

BAB III PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Oryport adalah perusahaan ICT yang bergerak di bidang B2B yang menawarkan jasa konsultasi digital, IT *outsourc*e, *SaaS development*, *Website building*, dan *application house* di Indonesia. Untuk menjalankan bisnis ini, *oryport* mempunyai beberapa proses bisnis di antaranya:

- a. Proses bisnis untuk produk *Oryport* (*Oryexpense* dan *Oryprocurement*)
Proses bisnis ini di mulai dari penentuan *Idea* lalu dilanjutkan dengan proses *planning*, lalu proses *develomet*, dan QA. Setelah proses *development* dan QA sudah benar-benar selesai barulah rodud memasuki proses *launching*, dan setelah itu memasuki proses *feedback gathering*. Dari semua *feedback* yang terkumpul proses bisnis akan kembali pada proses *Idea* yang mana nantinya proses bisnis ini akan membentuk *circle life* tersendiri untuk kedepannya *Oryport* dapat mengembangkan produk-produk yang di tawarkan.
- b. Proses bisnis IT *outsourc*e
Proses bisnis ini dimulai dari konsultasi dari *client* kepada tim *Oryport* lalu dari hasil konsultasi proses akan berlanjut ke penentuan ruang lingkup, lalu seterusnya akan berlanjut ke pembuatan *resource planning*, perjanjian dan penandatanganan kontrak kerja, dan yang terakhir proses *deployment*.
- c. Proses bisnis *application house*
Proses bisnis ini juga di mulai dari konsultasi *client* kepada tim *Oryport* lalu dari proses konsultasi proses akan berlanjut penentuan ruang lingkup, lalu seterusnya akan ke proses penerbitan PRD, lalu proses perjanjian dan penandatanganan kontrak, proses *designing*, *development*, QA, lalu proses MVP, UAT, lalu jika ada revisi akan berlanjut ke proses revisi, jika tidak ada revisi proses akan memasuki tahap periode garansi. Dan sestelah periode garansi selesai proses bisnis terakhir yang akan dilakukan adalah proses *hand over* semua *asset* dan *resource* kepada *client*.

Oryport juga memiliki beberapa segmentasi pasar yang dapat dibagi menjadi 3 jenis kelompok seperti:

- a. Segmentasi pasar berdasarkan geografis, yang menargetkan perusahaan atau instansi negara yang berada di Indonesia dan belum mempunyai produk digital atau ingin mengembangkan produk digital.
- b. Segmentasi pasar berdasarkan psikografis, yang menargetkan perusahaan atau instansi negara yang belum mempunyai tenaga kerja IT atau kekurangan ahli pada bidang IT dan ingin menghemat biaya yang di keluarkan dan dapat lebih fokus kepada proyek yang dikerjakan.
- d. Segmentasi pasar berdasarkan sosial dan kultur, yang menargetkan perusahaan atau instansi negara yang ingin meninggalkan sistem kerja yang lama dan ingin beralih kesistem kerja yang lebih baru dan flexible.

Dari segmentasi pasar di atas, dan dari data-data yang ada *Oryport* memiliki 0,0081% dari total *market share* semua perusahaan yang bergerak di bidang yang sama seperti *Oryport*. Dan dari data-data lainnya *Oryport* juga memiliki potensi kedepannya dengan *market size potential* sebesar IDR 3.239.710.072.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ICT yang berfokus di *IT outsource*, konsultasi bisnis digital, dan *Application house* *Oryport* pastinya memiliki beberapa pesaing dalam masing-masing bidang, contohnya seperti perusahaan *Kazokku* yang bergerak di bidang *IT resource*, dan *Codelab* yang bergerak di bidang *applicarion house*, dan *web development*.

3.1 Saran

Untuk kedepannya *Oryport* diharapkan dapat berkembang lebih baik lagi, dan menjadi perusahaan yang lebih besar lagi. Dan aga dapat mencapai tujuan tersebut *Oryport* akan menambah relasi dalam bidang-bidang yang diperlukan dan juga menambah *investor* yang terpercaya, agar dapat berjalan bersama *Oryport*. *Oryport* juga akan menambah tenaga kerja ahli agar nantinya dapat membantu dalam proses pembuatan dan pengembangan produk dan jasa yang *Oryport* dan dapat menampung permintaan yang lebih banyak lagi dari *client* kedepannya.