

**STRATEGI *MINIMUM VIABLE PRODUCT* DALAM  
PENGEMBANGAN PRODUK *STARTUP* DI APLIKASI  
PEMBAYARAN DIGITAL BANGBELI  
(PT. DOA ANAK DIGITAL)  
KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**



Oleh :

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

**Rizka Ramadhina Saputri  
NIM : E20182088**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
2022**

**STRATEGI *MINIMUM VIABLE PRODUCT* DALAM  
PENGEMBANGAN PRODUK *STARTUP* DI APLIKASI  
PEMBAYARAN DIGITAL BANGBELI  
(PT. DOA ANAK DIGITAL)  
KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR**

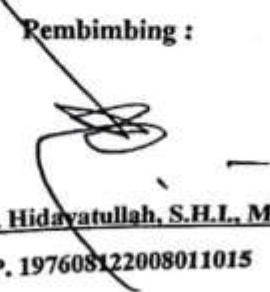
**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :  
**Rizka Ramadhina Saputri**  
NIM : E20182088

Pembimbing :



**Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I**  
NIP. 197608122008011015

**STRATEGI *MINIMUM VIABLE PRODUCT* DALAM  
PENGEMBANGAN PRODUK *STARTUP* DI APLIKASI  
PEMBAYARAN DIGITAL BANGBELI  
(PT. DOA ANAK DIGITAL)  
KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Kamis

Tanggal: 29 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua

Dr. Nur Ika Maulivah, S.E., M.Ak

NIP. 198803012018012001

Sekretaris

Nur Hidayat, S.E., M.M

NUP. 201603132

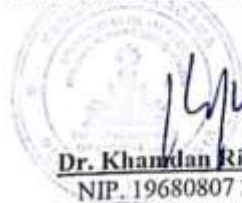
Anggota:

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

2. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

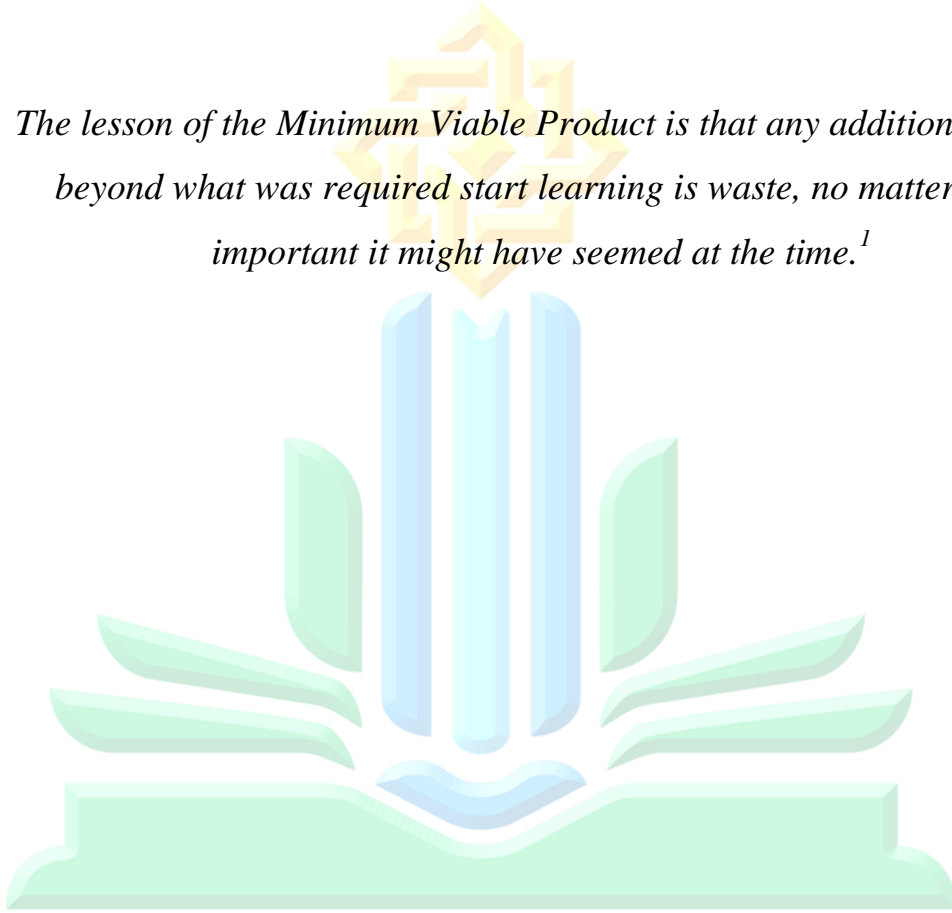


Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si

NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

*The lesson of the Minimum Viable Product is that any additional work beyond what was required start learning is waste, no matter how important it might have seemed at the time.<sup>1</sup>*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Eric Ries, *The Lean Startup: How today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*.

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang serta atas limpahan kasih sayang baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan limpahan rahmat agar skripsi ini dapat terselesaikan. Sebagai tanda terimakasih saya persembahkan karya tulis ini kepada

1. Kedua orang tua saya tersayang, Bapak Rudiyo D Saputro dan Ibu Nunung Nurhayani S.pd yang dengan penuh kesabaran dan cinta kasih mendukung saya baik dukungan moral maupun moril untuk menyelesaikan skripsi ini dan tak henti meyakinkan saya bahwa saya dapat menyelesaikan ini.
2. Untuk adik saya Muhammad Rifqo Faqih yang selalu mendukung saya untuk tidak menyerah dan selalu berkata untuk tidak mendengarkan perkataan orang lain yang meremehkan saya.
3. Untuk keluarga Kopma Pandhalungan UIN KHAS Jember yang sudah menjadi wadah saya untuk berproses pertama kali di kampus UIN KHAS Jember.
4. Untuk Bank Indonesia KpwBI Jember dan teman teman GenBI Jember yang telah memberikan saya ruang untuk berproses dan dukungan materil melalui program beasiswa yaitu Generasi Baru Indonesia (GenBI) Jember periode 2021-2023.
5. Untuk PT. Paragon Technology Indonesia DC Jember yang memberikan saya ruang untuk bertumbuh dengan mengizinkan bergabung menjadi Wardah Brand Ambassador selama satu tahun untuk wilayah Jember.

6. Untuk PT. Doa Anak Digital (Bangbeli) yang memberikan saya kesempatan dimulai dari magang hingga berhasil menjadi salah satu bagian tim didalamnya. Terimakasih untuk tim didalamnya terutama Robbi Tri Murdani dan Decky Ilham Syahputra yang selalu membantu dan memberikan motivasi saya agar tidak menyerah.
7. Untuk sahabat saya yaitu Yenni Naziyyah, Renita Fitria serta Uswatun Hasanah yang selalu menemani saya, menolong saya hingga mendukung saya pada proses skripsi ini.
8. Untuk teman-teman Ekonomi Syariah 2 dan seluruh kelas Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang saling memberikan dukungan serta saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.
9. Untuk almamater tercinta UIN KHAS Jember, terimakasih telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu serta menyediakan fasilitas pembelajaran saya dengan baik.

10. Kepada diri saya sendiri, terimakasih untuk kerja keras selama ini, terimakasih telah bertahan sejauh ini, terimakasih sudah tidak tumbang disaat banyak alasan untuk tumbang dan menyerah, terimakasih telah percaya bahwa kita dapat sama sama melalui ini.

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT dan sholawat serta salam tercurahkan selalu kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat. Sungguh atas segala rahmat, anugrah dan karunia-Nya sehingga terselesaikan skripsi dengan judul “Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran *Digital* Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)”.

Adapun terselesaikannya skripsi ini dikarenakan adanya bimbingan dan dukungan yang diperoleh melalui berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM. Selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan fasilitas yang memadai untuk menunjang proses pembelajaran.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E.,M.,Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan dalam proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr.M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah serta Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktu, mengarahkan dengan baik serta memberikan pelayanan bimbingan agar skripsi ini dapat selesai dengan baik.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pengajaran berupa ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat memahami ilmu khususnya pada Ekonomi Syariah.
6. Seluruh jajaran tim pada PT. Doa Anak Digital yang telah memberikan dukungan dan izin untuk melaksanakan penelitian di PT. Doa Anak Digital.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang diselesaikan jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis mengharap kritik beserta saran dari pembaca agar skripsi ini dapat sempurna dimasa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Senin, 31 Oktober 2022

Penulis,

UNIVERSITAS ISLAM  
KIAI HAJI ACHMAD  
J E M B E R



**Rizka Ramadhina Saputri**  
NIM. E20182088



## ABSTRAK

**Rizka Ramadhina S, M.F Hidayatullah, M. S.I, 2022:** *Strategi Minimum Viable Product Dalam Pengembangan Produk Startup di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital).*

Pengembangan Produk merupakan salah satu hal yang harus dilakukan baik ketika awal mengeluarkan produk maupun mengembangkan produk yang sudah dikeluarkan. Hal tersebut merupakan langkah yang krusial dimana langkah serta strategi yang ditempuh menentukan apakah perusahaan dapat terus beroperasi atau terhenti.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini yaitu 1.) Bagaimana Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)? 2.) Bagaimana Penerapan Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)? 3.) Bagaimana Implikasi Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)?

Tujuan Penelitian ini adalah 1.) Untuk Mengetahui Bagaimana Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)? 2.) Untuk Mengetahui Bagaimana Penerapan Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)? 3.) Untuk Mengetahui Bagaimana Implikasi Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dan jenis penelitian kualitatif, deskriptif dengan subyek penelitian dengan menggunakan Purposive dan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, untuk menguji keabsahan data dan peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut.1.) Pengembangan produk dan fitur yang akan dilakukan Bangbeli yaitu FAQ dan halaman pengaduan CS, Fitur pencatatan utang dan keuangan, *Redesign* fitur level dan gamifikasi bulanan, modal dan dana talangan, halaman notifikasi dan pesan, *redesign* halaman PPOB (add autofill), *redesign* halaman keunggulan premium, tabungan serta login biometric. Serta prioritas didalam mengembangkan produk dibagi menjadi fitur yang *high value*, *low value*, *high effort* dan *low effort*. 2.) Dimulai dengan versi beta 1.1.4, versi 1.1.5, versi 1.1.6 dan versi terbaru 2022. Langkah dalam penerapan dan pembuatan diawali dengan tahap *emphatize*, tahap *define*, tahap *ideation*, dan tahap *build product* atau *production*. Tes dilakukan dengan cara *user testing internal* dan *early adapters*. 3.) Implikasinya adalah adanya penambahan jumlah pengguna, penambahan jumlah transaksi, feedback untuk pengembangan fitur selanjutnya, penambahan fitur serta produk baru, dan perubahan legalitas.

Kata Kunci : *Minimum Viable Product*, Pengembangan Produk, *Startup*.

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Definisi Istilah.....	15
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>18</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	18
B. Kajian Teori .....	31
1. Strategi .....	31
2. Pengembangan Produk.....	38
3. <i>Minimum Viable Product</i> .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	53
B. Lokasi Penelitian.....	54
C. Subyek Penelitian.....	54

D. Teknik Pengumpulan Data.....	56
E. Teknik Analisis Data.....	59
F. Keabsahan Data.....	62
G. Tahap-tahap Penelitian.....	63

**BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA..... 67**

A. Gambaran Objek Penelitian .....	67
B. Penyajian Data dan Analisis Data.....	72
1. Pengembangan produk <i>Startup</i> di aplikasi pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) Kabupaten Malang Jawa Timur .....	72
2. Penerapan Strategi <i>Minimum Viable Product</i> Dalam Pengembangan Produk <i>Startup</i> di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) Kabupaten Malang Jawa Timur .....	91
3. Implikasi Strategi <i>Minimum Viable Product</i> Dalam Pengembangan Produk <i>Startup</i> di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) Kabupaten Malang Jawa Timur .....	107
C. Pembahasan Temuan.....	116

**BAB V PENUTUP..... 135**

A. Kesimpulan .....	135
B. Saran .....	137

**DAFTAR PUSTAKA..... 137**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Legalitas PT. Doa Anak Digital

Lampiran 2 : Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 3 : Matrik Penelitian

Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 : Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 6 : Pedoman Penelitian

Lampiran 7 : Jurnal Kegiatan Penelitian

Lampiran 8 : Dokumentasi

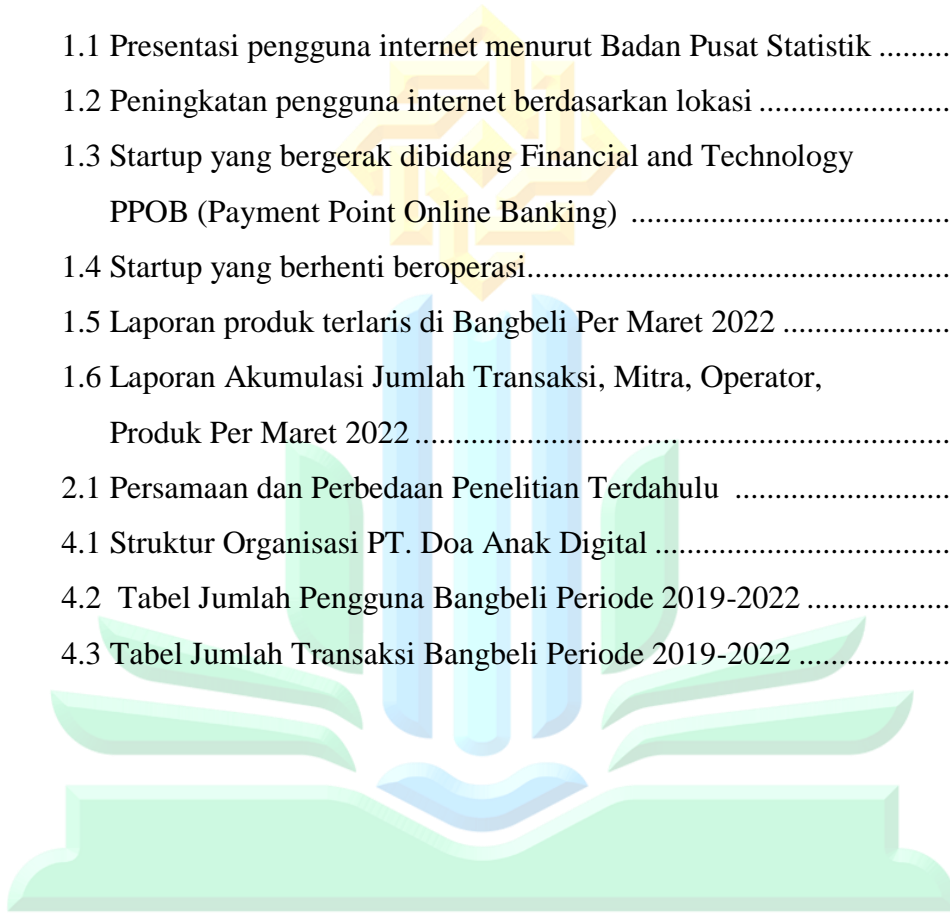
Lampiran 9 : Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

1.1 Presentasi pengguna internet menurut Badan Pusat Statistik .....	1
1.2 Peningkatan pengguna internet berdasarkan lokasi .....	2
1.3 Startup yang bergerak dibidang Financial and Technology PPOB (Payment Point Online Banking) .....	4
1.4 Startup yang berhenti beroperasi.....	11
1.5 Laporan produk terlaris di Bangbeli Per Maret 2022 .....	12
1.6 Laporan Akumulasi Jumlah Transaksi, Mitra, Operator, Produk Per Maret 2022 .....	13
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	27
4.1 Struktur Organisasi PT. Doa Anak Digital .....	71
4.2 Tabel Jumlah Pengguna Bangbeli Periode 2019-2022 .....	112
4.3 Tabel Jumlah Transaksi Bangbeli Periode 2019-2022 .....	112



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
4.1 Logo Brand Bangbeli .....	78
4.2 Akun Premium Beserta <i>Downline</i> .....	78
4.3 Pelayanan Bangbeli menurut para pengguna per Juni 2022 .....	79
4.4 Produk dan fitur yang akan dikembangkan selanjutnya .....	85
4.5 Prioritas produk dan fitur yang akan dikembangkan .....	87
4.6 Tampilan fitur baru yaitu fitur level pada aplikasi Bangbeli .....	87
4.7 Pemberitahuan mengenai fitur baru Bangbeli melalui sosial media....	88
4.8 Pemasaran fitur baru yang dilakukan oleh tim <i>marketing</i> .....	89
4.9 Diagram <i>Registered User</i> yang mengalami <i>Product Market Fit</i> .....	95
4.10 Diagram <i>Transaction Volume</i> yang mengalami <i>Product Market Fit</i> .....	96
4.11 <i>Usability Testing</i> Untuk Siklus Pelajari .....	97
4.12 Berita Mengenai Target Pasar Bangbeli .....	100
4.13 Penerapan <i>Minimum Viable Product</i> Pada Aplikasi Bangbeli (Version Beta 1.14) .....	103
4.14 Penerapan <i>Minimum Viable Product</i> Pada Aplikasi Bangbeli (Version 1.15) .....	103
4.15 Penerapan <i>Minimum Viable Product</i> Pada Aplikasi Bangbeli (Version Beta 1.16) .....	104
4.16 Penerapan <i>Minimum Viable Product</i> Pada Aplikasi Bangbeli (Version Beta 1.17) .....	104
4.17 Gambar Riset terhadap Kompetitor Bangbeli dalam Proses Ideation .....	107
4.18 Jumlah Downloader aplikasi pada playstore.....	110

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia pada 2020 mencapai 19,67 juta, meningkat 7,68%.<sup>1</sup> Pada Agustus 2020, survei Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan persentase pengguna internet dalam tiga bulan terakhir secara total nasional meningkat.<sup>2</sup>

**Tabel 1.1**

Presentase pengguna internet menurut Badan Pusat Statistik.

No	Presentase	Tahun
1	48,4%	2019
2	54,4%	2020

Sumber : Badan Pusat Statistik

<sup>1</sup> <https://apjii.or.id/survei2019x>

<sup>2</sup> Laporan East Ventures, *Digital Competitiveness Index 2021 Momentum Akselerasi Transformasi Ekonomi Digital Pemetaan Daya Saing Digital 34 Provinsi dan 25 Kota*, 3.

**Tabel 1.2**

Peningkatan pengguna internet berdasarkan lokasi.

No	Lokasi	Presentase Awal	Presentase Akhir
1	Rumah	95%	96%
2	Kantor	32%	30%
3	Sekolah	15%	13%

Sumber : Laporan East Ventures, *Digital Competitiveness Index 2021 Momentum Akselerasi Transformasi Ekonomi Digital Pemetaan Daya Saing Digital 34 Provinsi dan 25 Kota*, Halaman 3.

Hal tersebut membuktikan adanya kenaikan angka pada masyarakat Indonesia dalam beraktifitas menggunakan internet pun mendasari terjadinya perkembangan teknologi yang secara langsung mendorong masyarakat Indonesia untuk menyesuaikan kehidupan secara modern dan dinamis di bidang ekonomi. Transformasi pada bidang ekonomi yang semula berupa ekonomi konvensional mulai bergerak menyesuaikan menjadi ekonomi digital. Ekonomi digital telah lahir dan berkembang seiring dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dunia yang semakin mengglobal. Agar ekonomi digital bermanfaat bagi masyarakat dan pelaku ekonomi, diperlukan kerangka regulasi yang tepat, menciptakan lingkungan pasar yang kompetitif dan seimbang untuk pengembangan ide dan inovasi produk.<sup>3</sup> Transformasi

<sup>3</sup> [https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi\\_665\\_3\\_230](https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_665_3_230).



menjadi ekonomi digital dan kenaikan pengguna internet tersebut yang telah berpengaruh pada kemunculan *startup*.

Di Indonesia sendiri berdasarkan transformasi ekonomi tersebut mengakibatkan penambahan jumlah pada *startup* Indonesia. *Startup* sendiri mempunyai pengertian yaitu perusahaan atau bisnis yang belum lama terbentuk. Perusahaan yang disebut *startup* adalah ketika perusahaan masih dalam tahap pengembangan. Ciri lain dari , sebuah perusahaan yang disebut *startup*, adalah bahwa perusahaan tersebut masih muda, dan masih memiliki sedikit karyawan dan multitasking.<sup>4</sup> *Startup* juga mempunyai pengertian yaitu Perusahaan yang baru terbentuk atau sedang dalam awal rintisan, namun tidak berlaku di semua bidang usaha. Istilah *startup* mengklasifikasikan perusahaan teknologi dan informasi yang berkembang di dunia internet.<sup>5</sup>

Selain itu perusahaan yang digolongkan sebagai *startup* juga masih dalam proses pengembangan serta perlu melakukan banyak riset untuk menemukan pasar yang tepat atau dapat dibilang perlu menemukan kesesuaian produk untuk pasar. Salah satu *startup* di Indonesia adalah Bangbeli. Bangbeli merupakan *Startup financial technology* (FinTech) yang memulai bisnisnya di Malang, Jawa Timur.

---

<sup>4</sup> Setyo Joko, *Membangun Startup Entrepreneur Yang Unggul*, (Yogyakarta : Penebar Media Pustaka,2020), 5.

<sup>5</sup> Maryati, *Modul Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan*, ( Cirebon: Syntax Computama, 2020) h.130.

Didalam perkembangan Startup secara nasional Bangbeli merupakan salah satu yang bergerak dibidang Financial Technology, adapun berikut data perusahaan rintisan teknologi yang bergerak dibidang yang sama.

**Tabel 1.3**

*Startup yang bergerak pada bidang Financial and Technology*

*PPOB (Payment Point Online Banking)*

No	Nama Startup
1	Bukalapak
2	Grab Kios
3	Unitedpay
4	Pasar Kuota
5	Kioser
6	Agen Pulsa
7	Bisa Topup
8	Topindoku
9	Mpstore
10	Order Kuota
11	Alifapay
12	Kontergo
13	Netzme
14	Buku Warung

Sumber : Laporan Data and Growth Analyst PT. Doa Anak Digital

Bangbeli merupakan *startup* dibawah naungan PT. Doa Anak Digital. *Startup* Bangbeli bertanggung jawab penuh terhadap semua layanan yang ada didalamnya yaitu sebagai platform pembayaran digital. Bangbeli mempunyai visi yaitu menjadi perusahaan penyedia layanan teknologi terbaik di Indonesia dalam hal transaksi pembayaran digital dan mendukung program pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia.

Selain visi, dalam mewujudkan tujuannya Bangbeli juga mempunyai misi yang akan dijalankan yaitu mewujudkan sistem transaksi pembayaran digital yang terpercaya dengan aman, mudah, nyaman, dimanapun dan kapanpun hanya dengan satu aplikasi. Misi lainnya dari Bangbeli adalah mendorong pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia untuk terus meningkatkan bisnisnya, menjalin

hubungan kerja sama yang baik dengan partner jangka pendek maupun jangka Panjang. Saat ini Bangbeli beralamat di Perum Tirtasani Cluster

Royal Village RV 12 5No. 07, Kelurahan Ngenep, Kecamatan Karang Ploso, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. <sup>6</sup> Per November 2021

dengan 2 tahun jangka waktu berdirinya, Bangbeli sudah memiliki 159.537 jumlah transaksi dan mempunyai 9.835 mitra premium. Dengan macam jenis produk yang ditawarkan seperti pembayaran PPOB (*Payment Point Online Banking*) yang merupakan mekanisme pembayaran tagihan yang bekerja dengan bank-bank yang terhubung secara online secara real

---

<sup>6</sup> Robbi Tri Murdani, *Chief Product Officer Bangbeli, Company Profile.*

time, sehingga rekonsiliasi data sangat cepat dan dengan akurasi data yang akurat.

Macam PPOB yang disediakan pada aplikasi Bangbeli diantara lain isi pulsa, paket data, voucher, pembayaran PLN, pulsa, pembayaran PDAM, pembelian voucher game dan paket telephone. Selain pembayaran PPOB, aplikasi Bangbeli juga menyediakan pembayaran *E-wallet* seperti Ovo, Dana, Link Aja, Shopee, dan Gopay. Dan yang terakhir adalah pembayaran pascabayar diantara pembayaran Telkom Indonesia, BPJS Kesehatan, TV Kabel, Jiwaseraya, dan telephone pascabayar. Keunikan yang ditawarkan oleh aplikasi Bangbeli adalah harga dibawah kompetitor lainnya, penggunaan sistem perolehan point pada setiap transaksinya dimana poin tersebut dapat ditukarkan menjadi uang sehingga menciptakan *passive income*, selain itu pemberlakuan *cashback* pada event tertentu juga menjadi daya tarik aplikasi tersebut. Pada tanggal 30 Oktober 2021 aplikasi Bangbeli Bersama dengan produk yang ditawarkan berhasil meraih juara kedua pada acara BNI Hackathon Festival yang diselenggarakan oleh BNI digital hub. Pada tanggal 23 Januari 2022 Bangbeli mendapatkan juara *Pitching Battle* yang diadakan oleh Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Malang. Selain itu pada tahun 2022 Bangbeli menjadi salah satu dari 10 startup yang dipilih oleh Kementerian Koperasi untuk tampil pada acara G20 di Bali.

Dalam melaksanakan pengembangan produk pada perusahaan tentu saja diperlukan strategi yang kuat untuk dapat bertahan. Dalam

mengembangkan produk yang ada pada aplikasi Bangbeli, Robbi Tri Murdani selaku *Chief Operating Officer* mengatakan bahwa memperkuat *Minimum Viable Product* untuk diterapkan pada produk yang ada di aplikasi Bangbeli. Menurutnya dalam membangun sebuah perusahaan *startup* hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana produk serta inovasi yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan *startup* khususnya dapat menjadi jawaban serta solusi untuk masalah yang terjadi di Masyarakat. Dengan kata lain hadirnya produk dari perusahaan *startup* tersebut menjadi jawaban dari permasalahan masyarakat. Setelah melewati tahapan untuk mengetahui apakah produk yang ditawarkan menjadi solusi dari permasalahan yang ada, barulah perancangan produk itu dimulai. Ketika produk tersebut menjadi solusi maka kesesuaian pasar dan produk akan tercipta sehingga perusahaan dapat terus bertahan menggunakan produk tersebut karena sudah menemukan pasar.

*Minimum Viable Product* merupakan sebuah konsep strategi yang identic dengan *startup*, *minimum viable product* sendiri bertujuan untuk menguji minat pada sebuah produk secara efisien, sebelum membangunnya secara keseluruhan.<sup>7</sup> *Minimum Viable Product* juga dapat didefinisikan sebagai rilis produk baru yang memungkinkan tim untuk mengumpulkan jumlah maksimum pengetahuan yang divalidasi tentang pelanggan dengan upaya dan biaya minimum<sup>8</sup> *Minimum Viable Product*

---

<sup>7</sup> Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., dan Smith, *Value Proposition Design*. (New Jersey L : John Wiley & Sons, Inc, 2014), 222.

<sup>8</sup> Erick Ries, *The Lean Startup*. (New York: Crown Business, 2011).

juga merupakan strategi yang ditargetkan untuk menghindari membangun produk yang tidak diinginkan pelanggan, yang berupaya memaksimalkan informasi yang dipelajari. *Minimum Viable Product* bukan sebuah produk minimal, adalah strategi dan proses<sup>9</sup> Berdasarkan pengertian diatas *Minimum Viable Product* selain produk juga merupakan strategi dan proses yang harus di pikirkan langkahnya oleh perusahaan. Diperlukan beberapa proses sebelum menentukan *Minimum Viable Product*. Proses penentuan *Minimum Viable Product* di beberapa perusahaan akan lebih bervariasi tergantung kebutuhan perusahaan. Namun proses secara garis besar menurut teori *Lean Startup* adalah pertama membentuk prototipe konseptual dimana didalam prototipe konseptual bertujuan untuk membentuk ide. Membentuk ide dapat dilakukan dengan mencari tahu apa yang dapat berhasil, mengidentifikasi hipotesis mana yang harus dibuktikan agar dapat sukses, menggunakan prototipe sebagai suatu cara agar dapat dengan jelas memetakan, melacak, mengulang dan membagikan ide ide hipotesis. Jadi didalam menentukan prototipe konseptual didalamnya masih terdapat proses seperti memetakan masalah dengan menggunakan *Feedback*.

Sebelum menerapkan *Minimum Viable Product* memanglah terdapat beberapa langkah yang harus di tempuh, karena pengaplikasian *Minimum Viable Product*, produknya langsung dapat diterapkan dan

---

<sup>9</sup> Di Dio Salqvatore, *From Smart To Lean How To Design The Better Cities, Happier Citizens And Save The World* (Altralinea, 2018) , 120.

digunakan oleh konsumen. Setelah gambaran langkah sebelum *Minimum Viable Product* diluncurkan terlaksana langkah garis besar selanjutnya adalah menentukan hipotesis lalu mewujudkan produk dan jasa menggunakan *Minimum Viable Product*.

Pengembangan produk menggunakan *minimum viable product* tentu menjadi hal yang sangat krusial karena merupakan komponen penting untuk diperhatikan dalam *startup*. Karena pengembangan produk menjadi salah satu hal yang mendasari apakah perusahaan tersebut dapat terus beroperasi atau berhenti. Perkembangan *startup* di Indonesia sebagai bentuk perwujudan dari ekonomi *digital* memiliki dampak positif. Dampak positif perkembangan ekonomi digital terhadap perekonomian Indonesia tidak pernah sejelas tahun lalu. Teknologi dan perubahan yang dirintis oleh startup selama satu dekade terakhir telah mempersiapkan masyarakat untuk menghadapi tantangan dan kendala yang tiba-tiba ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Pertumbuhan *startup* di Indonesia terlihat sangat subur hal ini dibuktikan melalui data Pada 2019, Indonesia menempati peringkat ke-5 secara keseluruhan dengan 2.193 *startup*<sup>10</sup> dampak positif dari pertumbuhan jumlah *startup* dirasakan oleh semua sektor. Pengurangan jumlah pekerja pada sektor formal menjadi salah satu dasar terciptanya banyak inovasi yang menjadi dasar pada *startup* yang diharapkan menjadi jawaban untuk permasalahan pada masyarakat.

<sup>10</sup> [https://kominfo.go.id/content/detail/23975/di-wef-2020-menkominfo-pamerkan-pesatnya-perkembangan-startup-indonesia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/23975/di-wef-2020-menkominfo-pamerkan-pesatnya-perkembangan-startup-indonesia/0/sorotan_media).

Tingginya pertumbuhan jumlah *startup* di Indonesia membuat pemerintah mendukung melalui berbagai macam program salah satu program pemerintah dalam Startup tersebut merupakan program CPPBT-PT (Calon Perusahaan *Startup* Berbasis Teknologi) Badan Riset Inovasi Teknologi Nasional (BRIN), kini berganti nama menjadi program pendanaan Indonesia Innovation Startup (SII). BRIN telah mendanai startup teknologi berbasis coach sejak 2013. Jumlah *startup* yang kami dukung terus bertambah dari tahun ke tahun. Hingga 2019, BRIN memutuskan untuk membantu pembiayaan 669 perusahaan pionir dengan total anggaran Rp 222 miliar. Jumlah ini belum termasuk program lain, pembinaan calon *Startup* (pre-startup). Dukungan finansial BRIN dicapai melalui perintis program kepemimpinan perusahaan yang terlibat dalam berbagai institusi pengembangan bisnis teknologi, mulai dari R&D hingga universitas hingga institusi sektor swasta. Rencana pendampingan ini membantu perusahaan perintis memasarkan produknya sesuai target pasar yang dituju.<sup>11</sup>

Tren pendanaan pada startup juga semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah startup, segala akses kemudahan pun diberikan oleh pemerintah dalam menciptakan dan membangun *startup*. Banyak *startup* yang berhasil memulai namun yang menjadi permasalahan adalah *startup* yang dibangun tidak sedikit yang dengan cepat berhenti

---

<sup>11</sup> Deyvie Laudya Roringkon, Aris Sarjito Universitas Pertahanan, "Pemberdayaan Kaum Milenial Sebagai Kader Bela Negara", *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)* (Vol. 1, No. 7, 2021), 712.



beroperasi. Setiap perusahaan yang tergolong pada *startup* atau perusahaan yang baru dimulai dan berkembang akan dihadapkan oleh permasalahan berupa inovasi yang ditawarkan sulit untuk bertahan lama dikarenakan tidak memiliki pasar untuk produk yang dibangun. Menurut Direktur Bisnis Digital Telkom Indonesia Fajrin Rasyid yang merupakan salah satu pendiri Bukalapak, tingkat kegagalan untuk startup teknologi sangat tinggi baik di Indonesia maupun rata-rata global, mencapai 90%. Berikut beberapa *startup* yang memutuskan untuk berhenti beroperasi. Beberapa *startup* lokal yang tidak dapat meneruskan perusahaannya :

**Tabel 1.4**

Startup yang berhenti beroperasi

No	Nama Startup	Berhenti Beroperasi
1	Airy Rooms	31 Mei 2020
2	Stogo	2020
3	Eatsy Indonesia	1 April 2020
4	Blanja	1 September 2020
5	Info Kost	31 Desember 2020
6	Hooq	30 April 2020
7	Qlapa	2019
8	Matahari Mall	November 2018
9	Lola Box	2014

10	Alikolo	2015
11	Valadoo	30 April 2015

Sumber : Data diolah Peneliti berdasarkan laman resmi.

Dalam sebuah Webinar yang diinisiasi oleh BRI Ventures Indonesia (BVI) tentang *Fundraising*, William Gozali, *Chief Investment Officer BVI*, sempat menyinggung kegagalan startup yang didefinisikan dalam kegagalan untuk bertahan maupun berkembang karena tidak fokus mengimplementasikan *Minimum Viable Product* (MVP). Yaitu suatu upaya strategi bagaimana sebuah startup dapat menyampaikan *value* dari solusinya dengan biaya *se-minimum* mungkin. Dalam arti lain, upaya pengembangan produk yang dilakukan oleh para founder startup itu tidak perlu yang terlalu wah, *high-tech*, ataupun *reach feature*. Namun harus memenuhi kebutuhan pasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti sampaikan diatas, peneliti tertarik untuk menguak *Strategi Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) yang dapat mempertahankan perusahaan tersebut bahkan terus bertumbuh hingga saat ini.

**Tabel 1.5**Laporan 10 Produk Terlaris Pada Aplikasi Bangbeli per 1 Maret 2022<sup>12</sup>

NO	Nama Produk	Total Transaksi
1	Telkomsel 10rb (utama)	12.740
2	Token PLN 20rb	8.177
3	Token PLN 50rb	7.563
4	Indosat 10rb	7.446
5	Telkomsel 5rb (utama)	6.099
6	Yellow 1GB 3Hr	4.979
7	Indosat 5rb	4.966
8	Yellow 1GB 1Hr	4.281
9	Telkomsel 20rb SUPER PROMO	3.792
10	140 Diamond (PROMO)	3.530

Sumber : Panel Transaksi PT. Doa Anak Digital

**Tabel 1.6**Laporan Akumulasi Jumlah Transaksi, Mitra, Operator, Produk Per 1 Maret 2022<sup>13</sup>

No	Nama	Jumlah
1	Total Transaksi	196.601
2	Mitra Terdaftar	10.749
3	Total Operator	1.000
4	Total Produk Tersedia	1.500

Sumber : Website PT. Doa Anak Digital

**B. Fokus Penelitian**<sup>12</sup> Zalfa Alya, *Customer Service Officer, Panel transaksi Bangbeli.*

Fokus penelitian mencakup semua bidang utama yang dicari untuk dijawab selama proses penelitian. Fokus penelitian dirumuskan secara ringkas, jelas, padat, spesifik, dan berorientasi pada tindakan, dalam bentuk kalimat tanya. Berdasarkan latar belakang di atas, bidang penelitian utama adalah sebagai berikut.:

1. Bagaimana Pengembangan produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)?
2. Bagaimana Penerapan Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)?
3. Bagaimana Implikasi Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengembangan produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)
2. Untuk mengetahui Penerapan Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)

3. Untuk mengetahui Implikasi Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademik dalam penambahan literatur penelitian, koleksi kajian dan referensi tambahan penelitian yang kemungkinan memiliki topik yang berkaitan, baik yang bersifat melengkapi atau melanjutkan.
2. Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam pengembangan usaha yang dimiliki.

#### **E. Definisi Istilah**

Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)

##### 1. Strategi

Strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumberdaya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

## 2. *Minimum Viable Product*

*Minimum Viable Product* juga dapat didefinisikan sebagai rilis produk baru yang memungkinkan tim untuk mengumpulkan jumlah maksimum pengetahuan yang divalidasi tentang pelanggan mereka dengan upaya dan biaya minimum.

## 3. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah strategi untuk mengembangkan bisnis dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi untuk segmen pasar saat ini. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik, memungkinkan ide produk diubah menjadi produk yang layak.

## 4. *Startup*

*Startup* adalah perusahaan atau korporasi yang baru terbentuk

Sebuah perusahaan disebut *startup* ketika masih dalam tahap pengembangan. Karakteristik lain dari perusahaan yang disebut *startup* adalah mereka masih muda, memiliki sedikit karyawan yang terlibat, dan multitasking.

## 5. Aplikasi Pembayaran Digital

Merupakan aplikasi yang menyediakan layanan untuk melakukan pembayaran secara digital. Pembayaran digital sendiri atau yang sering dikenal dengan *Digital Payment*. Pembayaran digital adalah

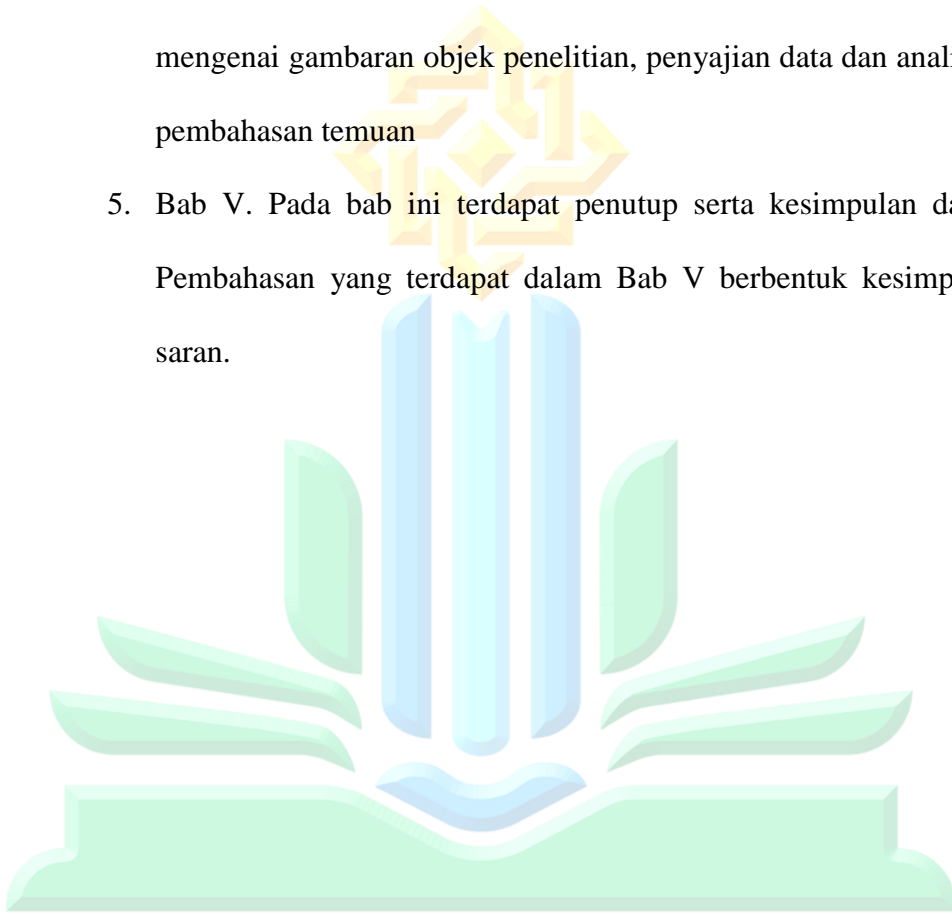
pembayaran berbasis teknologi. Dalam pembayaran digital, uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses transfornya diprakarsai oleh alat pembayaran elektronik.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Di dalam sistematika pembahasan berisikan mengenai alur pembahasan skripsi. Alur tersebut diawali dengan bab pendahuluan selanjutnya diakhiri dengan bab penutup. Sistematika Pembahasan didalam penelitian ini berupa :

1. Bab I. Pada bab pertama terdapat pendahuluan serta membahas mengenai latar belakang pada penelitian, focus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah lalu diakhiri dengan sistematika pembahasan
2. Bab II. Pada bab kedua terdapat kajian pustaka yang membahas mengenai penelitian terdahulu, didalam penelitian terdahulu terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Setelah itu, memasuki bagian kajian teori yang dijadikan sebagai pijakan dan landasan dalam melakukan suatu penelitian
3. Bab III . Pada bab ketiga terdapat metode penelitian dimana didalam bab ini membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta juga membahas mengenai tahapan-tahapan penelitian

4. Bab IV. Pada bab ini terdapat penyajian data dimana membahas mengenai gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, serta pembahasan temuan
5. Bab V. Pada bab ini terdapat penutup serta kesimpulan dan saran. Pembahasan yang terdapat dalam Bab V berbentuk kesimpulan dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti memasukkan serta menganalisis beberapa hasil penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, selanjutnya peneliti membuat ringkasan penelitiannya yang didalamnya mencakup penelitian berupa skripsi, tesis, disertasi, jurnal dan sebagainya.

Untuk menghindari duplikasi pada penelitian ini, maka peneliti melakukan analisa serta literasi terhadap karya yang telah ada berkaitan dengan Strategi Minimum Viable Product dalam pengembangan produk pada PT. Doa Anak Digital. Penelitian mengenai Strategi Minimum

Viable Product memang bukan yang pertama kali. Diantara penelitian yang sudah pernah dilakukan adalah:

1. Mutiara Cahya Aghnia, Dwi Larso 2018 “*Developing New Product Using Minimum Viable Product*” *School of Bussiness Management Institut Teknologi Bandung*.<sup>14</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dilakukannya pengembangan produk baru dan mengujinya ke pasar dengan menggunakan *Minimum Viable*

---

<sup>14</sup> Mutiara Cahya Agnia, Dwi Larso, “*Developing New Product Using Minimum Viable Product*”, *Journal of Applied Management (JAM)*, (Vol. 16, No. 2, 2018).

*Product* dari teori Lean Startup. Berdasarkan wawancara pelanggan Menunjukkan bahwa pelanggan membutuhkan lebih banyak warna tas. Melalui analisis internal dan eksternal dari acara SWOT, layanan pelanggan Colle menunjukkan kekuatan dan peluang teknologi pencetakan kain baru. *Minimum Viable Productnya* adalah katalog yang diterbitkan secara online dan diuji selama dua minggu, menghasilkan 11 pembelian. Setelah masa pengujian, 5 pelanggan diwawancarai, mereka membutuhkan pilihan warna, pola, ilustrasi yang lebih luas, dan menginginkan gambar sendiri untuk brand itabag. Hasil ini kemudian diimplementasikan pada peningkatan *Minimum Viable Product*. Penelitian ini hanya akan mencakup tes pertama karena keterbatasan waktu.

2. Garda Prakoso Aji 2020 “Perencanaan strategi digital pada startup Eguard dengan pendekatan *Design Thinking*” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah<sup>15</sup>

Pendekatan yang dipakai pada penelitian ini merupakan studi literatur. Studi ini menunjukkan bagaimana perencanaan sistem informasi strategis dapat menggunakan *Design Thinking* di Startup dan menyimpulkan bahwa *Design Thinking* dapat digunakan oleh perusahaan yang ingin mengubah sistem

---

<sup>15</sup> Garda Prakoso Aji, “Perencanaan Strategi Digital Pada Startup Eguard Dengan Pendekatan *Design Thinking*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2020).

informasi saat ini dan menyesuaikan sistem informasi yang diinginkan pengguna dalam Design Thinking dan terdapat pengoptimalan *Minimum Viable Product*.

3. Zihramna Afdi, Bambang Purwanggono, 2020 “Perancangan Strategi Berbasis Metodologi *Lean Startup* Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi Di Indonesia” Universitas Diponegoro.<sup>16</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Delphi dengan pendekatan rating *scale*. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan menggunakan metode Delphi, terdapat delapan variabel yang mempengaruhi keberlangsungan proses pertumbuhan startup berbasis teknologi: perumusan strategi, strategi talent, strategi keuangan, strategi budaya perusahaan, strategi produksi. Aspek layanan pelanggan, strategi inovasi dan pengembangan kegiatan penelitian, evaluasi strategi dan pengukuran kinerja, aspek hukum dan ekosistem bisnis. Kedelapan variabel ini diikuti oleh 55 indikator yang disetujui oleh para ahli yang diwawancarai. Akibatnya, para ahli yang diwawancarai setuju dengan 8 variabel yang diusulkan dan 55 indikator dan merekomendasikan bahwa mereka diatasi dengan produk yang layak minimum, pengembangan tangkas, manajemen

---

<sup>16</sup> Zihramna Afdi, Bambang Purwanggono, “Perancangan Strategi Berbasis Metodologi Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi Di Indonesia”,

hubungan pelanggan, dan metode manajemen sumber daya manusia, terbukti telah mengidentifikasi 10 penyebab kegagalan yang disukai.

4. Dhahana Hanifinsani Muhammad, Leo Aldianto, 2020 "*Building Minimum Viable Product (Mvp) For Dance Cover Group Of Haru Entertainment. School of Bussiness Management Institut Teknologi Bandung*"<sup>17</sup>

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif menggunakan semi-terstruktur wawancara untuk mengumpulkan informasi tentang preferensi penonton terhadap video dance cover. Penonton preferensi digunakan bagi peneliti untuk membuat video dance cover untuk diuji. Tes ini untuk menyimpulkan id

video sudah mencapai MVP atau tidak dengan menguji nilai dan hipotesis pertumbuhan. Hipotesis nilai diuji menggunakan tes penilaian video dan hipotesis pertumbuhan diuji dengan melacak jumlah penayangan pada Youtube.

5. Reni Maryani, 2020 "Strategi Pengembangan Usaha Dange (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Munawwarah Desa Munte

---

<sup>17</sup> Dhahana Hanifinsani, Leo Aldianto, "*Building Minimum Viable Product (Mvp) For Dance Cover Group Of Haru Entertainment*", *Journal of Innovation, Business and Entrepreneurship*.

Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara)” Universitas Cokro Aminoto Palopo.<sup>18</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Berdasarkan temuan Strategi Pengembangan Usaha Dange (Home Industry Muntewarah, Desa Munte, Kabupaten Luwu Utara, Kecamatan Tana Lili, Desa Munte), Strategi Pengembangan Usaha Dange, Desa Munte akan mengembangkan teknologi untuk meningkatkan kualitas, kapasitas dan keragaman produksi Kita dapat menyimpulkan bahwa itu membaik. Inovasi produk baru seperti peningkatan kegiatan promosi bisnis, melalui desain kemasan yang menarik, dan diversifikasi produk dange.

6. Sylvia Nailuvarry, Hety Mustika Ani, Sukidin 2020, ”Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember” Universitas Negeri Jember.<sup>19</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif. Strategi pengembangan produk yang dilakukan di industri Handicraft Citra Mandiri dalam menciptakan produk baru

<sup>18</sup> Reni Maryani, “Strategi Pengembangan Usaha Dange (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Munawwarah Desa Munte Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara)”, (Skripsi: Universitas Cokroaminoto Palopo 2020).

<sup>19</sup> Sylvia Nailuvarry, Hety Mustika Ani, Sukidin, “Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember” *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, (Vol. 14, No. 1, 2020).

dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada, dengan tujuan memang untuk mengantisipasi kejenuhan pelanggan. Selain itu juga untuk mengantisipasi kejenuhan akan suatu produk tertentu. Pengembangan produk yang dilakukan oleh industri handicraft Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember berusaha meningkatkan kualitas dari produk yang dimiliki. Kualitas suatu produk akan menjadi daya tarik yang besar terhadap pelanggan. Strategi yang dilakukannya yaitu menciptakan bermacam macam produk yang dimiliki, sehingga produk yang dimiliki tetap eksis di pasaran.



7. Rasyid Yudhistira, Yuniaristanto, Muhammad Hisjam 2020  
 “*Business Development On Temanrindu Startup With Startup Evolution Curve Methods*” Universitas Sebelas Maret<sup>20</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengembangan bisnis Startup Teman Rindu mengadopsi metode Startup *Evolution Curve* hingga tahap kedua setelah 330 *startup* menyelesaikan tahap pertama secara mandiri. Fase ini adalah pembuatan *Minimum Viable Product (MVP)*. Start-up TemanRindu memproduksi produk selama periode penelitian tujuh bulan dan memvalidasinya melalui pengujian pasar langsung selama tahap pembuatan *Minimum Viable Product*

<sup>20</sup> Rasyid Yudhistira, Yuniaristanto, Muhammad Hisjam, “*Business Development On Temanrindu Startup With Startup Evolution Curve Methods*”, *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Vol 5, No 3, 2020).

(MVP). *Unique Value Proportion* adalah bagian yang sangat penting karena membedakan nilai startup Anda dengan startup lainnya. *Unique Value Proportion* TemanRindu hadir sebagai media katarsis pertama yang menyediakan layanan ventilasi dan konseling tanpa aplikasi yang rumit. TemanRindu juga hadir sebagai media psikoedukasi yang dikemas dalam paket yang ringan dan ramah sebagai langkah pencegahan untuk mengurangi jumlah potensi gangguan jiwa. Selain Lean Canvas, pemasaran produk startup juga mencakup jaringan bisnis perusahaan, saluran rantai distribusi produk, strategi dalam desain produk, kekompakan dan kekuatan tim, serta tahap pembuatan peta persaingan dengan saluran komunikasi dan distribusi.

8. Titik Cuciana, 2021 “Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Widagdo Rahayu Pacitan” IAIN Ponorogo.<sup>21</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Konsep pengembangan produk dari UD. Widagdo Rahayu Pacitan menambah jenis produk baru yang lebih beragam dan menarik. Penambahan produk membuat konsumen tidak bosan dengan produk UD. Widagd Rahayu Pachitan 2. Volume penjualan produk di UD. Widagdo Rahayu Pacitan bertambah berat badannya. Hal ini dibuktikan dengan kinerja penjualan kami

<sup>21</sup> Titik Cuciana, “Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Widagdo Rahayu Pacitan”, (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2021).

di tahun 2014 yang meningkat sebesar 1,39% dengan penambahan kedua produk tersebut. Kemudian, ketika produk lain ditambahkan, penjualan terus tumbuh, meskipun pada tingkat yang lebih rendah. Berdasarkan perhitungan di atas, tingkat pertumbuhan produk selama lima tahun terakhir (2015 hingga 2019) menunjukkan peningkatan 1,03% pada tahun 2016 dibandingkan tahun sebelumnya. Penjualan pada tahun 2017 naik 0,7 tahun ke tahun dan pada tahun 2018 naik 0,23 tahun ke tahun. Dan pada tahun 2019, terjadi peningkatan sebesar 0,20% dibandingkan tahun sebelumnya.

9. Divia Ramadina Hazzelia, Dwi Purnomo, 2021 “Strategi Pengembangan Produk Pada Startup Trafeeka Coffee Dengan Penambahan Rempah Sebagai Variasi Rasa”, Universitas Padjajaran.<sup>22</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Kesimpulan berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini diantaranya, hasil rancangan tool lean canvas untuk memperbaiki formula produk melalui proses iterasi dengan tiga tahap *Minimum Viable Product (MVP)* sudah tepat bagi startup Trafeeka Coffee. Pengujian MVP telah tercapai, karena berhasil menemukan formula produk yang disukai oleh konsumen dengan

<sup>22</sup>Divia Ramadina Hazzelia, Dwi Purnomo, “Strategi Pengembangan Produk Pada Startup Trafeeka Coffee Dengan Penambahan Rempah Sebagai Variasi Rasa” *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, (Vol 5, No 2, 2021).



meningkatkan nilai kesukaan konsumen terhadap produk pada setiap tahapan MVP-nya. Produk yang disukai konsumen juga berhasil meningkatkan penjualan produk kopi susu rempah setiap periodenya. Selain itu, value berupa experience baru dalam minum kopi susu dengan aftertase unik dari sirup rempah tersampaikan, dan terciptanya menu varian baru (produk non kopi) yang menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk menggunakan lean canvas pada stratup Trafeeka Coffee telah tepat.



10. Megananda Septianto, Soni Fajar Surya Gumilang, Faishal Mufiedal Anshary, “Perancangan Dan Pengembangan *Marketplace* Jual Beli Buku Bekas Pada Startup Gebbuk Berbasis Mobile”. Universitas Telkom.<sup>23</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini antara lain bahwa aplikasi seluler Gebbuk.com dapat dibangun di atas metodologi pengembangan iteratif dan inkremental yang mendukung kolaborasi antar anggota tim: pengembangan aplikasi web dan desain UI/UX. Secara khusus, jumlah iterasi yang diperlukan menjadi dua kali lipat: Iterasi pertama berfokus pada pengintegrasian data yang ada di web ke dalam aplikasi, iterasi kedua menjamin fungsionalitas dan kebutuhan pengguna akan

<sup>23</sup> Megananda Septianto, Soni Fajar Surya Gumilang, Mufiedal Anshary, “Perancangan Dan Pengembangan *Marketplace* Jual Beli Buku Bekas Pada Startup Gebbuk Berbasis *Mobile*”, *Journal e-Proceeding of Engineering* (Vol 5, No 2, 2018).

Cara utama untuk membuat aplikasi mobile Gebbuk.com adalah dengan menggunakan Ionic Framework. Menggunakan kerangka kerja ini menghemat banyak waktu pengembangan dan tidak memerlukan aplikasi untuk dikembangkan secara native, sehingga relatif cepat dan mudah.

Tabel 2.1

No.	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Megananda Septianto, Soni Fajar Surya Gumilang, S.T., M.T., Faishal Mufiedal Anshary, S.Kom.,M.Kom.,M.Sc., Jurnal 2021	<i>Perancangan Dan Pengembangan Marketplace Jual Beli Buku Bekas Pada Startup Gebbuk Berbasis Mobile.</i>	Sama sama meneliti mengenai pengembangan produk menggunakan strategi <i>Minimum Viable Product</i>	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Jenis Penelitian
2	Divia Ramadina Hazzelia, Dwi Purnomo, Jurnal 2021	<i>Strategi Pengembangan Produk Pada Startup Trafeeka Coffee Dengan Penambahan Rempah Sebagai Variasi Rasa</i>	Sama sama meneliti mengenai pengembangan produk menggunakan strategi <i>Minimum Viable Product,</i> Jenis penelitian dan metode	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian

			penelitian	
3	Titik Cuciana, Skripsi Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan 2021	<i>Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Widagdo Rahayu Pacitan</i>	Sama sama meneliti mengenai pengembangan produk	Tahun penelitian, lokasi penelitian, kajian teori tidak menggunakan Minimum Viable Product
4	Dhahana Hanifinsani Muhammad, Leo Aldianto 2020	<i>Building Minimum Viable Product (Mvp) For Dance Cover Group Of Haru Entertainment.</i>	Meneliti mengenai Minimum Viable Product serta pengembangan produk menggunakan Minimum Viable Product, Jenis penelitian.	Tahun penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian.
5	Reni Maryani 2020	<i>Strategi Pengembangan Usaha Dange (Studi Kasus Industri Rumah Tangga</i>	Sama sama meneliti mengenai pengembangan produk metode dan jenis	Tahun penelitian, lokasi penelitian, kajian teori tidak

		<i>Munawwarah Desa Munte Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara)</i>	penelitian.	menggunakan <i>Minimum Viable Product.</i>
6	Sylvia Nailuvary, Hety Mustika Ani, Sukidin 2020	<i>Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember</i>	Sama sama meneliti mengenai pengembangan produk, metode dan jenis penelitian	Tahun penelitian, lokasi penelitian, kajian teori tidak menggunakan Minimum Viable Product
7	Rasyid Yudhistira, Yuniaristanto , Muhammad Hisjam 2020	<i>Business Development On Temanrindu Startup With Startup Evolution Curve Methods</i>	Meneliti mengenai <i>Minimum Viable Product</i> serta pengembangan produk menggunakan Minimum Viable Product	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian
8	Zihramna, Bambang Purwanggono 2020	<i>Perancangan Strategi Berbasis Metodologi</i>	Meneliti mengenai <i>Minimum Viable Product,</i>	Tahun penelitian, lokasi penelitian,

		<i>Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi Di Indonesia</i>	pengembangan usaha, Kajian Teori, sama sama meneliti pada <i>Startup</i>	metode dan jenis penelitian
9	Garda Prakoso Aji 2020	<i>Perencanaan strategi digital pada startup Eguard dengan pendekatan Design Thinking</i>	Kajian Teori, salah satunya meneliti mengenai <i>Minimum Viable Product</i> , meneliti mengenai <i>Startup</i> ,	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Jenis Penelitian
10	Mutiara Cahya Aghnia, Dwi Larso 2018	<i>Developing New Product Using Minimum Viable Product</i>	Meneliti mengenai <i>Minimum Viable Product</i> serta pengembangan produk menggunakan <i>Minimum Viable Product</i> , Jenis penelitian	Tahun Penelitian, lokasi penelitian

## B. Kajian Teori

Kajian teori adalah teori – teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti. Teori – teori yang akan digunakan bukan sekedar pendapat dari pengarang, pendapat penguasa, tetapi teori yang betul – betul telah tuji kebenarannya.<sup>24</sup>

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, pengembangan produk adalah strategi untuk mengembangkan bisnis dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi untuk segmen pasar saat ini. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik, memungkinkan ide produk diterjemahkan ke dalam produk yang layak.<sup>25</sup>

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Strategi

#### a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani “strategos” yang berarti “umum”. Jadi kata strategi secara harfiah berarti “seni dan umum”.

Istilah ini mengacu pada apa yang menjadi perhatian utama manajemen puncak dalam suatu organisasi. Secara khusus, strategi adalah penyelarasan misi perusahaan, penetapan tujuan perusahaan dengan menghubungkan kekuatan eksternal dan internal sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai, dan untuk

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA,2002),305.

<sup>25</sup> Purwandari Suci, Singgih Purnomo, *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*, (Tangerang: Media Sains Indonesia,2021), 243.

mengembangkan kebijakan dan strategi khusus untuk dan memastikan bahwa mereka diterapkan dengan benar.<sup>26</sup>

Berdasarkan pemahaman ini, inti dari strategi adalah menggunakan sumber daya yang tersedia secara efektif untuk memenangkan pertempuran. Secara tepat waktu dan tepat sasaran melalui penggunaan sumber daya yang tersedia secara optimal.<sup>27</sup> Menurut Greek Wrfter Xenophone, strategi adalah mengetahui jenis bisnis apa yang harus dilakukan.<sup>28</sup>

Kenichi Ohmae mendefinisikan strategi sebagai bagaimana perusahaan secara aktif membedakan dirinya dari para pesaingnya dengan menggunakan kekuatan hubungannya untuk melayani kebutuhan pelanggannya dengan lebih baik.

Menurut Johnson dan Scholes, strategi adalah arah dan ruang lingkup organisasi, dirancang secara ideal untuk jangka panjang, untuk beradaptasi dengan keadaan yang berubah, terutama pasar, pelanggan, dan untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan. , mengadaptasi sumber daya ke klien.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Antonio Syafi'i, *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press,2001), 153-157.

<sup>27</sup> Jim Hoy Yam, *Manajemen Strategi Konsep dan Implementasi*, (Makassar : CV. Nas Media Pustaka,2020), 2.

<sup>28</sup> Kosasih, *Manajemen Strategik*,(Surabaya : Cipta Media Nusantara,2021), 3.

<sup>29</sup> Sumarsid, *Kewirausahaan; Membentuk Mindset Mahasiswa dengan Pendekatan Teori, Kasus dan Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta : Expert,2020), 156.

Strategi juga dapat diartikan sebagai sarana untuk mencapai suatu tujuan akhir (target). Tetapi strategi bukanlah perencanaan yang disadari. Strategi adalah rencana yang terintegrasi. Strategi mengikat semua bagian perusahaan bersama-sama. Strategi luas: Strategi mencakup semua aspek penting perusahaan. Strategi juga terintegrasi: semua bagian dari rencana saling kompatibel dan sesuai<sup>30</sup>

Menurut Muhammad Abdul Muhyi, makna lain dari strategi adalah Five P's yaitu :

- 1) Strategi sebagai satu perencanaan (*plan*)
- 2) Strategi sebagai lompatan (*play*)
- 3) Strategi sebagai pola (*pattern*)
- 4) Strategi sebagai pengambilan posisi (*position*)
- 5) Strategi sebagai persepsi (*perception*)<sup>31</sup>

#### b. Pembagian Strategi

Konsep strategi pada perusahaan dibagi kedalam empat area yang berbeda yaitu :<sup>32</sup>

- 1) Strategi sebagai proses. Strategi ini menggambarkan aktivitas manajerial yang melekat dalam pembentukan tujuan dan menolong organisasi dalam mencapai tujuan tersebut

<sup>30</sup> Glueck, William F, Lawrence R Jauch, *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta : Erlangga, 1994), 9.

<sup>31</sup> Sedjati Retina, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta : DEEPUBLISH, 2019)

<sup>32</sup> Saraswati, Erwin, Abdul Ghofar dan Intan Sartika, *Akuntansi Manajemen Strategis*, (Malang: UB Press, 2021), 23.



- 2) Strategi sebagai posisi kompetitif. Hal ini merupakan cara dimana perusahaan berusaha menciptakan produk atau jasa dengan menyesuaikan pasar yang dipilih dan membedakan diri dengan pesaingnya
- 3) Strategi pada level bisnis. Strategi yang diterapkan pada lingkungan bisnis di mana perusahaan beroperasi dan memosisikan diri di antara pesaingnya
- 4) Strategi pada level korporasi. Ini berkaitan dengan pemilihan area bisnis atau industri oleh perusahaan secara keseluruhan dan membagi sumber daya yang terbatas kepada berbagai unit bisnis (misal pada level grup perusahaan dimana terdapat perusahaan induk dan anak perusahaan)

Konsep strategi pada perusahaan dibagi kedalam dua tipe yang

dikelompokkan menjadi :<sup>33</sup>

- 1) *Lower Cost (atau cost leadership)* adalah strategi yang dipilih organisasi untuk berusaha menawarkan produk atau jasa dengan harga lebih murah dibanding kompetitor. Perusahaan tipe ini berfokus pada penghematan biaya, penguasaan pasar, menetapkan standar pada produknya dan mengedepankan economies of scale. Perusahaan biasanya melayani kelompok pelanggan yang sensitive terhadap harga.

---

<sup>33</sup> Saraswati, Erwin, Abdul Ghofar dan Intan Sartika, *Akuntansi Manajemen Strategis*, (Malang: UB Press, 2021), 25.

2) *Differentiaton* merupakan strategi dimana organisasi mencoba untuk menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai keunikan atau superior terhadap produk atau sejenis milik pesaing. Prioritas dari segi kualitas merek, inovasi produk dan layanan pasca-penjualan merupakan karakteristik yang mencolok dari perusahaan yang menerapkan strategi ini.

c. Aspek Strategi

Aspek-aspek strategi Strategi memiliki beberapa aspek, diantara aspek yang paling penting akan dijelaskan dibawah ini.

1) Strategi sebagai pernyataan tujuan dan maksud. Tujuan dan maksud harus bertindak sebagai penggerak (pengemudi) masa depan. Peran strategi adalah menentukan, mengklarifikasi atau menyempurnakan tujuan.

2) Strategi sebagai suatu rencana tingkat tinggi. Strategi juga memperhatikan cara bagaimana agar tujuan atau maksud dapat tercapai. Secara umum, strategi cenderung berada pada tingkat yang lebih tinggi dan mengambil keseluruhan pandangan: rencana cenderung lebih rinci, lebih kuantitatif, dan lebih spesifik tentang waktu dan tanggung jawab.

3) Strategi sebagai saran untuk mengalahkan kompetisi. Salah satu tujuan strategi adalah menang atau keberhasilan dalam arti dapat mengalahkan pesaing dalam suatu permainan. Untuk itu, strategi

dibutuhkan agar tetap berada di depan pesaing sebagai suatu kelompok kekuatan.

4) Strategi sebagai suatu unsur kepemimpinan. Strategi memiliki hubungan erat dengan kepemimpinan, dan penetapan pengaturan merupakan salah satu tanggung jawab para pemimpin.

d. *Strategi E-Business*

Merupakan pendekatan yang digunakan dalam bentuk aplikasi Komunikasi elektronik internal dan eksternal yang dapat mendukung dan mempengaruhi strategi perusahaan. Berikut elemen-elemen yang terdapat pada *E-Business* :

1) *Competitive Strategy*

Digunakan untuk meningkatkan kinerja bisnis agar dapat bersaing dengan sehat dan sekaligus dapat memenangkan

persaingan. Implementasi strategi yang kompetitif merupakan upaya untuk mengantisipasi adanya persaingan sengit sesama

*competitor* sehingga dibutuhkan strategi yang jitu dalam memanfaatkan teknologi informasi. Contoh *Competitive*

*Strategy* yaitu penggunaan data mining dalam menghadapi persaingan tersebut. Penggunaan data mining bagi perusahaan

bermanfaat untuk senjata pertahanan perusahaan dengan optimalisasi teknologi informasi seperti penggunaan aplikasi

berbasis web, tersedianya *ERP (Enterprise Resource Planning)*, layanan keamanan informasi dan transaksi.

## 2) *Bussiness Strategy*

Diimplementasikan melalui pemanfaatan media dan teknologi internet dalam proses menjalankan bisnis. Sebagai contoh yaitu pemanfaatan web untuk memasarkan produk dan penggunaan platform berbasis android

## 3) *Value Chain*

Value Chain memiliki dua bagian utama: aktivitas utama (*leading activities*) dan aktivitas pendukung (*supporting activities*). Kegiatan utamanya terdiri dari logistik masuk, logistik keluar, operasi, pemasaran, penjualan, dan layanan. Di sisi lain, aktivitas pendukung terdiri dari pembelian, pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan infrastruktur.

## 4) *Employees*

Peran tenaga kerja dalam bisnis sangat penting terutama berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab yang besar untuk meningkatkan softskill dan hardskill para tenaga kerja agar dapat bekerja dengan akselerasi inovasi teknologi yang semakin pesat

### 5) *Customer*

Orientasi customer pada umumnya mencakup para pembeli, konsumen maupun pelanggan tetap yang berperan aktif dalam kegiatan transaksi bisnis perusahaan

### 6) *Market Segment*

Wujud dari respon terhadap adanya competitive strategy antara bisnis dan perusahaan utama dengan bisnis perusahaan competitor salah satunya adalah pembagian market segment. Urgensi penentuan market segment berimplikasi pada peningkatan market share penjualan produk barang dan jasa bagi perusahaan. Semakin besar market segment, maka semakin besar peluang perusahaan untuk memenangkan persaingan dengan competitor

### 7) *Business Unit*

Merupakan bagian dari E-Business dengan memanfaatkan nilai rantai dan proses didalamnya, tenaga kerja, serta strategi bisnis. Salah satu tujuan dibuatnya unit bisnis adalah untuk memudahkan proses koordinasi serta pengelolaan system yang ada pada beberapa elemen-elemen dalam E-Business.

## **a. Pengembangan Produk**

### 1) Pengertian Produk

Menurut para ahli, produk mempunyai beberapa definisi, seperti :

a) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen ke pasar untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual, pemahaman subjektif produsen tentang apa yang dapat ditawarkan produk untuk mencapai tujuan organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kemampuan dan kapabilitas organisasi serta daya beli pasar

b) Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh individu atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.<sup>34</sup>

c) Produk adalah hal-hal fisik dan non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya.<sup>35</sup>

d) Produk adalah objek yang kompleks, berwujud atau tidak berwujud, termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan, dan layanan perusahaan yang diterima pembeli untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Selanjutnya, bagi produk itu sendiri menjadi dua kategori: jasa dan barang.

---

<sup>34</sup> Basri, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2005), 84.

<sup>35</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), 67.

Produk jasa hanya dapat dirasakan (intangibile), tetapi barang dapat dilihat dan dirasakan (tangible).<sup>36</sup>

## 2) Klasifikasi Produk

Dalam prakteknya, kita sering menjumpai istilah klasifikasi produk ini. Klasifikasi produk fisik adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

### a) Produk yang berwujud

Produk fisik disebut barang. Dalam hal ini perlu diketahui beberapa jenis barang yaitu barang konsumsi, yaitu barang yang dibeli seseorang untuk dirinya sendiri dan seluruh keluarganya untuk digunakan atau dikonsumsi. Barang konsumsi dibagi menjadi tiga kategori: barang dasar (primer), barang pelengkap (sekunder) dan barang mewah (tersier).

Barang industri adalah barang yang dibeli dengan maksud untuk digunakan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Barang jadi dapat berupa bahan baku yang diperlukan, sub bahan, peralatan mesin, perlengkapan kantor, seragam karyawan, dll.

Barang komplementer adalah barang yang melengkapi barang lain, seperti sepeda motor yang harus dilengkapi dengan bensin, suku cadang, helm pelindung.

<sup>36</sup>Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta:Kobis, 2014), 18.

<sup>37</sup> Padapi, Astrini dkk, *Pengembangan Produk Agribisnis*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2021), 108-109.

Produk setara, yaitu produk yang tidak melengapi produk lain tetapi sebenarnya dapat menggantikan atau menggantikan produk lain. Misalnya, roti atau pasta bisa diganti dengan nasi.

b) Produk yang tidak terwujud

Produk yang tidak terwujud disebut dengan jasa. Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.<sup>38</sup>

3) Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup daya tahan, keandalan, manufaktur presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan karakteristik berharga lainnya di seluruh produk. Ini adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, dan kualitas kemampuan ini kemungkinan besar paling dituntut oleh konsumen ketika memilih produk yang akan digunakan.<sup>39</sup>

<sup>38</sup>Rangkuti Freddy, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur dan Strategi meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Umum, 2002), 26.

<sup>39</sup>Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk dan Merk, Manajemen Produk dan Merk*, (Bandung: Media Sains Indonesia), 22.



Terdapat beberapa dimensi didalam kualitas produk, adapun dimensi kualitas produk adalah :

- a) Kinerja yang dimaksud kinerja disini adalah kinerja utama dari karakteristik pengoperasian
- b) Reliabilitas atau keandalan adalah konsistensi kinerja produk. Bebas dari kerusakan atau tidak berfungsi
- c) Daya tahan rentang kehidupan produk/umur pemakaian produk
- d) Keamanan (safety) produk yang tidak aman merupakan yang mempunyai kualitas yang kurang/rendah

#### 4) Kualitas Produk dalam Islam

Peningkatan kualitas pada semua fungsi bisnis yang optimal adalah apabila dihubungkan dan dipandu oleh persepsi konsumen tentang kualitas dan kebutuhan konsumen. Hal ini penting karena apa pun jenis bisnis yang dijalankan, tujuannya adalah agar terjadi transaksi jangka panjang. Adapun cara membentuknya antara:<sup>40</sup>

- a) Brand/merek, beri nama produk yang bercitra dan bergengsi sehingga akan mudah diingat oleh para konsumen

<sup>40</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 168-169.

- b) Keistimewaan, tunjukkan secara rinci keistimewaan produk yang memiliki daya tarik religius (halal) yang akan ditawarkan kepada konsumen
- c) Jujur, jika terdapat produk yang cacat, jelaskan cacatnya kepada konsumen tanpa harus berbohong, berdusta, bahkan sampai mengucapkan sumpah serapah. Jika hal itu terjadi, bisnis yang dijalankan tidak akan berkah dan keuntungan akan hilang/rusak
- d) Manfaat, tunjukkan kepada konsumen manfaat produk
- e) Kemasan, buat kemasan yang menarik dan rapi sehingga produk dapat terlindungi dengan baik
- f) Pelayanan, layani konsumen dengan sikap yang ramah, santun, berikan senyuman, ucapkan terima kasih, dan jika keliru tidak perlu gengsi untuk mengucapkan permintaan maaf, serta jangan mengajak konsumen berdebat sekalipun kita benar.
- g) Dalam pandangan Islam, peningkatan kualitas (ikhsan) adalah suatu hal yang harus dilakukan. Perbuatan yang mengabaikan kualitas merupakan perbuatan yang sia-sia. Demikian juga pada produk, jika kualitas produk diabaikan, konsumen akan berpikir ulang untuk melakukan pembelian.

## 5) Pengertian Pengembangan Produk

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan<sup>41</sup>

Pengertian pengembangan produk menurut Paul D Converse adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar. Bertujuan untuk memperbaiki produk yang ada atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan<sup>42</sup> Dalam mengembangkan produk

ini bukanlah tugas yang mudah. Terdapat banyak kendala untuk pengembangan produk itu sendiri yang terdiri dari dalam ataupun luar perusahaan. Cukup banyak perusahaan Mereka yang gagal mengembangkan produk Perusahaan tidak dapat mendobrak hambatan ini.

---

<sup>41</sup> Kotler, Phillip, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II., Ed. 12., Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2007) ,320.

<sup>42</sup> Paul D. Converse, dkk, *Pemasaran. Edisi bahasa Indonesia* (Bandung : Alumni 1992), 160.

## 6) Pengembangan Produk Teknologi <sup>43</sup>

Awalnya pengembangan produk adalah proses yang lamban dan melelahkan, bahkan di Industri Teknologi. Manifesto Agile menjadi momen penting dalam pengembangan produk bukan hanya karena membebaskan *software Engineer* dari konsep kuli yang hanya melakukan koding sesuai spesifikasi (tidak peduli seberapa bodoh spesifikasi itu) tetapi juga karena Agile membebaskan manajemen produk dari fokus *deliverable* spesifikasi namun lebih focus pada kolaborasi pelanggan.

Pergeseran focus ini amat sangat mempengaruhi segalanya, karena:

- a) Pertama, terjadi perubahan hubungan antara manajemen produk dan engineering dari yang tidak bersahabat menjadi kolaboratif. Scrum menciptakan peran “Pemilik Produk” namun sebenarnya semua metode agile mengacu pada komunikasi antara peran manajemen produk dan engineer sebagai metode terbaik untuk mengetahui bagaimana membangun solusi terbaik untuk masalah pelanggan
- b) Kedua, dengan berfokus pada pelanggan, hilanglah sekat antara tahap penelitian, spesifikasi dan pengembangan sebuah proyek, unsur-unsur *User Experience* yang

---

<sup>43</sup> Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk dan Merk*, (Bandung: Media Sains Indonesia), 3-4.

sebelumnya adalah bagian akhir proyek menjadi bagian mendasar dari asal usul suatu produk dan merupakan bagian penting dari proses discovery dan developing produk yang sedang berlangsung

- c) Ketiga, prinsip-prinsip ini telah meresap kedalam bisnis dengan pengembangan praktik “lean”, pengembangan Lean Startup dan *Lean Product Process*, yang dibangun untuk terus melakukan perbaikan dan menerapkan pendekatan agile tidak hanya untuk pengembangan produk tetapi juga untuk bisnis itu sendiri

#### 7) Metode *The Lean Startup*.

Metode Lean Startup adalah sebuah metode yang berfokus pada cepatnya penciptaan prototype dengan tujuan pengujian asumsi. Feedback pelanggan digunakan untuk menggerakkan setiap iterasi yang memungkinkan untuk evolusi lebih cepat daripada proses tradisional. metode lean startup membangun perusahaan yang efisien modal karena memungkinkan startup untuk menyadari bahwa sudah waktunya untuk berputar lebih cepat sehingga mengurangi waktu dan uang yang terbuang. meskipun kami menulis umpan balik<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Eric Ries, *The Lean Startup*. (Fletcher & Company, 2011), 78.

a) Siklus *Build-Measure-Learn*

Merupakan bagian inti dari The lean startup, banyak entrepreneur yang mencurahkan energi untuk capaian individual seperti menggagas ide produk terbaik, membuat desain produk awal terbaik, atau terobsesi dengan target nominal tertentu. Padahal tak satupun aktivitas ini bernilai penting dengan sendirinya. Untuk mengaplikasikan metode ilmiah ke sebuah startup kita harus mengidentifikasi hipotesis-hipotesis apa saja yang perlu diuji.

Buat (*build*) Membuat *minimum viable product (MVP)* yaitu produk dengan fitur yang cukup untuk memperoleh pembelajaran dan dapat terus dikembangkan. Ukur (*measure*) Mengukur apakah usaha yang dikeluarkan mengarah pada kemajuan. Pelajari (*learn*) Mempelajari produk yang dihasilkan apakah akan bertahan atau mengharuskan startup mencari produk baru sesuai dengan kebutuhan konsumen. Fase ini merupakan keputusan yang paling krusial yang harus dibuat.

Siklus umpan balik buat ukur memiliki urutan seperti Ide, Buat, Produk, Ukur, Data, Pelajari. Setelah asumsi dan hipotesis dibereskan, langkah selanjutnya adalah memasuki tahap buat secepat mungkin, yakni dengan mengeluarkan

*Minimum Viable Product (MVP), Minimum Viable Product* adalah versi produk yang memungkinkan berjalannya siklus Buat-Ukur-Pelajari dengan kadar usaha dan waktu pengembangan produk yang sedikit. Pembuatan Minimum Viable Product membutuhkan kerja lebih karena kita harus langsung bisa mengukur dampak produk itu.<sup>45</sup>

b) *Lean Product Process*

Merupakan proses yang proses ini memandu Anda melalui setiap lapisan ke piramida dari bawah ke atas, ini membantu Anda untuk mengartikulasikan dan menguji hipotesis kunci Anda untuk setiap komponen. Dalam Lean product Process terdapat beberapa langkah diantaranya<sup>46</sup>

Menentukan target pelanggan, mengidentifikasi underserved customer needs, mendefinisikan value proposition, menentukan set fitur Minimum Viable Product (MVP), membuat prototipe MVP, menguji dan membuat validasi *Minimum Viable Product*.

<sup>45</sup> Eric Ries, *The Lean Startup*. (Fletcher & Company, 2011), 76-77.

<sup>46</sup> Dan Olsen, *The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback*, (New Jersey: John Wiley & Sons, 2015), 9.

### c. *Minimum Viable Product*

#### 1) Pengertian Minimum Viable Product

*Minimum Viable Product* merupakan sebuah konsep strategi yang identic dengan startup, *minimum viable product* sendiri bertujuan untuk menguji minat pada sebuah produk secara efisien, sebelum membangunnya secara keseluruhan<sup>47</sup> *Minimum Viable Product* juga mempunyai pengertian yaitu sebuah produk yang belum sempurna namun mempunyai fitur-fitur yang diinginkan.<sup>48</sup>

Pada pengertian lain, *Minimum viable product (MVP)* merupakan versi baru sebuah produk, yang memungkinkan tim untuk mengumpulkan jumlah maksimum pembelajaran yang tervalidasi tentang pelanggan dengan upaya minimal<sup>49</sup>

Dengan *Minimum Viable Product* dapat menguji asumsi kita. Jika konsumen bereaksi seperti yang kita perkirakan, kita bisa menganggapnya sebagai konfirmasi bahwa asumsi kita tepat. Jika kita merilis produk yang desainnya jelek dan konsumen (bahkan pemaki awal) tidak tahu cara

<sup>47</sup> Osterwalder, A ., Pigneur, Y., Bernarda, G., dan Smith, *Value Proposition Design*. (New Jersey L : John Wiley & Sons, Inc, 2014), 222.

<sup>48</sup> Amin Leiman, *AGILE DONE WELL “Tulus Untuk Produktif”*. (Surabaya : ITS Tekno Sains)”, 54.

<sup>49</sup> Avid Rollick, *Manajemen Inovasi: Memenangkan Kompetisi, Mengantisipasi Disrupsi*(Bandung:Qnerza Publishing,2020), 212.



menggunakannya, itu akan mengonfirmasi bahwa kita perlu berinvestasi untuk membuat desain yang superior.<sup>50</sup>

MVP dalam sebuah perancangan atau pengembangan produk memiliki perbedaan dengan prototipe, dimana pada MVP, proses yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan pembelajaran secepat mungkin dengan fitur produk yang minimal dan dilakukan pengembangan berulang mengikuti prinsip *build-learn-measure*, namun pada prototipe proses perancangan dilakukan sesuai rencana untuk mendapatkan keseluruhan fungsi pada suatu produk sehingga memakan waktu yang lebih lama.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dengan MVP, perusahaan tidak hanya menunjukkan representasi dari ide-ide mereka, tetapi MVP akan menunjukkan fitur inti produk yang memungkinkan perusahaan menguji asumsi mereka terhadap pasar tertentu atau produk itu sendiri<sup>51</sup>

## 2) Contoh-contoh dari *Minimum Viable Product*<sup>52</sup>

a) Website dengan minimum fitur yang dapat diakses langsung oleh user. Setiap minimum fitur telah bekerja meskipun

<sup>50</sup>Eric Ries, *The Lean Startup*. (Fletcher & Company, 2011), 128.

<sup>51</sup> Möllers, M. (2016). *Awareness of Low Fidelity Nature of a MVP - How The Initial Technology Acceptance is Influenced*. Enschede: University of Twente.

<sup>52</sup> Amin Leiman, *AGILE DONE WELL "Tulus Untuk Produktif"*. (Surabaya : ITS Tekno Sains)”, 54-55.

belum sempurna disini user dapat langsung memberikan umpan balik terhadap fitur yang telah ada untuk menyempurnakan fitur tersebut.

b) Pada saat Google Venture membuat robot pengantar sikat gigi di hotel, prototype pertama hanya menggunakan dua perangkat umum yang telah ada: robot dan tablet computer. Produk awal tersebut dapat melaksanakan tugasnya dengan baik untuk mengantar sikat gigi yang dituju

c) Penjahit jas custom pada umumnya meminta pelanggannya untuk mencoba prototype jas yang dibuat berdasarkan ukuran spesifik untuk pelanggan tersebut dengan konsep *Minimum Viable Product*, misalkan kantong-kantongnya belum selesai dan semua jahitan belum dirapikan.

Pelanggan dapat merasakan kecocokan ukuran dan kenyamanan memakai jas tersebut agar bisa dimodifikasi sesuai dengan keinginan pelanggan.

### 3) Langkah penerapan *Minimum Viable Product*<sup>53</sup>

a) Mencari tahu masalah yang ingin dipecahkan dan untuk siapa. Langkah awal dalam membuat *Minimum Viable Product (MVP)* adalah dengan mengevaluasi ide bisnis kita. Ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengapa konsumen membutuhkan produk ini ?,Bagaimana

<sup>53</sup> Susenohaji, Mawardi Kholid, *Inovasi dan Kreativitas Pengembangan Produk: Modul Pembelajaran Kewirausahaan*, (Malang: Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijara, 2022), 25-27.

produk ini dapat membantu konsumen? ,Bagaimana produk ini akan digunakan oleh konsumen?.

- b) Menganalisis Kompetitor
- c) Menentukan alur pengguna
- d) Menentukan alur pengguna akan memberikan bagaimana user menggunakan produk kita. Untuk membuat alur pengguna, kita harus focus pada tahapan dasar dari penggunaan produk kita
- e) Membuat daftar fitur dan prioritasnya
- f) Membuat *Minimum Viable Product*, validasi dan terus belajar. Ketika *Minimum Viable Product* telah dibuat diperlukan beberapa langkah validasi berupa validasi Internal, biasanya dilakukan oleh tim innovator atau orang dalam untuk melihat kelayakan *Minimum Viable Product*, Validasi Eksternal yaitu validasi yang dilakukan pada segmen yang dituju untuk mendapatkan feedback sebagai bahan perbaikan terus menerus (iterasi). Proses validasi eksternal dapat dilakukan dengan survei lapangan, *Forum Group Discussion (FGD)* atau mengikuti kompetisi. Validasi dilakukan terus-menerus (iterasi) hingga menemukan value yang paling optimal, sehingga dalam pengembangan produk, mentalitas untuk belajar terus menerus seperti pada skema Lean Startup.

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian kali ini adalah pendekatan kualitatif dimana penelitian kualitatif adalah pendekatan yang menekankan analisis proses dari proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalam mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, kepemudaan, perempuan, olahraga, seni dan budaya, sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan untuk dilaksanakan demi kesejahteraan bersama.<sup>54</sup>

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan *field research*. Menurut Suntoyo penelitian lapangan adalah suatu metode yang dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.<sup>55</sup>

<sup>54</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 80- 81.

<sup>55</sup>Danang Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. (Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi, 2013), 22.

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan penentuan daerah dimana penelitian akan dilakukan. Pertimbangan yang diambil peneliti adalah kesesuaian lokasi dengan tujuan serta permasalahan yang ada pada penelitian. PT. Doa Anak Digital yang berlokasi di Perum Tirtasani Cluster Royal Village RV 12 No. 07, Kelurahan Ngenep, Kecamatan Karang Ploso, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur dipilih menjadi daerah penelitian dengan pertimbangan karena perusahaan tersebut memiliki produk yang digunakan oleh masyarakat dari penjuru daerah yang ada di Indonesia dan dapat membantu perekonomian masyarakat Indonesia. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti pada perusahaan tersebut.

## C. Subyek Penelitian

Subjek dalam konsep penelitian merujuk pada responden, informan yang hendak dimintai informasi atau digali datanya. Subjek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variable tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.<sup>56</sup>

Penentuan sample penelitian sebagai subyek penelitian ditentukan berdasarkan cara Purposive Sampling. Purposive sampling menurut

---

<sup>56</sup> Ibid., 32.

Sugiyono adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini, peneliti langsung memilih Stakeholder serta pegawai dari PT Doa Anak Digital dalam penelitian. Pemilihan ini ditentukan karena para stakeholder mengetahui sepenuhnya bagaimana pengembangan produk dimulai dari saat berdiri hingga saat konsumen menggunakan produk mereka. Selain itu, peneliti juga akan menjadikan beberapa mitra sebagai informan selanjutnya, hal ini bertujuan agar peneliti mengetahui Apakah manfaat dari pengembangan produk yang dilakukan dapat dirasakan.<sup>57</sup>

Dalam penelitian ini yang menjadi informan utama adalah sebagai berikut:

1. Pihak *Chief Excecutive Officer* PT. Doa Anak Digital yaitu Bapak Decky Ilham S.kom
2. Pihak *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital yaitu Bapak Robbi Tri Murdani S.kom
3. Pihak *Chief Technology Officer* PT. Doa Anak Digital yaitu Bapak Ahmad Gika
4. Pihak *Lead Technology Officer* PT. Doa Anak Digital yaitu Bapak Bara Tegak Keadilan
5. Pihak *Customer Service Officer* PT. Doa Anak Digital yaitu Ibu Zalfa Alya

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Memahami penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 28

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi yang alami, sumber data primer, dan lebih banyak pada teknik observasi, berperan serta, wawancara mendalam dan dokumentasi<sup>58</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik untuk mengumpulkan data menggunakan teknik sebagai berikut :

##### 1. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan dengan tatap muka dimana salah satu pihak berperan sebagai *interviewer* dan pihak lainnya berperan sebagai informan dengan tujuan tertentu, misalnya untuk mendapatkan informasi atau mengumpulkan data. *Interviewer* menanyakan sejumlah pertanyaan kepada informan untuk mendapatkan jawaban.<sup>59</sup> Berkenaan dengan kegiatan wawancara yang akan dilakukan di dalam penelitian ini, peneliti akan membuat lalu memberikan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada informan mengenai fokus penelitian.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan ragam wawancara semi terstruktur yaitu wawancara ini dimulai dari isu yang dicakup dalam pedoman wawancara, pedoman wawancara bukanlah jadwal seperti dalam penelitian kuantitatif. Sekuensi pertanyaan tidaklah sama pada setiap partisipan bergantung pada proses wawancara dan jawaban tiap

---

<sup>58</sup> Ghony, M Junaidi, Almanshur Fauzan, *Metodologi penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Almanshur, 2017), 164.

<sup>59</sup>Fadhallah, *Wawancara* (Jakarta: UNJ Press, 2020), 2.

individu. Namun pedoman wawancara menjamin peneliti dapat mengumpulkan jenis data yang sama dari partisipan.<sup>60</sup> di dalam pelaksanaan penelitian menggunakan wawancara semiterstruktur dapat bersifat lebih terbuka dan tidak terikat penuh. Pedoman wawancara diperlukan dan digunakan untuk mengantisipasi beberapa permasalahan yang terlupa oleh peneliti agar penelitian terlaksana dengan terarah dan terstruktur. Berikut data yang akan diperoleh menggunakan teknik wawancara

- a. Tahapan perusahaan dalam mengembangkan produk?
- b. Menentukan produk yang tepat untuk dikembangkan?
- c. Tahapan apa yang dilaksanakan sebelum mengembangkan produk?
- d. Langkah membuat *Minimum Viable Product*?
- e. *Minimum Viable Product* diaplikasikan bagaimana implikasi setelah strategi tersebut diaplikasikan?
- f. Pengelolaan *Minimum Viable Product*?
- g. Fitur serta produk yang akan dikembangkan yang diawali dengan pembuatan *Minimum Viable Product*?
- h. Strategi tersebut memberi dampak terhadap perkembangan perusahaan?
- i. Alur pengguna dalam menggunakan aplikasi Bangbeli?

<sup>60</sup>Muh Fitrah, Luthfiyah, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus* (Sukabumi : CV. Jejak, 2017), 68.



## 2. Observasi

Observasi (Pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.<sup>61</sup> Berdasarkan pengertian, peneliti melalui teknik observasi dengan menggali informasi serta mencatat hal yang akan menjadi focus permasalahan yang akan diteliti. Adapun jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah jenis observasi partisipatif atau observasi partisipan. Observasi partisipatif merupakan observasi yang melibatkan keikutsertaan peneliti dengan individu yang di observasi atau komunitas<sup>62</sup> Dapat disimpulkan melalui observasi partisipatif (partisipan) pengamatan dilakukan sambil sedikit banyak berperan serta dalam kehidupan orang-orang yang sedang diteliti. Peneliti menggunakan observasi partisipan karena dalam melakukan observasi peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang akan peneliti observasi.

Dengan menggunakan teknik observasi yang dilakukan pada tanggal 20 Oktober 2021, peneliti mendapatkan data mengenai lokasi penelitian sebagai berikut :

- a. Strategi Pengembangan Produk PT. Doa Anak Digital.

<sup>61</sup> Ghony, M Junaidi, Almanshur Fauzan, *Metodologi penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Almanshur, 2017), 165

<sup>62</sup> Endraswara, suwardi, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan, Ideologi, Epistemologi dan Aplikasi*, (Sleman: Pustaka Widyatama, 2006),140.

- b. Mengetahui profil dan kegiatan di dalam pengembangan produk di PT. Doa Anak Digital.

### 3. Dokumentasi

Penggunaan tehnik ini dimaksudkan untuk mengungkapkan peristiwa, objek, dan tindakan-tindakan yang dapat menambah pemahaman peneliti terhadap masalah-masalah yang diteliti. Dokumentasi memungkinkan ditemukannya perbedaan dan pertentangan antara hasil wawancara dan observasi dengan hasil yang terdapat dalam dokumen <sup>63</sup> Dokumen yang didapatkan dari dokumentasi dapat berupa gambar, foto maupun teks tertulis. Adapun dokumen tertulis yang diperoleh melalui dokumentasi dapat berupa sejarah kehidupan, biografi dan karya tulis.

### E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum

<sup>63</sup>Ajat Rukajat, *Pendekatan penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, (Yogyakarta: Budi Utama),26

memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan<sup>64</sup>  
Didalam proses analisis data, peneliti menggunakan beberapa proses  
didalamnya seperti pemeriksaan data, klasifikasi (*classifying*), verifikasi  
(*verifying*), analisis (*analyzing*).

#### 1. Pemeriksaan Data (Editing)

*Editing* adalah meneliti data-data yang telah diperoleh terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain <sup>65</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan pemeriksaan data (editing) terhadap data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan yaitu stakeholder PT. Doa Anak Digital serta berbagai kepustakaan yang mendukung pada penelitian ini.

#### 2. Klasifikasi (*Classifying*)

Setelah mendapatkan data dan dilakukan proses pemeriksaan data (*Editing*) selanjutnya data yang diperoleh akan di klasifikasikan yaitu data yang diperoleh akan dikelompokkan sesuai dengan sub bab pada penelitian ini dan pada tahapan klasifikasi juga dilakukan pengecekan ulang dengan tujuan data yang akan di proses ke tahap selanjutnya terbukti merupakan data yang valid.

---

<sup>64</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta,2014),335-336

<sup>65</sup> Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005),85

### 3. Verifikasi (*Veryfying*)

Verifikasi merupakan tahapan dimana peneliti melakukan kegiatan guna memperoleh data dan informasi yang diperoleh dari lapangan. Selain itu peneliti juga melakukan pengecekan kembali data yang diperoleh dari informan. Dalam tahapan ini juga dilakukan pengecekan kembali data yang sebelumnya sudah diperoleh lalu dilakukan penyesuaian dengan kenyataan yang ada di lapangan. Hal tersebut dilakukan guna memperoleh keabsahan data.

### 4. Analisis Data (*Analyzing*)

Suatu proses untuk mengatur aturan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola kategori dan suatu uraian dasar.<sup>66</sup> Analisa data juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil dari penelitian menjadi sebuah informasi baru yang dapat digunakan dalam membuat kesimpulan. Analisis data diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi menjadi uraian-uraian dengan bahasa yang baik dan benar sehingga dapat dengan mudah dipahami dan dimengerti.

### 5. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menjadi tahap akhir dari segala proses sebelumnya, penarikan kesimpulan dilakukan untuk

<sup>66</sup> Mukhtaza, *Prosedur Penelitian Pendidikan*,(Yogyakarta: Absolute Media,2020),85

menyimpulkan dari segala permasalahan yang terjadi. Berdasarkan pengertian, kesimpulan adalah intisari dari hasil penelitian dan pernyataan mengenai hubungan hasil penelitian dengan hipotesis. Jawaban akhir dalam kesimpulan harus memiliki dasar yang kuat. Penarikan kesimpulan merupakan penilaian apakah sebuah hipotesis yang diajukan ditolak atau diterima.<sup>67</sup>

Teknik analisis data mempunyai prinsip yaitu untuk mengolah data dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna.

#### **F. Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif digunakan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan merupakan penelitian ilmiah, selain itu keabsahan data berfungsi untuk menguji apakah data yang diperoleh valid<sup>68</sup> Pada penelitian ini keabsahan data diperoleh dengan menggunakan teknik triangulasi yang mempunyai pengertian berupa teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian<sup>69</sup> Berikut tahapan dalam keabsahan data menggunakan triangulasi :<sup>70</sup>

1. Melakukan perbandingan data observasi dan hasil wawancara

<sup>67</sup>Erwin Widiasworo, *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Araska Publisher, 2019),114.

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*,( Bandung: Alfabeta, 2007),270.

<sup>69</sup> Lexy M, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005),330.

<sup>70</sup>Galih Pranowo *Monograf Pengelolaan Pembelajaran Mata Pelajaran Produktif Kelas Nautika*,(Klaten : Lakeisha, 2021),43-44.

2. Melakukan Perbandingan apa yang dikatakan secara terbuka dan pribadi
3. Melakukan perbandingan apa yang dikatakan tentang situasi penelitian dan apa yang selalu dikatakan
4. Melakukan perbandingan situasi dan sudut pandang seseorang Berbeda dengan orang lain pendapat dan pandangan.
5. Melakukan perbandingan Hasil Wawancara dan Penerbitan Dokumen Terkait.<sup>71</sup>

#### **G. Tahapan-Tahapan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun didalam pelaksanaan penelitian peneliti akan menguraikan tahapan pada penelitian ini guna mengetahui proses pelaksanaan penelitian. Tahap pada penelitian ini terdiri sebagai

berikut :

##### **1. Tahap Studi Pendahuluan dan Pra-lapangan**

Pada tahapan ini pelaksanaannya dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan. Didalam tahap pra-lapangan dilakukan kegiatan berupa rancangan penelitian, studi eksplorasi, melakukan perizinan, melakukan penyusunan instrument penelitian, lalu pelaksanaan.

##### **a. Menyusun rancangan penelitian**

<sup>71</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 331.

Rancangan penelitian yang digunakan tergantung dari metode penelitian yang akan digunakan atau hipotesis yang akan diuji serta variable yang akan diamati. Pada tahap ini sebelum melakukan penelitian peneliti mengamati dan mengumpulkan permasalahan yang akan diteliti lalu membuat judul berdasarkan permasalahan yang didapati, setelah itu membuat matrik penelitian yang dikonsultasikan dengan dosen pembimbing setelah itu melakukan penyusunan proposal hingga hasil tersebut diseminarkan

b. Memilih Lokasi Penelitian

Sebelum penelitian dilaksanakan, peneliti perlu menentukan letak lokasi penelitian yang akan dilaksanakan. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti untuk dilakukan penelitian adalah PT. Doa Anak Digital (Bangbeli) yaitu sebuah aplikasi Pembayaran

Digital yang terletak di Perum Tirtasani Cluster Royal Village RV 12 No. 07, Kelurahan Ngenep, Kecamatan Karang Ploso, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur.

c. Menilai lapangan Peneliti

Penelitian lapangan dilakukan guna mengetahui latar belakang mengenai objek yang akan diteliti berikut dengan situasi serta lingkungan yang akan diteliti. Menilai lapangan digunakan agar peneliti dapat lebih mudah mendalami data.

d. Memilih dan memanfaatkan informan

Peneliti pada tahap memilih informan, peneliti memilih beberapa informan yang dianggap tepat dan sesuai. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Adapun purposive sampling memiliki pengertian yaitu memilih sampel secara sengaja dengan pertimbangan khusus yang dimiliki sampel tersebut<sup>72</sup>

e. Menyiapkan peralatan penelitian

Peralatan penelitian perlu disiapkan agar penelitian yang dilakukan mendapat hasil yang maksimal, pada tahap ini peneliti menyiapkan peralatan pendukung untuk melakukan penelitian berupa buku catatan, laptop pribadi, alat tulis, serta buku referensi dan lain-lain.

## 2. Tahap Penelitian Lapangan

Tahap penelitian Lapangan dilakukan dengan cara peneliti terjun langsung ke lapangan tempat penelitian, di dalam penelitian lapangan peneliti menggunakan teknik seperti observasi, wawancara serta dokumentasi untuk mengumpulkan data. Peneliti juga memilih latar belakang, tujuan dilakukannya penelitian serta mengumpulkan data dan informan yang akan selanjutnya diteliti.

---

<sup>72</sup>Akhmad, Musyafak, *Mapping Agroekosistem Dan Sosial Ekonomi Untuk Pembangunan Pertanian Perbatasan Bengkayang-Serawak Kalimantan Barat* (Yogyakarta: deepublish, 2015),7



### 3. Tahap analisis data

Setelah dilalui beberapa proses sebelumnya, pun pada tahap analisis data juga memerlukan beberapa tahapan di dalamnya, berikut tahapan di dalam tahap analisis data :

- a. Data dikumpulkan, setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan analisis keseluruhan selanjutnya dilakukan deskripsi dalam bentuk teks
- b. Selanjutnya melakukan penyusunan data
- c. Setelah data tersusun, dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan dengan aktifitas memberikan kesimpulan pada data yang sudah tersusun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Lokasi yang dipilih serta digunakan sebagai objek penelitian pada Penelitian ini adalah PT. DOA Anak Digital yang terletak di Tirtasani Royal Resort, Cluster Royal Village Blok RV12, Ngenep, Karang Ploso, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya untuk mengetahui lebih lanjut terkait permasalahan pada objek serta gambaran penelitian, maka akan dijabarkan secara sistematis mengenai objek penelitian sebagai berikut :

##### 1. Sejarah PT. Doa Anak Digital

PT. Doa Anak Digital merupakan sebuah *start up* yang bergerak dibidang *Financial Technology* dalam bentuk payment system yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terkhusus pelaku UMKM. PT. Doa Anak Digital memiliki *brand* Bangbeli pun hadir sebagai solusi untuk menjawab permasalahan masyarakat salah satunya menjadi solusi terciptanya *passive income* atau bisa disebut dengan penghasilan tambahan. Bangbeli saat ini berfokus untuk *provide service* bisnis UMKM.

PT. Doa Anak Digital memulai kegiatan usahanya pada Agustus tahun 2019, dimana pada saat itu masih menggunakan nama CV. Good Teknologi Indonesia. Berawal dari seorang *founder* yang

suka bermain game dan menjual *voucher game* akhirnya berfikir apakah bisa menjualnya dengan suatu sistem ataupun aplikasi. Akhirnya terbentuklah sistem pembayaran yang menyediakan pulsa harga grosir dan kebutuhan lainnya sehingga dapat dijual kembali. Pada awal kemunculannya Bangbeli mendapat pendanaan dari BRIN (Badan Riset Inovasi Nasional) melalui program startup inovasi Desa, Seiring berjalannya waktu Bangbeli terus berinovasi melalui penambahan fitur serta produk yang tentunya hadir sebagai solusi.

Per 2022 Bangbeli sebagai aplikasi pembayaran digital juga menyediakan produk *Payment Gateway* serta *POS (Point Of Sales)* baik untuk perusahaan yang ingin bekerja sama dengan Bangbeli ataupun untuk UMKM, selanjutnya Bangbeli juga menyediakan open API untuk perusahaan yang ingin membangun perusahaannya secara digital.

## 2. Visi dan Misi PT. Doa Anak Digital

a. Visi : Menjadi perusahaan penyedia layanan teknologi terbaik di Indonesia dalam hak transaksi pembayaran digital dan mendukung program pemerintah untuk meningkatkan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia.

b. Misi :

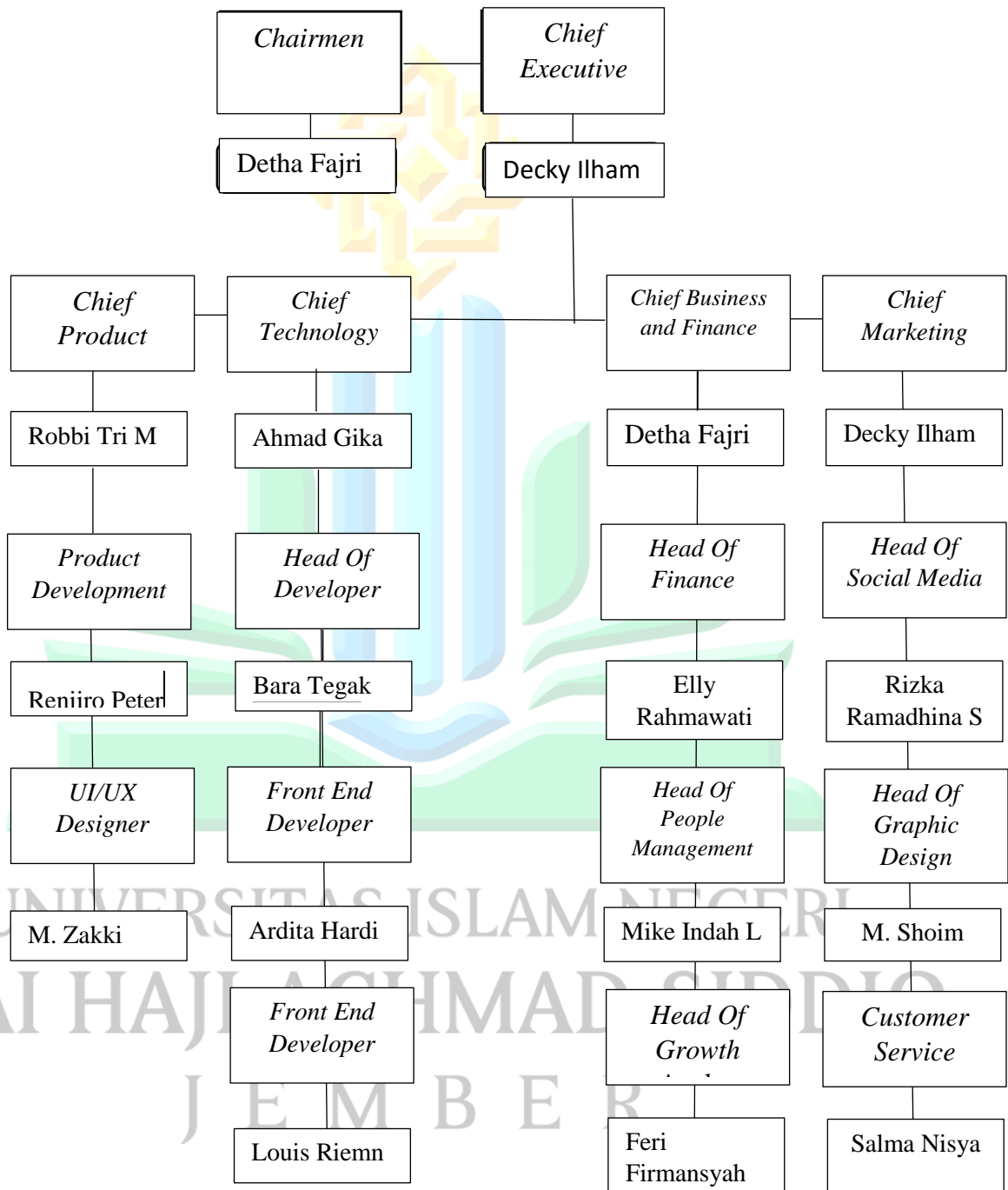
- 1) Mewujudkan sistem transaksi pembayaran digital yang terpercaya dengan aman, mudah, nyaman dimanapun dan kapanpun hanya dengan satu aplikasi.

- 2) Mendorong pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia untuk terus meningkatkan bisnisnya
- 3) Menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan *partner* jangka pendek maupun jangka Panjang.

### 3. Struktur Organisasi PT. Doa Anak Digital

Seluruh perusahaan yang berdiri baik dalam skala besar atau kecil, perusahaan rintisan ataupun perusahaan yang sudah berdiri lebih dari 5 tahun pasti memiliki struktur organisasi didalamnya dengan tujuan agar perusahaan tersebut menjalankan giat usahanya bersama dengan sumber daya manusia yang dimiliki secara struktural yang tepat berdasarkan kemampuan tiap sumber daya manusia. Struktur organisasi difungsikan sebagai cara suatu organisasi melakukan

operasi usahanya serta membantu organisasi tersebut untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. oleh karena itu setiap perusahaan penting untuk memiliki struktur organisasi, berikut struktur organisasi yang dimiliki PT. Doa Anak Digital :



#### 4. Lokasi/Letak Geografis PT. Doa Anak Digital

PT. Doa Anak Digital memiliki kantor untuk menjalankan segala giat usahanya di Tirtasani Royal Resort, Cluster Royal Village Blok RV12, Ngenep, Karang Ploso, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur dengan kode pos 65152. Kelurahan Karang ploso merupakan salah satu kelurahan di kabupaten Malang

Wilayah Karang Ploso memiliki batas wilayah meliputi :

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Singosari
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Singosari/kota malang
- c. Sebelah Timur : Kecamatan Dau/Junrejo Kota Batu
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Bumiaji

#### 5. Status Hukum PT. Doa Anak Digital

Status hukum merupakan salah satu hal yang harus difikirkan dalam membentuk suatu badan usaha. Status hukum berfungsi untuk melindungi perusahaan dari segala tuntutan akibat aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan tersebut. Disamping itu, status hukum berupa badan hukum merupakan suatu pembuktian bahwa kegiatan usaha yang dilakukan merupakan kegiatan yang legal. PT. Doa Anak Digital dengan brand Bangbeli memiliki badan hukum sebagai berikut:

- a. Keputusan MENKUMHAM RI : AHU-0077921.AH.01.01.2021
- b. Nomor TDPSE KOMINFO : 001862.01/DJAI.PSE/12/2021

- c. Nomor Induk Berusaha : 0912210014149
- d. Nama Pelaku Usaha : PT. Doa Anak Digital
- e. Jenis Perseroan : Swasta Nasional
- f. Status Penanaman Modal : Penanaman Modal Dalam Negeri

## B. PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Didalam penyajian serta analisis data diperoleh data hasil penelitian berdasarkan penggunaan tehnik pengumpulan data yaitu menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi yang mengacu pada fokus penelitian. Berikut merupakan hasil wawancara mengenai Strategi Minimum Viable Product dalam pengembangan produk Startup di Aplikasi pembayaran digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital).

### 1. Pengembangan produk *Startup* di Aplikasi Pembayaran Digital

#### **Bangbeli (PT. Doa Anak Digital), Kabupaten Malang.**

Produk merupakan sesuatu yang diciptakan oleh produsen untuk digunakan oleh konsumen baik berupa barang maupun jasa.

Didalam penciptaan produk diperlukan pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan sebuah strategi dan upaya pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau produk yang dimodifikasi ke target pasar yang sekarang. Pengembangan produk juga bertujuan untuk memperbaiki produk yang ada serta untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan

dan dipasarkan. Maka dari itu banyak hal yang harus diperhatikan dalam mengembangkan produk seperti kualitas produk

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai pengembangan produk startup secara umum pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya.

“Oh oke gini, untuk pertama awalnya mengembangkan sebuah product diawali dengan tahap *emphatize* namanya atau empati, kita ber empati kepada calon *user* kita, kita cari dimana problem dari *user* kita sesuaikan sama *market* yang kita tuju. Caranya *interview* ya wawancara, cari *problemnya* apa terus kita *solved*.”<sup>73</sup>

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan bapak Decky Ilham Syahputra selaku *Chief Executive Officer*, berikut pernyataannya

“Bener kata mas Robi mba, kita kalau mau buat sesuatu liat dulu ada masalah yang butuh solusi ga, dan apakah solusi itu akan seterusnya dipakai atau sesaat aja”<sup>74</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya PT. Doa Anak Digital melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Doa Anak Digital bertujuan agar produk yang dihasilkan tetap sesuai dengan pasar yang dituju oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan beroperasi dengan baik.

<sup>73</sup> Robbi Tri Murdani. *Wawancara*, 11 Juni 2022.

<sup>74</sup>Decky Ilham Syahputra. *Wawancara*, 11 Juni 2022.



a. Kualitas Produk

1) Kualitas produk secara umum

Kualitas produk merupakan salah satu indikator dalam keberhasilan mengembangkan produk, kualitas produk meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai kualitas produk dalam pengembangan produk *startup* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya.

“Untuk kualitas produk kita sangat memperhatikan ya, kualitas produk yang kita tekanin di Bangbeli ada produk tersebut harus mudah digunakan oleh *user*, untuk mendapatkan produk yang berkualitas kita juga selalu melakukan uji pada produk tersebut agar *minim bug*, nah abis itu standar produk yang kita keluarkan itu berkualitas dari segi keamanan juga apakah produk kita aman untuk digunakan dan minim resiko biasanya untuk keamanan produk dan fitur kita juga dipantau sama KOMINFO, karena kita adalah produk teknologi apalagi produk *digital* jadi kita buat produk yang punya efektifitas dan efisiensi tinggi dan tentunya dibutuhkan serta dapat menyelesaikan masalah dari *user* kita”<sup>75</sup>

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan bapak Decky Ilham Syahputra selaku *Chief Executive Officer*, berikut pernyataannya

---

<sup>75</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

“Kita transaksi udah aman semua kok, kalo ada kendala CS juga udah fast response ini aku liat di report udah oke banget juga respon timenya jadi sangat mendukung untuk kualitas produk yang kita tawarkan”<sup>76</sup>

Dari pernyataan diatas kualitas produk yang harus dipertahankan saat pengembangan produk berupa produk yang dihasilkan harus mudah digunakan oleh user, menguji produk tersebut hingga produk tersebut memiliki sedikit masalah pada sistem, serta segi keamanan dan efektifitas berikut efisiensi dari penggunaan produk tersebut.

## 2) Kualitas Produk Menurut Islam

Peningkatan kualitas (ikhshan) merupakan suatu hal yang harus dilakukan. Perbuatan yang mengabaikan kualitas merupakan perbuatan yang sia-sia. Demikian juga pada produk, jika kualitas produk diabaikan, konsumen akan berpikir ulang untuk melakukan pembelian.

Kualitas produk menurut Islam meliputi *brand/merk*. Keistimewaan, kejujuran, manfaat, kemasan, serta pelayanan

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai kualitas produk dalam pengembangan produk *startup* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Decky Ilham Saputra selaku *Chief Executive Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

<sup>76</sup> Decky Ilham Syahputra. *Wawancara*, 11 Juni 2022.

“Kalau dalam Islam kan pasti ada poin kebermanfaatan ya mba, nah di Bangbeli sendiri kita kalo mau ngembangin produk atau mengeluarkan produk ya pasti untuk kebermanfaatan mitra kita mba, kita ini juga memberdayakan UMKM, untuk *brand* sendiri kita menggunakan nama yang mudah diingat oleh pasar ya mba dan didalam nama brand tersebut tentunya ada harapan harapan yang baik, untuk keistimewaan Bangbeli sendiri kita punya harga yang paling murah diantara *platform* lain mba, setiap transaksi juga kita berikan poin nanti poinnya bisa di tukar ke saldo rupiah mba, kita juga bisa digunakan untuk orang lain buat dapetin *passive income* mba, caranya daftar jadi mitra premium nanti mitra *premium* itu punya kode *referral*, nanti si calon mitra masukin kode *referral* si mitra *premium* setiap transaksinya mitra regular si mitra *premium* bisa dapet poin juga dan si mitra regular ini jadi *downlinenya* si mitra *premium*. Kalau untuk pelayanan dan kejujuran kita pasti memberikan pelayanan terbaik, CS kita juga *fast respons* mba, untuk kejujuran kita jamin kita jujur mba bahkan kalau ada *case* tentang *double* transaksi deposit atau salah masukin nominal transfer deposit, pasti kami kembalikan, kalua ada transaksi gagal juga pasti kami *refund*.”<sup>77</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa apa yang dilakukan PT. Doa Anak Digital dalam meberikan produk yang berkualitas sesuai dengan Islam dengan menciptakan nama *Brand* yang mudah diingat serta makna yang baik, membuat keistimewaan yaitu harga termurah, menciptakan aplikasi yang dapat menjadi sumber penghasilan tambahan, dalam segi pelayanan yaitu dengan *Customer Service* yang membalas dengan cepat hingga kejujuran jika terdapat kesalahan pada transaksi. Pernyataan tersebut dapat diperkuat dengan gambar dari logo brand tersebut, bukti benefit dari adanya akun premium, serta tanggapan pengguna ketika menggunakan aplikasi Bangbeli.

<sup>77</sup> Decky Ilham Syahputra, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

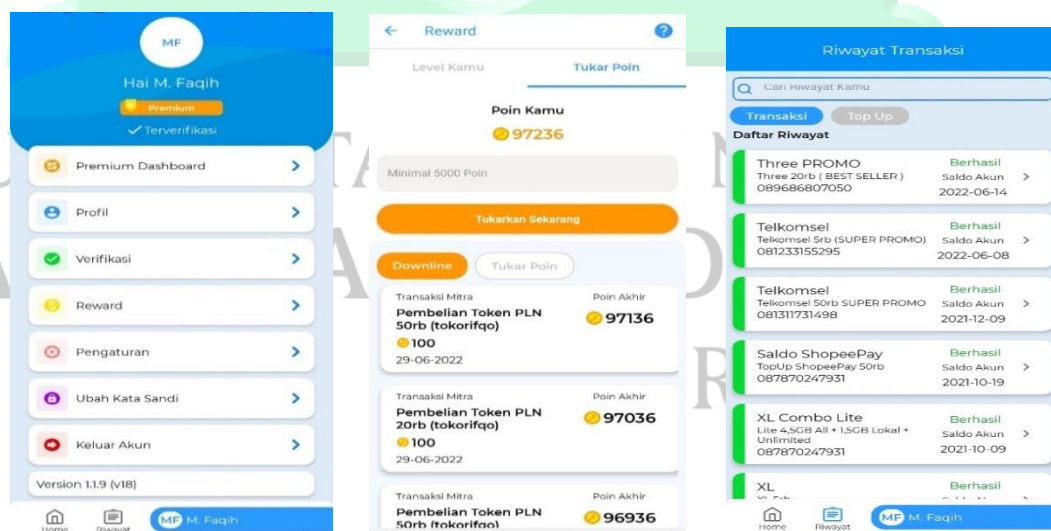
Gambar 4.1



Logo dari Brand Bangbeli

Gambar 4.1 merupakan bukti bahwa terbentuknya aplikasi Bangbeli didasari untuk kebermanfaatannya dimulai dengan nama brand yang baik, logo yang didalamnya merupakan harapan bahwa kelak nama tersebut akan membawa kebermanfaatannya khususnya kepada target pasar mereka yaitu pelaku UMKM.

Gambar 4.2

Gambar akun mitra premium beserta *downline*

Gambar 4.2 menjelaskan bahwa aplikasi Bangbeli dapat digunakan sebagai salah satu pilihan untuk memperoleh *passive income* dimana pemasukan tersebut dapat diperoleh melalui skema mitra premium, ketika satu akun sudah menjadi akun premium maka memiliki kode referral yang

nantinya digunakan untuk mitra selanjutnya mendaftar. Setiap transaksi yang dilakukan mitra lain dengan kode referral tersebut maka mitra dengan akun premium akan mendapatkan poin disetiap transaksinya.

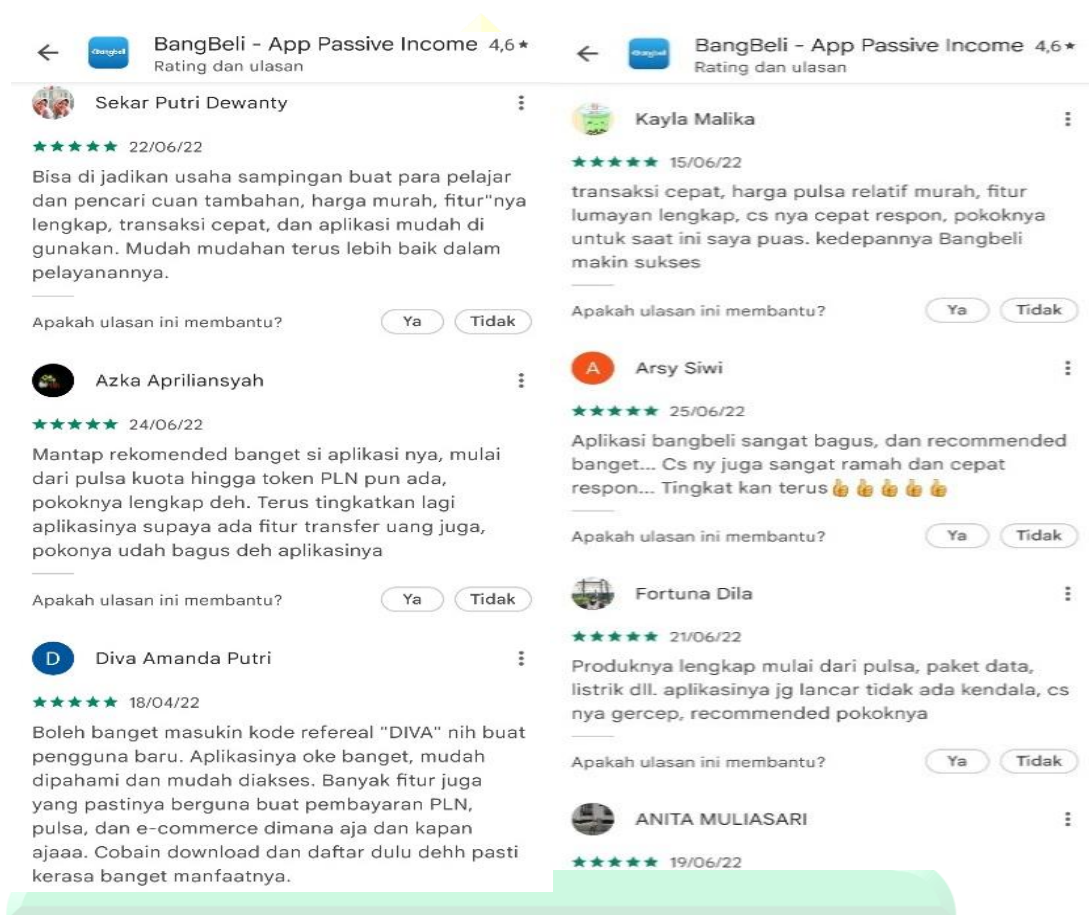
Gambar 4.3

### Pelayanan Bangbeli menurut para pengguna per Juni 2022 Pengembangan Produk

The image shows a screenshot of the BangBeli app's review page. The app is titled "BangBeli - App Passive Income" with a 4.6 star rating. The page displays several user reviews, each with a rating, date, and text. The reviews are as follows:

- ANITA MULIASARI** (19/06/22): 5 stars. Review: "Aplikasi Bangbeli ringan banget mudah dipakai, pembayaran deposit cepet masuk, ditambah produknya murah terutama paket data dan pulsa, jadi enak buat usaha sampingan".
- Awibi Nur Azizah** (22/06/22): 5 stars. Review: "Transaksi lancar dan cepat, isi saldo mudah pokoknya rekomendasikan banget buat jualan. Sukses dan pertahankan terus dan mohon kerjasamanya".
- Amanda Nur M** (24/06/22): 5 stars. Review: "BANGBELI..luar biasa..transaksi cepat..komplek cepat respon..semoga tambah sukses..tambah lengkap..harga semakin murah..sukses..sukses....".
- Nayla Dinda** (19/06/22): 5 stars. Review: "Deposit saldo mudah dan cepat masuk. Harga produk juga lebih murah. Fitur di dalamnya juga lengkap. Bisa melakukan berbagai macam transaksi hanya dengan satu aplikasi. Sangat recommended".
- Ping MI** (23/06/22): 5 stars. Review: "Aplikasi pembayaran yg sangat bagus. Bisa digunakan utk kebutuhan sendiri maupun utk usaha. Produknya lengkap dgn harga yg murah dan transaksinya cepat. Deposit cepat masuk, dgn berbagai pilihan setoran".
- Salsabila Diva** (14/03/22): 5 stars. Review: "Aplikasinya bagus dan sangat bermanfaat, banyak promo dan metode pembayarannya sangat lengkap. Produknya juga lengkap mulai dari pulsa, paket data, listrik dll. aplikasinya jg lancar tidak ada kendala pokoknya recommended".
- Cnece inanda** (28/06/22): 5 stars. Review: "Baru nemu aplikasi yg murah dan enak dipake ya Bangbeli. fiturnya lengkap, transaksinya cepat dan mudah pokoknya gak ribet. aku suka banget... sangat recommended untuk kalian yg pemula mau jualan pulsa.. CS nya juga respon kalo ada kendala".
- Bimo Wicaksono** (14/06/22): 5 stars. Review: "Aplikasinya membantu sekali, sangat mudah di mengerti apalagi pemula seperti saya. Mau pulsa data, pulsa listrik, voucher atau topup ke ewallet juga mudah dan cepat. Apalagi CS-nya sangat ramah dan responsif".
- Carisma Intan** (20/06/22): 5 stars. Review: "Salah satu aplikasi yang luar biasa yg pernah saya gunakan. Harga pulsa maupun token listrik murah dan prosesnya cepat. Serta untuk pembayaran tagihan2 lainnya juga bisa dan cepat. Customer service nya juga ramah dan sangat support serta cepat sekali respond nya dan sangat membantu. Saya merekomendasikan aplikasi ini bagi para pengguna. Good job".
- Musmira 80** (25/06/22): 5 stars. Review: "Dari awal pake bangbeli tidak ada kendala, fiturnya sangat memudahkan dalam memilih transaksi, memuaskan pengguna".
- Sri Wijati** (24/06/22): 5 stars. Review: "Mantap. Tampilan halus. Fitur komplit. Cs ramah. Transaksi super cepat,, Siiippp".
- Najwa Suherman** (15/06/22): 5 stars. Review: "aplikasi nya bagus sekali, mudah dipahami, mudah diakses, dan sangat bermanfaat bagi yang memiliki usaha kecil seperti saya. terimakasih".
- Nur Afrina Kusuma Wardhani** (25/06/22): 5 stars. Review: "Terimakasih bangbeli sangat mudah, sangat membantu, dan banyak cashback nya. selalu menjadi andalan untuk transaksi cepat".





Gambar 4.3 merupakan bukti yang diperoleh melalui ulasan pada *google playstore* bahwa terbentuknya aplikasi Bangbeli didasari untuk kebermanfaatannya dimulai dengan nama brand yang baik, logo yang didalamnya merupakan harapan, kebermanfaatannya yang dapat dilihat dari fitur akun premium dan pada pelayanan Bangbeli dibuktikan dengan komentar pada aplikasi yang menyatakan bahwa pengaduan cepat di proses, *Customer Service* responsif, aplikasi memberikan banyak promo, fitur dan produk yang ditawarkan berguna.

Pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar. Bertujuan untuk memperbaiki produk yang ada

atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Dalam mengembangkan produk ini bukanlah tugas yang mudah. Terdapat banyak kendala untuk pengembangan produk itu sendiri yang terdiri dari dalam ataupun luar perusahaan. Cukup banyak perusahaan mereka yang gagal mengembangkan produk. Perusahaan tidak dapat mendobrak hambatan ini.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai pengembangan produk *startup* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Tentu aja kami selalu ngelakuin pengembangan produk, karena kan kebutuhan pasar juga berubah ubah ya mba, jadi kami juga harus terus melakukan pengembangan produk baik menambah produk baru atau mengoptimalkan produk yang sudah ada. Biasanya untuk pengembangan produk metode aku setelah mencapai *minimum viable product* yaitu di *early adapter* si, di 10 user pertama, di titik 100 mitra pertama ini biasanya udah ngevalidin bahwasanya produk ini bisa dikatakan berhasil untuk produk baru, nah dari sini biasanya di *scaleup* buat *boost* di *marketing*, jadi usahakan di 100 user pertama ini merasa puas jadi bisa *boost* di *marketing*, mungkin nanti aku jelasin langkahnya ya”<sup>78</sup>

Pernyataan tersebut ditegaskan kembali oleh Bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

---

<sup>78</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

“Menentukan produk yang tepat untuk dikembangkan pasti dimulai dari ide, dari ide itu kita validasi apakah ide itu sesuai dengan calon customer kita karena sebuah ide itu bagus ya tapi alangkah baiknya tervalidasi, jadi jelas bakal dipake kalo kita cuma bikin ide terus nge *build* jadi produk tapi gatau dipake apa engga kan jadinya produk gagal, kalo ke validasi kan berarti produk kita kan akan dipake sama pasar”<sup>79</sup>

Dari hasil wawancara diatas mengenai pengembangan produk, didapatkan bahwa PT. Doa Anak Digital selalu melakukan pengembangan produk dalam menguji produk yang telah dikembangkan, PT. Doa Anak digital mengujinya dengan *early adapters* pada 10 mitra pertama selanjutnya pada 100 mitra pertama dan seterusnya. Jika dirasa sudah cukup memuaskan maka akan ditingkatkan baik dari teknologi maupun pemasarannya. Sebelum dilakukan pengujian produk langkah pertama mengembangkan produk adalah ide yang tervalidasi sesuai dengan kebutuhan pasar. Selanjutnya untuk mengembangkan produk dimulai dengan menentukan ide, validasi ide tersebut, baru membuat pengembangan produk tersebut.

#### b. Pengembangan Produk Teknologi

Pengembangan produk pada produk berbasis teknologi berbeda dengan pengembangan produk pada umumnya, perbedaan yang mendasar terdapat pada mindset, metode serta tahapan pengembangannya.

<sup>79</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.



Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai pengembangan produk teknologi *startup* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Tahapan dalam mengembangkan produk ada awalnya *design* dulu karena kita udah tau problem nya terus ide sama *solvenya* gimana. sudah *design* bakal di *testing*, jadi di *design* itu belum di *develop* sebagai produk *digital* masih berbentuk gambar tapi kita udah bisa di *test*, nah dari situ kita bisa tau tingkatan *design* itu efektif apa belum, suka apa engga, udah *user friendly* belum, kalo belum nanti ada literasi untuk ganti-ganti *designnya*, setelah itu kita ke tahap *developing* disitu ada bagian *backend* dan *front end developing* dan *security*”

“Kalo produknya udah jadi nih si *mvp*, kita ke tahap *marketing*, disitu kita *boost marketing* kaya kita pake ads ya dari Instagram, google juga, ada *seo marketing*, ada *digital marketing* juga kita juga pake *social media* juga dan *merchant acquisition* juga”

“Kita ada pengembangan produk mba, ada fitur baru di aplikasi Bangbeli Namanya Fitur level, gunanya untuk mengkategorikan customer udah dilevel mana berdasarkan jumlah transaksi, ada *reward* juga mba berupa poin, *cashback* dan hadiah lainnya, ya gunanya supaya mitra meningkatkan transaksinya. Di fitur level ada 5 level ada level bronze, silver, gold, platinum, diamond”<sup>80</sup>

Pernyataan tersebut di dukung dengan pernyataan Zalfa Alya selaku *Customer Service* yang mendapatkan feedback melalui panel Whatsapp *Customer Service* Bangbeli, berikut pernyataannya

”Waktu awal muncul fitur baru di aplikasi emang antusiasme nya tanya tanya mba, pertanyaannya kurang lebih seputar fitur level tersebut. Contohnya kaya gini pertanyaannya sebentar ya mba ku cek di panel dulu. Untuk tingkatan level itu apakah akan di reset tiap bulannya? Dan jika iya, apakah kembali kelevel bronze? Atau tetap di level kita saat itu namun transaksinya akan direset ke 0?

<sup>80</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

Pada level gold, ketika deposit saldo sudah mencapai 1.000.000 apakah cashbacknya sudah pasti 2.720 poin atau akan ada akumulasi? Dari bronze menuju silver jika sudah 15 kali transaksi namun deposit saldo belum mencapai 250.000 bagaimana?, apakah petunjuk tiap level pada aplikasi sudah pasti atau nantinya dapat berubah?”<sup>81</sup>

Selanjutnya Robbi Tri Murdani membuat pernyataan terkait pengembangan produk selanjutnya yang akan dilakukan di PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Untuk kedepannya di Bangbeli sendiri akan ada beberapa produk baru yang akan dikembangkan, produk yang kami kembangkan berdasarkan masalah yang ada. Dan juga dalam menentukan produk yang akan dikembangkan kami buat dulu juga prioritas produknya”<sup>82</sup>

“Untuk pengembangan fitur di Bangbeli ada FAQ dan halaman pengaduan CS, Fitur pencatatan modal dan keuangan, *Redesign* fitur level dan gamifikasi bulanan, modal dan dana talangan, halaman notifikasi dan pesan, *redesign* halaman PPOB (*add autofill*), *redesign* halaman keunggulan premium, tabungan serta *login biometric*. Prioritas dibagi menjadi fitur yang *high value, low value, high effort* dan *low effort mba*”<sup>83</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa yang dilakukan PT.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
Doa Anak Digital dalam mengembangkan produk setelah mengetahui masalah dan ide adalah membuat design produk yang kemudian dapat di test apakah sudah sesuai atau tidak, setelah itu fiturnya akan dibuat menjadi nyata oleh tim *developer*. Setelah produknya jadi akan dipasarkan oleh tim *marketing* melalui *google ads, facebook ads*, sosial media serta melalui *merchant acquisition*. Produk baru yang sedang dikembangkan

<sup>81</sup> Zalfa Alya, *Wawancara*, 26 Juni 2022.

<sup>82</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

<sup>83</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

adalah fitur level berdasarkan banyaknya jumlah transaksi terdiri dari level *bronze, silver, gold, platinum, diamond*.

Bangbeli juga menggunakan mindset *Agile* dalam cara bekerja karyawannya untuk mengembangkan produk dimana *agile* sendiri berarti mudah untuk beradaptasi dalam hal ini beradaptasi dengan pasar. Berdasarkan pesan *feedback* yang masuk melalui nomor *Customer Service* Bangbeli mengatakan jika mitra antusias dengan fitur level yang menjadi fitur baru kebanyakan mitra bertanya mengenai teknis fitur berdasarkan level mitra, benefit serta syarat dan ketentuan untuk mencapai level tersebut serta jumlah benefit dan jumlah deposit untuk mencapai level-level tertentu. Selanjutnya pengembangan produk dan fitur yang akan dilakukan oleh Bangbeli yaitu FAQ dan halaman pengaduan CS, Fitur pencatatan utang dan keuangan, *Redesign* fitur level dan gamifikasi bulanan, modal dan dana talangan, halaman notifikasi dan pesan, *redesign* halaman PPOB (*add autofill*), *redesign* halaman keunggulan premium, tabungan serta *login biometric*. Serta prioritas didalam mengembangkan product dibagi menjadi fitur yang *high value, low value, high effort* dan *low effort*.

Gambar 4.4



Gambar 4.4 merupakan data yang diperoleh terkait pengembangan produk serta fitur yang akan dilakukan dalam jangka waktu dekat dan akan datang pada aplikasi Bangbeli. Adapun pengembangan produk yang akan dilakukan adalah FAQ dan Halaman pengaduan CS yaitu Frequently Asked Questions yang akan memuat pertanyaan mitra yang sering ditanyakan beserta jawabannya, lalu terdapat halaman yang langsung dapat berhubungan dengan *Customer Service*. Melakukan penggambaran kembali (*Redesign*) untuk fitur level level, fitur pembayaran PPOB, halaman keunggulan premium. Selanjutnya fitur pencatatan keuangan untuk mencatat segala macam aktifitas keuangan yang terjadi pada aplikasi Bangbeli, fitur modal atau dana talangan yang diberikan atau

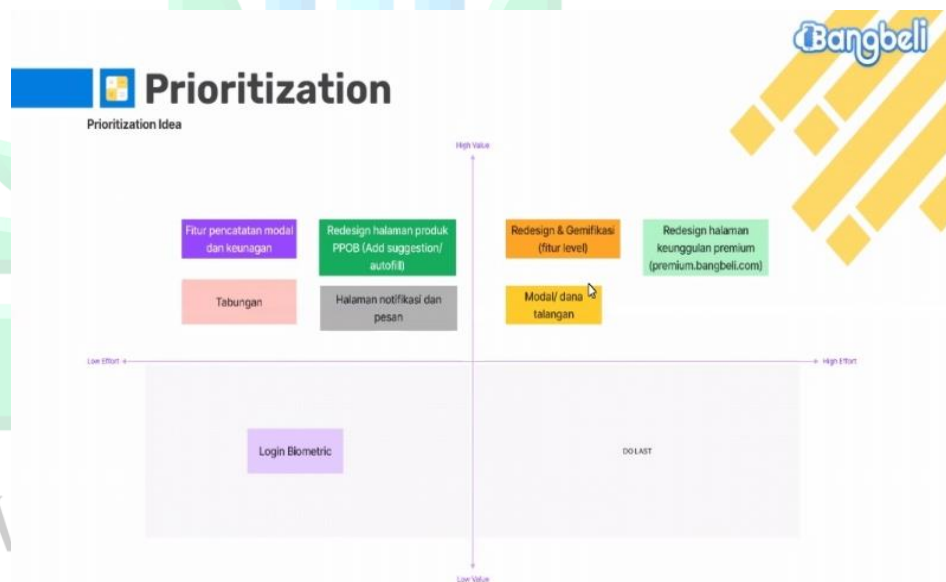
<sup>84</sup> Laporan *Monthly Progress Department of Product Bangbeli*, 19 Juli 2022.

<sup>85</sup> Laporan *Monthly Progress Department of Product Bangbeli*, 19 Juli 2022.

dapat dimanfaatkan oleh para mitra yang membutuhkan untuk pertama kali melakukan penjualan. Fitur halaman notifikasi dan pesan dan dilanjutkan fitur tabungan dimana mitra dapat menyimpan dana sebagai bentuk tabungan. Fitur yang selanjutnya dikembangkan adalah *login biometric* yaitu proses autentifikasi identitas dengan mendasarkan pada karakter fisik atau manusia, karakter yang digunakan bisa *geometric* jari atau pengenalan seluruh wajah.

Gambar 4.5

Prioritas produk dan fitur yang akan dikembangkan



Gambar 4.5 merupakan pembagian prioritas yang dilakukan didalam ketika sedang dan akan mengembangkan produk. Pengembangan dibagi menjadi beberapa kelompok fitur yang *high value*, *low value*, *high effort* dan *low effort*.

Gambar 4.6

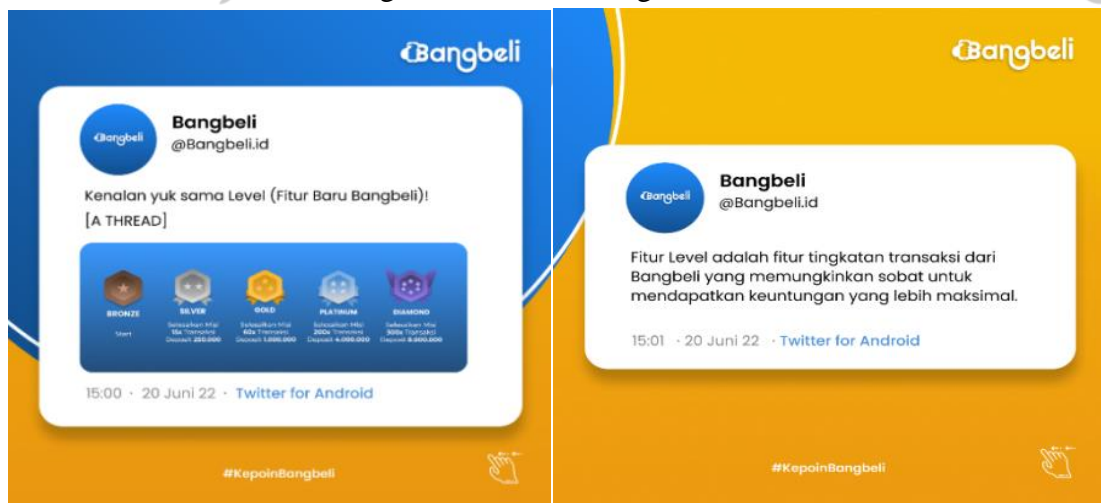
Tampilan fitur baru yaitu fitur level pada aplikasi Bangbeli



Gambar 4.6 menunjukkan tampilan fitur level yaitu fitur yang baru dikembangkan oleh Bangbeli adapun fitur level ditunjukkan dengan logo robot warna ungu dengan penjelasan level yang sudah dicapai dibawahnya.

Gambar 4.7

Pemberitahuan mengenai fitur baru Bangbeli melalui sosial media





Ada apa aja sih tingkatannya?

Level	Rewards
<b>Bronze</b> 9 Transaksi	Benefit Cashback 0 Poin
<b>Silver</b> 15 Transaksi & Deposit 250.000	Benefit Cashback 410 Poin
<b>Gold</b> 30 Transaksi & Deposit 1.000.000	Benefit Cashback 2.770 Poin
<b>Platinum</b> 200 Transaksi & Deposit 4.000.000	Benefit Cashback 11.790 Poin Cashback Deposit up to 7.000 Poin
<b>Diamond</b> 300 Transaksi & Deposit 8.000.000	Benefit Cashback Poin Tidak Terbatas Cashback Deposit up to 17.000 Poin

Makin sering transaksinya, Makin tinggi levelnya. Pastikan kamu jadi salah satu mitra yang ngerasain **#UntungMaksimal** ya!

Download on the Google Play or the App Store

#KepoinBangbeli

Gambar 4.8

Pemasaran fitur baru yang dilakukan oleh tim *marketing*

**7.7 PROMO PUNCAK**  
ABANG CERIA JULI

Topup sekarang dan ambil kesempatan mendapatkan **Cashback 30%**  
S&K berlaku 9-11 Juli 2022  
#AbangCeriaJuli

**CARA DAPAT CASHBACK s.d. 30.000 POIN**  
#AbangCeriaJuli

- 1 Deposit Saldo Bangbeli minimal Rp 399.000
- 2 Berlaku untuk Level GOLD
- 3 Cashback masuk maksimal 1x24 jam setelah saldo Bangbeli bertambah
- 4 Cashback berupa poin yang dapat ditukarkan menjadi Saldo Bangbeli

86

**5-7 Juli 2022**  
**TOP UP DEPOSIT, CASHBACK MENANTIMU!**  
Cek Syarat dan Ketentuannya  
#AbangCeriaJuli

Top Up Sekarang, DAPATKAN CASHBACK s.d. 12.000 POIN!

**CARA DAPAT CASHBACK s.d. 12.000 POIN**  
#AbangCeriaJuli

- 1 Deposit Saldo Bangbeli minimal Rp 99.000
- 2 Berlaku untuk Level SILVER
- 3 Cashback masuk maksimal 1x24 jam setelah saldo Bangbeli bertambah
- 4 Cashback berupa poin yang dapat ditukarkan menjadi Saldo Bangbeli

<sup>86</sup> Laporan *Monthly Progress Department of Product* Bangbeli, 15 Juni 2022.

Gambar 4.7 dan 4.8 menunjukkan setelah diluncurkan fitur terbaru yaitu fitur level yang pada tampilan dashboard berwarna ungu. Setelah diluncurkan di aplikasi, tim marketing menyiapkan untuk membuat campaign marketing yang berisi edukasi mengenai fitur baru yaitu fitur level dan membuat promo terkait fitur tersebut.

#### 1) Fokus yang terjadi pada pengembangan produk teknologi

Perusahaan membutuhkan banyak *focus* untuk pengembangan produknya selain hanya berfokus pada produk tersebut. Banyak *stakeholder* yang berperan untuk mewujudkan terciptanya sebuah produk baru hingga fokus metode yang digunakan dalam pengembangan suatu produk .

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai pengembangan produk teknologi *startup* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Decky Ilham Syahputra selaku *Chief Executive Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Kita juga berinteraksi sama tim bisnis walaupun kita produk digital kita juga perlu tim bisnis biar produknya bisa tumbuh”<sup>87</sup>

“Dalam pengembangan produk kita juga ada target, kaya buat si marketing ada target dan devisi lain juga ada, kita ada target Namanya okr dan kpi jadi biar ada *achievement* dari tiap devisi”<sup>88</sup>

<sup>87</sup> Decky Ilham Syahputra, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

<sup>88</sup> Decky Ilham Syahputra, *Wawancara*, 11 Juni 2022.



Pernyataan tersebut di dukung dengan pernyataan Bapak Robbi Tri Murdani selaku Chief Product Officer mengenai OKR didalam membuat fokus pengembangan produk Bangbeli, berikut pernyataannya

“OKR dan KPI itu sebagai target yang harus kita capai mba, bedanya sama KPI kalau KPI kan yang nyusun perusahaan, kalau OKR pribadi dan departmentnya sendiri mba, jadi misalnya tim produk punya beberapa target yang harus dicapai fokus yang harus dilaksanakan ya ada dari perusahaan dan internal department itu mba”<sup>89</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa yang dilakukan PT. Doa Anak Digital dalam membuat *focus* pada saat pengembangan produk adalah dengan berinteraksi dengan divisi lain seperti divisi bisnis agar produknya dapat tumbuh selain itu didalam pengembangan produk dibuat target melalui *OKR (Objective Key Results)* dan *KPI (Key Performance Indicator)*.

2) Pergeseran fokus ini dari pengembangan produk ke pengembangan produk teknologi

Pada pengembangan produk teknologi terdapat pergeseran *focus* dikarenakan produk yang dikembangkan adalah teknologi pergeseran fokus tersebut seperti metode komunikasi, *mindset* yang digunakan serta fokus kepada pelanggan dikarenakan teknologi tersebut akan digunakan pelanggan secara langsung.

---

<sup>89</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai pengembangan produk teknologi *startup* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Gampangnya gini mba, kita startup di bidang teknologi ini punya mindset yaitu *growth mindset* yaitu mindset untuk terus bertumbuh, kita juga terus *agile* mba kenapa kita pilih mindset *agile*? Soalnya *agile* itu arti gampangnya kita terus bisa berinovasi, kita terus adaptif, kita liat keadaan pasar gimana, kita yang menyesuaikan kebutuhan pasar, biar kita juga bisa tetep bertahan mba. Kalau metode untuk *startup* teknologi kebanyakan pakenya metode *lean startup* si mba, untuk *detail lean startup* coba mba *searching* ya abis ini”<sup>90</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa yang dilakukan PT. Doa Anak Digital dalam pergeseran fokus pada pengembangan produk teknologi yaitu dengan *growth mindset*, metode *agile* agar adaptif serta *lean startup*.

## **2. Penerapan Strategi Minimum Viable Product dalam pengembangan produk di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital), Kabupaten Malang.**

*Minimum Viable Product* dalam sebuah perancangan atau pengembangan produk memiliki perbedaan dengan prototipe, dimana pada *Minimum Viable Product*, proses yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan pembelajaran secepat mungkin dengan fitur produk yang

<sup>90</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

minimal dan dilakukan pengembangan berulang mengikuti prinsip build-learn-measure, namun pada prototipe proses perancangan dilakukan sesuai rencana untuk mendapatkan keseluruhan fungsi pada suatu produk sehingga memakan waktu yang lebih lama.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dengan MVP, perusahaan tidak hanya menunjukkan representasi dari ide-ide mereka, tetapi *Minimum Viable Product* akan menunjukkan fitur inti produk yang memungkinkan perusahaan menguji asumsi mereka terhadap pasar tertentu ataupun produk itu sendiri. Untuk menerapkan strategi tersebut diperlukan beberapa metode seperti metode *The Lean Startup*.

#### 1) Metode Lean Startup

adalah sebuah metode yang berfokus pada cepatnya penciptaan prototype dengan tujuan pengujian asumsi. Feedback pelanggan digunakan untuk menggerakkan setiap iterasi yang memungkinkan untuk evolusi lebih cepat daripada proses tradisional.<sup>91</sup> Didalam metode ini terdapat beberapa siklus seperti siklus *Build-Measure-Learn* dan *Lean Product Proses*.

##### a) Siklus Build-Measure-Learn

Merupakan siklus buat-ukur-pelajari dimana dalam membuat produk tidak langsung kepada produk final. Perlu

<sup>91</sup> Eric Ries, *The Lean Startup*. (Fletcher & Company, 2011), 78.

untuk mengidentifikasi masalah, ide serta hipotesis yang perlu diuji.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data metode *lean startup* dalam strategi *Minimum Viable Product* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya.

“Di siklus buat itu ada pembuatan strategi dan *product Minimum Viable Productnya*, untuk di siklus step ada *go to market* atau biasa disebut *product market fit*, di siklus pelajari ada step *behavior user* penggunaan aplikasi, untuk di siklus ukur bisa melalui data atau *usability testing*”<sup>92</sup>

“Nah kenaikan di diagram ini Namanya *product market fit* mba, berarti bangbeli sudah mencapai *product market fit*. Untuk *usability testing* ya bisa dari *google form* gini aja mba nanti mitra kami suruh untuk isi”<sup>93</sup>

“Bangbeli mencapai *product market fit* di quartal 1 sampai quartal 3 di tahun 2021 mba dan quartal 1 2022 hingga quartal 2 berdasarkan user yang registrasi. Kalau transaksinya mengalami *product market fit* dari quartal 1 sampai quartal 3 tahun 2021 dan quartal 2 sampai quartal 4 tahun 2022 mba”<sup>94</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa yang dilakukan PT. Doa Anak Digital dalam siklus buat-ukur-pelajari pada metode *lean startup* adalah untuk siklus buat terdapat pembuatan strategi dan *product Minimum Viable Product*, untuk di siklus step terdapat *go to market* atau biasa disebut *product market fit*, untuk siklus

<sup>92</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

<sup>93</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

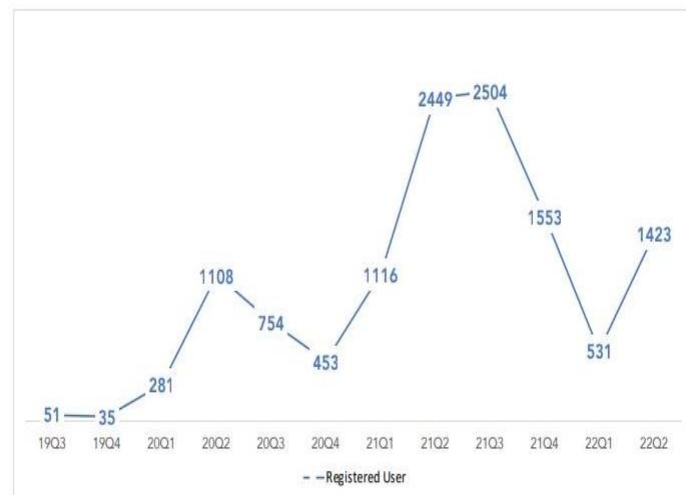
<sup>94</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

pelajari terdapat step behavior user penggunaan aplikasi, untuk siklus ukur dilakukan melalui data atau *usability testing*. Hal tersebut dibuktikan adanya *product market fit* yang ditandai dengan kenaikan data pada kuartal I sampai 3 ditahun 2021 dan kuartal 1 hingga kuartal 2 berdasarkan user yang melakukan pendaftaran serta dilanjutkan kuartal 1 sampai kuartal 3 tahun 2021 dan kuartal 2 sampai kuartal 4 pada tahun 2022 berdasarkan jumlah transaksi.

Gambar 4.9

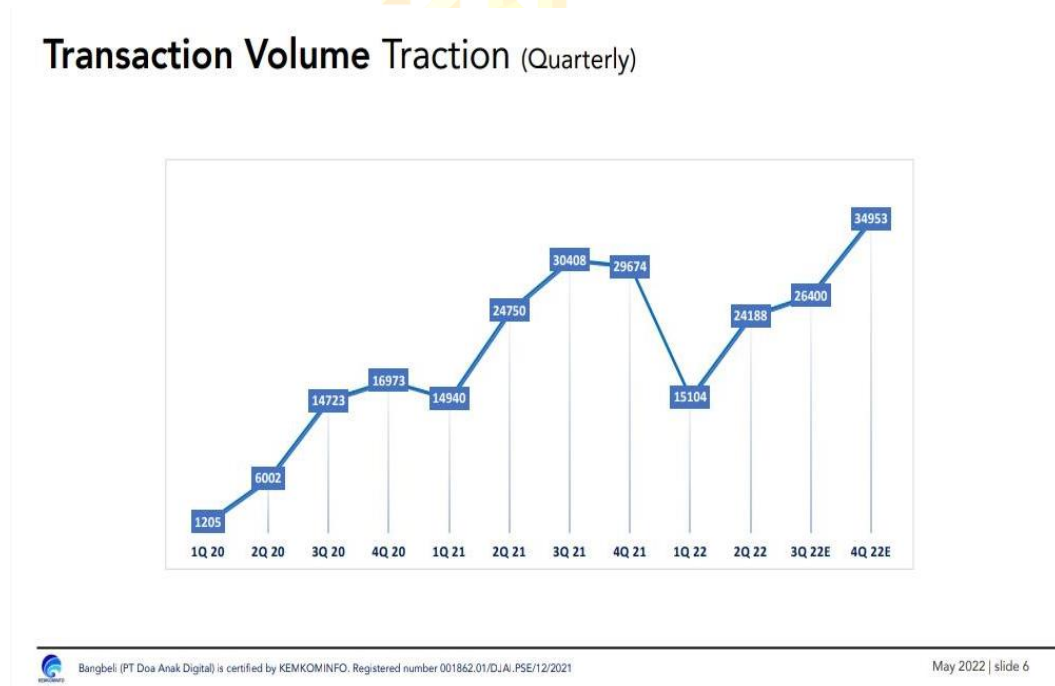
Diagram Registered User yang mengalami Product Market Fit

### Registered User Traction (Quarterly)



Gambar 4.10

Diagram *Transaction Volume* yang mengalami *Product Market Fit*



Gambar 4.9 dan 4.10 tersebut merupakan diagram yang membuktikan bahwa Bangbeli mencapai kesesuaian produk dan pasar yang didalam *stratup* disebut dengan *Product Market Fit* ditandai dengan kenaikan data pada kuartal I sampai 3 ditahun 2021 dan kuartal 1 hingga kuartal 2 berdasarkan user yang melakukan pendaftaran serta dilanjutkan kuartal 1 sampai kuartal 3 tahun 2021 dan kuartal 2 sampai kuartal 4 pada tahun 2022 berdasarkan jumlah transaksi.

Gambar 4.11

## Usability Test untuk siklus pelajari

Bringing scalable and sustainable profitable business for micro & ultra micro enterprises

Bangbeli

## Survei Mitra Bangbeli

Halo mitra Bangbeli! Saat ini Tim Bangbeli sedang melakukan survei terhadap mitra untuk kepentingan pengembangan aplikasi Bangbeli.

Kami memohon kesediaan kamu untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur hanya sekitar 5 menit. Jawaban kamu bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk keperluan riset. Dengan mengisi kuesioner ini, kamu berkesempatan untuk mendapatkan saldo Bangbeli sebesar Rp500.000!

Jika Anda memiliki pertanyaan atau ingin mengonfirmasi beberapa hal mengenai kuisisioner ini, silakan hubungi customer service Bangbeli.

Terima kasih!

rizkaramadhina12@gmail.com (not shared) [Switch account](#)

\* Required

Email aktif \*

Your answer

[Next](#) [Clear form](#)

Fitur/produk apa yang paling sering kamu gunakan? \*

Kamu dapat memilih lebih dari satu jawaban

- Pulsa
- Paket Data
- E-Wallet (OVO, Dana, Link Aja, Gopay, Shopee Pay)
- Voucher
- PLN
- Pulsa SMS
- PDAM
- Voucher Game
- Paket Telepon
- Telkom
- BPJS
- TV Kabel
- Jiwasraya
- Telepon Pascabayar
- Gas Bumi
- HIPAM Air

### Survei Kemitraan Bangbeli

Sudah berapa lama kamu menggunakan aplikasi Bangbeli? \*

< 6 bulan

6 bulan - 1 tahun

> 1 tahun

---

Dimana kamu pertama kali mengetahui aplikasi Bangbeli? \*

Media sosial Bangbeli (Instagram/Tiktok/Facebook/Linkedin)

Website Bangbeli ([bangbeli.com](http://bangbeli.com))

Teman/keluarga/kenalan

Pameran

Playstore

Other: \_\_\_\_\_

---

Apa yang membuat kamu tertarik menggunakan aplikasi Bangbeli? \*

Kamu dapat memilih lebih dari satu jawaban

Harga yang lebih murah dan terjangkau

Aplikasi mudah digunakan

Fitur dan produk yang lengkap

Ada cashback berupa poin yang dapat ditukar menjadi saldo

---

Jenis kelamin \*

Perempuan

Laki-laki

---

Usia \*

< 16 tahun

16 - 25 tahun

26 - 35 tahun

36 - 41 tahun

> 41 tahun

---

Wilayah tempat tinggal saat ini \*

Choose ▼

---

Kota/Kabupaten tempat tinggal saat ini \*

Your answer

Menurut kamu, apakah harga yang ada di aplikasi Bangbeli sudah sesuai, murah dan terjangkau? \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak terjangkau      Sangat terjangkau

Apakah kamu senang dan merasa puas bertransaksi di aplikasi Bangbeli? \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak puas      Sangat puas

Apakah aplikasi Bangbeli masih ada di handphone kamu? \*

Mohon dijawab secara jujur ya!

Masih ada (installed)

Sudah dihapus (uninstalled)

Seberapa sering kamu menggunakan aplikasi Bangbeli dalam satu minggu? \*

Jika tidak menentu, dapat dipilih perkiraan yang mendekati

Setiap hari

Seminggu sekali

Dua kali seminggu

Tiga kali seminggu

Empat kali seminggu

Lima kali seminggu

Enam kali seminggu

Kurang dari seminggu sekali

Apa yang paling kamu sukai dari aplikasi Bangbeli? \*

Kamu dapat menceritakan dengan lengkap

Your answer \_\_\_\_\_

Apa yang paling kamu tidak sukai dari aplikasi Bangbeli? \*

Kamu dapat menceritakan dengan lengkap

Your answer \_\_\_\_\_

Gambar 4.11 tersebut merupakan *Usability Testing* yaitu metode yang digunakan perusahaan yaitu Bangbeli untuk mempelajari pengalaman pengguna aplikasi dan website perusahaannya dimana didalam test tersebut terdapat pertanyaan mengenai aplikasi serta data diri.

#### b) *Lean Product Process*

Proses ini membantu untuk mengartikulasikan dan menguji hipotesis kunci Anda untuk setiap komponen. Dalam *Lean product Process* terdapat beberapa langkah diantaranya menentukan target pelanggan, kebutuhan pelanggan, *value proposition* dan membuat *Minimum Viable Product*.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data metode lean startup dalam strategi Minimum Viable Product pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana



dijelaskan oleh bapak Decky Ilham Syahputra selaku *Chief Executive Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya.

”Dalam nentuin bisnis kita pasti perlu memikirkan target pelanggan yang akan kita tuju ya kaya Bangbeli itu ditujukan untuk membantu UMKM karena akan dapet keuntungan berlipat nah kalau dipake sendiri juga bisa garugi juga malah untung karena harganya dibawah harga pasar kan”<sup>95</sup>

“Kita tentunya juga dalam mengeluarkan produk liat permasalahan di masyarakat apa, terus kita cari jalan keluarnya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kalo di bangbeli kita sediakan aplikasi yang juga dapat menajdi pemasukan tambahan karena ada system level, poin, dan cashback disana”<sup>96</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa yang dilakukan PT.

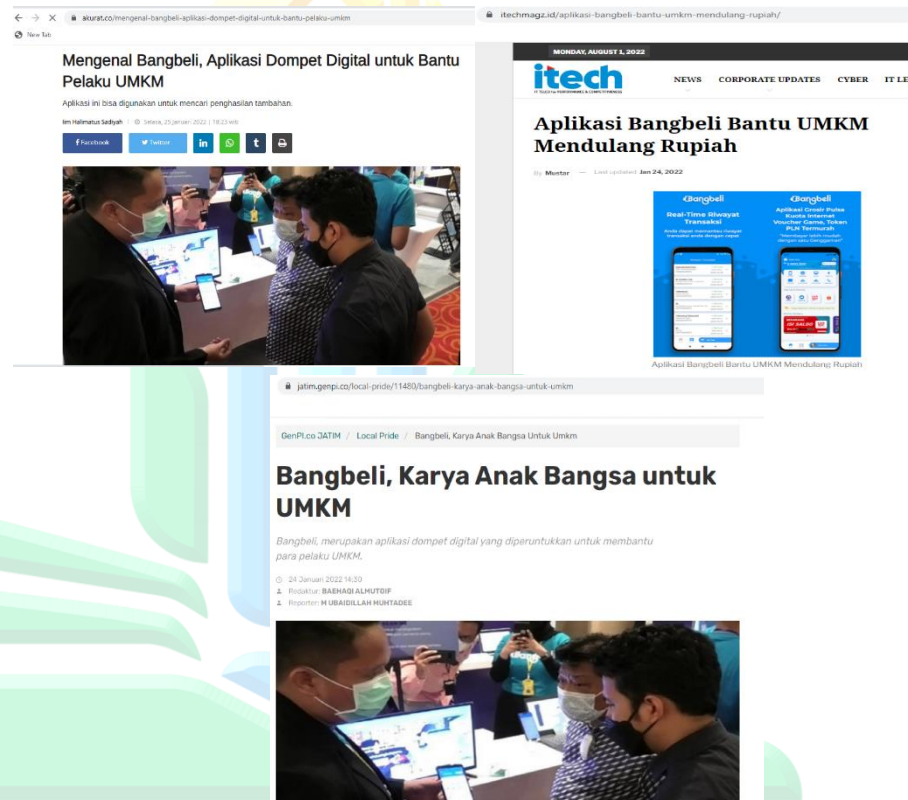
Doa Anak Digital dalam *Lean Product Process* yaitu target pasar yang dituju adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) namun tetap bisa digunakan untuk pribadi sendiri. Selain itu Bangbeli juga memenuhi kebutuhan pelanggan mengenai kebutuhan sehari-hari yang didalamnya terdapat keuntungan untuk pengguna seperti tersedianya sistem level, poin yang dapat ditukar dengan rupiah dan sistem *cashback*.

<sup>95</sup> Decky Ilham Syahputra, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

<sup>96</sup>Decky Ilham Syahputra, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

Gambar 4.12

## Berita Mengenai Target Pasar Bangbeli



Gambar 4.12 merupakan gambar berita dari berbagai platform berita yang menunjukkan bahwa Bangbeli mempunyai target pasar yaitu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

### 2) *Minimum Viable Product*

*Minimum Viable Product* merupakan sebuah konsep strategi yang identic dengan startup, *minimum viable product* sendiri bertujuan untuk menguji minat pada sebuah produk secara efisien, sebelum membangunnya secara keseluruhan. *Minimum Viable Product* merupakan konsep strategi dimana produk yang

diciptakan merupakan bentuk minimal dan terus dapat dikembangkan dikemudian hari.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai *Minimum Viable Product* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya.

“Fitur yang dikembangkan melalui strategi mvp, mvp kan fitur minimum banget tuh supaya tau user kita goalsnya apa, kalo di bangbeli goalsnya dia bisa berjualan. Dari situ bisa dikembangkan dari data yang kita udah kita punya dari data user, jadi bisa dikelompokkan datanya dan dikembangkan fiturnya. Di bangbeli ada fitur baru dari mvp yang kita bangun dijalanin mvpnya sekitar 2 tahunan ya dan kita ngembangin produk tingkatan level mitra. Nah itu salah satu bukti mvp udah berjalan sehingga ada retention dan ada growth di bangbeli dan mencapai kesesuaian produk dan pasar”<sup>97</sup>

“Pengelolaan mvp, untuk risetnya kita pake *customer journey* untuk pengelolaannya biasanya kita mengetahui usernya berapa kita pake matriks yang isinya acquisition, activation, retention, revenue sama referral. Kalo acquisition kaya bangbeli pake seo sem dan campaign supaya user tau kalo ada bang beli yang ngeakuisisinya lewat itu, di *activation* untuk user gunain bangbeli di pertama kali user daftar, retention dimana user ini dimana user ini bisa membeli produk yang ada di aplikasi bangbeli dapetlah kita revenue dari pembelian itu. Nah setelah retention dan revenue ada referral nah si user ini ngerekomendasiin ke calon user lain untuk menggunakan”<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

<sup>98</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

Pernyataan tersebut dilanjutkan oleh Bapak Ahmad Gika selaku Chief Technology Officer, berikut pernyataannya mengenai pengelolaan Minimum Viable Product, berikut pernyataannya

“Pengelolaan teknis mvp kalo di bangbeli dikelolanya setiap jam 12 ada *cut off*, ada *daily report transaction* tiap hari, pelaporan jumlah transaksi hariannya berapa, berapa revenuennya, dari situ kita ngelolanya ada biaya untuk *hosting*, *vps (private server)* untuk *server* dan *database*, untuk pengelolaan aktif user itu bisa pake google analytics atau *panel console* dari google play”<sup>99</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa yang dilakukan PT. Doa Anak Digital dalam Penerapan *Minimum Viable Product* dimulai sejak 2019 dimana fitur aplikasi Bangbeli dimulai dengan versi beta 1.1.4, versi 1.1.5, versi 1.1.6 dan versi terbaru 2022. Strategi Minimum Viable Product berguna untuk mengetahui Goal dari user itu apa dan selanjutnya akan dikembangkan oleh Bangbeli.

Didalam menjalankan strategi *Minimum Viable Product* diperlukan pengelolaan. Untuk pengelolaan *Minimum Viable Product* yang sudah menjadi produk minimum menggunakan riset customer journey dengan matriks yang isinya *acquisition*, *activation*, *retentation*, *revenue* dan *referral*.

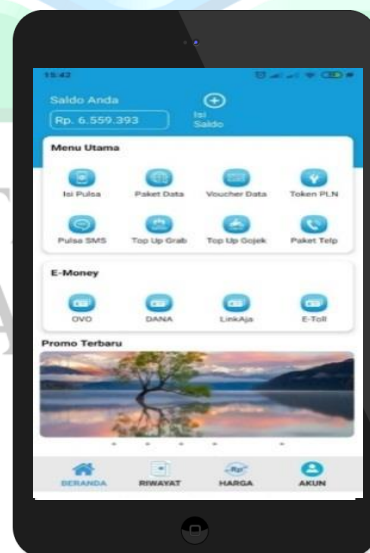
Fitur baru yang dikembangkan di Bangbeli menggunakan strategi *Minimum Viable Product* yaitu fitur tingkatan level. Untuk

<sup>99</sup> Ahmad Gika, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

pengelolaan teknis *minimum viable product* setiap jam 12 ada *cut off* yang berarti sudah tidak ada lagi transaksi yang dilakukan, ada *daily report transaction* setiap hari, pelaporan jumlah transaksi hariannya yang digunakan kembali untuk biaya *hosting*, *vps* (*private server*) untuk server dan database, untuk pengelolaan aktif user itu menggunakan *google analytics* atau *panel console* dari *google play*.

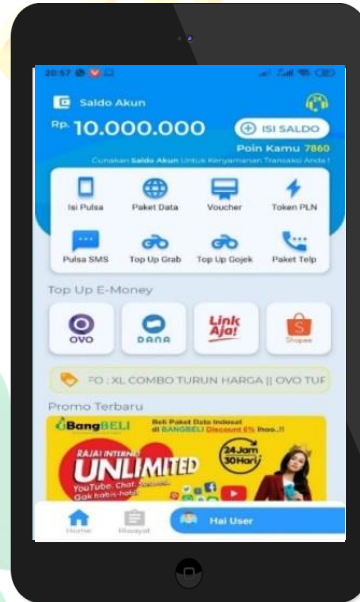
Gambar 4.13

Penerapan *Minimum Viable Product* Pada Aplikasi Bangbeli (Version Beta 1.14)



Gambar 4.14

Penerapan Minimum Viable Product Pada Aplikasi Bangbeli (version 1.1.5)



Gambar 4.15

Penerapan Minimum Viable Product Pada Aplikasi Bangbeli (version 1.1.6)



Gambar 4.16

### Penerapan Minimum Viable Product Pada Aplikasi Bangbeli (version 1.1.7)



Gambar 4.13 sampai gambar 4.16 merupakan gambar penerapan *minimum viable product* dimana selalu terdapat pembaharuan aplikasi baik dari tampilan hingga produk dan fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

### 3) Langkah menerapkan strategi *Minimum Viable Product*

Dalam membuat strategi *minimum viable product* serta menerapkan strategi *Minimum Viable Product* diperlukan langkah karena strategi harus dibentuk. Didalam membentuk strategi tersebut berproses dan dimulai dari awal proses pembentukan dan langkah per langkah untuk melanjutkan proses.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai langkah menerapkan strategi *Minimum Viable Product*



pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya.

“Dari tahap empati atau *emphytize* kita *define* nih, kita pilah pilah dan atur sedemikian rupa *problem* permasalahan dari calon *user* kita, nanti kita bisa cari *ideation* atau idenya nah setelah itu kita ke tahap produk namanya, nah itu semua diawali dari kita cari permasalahan terlebih dahulu terus buat produknya dari *ideation* tadi ”<sup>100</sup>

”Ketemu nih mau bikin aplikasi apa gitu kan, yang bisa membantu cust tersebut terus kita *build* produknya dari mulai design, alur pengguna, user journey, flow chart, teknologi nya pake apa, servernya dimana nah ini ditentukan di tahap berikutnya produk”<sup>101</sup>

“Setelah itu kita *build* produknya, abis itu kita user testing buat ngetest apakah problem dari masalah user tadi udah solved belum udah sesuai apa belum. dari user testing kalo udah diterima oleh customer baru kita ngedevelop lah intinya dipertimbangkan pake teknologi apa. Nah abis itu kita buat MVP mba produk diawal dengan fitur minimal”<sup>102</sup>

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan Bapak Bara

Tegak Keadilan selaku *Head Of Developer* mengenai testing

Minimum Viable Product, berikut pernyataannya

“Sesudah itu kita testing, kita testingnya secara internal buat liat nih permasalahannya dimana, bugnya ada dimana, setelah itu kita ke early adapters yaitu kita cari satu orang untuk menggunakan produk kita nah dari situ kita tau kebutuhannya udah kepenuhi atau belum, produk ini udah bagus apa belum, ada masalah apa engga nanti biasanya user akan ketergantungan pake”<sup>103</sup>

<sup>100</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

<sup>101</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

<sup>102</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

<sup>103</sup> Bara Tegak Keadilan, *Wawancara*, 2 Juli 2022.



Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa yang dilakukan PT. Doa Anak Digital dalam mentapkan langkah pembuatan *Minimum Viable Product* diawali dengan tahap *emphatize* dimana didalam tahap ini penyusun strategi diharuskan untuk memiliki empati terhadap maslaah yang dihadapkan kepada calon *user*, peka terhadap apa yang dibutuhkan untuk user. Selanjutnya pada tahap *define* merupakan tahap mendefinisikan masalah yang dihadapi oleh user dalam hal ini penyusun mengklasifikasikan permasalahan yang ada. selanjutnya dilanjutkan melalui tahap *ideation* yaitu membuat dan menyusun ide menjadi sedemikian rupa. Setelah itu dilanjutkan dengan tahap *build product* atau production yaitu membuat produk tersebut. Setelah membuat produk, dilakukan tes yang dilakukan dengan cara user testing internal dan dilanjutkan kepada *early adapter*

Gambar 4.17

Gambar Riset terhadap Kompetitor Bangbeli dalam proses Ideation

	Bangbeli	mitra bukalapak	mitra tokopedia	Shopee	OVO	LinkAja	DANA
Legality	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Service (Complaint)	✓ Fast Via Whatsapp, Telegram, Live Chat	✗ Slow Via E-Mail	✗ Slow Via E-Mail	✗ Slow Via Live Chat	✗ Slow Via E-Mail	✗ Slow Via E-Mail	✗ Slow Via E-Mail
Price	✓ Relatively Cheap	✓ Relatively Cheap	✓ Relatively Cheap	✓ Relatively Cheap	✗ Relatively Expensive	✗ Relatively Expensive	✗ Relatively Expensive
Cashback	✓ Cashback on every transaction	✗ Cashback provided if there is an event	✗ Cashback provided if there is an event	✗ Cashback provided if there is an event	✓ Cashback on every transaction	✗ Cashback provided if there is an event	✗ Cashback provided if there is an event
Agency	✓ Can open agent below	✗ No system Agency	✗ No system Agency	✗ Tidak ada sistem Keagenan	✗ No system Agency	✗ No system Agency	✗ No system Agency
Business Opportunities	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗

### Competition Mapping & Unfair Advantages

Advantages	PAYFAZZ	ayopop	BukuKas	Warung Pintar	Warung PINTAR	Bangbeli
Agency scheme	✓	✓	✗	✗	✗	✓
SaaS (POS, Bookkeeping)	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Passive Income for agent	✓	✗	✗	✗	✗	✓
Realtime Channel for Cust. Support	✓	✗	✗	✓	✓	✓
MSMEs user	✓	✗	✓	✓	✓	✓
E-COMMERCE Service	✓	✗	✗	✓	✓	✓
Sub-Urban/rural Custom Payment	✗	✗	✗	✗	✗	✓

Bangbeli (PT Doo Anak Digital) is certified by KEMKOMINFO. Registered number 001862.01/DJALPSE/12/2021

May 2022 | slide 13

perlu adanya validasi bahwa ide yang akan dijalankan dapat berkelanjutan, salah satu langkah pada tahap ideation ada membuat riset kompetitor atau map kompetitor. Didalam diagram diatas dapat disimpulkan bahwa Bangbeli mempunyai legalitas yang jelas, service complain, hargarelatif murah cahback disetiap transaksi, skema untuk mitra, SaaS, passive income untuk mitra, transaksi yang realtime, mitra UMKM, Service E-commerce, pembayaran yang dapat di custom.

### 3. Implikasi Penerapan Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* Di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli

Implikasi merupakan dampak serta pengaruh yang dihasilkan akibat diterapkannya suatu hal di dalam hal ini adalah penerapan strategi. Implikasi diperlukan untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang diharapkan atau tidak.

#### a) Pertambahan Jumlah Pengguna

Jumlah pengguna merupakan salah satu dampak yang harus dihasilkan didalam pengembangan produk. Berdasarkan jurnal penelitian terdahulu Mutiara Cahya Aghnia, Dwi Larso 2018 “*Developing New Product Using Minimum Viable Product*” School of *Bussiness Management* Institut Teknologi Bandung. Didalam penelitiannya menyebutkan bahwa diciptakannya produk dengan strategi *Minimum Viable Product* menghasilkan 11 pelanggan tambahan dengan masa uji 2 minggu juga dapat mengetahui kemauan pelanggan dengan produk seperti apa. Seperti halnya Bangbeli, didalam penerapan strategi *Minimum Viable Product* pada pengembangan produk dapat menambah jumlah pengguna dan menekan ongkos produksi karena fitur serta produk yang dihasilkan merupakan ide yang tervalidasi.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai implikasi penerapan strategi *Minimum Viable Product* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Dampak dari mvp dapet user baru, seberapa banyak user yang menggunakan produk minimum kita untuk selanjutnya kita melakukan pengembangan pengembangan, dapet juga business model, ya intinya nge *solve problem* buat *user*, bisa tau juga kita mau ngembangin fitur apa selanjutnya”<sup>104</sup>

<sup>104</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

“mvp memberikan dampak karena bangbeli awalnya belum ada legalitas nih bangbeli terus kita makanya kita cari mvpnya supaya tau cust nya berapa dari situ ada peningkatan sehingga Bangbeli jadi PT baru, dan dampaknya sekarang kita udah bisa membantu 15.000 UMKM. Di tahun 2020 kita masih dibawah 1000 terus meningkat ke 5000 di awal 2021 nah diakhir 2021 kita sampe 10.000 kalo di jumlah playstore bisa dilihat tuh 100, 500, 1000, 5000, sampe 10.000 nah per 2022 ada 15.000 downloader”<sup>105</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa Strategi *Minimum Viable Product* memberikan implikasi terhadap PT. Doa Anak Digital berupa pertambahan jumlah pengguna, pertambahan jumlah transaksi, *feedback* untuk pengembangan fitur selanjutnya, penambahan fitur serta produk baru, dan perubahan legalitas yang semula CV berubah menjadi PT. Semula bernama CV. Good Teknologi Indonesia dan selanjutnya PT. Doa Anak Digital.

Gambar 4.18

Gambar Jumlah Downloader aplikasi pada playstore



<sup>105</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

Gambar 4.18 menunjukkan bahwa jumlah pengguna aplikasi Bangbeli sudah mencapai 10.000+ Downloader. diperkirakan sampai akhir 2022 akan mencapai 15.000 downloader. Pada halaman playstore menunjukkan Bangbeli dengan rating 4,8 dari total 5 bintang hal tersebut menunjukkan bahwa Bangbeli mempunyai citra yang baik untuk penggunaan aplikasi.

Tabel 4.2

Tabel Jumlah Pengguna Bangbeli Periode 2019-2022

Bulan	Tahun	Jumlah
Juli- September	2019	51
Oktober – Desember	2019	35
Januari – Maret	2020	281
April – Juni	2020	1.108
Juli – September	2020	754
Oktober – Desember	2020	453
Januari – Maret	2021	1.116
April- Juni	2021	2.449
Juli- September	2021	2.504
Oktober – Desember	2021	1.553
Januari – Maret	2022	531
April – Juni	2022	1.423

Sumber : Laporan *pitch deck* Bangbeli

Tabel 4.2 menjelaskan adanya pertumbuhan pada pengguna Bangbeli pertumbuhan signifikan dapat dilihat pada kuartal 2 2020, kuartal 4 2020, kuartal 1-3 2021 dan kuartal 2 2022.

b) Pertambahan jumlah transaksi

Pertambahan jumlah transaksi sebagai implikasi dari penerapan strategi *Minimum Viable Product* sangat memungkinkan untuk terjadi karena pada penerapannya perusahaan mendapatkan feedback atas product yang ditawarkan apakah sesuai dengan kebutuhan pasar atau tidak serta untuk pengembangan produk apakah produk tersebut sudah fit atau perlu dilakukan pengkajian ulang.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai implikasi penerapan strategi *Minimum Viable Product* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Berbanding lurus juga si mba, kan udah ada peningkatan sama pertambahan jumlah pengguna nih otomatis karena penggunanya nambah jadi transaksi yang dilakukan juga bertambah mba, karena mereka kebanyakan kalo download yang buat dipake lagi atau dijual lagi mba”<sup>106</sup>

<sup>106</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 11 Juni 2022.

Tabel 4.3

Tabel Jumlah Transaksi pada aplikasi Bangbeli Periode 2019-2022

Bulan	Tahun	Jumlah
Januari – Maret	2020	1.205
April – Juni	2020	6.002
Juli – September	2020	14.723
Oktober – Desember	2020	16.973
Januari – Maret	2021	14.940
April – Juni	2021	24.750
Juli – September	2021	30.408
Oktober – Desember	2021	29.674
Januari – Maret	2022	15.104
April – Juni	2022	24.188

Sumber : Laporan *pitch deck* Bangbeli

Tabel 4.3 merupakan data pertumbuhan jumlah transaksi yang diawali dengan pertumbuhan jumlah pengguna, hal tersebut merupakan implikasi dari strategi Minimum Viable Product, per Juni 2022 Bangbeli sudah mencapai 177.967 jumlah transaksi.

#### c) Feedback Untuk Pengembangan Produk

Feedback atau umpan balik adalah respon yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim pesan, baik dalam bentuk penyataan bahwa ia telah menrima dan memahami pesan tersebut ataupun berbentuk permintaan penjelasan tambahan. Umpan balik



ini biasanya diberika seketika atau secara secara spontan begitu pesan diterima.<sup>107</sup>

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai implikasi penerapan strategi *Minimum Viable Product* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Yang gakalah penting kita tuh bisa dapet feedback mba, kita bisa tau nih kurangnya aplikasi kita disebelah mana, yang dibutuhin sama mitra tuh yang gimana. Kita juga bisa nih cari validasi misalnya kaya kita mau adain pengembangan produk nah kita tanyain bener ga mitra ngebutuhin fitur ini. Karena kan kita bikin aplikasi pake fitur yang minimal jadi masih bisa kita otak atik lagi mba itu si untungnya kita nerapin minimum viable product, kaya yang sebelumnya mba bisa pake usability testing, manfaatin sosmed nanti kita jadi tau butuhnya apa kaya yang sebelumnya saya jelasin itu”<sup>108</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa Strategi *Minimum Viable Product* memberikan implikasi terhadap PT. Doa Anak Digital berupa penambahan *feedback* untuk pengembangan fitur selanjutnya dalam hal ini tim Bangbeli memperoleh feedback eksternal dari para mitra Bangbeli melalui *Usability Testing* yang dilakukan oleh tim product serta *feedback* yang diperoleh melalui

<sup>107</sup>Ruky, Achmad s, *Sistem Manajemen Kinerja(Performance Management System) Panduan Praktis untuk merancang dan meraih kinerja maksimal*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2001),189.

<sup>108</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.



sosial media yang disampaikan melalui *comment* maupun *Direct Message*. Berdasarkan *Feedback* yang didapatkan diperoleh hasil yaitu pengembangan produk dan fitur yang akan dilakukan oleh Bangbeli yaitu FAQ dan halaman pengaduan CS, Fitur pencatatan utang dan keuangan, *Redesign* fitur level dan gamifikasi bulanan, modal dan dana talangan, halaman notifikasi dan pesan, *redesign* halaman *PPOB (add autofill)*, *redesign* halaman keunggulan premium, tabungan serta login biometric. Serta prioritas didalam mengembangkan product dibagi menjadi fitur yang *high value, low value, high effort dan low effort*.

#### d) Perubahan Legalitas

Kejelasan legalitas merupakan pondasi utama untuk keberlangsungan suatu tempat usaha. Keberhasilan Bangbeli meningkatkan jumlah mitra serta jumlah transaksi membawanya kepada perubahan legalitas atau badan hukum.

Berdasarkan kegiatan wawancara dengan informan diperoleh hasil wawancara yang dapat disajikan berupa data mengenai implikasi penerapan strategi *Minimum Viable Product* pada aplikasi Bangbeli, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku *Chief Product Officer* PT. Doa Anak Digital, berikut pernyataannya

“Saat awal didirikan Bangbeli itu nama badan usahanya CV. Good Teknologi Indonesia, kita awal mulai emang pake CV

karena juga belum punya alasan tepat buat langsung ke PT, setelah setahun dua tahun berjalan semakin banyak yang pakai mba, kita juga harus ngurus PSE dari KEMKOMINFO jadinya kita urus untuk ke PT, biar semakin kredibel dan orang-orang ga khawatir untuk transaksi pakai Bangbeli. Nah sekarang kita udah ganti badan hukumnya jadi PT. Doa Anak Digital mba”<sup>109</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa Strategi *Minimum Viable Product* memberikan implikasi terhadap PT. Doa Anak Digital berupa perubahan legalitas yang semula CV. Good Teknologi Indonesia menjadi PT. Doa Anak Digital

### C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti melalui metode wawancara serta dokumentasi yang dianalisis dengan menyesuaikan antara kajian teori dengan fenomena yang terjadi pada lapangan, maka dari itu dapat dijelaskan secara lebih lanjut sesuai dengan sistematika uraian pembahasan temuan-temuan peneliti. Berdasarkan pada perumusan pokok masalah dan kesesuaian yang terjadi pada kondisi objektif yang ada di lapangan. Oleh karena itu, pada masalah tersebut difokuskan dalam 3 hal. Yaitu pengembangan produk, penerapan strategi *Minimum Viable Product* serta Implikasi dari penerapan *strategi Minimum Viable Product* melalui aplikasi pembayaran digital Bangbeli di PT. Doa Anak Digital, kabupaten Malang, Jawa Timur. Berikut adalah hasil

<sup>109</sup> Robbi Tri Murdani, *Wawancara*, 12 Juni 2022.

pembahasan yang dikaikan melalui teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian.

### **1. Pengembangan Produk Startup di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) Kabupaten Malang, Jawa Timur**

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Selain itu produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang di tawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.<sup>110</sup> Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya.<sup>111</sup> Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, *prestise* perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri

<sup>110</sup> Basri, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2005), 84.

<sup>111</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), 67.

diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang. Produk jasa hanya dapat dirasakan (intangible), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (tangible)<sup>112</sup>

Dalam menentukan produk yang ingin diproduksi dan dikembangkan di PT. Doa Anak Digital jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital mengembangkan produk yang dapat menjawab permasalahan dari konsumen yaitu produk digital yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari yang terdapat pada aplikasi Bangbeli. Menentukan produk yang ingin di produksi dan dikembangkan diawali dengan langkah yang dibagi menjadi mengklasifikasikan produk serta memenuhi aspek pada kualitas produk.

Pengembangan Produk harus memenuhi aspek sebagai berikut :

a. Klasifikasi Produk

Istilah klasifikasi produk ini akan sering kita temukan dalam dunia praktik. Klasifikasi produk berdasarkan fisik diantaranya yaitu produk yang berwujud dan produk tidak berwujud <sup>113</sup>

jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital memiliki produk yang berwujud yang ada pada aplikasi Bangbeli diantaranya

<sup>112</sup>Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta:Kobis, 2014), 18.

<sup>113</sup> Padapi, Astrini dkk, *Pengembangan Produk Agribisnis*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2021), 108-109.

*Payment Point Online Banking* yang didalamnya terdapat isi pulsa, paket data, pengisian voucher, pembayaran PLN, pembelian pulsa sms, pembayaran PDAM, Voucher Game serta pembayaran paket telp. Selain itu terdapat pembayaran E-wallet untuk Ovo, Dana, Link Aja, Shopeepay dan Gopay serta pembayaran pascabayar untuk wifi, BPJS, Tv kabel, telepon pasca bayar, pembayaran gas bumi. Selain itu Bangbeli pada aplikasinya terdapat produk pembayaran HIPAM air dimana HIPAM sendiri merupakan pembayaran pdam khusus diwilayah kawasan ekonomi kreatif Singosari, kabupaten Malang untuk penyediaan produk tersebut Bangbeli bekerja sama dengan pemerintah daerah tersebut.

#### b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu kualitas bisa jadi merupakan hal yang paling dicari oleh konsumen ketika mereka memilih produk yang akan digunakan.<sup>114</sup> Dimensi pada kualitas produk terdiri dari kinerja, reliabilitas atau keandalan, daya tahan, keamanan.

---

<sup>114</sup>Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk dan Merk, Manajemen Produk dan Merk*, (Bandung: Media Sains Indonesia), 22.

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital memperhatikan kualitas produk yang akan dikembangkan melalui berbagai aspek seperti produk yang dihasilkan harus mudah digunakan oleh user, menguji produk tersebut hingga produk tersebut memiliki sedikit masalah pada sistem, serta segi keamanan dan efektifitas berikut efisiensi dari penggunaan produk tersebut.

c. Kualitas Produk dalam Islam

Peningkatan kualitas pada semua fungsi bisnis yang optimal adalah apabila dihubungkan dan dipandu oleh persepsi konsumen tentang kualitas dan kebutuhan konsumen. Hal ini penting karena apa pun jenis bisnis yang dijalankan, tujuannya adalah agar terjadi transaksi jangka panjang. Adapun cara membentuknya antara lain melalui brand/merk, keistimewaan, jujur, manfaat, kemasan, pelayanan dan peningkatan kualitas (ikhsan) :<sup>115</sup>

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital memperhatikan kualitas produk, hal tersebut dibuktikan melalui penciptaan nama Brand dengan nama Bangbeli sehingga mudah diingat serta makna yang baik, membuat keistimewaan yaitu harga termurah, menciptakan aplikasi yang dapat menjadi sumber

<sup>115</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 168-169.

penghasilan tambahan untuk konsumen, dalam segi pelayanan yaitu dengan *customer Service* yang membalas dengan jangka waktu yang cepat hingga kejujuran jika terdapat kesalahan pada transaksi.

#### d. Pengembangan Produk

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan”<sup>116</sup>

Pengertian pengembangan produk menurut Paul D Converse adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar.

Bertujuan untuk memperbaiki produk yang ada atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan

dipasarkan<sup>117</sup> Dalam mengembangkan produk ini bukanlah tugas yang mudah. Terdapat banyak kendala untuk pengembangan produk

itu sendiri yang terdiri dari dalam ataupun luar perusahaan. Cukup banyak perusahaan Mereka yang gagal mengembangkan produk

Perusahaan tidak dapat mendobrak hambatan ini.

<sup>116</sup> Kotler, Phillip, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II., Ed. 12., Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2007) ,320.

<sup>117</sup> Paul D. Converse, dkk, *Pemasaran. Edisi bahasa Indonesia* (Bandung : Alumni 1992), 160.

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital PT. Doa Anak digital memulai pengembangan produk mengujinya dengan *early adapters* pada 10 mitra pertama selanjutnya pada 100 mitra pertama dan seterusnya. Jika dirasa sudah cukup memuaskan maka akan ditingkatkan baik dari teknologi maupun pemasarannya. Sebelum dilakukan pengujian produk langkah pertama mengembangkan produk adalah ide yang tervalidasi sesuai dengan kebutuhan pasar. Selanjutnya untuk mengembangkan produk yang dimulai dengan menentukan ide, validasi ide tersebut, baru membuat pengembangan produk baik berupa fitur ataupun produk baru.

#### e. Pengembangan Produk Teknologi <sup>118</sup>

Awalnya pengembangan produk adalah proses yang lamban dan melelahkan, bahkan di Industri Teknologi. Manifesto Agile menjadi momen penting dalam pengembangan produk bukan hanya karena membebaskan software Engineer dari konsep kuli yang hanya melakukan koding sesuai spesifikasi (tidak peduli seberapa bodoh spesifikasi itu) tetapi juga karena Agile membebaskan manajemen produk dari focus *deliverable* spesifikasi namun lebih focus pada kolaborasi pelanggan.

---

<sup>118</sup> Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk dan Merk*, (Bandung: Media Sains Indonesia), 3-4.



Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital dalam mengembangkan produk setelah mengetahui masalah dan ide adalah membuat design produk yang kemudian dapat di test apakah sudah sesuai atau tidak, setelah itu fiturnya akan dibuat menjadi nyata oleh tim developer. Setelah produknya jadi akan dipasarkan oleh tim marketing melalui *google ads*, *facebook ads*, sosial media serta melalui merchant acquisition. Produk baru yang sedang dikembangkan adalah fitur level berdasarkan banyaknya jumlah transaksi terdiri dari level *bronze*, *silver*, *gold*, *platinum*, *diamond*. Bangbeli juga menggunakan mindset *Agile* dalam cara bekerja karyawannya untuk mengembangkan produk dimana agile sendiri berarti mudah untuk beradaptasi dalam hal ini beradaptasi dengan pasar. Pengembangan produk dan fitur yang akan dilakukan oleh Bangbeli yaitu FAQ dan halaman pengaduan CS, Fitur pencatatan utang dan keuangan, *Redesign* fitur level dan gamifikasi bulanan, modal dan dana talangan, halaman notifikasi dan pesan, *redesign* halaman *PPOB* (*add autofill*), *redesign* halaman keunggulan premium, tabungan serta login biometric. Serta prioritas didalam mengembangkan product dibagi menjadi fitur yang high value, low value, high effort dan low effort.

f. Metode *Lean Startup*

Sebuah metode yang berfokus pada cepatnya penciptaan prototype dengan tujuan pengujian asumsi. *Feedback* pelanggan digunakan untuk menggerakkan setiap iterasi yang memungkinkan untuk evolusi lebih cepat daripada proses tradisional.<sup>119</sup> Didalam metode *Lean Startup* terbagi menjadi siklus *Build-Measure-Learn* dan *Lean Product Process*.

1) Siklus *Build-Measure-Learn*

Merupakan bagian inti dari *The lean startup*, banyak entrepreneur yang mencurahkan energi untuk capaian individual seperti menggagas ide produk terbaik, membuat desain produk awal terbaik, atau terobsesi dengan target nominal tertentu. Padahal tak satupun aktivitas ini bernilai penting dengan sendirinya. Untuk mengaplikasikan metode ilmiah ke sebuah startup kita harus mengidentifikasi hipotesis-hipotesis apa saja yang perlu diuji.

Buat (build) Membuat minimum viable product (MVP) yaitu produk dengan fitur yang cukup untuk memperoleh pembelajaran dan dapat terus dikembangkan. Ukur (measure) Mengukur apakah usaha yang dikeluarkan mengarah pada kemajuan. Pelajari (learn) Mempelajari produk yang dihasilkan apakah akan bertahan atau mengharuskan startup mencari

<sup>119</sup> Eric Ries, *The Lean Startup*. (Fletcher & Company, 2011), 78.

produk baru sesuai dengan kebutuhan konsumen. Fase ini merupakan keputusan yang paling krusial yang harus dibuat.

Siklus umpan balik buat ukur memiliki urutan seperti Ide, Buat, Produk, Ukur, Data, Pelajari. Setelah asumsi dan hipotesis dibereskan, langkah selanjutnya adalah memasuki tahap buat secepat mungkin, yakni dengan mengeluarkan Minimum Viable Product (MVP), Minimum Viable Product adalah versi produk yang memungkinkan berjalannya siklus Buat-Ukur-Pelajari dengan kadar usaha dan waktu pengembangan produk yang sedikit. Pembuatan Minimum Viable Product membutuhkan kerja lebih karena kita harus langsung bisa mengukur dampak produk itu.<sup>120</sup>

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital pada siklus *build-measure-learn* adalah untuk siklus buat terdapat pembuatan strategi dan *product Minimum Viable Product*, untuk di siklus step terdapat *go to market* atau biasa disebut *product market fit*, untuk siklus pelajari terdapat *step behavior user* penggunaan aplikasi, untuk siklus ukur dilakukan melalui data atau *usability testing*. Hal tersebut dibuktikan adanya *product market fit* yang ditandai dengan kenaikan data pada kuartal I sampai 3 ditahun 2021 dan kuartal 1 hingga kuartal 2

<sup>120</sup> Eric Ries, *The Lean Startup*. (Fletcher & Company, 2011), 76-77.

berdasarkan user yang melakukan pendaftaran serta dilanjutkan  
 Quartal 1 sampai Quartal 3 tahun 2021 dan Quartal 2 sampai  
 Quartal 4 pada tahun 2022 berdasarkan jumlah transaksi.

## 2. *Lean Product Process*

Merupakan proses yang proses ini memandu Anda melalui  
 setiap lapisan ke piramida dari bawah ke atas, ini membantu  
 Anda untuk setiap komponen. Dalam *Lean product Process*  
 terdapat beberapa langkah diantaranya <sup>121</sup> Menentukan target  
 pelanggan, Mengidentifikasi underserved customer needs,  
 Mendefinisikan value proposition, Menentukan set  
 fitur *Minimum Viable Product (MVP)*, Membuat prototipe  
 MVP, Menguji coba dan memvalidasi MVP ke pelanggan.

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada  
 data lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital pada  
 siklus *Lean Product Process* adalah yaitu target pasar yang  
 dituju adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)  
 namun tetap bisa digunakan untuk pribadi sendiri. Selain itu  
 Bangbeli juga memenuhi kebutuhan pelanggan mengenai  
 kebutuhan sehari-hari yang didalamnya terdapat keuntungan  
 untuk pengguna seperti tersedianya system level, poin yang  
 dapat ditukar dengan rupiah dan system cashback.

<sup>121</sup>Dan Olsen, *The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback*, (New Jersey: John Wiley & Sons, 2015), 9.

## 2. Penerapan strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk Startup di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) Kabupaten Malang, Jawa Timur

### a. *Minimum Viable Product*

*Minimum Viable Product* merupakan sebuah konsep strategi yang identic dengan startup, *minimum viable product* sendiri bertujuan untuk menguji minat pada sebuah produk secara efisien, sebelum membangunnya secara keseluruhan<sup>122</sup> *Minimum Viable Product* juga mempunyai pengertian yaitu sebuah produk yang belum sempurna namun mempunyai fitur-fitur yang diinginkan.<sup>123</sup>

Pada pengertian lain, *Minimum viable product (MVP)* merupakan versi baru sebuah produk, yang memungkinkan tim untuk mengumpulkan jumlah maksimum pembelajaran yang tervalidasi tentang pelanggan dengan upaya minimal<sup>124</sup>

Dengan *Minimum Viable Product* dapat menguji asumsi kita. Jika konsumen bereaksi seperti yang kita perkirakan, kita bisa menganqgapnya sebagai konfirmasi bahwa asumsi kita tepat. Jika kita merilis produk yang desainnya jelek dan konsumen (bahkan

<sup>122</sup> Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., dan Smith, *Value Proposition Design*. (New Jersey L : John Wiley & Sons, Inc, 2014), 222.

<sup>123</sup> Amin Leiman, *AGILE DONE WELL “Tulus Untuk Produktif”*. (Surabaya : ITS Tekno Sains)”, 54.

<sup>124</sup> Avid Rollick, *Manajemen Inovasi: Memenangi Kompetisi, Mengantisipasi Disrupsi*(Bandung:Qnerza Publishing,2020), 212.

pemakai awal) tidak tahu cara menggunakannya, itu akan mengonfirmasi bahwa kita perlu berinvestasi untuk membuat desain yang superior.<sup>125</sup>

MVP dalam sebuah perancangan atau pengembangan produk memiliki perbedaan dengan prototipe, dimana pada MVP, proses yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan pembelajaran secepat mungkin dengan fitur produk yang minimal dan dilakukan pengembangan berulang mengikuti prinsip *build-learn-measure*, namun pada prototipe proses perancangan dilakukan sesuai rencana untuk mendapatkan keseluruhan fungsi pada suatu produk sehingga memakan waktu yang lebih lama.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dengan MVP, perusahaan tidak hanya menunjukkan representasi dari ide-ide mereka, tetapi MVP akan menunjukkan fitur inti produk yang memungkinkan perusahaan menguji asumsi mereka terhadap pasar tertentu atau produk itu sendiri<sup>126</sup>

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada data lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital pada Penerapan *Minimum Viable Product* dimulai sejak 2019 dimana fitur aplikasi Bangbeli dimulai dengan versi beta 1.1.4, versi 1.1.5, versi 1.1.6 dan versi terbaru 2022. Strategi *Minimum Viable*

---

<sup>125</sup>Eric Ries, *The Lean Startup*. (Fletcher & Company, 2011), 128.

<sup>126</sup>Möllers, M. (2016). *Awareness of Low Fidelity Nature of a MVP - How The Initial Technology Acceptance is Influenced*. Enschede: University of Twente.

*Product* berguna untuk mengetahui *Goal* dari user itu apa dan selanjutnya akan dikembangkan oleh Bangbeli.

Didalam menjalankan *strategi Minimum Viable Product* diperlukan pengelolaan. Untuk pengelolaan *Minimum Viable Product* yang sudah menjadi produk minimum menggunakan riset *costumer journey* dengan matriks yang isinya *acquisition, activation, retention, revenue dan referral*.

Fitur baru yang dikembangkan di Bangbeli menggunakan *strategi Minimum Viable Product* yaitu fitur tingkatan level. Untuk pengelolaan teknis *minimum viable product* setiap jam 12 ada *cut off* yang berarti sudah tidak ada lagi transaksi yang dilakukan, ada *daily report transaction* tiap hari, pelaporan jumlah transaksi hariannya yang digunakan kembali untuk biaya hosting, *vps (private server)* untuk server dan database, untuk pengelolaan aktif user itu menggunakan *google analytics* atau panel console dari *google play*.

#### b. Langkah Penerapan *Minimum Viable Product*

Mencari tahu masalah yang ingin dipecahkan dan untuk siapa. Langkah awal dalam membuat *Minimum Viable Product (MVP)* adalah dengan mengevaluasi ide bisnis kita. Ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan seperti Mengapa konsumen membutuhkan produk ini, Bagaimana produk ini dapat

membantu konsumen?, Bagaimana produk ini akan digunakan oleh konsumen, Menganalisis Kompetitor, Menentukan alur pengguna.

Menentukan alur pengguna akan memberikan bagaimana user menggunakan produk kita. Untuk membuat alur pengguna, kita harus focus pada tahapan dasar dari penggunaan produk kita, Membuat daftar fitur dan prioritasnya, Membuat *Minimum Viable Product*, validasi dan terus belajar.

Ketika *Minimum Viable Product* telah dibuat diperlukan beberapa langkah validasi berupa Validasi Internal, biasanya dilakukan oleh tim innovator atau orang dalam untuk melihat kelayakan *Minimum Viable Product*. Validasi Eksternal, validasi yang dilakukan pada segmen yang dituju untuk mendapatkan feedback sebagai bahan perbaikan terus menerus (iterasi). Proses validasi eksternal dapat dilakukan dengan survei lapangan, *Forum Group Discussion (FGD)* atau mengikuti kompetisi. Validasi dilakukan terus-menerus (iterasi) hingga menemukan value yang paling optimal, sehingga dalam pengembangan produk, mentalitas untuk belajar terus menerus seperti pada skema Lean Startup.<sup>127</sup>

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada data lapangan menunjukkan bahwa PT. Doa Anak Digital mempunyai langkah penerapan dan pembuatan *Minimum Viable Product*

---

<sup>127</sup> Susenohaji, Mawardi Kholid, *Inovasi dan Kreativitas Pengembangan Produk: Modul Pembelajaran Kewirausahaan*, (Malang: Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijara, 2022), 25-27.



seperti diawali dengan tahap *emphatize* yaitu tahap berempati kepada masalah yang dihadapi oleh calon user, tahap *define* yaitu tahap memilah masalah yang dihadapi oleh user untuk dicarikan solusinya, selanjutnya tahap *ideation* yaitu tahap pembentukan ide dan tahap *build product* atau *production* yaitu pembentukan produk dimulai dari design, alur pengguna, *user journey*, *flow chart*, penentuan teknologi yang digunakan. Selanjutnya tes dilakukan dengan cara *user testing internal* dan dilanjutkan kepada *early adapters*.

### **3. Implikasi penerapan strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk Startup di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) Kabupaten Malang, Jawa Timur.**

Implikasi merupakan dampak serta pengaruh yang dihasilkan akibat diterapkannya suatu hal di dalam hal ini adalah penerapan strategi. Implikasi diperlukan untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang diharapkan atau tidak.

Jika dikaitkan berdasarkan data yang ditemukan pada lapangan menunjukkan bahwa penerapan strategi *Minimum Viable Product* memberikan implikasi terhadap PT. Doa Anak Digital berupa :

a. Pertambahan Jumlah pengguna

Jumlah pengguna merupakan salah satu impact yang harus dihasilkan didalam pengembangan produk. Berdasarkan jurnal penelitian terdahulu Mutiara Cahya Aghnia, Dwi Larso 2018 “*Developing New Product Using Minimum Viable Product*” School of Bussiness Management Institut Teknologi Bandung. Didalam penelitiannya menyebutkan bahwa diciptakannya produk dengan strategi *Minimum Viable Product* menghasilkan 11 pelanggan tambahan dengan masa uji 2 minggu juga dapat mengetahui kemauan pelanggan dengan produk seperti apa<sup>128</sup>. Seperti halnya Bangbeli, didalam penerapan strategi Minimum Viable Product pada pengembangan produk dapat menambah jumlah pengguna dan menekan ongkos produksi karena fitur serta produk yang dihasilkan merupakan ide yang tervalidasi.

Selanjutnya dengan penggunaan strategi *Minimum Viable Product* Bangbeli dapat memperoleh penambahan jumlah pengguna. Per 1 Juli sampai Desember 2019 Bangbeli hanya memiliki 86 pengguna. Pada Januari sampai desember 2020 akumulasi pengguna Bangbeli mengalami peningkatan yaitu 2.596. Dilanjutkan pada 2021 akumulasi pengguna

---

<sup>128</sup> Mutiara Cahya Agnia, Dwi Larso, “*Developing New Product Using Minimum Viable Product*”, *Journal of Applied Management (JAM)*, (Vol. 16, No. 2, 2018).

Bangbeli sebesar 7.622 terdapat kenaikan jumlah pengguna sebanyak 193,6 % lalu per Juni tahun 2022 akumulasi pengguna Bangbeli sebanyak 1.954.

b. Pertambahan jumlah transaksi

Pertambahan jumlah transaksi sebagai implikasi dari penerapan strategi *Minimum Viable Product* sangat memungkinkan untuk terjadi karena pada penerapannya perusahaan mendapatkan feedback atas product yang ditawarkan apakah sesuai dengan kebutuhan pasar atau tidak serta untuk pengembangan produk apakah produk tersebut sudah fit atau perlu dilakukan pengkajian ulang. Jika sudah sesuai maka volume jumlah transaksi akan meningkat. Pada aplikasi Bangbeli terjadi peningkatan jumlah transaksi pada tahun 2020 secara akumulasi sebanyak 38.903 transaksi, pada tahun 2021 akumulasi transaksi yang terjadi pada aplikasi Bangbeli sebanyak 99.772 yang berarti terdapat kenaikan jumlah transaksi sebesar 156,5%. Selanjutnya pada 2022 kuartal 2 terdapat akumulasi transaksi sebesar 39.296 transaksi.

c. Feedback untuk pengembangan produk

Feedback atau umpan balik adalah respon yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim pesan, baik dalam bentuk pernyataan bahwa ia telah menerima dan memahami pesan tersebut

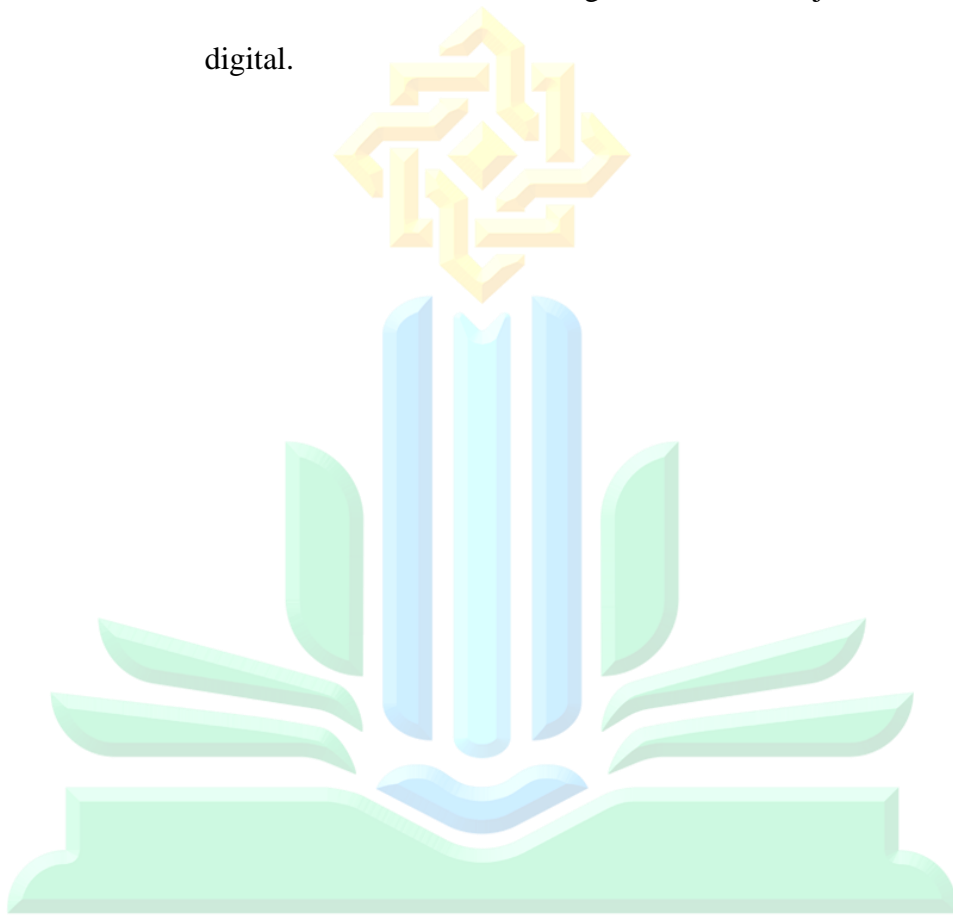
ataupun berbentuk permintaan penjelasan tambahan. Umpan balik ini biasanya diberika seketika atau secara secara spontan begitu pesan diterima.<sup>129</sup>Dalam hal ini tim Bangbeli memperoleh feedback eksternal dari para mitra Bangbeli melalui *Usability Testing* yang dilakukan oleh tim product serta feedback yang diperoleh melalui sosial media yang disampaikan melalui *comment* maupun *Direct Message*. Berdasarkan Feedback yang didapatkan diperoleh hasil yaitu pengembangan produk dan fitur yang akan dilakukan oleh Bangbeli yaitu FAQ dan halaman pengaduan CS, Fitur pencatatan utang dan keuangan, *Redesign* fitur level dan gamifikasi bulanan, modal dan dana talangan, halaman notifikasi dan pesan, *redesign* halaman *PPOB (add autofill)*, redesign halaman keunggulan premium, tabungan serta login biometric. Serta prioritas didalam mengembangkan product dibagi menjadi fitur yang *high value, low value, high effort dan low effort*.

#### d. Perubahan Legalitas

Kejelasan legalitas merupakan pondasi utama untuk keberlangsungan suatu tempat usaha. Keberhasilan Bangbeli meningkatkan jumlah mitra serta ljumlah transaksi membawanya kepada perubahan legalitas atau badan hukum yang semula

<sup>129</sup>Ruky, Achmad s, *Sistem Manajemen Kinerja(Performance Management System) Panduan Praktis untuk merancang dan meraih kinerja maksimal*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2001),189.

bernama CV. Good Teknologi Indonesia menjadi PT. Doa Anak digital.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang didapat dengan hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Pengembangan produk dilakukan untuk memenuhi kebutuhan customer sehari-hari, produk yang diciptakan berupa aplikasi Bangbeli yang mudah digunakan, pengembangan produk diuji melalui metode *Early Adapters*, akan ada pengembangan fitur yang akan datang serta terdapat prioritas dalam menentukan pengembangan.
2. Penerapan *Minimum Viable Product* dimulai sejak 2019 dengan beberapa versi aplikasi. Dalam penerapannya terdapat beberapa tahapan proses.
3. Implikasi strategi *Minimum Viable Product* berupa penambahan jumlah transaksi dan jumlah pengguna, feedback untuk pengembangan selanjutnya, perubahan legalitas dari semula CV menjadi PT.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka terdapat yang dapat penulis sampaikan antara lain :

### 1. Bagi PT. Doa Anak Digital

Dalam melakukan pengembangan produk serta menerapkan strategi *Minimum Viable Product* sudah sangat baik hal tersebut dapat terlihat dari Implikasi yang ditimbulkan. Akan tetapi diperlukan peningkatan intensitas untuk membuat notifikasi melalui aplikasi baik untuk menginformasikan produk baru, fitur yang sedang mengalami gangguan, promo atau membangun relasi yang baik. Selain itu perlunya pemberitahuan sebelumnya terkait produk baru yang akan diluncurkan agar mitra tidak mengalami kebingungan terkait perubahan pada aplikasi.

### 2. Bagi Peneliti Lanjutan

Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti di PT. Doa Anak Digital diharapkan dapat meneliti aspek yang lebih luas lagi jika memungkinkan aspek yang diteliti belum pernah diteliti sebelumnya dikarenakan PT. Doa Anak Digital merupakan perusahaan yang didalam operasionalnya terus melakukan pengembangan baik di bidang teknologi maupun pelayanan sehingga akan terdapat aspek yang dapat diteliti lebih dalam lagi. Yang pada akhirnya akan bermanfaat baik sebagai rujukan maupun ilmu pengetahuan baru yang akan dibaca oleh khalayak luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu, Achmadi, Cholid Narkubo, 2005. *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Aji, Garda Prakoso, 2020, “Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Perencanaan Strategi Digital Pada Startup Eguard Dengan Pendekatan Design Thinking”. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Basri, 2005. *Bisnis Pengantar*, Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.
- Cuciana, Titik, 2021. “Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Widagdo Rahayu Pacitan, Ponorogo, Skripsi: Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Widagdo Rahayu Pacitan”, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Converese, Paul D, 1992. *Pemasaran. Edisi bahasa Indonesia*, Bandung: Alumni.
- Di Dio Salvatore, 2018. *From Smart To Lean How To Design The Better Cities, Happier Citizens And Save The World*.
- Endraswara, Suwardi, 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan, Ideologi, Epistemologi dan Aplikasi*, Sleman: Pustaka Widayatama.
- Fadhallah, 2020. *Wawancara*, Jakarta: UNJ Press.
- Fajrillah, Sukarman Purba, dkk, 2020. *SMART ENTREPRENEURSHIP: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital*, Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Fitrah, Muh, Luthfiyah, 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus*, Sukabumi : CV. Jejak.
- Ghony, M Junaidi, 2017. Almanshur Fauzan, *Metodologi penelitian Kualitatif* Yogyakarta: Almanshur.
- Glueck, William F, Lawrence R Jauch, 1994. *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta : Erlangga.
- Gunawan, Imam, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Jakarta: PT Bumi Aksara.



Hasan, Ali, 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hasibuan, Abdurrozzaq, 2020. dkk, *E-Business: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*, Medan: Yayasan Kita Menulis.

Hazzelia, Divia, Dwi Purnomo, 2021, Strategi Pengembangan Produk Pada Startup Trafeeka Coffee Dengan Penambahan Rempah Sebagai Variasi Rasa, Vol 5, No 2, 2021.

<https://apjii.or.id/survei2019x>

[https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi\\_665\\_3\\_230](https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_665_3_230)

[https://kominfo.go.id/content/detail/23975/di-wef-2020-menkominfo-pamerkan-pesatnya-perkembangan-startup-indonesia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/23975/di-wef-2020-menkominfo-pamerkan-pesatnya-perkembangan-startup-indonesia/0/sorotan_media)

Islam, Ulul Azmiatur, 2020, "Strategi Promosi Dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo". Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Jim, Hoy, 2020. *Manajemen Strategi Konsep dan Implementasi*, Makassar : CV. Nas Media Pustaka.

Kartika, Dita, Andika Drajat, 2018. *Start Up Guidebook: Panduan Memulai Startup Bisnis yang Harus Kamu Tahu*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Kosasih, 2021. *Manajemen Strategik*, Surabaya : Cipta Media Nusantara.

Kotler, Phillip, Kevin Lane, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II., Ed. 12., Terj. Benjamin Molan, Jakarta: Prenhallindo.

Kurniawan, Arief Rakhman, *Total Marketing*, 2014. Yogyakarta: Kobis.

Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Laporan East Ventures, 2021. *Digital Competitiveness Index 2021 Momentum Akselerasi Transformasi Ekonomi Digital Pemetaan Daya Saing Digital 34 Provinsi dan 25 Kota*.

Leiman, amin, 2019. *AGILE DONE WELL, "Tulus Untuk Produktif"*, Surabaya : ITS Tekno Sains.

- Maryani, Reni, 2020. "Strategi Pengembangan Usaha Dange (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Munawwarah Desa Munte Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara)". Skripsi: Universitas Cokroaminoto Palopo.
- Moleong, Lexy, 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Möllers, M, 2016. *Awareness of Low Fidelity Nature of a MVP - How The Initial Technology Acceptance is Influenced*. Enschede: University of Twente.
- Mukhtaza, 2020. *Prosedur Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Absolute Media.
- Musfar, Tengku Firli, 2021. *Manajemen Produk dan Merk, Manajemen Produk dan Merk*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musyafak, Akhmad, 2015. *Mapping Agroekosistem Dan Sosial Ekonomi Untuk Pembangunan Pertanian Perbatasan Bengkayang-Serawak Kalimantan Barat*, Yogyakarta: deepublish.
- Mutiara, cahya, Dwi Larso, 2018. *Developing New Product Using Minimum Viable Product, Vol. 16, No. 2*.
- Olsen, dan, 2015. *The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback*, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, 2014. *Value Proposition Design*. (New Jersey L : John Wiley & Sons, Inc.
- Padapi, Astrini dkk, 2021. *Pengembangan Produk Agribisnis*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Philip, kotler, Kevin Lane, 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid II*, Edisi 12, Jakarta: Erlangga.
- Pranowo, galih, 2021. *Monograf Pengelolaan Pembelajaran Mata Pelajaran Produktif Kelas Nautika*, Klaten : Lakeisha.
- Rangkuti, Freddy, 2002. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur dan Strategi meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

Rasyid Yudhistira, Yuniaristanto, Muhammad Hisjam, Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret, Business Development On Temanrindu Startup With Startup Evolution Curve Methods, Vol 5, No 3, 2020.

Ries, Eric, 2011. *The Lean Startup*, New York: Fletcher & Company.

Robbi Tri Murdani, 2021. Chief Operating Officer Bangbeli, Company Profile.

Rollick, Avid, 2020. *Manajemen Inovasi: Memenangi Kompetisi, Mengantisipasi Disrupsi*, Bandung: Qnerza Publishing.

Roringkon Deyvie Laudya, Aris Sarjito, 2021, Pemberdayaan Kaum Milenial Sebagai Kader Bela Negara, Vol. 1, No. 7.

Rukajat, ajat, 2018. *Pendekatan penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, Yogyakarta: Deepublish.

Ruky, Achmad s, 2001. *Sistem Manajemen Kinerja (Performance Management System) Panduan Praktis untuk merancang dan meraih kinerja maksimal*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Saraswati, Erwin, Abdul Ghofar dan Intan Sartika, 2021. *Akuntansi Manajemen Strategis*, Malang: UB Press.

Sedjati, Retina, 2019. *Manajemen Strategis*, Yogyakarta : Deepublish.

Septianto, Megananda, Soni Fajar, Faishal Mufiedal, 2018. Perancangan Dan Pengembangan Marketplace Jual Beli Buku Bekas Pada Startup Gebbuk Berbasis Mobile, Vol 5, No.2.

Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Sugiyono, 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2012. *Memahami penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang, 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. (Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.

Sumarsid, 2020. *Kewirausahaan; Membentuk Mindset Mahasiswa dengan Pendekatan Teori, Kasus dan Pendekatan Praktek*, Yogyakarta : Expert.

- Susenohaji, Mawardi Kholid, 2022. *Inovasi dan Kretivitas Pengembangan Produk: Modul Pembelajaran Kewirausahaan*, Malang: Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijara.
- Syafi'I ,Antonio, 2001. *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press.
- Sylvia Nailuvary, Hety Mustika Ani, Sukidin, 2020. Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember Product, Vol. 14, No. 1, 2020.
- Vallendito, Barly, 2020, "Pemodelan User Interface dan User Experience Menggunakan Design Thinking". Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Widodo, Setyo Joko, 2020. *Membangun Startup Entrepreneur Yang Unggul*, Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Widiasworo, Erwin, 2019. *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Araska Publisher.
- Zihramna, afdi, Bambang Purwanggono, 2020. Perancangan Strategi Berbasis Metodologi Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi Di Indonesia.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Bukti Status hukum Perizinan Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE)  
KEMKOMINFO

14 Desember 2021



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA  
TANDA DAFTAR PENYELENGGARA SISTEM ELEKTRONIK (TD PSE)  
DOMESTIK

PB-UMKU: 091221001414900000001

Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Usaha (PB-UMKU) yang merupakan Tanda Daftar Penyelenggara Sistem Elektronik (TD PSE) Domestik kepada Pelaku Usaha berikut ini:

1. Nama Pelaku Usaha : PT DOA ANAK DIGITAL
2. Nomor Induk Berusaha (NIB) : 09122100141490
3. Alamat Kantor : TIRTASANI ROYAL RESORT, CLUSTER ROYAL VILLAGE BLOK RV12  
NO. 7 PERUM TIRTASANI, Desa/Kelurahan Ngelep, Kec. Karangploso,  
Kab. Malang, Provinsi Jawa Timur  
Kode Pos: 65152
4. Status Perizinan Modal : Perizinan Modal Dalam Negeri (PMDN)
5. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha : 63122 - Portal Web Dan/Atau Platform Digital Dengan Tujuan Komersial  
Indonesia (MSL6)
6. Lokasi Usaha : TIRTASANI ROYAL RESORT, CLUSTER ROYAL VILLAGE BLOK RV12  
NO. 7 PERUM TIRTASANI Desa/Kelurahan Ngelep, Kec. Karangploso,  
Kab. Malang, Provinsi Jawa Timur  
Kode Pos: 65152

Telah memenuhi persyaratan:

1. Mengisi formulir pendaftaran yang memuat informasi yang benar mengenai:
  - a. Gambaran umum pengoperasian Sistem Elektronik yang terdiri atas:
    - i. Nama Sistem Elektronik;
    - ii. Sektor Sistem Elektronik;
    - iii. Uniform resource locator (URL) website;
    - iv. Sistem nama domain (domain name system) dan/atau alamat Internet Protocol (IP) server;
    - v. Deskripsi model bisnis;
    - vi. Deskripsi singkat fungsi Sistem Elektronik dan proses bisnis Sistem Elektronik;
  - b. Keterangan Data Pribadi yang diperoleh;
  - c. Keterangan lokasi pengolahan, pemrosesan, dan/atau penyimpanan Sistem Elektronik dan Data Elektronik;
  - d. Keterangan yang menyatakan bahwa PSE Lingkup Privat menjamin dan melaksanakan kewajiban pendaftaran akses terhadap Sistem Elektronik dan Data Elektronik dalam rangka memastikan efektivitas pengawasan dan pengawasan hukum sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
  - e. Kemampuan untuk memastikan keamanan informasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
  - f. Kemampuan untuk melakukan uji keabsahan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Tambahan persyaratan bagi Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat asing (PSE Lingkup Privat asing):
  - a. Formulasi pendaftaran yang memuat:
    - i. Identitas PSE Lingkup Privat asing;
    - ii. Identitas pimpinan perusahaan dan/atau identitas penanggung jawab;
    - iii. Keterangan dimiliki dan/atau akta pendirian perusahaan (certificate of incorporation) yang disampaikan dengan melampirkan dokumen pendukung dalam Bahasa Indonesia yang diterjemahkan dan penerjemah beresertifikat;
    - iv. Jumlah pelanggan (user) dari Indonesia;
    - v. Nilai transaksi yang berasal dari Indonesia;



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA  
TANDA DAFTAR PENYELENGGARA SISTEM ELEKTRONIK (TD PSE)  
LAMPIRAN

PB-UMKU: 091221001414900000001

Lampiran berikut memuat data teknis TD PSE sebagai berikut:

Nomor TD PSE	: 001953.01/DPA-PSE/13/2021
Nama Sistem Elektronik	: BANGBELL
Nama Penyelenggara	: PT DOA ANAK DIGITAL
Sektor Usaha	: Sektor Perdagangan, Sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi
Alamat	: TIRTASANI ROYAL RESORT, CLUSTER ROYAL VILLAGE BLOK RV12 NO. 7 PERUM TIRTASANI, KAB. MALANG
Fungsi Sistem	: PENJUALAN PULSA, PAKET INTERNET, VOUCHER GAME, TOKEN PSN, TOP UANG ELEKTRONIK, DLL
Tanggal Terbit	: 29 Desember 2021
PSE Wajib	: 1. Memastikan keamanan informasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan 2. Melakukan perlindungan data pribadi sesuai peraturan perundang-undangan 3. Melakukan uji keabsahan sistem elektronik sesuai peraturan perundang-undangan



1. Informasi ini merupakan salinan yang diterbitkan oleh Pusat Data, Statistik, dan Sistem Informasi (PDSI) yang terdapat di bawah ini:  
2. Informasi ini tidak dapat dipertanggungjawabkan apabila terjadi perubahan atau ketidakakuratan data yang terdapat di dalamnya.  
3. Informasi ini tidak dapat dipertanggungjawabkan apabila terjadi perubahan atau ketidakakuratan data yang terdapat di dalamnya.  
4. Informasi ini tidak dapat dipertanggungjawabkan apabila terjadi perubahan atau ketidakakuratan data yang terdapat di dalamnya.







**KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR AHU-0077921.AH.01.01.TAHUN 2021  
TENTANG  
PENGEHAHAN PENDIRIAN BADAN HUKUM PERSEROAN TERBATAS  
PT DOA ANAK DIGITAL**

- Menimbang** :
- a Bahwa berdasarkan Permohonan Notaris NICO ADRIAN ROEKIYANTO S.T., S.H., M.KN., sesuai salinan Akta Nomor 05 Tanggal 06 Desember 2021 yang dibuat oleh NICO ADRIAN ROEKIYANTO S.T., S.H., M.KN. tentang Pendirian Badan Hukum PT DOA ANAK DIGITAL tanggal 07 Desember 2021 dengan Nomor Pendaftaran 4021120735101380 telah sesuai dengan persyaratan pengesahan Pendirian Badan Hukum Perseroan;
  - b Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum PT DOA ANAK DIGITAL.

**MEMUTUSKAN :**

- Menetapkan** :
- KESATU** : Mengesahkan pendirian badan hukum - PT DOA ANAK DIGITAL - yang berkedudukan di KABUPATEN MALANG karena telah sesuai dengan Data Format Isian Pendirian yang disimpan di dalam database Sistem Administrasi Badan Hukum sebagaimana salinan Akta Nomor 05 Tanggal 06 Desember 2021 yang dibuat oleh NICO ADRIAN ROEKIYANTO S.T., S.H., M.KN., yang berkedudukan di KOTA MALANG.
  - KEDUA** : Modal dasar, modal yang ditempatkan dan modal disetor sebagaimana yang tercantum dalam akta yang disebut pada poin PERTAMA.
  - KETIGA** : Jenis Perseroan SWASTA NASIONAL.
  - KEEMPAT** : Susunan Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi *Terlampir*.
  - KELIMA** : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan.  
Apabila ternyata dikemudian hari terdapat kekeliruan maka akan diperbaiki sebagaimana mestinya dan/atau apabila terjadi kesalahan, keputusan ini akan dibatalkan atau dicabut.

Ditetapkan di Jakarta, Tanggal 07 Desember 2021.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM,

**Cahyo Rahadian Muzhar, S.H., LL.M.**  
19690918 199403 1 001

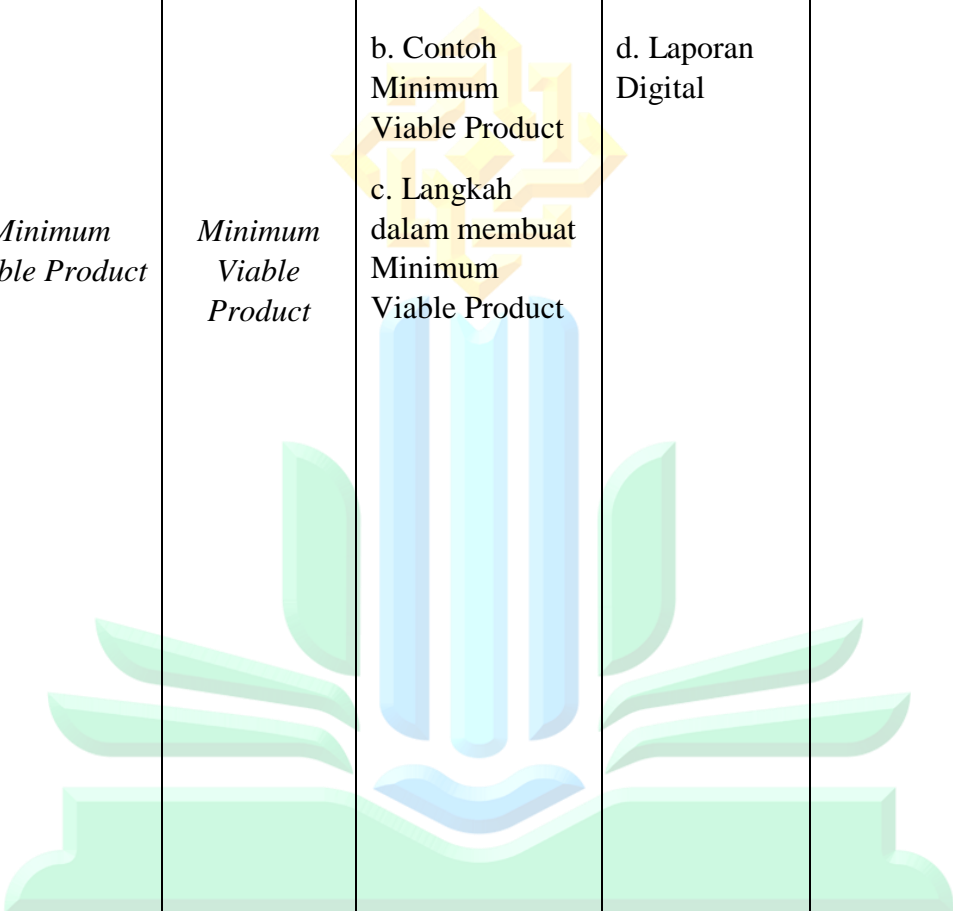


DICETAK PADA TANGGAL 07 Desember 2021  
DAFTAR PERSEROAN NOMOR AHU-0215569.AH.01.11.TAHUN 2021 TANGGAL 07 Desember 2021

## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi <i>Minimum Viable Product</i> Dalam Pengembangan Produk <i>Startup</i> Di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (Doa Anak Digital)	Pengembangan Produk	Pengembangan Produk Teknologi	a. Pengetian strategi b. Pembagian strategi c. Aspek Strategi d. Strategi E-Bussiness e. Klasifikasi Produk f. Kualitas Produk g. Kualitas Produk dalam Islam h. Pengertian Pengembangan Produk i. Pengembangan Produk Teknologi j. Metode Lean Startup  a. Pengertian Minimum	Informan : a. <i>Chief Executive Officer</i> Bapak Decky Ilham Syahputra b. <i>Chief Product Officer</i> Bapak Robbi Tri Murdani c. <i>Chief Technology Officer</i> Bapak Ahmad Gika d. <i>Leader Of Technology</i> Bapak Bara Tegak e. <i>Customer Service</i> Zalfa Alya  Kepustakaan: a. Buku b. Jurnal	1. Pendekatan Penelitian : Pendekatan Kualitatif 2. Jenis Penelitian : Field Research 3. Teknik Pengambilan Sampel : Purposive 4. Metode Pengumpulan Data : a. Obsevasi b. wawancara c. Dokumentasi 5. Teknik Analisis Data a. Reduksi data b. Penyajian data c. Kesimpulan 6. Keabsahan Data : Triangulasi Sumber	1. Bagaimana pengembangan Produk <i>Startup</i> di aplikasi pembayaran digital Bangbeli (PT.Doa Anak Digital)?  2. Bagaimana penerapan strategi <i>Minimum Viable Product</i> dalam pengembangan produk <i>startup</i> di aplikasi pembayaran digital Bangbeli (PT Doa Anak Digital)?  3. Bagaimana implikasi strategi <i>Minimum Viable</i>

	<i>Minimum Viable Product</i>	<i>Minimum Viable Product</i>	<p>Viable Product</p> <p>b. Contoh Minimum Viable Product</p> <p>c. Langkah dalam membuat Minimum Viable Product</p>	<p>c. Artikel</p> <p>d. Laporan Digital</p>	<p><i>Product</i></p> <p>Dalam pengembangan produk <i>startup</i> di aplikasi pembayaran digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)</p>
--	-------------------------------	-------------------------------	--	---	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizka Ramadhina Saputri  
Nim : E20182088  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “STRATEGI *MINIMUM VIABLE PRODUCT* DALAM PENGEMBANGAN PRODUK *STARTUP* DI APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL BANGBELI (PT. DOA ANAK DIGITAL)” adalah hasil penelitian serta karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian pernyataan keaslian skripsi ini, dibuat dengan sebenar benarnya.

Jember, 26 Oktober 2022



10000  
MEYERAI  
TEMPEL  
6BABAQX056652653

Rizka Ramadhina S  
E20182088



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-201 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2022 01 April 2022  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.  
Pimpinan PT. Doa Anak Digital (Bangbeli)  
Tirtasani Royal Resort, Cluster Royal Village Blok RV12, No. 7,  
Perum Tirtasani, Ngenep, Kec. Karang Ploso, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Rizka Ramadhina Saputri  
NIM : E20182088  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* Di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Dekan  
Dekan Bidang Akademik,

Muzul Widyawati Islami Rahayu

K

## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robbi Tri Murdani  
Jabatan : Chief Product Officer PT. Doa Anak Digital

Dengan Ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Rizka Ramadhina Saputri  
Nim : E20182088  
Semester : IX  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Instansi : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di PT. Doa Anak Digital terhitung mulai 5 Juni 2022 sampai 2022 sampai dengan selesai untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“STRATEGI MINIMUM VIABLE PRODUCT DALAM PENGEMBANGAN PRODUK STARTUP DI APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL BANGBELI (PT. DOA ANAK DIGITAL)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Malang, 20 Agustus 2022

Pimpinan Usaha



Robbi Tri Murdani, S.kom

KL





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Rizka Ramadhina S  
NIM : E20182088  
Semester : IX

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Dosen Pembimbing

  
Dr. M.F Hidayatullah S.H.I, M.S.I

Jember, 5 Desember 2022  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

  
Dr. M.F Hidayatullah S.H.I, M.S.I

## PEDOMAN PENELITIAN

### A. Pedoman Observasi

1. Untuk mengetahui pengembangan produk *startup* di Aplikasi pembayaran digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)
2. Untuk mengetahui penerapan strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk Startup di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)
3. Untuk mengetahui Implikasi Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk Startup di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)

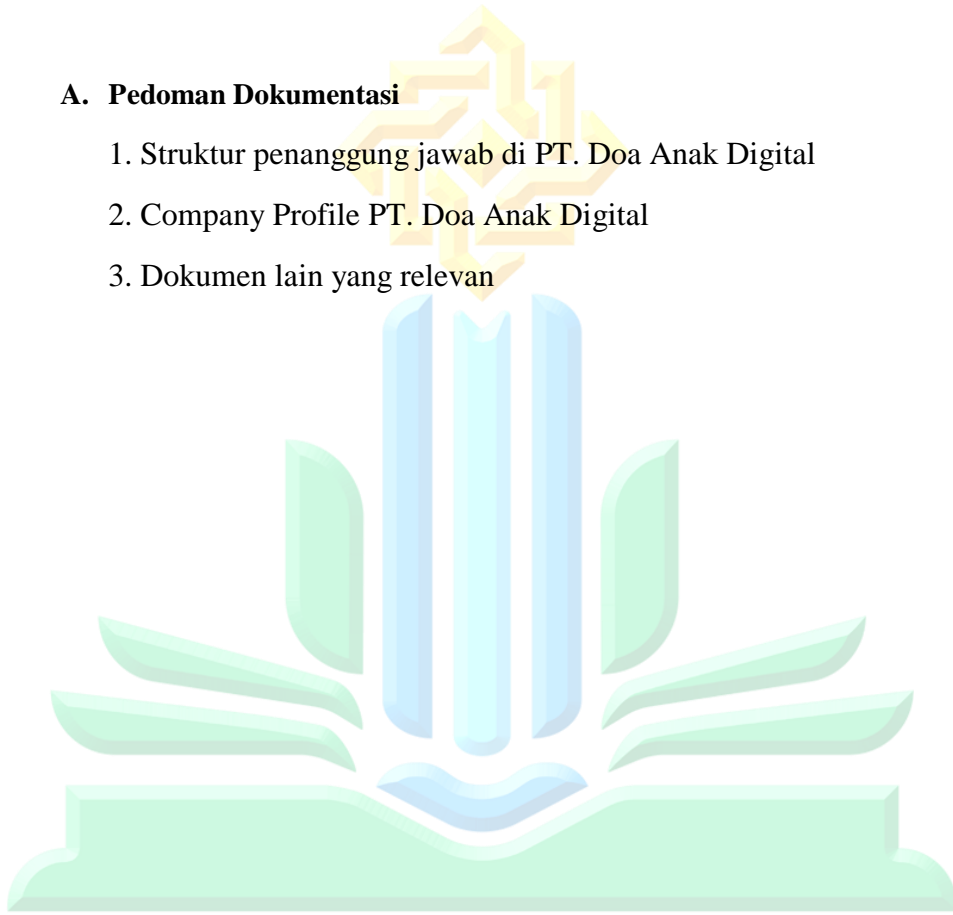
### B. Pedoman Wawancara

1. Tahapan perusahaan dalam mengembangkan produk?
2. Menentukan produk yang tepat untuk dikembangkan?
3. Tahapan apa yang dilaksanakan sebelum mengembangkan produk?
4. Langkah membuat *Minimum Viable Product*?
5. *Minimum Viable Product* diaplikasikan bagaimana implikasi setelah strategi tersebut diaplikasikan?
  1. Pengelolaan *Minimum Viable Product*?
  2. Fitur serta produk yang akan dikembangkan yang diawali dengan pembuatan *Minimum Viable Product*?
  3. Strategi tersebut memberi dampak terhadap perkembangan perusahaan?

4. Alur pengguna dalam menggunakan aplikasi Bangbeli?

**A. Pedoman Dokumentasi**










1. Struktur penanggung jawab di PT. Doa Anak Digital
2. Company Profile PT. Doa Anak Digital
3. Dokumen lain yang relevan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Rizka Ramadhina Saputri  
NIM : E20182088  
Judul : Strategi *Minimum Viable Product* Dalam Pengembangan Produk *Startup* Di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital)  
Lokasi : Perum Tirtasani Cluster Royal Village RV 12 No. 07, Kelurahan Ngenep, Kecamatan Karang Ploso, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur

NO	Hari/ Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1	Minggu, 5 Juni 2022	Menginformasikan serta megantarkan surat izin untuk melakukan penelitian di PT. Doa Anak Digital	
2	Sabtu, 11 Juni 2022	Melakukan wawancara dengan bapak Ahmad Gika selaku <i>Chief Technology Officer</i> di PT. Doa Anak Digital	
3	Sabtu, 11 Juni 2022	Melakukan wawancara lanjutan dengan Bapak Decky Ilham Syahputra selaku <i>Chief Executive Officer</i> di PT. Doa Anak Digital	
4	Sabtu, 11 Juni 2022	Melakukan wawancara dengan Bapak Robbi Tri Murdani selaku <i>Chief Product Officer</i> di PT. Doa Anak Digital	
5	Minggu, 12 Juni 2022	Melakukan wawancara lanjutan dengan Bapak Robbi Tri Murdani selaku <i>Chief Product Officer</i> di PT. Doa Anak Digital	
6	Minggu, 26 Juni 2022	Melakukan wawancara dengan Ibu Zalfa Alya selaku <i>Customer Service</i> di PT. Doa Anak Digital	
7	Sabtu, 2 Juli 2022	Melakukan wawancara dengan Bapak Bara Tegak selaku <i>Lead Technology Officer</i>	
8	Selasa, 19 Juli 2022	Menghadiri zoom meeting terkait pengembangan produk yang ada di PT. Doa Digital bersama Stakeholder dipimpin oleh bapak Robbi Tri Murdani selaku <i>Chief Product Officer</i>	
9	Senin, 15 Agustus 2022	Menghadiri zoom meeting terkait pengembangan produk yang disampaikan oleh Devisi <i>Product Development</i> dipimpin oleh Bapak Robbi Tri Murdani selaku <i>Chief Product Officer</i> PT. Doa Anak Digital	

Malang, 20 Agustus 2022

Pimpinan Usaha



Decky Ilham Syahputra



## DOKUMENTASI



*Dokumentasi* : Wawancara Dengan Bapak Ahmad Gika selaku Chief  
Technology Officer pada hari sabtu tanggal 11 Juni 2022



*Dokumentasi* : Wawancara Dengan Bapak Decky Ilham selaku Chief  
Executive Officer pada hari sabtu tanggal 11 Juni 2022





*Dokumentasi* : Wawancara Dengan Bapak Robbi Tri selaku Chief Product Officer pada hari sabtu tanggal 11 Juni 2022



*Dokumentasi* : Wawancara Lanjutan Dengan Bapak Robbi Tri selaku Chief Product Officer pada hari minggu tanggal 12 Juni 2022



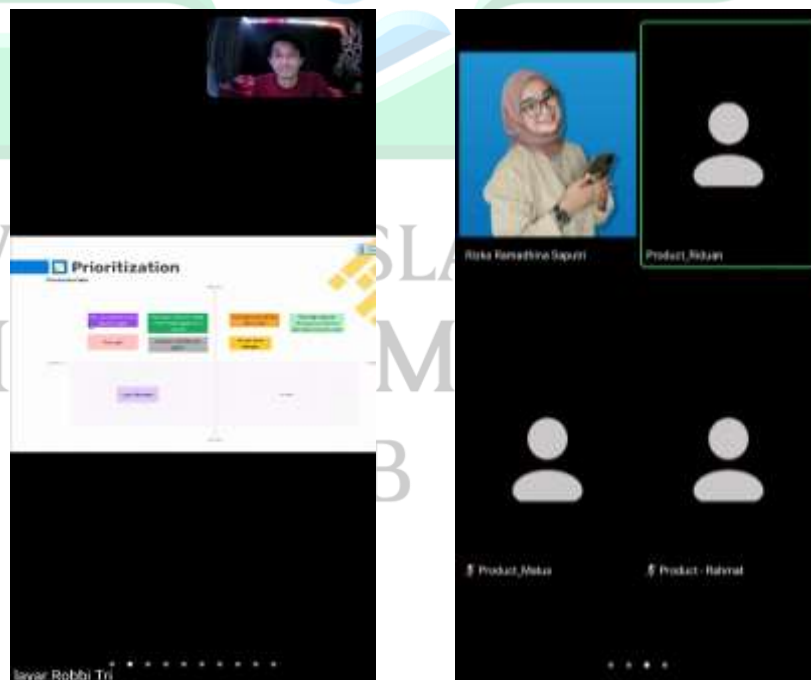
*Dokumentasi* : Wawancara Dengan Ibu Zalfa Alya selaku Customer

Service pada hari Minggu tanggal 26 Juni 2022





*Dokumentasi* : Menghadiri Zoom Meeting dengan stakeholder pada hari Selasa tanggal 19 Juli 2022.



*Dokumentasi* : Menghadiri Zoom Meeting dengan devisa Product Development pada hari Selasa tanggal 19 Juli 2022

**BIODATA PENULIS**



### 1. Profil Pribadi

Nama : Rizka Ramadhina Saputri  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tanggal lahir : Jakarta, 09 Desember 2000  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Domisili Saat Ini : Kaliwates, Jember

Domisili Asal : Halim Perdana Kusumah, Jakarta Timur  
Universitas : UIN KHAS Jember

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/ Angkatan : Ekonomi Islam/2018

### 2. Riwayat Pendidikan

UIN KHAS Jember : Tahun 2018-2022  
SMAN 42 Jakarta : Tahun 2015-2018  
SMPN 128 Jakarta : Tahun 2012 – 2015  
SDN Kebon Pala 02 : Tahun 2006 - 2012

### 3. Pengalaman Organisasi

Ketua Pengawas Bidang PSDA Kopma UIN KHAS Jember

Team Leader Healthy With GenBI, GenBI Jember

Pengurus Bidang Infokom Forum Komunikasi Koperasi Mahasiswa Jember

Ketua Laboratorium Keagamaan FEBI Jember

Anggota Novo Club By PT. Paragon Technology And Innovation

Anggota Swayanaka Regional Jember

Anggota Kelompok Studi Pasar Modal UIN Khas Jember

Penerima Beasiswa Bank Indonesia Jember

#### **4. Pengalaman Magang**

Sales marketing intern di PT. Smartfren Telecom Tbk

Marketing Sales Acquisition di PT. Infinity Plus Solution

Data & ads Intern di PT. Piintu Properti Indonesia

Wardah Brand Ambassador Campus di PT. Paragon Technology Innovation

Social Media Intern di CV. Good Teknologi Indonesia

Social Media Marketing Officer di PT. Doa Anak Digital

#### **5. Informasi Kontak**

Email : [Rizkaramadhina12@gmail.com](mailto:Rizkaramadhina12@gmail.com)

Instagram : @rizkarmdhna

Linkedin : [linkedin.com/in/rizkars](https://www.linkedin.com/in/rizkars)

#### **6. Motto Hidup**

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.