

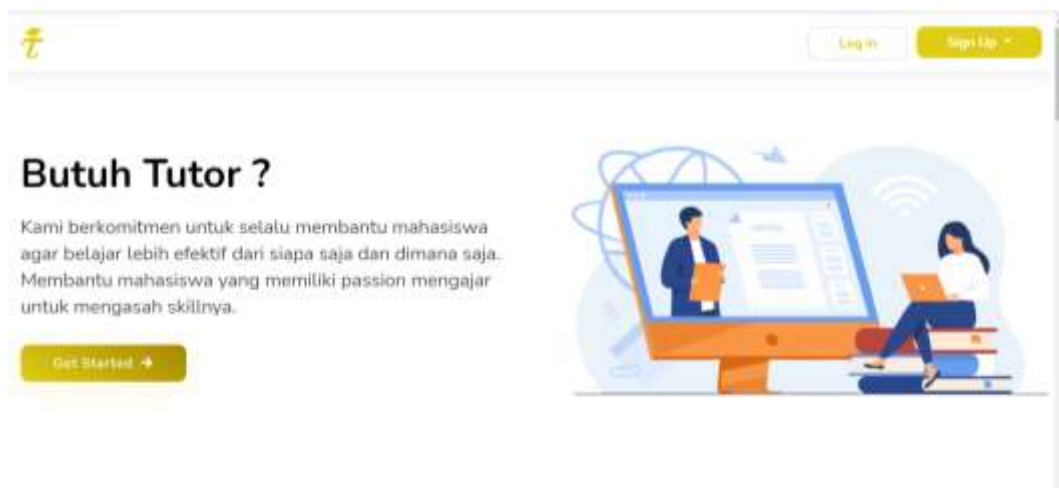
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Tutuo

Tutuo adalah sebuah *platform* yang mempertemukan antara *tutor* dan *tutee*. *Tutor* adalah orang yang mengajarkan sesuatu sedangkan *tutee* adalah orang yang diajar oleh *tutor*. Sasaran konsumen dari Tutuo adalah mahasiswa. Ide Tutuo ini muncul karena dimasa pandemi perkuliahan *online* dinilai sulit untuk dipahami karena kurangnya interaksi antara dosen dengan mahasiswa. Tutuo hadir dengan menyediakan ruang untuk memudahkan mahasiswa mencari *tutor* agar dapat lebih memahami materi yang kurang dipahami ketika perkuliahan *online* berlangsung. Saat ini tutuo masih dalam proses penyempurnaan dan masih kesulitan dalam menganalisis *value map* dan *customer profile* mahasiswa, serta belum melakukan validasi atas apa yang dibutuhkan oleh konsumennya. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai *startup* dibidang pendidikan yaitu Tutuo dengan menggunakan *value proposition design*. Berikut adalah salah satu gambar halaman awal *website* sementara dari Tutuo yang sedang dalam tahap penyempurnaan:



Gambar 1. 1 Halaman Awal Website TUTUO

Sumber: Website TUTUO (2021)

1.1.2 Value Tutuo

Tutuo sebagai wadah bimbingan belajar khusus untuk mahasiswa memiliki nilai-nilai dalam mengembangkan dan menjalankan bisnisnya, antara lain sebagai berikut.

1. *Experience*, maknanya yaitu “Dapatkan pengalaman belajar kapanpun dan dimanapun dengan tutor terbaikmu. Atur jadwal belajar dan berdiskusi dengan tutormu”.
2. *Knowledge*, maknanya yaitu “Dapatkan pengetahuan baru dari tutor berpengalaman di bidangnya”.
3. *Best Tutors*, “Temukan tutormu sesuai dengan keinginanmu (tarif, mata kuliah, metode pembelajaran online atau tatap muka)” (Tutuo.id, 2021).

1.2 Latar Belakang

Startup digital dapat melahirkan perusahaan yang berkualitas dan memberikan dampak positif dengan menyelesaikan permasalahan-permasalahan di masyarakat. Tidak hanya itu, *startup digital* turut berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru. Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Dirjen Ikma) Kementerian Perindustrian Gati Wibawaningsih menyebutkan kenaikan ekonomi *digital* mencapai 11 persen. "Kami mencatatkan ekonomi *digital* tumbuh 11 persen di tengah pandemi. *Startup* akan dapat lebih mendorong pemulihan ekonomi," ujarnya dalam diskusi *Tech Provider & Startup Indonesia Hannover Messe* secara virtual, Rabu (14/4/2021) (Catriana, 2021). Berdasarkan riset yang sama, sektor ekonomi *digital* juga telah membantu membuka sekitar 5.7 juta lapangan kerja baru. Dapat dilihat, perlahan tapi pasti ekonomi *digital* juga telah memberikan kontribusi positifnya dalam mendorong kemajuan ekonomi di Indonesia. Menurut laporan yang bertajuk *e-Conomy SEA 2019*, valuasi ekonomi *digital* Indonesia pada tahun 2019 telah mencapai \$40 miliar dan diprediksi akan mencapai \$130 miliar pada tahun 2025. Hal ini juga menunjukkan bahwa adanya potensi besar pada sektor ini melalui pemanfaatan inovasi-inovasi yang dihadirkan *startup* melalui produk atau layanannya (Ilham, 2020).

Perlu diperhatikan bahwa pemerintah harus dapat mengembangkan iklim positif untuk berkembangnya *startup* di Indonesia. Sebagai contoh yaitu negara Malaysia dengan MaGIC ataupun Singapura dengan skema FSTI. Keduanya memberikan pendanaan untuk *start-up* dan bisnis kecil lainnya dan mencanangkan diri sebagai *ASEAN Centre of Entrepreneurship* (Mufida, 2019). Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyatakan bahwa pemerintah akan mendukung pertumbuhan perusahaan rintisan atau *startup* yang berbasis teknologi informasi (IT) di dalam negeri. Salah satunya dengan membantu perusahaan rintisan tersebut untuk bisa mendapatkan pendanaan. "Pemerintah juga telah meluncurkan program *T-Corn* untuk mencari *startup* yang berpotensi untuk bisa menerima pendanaan. Kami juga siap untuk mendukung *Unicorn* dan *Decacorn* melalui program pengembangan sumber daya manusia (SDM)," disampaikan oleh ibu Sri Mulyani saat menjadi pembicara di acara *Southeast Asia Development Symposium* (SEADS) yang diadakan oleh Bank Pembangunan Asia (ADB), Rabu (21/10/2020) (kompas.com, 2020).

Terkait *start-up* di Indonesia, masih banyak faktor-faktor yang harus dilakukan pemerintah Indonesia. Memulainya dengan membina *start-up* sangat baik, namun harus ada langkah lanjutan agar pemerintah dapat berkontribusi lebih terhadap perkembangan *start-up* tersebut. Disrupsi akan terus terjadi, sementara negara lain sudah mengakomodasi. Selanjutnya, giliran kita amati langkah pemerintah dalam mendukung teknologi (Mufida, 2019). Bill Gross sebagai seorang pengusaha dan pendiri dari *Idealab*, melakukan penelitian mendalam mengenai lima faktor yang menentukan kesuksesan sebuah *startup* menggunakan 200 sampel perusahaan termasuk di *Idealab*, dan sebagian lainnya dari perusahaan luar (4MUDA, 2019). Adapun kelima faktor tersebut dijelaskan oleh tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Lima faktor paling menentukan kesuksesan startup

No	Faktor	Persentase
1	<i>Idea</i>	24%
2	<i>Team</i>	32%
3	Bisnis Model	24%
4	Modal	14%
5	<i>Timing</i>	42%

Sumber: 4muda.com (2021)

Terdapat banyak alasan yang memicu kegagalan sebuah perusahaan. Setiap ahli dan pengamat juga memiliki pendapatnya masing-masing. Namun bagi Bill Gross, sesungguhnya kesuksesan dan kegagalan perusahaan tidak didasari oleh banyak hal. Bill Gross sendiri merupakan seorang pengusaha *startup* yang sangat sukses. Dia mendirikan Idealab dan berhasil membuat 100 anak perusahaan. Tentunya untuk mencapai kesuksesannya tersebut bukanlah hal yang mudah. Dengan pengalaman dan pengetahuannya yang mumpuni, Gross memberikan penjelasannya terkait indikator kesuksesan dan kegagalan sebuah perusahaan. Melalui sebuah acara konferensi TED, Gross menyampaikan hasil risetnya bahwa sesungguhnya hanya ada lima faktor yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Berikut ulasannya (softwaretoko.co.id, 2018):

a. *Timing*

Timing dianggap sebagai faktor yang paling berpengaruh karena ternyata sebagian besar perusahaan *startup* dapat sukses karena *timing* yang tepat. Gross memberikan contoh seperti perusahaan Airbnb, perusahaan ini menawarkan jasa penyewaan rumah pribadi terhadap orang asing. Dengan ide tersebut tentu orang-orang akan berpikir, “Siapa yang mau menyewakan rumahnya untuk orang asing?”, namun ternyata pernyataan tersebut berhasil dibantahkan lantaran *timing* yang dimiliki perusahaan ini sangat tepat.

b. *Team*

Kemampuan dan kualitas tim dalam mengeksekusi tentunya juga sangat berpengaruh. Bagi Gross, kualitas sebuah tim dapat dilihat dari kemampuannya

untuk beradaptasi dengan para konsumen. Bahkan menurut Gross, kesuksesan sebuah perusahaan sebanyak 32 persen dipengaruhi oleh kondisi tim di dalamnya.

c. *Idea*

Ide merupakan salah satu hal terpenting dalam membangun usaha. Hal ini yang mendasari dirinya untuk menamakan perusahaannya dengan nama “Idealab”. Dari hasil penelitiannya, ide mempengaruhi kesuksesan sebuah perusahaan sebanyak 24 persen.

d. *Model bisnis*

Model bisnis juga diakui oleh Gross sebagai faktor penting penentu kesuksesan dimana dapat menentukan potensi kesuksesan sebanyak 24 persen. Model bisnis dianggap penting karena dapat memberikan gambaran mengenai langkah-langkah untuk memperoleh keuntungan.

e. *Modal*

Pendanaan merupakan salah satu faktor krusial dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Namun dari hasil riset, ternyata faktor pendanaan meskipun penting, hanya turut berpengaruh sebanyak 14 persen saja. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan *startup* yang masih gagal walaupun telah memiliki dana yang mencukupi.

Melihat faktor-faktor yang dikemukakan oleh Bill Gross dapat disimpulkan bahwa *timing* merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah *startup*. Melihat lima faktor yang sudah dijelaskan khususnya *timing* yang berhubungan dengan waktu pada suatu kondisi tertentu menjelaskan bahwa keadaan saat ini akan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah *startup*. Seperti yang sudah diketahui bahwa Pandemi Covid-19 sudah melanda Indonesia sejak bulan Maret 2020. Terdapat beberapa dampak yang diakibatkan olehnya khususnya bidang pendidikan, antara lain yaitu ditunjukkan oleh tabel berikut ini.

Tabel 1. 2 Dampak Covid-19 Terhadap Indonesia

No	Dampak
1.	Perekonomian Indonesia 2020 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp15.434,2 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp56,9 Juta atau US\$3.911,7.
2.	Aktivitas belajar mengajar formal di sekolah atau universitas, maupun pendidikan non-formal hampir seluruhnya telah dialihkan menggunakan metode virtual. Efeknya, penggunaan <i>platform</i> pembelajaran daring meningkat.
3.	Kendala dalam belajar <i>online</i> akibat terkendala oleh susahny sinyal atau jaringan, terutama daerah yang belum mendapat jaringan yang bagus.

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 1.5 dapat diketahui bahwa dampak Pandemi Covid-19 hampir secara menyeluruh mempengaruhi segala aspek. Namun, salah satu aspek yang sangat mengalami perubahan yaitu bidang pendidikan dimana yang biasanya sekolah dilakukan secara tatap muka menjadi secara daring melalui perantara teknologi dan internet. Dalam pelaksanaan belajar secara daring terdapat beberapa aplikasi atau *platform* yang lumrah digunakan. Seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 1. 3 Media-media Pembelajaran Daring

No	Platform	Persentase Platform
1	Media Sosial	70,3%
2	Google Classroom	54,1%
3	Zoom	41,9%
4	Google Meet	30,6%
5	E-Learning Sekolah	16,3%
6	Rumah Belajar	7,8%
7	Microsoft Team	6,3%
8	Ruangguru	5,3%
9	Cisco Webex	3,4%
10	Emodo	2,2%

11	Quipper School	1,9%
12	U Meet Me	0,6%

Sumber: Perhimpunan untuk Pendidikan dan Guru Indonesia (P2GI)

Berdasarkan data diatas, dapat kita ketahui bahwasannya *media* sosial masih menjadi *platform* serbaguna dengan persentase penggunaan yang paling tinggi yaitu 70% untuk digunakan dalam menunjang proses belajar mengajar di era pandemi. Dari sekian banyak *platform* yang bisa digunakan untuk proses belajar mengajar, ada salah satu *startup* karya anak bangsa yang bergerak dibidang pendidikan dengan persentase penggunaan 5,3% yaitu Ruang Guru. Hal ini membuktikan bahwa karya anak bangsa bisa bersaing dengan *platform* yang dibuat oleh *startup* asing, pemerintah dan sistem pembelajaran dari sekolah. Meski begitu, *startup* karya anak bangsa ini harus terus didukung oleh pemerintah baik dalam pembinaan maupun pendanaan dan lainnya agar memiliki daya saing dengan *platform startup* dibidang pendidikan lainnya.

Hasil survei pembelajaran dari rumah yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Dirjen Dikti Kemendikbud), mengungkapkan bahwa dari semua literatur dalam *e-learning* mengindikasikan bahwa tidak semua peserta didik akan sukses dalam pembelajaran *online*. Hal ini dikarenakan faktor lingkungan belajar, dan karakteristik masing-masing peserta didik. Pembelajaran daring setiap Universitas menerapkan bentuk dan teknis yang berbeda-beda. Hasilnya, banyak juga mahasiswa yang merasa kurang paham mengenai materi, lebih banyak tugas mandiri, dan kesulitan melakukan praktikum sebagai penunjang mata kuliah (Egsaugm, 2020). Selain kendala dari sinyal, kuliah *online* juga menyebabkan kurangnya pemahaman terhadap materi yang disampaikan. Pemberian tugas yang banyak dengan *deadline* yang singkat juga menjadikan kendala tersendiri, Nadya Anantasya selaku mahasiswa Hukum Tata Negara (HTN) berpendapat bahwa tugas tidak sama seperti biasanya, tugas *online* lebih banyak dan lebih menyulitkan mahasiswa. Juga dalam perkuliahan banyak dosen yang hanya berfokus pada

pemberian tugas tidak diimbangi dengan pemberian materi dan melakukan diskusi (Ardi, 2020).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat menjadi sebuah peluang besar bagi para pelaku *startup* dibidang pendidikan khususnya perguruan tinggi untuk menyediakan *platform* yang menyerupai bimbingan belajar mata kuliah tertentu untuk membantu para mahasiswa yang merasa kesulitan dalam perkuliahan *online*. Selama pembelajaran secara daring ditemukan kesulitan dalam proses pembelajaran yang kurang efektif dan efisien, sehingga kurang maksimalnya kinerja mahasiswa dalam mempelajari suatu materi. Beberapa hal tersebut menjadi latar belakang didirikannya Tutuo, guna mempermudah Mahasiswa dalam belajar dan berdiskusi mengenai Matakuliah yang sedang diampu oleh setiap Mahasiswa. Tutuo sebagai *platform* yang masih baru dan belum melakukan validasi, tentunya sangat membutuhkan pembentukan strategi yang yang tepat sasaran. Salah satu aspek dalam membangun strategi adalah bagaimana sebuah *start up* dapat memetakan *customer profile* sehingga pembentukan *value map* akan mampu menjawab kebutuhan pelanggan berdasarkan *customer profile* (Osterwalder, 2014). Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “DESAIN PROPOSISI NILAI PADA STARTUP BIDANG PENDIDIKAN (STUDI PADA STARTUP TUTUO)”.

1.3 Perumusan Masalah

Salah satu *startup* yang bergerak pada bidang pendidikan adalah Tutuo. Tutuo merupakan *startup* karya mahasiswa Telkom University dengan layanan yang dapat diakses melalui *website*, tetapi saat ini Tutuo belum dapat diakses sepenuhnya karena masih dalam proses penyempurnaan dan validasi. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh Tutuo yaitu kesulitan untuk membentuk *value map* dan *customer profile*. Permasalahan ini membuat Tutuo sulit untuk berkembang, selain itu juga menjadi tantangan yang mendorong untuk mengetahui lebih jauh permasalahan utama, baik yang dialami Tutuo maupun mahasiswa yang kesulitan memahami suatu matakuliah di era pandemi ini. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan pendiri Tutuo dengan ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 1. 4 Hasil Wawancara Dengan Pendiri Tutuo

No	Aspek	Jawaban
1	Produk dan Jasa	Produk dan jasa yang ditawarkan oleh Tutuo masih sangat terbatas dan butuh pengembangan dan diversifikasi produk untuk produk baru.
2	<i>Gain Creator</i>	Karena keterbatasan jenis produk dan jasa yang ditawarkan belum diketahui bahwa produk dan jasa dapat meningkatkan <i>gain</i> yang diperoleh pelanggan atau tidak.
3	<i>Pain Relievers</i>	Produk dan jasa yang ditawarkan oleh Tutuo tentunya memberikan kemudahan bagi Mahasiswa yang membutuhkan bantuan belajar terhadap matakuliah, namun belum dideskripsikan secara detail produk dan jasa seperti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan sebenarnya
4	<i>Customer Jobs</i>	Tutuo hanya memetakan pelanggannya sebagai mahasiswa Telkom University, sehingga dalam menggambarkan segmentasi pelanggan berdasarkan pekerjaan apa yang mereka sebenarnya ingin selesaikan sesegera mungkin belum tergambar
5	<i>Pain</i>	Pada saat ini yang menjadi kendala yang dialami pelanggan mengenai proses belajar dan kebutuhan akan bimbingan belajar berangkat dari latar belakang kejadian pandemi dan lingkungan yang dibentuk oleh dosen dan mahasiswa pada saat kegiatan belajar mengajar.
6	<i>Gain</i>	Tutuo memberikan value berupa kegiatan belajar mengajar melalui video yang diharapkan dapat menambah wawasan setiap mahasiswa sehingga dapatkan.

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 1.6 diatas dapat diketahui bahwa produk dan jasa yang ditawarkan oleh Tutuo belum dikembangkan dengan melihat *Gain Creator*, *Pain Reliever*, *Customer Jobs*, *Pain* dan *Gain*. Hal ini membuktikan bahwa dibutuhkan sebuah penelitian yang secara mendalam membahas tentang VPD yang dimiliki Tutuo sehingga pada saat launching *startup* TUTUO akan lebih maksimal dan tepat sasaran guna memaksimalkan keinerja *startup*nya. Tutuo harus melakukan analisis pasar secara terstruktur, lebih luas dan mendalam agar inovasi yang dikembangkan dapat berkesinambungan khususnya dalam membentuk *value map* dan *customer profile*. Hal ini sangat penting karena dapat membangun pondasi yang kokoh pada tahap awal berdirinya Tutuo dalam berinovasi, mengurangi kegagalan risiko saat produk atau jasa dirilis ke pasar dan juga untuk tujuan efisiensi investasi. Tutuo harus memformulasikan ide yang akan dikembangkannya dengan sebuah pendekatan yang tepat. Pendekatan yang tepat adalah pendekatan yang bertujuan

untuk mencocokkan kebutuhan konsumen untuk menjadi strategi bisnis yang menawarkan nilai dan peluang pasar.

Maka dari itu penelitian ini akan mengeksplorasi lebih dalam interaksi antara pelaku *startup* dibidang pendidikan dengan pengguna *platform* sehingga keresahan dari kedua belah pihak dapat dijadikan dasar untuk menciptakan solusi. Fokus penelitian ini mengeksplorasi interaksi para mahasiswa yang kesulitan memahami suatu mata kuliah dengan menggunakan pendekatan *value proposition design* dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana *customer profile* pada *startup* bimbingan belajar online TUTUO?
2. Bagaimana *value map* yang diharapkan oleh konsumen *startup* bimbingan belajar online TUTUO?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan pada penelitian ini dalam menjawab pertanyaan penelitian sesuai penjelasan diatas yaitu.

1. Mengetahui bagaimana customer profile pada startup bimbingan belajar online TUTUO.
2. Mengetahui bagaimana *value map* yang diharapkan oleh konsumen *startup* bimbingan belajar online TUTUO.

1.5 Batasan Penelitian

Penggunaan *value proposition design* pada penelitian ini sebatas menyesuaikan, mengidentifikasi, menyelesaikan masalah dan mengembangkan ide.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak yang terkait, dalam hal ini dapat dilihat dari 2 (dua) aspek berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

1. **Ilmu pengetahuan**

Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi dan informasi di bidang penelitian dengan menghasillkan usulan hipotesis yang berfokus pada layanan pendidikan berbasis *digital*.

2. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan konsep solusi dalam permasalahan *startup* dibidang *edutech* sebagai fondasi tahap awal. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yaitu dengan membuat validasi dari hasil usulan hipotesis dari penelitian ini.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Objek *Startup* Tutuo

Penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk melakukan pengembangan konsep *value proposition design* yang bisa diuji validasinya ke pasar. Konsep tersebut merupakan solusi yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh *startup* dibidang *edtech* yang dijadikan objek penelitian yaitu Tutuo.

2. Inkubator

Tahapan dalam penelitian ini dapat dijadikan panduan untuk validasi masalah bagi inkubator dalam membina *startup* dibidang *edutech*.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat menemukan kesenjangan penelitian dan menentukan posisi penelitiannya. Dalam bab ini juga membahas proses pembentukan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, situasi sosial, pengumpulan data beserta sumber data, validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan mengenai karakteristik responden dan hasil penelitian. Data tersebut dianalisis dalam pembahasan hasil penelitian

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan usulan saran dalam aspek akademis dan praktis.