

Penerapan Metode Bisnis MVP Pada Ide Bisnis Gentle Glow: sabun wajah dapat dikustomisasi

¹Adella Ghefanny Azzahra, ²Rio Andhara, ³Euis Puspita Dewi, ⁴Siti Sujatini
¹Arsitektur, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta

E-mail: ¹adellaghee@gmail.com, ²rioandhara5@gmail.com, ³euis.puspita@upi-yai.ac.id,
⁴siti.sujatini@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Bisnis yang berkelanjutan merupakan bagian dari impian semua pengusaha, adanya strategi bisnis penelitian ini menerapkan metode Minimum Viable Product (MVP) pada ide bisnis sabun wajah custom. MVP sebagai alat untuk menguji rencana bisnis sabun wajah custom homemade, alat ukur minimum serta sebagai hipotesis bisnis, hipotesis yang diambil berdasarkan testimoni customer pengguna sabun wajah custom homemade ini, calon investor. Tujuan dari studi ini untuk menjelaskan bagaimana MVP dapat di implementasikan dalam merancang bisnis sabun wajah custom. Melalui pendekatan MVP diperoleh dari hasil testimoni customer terhadap produk sabun wajah custom. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi wirausahawan pemula maupun pelaku usaha yang ingin mengembangkan bisnis sabun wajah yang dapat dikustomisasi secara terstruktur dan berkelanjutan.

Kata kunci : MVP, sabun wajah kostumisasi, homemade

ABSTRACT

A sustainable business is part of the dream of all entrepreneurs. This research business strategy applies the Minimum Viable Product (MVP) method to the custom facial soap business idea. MVP as a tool for testing custom homemade facial soap business plans, minimum measuring tools and as a business hypothesis, hypotheses taken based on testimonials from customers who use custom homemade facial soap, potential investors. The aim of this study is to explain how MVP can be implemented in designing a custom facial soap business. Through the MVP approach, it is obtained from customer testimonials regarding custom facial soap products. It is hoped that the results of this research can be a guide for novice entrepreneurs and business people who want to develop a customized facial soap business in a structured and sustainable manner.

Keywords: MVP, customized facial soap, homemade

1. PENDAHULUAN

2. LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Kewirausahaan atau entrepreneur pertama kali di perkenalkan pada abad ke-18 oleh ekonom Prancis yaitu Richard Cantillon “*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*” definisi Kewirausahaan menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia (INPRES) No. 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan/atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Minimum Viable Product

Minimum Viable Product merupakan MVP adalah singkatan dari Produk yang Layak Minimum. Ini adalah produk atau layanan yang memiliki fitur dan fungsionalitas yang cukup untuk memuaskan pengguna awal dan mendapatkan umpan balik untuk pengembangan di masa depan. Tujuan dari MVP adalah untuk menguji ide bisnis dengan investasi waktu dan sumber daya yang minimal sambil mengumpulkan umpan balik yang berharga dari pengguna awal.

Karakteristik Minimum Viable Product

A. Memberikan feedback pada product

Mvp harus dapat menerima umpan balik dari pengguna yang

mencoba produk yang belum sepenuhnya selesai. Umpan balik ini penting untuk memperbaiki dan mengembangkan produk ke arah yang lebih baik

B. Memiliki nilai yang menarik user

Meskipun belum sempurna, MVP harus memiliki daya Tarik yang mendorong pengguna untuk mencobanya. Fitur utama harus berfungsi dengan baik, didukung oleh fitur pendukung yang mendukung fungsionalitas produk.

C. Memiliki Manfaat Jangka Panjang

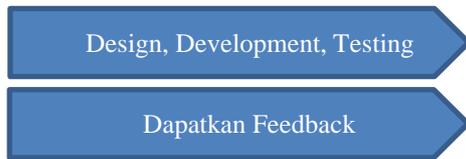
Meskipun belum sempurna, MVP harus mampu memberikan gambaran tentang manfaat jangka Panjang bagi pengguna. Produk harus bisa menjadi solusi bagi permasalahan mereka dalam jangka Panjang

D. Contoh sukses Penggunaan MVP

Contoh sukses seperti dropbox menunjukkan keberhasilan penggunaan MVP. Dropbox meluncurkan video promosi sebelum produk sebenarnya dibangun, dan respon positif dari ribuan orang membuktikan potensi dan minat terhadap produk.

Cara Membuat Minimum Viable Product





Mvp bertujuan untuk memvalidasi apakah produk kita ada yang membutuhkan atau tidak, dengan merasakan fungsi produk secara langsung.

Minimum Viable Product adalah representasi visual dari model bisnis yang mencakup sepuluh aspek bisnis.

a. Pesona atau kriteria target market.

Untuk mendapatkan konsumen yang tepat maka dibutuhkan kriteria pengguna produk, melakukan indentifikasi terlebih dahulu siapa calon konsumen untuk produk yang diciptakan terpenuhi untuk mereka seperti kebutuhan mereka.

b. Top 3 Problem And Challenges

1. Kepuasan para klien,
Kepuasan terhadap produk tentu berpengaruh besar untuk perkembangan produk itu sendiri
2. Feedback dari klien,
Banyaknya kritik terhadap produk dari segi keharuman, tahan terhadap udara yang cukup lama, dan efektifitas produk itu sendiri
3. Batasan Usia
Produk ini tidak di ciptakan untuk usia 40tahun ke atas, akan tetapi bukan tidak mungkin untuk meriset

nantinya bagi usia 40 tahun ke atas

c. Costumer journey & use case

Costumer journey adalah salah satu cara untuk menyelaraskan sisi pelanggan dan layanan bisnis yang sedang dijalankan. Dengan mengetahui keinginan konsumen, sebuah bisnis tidak perlu lagi mencari pelanggan. Bertujuan agar pelanggan yang akan mencari produk kita.

PLANT

d. Vision and Roadmap

Roadmap adalah peta atau pedoman yang dapat berperan sebagai petunjuk untuk mengarahkan jalan dipelaksanaan suatu program kegiatan dalam waktu tertentu

e. Top 3 features

1. Kandungan sabun bisa request oleh pengguna
2. Bentuk sabun juga bisa request oleh pengguna
3. Harga yang lebih ekonomis dari sabun lain

f. Build

1. Siapkan alat untuk membuat sabun
2. Siapkan bahan untuk membuat sabun
3. Ekstrak bahan aktif dari tanaman herbal
4. Potong-potong sabun gliserin (chipsoap)

5. Lelehkan potongan sabun gliserin sambal diaduk perlahan
6. Masukkan bahan tambahan kedalam adonan formula sabun dan aduk perlahan
7. Tuangkan adonan sabun kedalam cetakan sabun
8. Biarkan sabun selama 30 menit dan permukaan sabun mengeras
9. Dinginkan sabun
10. Keluarkan sabun dari cetakan

RESULT

g. Conclusion/ next step

Sabun siap untuk di uji di laboratorium lalu membuat Langkah selanjutnya untuk memberikan tester pada calon pengguna

h. Learn

1. Mengadakan dokter praktik di offlinestore untuk konsultasi
2. Membuat planning agar sabun bisa efektif untuk usia 26-40 tahun
3. Membuat kelompok digital marketing yang terfokus pada penjualan online
4. Mempelajari sabun cair

i. Measure

1. Mengukur tingkat kepuasan customer dengan melakukan survei
2. Membuat grafik tren penjualan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

MVP Certification	Initial Situation	Plan	Result
Persona	1. Pria, Wanita 2. 15-25 tahun 3. Pelajar-Mahasiswa	Vision and Roadmap 1. Kombinasi kandungan yang kurang cocok sehingga kurang efektif	Conclusion/next step 1. Tidak semua kandungan dapat dikombinasikan secara efektif
Top 3 problems & challenges	1. Sabun yg relatif lebih cepat habis 2. Banyaknya pemilihan kandungan pada sabun yang tidak pasti dari customer 3. Customer perlu menunggu 3 minggu untuk mendapatkan sabun	Top 3 Features 1. Bisa request kandungan pada sabun 2. Harga yang terjangkau untuk kaula muda 3. Bisa request bentuk sabun yang diinginkan customer	Learn 1. Mengadakan dokter praktik kulit di offlinestore untuk konsultasi 2. Membuat planning agar sabun bisa efektif untuk umur 26-40th 3. Membuat kelompok digital marketing yang terfokus pada penjualan online 4. Mempelajari sabun cair
Customer journey & use case	1. Kombinasi kandungan yang kurang cocok sehingga kurang efektif 2. Warna sabun cepat pudar 3. Aroma sabun yang cepat hilang	Build Melakukan uji lab sebelum diuji coba dan dipasarkan Cost & Schedule Biaya sewa ruko, biaya riset produk, biaya listrik dan air, gaji karyawan	Measure 1. Mengukur tingkat kepuasan customer dengan melakukan survei 2. Membuat grafik tren penjualan

Produk ini mencari pasar dari usia 15 sampai 25 tahun, guna mempermudah para remaja yang kulit wajahnya sangat sensitive pada sabun agar bisa kustom kandungan sabun pada gentle glow dengan harga yang terjangkau bagi kaula muda.

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Gentle Gow, sebagai entitas bisnis, dapat membangun sebuah bisnis berkelanjutan menerapkan kerangka kerja analisis minimum viable product (MVP). Peran MVP sangat penting untuk masukan saran dan kritik dalam model bisnis.

Gentle Glow merupakan prduk sabun wajah yang dapat di kostumisasi, menggunakan kemasan daur ulang, dan dapat ditukar, Gentle Glow merupakan sebuah solusi terhadap permintaan pasar yang tinggi dan juga kondisi lingkungan saat ini. Pentingnya pemahaman sebuah strategi bisnis terhadap konsep kewirausahaan dapat menghasilkan peluang bisnis yang besar seperti berkelanjutannya sebuah bisnis, memajukan bisnis, ide- ide inovatif.

Maka dari itu Gentle Glow membuktikan bahwa sebuah bisnis dapat merespon kebutuhan pasar dan tantangan lingkungan secara simultan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa syukur yang dalam kepada Allah SWT atas segala kekuatan, Ilmu pengetahuan, dan kemampuan yang telah diberikan kepada kami untuk menyelesaikan tugas penulisan artikel kami yang berjudul “Penerapan Metode Bisnis MVP pada Ide Bisnis Gentle Glow: Sabun Wajah yang Dapat Dikustomisasi” Tanpa kehendak-Nya, tidak mungkin dapat menyelesaikan penelitian ini

Kemudian, kami ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada dosen pembimbing kami Dr. Euis Puspita Dewi, Ir., M.Si yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dorongan yang sangat berharga kepada kami dalam penulisan artikel

Kami mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan temanteman kami atas dukungan dan doa selama penulisan artikel ini. Tanpa bantuan dari semua pihak yang telah disebutkan di atas, kami akan menghadapi banyak kesulitan dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Osterwalder, A and Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation, Hoboken: John Wiley and Sons, inc

G. Guarddin (2022): Analisis Minimum Viable Product (MVP) Untuk Digital Startup Platform

G. M. K. Arisena (2017): https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_dir/d3890358d5295cafaa566dc8527eee80.pdf

Sasana Digital, *customer journey & use*