

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi memainkan peran krusial dalam kehidupan manusia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dari hasil pendataan Survei Susenas Tahun 2022, sebanyak 66,48% penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2022 dan sebanyak 62,10% di tahun 2021 [1]. Era digitalisasi telah mengubah paradigma komunikasi dan pertukaran informasi secara signifikan, menimbulkan sejumlah tantangan baru. Digitalisasi ini turut meresapi berbagai sektor, termasuk sektor perdagangan, di mana partisipasi masyarakat dalam kegiatan jual-beli daring semakin meluas. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, menyatakan terdapat 2,99 juta pelaku usaha yang melakukan penjualan melalui *lokapasar daring* atau *e-commerce* di Indonesia [2].

Fenomena ini membawa dampak, terutama dalam peningkatan jumlah tautan yang dibagikan, seperti dalam konteks iklan, promosi produk, atau transaksi *online*. Konsekuensinya, masyarakat seringkali dihadapkan dengan tautan yang panjang dan sulit diingat. Kendala ini dapat menyebabkan gangguan dalam proses kerja sama, menghambat pencapaian tujuan bersama, dan mengurangi efisiensi operasional secara keseluruhan.

Ungu.in hadir sebagai solusi dari permasalahan pengelolaan tautan Panjang dan sulit diingat. Dalam versi pertama Ungu.in hadir dalam bentuk *landing page* website yang berfungsi untuk melakukan pemendekan tautan, namun belum bisa melakukan pengelolaan dari tautan yang sebelumnya sudah dibuat. Versi kedua Ungu.in dikembangkan dengan menghadirkan *dashboard* pengelolaan tautan agar pengguna dapat melakukan pemendekan tautan dan pengelolaan tautan yang sudah dibuat sebelumnya dalam satu tempat, namun pengguna belum bisa melakukan *forget password* apabila pengguna yang teregistrasi melupakan kata sandi. Berdasarkan hasil pengembangan Ungu.in versi sebelumnya, *traction* Ungu.in yang meningkat, dan peluang bisnis yang besar menjadi alasan Ungu.in versi tiga

dikembangkan dengan menambahkan model bisnis serta menghadirkan fitur-fitur yang mampu mempermudah pengguna dalam melakukan pengelolaan tautan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat yaitu pengembangan bisnis platform pengelolaan tautan untuk kebutuhan digital.

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada pengembangan produk adalah sebagai berikut :

- a. Data yang digunakan mengambil dari pengguna aktif platform ungu.in, yang terdiri dari sektor pendidikan (guru, siswa, dan institusi pendidikan) serta pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).
- b. Metode pengembangan yang digunakan yaitu metode *Agile Development*, dengan pendekatan iteratif dan partisipasi pengguna dalam memberikan umpan balik pada setiap tahap pengembangan.

## 1.4 Tujuan

Ungu.in solusi inovatif dan terpercaya dalam mengelola tautan yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat berpartisipasi di era digitalisasi dan mencapai tujuan bisnis dengan lebih efisien. Platform UNGU.IN memiliki berbagai fitur seperti memperpendek tautan dan pengelolaan tautan dalam satu tempat yang dapat membantu masyarakat dalam sektor pendidikan ataupun UMKM digital, memiliki fitur analisa tautan, mengubah tautan menjadi *QR Code*, mengunci tautan, kadaluarsa tautan serta fitur yang menjadi andalan dengan slogan "Ruang Bersama Mengelola Tautan" berupa pengelolaan tautan bersama rekan dimana pengguna dapat melakukan pengelolaan tautan panjang dalam satu tempat secara bersama. Dengan pengelolaan tautan secara bersamaan dengan rekan bisnis akan membantu pelaku bisnis seperti UMKM digital dalam proses kerja sama, pencapaian tujuan bersama, dan menambah efisiensi operasional secara keseluruhan.

## 1.5 Profil

- a. Produk/jasa dan solusi yang ditawarkan kepada konsumen

Ungu.in adalah platform layanan yang menawarkan solusi pengelolaan tautan secara kolaboratif melalui fitur unggulan "*Space*", yang memungkinkan beberapa pengguna untuk bekerja sama dalam satu *dashboard* guna mengelola, memantau, dan mengoptimalkan tautan secara efisien. Ungu.in juga dilengkapi dengan berbagai fitur canggih, seperti pengkategorian tautan, analisis performa, serta proteksi tautan dengan password, dan pengaturan masa kadaluarsa. Selain itu, pengguna dapat dengan mudah mengkonversi tautan menjadi kode QR dan membuat mini website (*connect line*) untuk menampilkan tautan-tautan mereka secara terstruktur.

Untuk mendorong pertumbuhan, ungu.in menawarkan fitur *referral*, yang memberikan insentif kepada pengguna untuk mengajak orang lain menggunakan layanan. Bagi perusahaan, ungu.in menyediakan *custom domain*, yang memungkinkan tautan *official* menggunakan domain perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap brand tersebut.

- b. Sumber daya yang digunakan dalam usaha (Tim bisnis/SDM, Peralatan, bahan baku)

Berikut merupakan table 1.1 yang menyajikan sumber daya manusia yang ada dalam usaha Ungu.in,

Tabel 1.1 Sumber Daya Manusia

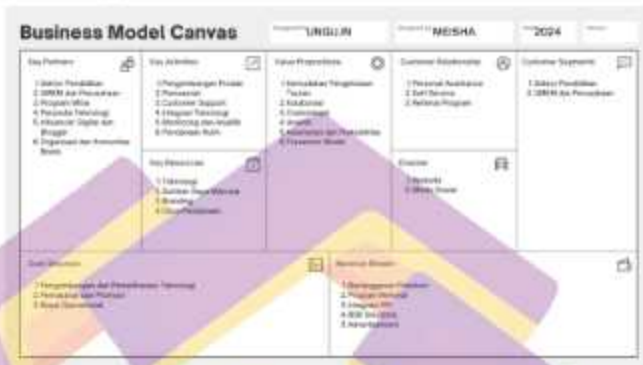
No	Nama Lengkap	Peran	Kontribusi
1	Meisha Afifah Putri	a. <i>Chief Executive Officer</i> b. <i>Front End Website Developer</i>	1) Membuat keputusan strategis untuk pertumbuhan perusahaan. 2) Memimpin tim eksekutif dan karyawan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. 3) Mengelola sumber daya perusahaan, termasuk anggaran, tenaga kerja, dan aset. 4) Berinteraksi dengan pelanggan, mitra, investor, dan pemangku kepentingan

No	Nama Lengkap	Peran	Kontribusi
			<p>lainnya untuk membangun hubungan yang kuat.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5) Mengayomi seluruh karyawan dalam perusahaan</li> <li>6) Melakukan pengembangan website pada sisi tampilan <i>user</i>.</li> </ol>
2	Muh Zaki Choiruddin	a. <i>Chief Technology Officer</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memimpin pengembangan produk dan teknologi perusahaan termasuk dalam pemilihan teknologi yang sesuai.</li> <li>2) Melakukan riset dan inovasi terhadap teknologi baru yang relevan untuk diimplementasikan dalam produk.</li> <li>3) Mengelola, memotivasi, dan mengarahkan tim bidang teknologi dalam menghasilkan solusi teknologi yang efektif.</li> <li>4) Berperan dalam perancangan arsitektur sistem dan menjaga keamanan informasi data produk.</li> </ol>
3	Rizky Oktafian Nur Muhammad	a. <i>Chief Product Officer</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Merancang, mengelola, dan melaksanakan strategi produk yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan pasar dan tujuan bisnis.</li> <li>2) Memahami kebutuhan pengguna melalui penelitian produk, uji coba pengguna, dan analisis data untuk mendorong inovasi produk.</li> <li>3) Memprioritaskan fitur dan peningkatan produk berdasarkan umpan balik pelanggan, analisis kompetitif, dan tren pasar.</li> <li>4) Meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dengan memastikan produk yang dirilis berkualitas tinggi dan <i>user-friendly</i>.</li> </ol>

No	Nama Lengkap	Peran	Kontribusi
4	Arvin Claudy Frobenius	a. <i>Chief Sustainability Officer</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memberikan pandangan dan nasihat berdasarkan pengalaman dan pengetahuan di industri <i>startup</i>.</li> <li>2) Memberikan sudut pandang objektif dari luar perusahaan untuk membantu dalam mengidentifikasi masalah atau peluang yang mungkin tembak oleh tim internal.</li> <li>3) Membantu mengambil keputusan strategis berdasarkan identifikasi risiko dan peluang.</li> <li>4) Membantu membangun hubungan dengan mitra potensial seperti investor, pelanggan, atau profesional lain.</li> <li>5) Memberikan umpan balik dari produk, membantu dalam merancang fitur yang relevan dengan kebutuhan pasar.</li> </ol>
5	Zahrotul Wakhidah	a. <i>Chief Business Officer</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memahami kebutuhan pasar dan tren industri melalui penelitian, analisis data, serta berinteraksi dengan pelanggan dan mitra bisnis.</li> <li>2) Mengawasi kinerja tim penjualan dan pemasaran, serta memastikan pencapaian target pendapatan dan pertumbuhan.</li> <li>3) Mengawasi pengembangan dan eksekusi model bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan.</li> <li>4) Merancang, mengelola, dan melaksanakan strategi bisnis yang komprehensif untuk mencapai pertumbuhan pendapatan dan tujuan jangka panjang perusahaan.</li> </ol>

c. Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas Ungu.in versi tiga dijelaskan dalam gambar 1.1 berikut,



Gambar 1.1 Business Model Canvas Ungu.in

Bisnis model dari UNGU.IN sebagai berikut,

1) Key Partners

- a) Sektor Pendidikan : Universitas, sekolah, organisasi pendidikan, komunitas guru, dan pelajar.
- b) UMKM dan Perusahaan : *Marketplace*, komunitas bisnis kecil dan menengah, asosiasi startup.
- c) Program Mitra : Kerja sama dengan lembaga untuk fitur custom domain atau paket berlangganan.
- d) Penyedia Teknologi : Penyedia layanan hosting, penyedia layanan cloud, dan penyedia *API* pihak ketiga untuk analitik.
- e) Influencer Digital dan Blogger : Membantu mempromosikan layanan ungu.in kepada komunitas target.
- f) Organisasi dan Komunitas Bisnis : Kerja sama dengan organisasi untuk mendukung pengelolaan tautan mereka.

2) Key Activities

- a) Pengembangan Produk : Pengembangan fitur-fitur unggulan seperti pemendek tautan, *Custom Domain*, *Connect Line*,

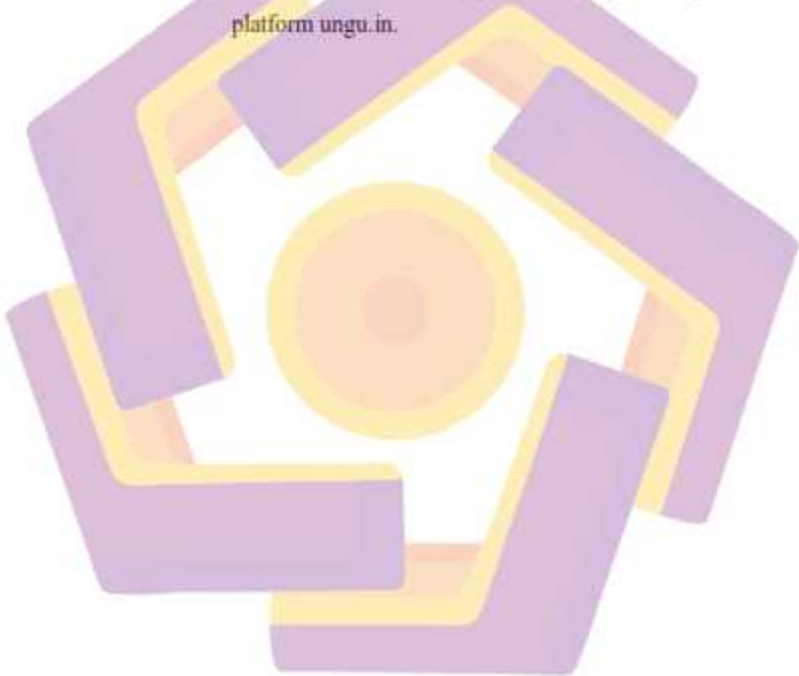
*Space* (pengelolaan tautan bersama rekan), analitik tautan, *password* tautan, kadaluarsa tautan, kategori tautan, Referral dan *QR Code*.

- b) Pemasaran : *Digital marketing*, kampanye media sosial, kemitraan dengan komunitas pendidikan dan UMKM.
  - c) *Customer Support* : Memberikan layanan dukungan pelanggan, tutorial, dan panduan penggunaan.
  - d) Integrasi Teknologi : Menjaga infrastruktur agar dapat diandalkan dan terus meningkatkan performa.
  - e) Monitoring dan Analitik : Analisis data pengguna untuk meningkatkan layanan dan mengidentifikasi kebutuhan pengguna.
  - f) Pendanaan Rutin : Mengikuti program pendanaan tahunan untuk mendukung pengembangan dan operasional bisnis.
- 3) Value Propositions
- a) Kemudahan Pengelolaan Tautan : Mengelola banyak tautan dalam satu dashboard yang rapi dan mudah digunakan.
  - b) Kolaborasi : Ruang Bersama untuk mempermudah kerja sama tim dalam mengelola tautan.
  - c) Customisasi : Fitur *custom domain* dan *Connect Line* untuk meningkatkan kepercayaan dan profesionalitas pengguna.
  - d) Analitik : Melacak performa tautan secara detail untuk pengambilan keputusan berbasis data.
  - e) Keamanan dan Fleksibilitas : Proteksi tautan dengan password, pengaturan masa kadaluarsa, dan konversi ke *QR Code*.
  - f) Freemium Model : Memberikan akses gratis dengan opsi peningkatan ke paket premium.
- 4) Customer Relationship
- a) Personal Assistance : Dukungan pelanggan melalui chat whatsapp dan email.

- b) Self-Service : Panduan penggunaan di situs web.
  - c) Referral Program : Memberikan insentif kepada pengguna untuk mengundang orang lain menggunakan layanan.
- 5) Customer Segments
- a) Sektor Pendidikan : Mahasiswa, siswa, dosen, dan guru yang ingin mengelola tautan terkait pembelajaran.
  - b) UMKM dan Perusahaan : Bisnis yang aktif secara digital dan memerlukan pengelolaan tautan untuk pemasaran.
- 6) Key Resources
- a) Teknologi : Infrastruktur digital yang andal, sistem pemendek tautan, dan analitik data.
  - b) Sumber Daya Manusia : Tim pengembang dan pemasaran.
  - c) Branding : Reputasi ungu.in sebagai platform terpercaya di bidang pengelolaan tautan.
  - d) Dana Pendanaan : Hasil dari program pendanaan rutin untuk mendukung pengembangan, pemasaran, dan operasional.
- 7) Channel
- a) Website : Sebagai platform utama untuk layanan.
  - b) Media Sosial : Facebook, Instagram, LinkedIn, dan Tiktok untuk pemasaran dan komunikasi dengan pengguna.
- 8) Cost Structure
- a) Pengembangan dan Pemeliharaan Teknologi : Hosting, server, pengembangan fitur baru.
  - b) Pemasaran dan Promosi : Kampanye media sosial, ads, dan kolaborasi komunitas.
  - c) Biaya Operasional : Lisensi dan biaya infrastruktur teknologi.
- 9) Revenue Stream
- a) Berlangganan Premium : Paket berbayar untuk fitur tambahan seperti *custom domain*, analitik mendalam, dan akses ke Ruang Bersama.



- b) Program Referral : Peningkatan pendapatan dari pengguna yang mengundang pengguna baru ke layanan premium.
- c) Integrasi *API* : Biaya berlangganan dari pengguna yang memanfaatkan layanan *API* untuk pengelolaan tautan skala besar.
- d) B2B Solutions : Kerja sama dengan perusahaan untuk paket kustom pengelolaan tautan dalam skala korporasi.
- e) Advertisement : Pendapatan dari pemasangan iklan di platform ungu.in.



- d. Analisis pesaing bisnis dan kelebihan produk terhadap pesaing sejenis  
 Analisa pesaing bisnis Ungu.in dengan beberapa kompetitor seperti Bit.ly, S.id, dan Short.io dijelaskan dalam tabel 1.2 berikut,

Tabel 1.2 Analisa Pesaing Bisnis

No	Aspek Komparasi	Bisnis			
		Ungu.in	Bit.ly	S.id	Short.io
1.	Profil Usaha	Layanan Manajemen tautan yang lengkap untuk mengelola, memendekkan, dan monitoring seluruh tautan pribadi maupun tim dengan cepat dalam satu tempat, dan pembuatan mini website dan <i>custom domain</i>	Layanan untuk mempersingkat URL dan melacak klik. Ini membantu bisnis dengan kemudahan berbagi <i>link</i> , kredibilitas, dan analisa performa	Layanan pemendekan URL yang menawarkan berbagai fitur menarik, meningkatkan kredibilitas, dan meningkatkan ROI pemasaran	Layanan singkatan link namun menggunakan domain sendiri, membuat <i>link branded &amp;</i> kredibel. Analisa klik,
2.	Fitur Custom Url	Ungu.in Menyediakan layanan <i>short url custom</i> secara gratis	Bitly Menyediakan layanan <i>short url custom</i> secara berbayar	s.id Menyediakan layanan <i>short url custom</i> secara gratis	Tidak Ada
3.	Qr Code	Ungu.in dapat mengubah <i>link</i> dalam bentuk <i>Qr Code</i> di layanan premium	Bitly dapat mengubah <i>link</i> dalam bentuk <i>Qr Code</i> namun dengan jumlah terbatas	s.id dapat mengubah <i>link</i> dalam bentuk <i>Qr Code</i> dalam jumlah terbatas	short.io dapat mengubah <i>link</i> dalam bentuk <i>Qr Code</i> dalam jumlah terbatas
4.	Kolaborasi Tautan	Ungu.in memiliki fitur ruang tautan bersama	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

		untuk mengorganizer tautan dengan rekan dalam lingkup besar			
5.	Referral	Ungu.in menyediakan program referral untuk memberikan komisi beberapa persen jika pengguna baru menggunakan kode referral tersebut dan melakukan pembelian paket berlangganan.	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada
6.	Statistik	Ungu.in menyediakan grafik statistik untuk menganalisis jumlah pengunjung, serta analisis demografi pengunjung	Bitly menyediakan fitur grafik statistik untuk melihat secara mendetail dalam rentan tanggal	S.id menyediakan fitur statistik untuk melihat jumlah pengunjung dalam rentan waktu	Tidak Ada

7.	Kelola Tautan	Ungu.in memiliki fitur kelola tautan yang dimana bertujuan untuk membuat kategori tautan, mengarsipkan serta memudahkan pencarian tautan yang sudah kita buat secara signifikan	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada
----	---------------	---	-----------	-----------	-----------

e. Segmentasi dan Target Pasar

Target Pasar dari ungu.in adalah sebagai berikut,

- 1) UMKM konvensional yang ingin mendigitalisasikan usahanya untuk memperluas jangkauan digital
- 2) Perusahaan yang memerlukan solusi yang efektif untuk pemasaran online, branding, dan memperluas jangkauan pelanggan.
- 3) Mahasiswa atau pelajar yang sering melakukan aktivitas pada bidang digital dan memiliki kesulitan dalam pengelolaan tautan yang panjang dan banyak.

f. Strategi pemasaran dan penjualan

Strategi pemasaran yang dilakukan ungu.in sebagai berikut,

- 1) *Social Media Marketing* : aktif di media sosial dan menggunakan layanan iklan dari Meta.
- 2) *Public Relation* : membangun relasi dengan masyarakat luas sebagai media pemasaran.
- 3) *Partnership* : mendukung dan bekerjasama dengan berbagai kegiatan
- 4) *Customer Appreciation* : berusaha memberikan yang terbaik untuk pelanggan setia Ungu.in

- 5) *Endorsement* : memperkuat reputasi dan meningkatkan kepercayaan public
  - 6) *Referral* : membangun jaringan dan hubungan yang saling menguntungkan
- g. Penerapan atau pemanfaatan teknologi dalam usaha yang dijalankan
- 1) Menggunakan aplikasi Figma untuk melakukan desain website.
  - 2) Menggunakan *framework* React Js untuk melakukan pengembangan *front end* website.
  - 3) Menggunakan Node Js untuk melakukan pengembangan *back end* website.
  - 4) Menggunakan AWS (Amazon Web Services) sebagai penyedia layanan *cloud*.
  - 5) Menggunakan Xendit sebagai penyedia jasa *payment gateway*.
  - 6) Menggunakan Meta Ads sebagai sarana promosi produk Ungu.in
- h. Bukti pencapaian dalam bisnis dan strategi yang telah diterapkan
- 1) Pada tahun 2024, Ungu.in mampu mencapai lebih dari 10.000 pengguna yang telah melakukan *registrasi* akun.
  - 2) Ungu.in telah mencapai lebih dari 137.000 tautan yang telah dibuat.
  - 3) Total pengunjung Ungu.in telah mencapai lebih dari 11.000.000
  - 4) Pada tahun 2024, Ungu.in merilis fitur baru "Referral" dengan tujuan membangun jaringan dan hubungan yang saling menguntungkan.
  - 5) Pada tahun 2024, Ungu.in merilis fitur baru "Connect Line" merupakan mini website yang dapat dikustom oleh pengguna.
  - 6) Pada tahun 2024, Ungu.in merilis fitur baru "Custom Domain" merupakan fitur pemendek tautan menggunakan domain pribadi.
  - 7) Kegiatan presentasi laporan kemajuan produk Ungu.in dalam kegiatan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2024. Berikut merupakan dokumentasi kegiatan presentasi

laporan kemajuan Ungu.in dalam kegiatan P2MW pada gambar 1.2,



Gambar 1.2 Kegiatan Presentasi Laporan Kemajuan P2MW

- i. Rencana pengembangan usaha (3 bulan dan 1 tahun ke depan)
  - 1) Rencana pengembangan usaha Ungu.in dalam 3 bulan ke depan adalah melakukan perbaikan website dalam segi *User Interface* dan *User Experience* dengan tujuan pengguna dapat memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia pada website Ungu.in
  - 2) Rencana 1 tahun ke depan
    - a) Melakukan perbaikan *User Interface* dan *User Experience* website Ungu.in
    - b) Melakukan komposisi ulang terkait paket premium yang ada pada Ungu.in
    - c) Mengembangkan sistem *Advertisement* pada website Ungu.in
    - d) Mengembangkan fitur deteksi *link spam* atau *phising*
    - e) Mengembangkan fitur deteksi tautan halaman *illegal*
    - f) Mengembangkan fitur *Smart Link Recommendations*
    - g) Melakukan pelatihan digital terhadap pelaku UMKM

## j. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas Ungu.in dalam satu tahun dimulai dari tanggal 1 Januari 2024 – 31 Desember 2024 disajikan dalam tabel 1.2 berikut,

Tabel 1.3 Laporan Arus Kas

PT. Osora Solusi Anak Bangsa		
Laporan Arus Kas		
untuk periode yang berakhir 31 Desember 2024		
Arus Kas Operasi	Penerimaan	Pengeluaran
Penerimaan dari Pendapatan Premium	Rp2,693,047	
Penerimaan dari afiliasi	Rp2,000,000	
Penerimaan apresiasi lembaga	Rp242,500	
Domain ungu.in 1 tahun		Rp250,860
Domain osorateam.com 1 tahun		Rp225,008
Hosting tahunan		Rp169,332
Pembayaran operasional		Rp974,480
<b>Arus Kas Pendanaan</b>		
Penerimaan dari Pendanaan Investor	Rp19,770,000	
<b>Kenaikan Bersih Kas</b>		
Arus Kas Bersih Operasional	Rp3,315,867	
Arus Kas Bersih Pendanaan	Rp19,770,000	
Total Kenaikan Kas	Rp23,085,867	
Saldo Awal Kas (1 Januari 2024)	Rp6,961,500	
Saldo Akhir Kas (31 Desember 2024)	Rp30,047,367	

k. Foto-foto dokumentasi yang berkaitan dengan proses bisnis produk

1) Dokumentasi Kegiatan Pelatihan *Leadership* 2024

Dokumentasi kegiatan pelatihan *leadership* 2024 disajikan dalam gambar 1.3 berikut,



Gambar 1.3 Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Leadership

2) Dokumentasi Kegiatan *Stakeholder Meetup* Entreddev 2024

Dokumentasi kegiatan *stakeholder meetup* Entreddev 2024 disajikan dalam gambar 1.4 berikut,



Gambar 1.4 Dokumentasi Kegiatan Stakeholder Meetup



- 3) Dokumentasi Kegiatan KMI *AWARD* Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2024  
Dokumentasi kegiatan KMI *Award* 2024 disajikan dalam gambar 1.5 berikut,



Gambar 1.5 Dokumentasi Kegiatan KMI *AWARD*

## 1. Dokumen legalitas badan usaha

### 1) Nomor Induk Berusaha (NIB)

Berikut merupakan gambar 1.6 mengenai Nomor Induk Berusaha dari PT Osora Solusi Anak Bangsa,



Gambar 1.6 NIB Perusahaan

## 2) Hak Kekayaan Intelektual

Berikut merupakan gambar 1.7 mengenai Hak Kekayaan Intelektual dari Ungu.in yang masuk dalam kategori program komputer,



Gambar 1.7 HKI Ungu.in