

Hustler Sebagai Pengembang Bisnis dan Pengerjaan Konten *Digital Marketing*

<http://dx.doi.org/10.28932/jutisi.v8i2.4717>

Riwayat Artikel

Received: 18 April 2022 | Final Revision: 05 Juni 2022 | Accepted: 07 Juni 2022

Creative Commons License 4.0 (CC BY – NC)



Yuni Asnita Luciana Siagian[✉]#1, Sulaeman Santoso^{*2}

Program Studi S1 Sistem Informasi, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Surya Sumantri No.65, Bandung, Jawa Barat, 40164, Indonesia
¹asnitayuni10@gmail.com

* Program Studi S1 Teknik Informatika, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Surya Sumantri No.65, Bandung, Jawa Barat, 40164, Indonesia
²sulaeman.santoso@maranatha.ac.id

[✉]Corresponding author: asnitayuni10@gmail.com

Abstrak — Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia membuat pembelajaran sekolah dilakukan dengan cara *online* sehingga tidak dapat melakukan aktivitas seperti biasanya. Banyak permasalahan yang dialami oleh remaja dan tidak menemukan solusi sehingga mengganggu dalam kegiatan efektivitas sekolah karena tidak terpantau dan tidak bisa diarahkan oleh guru konseling yang sudah sekolah sediakan. Untuk membantu permasalahan yang ada, maka dibuatlah suatu aplikasi berbasis web bernama Arspira, dimana aplikasi tersebut merupakan event *marketplace* yang menghubungkan konselor profesional dengan remaja yang mencari tempat untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapinya. Proses perancangan dan pembuatan aplikasi ini tentunya tidak akan terjadi tanpa adanya peran *hustler* sebagai pengembang bisnis serta promosi melalui konten media sosial untuk mendapatkan feedback yang baik dari calon pelanggan. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi pekerjaan yang berlangsung dan menjadikan aplikasi tersebut sesuai dengan yang diinginkan oleh calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana peran *hustler* sebagai pengembangan bisnis di perusahaan rintisan Arspira. Hasil penelitian ini menunjukkan peranan *hustler* pada saat membentuk perusahaan rintisan Arspira.

Kata kunci— Bimbingan Konseling; *Digital Marketing Hustler*; Pengembangan Bisnis; *Startup*.

Hustler as a Business Developer and Digital Marketing Content Worker

Abstract — The enactment of the Community Activity Restriction Regulation (PPKM) in Indonesia makes school learning carried out *online* so that it cannot carry out activities as usual. Many problems are experienced by teenagers and do not find solutions because disturbances in school effectiveness activities are not monitored and cannot be directed by counselling teachers who are already available in schools. To help with existing problems, a web-based application called Arspira was created, where the application is an event marketplace that connects professional counsellors with teenagers who are looking for a place to find solutions to the problems they face. The process of designing and making this application certainly would not have happened without the “*hustler*” as business developers and promotion through social media content to get good feedback from potential customers. This is done to match the work in progress and make the application what the prospective customer wants. This research aims to see the role of *hustler* as a business development in the start-up company Arspira. The results of this study indicate the role of the *hustler* when forming the Arspira start-up.

Keywords— *Business Development; Counselling Guidance; Digital Marketing Hustler; Start-up.*

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini banyak masalah kecemasan dan depresi yang terjadi pada diri remaja, dalam permasalahan yang terjadi tersebut remaja diharapkan mampu menuntaskan masalah yang terjadi. Tetapi masih ada remaja yang tidak dapat menuntaskan masalahnya dan membutuhkan bantuan konselor. Namun munculnya badai pandemic covid- 19 di Indonesia yang membuat pemerintah memberlakukan aturan PPKM yang berakibat pada pembatasan berbagai aktivitas termasuk diantaranya adalah sekolah, yang membuat banyak remaja tidak dapat bertemu secara langsung dengan guru konseling di sekolah sehingga banyak menemukan kesulitan dalam belajar dan juga permasalahan diluar sekolah yang mengganggu efektivitas belajar.

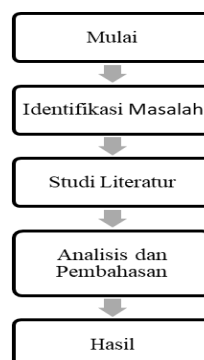
Arspira adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang mental health. Perusahaan ini menyediakan sebuah platform yang menjembatani tenaga profesional di bidang psikolog dan remaja. Namun tanpa adanya peran hustler sebagai pengembang bisnis serta promosi yang baik Arspira tidak dapat berjalan dengan baik karena perusahaan ini masih dalam tahap pengembangan dan belum release produk. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan memiliki tujuan untuk mempelajari peran hustler sebagai pengembang bisnis serta membuat konten digital marketing yang dilakukan pada media sosial Instagram Arspira dengan mengambil judul “Hustler Sebagai Pengembang Bisnis dan Pengerjaan Konten Digital Marketing”.

Arspira terbentuk dikarenakan Program Start-up Merdeka yang diadakan oleh MiKTI (Indonesia Digital Creative Community). Setelah melakukan pemilihan tim, maka terbentuklah tim Arspira yang didirikan oleh empat anggota tim yang berasal dari kampus dan kota yang berbeda. Setelah terbentuknya tim tersebut, empat anggota tim yang berasal dari kampus dan kota yang berbeda untuk mendiskusikan ide-ide yang akan dibuat untuk kedepannya. Pada saat berdiskusi, semua anggota tim memiliki ide yang berbeda, dan hingga pada akhirnya semua anggota tim setuju untuk mengambil ide dari salah satu anggota yang sudah menjalankan program di kampusnya. Arspira merupakan perusahaan di bidang jasa konsultasi untuk siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang terletak di Bandung. Arspira dibuat untuk membantu siswa sekolah SMA dapat menemukan tempat untuk mereka dapat bercerita tentang permasalahan yang mereka alami, baik di rumah maupun di luar rumah terutama di masa pandemi seperti ini tanpa harus bertemu secara langsung dengan konselor.

Tujuan dari pembahasan ini adalah (1) melakukan analisis industri, (2) melakukan analisis pasar, (3) melakukan perancangan model bisnis, dan (4) membuat konten pada media sosial Instagram Arspira.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan (1) melakukan analisis industri, (2) melakukan analisis pasar, (3) melakukan perancangan model bisnis, dan (4) membuat konten pada media sosial Instagram Arspira. Jenis artikel yang dituliskan menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi literatur. Studi literatur yang dilakukan dalam penulisan artikel ini meliputi analisis dan juga telaah terkait buku, artikel, jurnal, atau sumber relevan lainnya yang berkesinambungan dengan judul. Menurut studi literatur adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa sumber yang relevan, yang kemudian diikuti dengan langkah pencatatan dan baca sehingga menjadi hasil penelitian. Jurnal, artikel, atau buku bisa dijadikan sumber penelitian. Fenomena yang ada yang diperkuat dengan adanya sumber yang mutakhir untuk penelitian yang akan dilakukan kali ini [1]. Kemudian berpendapat bahwa studi literatur dapat juga disebut dengan studi pustaka. Studi pustaka yang dimaksudkan disini adalah kegiatan yang berhubungan dengan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis terkait dokumen-dokumen, beberapa buku, beberapa laporan, beberapa catatan, beberapa literatur yang relevan untuk memecahkan masalah dari yang sedang dihadapi. Berikut dalam gambar 1 disampaikan skema metode penelitian yang dilakukan [2].



Gambar. 1. Kerangka berfikir penelitian

Tim Arspira pada awalnya mengidentifikasi masalah dengan tren masalah yang terjadi di masa pandemi seperti ini dan dari beberapa ide yang dikeluarkan, maka dilihat dari pembelajaran online akibat dampak dari pandemi dan juga banyak sekali post terkait mental health yang dialami banyak siswa-siswi yang masih di bangku sekolah maka diputuskan untuk mengambil ide konseling online terkait bidang pendidikan. Lalu setelah diputuskan ide tersebut dan tim Arspira membagi tugas perorangan dengan jobdesk yang sudah diberikan sesuai dengan jabatan yang di dapatkan. Pembagian tugas yang berbeda-beda lalu dilakukan studi literatur terkait tugas yang dilakukan, setelah dilakukannya studi literatur lalu dibuat analasi terkait tugas yang telah dilakukan dan juga pembahasan dari tugas yang dilakukan, setelah terbentuk hasil lalu tiap jabatan mengumpulkan tugasnya menjadi satu. Tabel 1 memberikan timeline proyek yang dilakukan.

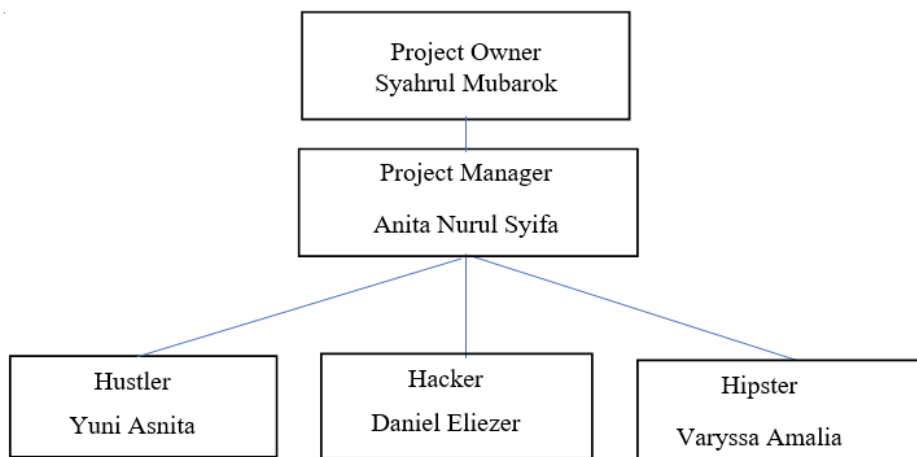
TABEL 1
TIMELINE PROYEK

No.	Keterangan	Waktu															
		September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembentukan tim start-up	■	■														
2	Analisis Industri			■	■												
3	Market Size					■	■	■	■								
4	Perancangan model bisnis							■	■	■	■	■	■				
5	Penyusun laporan dan referensi													■	■	■	■
6	Pembuatan konten marketing															■	■

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Arspira merupakan perusahaan di bidang jasa konsultasi untuk siswa-siswi dalam rentang SMA yang terletak di Bandung. Arspira dibuat untuk membantu siswa-siswi dalam rentang sekolah SMA dapat menemukan tempat untuk mereka dapat bercerita tentang permasalahan yang mereka alami, baik di rumah maupun di luar rumah terutama di masa pandemic seperti ini tanpa harus bertemu secara langsung dengan konselor.

Adapun pembagian uraian tugas dari setiap jabatan dapat dilihat dalam gambar 2.



Gambar 2. Struktur organisasi Arspira

1) Project Owner

Project owner memegang kedudukan tertinggi dalam organisasi, karena project owner yang merupakan pemilik ide Arspira yang sebelumnya.

2) Project Manager

Project manager memegang kedudukan kedua setelah project owner dikarenakan project manager adalah yang mengkonfirmasi tentang jalannya perusahaan kepada project owner dan juga project manager mengikuti kegiatan rangkaian Start-up Merdeka. Selain itu project manager juga dapat berfungsi menjadi hustler/ pengembang bisnis juga seperti mencari narasumber, memperkenalkan produk secara langsung ke segmentasi pasar yang sudah ditentukan, dan tugas pengembangan bisnis lainnya yang sudah dibagi dengan staff pengembang bisnis lainnya.

3) Hustler

Hustler pada Arspira merupakan orang yang bertanggung jawab akan berjalannya pengembangan bisnis perusahaan yang tugasnya berbagi dengan project manager, selain itu hustler juga bertugas untuk memasarkan produk untuk memperluas jaringan pemasaran, menganalisis peluang dari sektor industri yang diambil, dan membuat bisnis model guna untuk menspesifikasikan customer yang ingin dicapai.

4) Hacker

Hacker pada perusahaan merupakan orang yang ahli dalam bidang teknologi yang dimana hacker memiliki tugas sebagai pengembang web, dan juga teknologi lainnya yang digunakan perusahaan.

5) Hipster

Hipster pada perusahaan merupakan orang yang ahli dalam bidang mendesain ui ux yang dimana hipster merupakan satu tim dengan hacker yang dan saling berkesinambungan satu sama lain.

Tanggung jawab yang diberikan adalah sebagai seorang hustler adalah sebagai berikut :

1) Analisis Industri

Hustler memiliki tugas menganalisis industri yang bertujuan untuk memahami peluang dan tantangan dari sektor industri yang dipilih.

2) Analisis Pasar

Hustler memiliki tugas menganalisis pasar yang dimana tugasnya yaitu menghitung besar kecilnya peluang bisnis dari segmentasi yang sudah ditentukan.

3) Perancangan Model Bisnis

Hustler memiliki tugas menganalisis ukuran pasar yang dimana tugasnya yaitu menemukan dan merancang model bisnis yang tepat untuk customer yang akan dituju.

4) Pemasaran melalui media sosial

Hustler memiliki tugas menganalisis ukuran pasar yang dimana tugasnya melakukan pemasaran dengan membuat konten pada media sosial Instagram Arspira yang dimana digunakan untuk menarik minat pengguna media sosial terhadap produk jasa yang akan ditawarkan.

Materi yang diberikan pada saat studi independen sangat banyak yang didapatkan, terutama terkait bagaimana membangun sebuah perusahaan yang memiliki ketidakpastian yang tinggi dengan harus mempertimbangkan faktor yang ada seperti contohnya dalam membangun perusahaan start-up Arspira, sebelum itu pertimbangan dalam segmentasi dalam memasarkan produk sangat perlu diperhatikan untuk memudahkan perusahaan tersebut menawarkan produk kepada orang yang tepat. Analisis terhadap kompetitor pun sangat diperlukan untuk dapat menjadi acuan jika memiliki produk dalam satu bidang tetapi harus memiliki nilai yang berbeda di masyarakat.

Analisis terhadap pasar pun sangat diperlukan untuk menjadi ujung tombak dari ide yang akan dibuat produknya, matakuliah yang berkaitan dengan analisis pasar tersebut adalah sistem informasi sumber daya manusia dan juga kewirausahaan dan teknologi mempelajari bagaimana dapat menentukan segmentasi konsumen dari produk yang akan dibuat. Pemasaran melalui instagram atau platform media sosial lainnya sangat penting dilakukan untuk menarik pengguna platform media sosial tersebut terhadap produk yang akan ditawarkan, mata kuliah yang berkaitan dengan pemasaran yang sudah disebutkan adalah mata kuliah pemasaran online yang dimana di mata kuliah tersebut dipelajari terkait bagaimana cara memasarkan produk dengan baik dan juga tepat dengan menggunakan tools yang sesuai dengan produk. Hasil yang didapatkan adalah pemahaman akan tahapan dalam pembuatan start-up dan dapat merasakan bagaimana menjadi seorang entrepreneur yang memiliki banyak tantangan dalam melakukan setiap tahapan implementasi yang ada.

Start-up merupakan perusahaan yang umumnya berada pada tahap awal pengembangannya. Perusahaan ini yang diciptakan untuk membuat produk atau layanan baru yang inovatif yang memiliki kondisi ketidakpastian yang tinggi.

Perusahaan ini biasanya dimulai oleh satu hingga tiga orang pendiri yang berfokus pada memanfaatkan permintaan pasar yang dirasakan dengan mengembangkan produk, layanan, atau platform yang layak [3]. Dalam membangun start-up visioner dibutuhkan untuk ada pada setiap tim yang berurusan dalam hal berjualan, posisi tersebut adalah tugas seorang hustler [4]. Hustler biasanya merupakan pimpinan atau CEO sebuah perusahaan karena berperan penting untuk keberhasilan perusahaannya [5].

Analisis industri adalah salah satu bagian dan tahapan penting menurut analisis fundamental. Analisis industri umumnya dikerjakan setelah dilakukannya analisis ekonomi. Dengan analisis industri investor dan analis dapat mengidentifikasi peluang investasi, risiko dan return yang diperlukan kedepannya. Dalam analisis industri, investor membandingkan kinerja berbagai macam industri, untuk dapat melihat jenis industri yang memiliki prospek paling menjanjikan. Setelah dilakukannya analisis industri, investor dapat memakai informasi tersebut untuk menjadi masukan yang dapat digunakan untuk mempertimbangkan saham dari kelompok industri mana saja yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan untuk dimasukkan ke dalam portofolio yang nantinya akan dibentuk [6].

Market size adalah banyaknya jumlah pembeli dari suatu produk atau pengguna jasa dari suatu produk. Perhitungan market size digunakan untuk mengetahui besaran pasar dari produk yang akan promosikan. Ukuran penentu besarnya pasar yang akan dituju dapat menggunakan tiga ukuran yaitu Total Available Market (TAM), Served Available Market (SAM), Share Of Market (SOM). Total Available Market (TAM) adalah total hasil dari penjualan produk dari produk tertentu dari semua penjual di pasar. Penjual yang dimaksud adalah semua individu, perusahaan, maupun usaha sosial yang ada di pasar bisnis [7].

Served Available Market (SAM) termasuk ke dalam segmen TAM yang dimana memiliki potensi menjadi target pasar dari perusahaan setelah mempertimbangkan jenis produk, teknologi yang dimiliki, dan kondisi geografis yang diambil untuk menjadi target pasar [6]. Misal, untuk efektivitas dan efisiensi pupuk organik tersebut, Anda distribusikan ke tiga kota. Maka permintaan dan penjualan pupuk organik itu dapat diperkirakan dengan data luas lahan pertanian, jenis tanaman yang ditanam, dan lama musim tanam. Itulah yang disebut SAM dari pupuk organik yang diproduksi.

Model bisnis yaitu penggambaran dan penjelasan mengenai bisnis ataupun start-up yang bertujuan untuk dapat membantu melakukan pertimbangan perubahan dan kemajuan bisnis. Bisnis Model Canvas (BMC) adalah pengembangan model bisnis baru atau mendokumentasikan model bisnis dari bisnis yang sudah ada dengan menggunakan template yang ada [7]. Dalam BMC terdapat 9 elemen yang wajib terdapat dalam bisnis model canvas yaitu : Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, Cost Structure [8]. Menurut Osterwalder dan Pigneur value proposition menggambarkan kombinasi produk dan layanan yang diciptakan untuk segmentasi pelanggan tertentu. Value proposition adalah manfaat dari penggabungan produk dan layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya [9].

Perkembangan teknologi saat ini membuat perubahan strategi pemasaran dimulai ke arah yang lebih modern. Dahulu, promosi dilakukan di surat kabar, majalah, radio dan televisi [10]. Namun, pemasaran kini telah berkembang lebih jauh menggunakan teknologi internet dan lebih dikenal dengan istilah digital marketing. Pemasaran digital adalah kegiatan mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital online dengan menggunakan berbagai media seperti jejaring sosial [11]. Konsep pemasaran digital berasal dari internet dan mesin pencari web. Penggunaan internet meledak pada tahun 2001, didominasi oleh Google dan Yahoo sebagai optimasi mesin pencari (SEO). Pada tahun 2006, perkembangan mesin pencari Internet meningkat, dan pada tahun 2007 penggunaan perangkat seluler meningkat secara signifikan, yang juga meningkatkan penggunaan Internet di seluruh dunia.

A. Tahapan Analisis

Dalam pengembangan bisnis start-up pada perusahaan Arspira dan juga pemasaran yang dilakukan melalui media sosial, perlu beberapa tahapan implementasi yang dilakukan yaitu [12] :

Pembentukan tim startup yang dilakukan oleh Arspira bermula dari kegiatan matching yang mempertemukan seluruh peserta start-up merdeka yang dimana setiap peserta berasal dari kampus, dan jurusan yang berbeda dari seluruh Indonesia. Pertemuan tersebut mempertemukan 4 orang tim pembentuk yang mengikuti kegiatan yang sama yang diadakan oleh MIKTI. Setelah 4 orang tim tersebut berdiskusi dan setuju untuk menjadi satu kelompok lalu kami mengadakan kembali pertemuan yang dilakukan secara virtual yaitu melalui meet untuk membahas terkait ide bisnis seperti apa yang akan kami sepakati.

Untuk analisis industri dikerjakan pada saat awal, dimana sangat penting dilakukan untuk dapat mengetahui ide bisnis yang dipikirkan. Pada awalnya sebagai hustler dan memang bertugas untuk mengerjakan terkait yang bisnis, huster di dalam tim mengerjakan terlebih dahulu analisis tersebut, hustler mencari sektor industri seperti apa yang sesuai yaitu sektor tersebut terkait sektor pendidikan. Lalu setelah dikerjakan, hustler meminta kesepakatan tim melalui grup whatsapp pribadi. Jika memang sudah setuju terkait apa yang dikerjakan, maka lanjut kami akan mengisi tugas tersebut di platform khusus yang disediakan oleh Mikti.

Tahapan analisis pasar merupakan tahapan untuk menghitung besar kecilnya peluang bisnis yang dapat dinilai dari parameter ukuran pasar dan market size Arspira yaitu yang memiliki target market remaja tentang Pendidikan SMA di kota

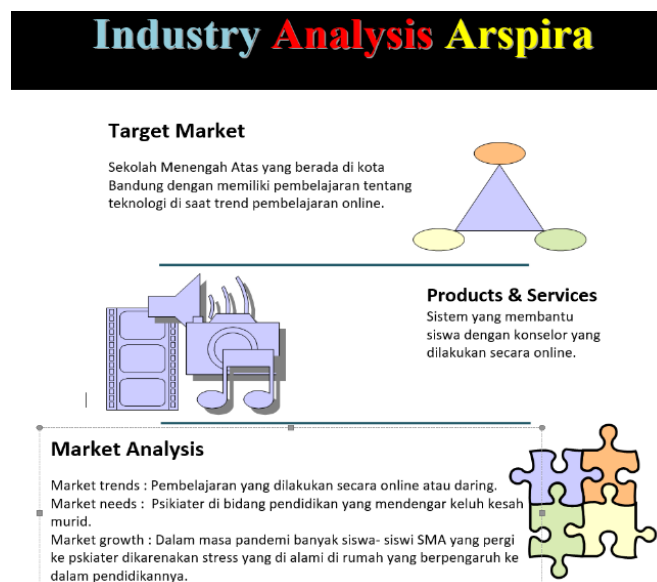
Bandung. Tahapan perancangan model bisnis adalah tahapan dimana membuat rancangan model bisnis yang nantinya digunakan untuk menentukan dan memvalidasi butir-butir penting yang ada seperti aktivitas, sumberdaya, hubungan dengan customer, pendapatan, dan pengeluaran guna untuk menemukan model bisnis yang paling tepat untuk pelanggan.

Tahapan penyusunan laporan dan referensi merupakan tahapan akhir karena dalam penyusunan laporan semua tahapan implementasi dalam pembuatan produk di buat di dalam laporan tersebut. Dalam tahapan pembuatan konten marketing yaitu dimana hustler sebagai pengembang bisnis membuat konten terkait produk dan juga bisa seperti tips juga yang dibuat pada aplikasi canva, dan setelah selesai konten yang sudah dibuat tersebut diunggah ke sosial media Instagram.

B. Produk/Jasa yang dihasilkan

Analisis Industri Arspira dijelaskan bahwa Arspira mengambil sektor industri di bidang Pendidikan yang dimana artinya adalah sektor industri yang akan dijadikan sebagai target pasar Arspira yaitu remaja dengan rentang Pendidikan SMA, dan dilihat dari momentum yang dihadapi saat ini yaitu masa pandemi pertumbuhan pasar akan meningkat dikala pembelajaran yang dilakukan secara daring yang membuat murid tidak dapat bertemu dengan guru BK dan juga makin banyaknya permasalahan yang dihadapi. Lalu dalam profitabilitas industri Arspira menetapkan perihal pembayaran tiap sekali pertemuan namun dengan harga yang murah, dan untuk website yang dibuat akan dikelola oleh Arspira sendiri yang nantinya akan mempertemukan professional di bidang kesehatan mental dengan siswa SMA yang bermasalah.

Dalam gambar 3 yang adalah analisis industri dari Arspira memiliki target market yaitu merupakan Sekolah Menengah Atas yang berada di kota Bandung dan yang memiliki mata pelajaran mengenai teknologi yang dapat memudahkan penggunaan sistem dari Arspira sendiri karena dilakukan secara online, dengan trend yang terjadi yaitu pembelajaran yang dilakukan secara online akibat dari pandemi covid-19 yang terjadi selain itu juga banyak dapat dilihat melalui media sosial yang membagikan post depresi yang diakibatkan dari pandemi covid-19 ini membuat tim Arspira mendapatkan ide untuk membantu banyak siswa mengatasi depresi yang terjadi agar tidak berdampak buruk ke dalam pendidikannya.



Gambar 3. Analisis industri Arspira.

Analisis pasar Arspira dijelaskan dari yang sudah ditentukan yaitu target Arspira adalah siswa SMA di kota Bandung yang dapat dilihat dari tabel 2 dan gambar 4. Dan juga dengan data statistik yang ditunjukkan, pada gambar memperlihatkan bahwa untuk market size potential yang ada di kota Bandung secara keseluruhan yaitu sejumlah 58,865 siswa SMA di kota Bandung. Jika terdapat 2 kompetitor yaitu Riliv dan Ruang Guru yang sama seperti Arspira ataupun hampir serupa dengan Arspira menetapkan untuk satu kali konsultasi dikenakan biaya 10.000 maka, jika dihitung secara keseluruhan untuk market size potensial dari seluruh siswa SMA di kota Bandung mendapatkan Rp. 353.190.000 dengan rata-rata pembelian produk dalam setahun sebanyak 30 orang.

Jika dipersempit kembali yaitu siswa SMA Negeri di kota Bandung maka, dari jumlah siswa yang sebanyak 28,771 siswa SMA Negeri di kota Bandung dan terdapat 2 kompetitor untuk satu kali konsultasi dikenakan biaya 10.000 maka, akan menghasilkan profit sejumlah Rp. 172.626.000 dengan rata-rata pembelian produk dalam setahun sebanyak 30 orang. Lalu jika lebih dipersempit lagi yaitu dengan geografis yang lebih di perjelas yaitu siswa SMA di Bandung Sukajadi dengan 2

kompetitor dan untuk satu kali konsultasi dikenakan biaya 10.000 maka akan didapatkan profit sejumlah Rp. 4.234.000 dengan rata-rata pembelian produk dalam setahun sebanyak 30 orang. Dapat ditarik kesimpulan untuk potensial pasar dalam satu tahun memiliki perbedaan yang signifikan untuk tiap segmen baik geografis, gender, dan lainnya sebagaimana disampaikan dalam Tabel 2.

Dalam perancangan model bisnis Arspira dirancang bahwa untuk mitra kerja Arspira meliputi psikolog ataupun kelompok psikolog yang akan menjadi konselor untuk remaja yang memiliki masalah. Adapun kegiatan yang berlangsung di Arspira yaitu membantu remaja yang memiliki masalah baik di sekolah maupun luar sekolah dengan pemantauan dari konselor yang menjadi tenaga ahli yang berhubungan langsung secara virtual dengan remaja yang memiliki masalah tersebut, dan untuk atau segmentasi pembeli dari Arspira sendiri adalah remaja yang paham akan teknologi yang tinggal dan bersekolah di kota Bandung, lalu untuk Kerjasama yang akan dilakukan oleh Arspira adalah dengan psikolog yang ingin bekerja sama untuk membantu terkait mental health siswa.

Jumlah Sekolah, Guru, dan Murid Sekolah Menengah Atas (SMA) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kecamatan di Kota Bandung 2019/2020 dan 2020/2021
Number of Schools, Teachers, and Pupils in Upper Secondary Schools Under The Ministry of Education and Culture by Subdistrict in Bandung Municipality, 2019/2020 and 2020/2021

Kecamatan Sub distric	Sekolah/Schools				Guru ¹ /Teachers ¹				Murid/Pupils			
	Negari/Public		Swasta/Private		Negari/Public		Swasta/Private		Negari/Public		Swasta/Private	
	2019/2020	2020/2021	2019/2020	2020/2021	2019/2020	2020/2021	2019/2020	2020/2021	2019/2020	2020/2021	2019/2020	2020/2021
Bandung Kulon	-	-	3	3	3	3	-	-	55	61	55	61
Babakan Ciparay	1	1	-	-	1	1	54	57	-	-	54	57
Bojongloa Kaler	1	1	6	6	7	7	60	61	73	77	133	138
Bojongloa Kidul	-	-	5	5	5	5	-	-	63	77	63	77
Astanaanyar	-	-	2	2	2	2	-	-	37	42	37	42
Ragol	1	1	5	4	6	5	55	58	103	113	158	171
Lengkong	3	3	9	9	12	12	194	198	173	194	367	392
Bandung Kidul	-	-	1	1	1	1	-	-	30	30	30	30
Buah Batu	1	1	2	2	3	3	43	52	50	51	93	103
Rancaeuri	1	1	-	-	1	1	52	58	-	-	52	58
Gedebage	1	1	-	-	1	1	60	65	-	-	60	65
Cibiru	1	1	5	5	6	6	50	51	135	134	185	185
Panyokukan	-	-	2	2	2	2	-	-	22	21	22	21
Ujungberung	1	1	4	4	5	5	61	65	73	70	134	135
Cinambo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arjasa	-	-	3	3	3	3	-	-	46	46	46	46
Antapani	1	1	1	1	2	2	56	56	10	12	66	68
Mendakati	-	-	2	2	2	2	-	-	30	30	30	30
Kiaracondong	2	2	3	3	5	5	121	123	58	62	179	185
Baturagung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sumut Bandung	2	2	6	6	8	8	111	115	78	80	189	204
Andir	2	2	12	12	14	14	108	100	226	247	334	356
Cioanda	2	2	8	8	10	10	106	114	221	225	327	339
Bandung Wetan	1	1	5	5	6	6	50	55	168	184	218	230
Cibeunying Kidul	2	2	1	1	3	3	136	140	24	24	160	164
Cibeunying Kaler	-	-	4	4	4	4	-	-	130	151	130	151
Coblong	3	3	10	10	13	13	163	167	255	263	418	430
Sukajadi	-	-	4	4	4	4	-	-	59	61	59	61
Sukasari	1	1	4	4	5	5	56	58	82	83	138	141
Citadap	-	-	5	5	5	5	-	-	47	47	47	47
Kota Bandung	27	27	112	111	139	138	1.536	1.602	2.248	2.394	3.784	3.996

Gambar 4. Statistik SMA di kota Bandung.

Pada gambar 4 [13] adalah gambar dari tabel yang memperlihatkan banyaknya jumlah sekolah, guru dan murid Sekolah Menengah Atas baik negeri maupun swasta di kota Bandung.

TABEL 2
ANALISIS PASAR ARSPIRA

Total Available Market (TAM)	Jumlah keseluruhan siswa SMA di Bandung 58, 865
Penjelasan perhitungan TAM	$5,886 * ((0,05 * 50,000) + 10,000) = \text{Rp } 58.862.500,00$
Serviceable Available Market (SAM)	Jumlah Siswa SMA Negeri di Bandung = 28, 771 Siswa
Penjelasan perhitungan SAM	$2,887 * ((0,05 * 50,000) + 10,000) = \text{Rp } 36.664.000,00$
Share Of Market (SOM)	Jumlah Siswa SMA Negeri di Kiaracondong Bandung = 2,212
Penjelasan perhitungan SOM	$221 * ((0,05 * 50,000) + 10,000) = \text{Rp } 2.652.000,00$

Pada tabel 2 dapat dilihat analisis pasar Arspira yang dibagi dalam 3 segmen yaitu TAM, SAM, dan SOM yang dimana Arspira mengambil pasar di kota Bandung dengan perhitungan Arspira mengambil 5% dari biaya transaksi, dan juga 10.000 yang Arspira tetapkan sebagai harga dari setiap customer untuk satu kali konsultasi, lalu 50.000 adalah jumlah rata-rata pembelian customer dari kompetitor.

Pada gambar 5 adalah konten bagaimana mengelola kesehatan mental dibuat untuk memberi tahu follower Arspira tips dan trik untuk cara mengelola kesehatan mental guna untuk memperlihatkan bahwa Arspira tidak hanya sekedar konsultasi saja namun juga memberikan tips dan trik terkait kesehatan mental. Dibuat untuk hari Jumat 3 Desember 2021, jumlah design dari post ini adalah 1 buah design, yang di post pada feed Arspira.



Gambar 5. Mengelola kesehatan mental

Pada gambar 6 adalah video konten motivasi mental awareness yang didapatkan dari tiktok dan sudah mendapatkan izin repost dari pemiliknya, video tersebut diunggah karena untuk memberitahu follower Arspira bahwa yang namanya pergi ke konselor tidaklah hal yang menakutkan dan memperlihatkan bahwa Arspira tidak hanya sekedar konsultasi saja namun juga memberikan motivasi terkait kesehatan mental dibuat untuk hari Rabu 8 Desember 2021, jumlah design dari post ini adalah sebuah video repost yang di post pada feed Arspira.

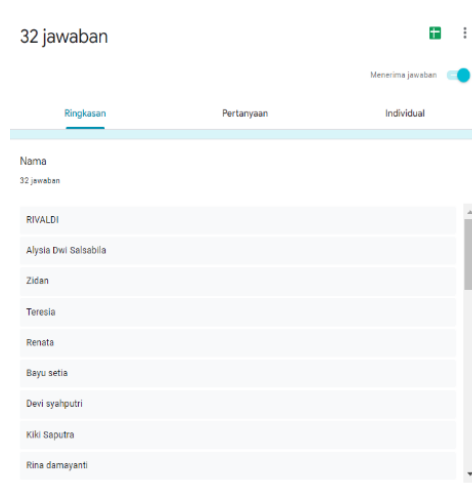


Gambar 6. Video motivasi mental awareness.

C. Evaluasi Hasil Kerja

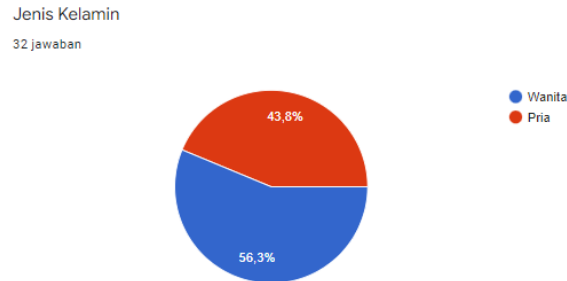
Dalam timeline proyek, dijelaskan bahwa dalam tugas yang pertama dilakukan adalah pembentukan start-up yang dimana pada awalnya matching dilakukan melalui aplikasi zoom yang dimana berisi mahasiswa dari berbagai universitas, latar belakang, dan daerah asal. Lalu setelah dilakukan matching dan sudah menemukan kelompok, perlu dilakukan analisis industri terkait peluang dari produk perusahaan dengan melihat kompetitor yang masih memiliki satu kategori industri perusahaan. Lalu setelah dilakukan analisis industri, penting juga dilakukannya perhitungan target pasar, untuk memudahkan mencari calon konsumennya dari produk, setelah melakukan perhitungan market size, dilakukan juga perancangan model bisnis guna untuk merancang model bisnis yang tepat untuk konsumen yang sudah ditentukan. Setelah melakukan perancangan model bisnis, dan lalu dilakukan kegiatan konten marketing yaitu untuk mencapai pasar yang lebih luas lagi untuk pemasaran produk, dan setelah itu ada tahapan penyusunan laporan yang dimana nantinya laporan tersebut akan dikumpulkan dan juga dilakukannya demo day untuk memperlihatkan hasil produk yang dibuat dengan tim.

Pada gambar 7 dapat dilihat bahwa jumlah pengisi survei Arspira sebanyak 32 responden yang tersebar di beberapa SMA di kota Bandung.

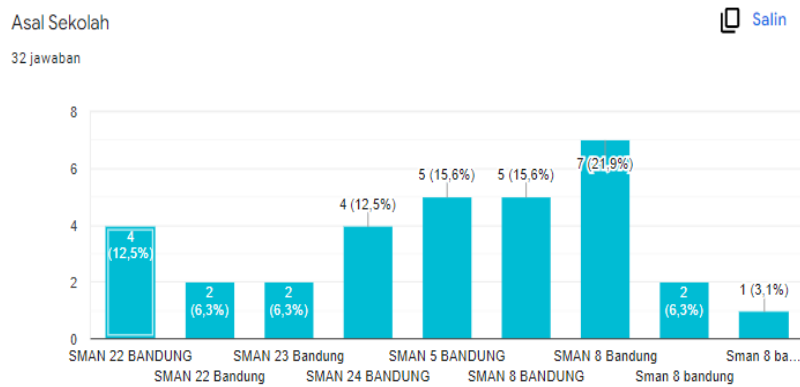


Gambar 7. Jumlah pengisi survei.

Dari gambar 8 dapat dilihat bahwa sebanyak 56,3% atau 18 responden pengisi survei adalah wanita , dan sebanyak 43,8% atau 14 responden pengisi survei adalah pria, dan dapat disimpulkan bahwa jumlah pengisi survei didominasi oleh wanita. Pada gambar 9 dapat dilihat bahwa pengisi survei berasal dari beberapa sekolah menengah di kota Bandung. Sebanyak 18,8% atau 6 responden berasal dari SMAN 22 Bandung, dan sebanyak 6,3% atau 2 responden berasal dari SMAN 23 Bandung, sebanyak 12,5% atau 4 responden berasal dari SMAN 24 Bandung, sebanyak 15,6% atau 5 responden berasal dari SMAN 5 Bandung, sebanyak 46,9% atau 15 responden berasal dari SMAN 8 Bandung.

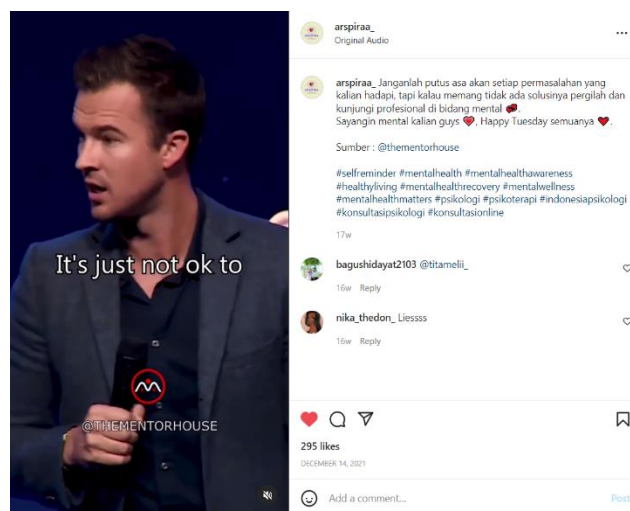


Gambar 8. Jenis kelamin pengisi survei.



Gambar 9. Asal sekolah pengisi survei.

Pada gambar 10 dapat dilihat salah satu contoh post dengan like terbanyak karena penggunaan hashtag yang tepat.



Gambar 10. Contoh post Arspira di Instagram dengan jumlah like terbanyak.

IV. SIMPULAN

Pada saat membangun start-up diperlukan penentuan ide bisnis dan tahapan dalam membangun start-up terlebih dahulu. Pada pengembangan ide bisnis Arspira tersebut dilakukan oleh banyak pihak terutama hustler. Hustler sendiri berperan penting dalam pengembangan bisnis yang melakukan pendekatan terhadap calon konsumen untuk mendapatkan feedback dan pendapat calon konsumen yang baik dan sesuai dengan segmentasi yang sudah ditentukan, sehingga menjadikan aplikasi ini sesuai dengan kebutuhan calon konsumen, selain itu juga hustler memiliki peran merancang model bisnis seperti apa yang cocok dengan perusahaan, dan peranan hustler selain .melakukan pengembangan bisnis secara langsung juga melakukan pengembangan bisnis dengan media sosial, dikarenakan di era sekarang yang semuanya sudah mudah di akses melalui digital. Pemanfaatan media sosial yang dilakukan yaitu dengan membuat konten terkait mental health dan mental awareness yang dikirim melalui media sosial Instagram, selain melakukan promosi berbayar yang gunanya adalah dapat menjangkau orang lebih banyak, penggunaan hashtag pada tiap post juga sangat penting untuk memperluas jangkauan pengguna Instagram.

Pada gambar 10 dapat dilihat salah satu contoh post dengan like terbanyak karena penggunaan hashtag yang tepat. Dari penggunaan hashtag tersebut dapat membuat antusias terhadap bahasan yang berhubungan dengan video atau foto yang di posting pada akun media sosial dan juga dengan menggunakan hashtag memudahkan orang yang memang memiliki interest yang disukai pengguna media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Judul untuk bagian ucapan terima kasih dan daftar pustaka tidak perlu dinomori dan dibuat rata tengah. Ucapan terima kasih biasanya diberikan pada institusi atau perusahaan yang mendanai riset anda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Zed, Metode Penelitian Kepustakaan, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.
- [2] M. Nazir, Metode Penelitian, R. Sikumbang, Ed., Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- [3] J. A. Mardi, R. Ferdiana and S. Fauziati, "Analisis Faktor Keberhasilan Start-Up Di Yogyakarta," *SNATIF ke 4*, 2017.
- [4] M. F. Siddiqi, "Implementasi Bisnis Model Software As A Service (Saas) Untuk Layanan Pengolahan Dokumen Digital(Studi Kasus DI Startup Ubaform)," 9 Juli 2021. [Online]. Available: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/33552/17523233%20Moch%20Fathi%20Siddiqi.pdf?sequence=1>. [Accessed 20 December 2021].
- [5] R. M. Shadiq, B. Susanto and I. V. Papatungan, "Desain Aplikasi Pemesanan Event Organizer "Evoria" dengan Pendekatan User-Centered Design," *Automata*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [6] W. Senja, "Menentukan Besarnya Target Pasar Usaha Sosial Anda," Platform Usaha Sosial, 2016.
- [7] M. Adieb, "Glints.com," 02 December 2021. [Online]. Available: <https://glints.com/id/lowongan/business-model/#.Yv9siy5BxPZ>. [Accessed 10 December 2021].
- [8] L. Haripatworo and B. Irmawati, "Analisis Business Model Canvas PT. Dhenara Prima Mandiri," 2020. [Online]. Available: <http://repository.unika.ac.id/22079/>. [Accessed 20 December 2021].
- [9] A. Nurmanisa, W. and B. Sana Wiri, "Analisis Customer Segment, Channels, Dan Customer Relationship Dalam Pembentukan Value Proposition Di Starbucks," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 34, 2016.
- [10] Tresnawati Yuni, P. and K. , "Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial," *PROfesi Humas*, vol. 3, no. 1, pp. 102-119, 2018.
- [11] D. Purwana , R. and A. S. , "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *Journal UNJ*, vol. 1, no. 1, pp. 1-17, 2017.
- [12] H. K. Yao and H. H. Tang, "Analyzing ecology of Internet marketing in small- and medium-sized enterprises (SMEs) with unsupervised-learning algorithm," *Journal of Marketing Analytics*, vol. 6, pp. 53-61, 2018.
- [13] B. P. S. Bandung, "Jumlah Sekolah, Guru, dan Murid Sekolah Menengah Atas (SMA) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kecamatan di Kota Bandung 2019/2020 dan 2020/2021," 17 March 2021. [Online]. Available: <https://bandungkota.bps.go.id/statistable/2021/03/17/1432/jumlah-sekolah-guru-dan-murid-sekolah-menengah-atas-sma-di-bawah-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kecamatan-di-kota-bandung-2019-2020-dan-2020-2021.html>. [Accessed 20 April 2022].