

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Antria adalah sebuah *startup* atau perusahaan rintisan di bidang jasa yang berfokus untuk merevolusi proses antrean konvensional dengan memberikan solusi yang lebih efisien dan fleksibel. Perusahaan ini didirikan untuk mengatasi permasalahan mengantre yang seringkali membosankan, tidak nyaman, dan menghabiskan banyak waktu saat memesan barang atau jasa. Antria hadir untuk mengubah cara mengantre menjadi lebih hemat waktu dan praktis, memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa tanpa perlu mengantre lama, serta memungkinkan pelanggan untuk melakukan aktivitas lain selama mengantre di tempat tujuan dari mana saja.

Antria didirikan oleh Agung Rizqi Darmawan bersama dengan tujuh orang anggota tim lainnya. Semua anggota tim adalah warga negara Indonesia dan juga merupakan mahasiswa di Universitas Telkom. Ide mendirikan Antria muncul dari pengalaman pribadi ketika memesan makanan di restoran favorit. Saat itu, Agung sedang lapar namun ia juga dikejar oleh tenggat waktu tugas kuliah. Sebagai seseorang yang sering mengantre lama ketika memesan makanan, Agung melihat ternyata sebagian besar waktu yang dihabiskan oleh pelanggan hanyalah sekadar diam di tempat menunggu giliran tiba tanpa melakukan aktivitas lain yang produktif. Sementara itu, pelanggan akan lebih menghemat waktu bila memesan nomor antrean terlebih dahulu dari rumah. Selain itu, sistem antrean yang ada kurang efisien dan fleksibel sehingga sering kali cukup sulit untuk ditinggalkan dari tempat. Agung menginginkan antrean yang dapat dilakukan dari mana saja. Berdasarkan pengalamannya tersebut, terdapat peluang untuk membuat sebuah layanan yang dapat menghubungkan pelanggan dengan pelaku usaha.

Antria berdiri pada tanggal 29 Agustus 2023 yang berlokasi di Bandung Techno Park, Jl. Telekomunikasi No.1, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Startup Antria dikembangkan melalui program WRAP Entrepreneurship yang merupakan bagian dari inkubasi bisnis Bandung Techno Park. Program tersebut dirancang untuk membantu mahasiswa yang ingin belajar berbisnis dan menjadi pengusaha, dengan memulai membangun bisnis sendiri, mulai dari ide hingga eksekusi dan dibimbing oleh dosen, tim pengajar, dan mentor pebisnis.

Sejak pembentukannya, Antria memiliki visi dan komitmen kuat untuk berperan aktif dalam mendukung konsumen serta pelaku usaha lokal guna memaksimalkan efisiensi dalam proses antrean. Inisiatif ini tidak hanya bertujuan untuk mengatasi kendala antrean konvensional yang sering kali memakan waktu dan kurang fleksibel, tetapi juga untuk mendorong digitalisasi proses antrean sebagai bagian dari adaptasi terhadap tuntutan revolusi industri 4.0. Dengan mengintegrasikan teknologi digital dalam pengelolaan antrean, Antria berupaya menciptakan pengalaman yang lebih nyaman, terstruktur, dan responsif bagi para konsumen serta membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas layanan dan produktivitas operasional. Upaya ini diharapkan tidak hanya akan memenuhi kebutuhan pasar saat ini, tetapi juga mempersiapkan para mitra dan pengguna Antria untuk menghadapi perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Target segmen pelanggan awal Antria dirancang secara cermat untuk menjangkau individu-individu yang memiliki kebutuhan tinggi akan efisiensi waktu dan kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari. Segmen ini mencakup mahasiswa dan pekerja kantoran berusia antara 17 hingga 40 tahun, dengan latar belakang ekonomi menengah hingga menengah atas. Individu dalam kelompok ini umumnya tinggal di wilayah perkotaan atau metropolitan yang padat, di mana gaya hidup sibuk dan mobilitas tinggi menuntut solusi yang praktis dan hemat waktu. Karakteristik demografis dan psikografis dari segmen ini menunjukkan preferensi terhadap teknologi, dengan kecenderungan mengutamakan kenyamanan dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan yang mempermudah aktivitas rutin.

Keterbatasan waktu yang sering dihadapi mendorong pencarian alternatif untuk meningkatkan produktivitas, termasuk dalam mengelola waktu tunggu saat memesan barang atau layanan. Solusi antrean digital dari Antria sangat relevan dalam memenuhi kebutuhan ini, memberikan nilai tambah signifikan dalam bentuk fleksibilitas dan kenyamanan.

Target mitra Antria pada masa awal berfokus pada sektor *food and beverages*, khususnya restoran yang berkomitmen untuk meningkatkan efisiensi operasional serta pengalaman pelanggan. Ukuran bisnis mitra-mitra ini mulai dari Usaha Kecil dan Menengah (UKM) hingga besar. Jenis-jenis restoran yang menjadi target mencakup restoran cepat saji, yang menghadapi lonjakan pengunjung pada jam sibuk dan memerlukan solusi untuk mengurangi waktu antrean, serta restoran keluarga yang sering menciptakan waktu tunggu yang lama. Kafe dan bistro yang ramai dan jaringan *franchise* dengan beberapa cabang juga menjadi perhatian. Antria memahami bahwa mitra-mitra ini membutuhkan sistem manajemen antrean yang fleksibel dan mudah diintegrasikan dengan metode pemesanan yang telah ada sebelumnya. Dengan menyediakan aplikasi manajemen antrean yang memungkinkan pelanggan untuk mengantre secara digital dan menerima pembaruan waktu nyata mengenai status antrean, Antria bertujuan untuk membantu restoran dalam pengelolaan waktu tunggu secara lebih efektif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperbaiki produktivitas staf dan pelayanan, yang pada akhirnya menciptakan lingkungan operasional yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Selain menargetkan sektor *food and beverages*, Antria juga mengidentifikasi sektor ritel sebagai mitra potensial dalam fase awal pengembangan layanan. Sektor ritel, yang mencakup toko-toko besar, pusat perbelanjaan, dan supermarket, sering menghadapi tantangan dalam mengelola antrean pelanggan, terutama pada saat promosi atau periode belanja sibuk seperti akhir pekan dan musim liburan. Dengan kebutuhan yang tinggi akan pengaturan lalu lintas pelanggan yang efisien dan pengalaman belanja yang lancar, sistem antrean digital dari Antria dapat memberikan manfaat signifikan, seperti

mengurangi kepadatan di area kasir, mempercepat waktu pelayanan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Layanan ini juga memungkinkan manajer toko untuk memantau antrian secara real-time dan menyesuaikan alur pelanggan dengan lebih baik, sehingga meningkatkan produktivitas staf dan mengoptimalkan operasional bisnis. Dengan demikian, kemitraan dengan sektor ritel diharapkan dapat memperluas jangkauan penggunaan Antria dan memperkuat posisinya sebagai solusi antrean digital yang komprehensif dan inovatif.

1.1.2 Logo Perusahaan

Logo yang dimiliki oleh startup Antria sejak awal mula berdiri hingga saat ini belum pernah mengalami perubahan, logo tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut:



Gambar 1. 1 Logo Antria
Sumber: Antria (2023)

Gambar 1.1 menunjukkan logo dari Antria yang terdiri dari dua unsur yaitu berupa ikon yang merepresentasikan antrean dengan kesan saling terhubung, fleksibel dan kenyamanan. Sedangkan, ikon seperti senyum menggambarkan kebahagiaan. Bentuk logo lingkaran memberi kesan dinamis dan bergerak cepat. Latar belakang pada logo dengan perpaduan warna ungu dan oranye menggambarkan ceria dan kepercayaan. Antria memiliki slogan yaitu antri menjadi

bahagia, dengan makna untuk mengubah pengalaman pelanggan dalam mengantre yang sebelumnya menyebalkan menjadi pengalaman yang lebih menyenangkan.

1.1.3 Struktur Organisasi

Berikut ini adalah struktur organisasi yang diterapkan oleh *startup* Antria. Struktur organisasi tersebut dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan perkembangan perusahaan.



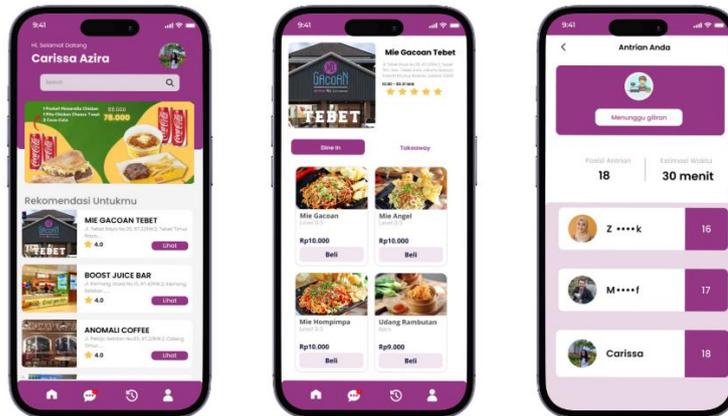
Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Antria

Sumber: Antria (2023)

1.1.4 Produk Startup Antria

Produk atau layanan utama dari Antria yaitu aplikasi antrean virtual. Aplikasi ini dirancang untuk mengatasi tantangan dalam proses pemesanan tradisional yang sering kali melibatkan antrean yang panjang dan tidak efisien. Melalui implementasi algoritma dan sistem yang canggih, aplikasi ini mampu menyediakan estimasi waktu tunggu, meminimalkan waktu yang dihabiskan dalam antrean fisik, dan memfasilitasi pemesanan secara daring dengan cepat dan mudah. Dalam aplikasi tersebut, terdapat fitur-fitur untuk mempermudah pelanggan, seperti notifikasi *real-time*, pesan teks, navigasi serta ulasan. Fungsi dari fitur-fitur tersebut diantaranya pengguna akan menerima notifikasi *real-time* tentang perkiraan waktu tunggu dan pemberitahuan saat gilirannya tiba. Selain itu, pengguna dapat

mengirim pesan atau menerima pemberitahuan dan informasi antrean melalui fitur obrolan dalam aplikasi. Pengguna juga dapat memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka dan memberi peringkat tempat tujuan. Berikut merupakan tampilan prototipe aplikasi antrean virtual dari Antria:



Gambar 1. 3 Tampilan Aplikasi Antria
Sumber: Antria (2024)

1.1.3 Visi dan Misi

Visi

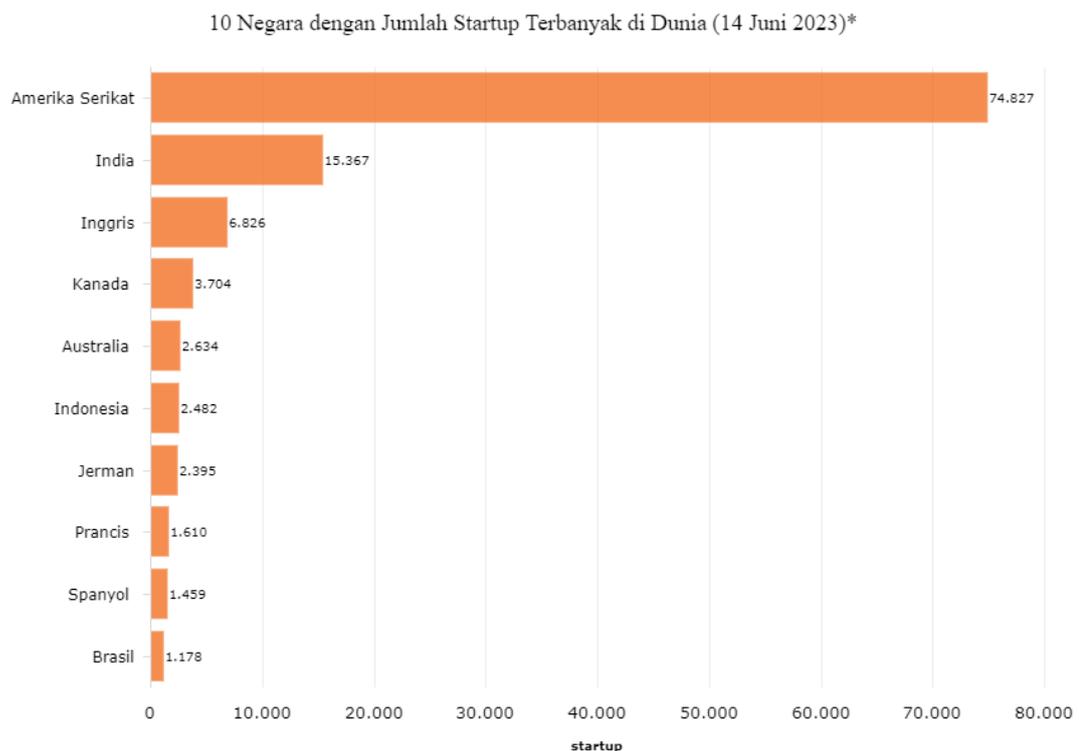
Menjadi pemimpin pasar dalam solusi antrean digital yang meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Misi

- Memberikan solusi antrean digital yang efisien dan fleksibel
- Meningkatkan pengalaman pelanggan saat mengantre
- Mendorong inovasi dalam teknologi antrean

1.2 Latar Belakang Penelitian

Startup merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat di Indonesia. Berdasarkan data Startup Ranking, Indonesia memiliki 2.482 startup per 10 Mei 2023, yang menempatkan Indonesia sebagai negara keenam dengan jumlah startup terbanyak di dunia. Indonesia bahkan menempati peringkat pertama di Asia Tenggara. Jumlah ini menunjukkan pertumbuhan yang pesat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2022, Indonesia memiliki sekitar 2.400 startup, sedangkan pada tahun 2020, terdapat lebih dari \$307 juta pendanaan untuk startup di Indonesia. Banyaknya jumlah *startup* ini memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia, termasuk penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya saing ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 1. 4 Jumlah Startup Terbanyak di Dunia

Sumber: Databoks (2023)

Menurut laporan dari Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia (MIKTI) tahun 2021, mayoritas *startup* berada di wilayah Jabodetabek dengan persentase mencapai 39,59% dari total *startup* yang ada di Indonesia. *Startup* juga berkembang di wilayah lain seperti Malang, Bandung, Yogyakarta, dan Makassar. (Aptika, 2022) mencatat bahwa dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara, Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi digital yang lebih laju. Hal ini didukung oleh semakin bertambahnya populasi dan peralihan konsumsi masyarakat Indonesia dari produk *offline* menjadi *online*. Selain itu, pada tahun 2021 terjadi peningkatan hampir dua kali lipat dari sisi jumlah transaksi dan nilai yang dibukukan. Bahkan sebanyak 22 putaran pendanaan memiliki nilai sekurangnya \$50 juta. Pendanaan awal masih mendominasi jumlahnya, namun pendanaan lanjutan juga memiliki tren yang meningkat, mengindikasikan adanya kepercayaan investor atas model bisnis *startup* yang semakin matang (Eka, 2022).

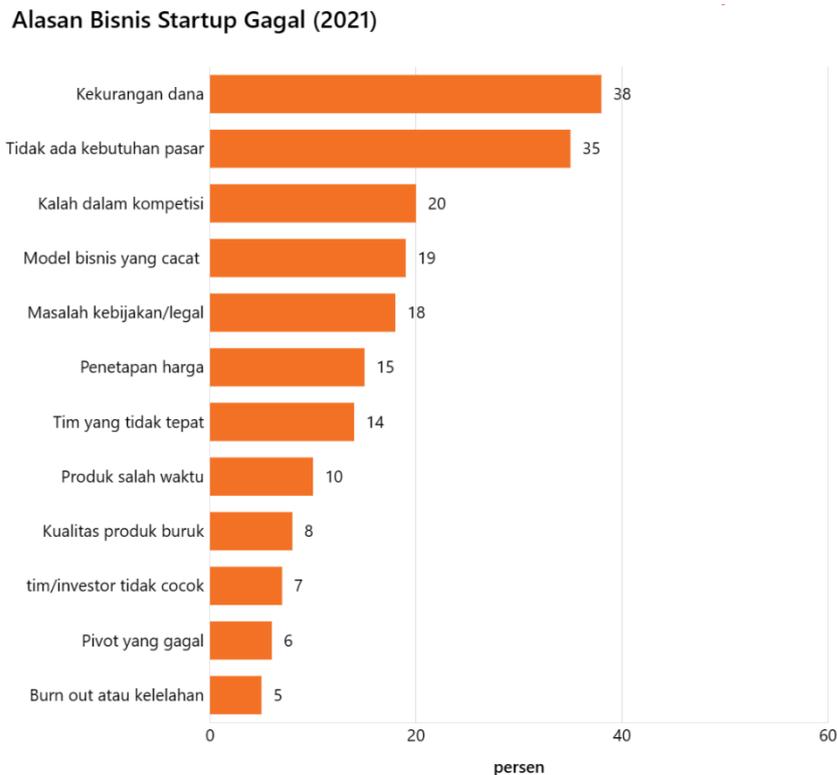
Transformasi digital juga menjadi faktor penting dalam perkembangan *startup* di Indonesia. Inisiatif pemerintah dalam menggencarkan transformasi digital di berbagai sektor telah mendukung perkembangan *startup* digital. (Maulana, 2023) menyebutkan bahwa pada tahun 2024, Indonesia ditargetkan untuk mempercepat transformasi digital. Ada empat sektor strategis yang menjadi fokus dalam upaya percepatan transformasi digital, yaitu infrastruktur digital, pemerintahan digital, ekonomi digital, dan masyarakat digital. Dalam Rencana Strategis Kominfo 2020-2024, pemerintah menargetkan empat program kebijakan utama untuk mempercepat transformasi digital, yaitu peningkatan infrastruktur, peningkatan adopsi teknologi, peningkatan talenta digital, dan penyelesaian regulasi pendukung.

Kemajuan teknologi dan digitalisasi telah menciptakan peluang besar bagi berkembangnya berbagai *startup* berbasis teknologi. Dalam konteks ini, *startup* memainkan peran penting dalam menggerakkan inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, program-program inkubasi bisnis, seperti yang dijalankan oleh Bandung Techno Park (BTP), memiliki peran yang sangat penting dalam

mendukung *startup* untuk berkembang dan berinovasi. Inkubator bisnis berfungsi sebagai wadah yang memberikan berbagai sumber daya penting, mulai dari pelatihan, pendampingan, hingga akses pada jaringan industri yang luas, sehingga memungkinkan *startup* melewati fase-fase kritis seperti validasi produk dan pencocokan solusi dengan kebutuhan pasar (Tricahyono et al., 2018).

Salah satu program unggulan di Bandung Techno Park adalah WRAP Entrepreneurship, sebuah inisiatif yang dirancang untuk membantu mahasiswa yang ingin belajar berbisnis dan menjadi pengusaha. Program ini memfasilitasi mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan bisnis sendiri, dimulai dari proses pembentukan ide hingga tahap eksekusi bisnis. Dengan dukungan dari dosen, tim pengajar, serta mentor yang merupakan pebisnis, mahasiswa mendapatkan bimbingan yang komprehensif dalam proses membangun *startup*. Program ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menghadapi tantangan bisnis yang nyata.

Salah satu startup yang dikembangkan melalui program ini adalah Antria, sebuah platform berbasis teknologi yang membantu masyarakat dalam mengelola antrean, terutama di sektor *food and beverage*. Dalam konteks pengembangan proposisi nilai untuk startup, peran inkubator bisnis seperti Bandung Techno Park sangat penting. Inkubator bisnis mampu menyediakan ekosistem yang mendukung inovasi melalui pembelajaran terstruktur, mentoring, dan akses ke berbagai sumber daya. Hal ini sejalan dengan temuan Tricahyono et al. (2018) yang menyatakan bahwa inkubator bisnis memainkan peran penting dalam membina inovasi pada *startup* teknologi melalui proses inkubasi yang didukung oleh kerjasama antara akademisi, industri, dan pemerintah.



Gambar 1. 5 Alasan Startup Gagal
Sumber: Databoks (2022)

Meskipun perkembangan *startup* di Indonesia cukup signifikan, tidak semua *startup* berhasil mencapai kesuksesan. Menurut CB Insight, sejumlah faktor menjadi penyebab kegagalan startup. Sebanyak 38% *startup* gagal karena kekurangan dana, menunjukkan pentingnya pendanaan yang cukup untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan sebuah startup. Selain itu, 35% *startup* gagal karena tidak adanya kebutuhan pasar untuk produk atau layanan yang ditawarkan, hal ini menegaskan pentingnya melakukan penelitian pasar yang mendalam. Sementara itu, 20% *startup* gagal karena kalah dalam kompetisi, menunjukkan betapa pentingnya memiliki strategi kompetitif yang kuat dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan di pasar. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), hanya sekitar 10% *startup* yang dapat bertahan dari total 1.300 startup yang mengikuti program Gerakan Nasional 1000 Startup di Indonesia. Banyak *startup* di Indonesia mengalami kegagalan

karena faktor manajerial, seperti kurangnya pengalaman dan visi yang jelas dari pendiri serta kurangnya fokus dalam menjalankan bisnis. Secara umum, tingkat kegagalan startup di Indonesia dan juga di seluruh dunia sangat tinggi, yaitu mencapai 90%. Hal ini menunjukkan bahwa membangun startup memiliki risiko yang tinggi, walaupun jika berhasil keuntungannya juga bisa sangat tinggi.

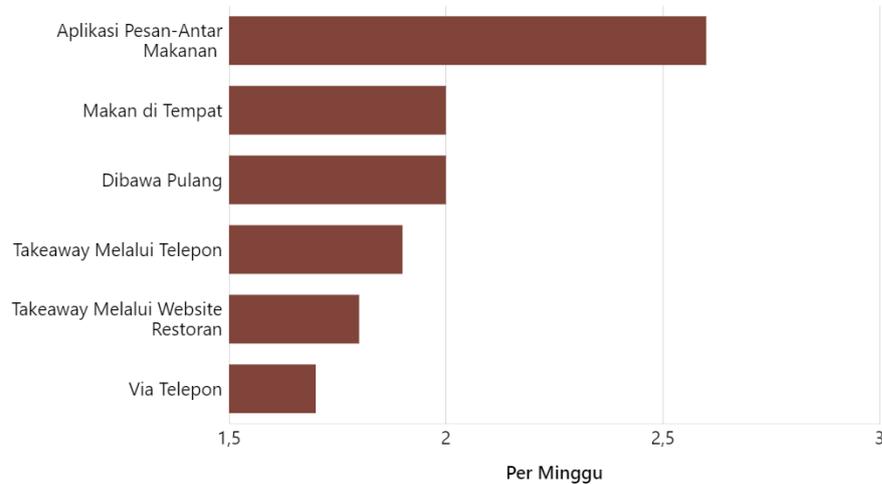
Pada beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat di sektor *startup*. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, masih terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku *startup*, terutama dalam menjaga keberlangsungan bisnis di tengah dinamika pasar yang kompetitif dan cepat berubah. Menurut Fitria dan Hakim (2022), keberhasilan *startup* sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor kritis, termasuk inovasi, kewirausahaan, teknologi, dan aspek ekonomi. Inovasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting, karena memungkinkan *startup* untuk terus beradaptasi dengan perubahan tren teknologi dan kebutuhan pasar. Namun, inovasi ini sering kali terhambat oleh keterbatasan sumber daya modal, kurang tepatnya target pasar, serta keterbatasan keterampilan teknologi dari tim *startup*. Selain inovasi, kewirausahaan juga diidentifikasi sebagai faktor yang sangat dominan. Keterampilan dalam kepemimpinan, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan untuk mengelola ketidakpastian menjadi elemen kunci yang menentukan apakah sebuah *startup* dapat bertahan dan berkembang. Dengan demikian, untuk memastikan keberhasilan dan pertumbuhan *startup* di Indonesia, perlu diperhatikan sinergi antara inovasi dan kewirausahaan sebagai elemen utama yang akan mendukung daya saing dan keberlanjutan bisnis.

Dalam upaya merancang proposisi nilai yang efektif bagi Antria, penting untuk memahami dinamika pasar solusi antrean digital di Indonesia. Kompetitor utama seperti WaitHub, Qiwii, dan ExaQue masing-masing menawarkan pendekatan berbeda dalam digitalisasi sistem antrean. WaitHub, yang bertransformasi dari AntriQue, fokus pada peningkatan kenyamanan pelanggan dan efisiensi operasional bagi mitra bisnis di berbagai sektor. Qiwii dan ExaQue juga memberikan kontribusi penting dalam lanskap persaingan ini. Qiwii menawarkan

sistem manajemen antrean dengan integrasi multi-touchpoint, seperti pemesanan jarak jauh dan notifikasi real-time, yang menekankan fleksibilitas dan kemudahan pelanggan. Sementara itu, ExaQue fokus pada efisiensi antrean melalui pemantauan real-time dan kemampuan penyesuaian sistem sesuai kebutuhan mitra bisnis. Analisis terhadap fitur dan pendekatan kompetitor ini menjadi landasan penting bagi Antria dalam menyusun proposisi nilai yang kuat, relevan, dan kompetitif dengan menggunakan pendekatan Value Proposition Design. Pendekatan ini akan memastikan bahwa solusi yang ditawarkan selaras dengan kebutuhan pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membedakan Antria dari pesaing lainnya di pasar yang dinamis.

Peningkatan penggunaan teknologi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang signifikan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2022, sekitar 66,48% penduduk Indonesia telah menggunakan internet, meningkat dari tahun sebelumnya. Selain itu, sebanyak 67,88% penduduk Indonesia telah memiliki telepon seluler pada tahun 2022. Menurut laporan We Are Social pada Januari 2024, terdapat 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara dengan 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang. Peningkatan ini mencerminkan perubahan menuju masyarakat informasi dan keterbukaan informasi. Perkembangan ini juga didorong oleh pertumbuhan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di Indonesia. Indeks Pembangunan TIK Indonesia 2021 sebesar 5,76 terjadi peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbuka dan menerima perkembangan teknologi, di mana akses dan pemanfaatan teknologi menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari.

Rata-Rata Metode Memesan Makanan Siap Santap Selama Seminggu



Gambar 1. 6 Metode Memesan Makanan
Sumber: Nielsen (2019)

Pemesanan makanan melalui platform online di Indonesia menjadi semakin populer. Berdasarkan data dari Nielsen Singapore Report, sekitar 58% penduduk Indonesia melakukan pembelian makanan siap saji melalui aplikasi di *smartphone*. Rata-rata individu memesan makanan siap saji melalui aplikasi pesan-antar makanan di *smartphone* sebanyak 2,6 kali per minggu. Selain itu, orang-orang juga memesan makanan untuk dibawa pulang dan melakukan pemesanan melalui situs web pesan-antar makanan pihak ketiga secara *online* sebanyak 2 kali seminggu. Sementara itu, pemesanan makanan secara *takeaway* melalui telepon dan situs web restoran dilakukan masing-masing sebanyak 1,9 dan 1,8 kali per minggu. Pemesanan makanan siap saji melalui telepon dan situs web restoran dilakukan sebanyak 1,7 kali per minggu. Hasil survei dari Nielsen Singapore Report menunjukkan alasan utama yang mendorong masyarakat untuk memilih opsi tersebut adalah untuk menghemat waktu dan tenaga, baik untuk mengantre dan menunggu maupun untuk bepergian ke tempat makan. Selain itu, promosi dan tawaran menarik, pembayaran yang praktis, potongan tunai, dan banyaknya pilihan juga menjadi pertimbangan (Jayani, 2019).

Tabel 1. 1 Hasil Temuan Permasalahan Antrean

Narasumber	Umur	Temuan Permasalahan
A1	21	Antrean panjang menyebabkan ketidaknyamanan dan pemborosan waktu.
A2	20	Antrean yang panjang dianggap membuang waktu dan menimbulkan ketidaknyamanan.
A3	21	Antrean panjang yang panas, bising, dan berdesakan menyebabkan ketidaknyamanan dan frustrasi.
A4	20	Antrean panjang dianggap menghambat aktivitas dan menimbulkan ketidaknyamanan, terutama saat terburu-buru.
A5	20	Antrean panjang yang membuang waktu dan menyebabkan kebosanan serta ketidaknyamanan.
A6	20	Antrean dianggap berguna untuk menjaga keteraturan, namun antrian panjang tetap melelahkan dan membuat frustrasi.
A7	21	Antrean panjang menyebabkan pemborosan waktu dan frustrasi, terutama dalam situasi mendesak.
A8	20	Ketidakteraturan, cuaca panas, dan keramaian membuat antrian menjadi tidak nyaman.
A9	19	Antrean panjang menimbulkan ketidaknyamanan fisik dan kebosanan.

Sumber: Survei dan wawancara oleh penulis (2023)

Meningkatnya kebutuhan akan sistem antrean yang lebih efisien tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dalam antrean konvensional. Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan oleh penulis (2023), ditemukan bahwa mayoritas responden mengalami ketidaknyamanan yang signifikan saat harus mengantre dalam jangka waktu yang lama. Beberapa responden, seperti A1 dan A2, menyatakan bahwa antrean panjang menyebabkan ketidaknyamanan dan pemborosan waktu. Hal serupa diungkapkan oleh A3, yang menggambarkan kondisi antrean yang panas, bising, dan berdesakan sebagai sumber frustrasi. Lebih lanjut, A4 mengungkapkan bahwa antrean panjang dapat menghambat aktivitas sehari-hari, terutama ketika berada dalam situasi mendesak. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek ketidakteraturan, ketidaknyamanan fisik, dan rasa bosan adalah isu utama yang dihadapi pengguna sistem antrean tradisional. Data ini menegaskan urgensi pengembangan solusi antrean yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan.

Pada masa kini, *startup* menjadi pionir dalam memecahkan masalah tradisional dengan pendekatan yang lebih efisien melalui teknologi digital. Perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan pelanggan menjadi pemicu bagi *startup* Antria untuk menemukan solusi inovatif dalam menanggapi permasalahan kompleks yang dihadapi oleh sistem antrean konvensional. Antria merupakan sebuah *startup* digital yang dikembangkan dengan tujuan mengatasi ketidaknyamanan dan pemborosan waktu dalam proses antrean, membawa visi untuk mengubah cara masyarakat dalam mengantre. Dengan memberikan solusi yang lebih efisien dan fleksibel, Antria memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa tanpa perlu menghabiskan waktu terlalu lama dalam antrean serta memberikan kebebasan dan kenyamanan kepada pelanggan.

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan *startup* adalah menentukan penawaran nilai yang sesuai bagi pelanggan. Fenomena kegagalan *startup* sering kali dikaitkan dengan ketidaksesuaian antara produk atau layanan yang ditawarkan dengan kebutuhan pasar. *Startup* dapat menghabiskan banyak waktu dan sumber daya untuk mengembangkan produk atau layanan, tetapi jika tidak ada permintaan di pasar, maka usaha tersebut akan sulit untuk berkembang. Berdasarkan data yang telah disebutkan, banyak *startup* gagal karena tidak ada kebutuhan pasar terhadap produk atau layanannya. Ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang pasar dan pelanggan adalah kunci kesuksesan *startup*.

Dalam konteks ini, *Value Proposition Design* (VPD) dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk meminimalkan risiko kegagalan. *Value proposition design* merupakan proses sistematis yang membantu perusahaan untuk memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan, menciptakan nilai yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dan mengkomunikasikan nilai tersebut secara efektif. Dengan menggunakan *value proposition design*, *startup* dapat memastikan bahwa produk atau layanan mereka memiliki nilai yang jelas dan relevan bagi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan peluang sukses di pasar.

Antria merupakan *startup* yang masih berada pada tahap awal pengembangan dan membutuhkan validasi konsumen. Oleh karena itu, sangat penting untuk menemukan proposisi nilai yang sesuai bagi pelanggan dengan menggunakan kerangka kerja yang tepat. Dalam hal ini, penerapan *value proposition design* dapat membantu *startup* untuk menciptakan proposisi nilai yang kuat yang dapat membedakan perusahaan dari pesaing dan meningkatkan daya saing bisnis. Dengan demikian, perancangan proposisi nilai pada *startup* Antria menjadi penting untuk menangkap kebutuhan pasar dan memberikan solusi yang relevan serta efektif.

1.3 Rumusan Masalah

Indonesia telah menjadi salah satu pusat pertumbuhan *startup* di Asia Tenggara, dengan jumlah *startup* mencapai 2.942 per Mei 2023, menempatkannya di peringkat keenam dunia (Bisnis.com, 2023). Namun, tingkat keberhasilan *startup* di Indonesia masih rendah; data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menunjukkan bahwa hanya sekitar 10% *startup* yang mampu bertahan dalam jangka panjang (Kompas.com, 2023).

Salah satu penyebab utama kegagalan *startup* adalah kurangnya pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar dan pelanggan. Menurut laporan CB Insights, 42% *startup* gagal karena produk atau layanan mereka tidak memenuhi kebutuhan pasar (CNBC Indonesia, 2022). Selain itu, 29% *startup* gagal karena kehabisan dana, dan 23% lainnya disebabkan oleh komposisi tim yang tidak tepat. Presiden Joko Widodo juga menyoroti bahwa 80% hingga 90% *startup* di Indonesia gagal berkembang karena tidak mampu melihat kebutuhan pasar (CNBC Indonesia, 2022).

Pendekatan *Value Proposition Design* (VPD) menjadi semakin relevan dalam konteks ini. VPD adalah metode yang dapat membantu *startup* dalam memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan secara lebih rinci, dengan tujuan untuk menciptakan solusi yang relevan dan bernilai bagi perusahaan. VPD

melibatkan analisis mendalam terhadap *customer profile* yang mencakup pekerjaan, kesulitan, dan keuntungan yang diinginkan pelanggan, serta *value map* yang mencakup fitur produk, pereda kesulitan (*pain relievers*), dan pencipta keuntungan (*gain creators*). Dengan menggunakan pendekatan ini, *startup* dapat merancang produk atau layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan peluang keberhasilan.

Studi kasus pada *startup* yang berhasil di Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan pendekatan berbasis kebutuhan pelanggan cenderung lebih sukses dalam menarik perhatian pasar dan membangun basis pengguna yang setia. Misalnya, Gojek dan Tokopedia berhasil mengidentifikasi kebutuhan lokal dengan tepat dan menawarkan solusi yang sesuai, sehingga mampu berkembang pesat menjadi *unicorn*. Perusahaan tersebut menggabungkan pemahaman yang mendalam tentang budaya dan perilaku konsumen lokal dengan teknologi, sehingga dapat memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Antria sebagai *startup* yang berfokus pada digitalisasi sistem antrian. Dalam konteks perkembangan teknologi dan digitalisasi layanan, kebutuhan akan solusi antrian yang lebih efisien menjadi semakin mendesak, terutama setelah percepatan adopsi layanan digital. Digitalisasi sistem antrian memiliki potensi besar untuk mengurangi waktu tunggu, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Namun, di tengah persaingan yang ketat, Antria perlu memastikan bahwa solusi yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan mampu memberikan nilai tambah yang signifikan dibandingkan dengan metode antrian konvensional atau layanan serupa. Antria menghadapi tantangan untuk menciptakan proposisi nilai yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Pendekatan *Value Proposition Design* (VPD) menjadi krusial bagi Antria untuk memastikan bahwa produk dan layanannya menawarkan solusi yang relevan dan bernilai bagi pelanggan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *customer profile* dari startup Antria?
2. Bagaimana *value map* dari startup Antria?
3. Bagaimana kesesuaian antara nilai yang ditawarkan oleh Antria dengan kebutuhan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *customer profile* dari startup Antria.
2. Untuk mengetahui *value map* dari startup Antria.
3. Untuk mengetahui kesesuaian antara nilai yang ditawarkan oleh Antria dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini akan membantu memahami bagaimana sebuah startup seperti Antria dapat menghadapi masalah antrean konvensional dengan sukses dan meningkatkan proposisi nilai mereka melalui penggunaan Value Proposition Design (VPD).

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang proses pengembangan *startup* menggunakan pendekatan *Value Proposition Design*.
2. Bagi startup Antria, penelitian ini dapat memberikan masukan untuk meningkatkan efektivitas proposisi nilai yang ditawarkan.
3. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang perancangan proposisi nilai menggunakan *value proposition canvas* untuk mengembangkan *startup*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab saling memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika penulisan yaitu sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian berupa profil perusahaan, struktur organisasi, visi misi, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai teori yang digunakan sesuai dengan topik dan objek penelitian yang diangkat yakni startup, inovasi, value proposition canvas, value innovation, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai karakteristik penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, pengumpulan data dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil serta pembahasan atau analisis yang telah dilakukan di dalam penelitian.

e. BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai simpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan, masukan atau rekomendasi dari penelitian yang telah dilaksanakan.