

Pertemuan 9

STARTUP

Fokus Pembelajaran

1. Ideation
2. Pengembangan Produk
3. Model Bisnis
4. Marketing
5. Pendanaan
6. Pitching
7. Mengembangkan Perusahaan

Startup

Tahapan-tahapan dalam startup adalah:

- Ideation: pencetusan ide
- Product Development: pengembangan produk atau layanan
- Getting User and Marketing: memasuki pasar
- Rapid Growth: berkembang dengan pesat
- Maturity: matang
- Steady Growth or Decay: tetap berkembang atau menurun

1. Ideation

Merupakan tahap awal dari sebuah start-up adalah ide yang harus bisa menjawab masalah.

Beberapa pertanyaan yang harus dijawab:

- Apa masalah yang ingin dipecahkan?
- Mengapa masalah itu muncul?
- Apakah itu masalah Anda?
- Apa yang sudah dilakukan oleh orang lain tentang masalah tersebut?
- Apakah Anda kompeten untuk menjawab pertanyaan tersebut?

Aktivitas pada Tahap Ideation

a. Mencari Masalah

- Bisnis start-up dimulai dari sebuah masalah yang membutuhkan solusi.
- Misal, kesulitan mendapatkan informasi mengenai hotel di berbagai kota dan saat ini tidak ada layanan atau aplikasi yang dapat menjawab pertanyaan (masalah) tersebut.
- Maka dapat dibuat sebuah usaha (startup) yang menyediakan informasi mengenai hotel dan hal-hal terkait.

Aktivitas pada Tahap Ideation (Lanjutan)

b. Ingin Ikut-Ikutan Sukses

- Ada yang mengembangkan sebuah start-up karena ingin mirip seperti start-up yang sudah terkenal.
- Sebagai contoh, ada orang yang membuat usaha dengan aplikasi yang mirip Facebook karena ingin sukses seperti Facebook. Ini dikenal dengan istilah “me too” atau clone.
- Yang seperti ini biasanya gagal karena berbagai alasan.

Aktivitas pada Tahap Ideation (Lanjutan)

c. Solusi Mencari Masalah

- Contoh, jika bisa mendesain, usaha apa yang dengan keahlian tersebut?

d. Apa Yang Sudah Ada

- Apakah ada perusahaan yang sudah mencoba memecahkan masalah ini?
- Jika sudah ada dan gagal, apa sebabnya?

Aktivitas pada Tahap Ideation (Lanjutan)

e. Timing

- Keterlambatan dalam mencari solusi, maka orang lain akan mengembangkan terlebih dahulu.
- Boleh jadi pada saat ingin membuat sebuah produk tertentu ada banyak hal yang belum tersedia, seperti misalnya teknologinya belum ada atau harganya masih terlalu mahal.

2. Pengembangan Produk

- Masalah utama dari sebuah start-up adalah adanya keterbatasan sumber daya (resources): orang, waktu, dana, peralatan, dan tempat.
- Jangan dilihat pihak-pihak lain yang memiliki sumber daya yang lebih hebat-hebat.
- Yang perlu diingat adalah mereka tidak memiliki **ide (konsep)**.

Strategi Pengembangan Produk Startup

a. Membuat Sendiri

- Beberapa contoh start-up yang pendirinya mengembangkan produk sendiri antara lain: **Yahoo**, Google, Facebook, Twitter.
- Salah satu masalah dengan membuat sendiri adalah seringkali dibutuhkan **waktu yang lebih lama** untuk menghasilkan produk yang diinginkan.
- Hal ini biasanya dikaitkan dengan pengembangan produk yang dilakukan secara paralel dengan pekerjaan lain.

Strategi Pengembangan Produk Startup (Lanjutan)

b. Mencari Mitra (Co-Founder)

- Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah mencari mitra (partner atau co-founder) untuk mengembangkan bisnis tersebut. Hal ini dilakukan karena pada tahap awal start-up tidak memiliki cukup dana untuk membayar pengembang. Maka bermitra (dengan berbagi kepemilikan perusahaan) merupakan cara yang lazim ditempuh.
- Di sisi lain, sering juga perusahaan start-up didirikan oleh orang teknis yang kemudian nantinya mencari mitra orang bisnis untuk menjalankan sisi bisnis dari start-up ini.

Strategi Pengembangan Produk Startup (Lanjutan)

c. Outsource

- Outsource juga memiliki keuntungan bahwa pengembang merupakan pihak yang cekatan untuk mengembangkan produk yang diinginkan sehingga produk dapat tersedia dengan cepat.

d. Fitur

- Maka harus memiliki fitur-fitur apa yang harus ada (“must have”). Tanpa fitur-fitur tersebut, produk tidak dapat berfungsi sebagaimana diharapkan.
- Fitur lain yang diinginkan ada tetapi tidak harus ada disebut “nice to have”.

Strategi Pengembangan Produk Startup (Lanjutan)

e. Mengembangkan di Garasi

- Istilah Garasi memang merupakan sebuah tempat yang dapat “dikorbankan” untuk mengembangkan bisnis. Garasi dapat digunakan sebagai kantor atau markas yang gratis atau sangat murah.

f. Karyawan

- Hal ini terjadi jika start-up memiliki cukup uang untuk melakukan hal itu.

Strategi Pengembangan Produk Startup (Lanjutan)

g. Project Management

- Khusus untuk produk atau layanan yang berbasis IT, sistem pengelolaan proyek yang umum menjadi tidak efektif.
- Banyak produk yang meleset, baik dari kelengkapan fitur yang diharapkan maupun dari segi waktu, sehingga berdampak kepada layanan.

h. Gunakan Produk Sendiri

- Bagaimana kita tahu bahwa produk kita bagus atau bermasalah? Cara yang paling efektif adalah **menggunakan produk itu.**

Strategi Pengembangan Produk Startup (Lanjutan)

i. Produk vs. Proyek

- “Apakah sebaiknya start-up itu mengembangkan produk atau mengerjakan proyek?.
- Produk membutuhkan waktu untuk dikembangkan, misalnya selesai dalam waktu 3 bulan. Sebagian besar start-up kemudian mengerjakan proyek sampingan untuk mendapatkan uang agar dapat mendanai pengembangan produk.
- Jadi sebaiknya bagaimana, mengembangkan produk atau mengerjakan proyek?

3. Model Bisnis

Ada beberapa model pembayaran.

a. **Pay as You Go**

Membayar layanan sesuai dengan apa yang digunakan.

b. **Subscription (Berlangganan)**

- Berlangganan merupakan salah satu metoda pembayaran yang menarik bagi pelanggan karena mereka dapat memperkirakan budget.
- Contoh pembayaran untuk **langganan TV kabel**. Layanan biasanya dibatasi untuk hal-hal tertentu.
- Metoda seperti ini biasanya dapat dilakukan untuk layanan yang jumlahnya dapat diprediksi.

Model Bisnis (Lanjutan)

c. Pay by Advertisement

- Pada model pembayaran ini, ada pihak lain yang membayar layanan. Layanan dibayar dengan iklan.
- Contoh layanan yang pembayarannya seperti radio (dibayar oleh iklan), TV (free to air) yang juga dibayar oleh iklan, Google search, situs berita seperti Detik.com.

d. Free (Gratis)

- Banyak produk software yang berasal dari Free Software Foundation (FSF).
- Contoh: YouTube.com

4. Marketing

- Marketing pada prinsipnya adalah memperkenalkan produk atau layanan kepada calon pengguna.
- Yang ingin disampaikan adalah eksistensi, yaitu nama (brand) produk atau layanan.
- Hal yang penting untuk diperhatikan adalah target dari pasar yang akan menggunakan produk/layanan.

Cara Melakukan Marketing

a. Internet Marketing

- Keberadaan teknologi informasi dalam bentuk internet dan media sosial telah berhasil menjangkau banyak orang.
- Memasang “iklan” di internet cukup murah
-

b. Search Engine Optimization (SEO)

- Ketika internet mulai dibuka untuk publik, ada banyak sumber informasi di internet tetapi tidak ada daftarnya (direktori).
- Pengguna memulai aktivitas di internet dengan mencari informasi berbasis kata kunci (keyword).

Cara Melakukan Marketing (Lanjutan)

c. Pirate Metric

- Adakah ukuran keberhasilan dalam mendapatkan pelanggan?
- Apakah karakteristik dari usaha kita?
- Ada beberapa hal yang dapat dilakukan agar orang mengetahui produk kita?

d. Activation

- Pada tahap ini orang yang sudah membeli produk.
- Contoh: untuk produk yang gratisan, dapat diberikan download dari aplikasi tersebut.

Cara Melakukan Marketing (Lanjutan)

e. Retention

- **Ada berapa banyak yang terus menggunakan produk?**
- Hal ini menjadi ukuran keberhasilan dari retention.
- Contoh setelah seorang mengunduh (download) aplikasi, apakah akan tetap menggunakan aplikasi tersebut atau berhenti menggunakannya.

Cara Melakukan Marketing (Lanjutan)

f. Referral

- Ukuran keberhasilan lainnya adalah seberapa banyak orang yang bukan hanya menggunakan produk saja tetapi juga menganjurkan orang lain untuk menggunakannya.

g. Revenue

Seberapa besar pemasukan atas upaya-upaya yang telah dilakukan?

5. Pendanaan

- a. Sendiri**
- b. Investor**
- c. Institutionalized Investor**
- d. Bank**
 - Pendanaan dari bank hanya dapat dilakukan jika usaha sudah berjalan dan sudah mapan.

6. Pitching

- Istilah “pitching” sering digunakan untuk mempresentasikan ide start-up kepada berbagai pihak, terutama kepada calon investor.
- Batasan waktu yang singkat membuat presentasi pitching harus dipersiapkan dengan sempurna..
- Ada beberapa kesalahan yang sering dilakukan ketika para entrepreneur melakukan pitching:
- Tidak Memahami Siapa Pendengarnya
- Tidak Menjelaskan Masalah Yang Ingin Dipecahkan
- Solusi Tidak Unik
- Siapakah Tim Anda?
- Teknik Presentasi
- Gagal Pitching Adalah Biasa

7. Mengembangkan Perusahaan

a. Co-Founder

- Mencari partner - co-founder - dalam sebuah start-up harus ada kesamaan visi dan dapat saling mentolerir satu sama lain
- Hal ini disebabkan akan banyak masalah yang akan dihadapi.
- Biasanya partner dalam sebuah start-up dilakukan oleh orang yang memiliki keahlian yang berbeda
- Ada tiga hal yang perlu diperhatikan ketika mencari co-founder [Berkowski: Chemistry, Complementary Skills, dan Passion.

Mengembangkan Perusahaan (Lanjutan)

b. Perlukah Badan Hukum

- Tanpa menggunakan badan hukum, jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka ada kemungkinan akan masalah yang berurusan dengan hukum.
- Kepemilikan badan hukum dapat memiliki keuntungan secara finansial, seperti misalnya pajak, atau pekerjaan yang diberikan oleh instansi pemerintahan biasanya mengharuskan penggunaan PT35

Mengembangkan Perusahaan (Lanjutan)

c. Kultur Perusahaan

- Mengembangkan kultur perusahaan, biasanya belum muncul di awal pembuatan start-up.
- Masalah kultur perusahaan biasanya muncul setelah usaha sudah mulai berjalan.

d. HaKI atau IPR

- Salah satu hal yang biasanya belum disentuh ketika mengembangkan perusahaan adalah masalah Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) atau Intellectual Property Rights (IPR).
- Contoh: pembuatan nama domain