan meningkatkan kualitas Pendidikan. Program Magang dan Studi *Independen Bersertifikat* (MSIB) di *RevoU Tech Academy* adalah program persiapan karier yang komprehensif, memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar di luar program studi dengan jaminan konversi SKS yang diakui oleh perguruan tinggi. Program ini bertujuan untuk menyediakan pengalaman dunia profesi kepada mahasiswa dan menciptakan tenaga kerja yang profesional. PT. Revolusi Cita Edukasi menjadi salah satu mitra yang berkontribusi dalam mengasah pengetahuan mahasiswa. *RevoU Tech Academy*, sebagai *Online Learning*, bertujuan untuk mengembangkan karier siswa yang ambisius dengan memberikan keterampilan dan pendidikan baru yang dibutuhkan dalam akademi *digital*. Program MSIB *RevoU Tech Academy (Product, Data, Engineering & Marketing)* memberikan gambaran kepada peserta mengenai empat bidang besar: *Data analyst, Product management, Digital marketing, dan Software engineering*. Tujuan program MSIB ini adalah memberikan pemahaman mendasar mengenai *Data analyst, Product management, Digital marketing, dan Software engineering*, serta memberikan bekal *soft skill* yang penting untuk sukses di industri teknologi.

Kata kunci : *RevoU Tech Academy, Data Analyst, Product management, Digital marketing, Software engineering*.

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga Laporan MSIB dengan judul *RevoU Tech Academy (Product, Data, Engineering & Marketing)* Di PT. Revolusi Cita Edukasi, dapat diselesaikan dengan baik. Dengan selesainya Laporan Akhir Magang atau Studi *Independen Bersertifikat*. ini, tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta do'a dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini ingin sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan Laporan Akhir Magang atau Studi *Independen Bersertifikat*., ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ir. Arief Kusuma A.P., ST., MBA.,IPU, ASEAN Eng. Selaku Rektor Universitas Esa Unggul.
2. Ibu Dr. Vitri Tundjungsari, ST, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Muhamad Bahrul Ulum, S.Kom, M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Esa Unggul.
4. Ibu Anik Hanifatul Azizah, S.Kom, M.IM selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Esa Unggul dan Dosen Pembimbing Laporan Akhir Magang atau Studi *Independen Bersertifikat*.
5. Bapak Dr. Gerry Firmansyah, S.T., M.Kom selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komputer Universitas Esa Unggul.
6. Jihan Amela Balle selaku *Section Manager* pada *Section* Khatulistiwa serta mentor-mentor *RevoU Tech Academy* yang telah membimbing sehingga terselesaikan Studi *Independen* ini dengan baik.
7. Bapak Ruslan dan Ibu Diana Adipati selaku orang tua tercinta yang telah mendukung demi keberhasilan dalam proses penyelesaian Laporan Akhir Magang atau Studi *Independen Bersertifikat*. ini.
8. Aditya Akbar Prasteyo, Afrenda Khansa Tsaabitah, Anastasya Azzaharah Maharani Putri, Dyah Ayu Kusuma Wardhani, Fadly Rachman Drajad Juliantono, Latifatul Khamidah, Mohammad Hidayatullah, Nadzira Azzahrah, Nicky Leornadus Simbolon, Ratih Tri Lestari, Syafiatul Kamila, Ika Wulandari selaku anggota kelompok 4 *RevoU Tech Academy Section* Khatulistiwa yang telah memberikan kontribusinya sehingga terselesaikan dengan baik selama masa Studi *Independen* ini.
9. Adriel Savero, Agung Dwi Sahputra, Khalid Fadlilah, Mutiara Nur Alamsyah Atjamalia, dan Wiranata Sutoyo selaku teman-teman tercinta yang memberikan semangat dalam Menyusun Laporan Akhir Magang atau Studi *Independen Bersertifikat*. ini.

10. Seluruh keluarga tersayang yang senantiasa mendo'akan dalam penyelesaian Laporan Akhir Magang atau Studi *Independen* Bersertifikat. ini.
11. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikan pembuatan Laporan Akhir Magang atau Studi *Independen* Bersertifikat. yang tentunya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Kendari, 10 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fisabilia' followed by a stylized surname.

Fisabilia Adipati Ruslan
NIM. 2020-0803-062

Daftar Isi

LAPORAN AKHIR MAGANG & STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT	i
LEMBAR PENGESAHAN PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI UNIVERSITAS ESA UNGGUL	i
LEMBAR PENGESAHAN <i>REVOU TECH ACADEMY</i> (PRODUCT, DATA, ENGINEERING & MARKETING).....	ii
Abstraksi	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Lampiran.....	x
Bab I Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Lingkup	2
I.3 Tujuan	3
Bab II Profil PT. Revolusi Cita Edukasi.....	5
II.1 Struktur Organisasi	5
II.2 Lingkup Pekerjaan	6
II.3 Deskripsi Pekerjaan	6
II.4 Jadwal Kerja	7
Bab III <i>Capstone project</i>	9
<i>III.1 Data Analyst</i>	9
III.1.1 <i>Topik Project</i>	9
III.1.2 <i>Pelaksanaan Project</i>	9
III.1.3 <i>Kendala Project</i>	10
III.1.4 <i>Hasil Project</i>	10
<i>III.2 Product management</i>	16
III.2.1 <i>Topik Project</i>	16
III.2.2 <i>Pelaksanaan Project</i>	16
III.2.3 <i>Kendala Project</i>	17
III.2.4 <i>Hasil Project</i>	17

III.2.5 <i>Digital marketing</i>	32
III.2.6 <i>Topik Project</i>	32
III.2.7 <i>Pelaksanaan Project</i>	32
III.2.8 <i>Kendala Project</i>	33
III.2.9 <i>Hasil Project</i>	33
III.3 <i>Software engineering</i>	44
III.3.1 <i>Topik Project</i>	44
III.3.2 <i>Pelaksanaan Project</i>	44
III.3.3 <i>Kendala Project</i>	44
III.3.4 <i>Hasil Project</i>	44
Bab IV <i>Penutup</i>	49
IV.1 <i>Kesimpulan</i>	49
IV.2 <i>Saran</i>	49
Referensi	50

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi	5
Gambar 3. 1 <i>Bussiness Overview</i>	10
Gambar 3. 2 <i>Root Causes Analysis</i>	11
Gambar 3. 3 <i>Duplicate Data</i>	12
Gambar 3. 4 <i>Null Data</i>	12
Gambar 3. 5 <i>Format Data</i>	13
Gambar 3. 6 <i>Cleaning Data</i>	13
Gambar 3. 7 <i>Data Visualization With Google Studio</i>	14
Gambar 3. 8 <i>Workflow of Blibli</i>	19
Gambar 3. 9 <i>User Persona</i>	20
Gambar 3. 10 <i>User Journey Map</i>	20
Gambar 3. 11 <i>RICE Method</i>	22
Gambar 3. 12 <i>Project Timeline</i>	26
Gambar 3. 13 <i>User Flow</i>	29
Gambar 3. 14 <i>Lo-Fi</i>	30
Gambar 3. 15 <i>Future Initiation</i>	32
Gambar 3. 16 <i>Brand Breakdown</i>	35
Gambar 3. 17 <i>Custome Audience</i>	36
Gambar 3. 18 <i>LAL Adudience</i>	36
Gambar 3. 19 <i>Core Audience (a)</i>	37
Gambar 3. 20 <i>Core Audience (b)</i>	37
Gambar 3. 21 <i>Campaign Structure</i>	38
Gambar 3. 22 <i>Google Analytics for Competitor</i>	39
Gambar 3. 23 <i>Competitor Trebel</i>	40
Gambar 3. 24 <i>Competitor Spotify</i>	41
Gambar 3. 25 <i>Ads Creative-Core Audience</i>	43
Gambar 3. 26 <i>Ads Creative-LAL</i>	43
Gambar 3. 27 <i>Workflow of Weather App</i>	45
Gambar 3. 28 <i>Home Page of Weather App</i>	47
Gambar 3. 29 <i>Weather Page of Weather App</i>	47
Gambar 3. 30 <i>Our Team of Weather Page</i>	48

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Jadwal Studi Independen RevoU.....	8
Tabel 2. 2 Jadwal Harian Studi Independen RevoU	8
Tabel 2. 3 Jadwal Mingguan Studi Independen RevoU.....	8
Tabel 3. 1 <i>Reasoning & Problem Statement</i>	22
Tabel 3. 2 <i>PRD</i>	23
Tabel 3. 3 <i>Success Metrics</i>	25
Tabel 3. 4 <i>Key Features</i>	26
Tabel 3. 5 <i>Product Roadmap</i>	30
Tabel 3. 6 <i>Competitor Trebel</i>	40
Tabel 3. 7 <i>Competitor Spotify</i>	41

Daftar Lampiran

Lampiran A. <i>TOR</i>	50
Lampiran B. <i>Log Activity</i>	511
Lampiran C. Dokumen Teknik.....	677

Bab I

Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi saat ini tidak dapat diabaikan dan memiliki dampak signifikan pada bidang Pendidikan. Dengan adanya teknologi, mendorong sector Pendidikan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas Pendidikan.

Program Magang dan Studi *Independen* Bersertifikat (MSIB) merupakan program persiapan karier yang komprehensif dan memberikan kesempatan bagi Mahasiswa untuk belajar di luar program studi dengan jaminan konversi SKS yang diakui perguruan tinggi. (Dirjen Dikti, Nizam) mengatakan program MSIB ini untuk menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman dalam mengetahui dunia profesi dan menciptakan tenaga kerja yang professional. Terdapat banyak mitra yang ikut berkontribusi dalam mengasah pengetahuan mahasiswa, salah satunya di PT. Revolusi Cita Edukasi.

RevoU Tech Academy adalah *Online Learning* yang dibuat untuk mengembangkan karier dengan membekali siswa yang ambisius dengan keterampilan dan pendidikan baru yang dibutuhkan untuk keterampilan dan pendidikan baru yang dibutuhkan untuk akademi *digital* baru. Hal ini sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan yaitu “ *To make RevoU the most inspiring and career defining place to work in Southeast Asia and treat people based on where they want to be and what they can be*”.

Program MSIB *RevoU Tech Academy (Product, Data, Engineering & Marketing)* di selenggarakan untuk memberikan gambaran kepada peserta mengenai 4 bidang besar yaitu *Data analyst, Product management, Digital marketing, dan Software Engineering*.

I.2 Lingkup

Pada kegiatan Magang dan Studi *Independen* Bersertifikat (MSIB) di *RevoU Tech Academy* ini, kegiatan dan project yang akan dilakukan dengan 4 bidang, yaitu:

1. *Data analyst*

- a. Memahami dasar-dasar data analisis dan metode berpikir analitis.
- b. Memahami cara mengoperasikan perangkat data analisis.
- c. Memahami struktur data *environment* secara umum.
- d. Mengenal lebih dekat apa itu *cloud platform*, *big data analysis*, *machine Learning*, dan *data mining*
- e. Memahami apa itu data bias dan etika bisnis, *data privacy*, *data security*.
- f. Memahami bagaimana mempresentasikan keperluan bisnis untuk memandu proses analisa data dan mendesain data *project*.

2. *Product management*

- a. Memahami dasar-dasar *product management*.
- b. Memahami perbedaan antara visi perusahaan dan visi produk.
- c. Memahami Langkah yang diperlukan untuk mendefinisikan dan memprioritaskan pasar untuk suatu produk.
- d. Memahami konsep *market size* (TAM, SAM, SOM).
- e. Memahami proses dan metode *market research* dan mengidentifikasi masalah atau gap dari target pasar atau target persona.

3. *Digital marketing*

- a. Memahami dasar-dasar pemasaran dan aplikasinya dalam konteks *digital*.
- b. Memahami kerangka berpikir untuk menentukan channel marketing yang tepat serta menentukan tujuan dan sasaran sebuah campaign secara *digital*.

- c. Memiliki pengetahuan dasar mengenai *channel-channel* utama *Online marketing*.
 - d. Memahami pentingnya spesialisasi dalam dunia *digital marketing* dan apa yang diperlukan untuk menjadi “*T-shaped marketer*”.
 - e. Memahami pentingnya *strategic thinking* dan cara mengaplikasikannya dalam konteks *digital marketing*.
 - f. Memahami kerangka berpikir dalam mengambil keputusan dalam konteks *Online marketing*.
4. *Software engineering*
- a. Memahami dasar-dasar *computer science*, *software engineering*, dan *front-end development*.
 - b. Memahami dasar-dasar *web development* (HTML, CSS dan JavaScript).
 - c. Memahami cara penggunaan figma dan desain UI.
 - d. Memahami cara membuat *coding* dan *project* melalui *code editor*.
 - e. Memahami proses *publish* sehingga dapat diakses oleh *public* (*deployment*).

I.3 Tujuan

Adapun tujuan yang dicapai saat Magang dan Studi Independet Bersertifikat (MSIB) pada *RevoU Tech Academy* ini, yaitu:

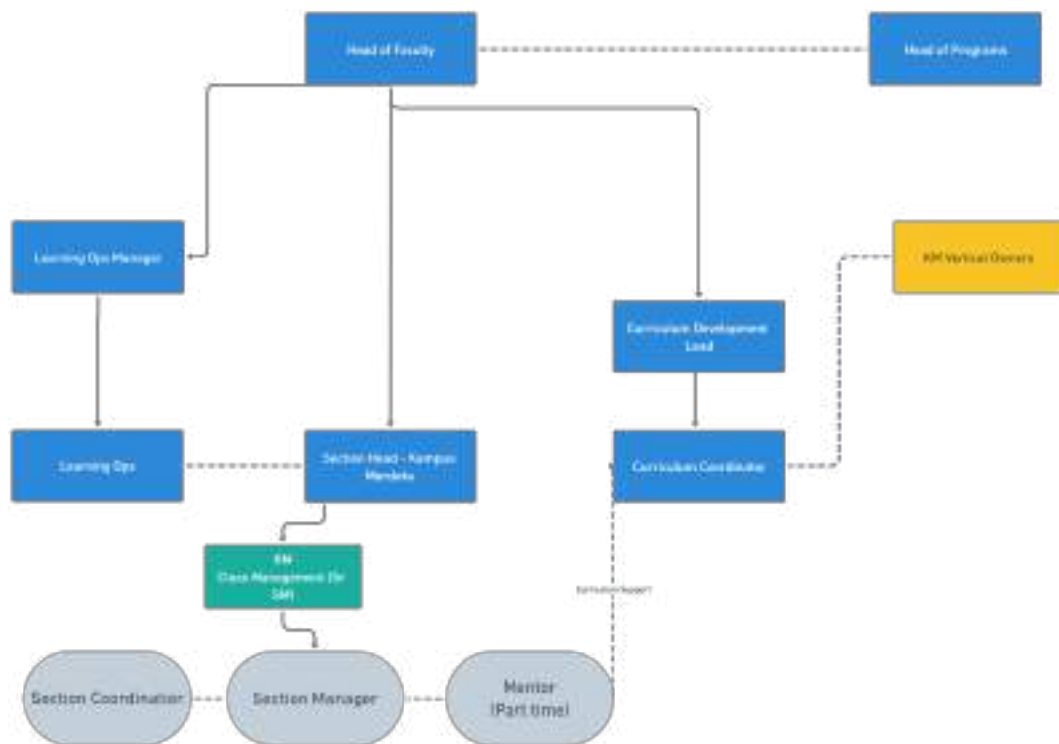
1. Memberikan pemahaman mendasar mengenai data dan metode analisisnya untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.
2. Memberikan pemahaman mendasar mengenai *product management* dan peran pentingnya dalam perusahaan teknologi.
3. Memberikan pemahaman mendasar mengenai *digital marketing* dan channel penting yang umum digunakan di industri.
4. Memberikan pemahaman mendasar mengenai *software engineering* dan aplikasinya dalam industri.

5. Memberikan bekal berupa *soft skill* yang penting dan dibutuhkan peserta untuk dapat sukses di *industry* teknologi.

Bab II

Profil PT. Revolusi Cita Edukasi

II.1 Struktur Organisasi



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi

Berdasarkan gambar diatas, berikut adalah penjelasan dari struktur organisasi pada PT. Revolusi Cita Edukasi:

1. Program Team

Program team ini sebagai penanggung jawab RevoU yang menjembatani hubungan kerjasama RevoU dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

2. Faculty Team

Tugas utamanya dari *faculty* team ini berkaitan dengan pengalaman belajar mahasiswa selama mengikuti MSIB di RevoU.

3. Operational Learning

Operational *Learning* disini sebagai pemeliharaan data dan penyiapan asset yang dibutuhkan selama program berlangsung.

4. *Curriculum Development*

Curriculum development sebagai tim yang merancang silabus dan kurikulum yang digunakan selama program berlangsung, termasuk tugas dan project akhir disetiap vertikalnya.

5. *Class Management*

Class management ini sebagai tim yang berhubungan langsung dengan siswa dan menjalankan operasi kelas sehari-hari.

6. *Section Manager (SM)*

Section Manager sebagai wali kelas yang memimpin perkuliahan, memberikan berbagai reminder untuk mahasiswa dan perbaikan kelas.

7. *Mentor*

Tugas dari *mentor* yaitu membantu mahasiswa dalam memahami materi dan memberikan sesi konsultasi terkait *capstone project* mahasiswa.

8. *Section Coordinator (SC)*.

Tugas dari *Section coordinator* yaitu memantau kinerja siswa, baik dari segi kehadiran, keaktifan, maupun perkembangan siswa selama mengikuti program (seperti bimbingan BK).

II.2 Lingkup Pekerjaan

Lingkup pekerjaan yang dilakukan dalam program Magang dan Studi Independet Bersertifikat pada PT. Revolusi Cita Edukasi terdiri dari pembelajaran mandiri (*self study*), diskusi grup (*peer-to-peer discussion*), pendampingan (*mentoring*), kuliah umum (*lecture*), tugas individu (*individual assignments*), dan tugas kelompok (*capstone project*). Dimana aktivitas tersebut dilakukan secara daring atau belajar dari rumah (*Learning from home*).

II.3 Deskripsi Pekerjaan

Pada *RevoU Tech Academy* terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan, berikut adalah rincian dari aktivitas tersebut:

1. Pembelajaran Mandiri (*Self study*)

Self study ini mempelajari *pre-lecture* materials yang telah diberikan oleh *Section Manager* melalui Slack dan Canvas secara mandiri. Materi yang diberikan berupa artikel, video, dan *deck* materi *lecture*.

2. Diskusi grup (*Peer-to-peer discussion*)

Pada diskusi grup dilakukan diskusi Bersama *Section Manager* dan mentor disetiap *vertical*, diaman topik yang didiskusikan berkaitan dengan materi yang dibahas.

3. Pendampingan (Mentoring)

Mentoring session ini dilakukan oleh mentor dan peserta, dimana kegiatan ini dilakukan sekali dalam seminggu sesuai jadwal yang di booking oleh captain team pada *calendly*. Adapun topik yang dibahas saat *mentoring session* yaitu *progress* dari pengerjaan *capstone project* team.

4. Kuliah umum (*lecture*)

Lecture dilaksanakan selama lima kali pertemuan dalam seminggu yaitu di hari Senin sampai dengan Jum'at pada jam 19.00 sampai dengan 21.00 Waktu Indonesia Barat secara daring melalui Zoom meeting. *Lecture* diikuti oleh seluruh peserta dan instruktur yang ahli dibidangnya sesuai dengan topik pembahasan. Adapun materi pembelajaran dalam *lecture* yaitu berkaitan dengan konsep, *real case*, dan demo.

5. Tugas individu (*individual assignments*)

Pada minggu pertama disetiap vertikal diwajibkan menyelesaikan tugas berupa intermediate assignment yang terdiri dari 20 soal pilihan ganda. Kemudian disetiap minggu berikutnya diwajibkan untuk mengisi individual assignment yang terdiri dari 25 soal pilihan ganda. Sedangkan untuk materi *career development*, diwajibkan untuk mengisi *pre-test* dan *post-test*.

6. Tugas kelompok (*capstone project*)

Capstone project ini terdapat pada setiap *vertical*, dimana tugas ini diselesaikan secara berkelompok. Di akhir *vertical*, tugas ini akan dipresentasikan kepada *faculty* RevoU.

II.4 Jadwal Kerja

Program magang dan studi *independen* bersertifikat pada PT. RevoU Citra Edukasi dilaksanakan mulai 20 Februari 2023 sampai dengan 30 Juni 2023.

Tabel 2. 1 Jadwal Studi Independen RevoU

No.	Waktu	Durasi	Materi
<i>Data analyst</i>			
1	Week 1	5 hari	<i>Understanding Business Problem</i>
2	Week 2	5 hari	<i>Data celaning & Basic SQL</i>
3	Week 3	5 hari	<i>Data visualization</i>
4	Week 4	5 hari	<i>Data Communication & Capstone project Data analyst</i>
<i>Product management</i>			
1	Week 1	5 hari	<i>Introduction to Product management</i>
2	Week 2	5 hari	<i>Research on Product management</i>
3	Week 3	5 hari	<i>Product Development</i>
4	Week 4	5 hari	<i>Stakeholder Management & Capstone project</i>
<i>Career Development</i>			
1			<i>Career Development</i>
<i>Digital marketing</i>			
1	Week 1	5 hari	<i>Digital marketing Measurement & Analytics</i>
2	Week 2	5 hari	<i>Content Marketing</i>
3	Week 3	5 hari	<i>Sosial Media Ads</i>
4	Week 4	5 hari	<i>Digital marketing Capstone project</i>
<i>Software engineering</i>			
1	Week 1	5 hari	<i>Introduction to FrontEnd Development Technologies</i>
2	Week 2	5 hari	<i>Javascript Implementation</i>
3	Week 3	5 hari	<i>Design and Deployment</i>
4	Week 4	5 hari	<i>Capstone project Software engineering</i>

Tabel 2. 2 Jadwal Harian Studi Independen RevoU

No.	Waktu	Durasi	Agenda
1	13.00–14.00 WIB	1 Jam	<i>Self study</i>
2	14.00-14.45 WIB	45 Menit	<i>Self study/team discussion</i>
3	19.00-21.00 WIB	2 Jam	<i>Lecture</i>

Tabel 2. 3 Jadwal Mingguan Studi Independen RevoU

No.	Waktu	Durasi	Agenda
1	13.00–14.00 WIB	1 Jam	<i>Self study</i>
2	14.00-14.45 WIB	45 Menit	<i>Self study/team discussion</i>

3	16.00-17.30 WIB	1 Jam 30 Menit	<i>Capstone team discussion</i>
4	19.00-21.00 WIB	2 Jam	<i>Lecture</i>
5	21.00-22.00 WIB	1 Jam	<i>Mentoring Session</i>

Bab III ***Capstone project***

III.1 Data Analyst

III.1.1 Topik Project

Melakukan analisis pada data penjualan suatu perusahaan guna untuk mengetahui apa yang terjadi dalam kinerja penjualannya serta bagaimana cara meningkatkan kinerja penjualan perusahaan.

III.1.2 Pelaksanaan Project

Dalam menyelesaikan *capstone project* ini dilakukan Kerjasama tim. Di mana setiap anggota mendapatkan bagian untuk menyelesaikan tugas berdasarkan jobdesk yang sudah ditentukan oleh captain tim. Adapun tahap pengerjaan yang dilakukan sudah sesuai dengan tahapan *analysis* yaitu:

1. Problem definition & planning

Pada *problem definition & planning*, dilakukan beberapa tahapan yaitu:

- a. Menentukan *business overview*.
- b. Menentukan *problem statement*.
- c. Melakukan Root Causes Analysis untuk mendapatkan *metrics*.
- d. Menentukan *metrics* dari masalah yang ada.

2. Data celaning

Pada *data celaning*, dilakukan beberapa tahapan yaitu:

- a. Menganalisis tipe data tiap kolom.
- b. Melakukan *remove duplicate* pada data.
- c. Merubah format tipe data.
- d. Memvalidasi data kemudian *filtering outlier*.

3. Data visualization & communication.

Pada *data visualization & communication*, dilakukan beberapa tahapan yaitu:

- a. Menyajikan data dalam bentuk visualisasi dengan menggunakan *tools* yaitu *google studio*.
- b. Menentukan *insight* di setaip *metrics*.

- c. Menentukan rekomendasi berdasarkan *insight* yang telah ditentukan.

III.1.3 Kendala *Project*

Dalam menyelesaikan *capstone project* data analysis ini terdapat beberapa kendala yang dihadapi, yaitu:

1. Kesulitan dalam menentukan *metrics*.
2. Kesulitan dalam melakukan *finding outliers* pada bagian *data cleaning*.
3. Kurang paham dalam penggunaan *google studio* saat *data visualization*, sehingga perlu beberapa waktu untuk menyesuaikan.

III.1.4 Hasil *Project*



Gambar 3. 1 Bussiness Overview

Pada gambar di atas terdapat bahwa *business overview* dimana Perusahaan XYZ adalah perusahaan yang bergerak pada penjualan barang elektronik, perlengkapan kantor, dan *furniture*. Perusahaan XYZ berlokasi di Kanada dan memiliki target *market* di beberapa provinsi Kanada, seperti British Columbia, Ontario, Quebec, Saskatchewan dll. Dalam 4 tahun terakhir, profit mengalami penurunan di tahun 2010 sebesar 17,8% (0,32 juta), lalu pada tahun 2011 mengalami penurunan lagi sebesar 2% (0,031 juta). Namun pada tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar 6,2% (0,089 juta). Dengan *business overview* tersebut, didapatkan sebuah *problem*

statement yaitu bagaimana cara meningkatkan profit penjualan sebesar 11,2% dalam waktu 2 tahun?

Pada permasalahan tersebut kami menggunakan *Root Causes Analysis* seperti yang telah dijelaskan dalam gambar 4. sebagai alat bantu kami memahami permasalahan serta faktor problem itu terjadi. Terdapat 2 permasalahan yang berasal dari faktor pelanggan yaitu pelanggan menurun dikarenakan rendahnya minat beli di beberapa region dan kurangnya efektivitas diskon pada produk. Dan permasalahan *unit sold* tersebut karena jumlah transaksi yang menurun karena kurangnya kegiatan promosi. Dan jumlah produk yang terjual menurun dikarenakan penetapan harga jual yang tinggi dan kurangnya stok barang yang paling diminati.



Gambar 3. 2 Root Causes Analysis

Adapun *metrics* yang dapat diambil setelah melakukan *Root Causes Analysis* yaitu sebagai berikut:

- Profit /region* : *total profit* setiap region berdasarkan *product category*.
- Order Quantity/tahun* : *total order quantity* yang didapatkan setiap tahun
- Discount/product category*: rata-rata *discount* disetiap *product*
- Order quantity/product category*: *total order quantity/product category*
- Region, order quantity& product category*: *total order quantity/product category* tiap *region*.

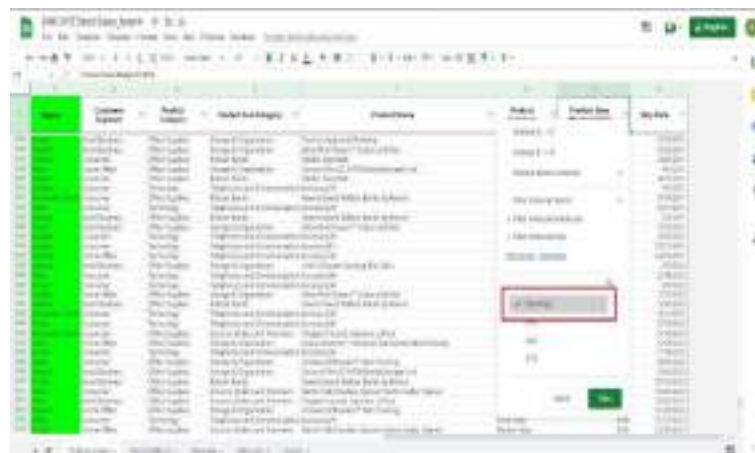
Setelah mengetahui *metrics* apa yang akan digunakan, selanjutnya kami melakukan data cleaning. Ada beberapa tahapan pada data cleaning antara lain *Duplicate Data*, null data, data format,

dan *removing outliers* sebagaimana yang dijelaskan pada gambar di bawah ini.



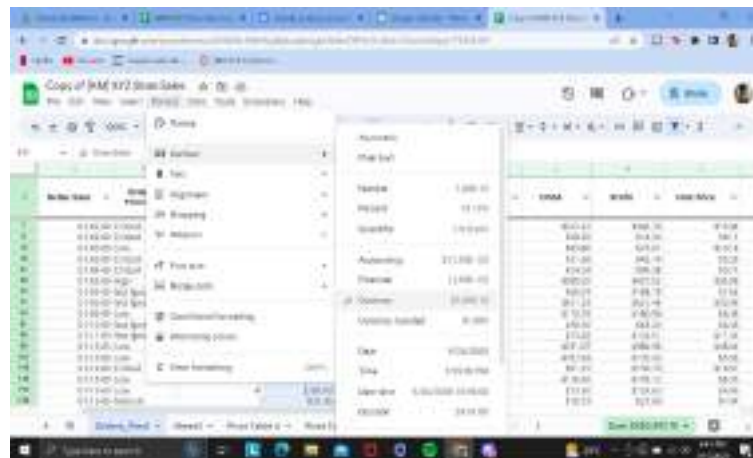
Gambar 3. 3 Duplicate Data

Pada gambar diatas, merupakan tahapan *Duplicate Data*. Di mana tahap ini dilakukan agar mencegah terjadinya data yang sama atau berulang pada data set yang akan dianalisis.



Gambar 3. 4 Null Data

Pada gambar di atas, dilakukan penghapusan data yang kosong pada kolom data set yang bertujuan agar tidak mempengaruhi analisis data karena adanya data yang kosong saat memvisualisasikannya.



Gambar 3. 5 Format Data

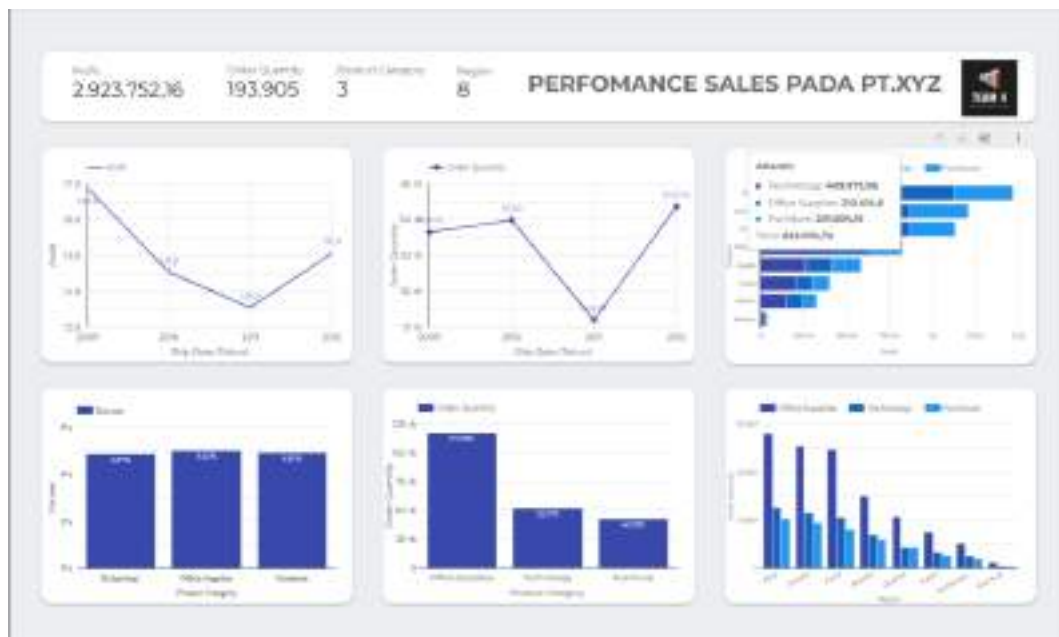
Pada gambar di atas yaitu tahapan di mana mengubah *Format Data* di beberapa kolom yang berbeda menjadi format yang sama agar tampilan data mudah dipahami.



Gambar 3. 6 Cleaning Data

Pada gambar di atas yaitu tahapan *removing outliers*. Di mana data yang terdeteksi memiliki outlier saja yang dihilangkan. Pada tahap ini kami menggunakan *interquartile range* untuk membersihkan *data outlier*.

Setelah data set bersih, selanjutnya dilakukan data visualisasi sesuai dengan *metrics* yang telah ditentukan.



Gambar 3. 7 Data Visualization With Google Studio

Gambar di atas merupakan hasil dari *data visualization* dengan menggunakan *google studio* sebagai *tools*nya. Adapun *insight* yang didapatkan dari hasil visualisasi di atas yaitu sebagai berikut:

a. *Metric total profit product category /region*

Pada metric ini digunakan stacked bar chart sebagai tipe chartnya dengan isi profit kategori produk/ region. Bisa dilihat dalam 4 tahun terakhir region west ini meraih profit tertinggi, sedangkan region nuvanut memperoleh region terendah dalam 4 tahun terakhir dibanding region lainnya. Dan kategori produk teknologi menjadi kategori produk dengan profit terbesar dalam 4 taun terakhir. Alasan menggunakan chart ini agar bisa melihat region mana yang melakukan penjualan terbanyak dan produk kategori yang paling diminati itu yang mana.

b. *Metric total order quantity/tahun*

Pada metric ini digunakan line chart sebagai tipe chartnya. *Insight*nya *order quantity* tertinggi ada pada tahun 2012 yaitu 54,4 ribu produk. Dan terendah pada tahun 2011 yaitu 51,2 ribu produk. Pada 2011-2012 meningkat 3.167 produk. Alasan menggunakan chart ini agar mengetahui jumlah produk yang terjual setiap tahun dan menjadi bahan pertimbangan produk mana yang dilanjutkan atau di stop apabila tidak laku dipasaran.

c. *Metric discount/product category*

Pada *metric* ini digunakan *bar chart* sebagai tipe *chart*nya. Rata rata diskon yang diberikan untuk setiap kategori produk hampir sama. Selisihnya hanya sekitar 0,1 dan 0,2%. Dan rata2 produk dengan diskon tertinggi adalah *office supplies* yaitu sebesar 5,02%. Kami menggunakan *metric* dan *chart* ini agar kami bisa mengetahui efisiensi diskon apakah tepat dilakukan di beberapa kategori dan apabila tidak tepat strategi dengan diskon ini bisa di hentikan.

d. *Metrics total order quantity/product category*

Pada *metric* ini digunakan tipe *chart* yaitu *bar chart*. *Product category office supplies* adalah produk yang banyak dipesan oleh konsumen yaitu sebanyak 117.816 juta. Dan kategori furniture dengan jumlah 43,19 juta produk pesanan, menjadi kategori dengan pesanan terendah. Alasan menganalisis ini adalah ingin mengetahui produk yang paling diminati dan kurang diminati, agar bisa menentukan langkah selanjutnya produk manakah yang harus kita tingkatkan persediaannya dan produk mana yang hanya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

e. *Metrics total order quantity/product category* setiap *region*

Pada *metric* ini digunakan tipe *chart* yaitu *grouped bar chart*. *Insightnya* adalah produk yang paling banyak terjual di setiap *region* adalah *office supplies*. *Region west* menjadi *region* dengan *total order quantity* terbanyak. Dan *region nunavut* adalah *region* dengan *total order quantity* terendah. Kami menganalisis dan menggunakan *chart* ini untuk kita bisa memfokuskan 3-4 *region* yang banyak agar memaksimalkan penjualan di daerah tersebut, 2-3 *region* terendah bisa diawasi tidak dihentikan karena sedikitpun masih penjualan.

Dari *insight* yang telah didapatkan, berikut adalah rekomendasi yang diberikan pada setiap *metrics*:

a. *Profit*

- 1) Membuat penawaran *attractive* untuk meningkatkan penjualan seperti *bunding* produk *top sales* dengan produk *underrated*.
- 2) Membuat *campaign* produk.

b. *Order quantity*

- 1) Meningkatkan efisiensi kebutuhan produksi dengan memaksimalkan produk *top sales* dan meminimalisasi produk *underrated*.

c. *Discount and product category*

- 1) Memaksimalkan efektivitas diskon serta memberikan penawaran yang meningkatkan loyalitas konsumen seperti *membership*.
- 2) Membuat *bundle package* (paket diskon).
- d. *Order quantity and product category*
 - 1) Menambah jumlah ketersediaan barang yang paling diminati.
 - 2) Memvariasikan pilihan produk yang paling diminati.
- e. *Region, order quantity, and product category*
 - 1) Meningkatkan kualitas dari produk dan pelayanan pada daerah dengan tingkat penjualan terendah.

III.2 Product management

III.2.1 Topik Project

Melakukan analisis yang terdiri dari *product objectives*, *User Persona*, dan *customer journey maps* pada kondisi suatu aplikasi yaitu Blibli.com.

III.2.2 Pelaksanaan Project

Dalam menyelesaikan *capstone project product management* ini dilakukan Kerjasama tim. Di mana setiap anggota mendapatkan bagian untuk menyelesaikan tugas berdasarkan jobdesk yang sudah ditentukan oleh captain tim. Adapun tahap pengerjaan yang dilakukan yaitu:

1. Menjelaskan tentang aplikasi Blibli.com, bagaimana product itu bekerja, serta tujuan dari product tersebut.
2. Menjelaskan secara singkat pangsa pasar *product* menggunakan TAM, SAM, dan SOM *framework*.
3. Melakukan pembuatan *User Persona* dengan hipotesis tentang bagaimana situasi tersebut dapat terjadi dalam situasi nyata.
4. Melakukan pembuatan *customer journey map* yang terkait dengan *product*.
5. Melakukan survei atau wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi pelanggan selama menggunakan product tersebut.
6. Melakukan pengumpulan potensial *customer* dan *customer research*.
7. Membuat daftar *pain point* yang dialami pengguna saat menggunakan *product*.

8. Memprioritaskan masalah dan memberikan alasan mengenai prioritas tersebut.
9. Menentukan solusi berdasarkan prioritas/*research* yang telah dilakukan.
10. Melakukan pembuatan *PRD* yang terdiri dari komponen temuan pada *research*.

III.2.3 Kendala *Project*

Dalam menyelesaikan *capstone project product management* ini terdapat kendala yang dihadapi, yaitu:

1. Kesulitan dalam menentukan TAM, SAM, dan SOM karena kurang paham dalam perhitungannya.

III.2.4 Hasil *Project*

Dalam pengerjaan *capstone project data analysis* ini didapatkan hasil *project* sebagai berikut:

1. *Understanding the product*

a. *Definition the product*

Blibli.com merupakan anak perusahaan Djarum di bidang *digital* yang didirikan pada tahun 2010. Blibli merupakan perusahaan *e-commerce* asli Indonesia yang fokus dalam membangun ekosistem berbelanja pilihan konsumen dan institusi melalui *platform* perdagangan *omnichannel* yang aman untuk setiap gaya hidup yang terpercaya.

b. Visi dan misi

Visi : menjadi penyedia aplikasi *digital* yang terpercaya dan memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi pelaku bisnis.

Misi : Berkomitmen melayani pelaku bisnis untuk kebutuhan transaksi jual beli dengan harga yang kompetitif, layanan yang dapat dipercaya, serta pengiriman yang cepat dan aman.

c. Cara Kerja Blibli

Blibli.com merupakan bisnis *e-commerce* dengan konsep *Online shopping mall B2C (Business to Customer)* proses penjualan produk dan jasa secara langsung dari bisnis ke konsumen serta pelayanan *B2B business to business* yang melayani transaksi antar perusahaan. Hal ini dapat memudahkan pelaku bisnis menjual dan bertransaksi dengan mudah dan nyaman.

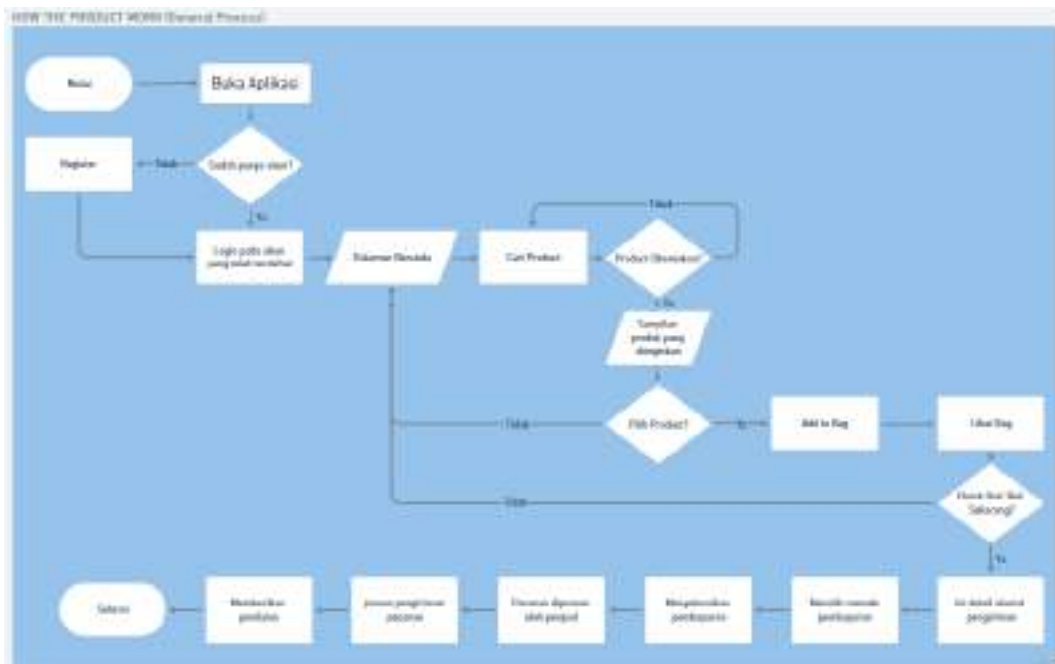
d. Tujuan Produk

Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar). Transaksi *online* yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual melalui media *digital* dan tidak terbatas jarak dan waktu. Selain itu dapat menyediakan informasi secara lengkap yang dapat diakses setiap waktu sehingga konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan. Serta memberdayakan pertumbuhan ekonomi *digital* bagi para pengusaha.

e. *Workflow product*

- 1) Pastikan kamu sudah punya akun dan sudah masuk ke akun Blibli kamu. Kamu bisa mulai cari dan pilih produk yang kamu inginkan.
- 2) Klik “Beli sekarang” untuk langsung melanjutkan ke proses checkout atau klik “Tambah ke *Bag*” jika kamu masih ingin menambah produk lainnya.
- 3) Periksa lagi produk yang kamu beli dalam *Bag* kamu. Kalau kamu sudah selesai belanja, klik tombol “*Checkout*”.
- 4) Isi alamat pengiriman dan pilih jenis pengiriman yang kamu inginkan, lalu klik “Lanjut”.
- 5) Pilih metode pembayaran kemudian klik tombol “Bayar sekarang”.
- 6) Lanjutkan ke proses Pembayaran.

Agar lebih jelas dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. 8 Workflow of Blibli

2. User persona dan user journey maps

a. Describing product's market share using TAM, SAM, and SOM

1) TAM (Total Available Market)

- Nilai ekonomi digital Asia Tenggara (*e - Conomy SEA 2022 by Google, Temasek and Bain Company*)
- Proporsi pendapatan perusahaan : 67,52% (dataindonesia.id)
- $TAM = \$ 194 \text{ billion} \times 67,52\% = \$ 131 \text{ billion}$

2) SAM (Serviceable Available Market)

- Proporsi pendapatan perusahaan e-commerce di Indonesia. (statista.com)
- $SAM = \$ 131 \text{ billion} \times 45\% = \$ 59 \text{ billion}$

3) SOM (Serviceable Obtainable Market)

- Market share Blibli dari pesaing. (data.goodstats.id)
- $SOM = \$ 59 \text{ billion} \times 3\% = \$ 1,77 \text{ billion}$

b. User persona and journey map



Gambar 3. 9 User Persona



Gambar 3. 10 User Journey Map

3. Doing product research to validate findings

a. Research background

Berdasarkan *review customer* pada aplikasi Blibli, ditemukan bahwa sering terjadi *error* pada saat melakukan pembayaran. *Customer service* yang dimiliki oleh Blibli juga tidak membantu *customer* terkait kendala yang dimiliki. Selain itu ada beberapa masalah lain diantaranya *refund* atau

pengembalian dana pesanan yang dibatalkan dan *paylater* yang sering bermasalah.

b. *Research objective*

- 1) *Methodology : survey gform*
- 2) *TImeline: 2- 6 April 2023*
- 3) *Sample size : Min. 30 respondent*
- 4) *Participant Criteria*
 - a) *User persona*
 - b) Rentang umur 18-30
 - c) *Female/Male*
 - d) Pekerjaan
 - e) Pernah menggunakan aplikasi blibli (hanya pernah mengunduh)
- 5) *Deliverables*

Penyebaran *Google form* mulai tanggal
2 April-5 April 2023, *in-depth interview*
dilakukan tanggal 6 April 2023

c. *Research result*

- 1) 97,6% Responden berusia 17-24 Tahun
- 2) 56,1% Responden adalah laki-laki
- 3) 87,8% Responden merupakan Pelajar/Mahasiswa
- 4) 95,1% Responden menggunakan aplikasi Blibli
- 5) 61,5% Responden menggunakan aplikasi Blibli kurang dari 3 kali
- 6) 12,8% Responden tidak menggunakan hampir keseluruhan aplikasi Blibli
- 7) 2,6% Responden merasa bahwa Blibli tidak memberikan informasi yang lengkap terkait produk yang dijual
- 8) 5,1% Responden merasa kesulitan dalam pencarian produk yang diinginkan di aplikasi Blibli
- 9) 76,9% Responden merasa ulasan pengguna lain yang tertera kurang menjelaskan secara visual
- 10) 12,8% Responden merasa Blibli tidak memberikan informasi yang lengkap mengenai promo dan diskon yang tersedia
- 11) 10,3% Responden merasa sulit saat menggunakan promo pada aplikasi Blibli

- 12) 2,6% Responden merasa Blibli memberikan informasi yang lengkap terkait sistem pembayaran yang digunakan
- 13) 2,6% Responden merasa tidak puas dengan metode pembayaran yang disediakan blibli
- 14) 20,5% Responden tidak berminat untuk menggunakan kembali aplikasi Blibli untuk berbelanja *Online*
- 15) 20,5% Responden tidak merekomendasikan aplikasi Blibli kepada orang lain

4. Problem Priorotisation

a. List out the pain point from the survey

- 1) Pencarian barang yang tidak relevan
- 2) *Error* saat melakukan pembayaran
- 3) Jumlah stok barang tidak diketahui
- 4) *Voucher* diskon tidak bisa digunakan
- 5) *Customer care* tidak memecahkan masalah
- 6) Tidak mendapatkan kode OTP

b. RICE Method

Problems (Statement)	Benefit		Impact				Consequence		Effort				RICE Score	Rank
	Value	Score 0-10	Value Impact		Benefit Impact		Negative Impact		Amount & Impact Effort (High/Low)		Amount & Impact Effort (High/Low)			
			Value	Score 0-10	Value	Score 0-10	Value	Score 0-10	Value	Score 0-10	Value	Score 0-10		
Find most appropriate products	High Quality, Value Low	5	Product that meets user's need	5	10% - 20% increase revenue	1	The increased direct feedback regarding the product from the customer	5	2 days	5	Need medium human resources + medium staff expenditure	5	100	1
Monitor status total area operations	High Quality, Value Low	5	Good know the important of maintenance area	5	15% - 20% increase revenue	1	The increased direct feedback regarding the product from the customer	5	1 day	5	Need medium human resources + medium staff expenditure	5	100	2
Total merchandise area (ERP)	High Quality, Value Low	5	Product that meets user's need	5	10% increase revenue	1	The increased direct feedback regarding the product from the customer	5	2 days	5	Need medium human resources + high staff expenditure	4	100	3
Manage buying team member	High Quality, Value Low	5	Good know the important of marketing area	5	10% - 15% increase revenue	1	The increased direct feedback regarding the product from the customer	5	1 day	5	Need medium human resources + medium staff expenditure	5	100	4
Control price buying team member	High Quality, Value Low	5	Good know the important of marketing area	5	10% - 15% increase revenue	1	The increased direct feedback regarding the product from the customer	5	1 day	5	Need medium human resources + medium staff expenditure	5	100	5
Customer last total merchandise member	High Quality, Value Low	5	Good know the important of marketing area	5	10% increase revenue	1	The increased direct feedback regarding the product from the customer	5	Car On time expenditure	1	Need medium human resources + medium staff expenditure	5	100	6

Gambar 3. 11 RICE Method

c. Reasoning & Problem Statement

Tabel 3. 1 Reasoning & Problem Statement

The problem	Pengguna Blibli merasakan kesulitan saat melakukan pembayaran
Problem Statement	How might we increase the payment system to the apps for user so that user can do their payment easily

<i>Reason</i>	dari 41 survey responden, 25,6% menyatakan bahwa sering terjadi error saat ingin melakukan pembayaran. Dan divalidasi oleh beberapa responden yang diwawancarai lebih dalam.
<i>List of solution</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memperbaiki sistem agar user Blibli tidak kesulitan dalam melakukan pembayaran - Menambah fitur transfer <i>universal</i> untuk Blipay - Memperbanyak fitur top up untuk Blipay - Menambah kebijakan scan KTP untuk akses penuh Blibli

5. Product requirement document

Tabel 3. 2 PRD

<i>Target Release</i>	April 23
<i>Epic</i>	<i>Improve the blipay payment feature to facilitate various payment transactions.</i>
<i>Document Status</i>	FINAL
<i>Document Owner</i>	@Team4
<i>Designer</i>	Mohammad Hidayat
<i>Tech Lead</i>	Aditya
<i>QA Lead</i>	Latifa Khamidah
<i>Stakeholders</i>	<i>Finance, Software Engineer, Marketing, UI/UX, Data, QA</i>

a. Objective

Blibli akan memfokuskan pada peningkatan pelayanan dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan. Langkah ini akan dilakukan dengan melakukan perbaikan fitur pembayaran dan menyediakan metode pembayaran yang lebih lengkap dan mudah digunakan.

Diharapkan bahwa perbaikan fitur pembayaran tersebut dapat menjadi salah satu pemicu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menghasilkan kinerja bisnis yang lebih baik bagi Blibli.

b. Problem Statement

Berdasarkan hasil survei terhadap 41 responden, ditemukan bahwa 25,6% diantaranya mengalami kesulitan dalam melakukan pembayaran dan beberapa narasumber merasa tidak puas dengan metode pembayaran yang disediakan oleh Blibli.

Bagaimana cara mengoptimalkan sistem pembayaran sehingga pengguna dapat menggunakannya dengan mudah?

c. High Level Approach

Hal yang bisa kita lakukan untuk mengatasi masalah ini dengan memperbaharui sistem pembayaran dan menambahkan fitur transfer universal dan *top-up* pada Blipay serta menambahkan kebijakan scan KTP untuk memvalidasi identitas diri dan mendapatkan akses penuh menggunakan Blipay. Fitur ini akan memastikan sistem pembayaran Blibli berjalan dengan baik. Dengan perubahan ini, pengguna diharapkan lebih mudah melakukan pembayaran menggunakan Blipay serta dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan menghasilkan kinerja yang lebih baik bagi Blibli.

d. Hypothesis

Berdasarkan hasil studi analisis, kami percaya dengan beberapa *improvement* berikut akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan:

- 1) Memperbaharui sistem pembayaran agar user Blibli tidak kesulitan dalam melakukan pembayaran.
- 2) Menambah fitur transfer universal untuk Blipay.
- 3) Memperbanyak fitur *top-up* untuk Blipay.

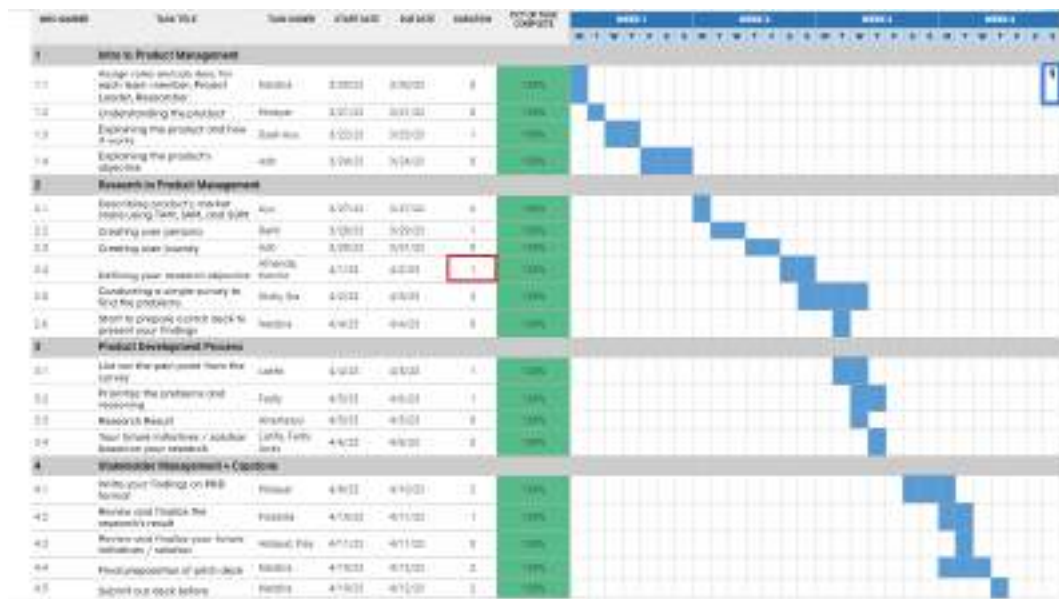
- 4) Menambah kebijakan *scan* KTP untuk akses penuh transaksi menggunakan Blipay.

e. Success Metrics

Tabel 3. 3 Success Metrics

<i>Goal</i>	<i>Metric</i>	<i>Current</i>	<i>Target</i>
<i>Improve ease of payment system for blibli user</i>	<i>customer satisfaction rating for payment system</i>	<i>74%</i>	<i>77%</i>
<i>Increase usage of blipay</i>	<i>number of transaction using blipay</i>	<i>500 transaction per month</i>	<i>700 transaction per month</i>
<i>Improve convenience of blipay top-up</i>	<i>customer satisfaction rating for blipay top-up process</i>	<i>65%</i>	<i>66%</i>
<i>improve security of blibli transaction</i>	<i>number of fraud cases reported by customers</i>	<i>10 cases per month</i>	<i>7 cases per month</i>

f. Project Timeline



Gambar 3. 12 Project Timeline

g. Requirements

1) Key Features

Tabel 3. 4 Key Features

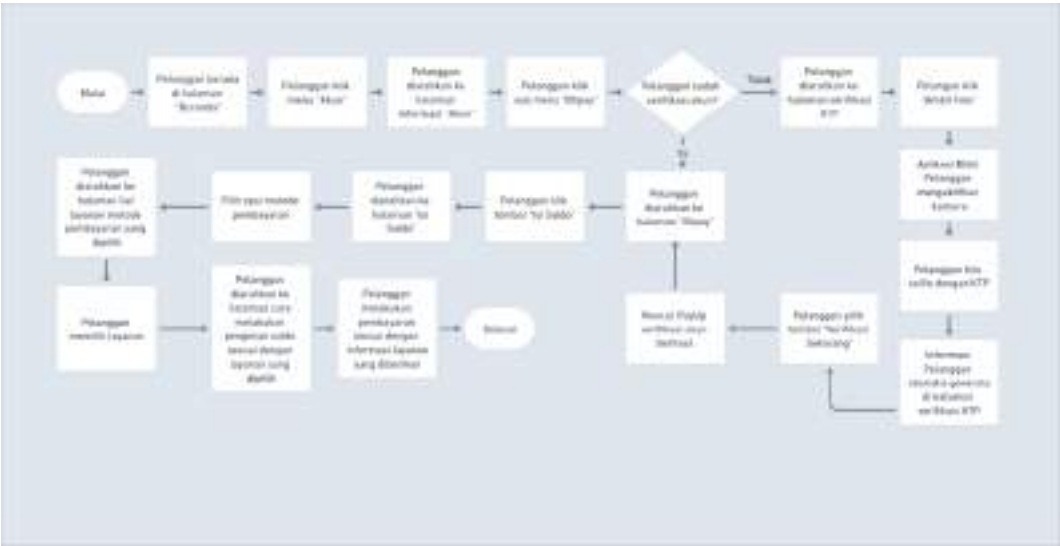
Title	User Stories	Acceptance Criteria
Sistem Pembayaran	Sebagai Pelanggan, Saya ingin melakukan pembayaran lebih mudah dan lebih cepat.	<p>Halaman checkout Blibli disediakan untuk memudahkan proses pembayaran bagi pengguna.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna hanya perlu mengklik tombol beli sekarang dan diarahkan ke halaman checkout. 2. Pada halaman checkout, pengguna dapat melihat deskripsi produk, informasi voucher, alamat dan opsi pengiriman, pilihan metode pembayaran, dan rincian pembayaran. 3. Setelah kebutuhan checkout terpenuhi, pengguna hanya perlu mengklik tombol bayar sekarang dan diarahkan ke halaman detail pesanan.

		<p>4. Di halaman tersebut, pengguna dapat melihat informasi tentang pembayaran dan produk yang telah dipesan.</p> <p>5. Blibli menyediakan opsi untuk melanjutkan atau membatalkan pembayaran.</p> <p>6. Halaman checkout yang simpel dan efisien ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan kinerja bisnis Blibli.</p>
Blipay Tarik Saldo	Sebagai Pengguna, Saya ingin saldo Blipay saya dapat ditarik ke berbagai layanan dan bank.	<p>Pengguna Blipay ingin dapat mentransfer saldo Blipay ke berbagai layanan dan bank.</p> <p>1. Dengan adanya fitur transfer saldo Blipay, pengguna dapat mentransfer saldo dengan mudah dan efisien.</p> <p>2. Pengguna dapat memilih layanan atau bank yang ingin dituju dan memasukkan jumlah saldo yang ingin ditransfer.</p> <p>3. Setelah proses transfer selesai, pengguna akan mendapatkan notifikasi mengenai status transfer tersebut.</p> <p>4. Dengan fitur transfer saldo Blipay yang mudah dan efisien, diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengelola saldo Blipay mereka</p>
Blipay Topup	Sebagai Pengguna, Saya ingin mengisi saldo Blipay saya dengan berbagai metode.	<p>Pengguna Blipay ingin dapat mengisi saldo Blipay dengan berbagai metode pembayaran. Dengan adanya fitur pengisian saldo Blipay yang fleksibel, pengguna dapat memilih metode pembayaran yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode pembayaran yang disediakan termasuk transfer bank, kartu kredit, e-wallet, dan lain sebagainya. 2. Setelah pengguna memilih metode pembayaran yang diinginkan, pengguna dapat mengikuti instruksi yang diberikan untuk menyelesaikan proses pengisian saldo. 3. Setelah proses pengisian saldo selesai, pengguna akan mendapatkan notifikasi mengenai status pengisian saldo tersebut. 4. Dengan fitur pengisian saldo Blipay yang fleksibel dan mudah digunakan, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengelola saldo Blipay mereka.
Akses Blipay	Pengguna Blipay ingin dapat mengakses akun Blipay mereka dengan verifikasi KTP sebagai salah satu upaya keamanan.	<p>Dengan adanya fitur verifikasi KTP, pengguna dapat memastikan bahwa hanya mereka yang memiliki akses ke akun Blipay mereka.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk melakukan verifikasi KTP, pengguna harus mengunggah foto KTP mereka dan melakukan verifikasi wajah untuk memastikan keaslian pengguna. 2. Setelah proses verifikasi selesai, pengguna dapat menggunakan akun Blipay mereka dengan akses yang lebih aman dan terjamin. 3. Dengan fitur verifikasi KTP untuk akses Blipay, diharapkan dapat memberikan keamanan ekstra bagi pengguna dan mencegah terjadinya tindakan

		penipuan atau akses tidak sah ke akun Blipay.
--	--	---

2) *User Flows*



Gambar 3. 13 User Flow

3) *User Design & Interaction (Lo-Fi)*



Gambar 3. 14 Lo-Fi

h. Release Plan

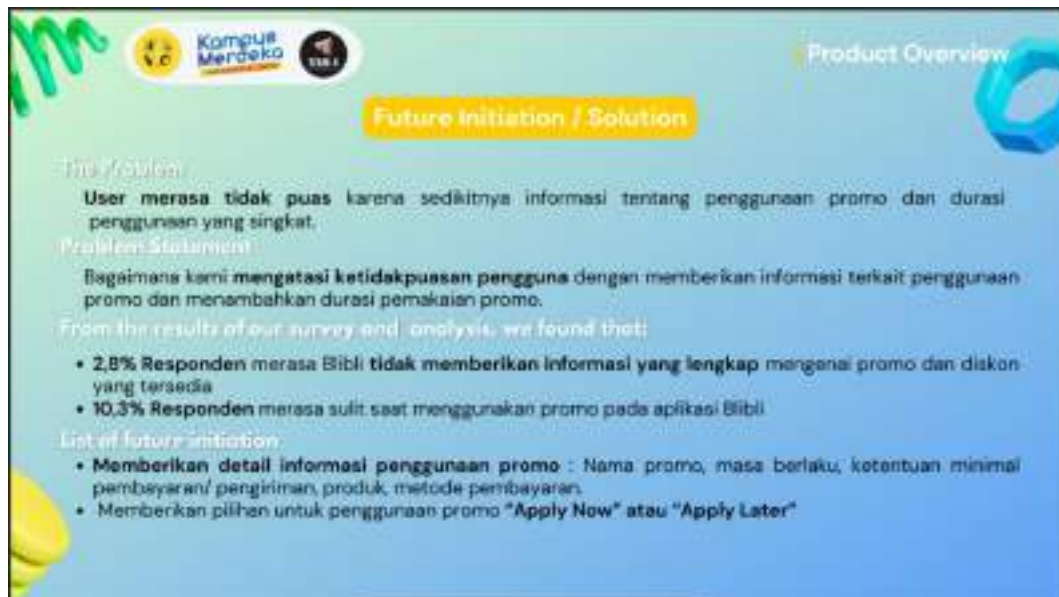
1) *Product Roadmap*

Tabel 3. 5 *Product Roadmap*

<i>date</i>	17 - 21 april 2023	24 - 28 april 2023	1 - 5 mei 2023	8 - 12 mei 2023	15 - 19 mei 2023	22 - 26 mei 2023	status
<i>name</i>	<i>improvement of payment system</i>	<i>universal transfer for blipay</i>	<i>top-up improvement for blipay</i>	<i>KTP verification for full access</i>	pencarian barang yang lebih relevan	voucher diskon mudah digunakan	
<i>goal</i>	meningkatkan kemudahan	meningkatkan penggunaan	meningkatkan kenyamanan	meningkatkan keamanan	meningkatkan relevansi	memudahkan penggunaan	

	han sistem pembayaran untuk pengguna blibli	naan blipay	anan pengisian saldo blipay	n platform blibli	i hasil pencarian barang	na untuk menggunakan voucher diskon	
<i>feature</i>	memperbaiki sistem pembayaran agar user blibli tidak kesulitan dalam melakukan pembayaran	menambah fitur transfer universal untuk blipay	memperbanyak fitur top up untuk blipay	menambah kebijakan scan KTP untuk akses penuh blibli	menambahkan filter pencarian berdasarkan harga, merek, dan kategori	menambahkan opsi penggunaan voucher pada halaman pembayaran	
<i>metric</i>	rating kepuasan pelanggan untuk sistem pembayaran	jumlah transaksi menggunakan blipay	rating kepuasan pelanggan untuk proses pengisian saldo blipay	jumlah kasus penipuan yang dilaporkan oleh pelanggan	jumlah pengguna yang menemukan barang yang dicari dalam 3 hasil pencarian pertama	jumlah pengguna yang berhasil menggunakan voucher	

6. Future intiation



Gambar 3. 15 Future Initiation

III.2.5 Digital marketing

III.2.6 Topik Project

Melakukan pembuatan *content* dan *campaign plan* untuk *brand* Joox, tujuannya yaitu untuk meningkatkan *awareness* dari *brand* tersebut.

III.2.7 Pelaksanaan Project

Dalam menyelesaikan *capstone project digital marketing* ini dilakukan Kerjasama tim. Di mana setiap anggota mendapatkan bagian untuk menyelesaikan tugas berdasarkan *jobdesk* yang sudah ditentukan oleh *captain* tim. Adapun tahap pengerjaan yang dilakukan yaitu:

1. Menentukan *marketing goals* dan *metrics* yang ingin dicapai, serta *marketing funnel* mana yang ingin ditargetkan dan menentukan siapa *target audiens brand* Joox.
2. Menentukan satu *channel* untuk strategi *content*.
3. Memanfaatkan *meta ads* untuk mencapai tujuan *objective campaign*.
4. Melakukan *competitor analysis* untuk mendapatkan ide yang lebih baik dalam *mempersonalized ads*.

III.2.8 Kendala Project

Dalam menyelesaikan *capstone project digital marketing* ini terdapat kendala yang dihadapi, yaitu:

1. Kesulitan dalam membuat ide konten di *facebook ads*.

III.2.9 Hasil Project

1. Goals setting & understanding audience

a. High-level goal

Meningkatkan *brand awareness* melalui visibilitas dan jangkauan Joox sebagai industri musik *digital* di Indonesia dengan melakukan pemasaran konten iklan melalui media sosial dan *digital PR*.

b. Marketing objectives

Menarik dan meningkatkan *audiens* yang ditargetkan oleh Joox melalui *social media ads* dan *content marketing*.

c. Metrics in content marketing

1) *Social Media : reach, impression*

2) *Digital PR : backlink, media coverage, dan social shares*

2. Marketing funnel

Berdasarkan data total kunjungan antara joox dan spotify, dan joox dan Trebel. Joox memiliki total *visit* yang lebih rendah (1.7 juta total *visit*) dibandingkan dengan spotify (473.7 juta total *visit*). Sedangkan dengan Trebel, meskipun Trebel merupakan platform musik yang tergolong baru, traffic *visit* Trebel lebih tinggi (41,7% dibandingkan bulan lalu) dibandingkan Joox (13,69% dibandingkan bulan lalu). kami memilih *Awareness*, di mana kita ingin meningkatkan potensi kesadaran pengguna terhadap layanan *streaming* musik joox, sehingga calon pengguna akan mempertimbangkan untuk mencoba kembali menggunakan Joox. Hal ini dapat dilakukan melalui keterlibatan iklan, dan promosi konten joox dengan melihat kedua pesaing.

3. Target audience

a. Geografis : penduduk Indonesia yang menikmati music *digital*.

b. Orang dengan rentang umur 18 - 34 (Memaksimalkan rentang umur *audience* yang sering mendengarkan musik di joox).

4. *Distribution channels*

a. *Social media organic* → Instagram

Berdasarkan data dari goodstat.id Instagram merupakan sosial media dengan pengguna mencapai 89,15 juta orang pada awal tahun 2023 atau 32,3 persen dari total populasi. Instagram juga merupakan media sosial yang dapat memberikan pengukuran seberapa efektif konten yang akan dihasilkan dengan berbagai metrik yang diberikan seperti *impression*, *reach*, *like*, *view*, *comment*, dan *share*. Metrik ini akan memberikan *insight* tentang *brand awareness*.

b. *Digital PR*

Kami menggunakan *digital PR* karena memungkinkan jangkauan *brand* Joox dapat diakses oleh pengguna yang lebih luas. Konten artikel yang menarik dapat membantu memperkenalkan kembali Joox kepada orang-orang yang belum pernah mendengarnya dan meningkatkan *brand awareness*. Media yang kami pilih untuk menerbitkan artikel adalah kompas.com karena memiliki total 148.1 juta pengunjung dan detik.com memiliki 158.7 juta pengunjung per bulan. Penerbit media ini juga menawarkan berita hiburan terbaru berdasarkan rentang usia yang sesuai dengan karakter pengguna Joox, yaitu 16-34 tahun. (untuk Tribunnews.com memiliki 131.0 juta pengunjung per bulan)

Keuntungan:

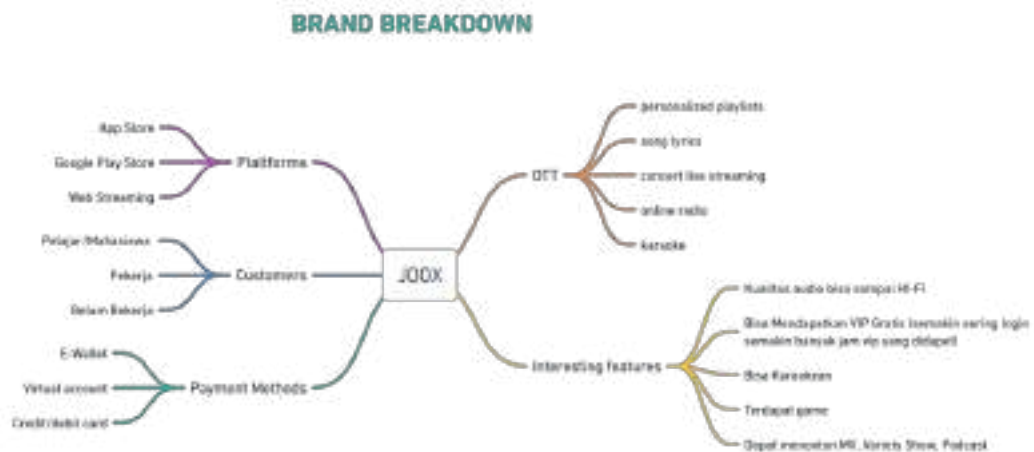
- 1) *PR digital* dapat memberikan akses dan menjangkau *audiens* potensial yang mencari *brand*.
- 2) Dengan *digital PR*, Anda dapat memberikan lebih banyak informasi kepada *audiens* Anda sehingga dapat membangun kepercayaan *brand* dan mengubahnya menjadi pelanggan.
- 3) *Digital PR* juga dapat berpotensi untuk meningkatkan *backlink* dan *traffic* ke situs *web brand*.
- 4) Untuk dapat menerbitkan artikel pada beberapa media tersebut, melakukan pendekatan pada jurnalis dari media itu sendiri. Pendekatan tersebut

bisa dilakukan melalui *social media* (LinkedIn), Hunter, dan lain-lain.

Penggunaan Instagram dan *Digital PR* membantu meningkatkan *awareness* dalam pemasaran untuk membangun hubungan dengan para pengguna dengan cara membagikan konten konten dan mempromosikan produk dan layanan secara menarik.

5. Brand Breakdown

Sebagai cara untuk menentukan konten yang dapat menarik pengguna, maka bisa dilakukan dengan cara *Brand Breakdown* agar tetap relevan dengan *brand*.



Gambar 3. 16 Brand Breakdown

6. Social media ads

a. FB ads objective & explanation

- 1) *Business Goals: Increase awareness of Joox*
- 2) *FB ads Objective: Awareness*
- 3) *Metric: Impression And reach*
- 4) *Reason: Untuk meningkatkan brand awareness, FB ads objective yang dipilih yaitu awareness cocok digunakan untuk meningkatkan kesadaran atau pengetahuan dari target audience tentang brand yang diiklankan. Metrics yang digunakan adalah Impression dan reach.*
- 5) *Impression: agar mengetahui seberapa sering konten/iklan kita dilihat oleh user.*
- 6) *Reach: untuk mengetahui berapa banyak user yang menjangkau konten/iklan.*

b. Create the custom audience



Gambar 3. 17 Custome Audience

c. Create the LAL audience



Gambar 3. 18 LAL Adudience

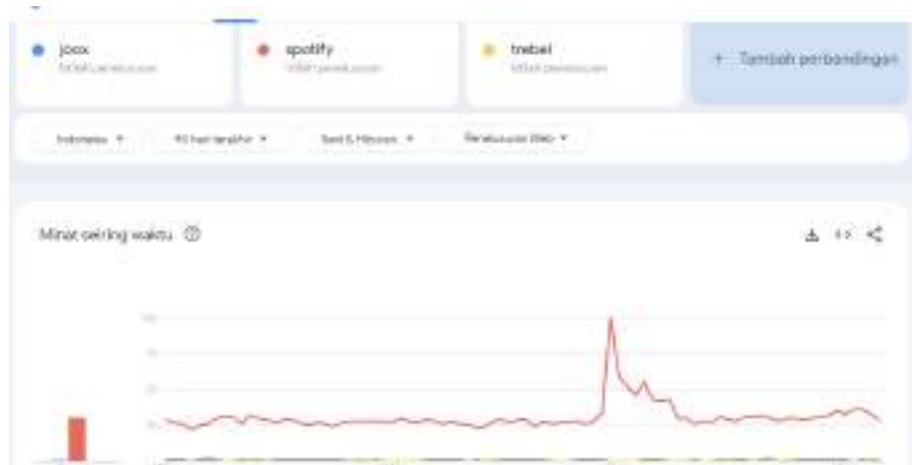
d. Create the core audience

Gambar 3. 19 Core Audience (a)

Gambar 3. 20 Core Audience (b)

e. Campaign Structure

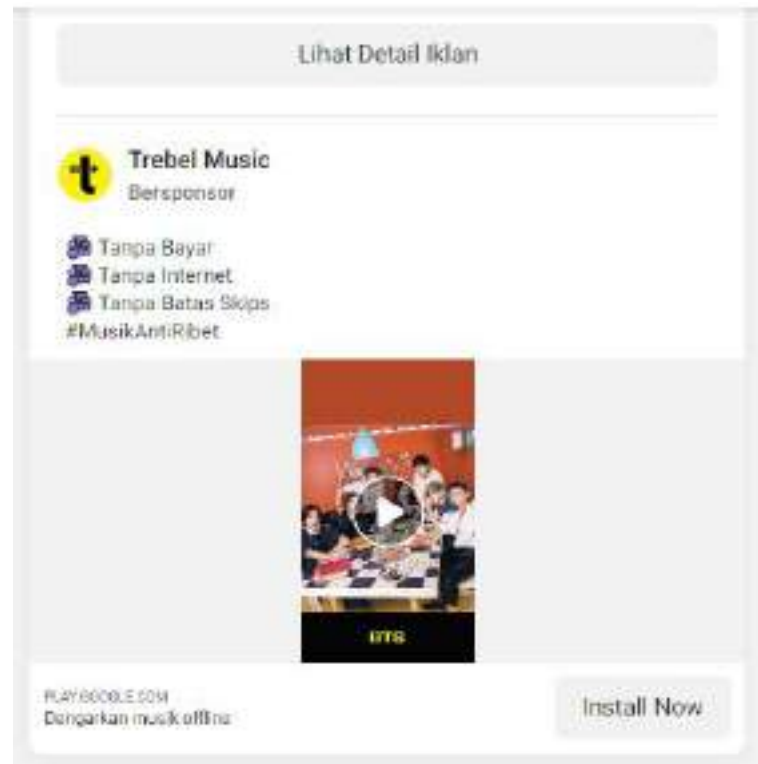
posisi tiga dengan 10%. Yang menarik disini adalah *Apple music*, salah satu pencetus layanan streaming musik justru berada diperingkat ke-empat dengan 2%, dan yang terakhir ada *soundcloud* dengan 0%, polling ini di ikuti oleh 37 partisipan.



Gambar 3. 22 Google Analytics for Competitor

Joox, spotify, dan trebel merupakan layanan streaming musik OTT (On The Top) di Indonesia. Berdasarkan tren 90 hari terakhir dengan kategori seni dan hiburan, maka di ambil dua posisi teratas yakni spotify dan trebel guna dianalisis sebagai referensi dalam mendapatkan rekomendasi rancangan iklan.

a. Competitor treble



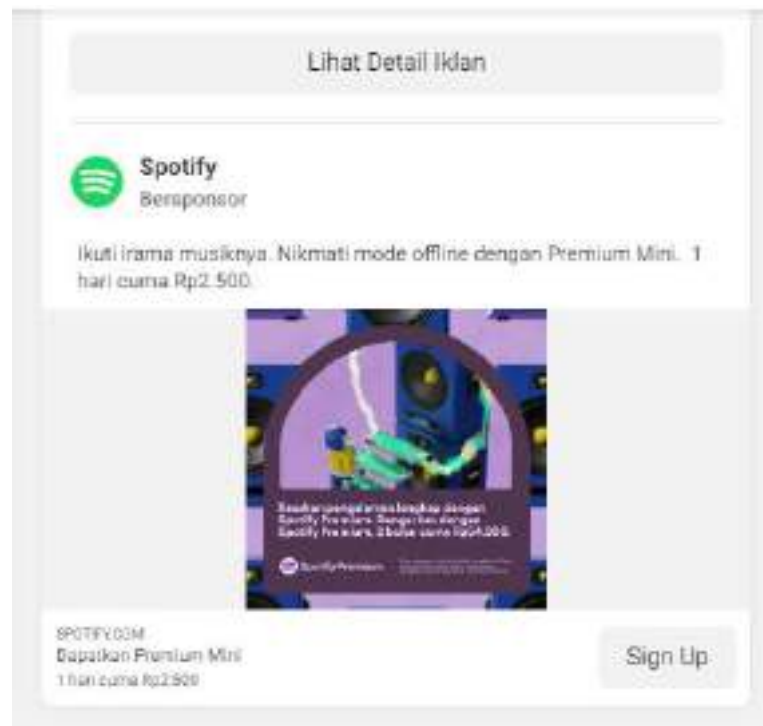
Gambar 3. 23 Competitor Trebel

Tabel 3. 6 Competitor Trebel

<i>Competitor Name</i>	Trebel
<i>Campaign Goals</i>	Meningkatkan penggunaan aplikasi
<i>Placement</i>	FB, IG, <i>Network Audiences</i> , <i>Messenger</i>
<i>CTA</i>	<i>Install</i>
<i>Format</i>	Video
<i>Insights</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Cohesive Experience</i>, untuk menunjukkan relevansi iklan dengan kebutuhan <i>audience</i>. 2. CTA, mengarahkan <i>audiens</i> untuk mengunduh aplikasi di <i>google play store</i>

	3. <i>Value Proposition</i> , menekankan benefit yang ditawarkan kepada <i>audience</i> .
--	---

b. *Competitor Spotify*



Gambar 3. 24 *Competitor Spotify*

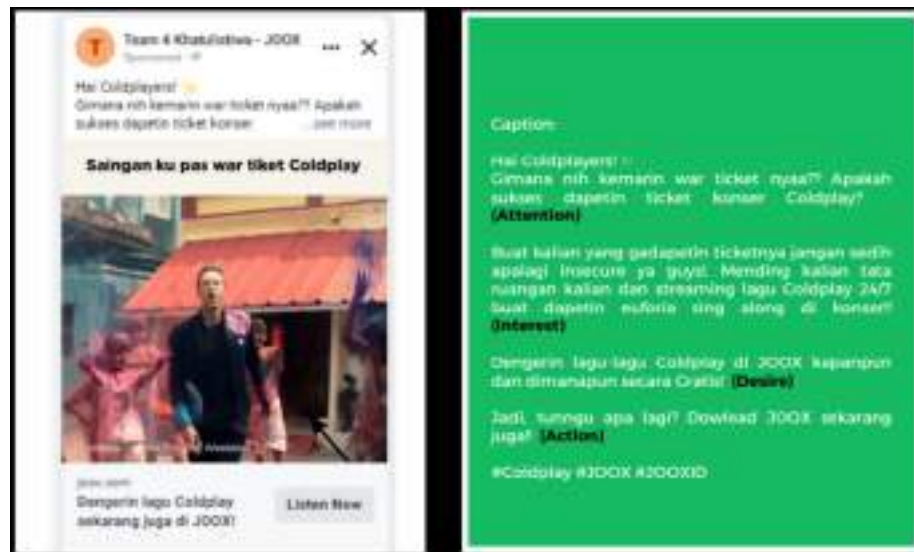
Tabel 3. 7 *Competitor Spotify*

<i>Competitor Name</i>	Spotify
<i>Campaign Goals</i>	Meningkatkan penggunaan aplikasi
<i>Placement</i>	FB, IG, <i>Network Audiences</i> , <i>Messenger</i>
<i>CTA</i>	<i>Sign Up</i>
<i>Format</i>	<i>Single Image</i>

<i>Insights</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand Guideline, sebagai informasi platform penyedia layanan. 2. <i>Clear price</i>, untuk menunjukkan harga layanan sebagai bentuk penawaran kepada <i>audience</i>. 3. <i>Value Proposition</i>, menunjukan <i>benefit</i> yang ditawarkan kepada <i>audience</i>. 4. CTA, mengarahkan <i>audience</i> untuk menggunakan aplikasi.
<i>Recommendations</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyampaikan informasi tentang <i>platform</i> penyedia layanan dengan memiliki panduan merek yang jelas. Dimana panduan merek yang dimaksud seperti logo, warna, tipografi dan gaya desain yang konsisten di seluruh saluran pemasaran yang harus menjelaskan inti pesan merek yang ingin disampaikan kepada <i>audience</i>. 2. Menjelaskan secara rinci tentang aa yang termasuk dalam harga dan berikan informasi tambahan seperti paket layanan, fitur khusus, atau keuntungan ekstra yang mungkin didapatkan oleh <i>audience</i>. Misalkan jika ada promo atau diskon, sertakan informasinya dengan jelas. 3. Fokus pada keuntungan utama yang dapat dirasakan oleh <i>audience</i> dan komunikasikan dengan jelas melalui iklan. 4. Menempatkan CTA secara mencolok di iklan serta gunakan kalimat yang persuasif saat mengarahkan <i>audience</i> mengunduh aplikasi agar CTA terlihat jelas dan menarik perhatian.

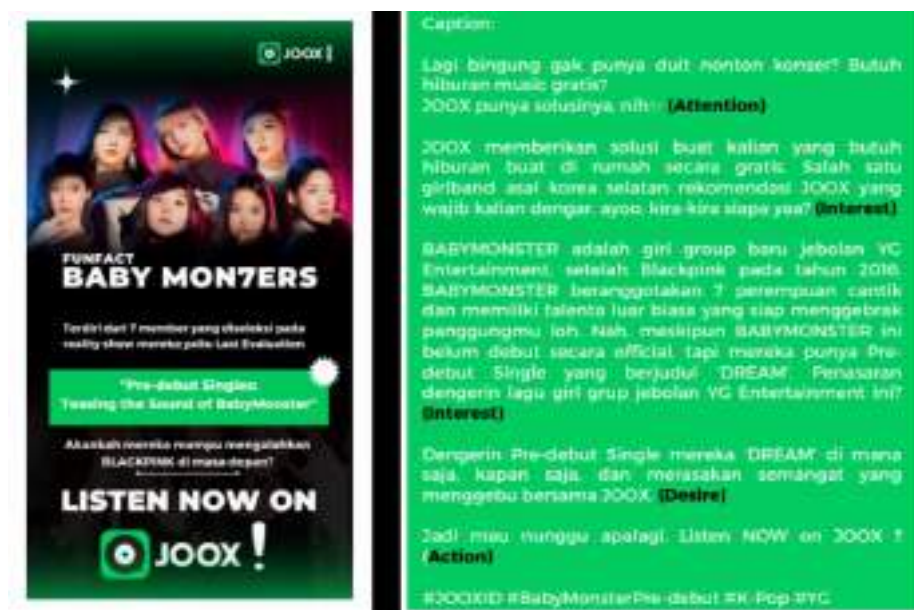
8. *Ads personalization*

a. *Ads creative - core audience*



Gambar 3. 25 Ads Creative-Core Audience

b. Ads creative – LAL



Gambar 3. 26 Ads Creative-LAL

9. Insight and recommendation

a. Insight

JOOX mempromosikan *brand* nya pada Instagram, Twitter, dan Facebook. JOOX juga memiliki beberapa fitur seperti karaoke, *concert live streaming*, dan ada *game* juga didalamnya.

b. Recommendation

Social media JOOX kurang membuat konten yang menarik dan tidak update dengan trend terbaru, sehingga engagement yang didapatkan JOOX pun tergolong rendah. Maka JOOX bisa melakukan implementasi strategi marketing yang sesuai dengan trend terbaru seperti yang dilakukan oleh *brand* competitor, Spotify yang sering membuat konten secara teratur dan juga memiliki jenis konten yang beragam yang berhubungan dengan trend terbaru. Hal ini bisa meningkatkan *brand awareness* dari JOOX.

III.3 Software engineering

III.3.1 Topik Project

Melakukan pengembangan aplikasi cuaca yang menampilkan kondisi cuaca saat ini untuk lokasi yang dipilih pengguna menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript. Aplikasi harus menarik data dari API cuaca dan menampilkan informasi dengan cara yang menarik secara visual.

III.3.2 Pelaksanaan Project

Dalam menyelesaikan *capstone software engineer* ini dilakukan Kerjasama tim. Di mana setiap anggota mendapatkan bagian untuk menyelesaikan tugas berdasarkan jobdesk yang sudah ditentukan oleh captain tim. Adapun tahap pengerjaan yang dilakukan yaitu:

1. Melakukan *design* UI/UX
2. Melakukan *implementation code*
3. Melakukan *merging & refactoring code*
4. Mendeploy *website*

III.3.3 Kendala Project

Dalam menyelesaikan *capstone project software engineering* ini terdapat kendala yang dihadapi, yaitu:

1. Kesusahan dalam melakukan codingan
2. Kesulitan untuk memahami penggunaan GIT sebagai *control system* untuk bekerja sama dalam tim pada Github

III.3.4 Hasil Project

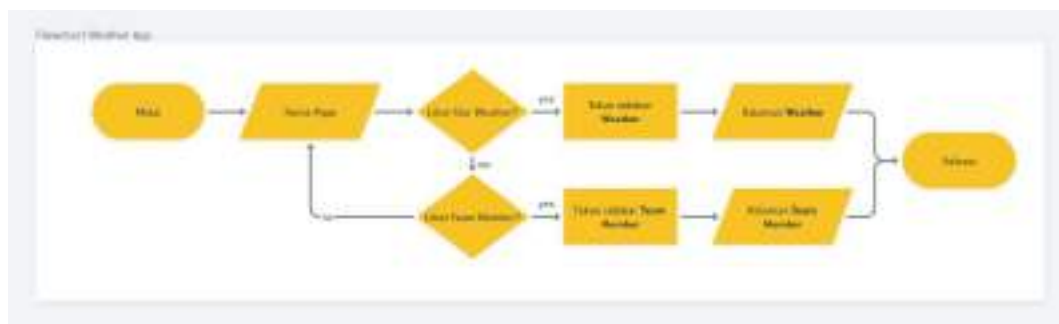
1. *Understanding the product*

Weather app adalah aplikasi perangkat lunak yang dirancang untuk memberikan informasi cuaca secara *real-*

time kepada pengguna untuk lokasi tertentu atau beberapa lokasi. Tujuan utama dari *weather app* ini adalah menjaga pengguna tetap terinformasi tentang kondisi cuaca saat ini, ramalan cuaca, dan informasi terkait lainnya. Adapun beberapa fitur dan fungsionalitas utama yang ada dalam *weather app* ini yaitu:

- a. Kondisi saat ini : *weather app* menampilkan kondisi cuaca saat ini seperti suhu, kelembaban, kecepatan dan arah angin, jarak pandang, dan curah hujan.
- b. Ramalan cuaca : *weather app* menyediakan informasi ramalan cuaca untuk periode waktu di masa depan, seperti dari beberapa jam hingga beberapa hari ke depan.
- c. Peringatan cuaca : banyak aplikasi cuaca menawarkan peringatan cuaca secara real-time dan notifikasi untuk memberi tahu pengguna tentang kondisi cuaca ekstrem seperti badai petir, angin topan, tornado, dan lain-lain.
- d. Radar dan peta : *weather app* seringkali mencakup peta radar interaktif yang menampilkan pola cuaca saat ini, penutupan awan, curah hujan, dan data terkait lainnya.
- e. Ramalan berdasarkan lokasi : *weather app* dapat menggunakan GPS perangkat atau lokasi yang diinputkan oleh pengguna untuk memberikan ramalan cuaca yang spesifik untuk lokasi tersebut.
- f. Data cuaca historis : *weather app* menawarkan akses ke data cuaca historis, yang memungkinkan pengguna untuk melihat kondisi cuaca dan tren masa lalu untuk lokasi tertentu.

2. Workflow the product



Gambar 3. 27 Workflow of Weather App

3. Creating HTML

- a. Home page
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/home.html>
 - b. Weather page
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/index.html>
 - c. Our team
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/team.html>
4. Adding CSS to the HTML
 - a. Home page
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/assets/home.css>
 - b. Weather page
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/assets/weather.css>
 - c. Our team
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/assets/team.css>
5. Javascript implementation
 - a. Sidebar function
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/index.html>
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/assets/script.js>
 - b. Get API weather function
<https://github.com/MohammadHidayatullah/weather-app/blob/main/assets/weather.js>
6. Creating mockup and prototype for the project
 - a. Home page



Gambar 3. 28 Home Page of Weather App

b. Weather page



Gambar 3. 29 Weather Page of Weather App

c. Our team



Gambar 3. 30 Our Team of Weather Page

7. Deploy to github pages

<https://mohammadhidayatullah.github.io/weather-app/>

8. Recommendation for future development

Mengembangkan fitur *searching weather by location*. Sehingga pengguna bisa mencari tahu perkiraan cuaca daerah lain.

Bab IV

Penutup

IV.1 Kesimpulan

Setelah mengikuti program magang dan studi *independen* bersertifikat di *RevoU Tech Academy* selama kurang lebih 5 bulan, diperoleh kesimpulan:

1. Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) yang diselenggarakan oleh *RevoU Tech Academy* merupakan program yang komprehensif dan berfokus pada pengembangan keterampilan dalam bidang *Data analyst*, *Product management*, *Digital marketing*, dan *Software engineering*. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendasar tentang bidang-bidang tersebut dan juga melengkapi peserta dengan *soft skill* yang penting dalam industri teknologi.
2. Selain 4 *vertical* utama, terdapat kegiatan *career development*. Di mana kegiatan ini membantu untuk membuat *personal branding* yang baik terutama di dunia kerja.
3. Dengan adanya *capstone project* dapat membuat kita bisa berpikir kritis, melatih untuk bekerja sama dalam tim dan tentunya hasil dari *capstone project* bisa menambah portfolio di cv.

IV.2 Saran

Saran yang bisa diberikan untuk pengembangan ke depannya untuk *RevoU Tech Academy* di antaranya:

1. Khususnya pada *vertical* data analyst, diharapkan kedepannya menggunakan tools yang banyak digunakan dalam dunia kerja saat *visualization*nya. Contohnya menggunakan *Power BI*.

Referensi

Academy, R. T. (2022). Silabus Studi Independen RevoU Feb 23.

Aadarsh Baijal, Florian Hoppe, Willy Chang, Stephanie Davis, Fock Wai Hoong. 2022 dari <https://www.bain.com/insights/e-conomy-sea-2022/>

Dimas bayu, Ridhwan Mustajab. 2022 <https://dataindonesia.id/digital/detail/ekonomi-digital-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara-pada-2022>

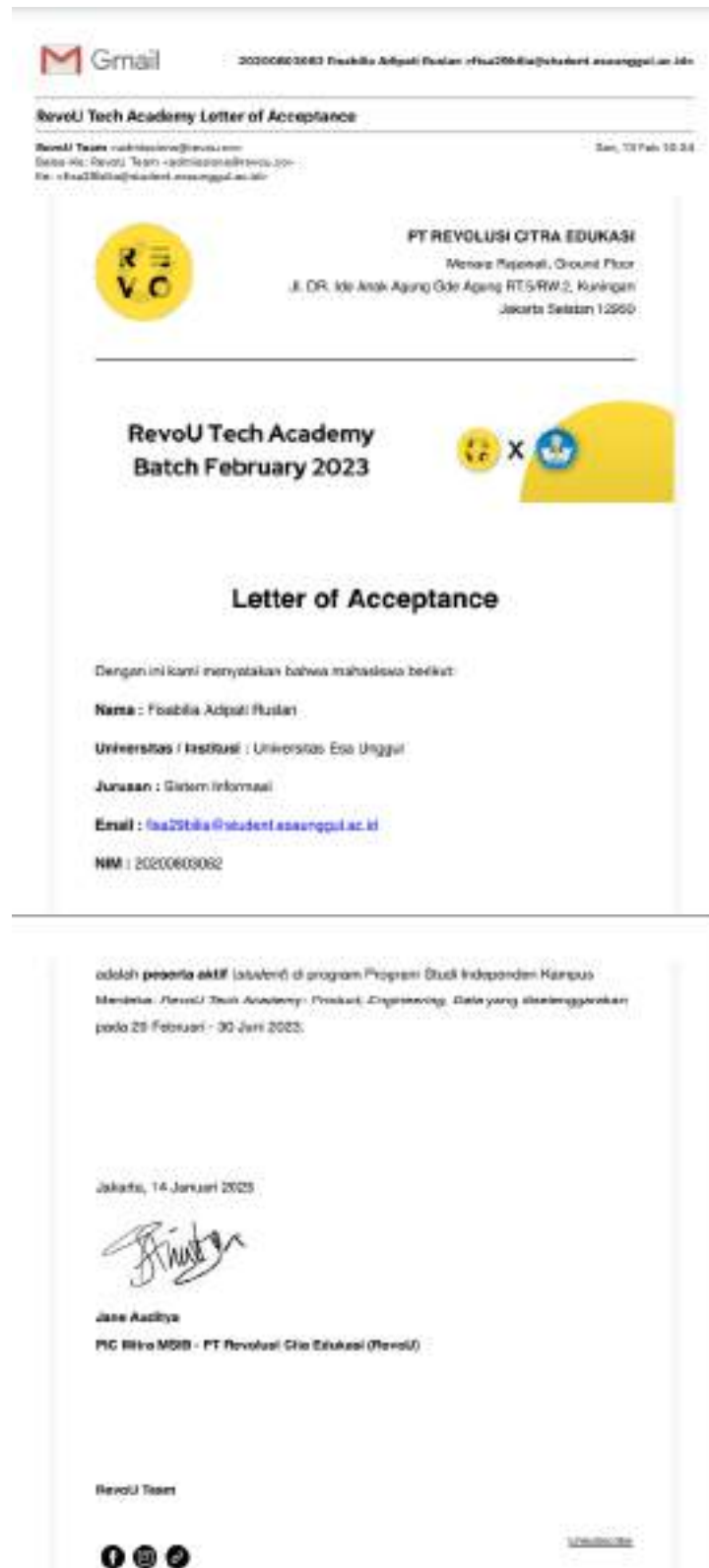
Hanadian Nurhayati-Wolff. 2022 dari <https://www.statista.com/statistics/1117608/indonesia-gmv-e-commerce-market/>

Iip M Aditya. 2023 dari <https://data.goodstats.id/statistic/embed/marketplace-pilihan-masyarakat-indonesia-di-tahun-2022-clt8f>

Marketing Channels Distribution. 2023 dari <https://www.similarweb.com/website/joox.com/#demographics>

Raihan Hasya. 2023 dari <https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-ijklw>

Lampiran A. TOR



Lampiran B.
Log Activity

Minggu/Tgl	Kegiatan	Hasil
Minggu ke-1/ 20 - 24 februari 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Senin, 20 februari 2023, mengikuti kegiatan intro to this <i>week</i> bersama SM, dan <i>lecture</i> tentang introduction to <i>Data analyst</i> bersama instructor. 2. Selasa, 21 februari 2023, mengikuti <i>lecture</i> kedua tentang defining and communicatinmenentukan busig problem, serta <i>mentoring session</i> bersama kak puri. 3. Rabu, 22 februari 2023, mengikuti <i>lecture</i> working with <i>metrics</i>. 4. Kamis, 23 februari 2023, mengikuti kegiatan QnA session dan simulation understanding business problem bersama mentor. 5. Jumat, 24 februari 2023, mengerjakan <i>weekly</i> individual assigment dan mengikuti sprint review. 	Mengetahui bagaimana menentukan business problem dalam suatu kasus dan bagaimana menentukan <i>metrics</i> .
Minggu ke-2/ 27 februari - 3 maret 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Senin, 27 februari 2023 <ol style="list-style-type: none"> a. mengikuti zoom dari jam 19.00 - 21.00 yang membahas mengenai data celaning and preparation 2. Selasa, 28 februari 2023 <ol style="list-style-type: none"> a. mengikuti zoom mulai dari 19.00 - 21.00 yang membahas mengenai 	Mengetahui tahapan-tahapan dalam melakukan data celaning.

	<p>exaploratory data analysis</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Rabu, 1 maret 2023 <ol style="list-style-type: none"> a. pada jam 19.00 - 21.00 mengikuti zoom yang membahas mengenai basic sql 4. Kamis, 2 maret 2023 <ol style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 20.00 melakukan QnA with instructor b. 20.00 - 21.00 mengikuti mentor simulation c. 21. 00 - 22. 00 mengikuti mentoring session 5. Jumat, 4 maret 2023 <ol style="list-style-type: none"> a. pada jam 19.00 - 20.00 melakukan <i>weekly</i> sprint review b. pada jam 20.00 - 20.15 meakukan agenda next <i>week</i> 	
Minggu ke-3/ 6 maret 2023 - 10 maret 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. senin, 6 maret 2023 <ol style="list-style-type: none"> a. 13.00 - 14.00 : self-study b. 14.30 - 15.30 : intro to this <i>week</i> c. 19.00 - 21.00 : mengikuti zoom mengwenai intro to data visualization 2. selasa, 7 maret 2023 <ol style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 21.00 : mengikuti zoom mengenai fundamentals of data visualization 3. rabu, 8 maret 2023 	Mengetahui dasar-dasar untuk melakukan data visualization khususnya menggunakan tools google looker studio.

	<ul style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 21.00 : mengikuti zoom mengenai pembahasan looker studio <p>4. Kamis, 9 maret 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 20.00 : mengikuti QnA session with instructor b. 20.00 - 21.00 : mengikuti mentor simulation <p>5. Jumat, 10 maret 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 19.50 : melakukan <i>weekly sprint review</i> b. 19.50 - 20.00 : melakukan <i>next week agenda</i> c. 20.00 - 21.00 : mentor session 	
Minggu ke-4/ 13 maret - 17 maret 2023	<p>1. Senin, 13 maret 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 21.00 : mengikuti zoom data communicate fundamentals <p>2. Selasa, 14 maret 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 21.00 : mengikuti zoom mengenai coomunicatin data with storytelling <p>3. Rabu, 15 maret 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 19.00 - 19.15 : announcement <i>capstone project DA</i> by SM b. 19.15 -21.00 : team discussion <i>capstone project DA</i> with mentor <p>4. Kamis, 16 maret 2023</p>	Memahami bagaimana mengomunikasikan data.

	<p>a. 19.00 - 21.00 : mengikuti pitching day 1 <i>capstone project</i> DA</p> <p>5. jumat, 17 maret 2023</p> <p>6. - 19.00 - 21.00 : mengikuti pitching day 2 <i>capstone project</i> DA</p>	
Minggu ke-5/20 maret-24 maret 2023	<p>1. Day 1: Belajar memahami misi dasar dari seorang produk manajer, Belajar memahami pengaturan dari perusahaan dimana kita akan bekerja nantinya, Belajar memahami misi dan pengaturan dari tim dimana seorang produk manajer bekerja dan Belajar memahami kepekaan yang dibutuhkan untuk berkembang pesat dan bertumbuh sebagai produk manajer.</p> <p>2. Day 2: Belajar memahami mengapa pengamatan adalah penting dalam produk manajemen, Belajar memahami jejak siklus hidup produk, Belajar memahami validasi sebagai inti dari penemuan produk dan Belajar memahami bagaimana menggunakan konsep pemikiran desain dalam penemuan produk.</p> <p>3. Day 3: Class Break - Bali's Day of Silence and Hindu New Year (Nyepi)</p> <p>4. Day 4: Class Break - Bali's Day of Silence and Hindu New Year (Nyepi).</p>	Memahami siklus hidup dari seorang product manager.

	<p>5. Day 5: Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang masih belum terjawab sebelumnya dan Mempelajari tips & trick seputar copy Copy Writing.</p>	
<p>Minggu ke-6/27 maret-31 maret 2023</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1: Belajar memahami konsep ukuran pasar, Belajar memperoleh keterampilan untuk menentukan dan dengan cepat memperkirakan ukuran pasar mereka, Belajar mampu melakukan segmentasi pasar, Belajar mampu mendefinisikan dan membangun persona pelanggan mereka dan Belajar memahami cara memecah perjalanan pengguna dan memetakannya. 2. Day 2: Belajar membuat <i>User Persona</i>, Belajar membuat user journey dan Praktikum membuat user journey dan <i>User Persona</i>. 3. Day 3: Belajar bagaimana menyusun masalah dan Belajar bagaimana memprioritaskan masalah 4. Day 4: Belajar menggunakan <i>RICE Methode</i> 5. Day 5: Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang masih belum terjawab sebelumnya. 	<p>Mengetahui cara mengukur pangsa pasar, membuat <i>User Persona</i>, journey map, memprioritaskan masalah, dan penggunaan <i>RICE Method</i>.</p>

Minggu ke-7/3 april – 7 april 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar memahami perbedaan software development framework: Lean VS Agile dan Belajar memahami penggunaan <i>PRD</i>, Epics and User Story. 2. Day 2:Belajar menggunakan tools jira dan trello, Belajar mengkoordinir pekerjaan tim dengan tools dan Praktikum menentukan epic dan user story. 3. Day 3:Belajar menerapkan scrum in Agile dan Belajar memahami Sprint Ceremonies 4. Day 4:Belajar membuat <i>PRD</i> dengan tepat dan Menjawab pertanyaan yang belum terjawab 5. Day 5:Class Break - Wafat Isa Almasih 	Dapat memahami pembuatan <i>PRD</i> .
Minggu ke-8/10 april-14 april 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar memahami pentingnya manajemen pemangku kepentingan sebagai produk manajer, Belajar memahami praktik terbaik dalam melakukan manajemen pemangku kepentingan dan Belajar dapat menunjukkan manajemen pemangku kepentingan dalam kehidupan sehari-hari. 2. Day 2:Belajar memahami berbagai jenis dan tujuan komunikasi yang dialami PM, Belajar memahami berbagai alat komunikasi yang dapat dimanfaatkan dan Belajar dapat untuk berkomunikasi secara 	Memahami lebih baik dalam melakukan manajemen stakeholders.

	<p>efektif menggunakan alat dan media yang tepat.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Day 3:Belajar memahami dan memfiksasi deck untuk pitching tugas akhir <i>vertical Product management</i>. 4. Day 4:Melakukan presentasi tugas akhir pada <i>vertical Product management</i> yaitu pitching day yang di persembahkan kepada juri yaitu Kak Wulan selaku Product Manajer di Bukalapak. 5. Day 5:Melakukan presentasi tugas akhir pada <i>vertical Product management</i> yaitu pitching day yang di persembahkan kepada juri yaitu Kak Wulan selaku Product Manajer di Bukalapak dan Awarding best team di akhir <i>vertical Product management</i> dan pengumuman persiapan <i>vertical</i> selanjutnya. 	
Minggu ke-9/ 17 april- 21 april2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar pengenalan nilai, Belajar menemukan nilai-nilai pribadi kita dan Belajar membayangkan karir impian kita. 2. Day 2:Belajar rekap penelitian pekerjaan, Belajar praktik terbaik personal <i>branding</i>, Belajar membuat tentang saya dan Belajar menyempurnakan tentang saya. 3. Day 3:Classbreak Eid Al-Fitr 4. Day 4:Classbreak Eid Al-Fitr 5. Day 5:Classbreak Eid Al-Fitr 	Memahami bagaimana untuk membangun personal <i>branding</i> kita.

Minggu ke-10/ 24 april-28 april 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Classbreak Eid Al-Fitr 2. Day 2:Classbreak Eid Al-Fitr 3. Day 3:Classbreak Eid Al-Fitr 4. Day 4:Belajar memahami perspektif perekrut, Belajar memahami elemen penting dari CV, Belajar latihan umpan balik CV dan Belajar screening & perbarui CV kita saat ini. 5. Day 5:Belajar mengapa harus menggunakan LinkedIn, Belajar memahami elemen penting dari LinkedIn, Belajar menyaring LinkedIn kita saat ini dan Belajar apa selanjutnya yang harus disiapkan. 	Berlatih untuk membuat CV dan Linkein yang baik dan benar.
Minggu ke 11/ 1 mei-5 mei 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar memahami Corong pemasaran: Pengenalan & Aplikasi, Belajar Implementasi Metrik Bisnis & Pemasaran dan Belajar Memahami CAC. 2. Day 2:Belajar Sekilas tentang CLTV, Belajar Cara Berpikir Sebagai Seorang Analis dan Belajar Alokasi Anggaran. 3. Day 3:Belajar memahami Pengantar Analisis Pemasaran, Belajar memahami Google Analytics 101, Belajar tentang Pengenalan Laporan Pemasaran dan Belajar Pelaporan Praktik Terbaik 4. Day 4:Sesi tanya jawab perihal materi sebelumnya yang masih belum dipahami dan Simulasi mentoring memberikan gambaran penggunaan google Ads dan google analytics untuk 	Dapat mengetahui dan memahami bagaimana mengimplementasikan metrik ke bisnis serta pemasaran.

	<p>menganalisis dalam <i>digital marketing</i></p> <p>5. Day 5:Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang masih belum terjawab sebelumnya.</p>	
Minggu ke-12/ 8 mei-12 mei 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar Apa itu pemasaran konten dan apa yang membuatnya unik?, Belajar Mengapa penting untuk mempelajari tentang pemasaran konten?, Belajar Menyiapkan sasaran untuk kampanye pemasaran konten kita dan Belajar Memilih dan memahami <i>audiens</i> target kita. 2. Day 2:Sesi tanya jawab perihal materi sebelumnya yang masih belum dipahami tentang Content Marketing part 1. 3. Day 3:Belajar Ideation 101 - Strategi menemukan ide content marketing yang menarik untuk bisnis kita?, Belajar Strategi Distribusi 101 dan Belajar Bagaimana cara mengevaluasi upaya pemasaran konten kita? 4. Day 4:Sesi tanya jawab perihal materi sebelumnya yang masih belum dipahami tentang content marketing part 2 dan Simulasi mentoring memberikan gambaran penggunaan whimsical untuk merancang Goal Setting, 	Memahami tahapan untuk pembuatan content marketing.

	<p><i>Audience</i> Analysis dan Channel Prioritisation.</p> <p>5. Day 5:Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang masih belum terjawab sebelumnya dan Belajar tentang Jelajah Karir: Cerita Sukses dari Kampus Merdeka RevoU Hingga Full-Time di Start-Up dengan alum.</p>	
Minggu ke-13/ 15 mei-19 mei 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar Pengenalan Iklan Facebook, Belajar menyusun Struktur (praktek terbaik) & Tujuan dan Belajar membuat Piksel & Acara Facebook. 2. Day 2:Belajar membuat Penargetan <i>Audiens</i> & Corong Kampanye, Belajar merancang Pembuatan Kampanye Facebook, Belajar menyusun Penempatan, Format, dan Ukuran Iklan, Belajar merancangPersonalisasi & Pembuatan Iklan dan Belajar melakukanAnalisis pesaing. 3. Day 3:Belajar Mengukur performa, Belajar membuat Pelaporan & Analisis dan Belajar menyusun Penganggaran. 4. Day 4:Class Break: Ascension Day of Jesus Christ. 5. Day 5:Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang 	Memahami pembuatan ads facebook.

	masih belum terjawab sebelumnya dan Belajar tentang SEO dalam meningkatkan traffic bisnis kita ataupun project dengan klien.	
Minggu ke-14/22 mei-26 mei 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1: Berdiskusi dengan mentor dan tim membahas tentang progress <i>Capstone project</i> dan perubahan apa yang harus diterapkan selanjutnya Part #1 2. Day 2: Berdiskusi dengan mentor dan tim membahas tentang progress <i>Capstone project</i> dan perubahan apa yang harus diterapkan selanjutnya Part #2 3. Day 3: Berdiskusi dengan mentor dan tim membahas tentang progress <i>Capstone project</i> dan perubahan apa yang harus diterapkan selanjutnya Part #3 4. Day 4: Berdiskusi dengan mentor dan tim membahas tentang progress <i>Capstone project</i> dan perubahan apa yang harus diterapkan selanjutnya dan Menampilkan hasil akhir dari <i>Capstone project</i> yang telah dirancang oleh setiap tim. 5. Day 5: Berdiskusi dengan mentor dan tim membahas tentang progress <i>Capstone project</i> dan perubahan apa yang harus diterapkan selanjutnya, Menampilkan hasil akhir dari <i>Capstone project</i> yang telah dirancang oleh setiap tim dan 	Memahami pembuatan content marketing.

	Pengumuman Best team dari tiap mentor <i>Digital marketing</i> yang ada.	
Minggu ke-15/29 mei-2 juni 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar Memahami Ilmu Komputer dan Rekayasa Perangkat Lunak, Belajar Memahami Frontend Development dan teknologi yang digunakan dalam Frontend development, Belajar Wawasan kesadaran peluang karir di bidang Frontend Development, Belajar Memahami kerangka kerja dan teknologi frontend populer dan Belajar Kemampuan untuk membandingkan berbagai teknologi frontend dan kasus penggunaannya. 2. Day 2:Belajar Memahami HTML dan elemen serta tagnya dan Belajar Kemampuan untuk membuat halaman web sederhana menggunakan HTML 3. Day 3:Belajar Memahami CSS dan penyeleksi, properti, dan nilainya dan Belajar Kemampuan untuk menata halaman web menggunakan CSS 4. Day 4:Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang masih belum terjawab sebelumnya dan Mentor simulasi praktikum membuat 	Memahami dasar-dasar HTML dan CSS.

	<p>website pribadi menggunakan HTML dan CSS untuk pemula</p> <p>5. Day 5:Class Break: Joint Holiday before Waisak Day</p>	
Minggu ke-16/5 juni-9 juni 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar Memahami fungsi JavaScript dan Belajar Kemampuan untuk membuat program JavaScript dasar menggunakan variabel, struktur kontrol, dan fungsi. 2. Day 2:Belajar Pengertian Document Object Model (DOM) dan Belajar Memahami peristiwa (klik, arahkan, dll.) 3. Day 3:Belajar Memahami mengintegrasikan JavaScript, Belajar Memanipulasi elemen HTML menggunakan JavaScript dan Belajar Memperbarui gaya CSS menggunakan JavaScript. 4. Day 4:Mentor simulasi praktikum melanjutkan website pribadi menggunakan HTML dan CSS untuk pemula kemudian menambahkan fungsi JavaScript agar lebih atraktif 5. Day 5:Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang masih belum terjawab sebelumnya dan Event Community: KM Union-Jobseeking (belajar strategi Interview agar Lolos Interview saat apply job di company yang kita mau). 	Memahami pengimplementasian fungsi dari javascript.

<p>Minggu ke-17/12 juni-16 juni 2023</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Belajar Kemampuan untuk merancang antarmuka pengguna yang sederhana menggunakan Figma dan Belajar Kesadaran akan praktik terbaik dalam desain UI/UX. 2. Day 2:Belajar Memahami penyebaran frontend, Belajar Kemampuan untuk menyebarkan situs web sederhana ke layanan hosting dan Belajar Kesadaran akan domain dan HTTPS. 3. Day 3:Belajar Memahami kontrol versi dan Belajar Memahami CI/CD. 4. Day 4:Mentor simulasi praktikum melanjutkan website pribadi dan menghubungkan ke git hub agar bisa di akses tim dalam pengerjaan coding bersamaan dan Sesi tanya jawab dengan <i>lecture</i> seputar yang sudah dipelajari di minggu ini. 5. Day 5:Flashback dan review apa yang telah dipelajari selama satu minggu ini dan menjawab pertanyaan yang masih belum terjawab sebelumnya dan Mentor simulasi praktikum website pribadi dan menghubungkan ke git hub agar bisa di akses tim dalam pengerjaan coding bersamaan kemudian Menggabungkan kode ke Submission branch di GitHub. 	<p>Memahami penggunaan figma untuk melakukan UI, serta penggunaan github sebagai sarana untuk UX.</p>
--	---	---

Minggu ke- 18/ 19 juni- 23 juni 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Day 1:Capstone progress discussion with our team, Update capstone checklist and Team Report dan Mendiskusikan sekiranya apalagi yang perlu diperbaiki pada proyek akhir yang sudah dirancang. 2. Day 2:Capstone progress discussion with our team, Update capstone checklist and Team Report, Check point project akhir bersama tim dan instruktur untuk memperbaiki sekiranya apa yang kurang dari project yang telah dirancang bersama tim dan Sesi tanya jawab dengan instruktur beberapa bagian yang masih kurang paham dalam mengerjakan proyek akhir. 3. Day 3:Capstone progress discussion with our team, Finalize Task & Deck Capstone <i>Software engineering</i>, Update capstone checklist and Team Report dan Perbaiki final tugas akhir bersama tim dan mentor agar siap di presentasikan pada pitching day. 4. Day 4:Presentation rehearsal *optional dan Memperhatikan tim lain yang sedang mempresentasikan tugas akhir mereka dan mengamati apa yang bisa dipelajari dan diterapkan pada saat presentasi bersama tim nantinya. 	Melakukan pitching terakhir.m
--	---	-------------------------------

	<p>5. Day 5: Presentation rehearsal *optional, Mempresentasikan tugas akhir yang telah dirancang bersama tim dan di bimbing oleh mentor yang bertanggung jawab dan Pengumuman tim terbaik pada <i>vertical Software engineering</i>.</p>	
Minggu ke-19/26 juni-30 juni 2023	<p>1. Day 1: Belajar bagaimana membangun kemampuan presentasi yang sangat berdampak untuk fresh graduate dan pertama kali melamar kerja</p> <p>2. Day 2: Malam kelulusan <i>RevoU Tech Academy</i> dengan berbagai acara, seperti penampilan video persembahan dari setiap team, games menarik dan perpisahan dengan seluruh orang yang terlibat dalam program MSIB ini.</p> <p>3. Day 3: Classbreak Eid al-Adha</p> <p>4. Day 4: Classbreak Eid al-Adha</p> <p>5. Day 5: Classbreak Eid al-Adha</p>	Mendapatkan kenangan-kenangan karena bertepatan dengan minggu graduation.

Lampiran C. Dokumen Teknik

1. *Capstone project Data analyst*



2. *Capstone project Product management*



3. *Capstone project Digital marketing*



4. *Capstone project Software engineering*

