

1. Problem Validation

A. Segment (menentukan target populasi yang akan menjadi sampel dalam validasi):

- Geografi Daerah : mempengaruhi target pasar bisnis Laundry contohnya adalah kota malang karena banyak mahasiswa di kota malang dan banyaknya pendatang dari kota lain sehingga cocok untuk bisnis terutama bisnis laundry.
- Demografi
 - 1) Usia : target usia pasar laundry-o bisa dibilang sangat luas, namun ada beberapa target yang bisa meraup banyak keuntungan, diantaranya adalah mahasiswa , pelajar , pegawai, rentang usia 15-50 tahun.
 - 2) Pendidikan : Target pasar laundry-o yang utama adalah pelajar, mahasiswa dan karyawan suatu perusahaan
 - 3) Gender : karena banyak konsumen tidak memandang gender yang tertarik untuk melakukan proses laundry .
- Psikografi Ketertarikan : karena banyak mahasiswa, pelajar atau karyawan yang tertarik untuk melakukan pencucian barang, baju dsb yang lebih efisien .
- Perilaku: Sensitivitas harga : biaya untuk pencucian di memakai jasa Laundry-o bisa dijangkau oleh orang yang memiliki sensitivitas harga yang tidak terlalu tinggi dan lebih mementingkan kepuasan dan kenyamanan konsumen.

B. Question (pertanyaan penting dalam validasi masalah):

- Masalah APA yang mereka hadapi (what)?
 - 1) Kesulitan mencari tempat laundry yang tersedia dengan lokasi terdekat
 - 2) Proses laundry yang belum efisien baik untuk pengguna maupun pemilik usaha
 - 3) Masalah monitoring barang yang sedang di laundry oleh pengguna dan perkembangan bisnis oleh pemilik usaha
- Seberapa penting (key) masalah itu bagi mereka (intensity). Seberapa sering masalah itu dihadapi (frequency)?
 - 1) Masalah itu penting karena dapat memakan waktu dan biaya lebih
 - 2) Intensitas masalah dihadapi sering terjadi.