

Alfi Sahri, S.Kom | Fikri Ramadhan Jufri, S.Kom
Nursyahrina, S.Kom | Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom



Bungkus Kos dalam Aplikasi

Panduan Tim Kecil Membangun Startup Proptech



Bungkus Kos dalam Aplikasi

Panduan Tim Kecil Membangun Startup Proptech



Alfi Sahri, S.Kom

Dilahirkan di Pacuan II, pada tanggal 18 Juli 2001. Menyelesaikan Pendidikan S1 Sistem Komputer di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang pada tahun 2023, dan sekarang sedang melanjutkan Program Magister (S2) di Kampus Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang dengan program studi Teknik Informatika. Selama menjalani pendidikan S1, pernah berpengalaman dalam bidang Robotik, dengan menciptakan alat "Pemindah Barang Ferromagnetik Secara Otomatis dengan Sistem Keamanan" dan saat ini bisa di terapkan dalam bidang industri.



Fikri Ramadhan Jufri, S.Kom

Lahir di Batusangkar, pada tanggal 30 Januari 1995. Menyelesaikan Pendidikan S1 Teknik Informatika di Universitas Kristen Maranatha Bandung pada tahun 2019, dan sekarang sedang melanjutkan Program Magister (S2) di Kampus Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang dengan program studi Teknik Informatika.



Nursyahrina, S.Kom

Lahir di Padang pada 17 Desember 1995. Menyelesaikan pendidikan S1 Teknik Informatika di Institut Teknologi Padang pada tahun 2022, dan kini sedang melanjutkan studi S2 di jurusan yang sama di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Selama menjalani pendidikan S1, pernah berpengalaman sebagai research assistant, dengan fokus penelitian di bidang Data & Text Mining serta Knowledge Transfer.



Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom

Dilahirkan di Pulau Kijang tanggal 08 Juli 1971 dan merupakan Dosen Tetap Universitas Putra Indonesia YPTK, Pendidikan di Bidang Ilmu Komputer dan Manajemen, matakuliah yang pernah diampu adalah Kecerdasan Buatan, Metode Penelitian, Sistem Informasi Manajemen, Information Technology Entrepreneurship.



0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-516-007-8



9 786235 160078

BUNGGUS KOS DALAM APLIKASI

Panduan Tim Kecil Membangun *Startup Proptech*

Alfi Sahri, S.Kom
Fikri Ramadhan Jufri, S.Kom
Nursyahrina, S.Kom
Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

BUNGKUS KOS DALAM APLIKASI
Panduan Tim Kecil Membangun *Startup Proptech*

Penulis : Alfi Sahri, S.Kom
Fikri Ramadhan Jufri, S.Kom
Nursyahrina, S.Kom
Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Wildan Rasyid Mukhtar

ISBN : 978-623-516-007-8

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JULI 2024**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan iiebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim,

Segala puji dan syukur marilah kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan buku ini yang berjudul “Bungkus Kos dalam Aplikasi: Panduan Tim Kecil Membangun *Startup Proptech*”.

Buku ini hadir sebagai panduan praktis bagi siapa saja yang tertarik untuk memasuki dunia *startup* yang sedang berkembang pesat, khususnya di sektor *proptech*. Dalam buku ini, pembaca diajak untuk memahami tahap awal perencanaan, strategi, dan pengembangan produk dari sebuah *startup proptech*. Dengan fokus pada bisnis kos-kosan, buku ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas dan langkah-langkah yang dapat diikuti oleh tim kecil yang ingin membangun platform pencarian kos yang efektif dan efisien.

Diharapkan, buku ini tidak hanya memberikan wawasan teoretis tetapi juga aplikasi praktis yang bisa langsung diterapkan. Mulai dari merumuskan ide, membangun tim, hingga mengembangkan MVP dan strategi pemasaran, setiap langkah dijelaskan dengan detail agar pembaca dapat merencanakan dan mengembangkan *startup* mereka dengan baik.

Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca, membantu mereka mengatasi tantangan yang ada, dan mendorong terciptanya inovasi baru di bidang *proptech*. Besar harapan bahwa buku ini bisa menjadi bekal yang berharga dalam perjalanan membangun *startup* yang sukses dan berkelanjutan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

[Penulis]

PRAKATA

Industri *proptech* (*property technology*) tengah mengalami perkembangan pesat, membuka peluang besar bagi inovator yang ingin memanfaatkan teknologi untuk memberikan solusi di sektor properti. Salah satu peluang yang menarik perhatian adalah bisnis kos-kosan, yang semakin membutuhkan platform digital untuk menghubungkan penyewa dengan pemilik properti. Buku ini disusun dengan tujuan untuk memberikan panduan praktis dan komprehensif bagi tim kecil yang ingin membangun *startup proptech* di sektor kos-kosan.

Buku dengan judul “Bungkus Kos dalam Aplikasi: Panduan Tim Kecil Membangun *Startup Proptech*” ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi dan panduan praktis bagi siapa saja yang berminat atau sedang merintis *startup proptech*. Konten buku ini disusun secara sistematis agar pembaca dapat mengikuti setiap langkah penting dalam membangun *startup*, mulai dari tahap perencanaan hingga pengembangan produk dan pemasaran.

Bab 1, “Memahami Industri *Proptech* dan Peluang Bisnis Kos-kosan,” mengajak pembaca untuk mengenal lebih dalam tentang industri *proptech* serta peluang yang ada di bisnis kos-kosan. Analisis pasar dan kebutuhan pengguna juga dibahas untuk memberikan pemahaman yang komprehensif.

Bab 2, “Merumuskan Ide dan Konsep Produk MVP,” fokus pada identifikasi masalah dan kebutuhan pengguna, serta cara mendefinisikan fitur minimum yang diperlukan untuk produk awal (MVP). Pentingnya diferensiasi dan keunggulan kompetitif juga menjadi bagian dari diskusi ini.

Bab 3, “Membangun Tim Kecil yang Efektif,” membahas tentang peran dan tanggung jawab dalam tim kecil, serta pentingnya membangun budaya kolaborasi dan komunikasi yang efektif. Tips untuk mengoptimalkan sumber daya yang terbatas juga disertakan.

Bab 4, "Membangun Fondasi Bisnis yang Kuat untuk *Startup Kecil*," memberikan panduan tentang perancangan model bisnis yang berkelanjutan, strategi biaya dan pendanaan, serta aspek legalitas yang perlu diperhatikan.

Bab 5, "Pengembangan Produk MVP untuk Platform Kos-kosan," memaparkan pemilihan teknologi dan alat yang tepat, perancangan antarmuka pengguna (UI/UX), dan contoh pengembangan aplikasi web serta *mobile*.

Bab 6, "Strategi Peluncuran dan Pemasaran untuk *Startup Kecil*," menjelaskan cara membangun *brand awareness*, mengumpulkan masukan pengguna, strategi pemasaran digital dengan anggaran terbatas, serta merencanakan pertumbuhan produk secara bertahap.

Ucapan terima kasih ditujukan kepada semua pihak dan praktisi di bidang bisnis, khususnya para praktisi *startup proptech*, yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya. Tanpa kontribusi dan dukungan mereka, buku ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik.

Harapannya, buku ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi para pembaca dalam membangun dan mengembangkan *startup proptech* mereka. Semoga dengan adanya buku ini, pembaca dapat lebih siap dan percaya diri dalam menghadapi tantangan dan meraih kesuksesan dalam industri *startup*.

Padang, 2024

[Penulis]

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| PRAKATA | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| BAB 1 MEMAHAMI INDUSTRI PROPTECH DAN PELUANG BISNIS KOS-KOSAN | 1 |
| A. Pendahuluan | 1 |
| B. Pengantar Industri Proptech..... | 2 |
| C. Peluang Bisnis Kos-Kosan di Era Proptech | 6 |
| D. Analisis Pasar Kos-kosan dan Kebutuhan Pengguna..... | 7 |
| E. Studi Kasus: Mamikos dan Pemain Lain di Industri..... | 9 |
| F. Evaluasi | 10 |
| BAB 2 MERUMUSKAN IDE DAN KONSEP PRODUK MVP | 11 |
| A. Mengidentifikasi Masalah dan Kebutuhan Pengguna..... | 11 |
| B. Mendefinisikan Fitur Minimum Viable Product (MVP)..... | 14 |
| C. Mempertimbangkan Diferensiasi dan Keunggulan Kompetitif..... | 23 |
| D. Evaluasi | 26 |
| BAB 3 MEMBANGUN TIM KECIL YANG EFEKTIF | 27 |
| A. Menentukan Peran dan Tanggung Jawab Tim Kecil | 27 |
| B. Membangun Budaya Kolaborasi dan Komunikasi.... | 34 |
| C. Mengoptimalkan Sumber Daya Terbatas..... | 49 |
| D. Evaluasi | 56 |
| BAB 4 MEMBANGUN FONDASI BISNIS YANG KUAT UNTUK STARTUP KECIL | 57 |
| A. Merancang Model Bisnis yang Berkelanjutan..... | 57 |
| B. Mengoptimalkan Strategi Biaya dan Pendanaan..... | 64 |
| C. Mencari Investor dan Opsi Pendanaan Alternatif | 69 |

| | | |
|--------------|---|------------|
| | D. Aspek Legalitas dalam Membangun Startup | 74 |
| | E. Evaluasi | 79 |
| BAB 5 | PENGEMBANGAN PRODUK MVP UNTUK PLATFORM KOS-KOSAN | 80 |
| | A. Memilih Teknologi dan Alat yang Tepat untuk Tim Kecil | 80 |
| | B. Perancangan Antarmuka Pengguna (UI/UX) yang Intuitif..... | 88 |
| | C. Contoh Pengembangan Aplikasi Web dan Mobile | 96 |
| | D. Evaluasi..... | 103 |
| BAB 6 | STRATEGI PELUNCURAN DAN PEMASARAN UNTUK STARTUP KECIL..... | 104 |
| | A. Membangun Brand Awareness dan Basis Pengguna Awal | 104 |
| | B. Mengumpulkan Masukan Pengguna dan Iterasi Produk..... | 114 |
| | C. Strategi Pemasaran Digital dengan Anggaran Terbatas..... | 119 |
| | D. Merencanakan Pertumbuhan dan Skala Produk secara Bertahap..... | 125 |
| | E. Evaluasi..... | 133 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 135 |
| | GLOSARIUM | 144 |
| | TENTANG PENULIS | 154 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 5. 1 Perbedaan <i>UI Design</i> dan <i>UX Design</i> | 92 |
|--|----|

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|--|-----|
| Gambar 1. 1 | Definisi <i>proptech</i> tumpang tindih dengan sektor lain | 3 |
| Gambar 1. 2 | Peta Lanskap Proptech oleh Ascendix Tech | 4 |
| Gambar 1. 3 | Model Bisnis Startup Proptech..... | 6 |
| Gambar 1. 4 | Logo Mamikos | 9 |
| Gambar 3. 1 | Bagan RACI..... | 31 |
| Gambar 3. 2 | Fitur <i>Board</i> pada Trello..... | 41 |
| Gambar 3. 3 | Fitur <i>List</i> pada Trello..... | 42 |
| Gambar 3. 4 | Fitur <i>Card</i> pada Trello | 43 |
| Gambar 3. 2 | Fitur <i>Board</i> pada Trello..... | 44 |
| Gambar 4. 1 | Nilai dalam Bisnis Berkelanjutan | 58 |
| Gambar 4. 2 | Konseptual Model Bisnis Berkelanjutan..... | 60 |
| Gambar 4. 3 | Pendanaan Alternatif | 70 |
| Gambar 5. 1 | Logo Dropbox | 82 |
| Gambar 5. 2 | Logo Canva | 83 |
| Gambar 5. 3 | Tampilan Aplikasi Canva | 84 |
| Gambar 5. 4 | Logo Figma | 85 |
| Gambar 5. 5 | Logo Android Studio | 86 |
| Gambar 5. 6 | Logo Visual Studio Code | 87 |
| Gambar 5. 7 | Logo GitHub | 88 |
| Gambar 5. 8 | Tampilan UI Aplikasi Mamikos Berbasis Web | 90 |
| Gambar 5. 9 | Tampilan Mamikos Berbasis Web..... | 97 |
| Gambar 5. 10 | Tampilan Pemilihan Lokasi atau Area Mamikos ... | 98 |
| Gambar 5. 11 | Tampilan Fitur-fitur Mamikos | 99 |
| Gambar 5. 12 | Tampilan Aplikasi Mamikos Berbasis <i>Mobile</i> | 101 |
| Gambar 6. 1 | Metrik Utama <i>Brand Awareness</i> | 107 |
| Gambar 6. 2 | Strategi Pemasaran Konten..... | 121 |
| Gambar 6. 3 | Ilustrasi <i>Growth vs Scaling Up</i> | 127 |
| Gambar 6. 4 | Ilustrasi Tantangan Penskalaan | 129 |



**BUNGKUS KOS DALAM
APLIKASI**
Panduan Tim Kecil
Membangun *Startup Proptech*

Alfi Sahri, S.Kom
Fikri Ramadhan Jufri, S.Kom
Nursyahrina, S.Kom
Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom



BAB

1

MEMAHAMI INDUSTRI PROPTECH DAN PELUANG BISNIS KOS-KOSAN

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami konsep dan ruang lingkup industri *proptech*
2. Mengetahui peluang pasar dan kebutuhan pengguna di sektor bisnis kos-kosan
3. Mempelajari studi kasus pemain utama di industri *proptech* dan bisnis kos-kosan

A. Pendahuluan

Industri properti secara konsisten telah menjadi kontributor signifikan bagi ekonomi global, dengan nilai proyeksi sebesar \$3.69 triliun pada tahun 2021 dan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 5.2% hingga tahun 2030 (McClure & Urwin, 2024). Di Asia Pasifik, *startup proptech* telah menerima investasi yang signifikan, dengan 179 *startup* menerima total dana sebesar \$4.8 miliar dari tahun 2013 hingga 2017, dengan China dan Hong Kong menyumbang sebesar \$3 miliar dari jumlah tersebut. Seiring dengan terus meningkatnya urbanisasi populasi global, permintaan akan perumahan dan teknologi properti semakin meningkat, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia, di mana kelas menengah yang tumbuh sebanyak 52 juta orang diharapkan akan memberikan dampak signifikan bagi ekonomi (East Ventures, 2019). Dengan potensinya untuk secara radikal mengubah pasar perumahan, *proptech* bukan lagi fenomena niche, melainkan solusi yang menjanjikan untuk masa depan industri properti.

BAB 2

MERUMUSKAN IDE DAN KONSEP PRODUK MVP

Tujuan Pembelajaran

1. Mengetahui cara mengidentifikasi masalah dan kebutuhan pengguna produk startup
2. Memahami konsep Minimum Viable Product (MVP) dan bagaimana mendefinisikan fitur-fiturnya
3. Memahami strategi diferensiasi dan keunggulan kompetitif untuk produk startup

A. Mengidentifikasi Masalah dan Kebutuhan Pengguna

Prinsip awal dalam pengembangan produk yang dapat Anda terapkan (Mahiranissa, Nastiti, Amalia, et al., 2022c):

1. Memecahkan Masalah Pelanggan

Untuk memulai, singkirkan bayangan desain antarmuka yang akan dibuat. Fokus pertama adalah pelanggan Anda. Apa masalah yang mereka hadapi? Produk apa yang dapat memenuhi kemauan konsumen? Produk apa yang dapat menyelesaikan masalah mereka? Proses desain produk dimulai dengan masalah dunia nyata yang harus dijelaskan. Sebelum pergi lebih jauh, pertimbangkan lagi, "mengapa Anda melakukan ini?" Jika pertanyaan "Dan mengapa Anda ingin membantu pelanggan Anda?" sudah terjawab, maka Anda setidaknya memiliki dasar yang kuat dan tujuan yang jelas untuk mengembangkan produk yang akan menghasilkan nilai bagi pelanggan.

BAB 3

MEMBANGUN TIM KECIL YANG EFEKTIF

Tujuan Pembelajaran

1. Mengetahui peran dan tanggung jawab anggota tim startup di berbagai fase perkembangannya, mulai dari tim kecil hingga fase tim besar
2. Memahami pentingnya budaya kolaborasi dan komunikasi dalam tim serta mengetahui cara membangunnya
3. Mengetahui cara mengoptimalkan sumber daya terbatas dalam tim kecil

A. Menentukan Peran dan Tanggung Jawab Tim Kecil

1. Minimum Viable Team (MVT)

Konsep *Minimum Viable Team* (MVT) berkaitan erat dengan pendefinisian peran dan tanggung jawab dalam tim kecil, yaitu mengidentifikasi tim terkecil yang diperlukan untuk mengembangkan produk atau layanan. Tim ideal untuk *startup* berdasarkan fase perkembangannya terdiri dari (Mahiranissa, Nastiti, & Amalia, 2022d):

a. Fase Merealisasikan Ide

Pada fase ini, peran-peran inti sangat diperlukan untuk mewujudkan visi *startup*:

- 1) CEO (*Chief Executive Officer*): CEO adalah jantung perusahaan, bertanggung jawab untuk mengembangkan ide kreatif dan membuat rencana untuk mewujudkan visi dan budaya perusahaan.

BAB 4

MEMBANGUN FONDASI BISNIS YANG KUAT UNTUK STARTUP KECIL

Tujuan Pembelajaran

1. Mempelajari cara merancang model bisnis yang berkelanjutan
2. Memahami strategi mengoptimalkan biaya dan mencari pendanaan
3. Mengetahui tipe-tipe investor dan opsi pendanaan alternatif
4. Mengetahui aspek legalitas dalam pengembangan *startup*

A. Merancang Model Bisnis yang Berkelanjutan

Untuk membangun fondasi bisnis yang kuat bagi *startup* kecil, langkah penting yang harus dilakukan adalah merancang model bisnis yang berkelanjutan. Ini melibatkan beberapa aspek penting, seperti memahami masalah yang ingin diselesaikan, merumuskan solusi yang tepat, dan mengidentifikasi target pasar yang sesuai.

1. Pentingnya Bisnis Berkelanjutan

Dalam jurnal "*A Framework for Business Sustainability*", Robert B. Pojasek menekankan pentingnya bisnis berkelanjutan bagi perusahaan, termasuk *startup* (Malihah, 2024). Bisnis berkelanjutan merupakan pendekatan menyeluruh yang mengutamakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sambil tetap mencapai keuntungan finansial dalam jangka panjang. Dengan menerapkan praktik-praktik bisnis yang peduli lingkungan, mendukung hak asasi manusia, dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, bisnis berkelanjutan tidak hanya berfungsi

BAB 5

PENGEMBANGAN PRODUK MVP UNTUK PLATFORM KOS-KOSAN

Tujuan Pembelajaran

1. Mengetahui berbagai teknologi dan alat untuk pengembangan MVP
2. Memahami prinsip perancangan antarmuka pengguna (UI/UX) yang intuitif
3. Mempelajari contoh pengembangan aplikasi web dan *mobile* untuk platform *proptech* kos-kosan

A. Memilih Teknologi dan Alat yang Tepat untuk Tim Kecil

1. Pemilihan Teknologi

Pemilihan teknologi merupakan proses memilih teknologi yang tepat untuk mencapai tujuan tertentu. Ini berarti memilih teknologi yang paling efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan yang telah ditetapkan. Teknologi adalah kebutuhan yang sangat penting di era teknologi saat ini. Perkembangan teknologi komputer pada saat ini sangat penting bagi dunia pelayanan publik, industri, perkantoran, pendidikan, teknik, dan perdagangan. Untuk itu, komputer sebagai pengolah data mempunyai peranan penting dalam hal kecepatan, keandalan, dan keakuratan dalam mengolah data sehingga dapat menghasilkan informasi yang maksimal (Khairil & Ginta, 2012).

BAB 6 | STRATEGI PELUNCURAN DAN PEMASARAN UNTUK STARTUP KECIL

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami cara membangun kesadaran merek (*brand awareness*) dan basis pengguna awal
2. Mengetahui pentingnya mengumpulkan masukan pengguna dan melakukan iterasi produk
3. Mempelajari strategi pemasaran digital dengan anggaran terbatas
4. Memahami cara merencanakan pertumbuhan dan penskalaan produk secara bertahap

A. Membangun Brand Awareness dan Basis Pengguna Awal

1. Pentingnya Kesadaran Merek bagi Startup

Kesadaran merek (*brand awareness*) adalah kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat sebuah merek di antara berbagai merek lainnya, sebuah aspek yang krusial dalam membangun hubungan dengan konsumen dan menjadi fondasi bagi pembentukan ekuitas merek (*brand equity*), yakni nilai tambah yang diberikan oleh sebuah merek pada produk atau jasanya (Mahiranissa, Nastiti, Amalia, et al., 2022a; Sukhinina, 2023). Tingkat kepercayaan terhadap merek menjadi elemen penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama dalam era digital di mana komentar dan ulasan pelanggan mudah diakses oleh publik luas. Oleh karena itu, menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2023, August 9). *Apa Itu Trello? Berikut Definisi, Fungsi Utama, dan Fitur-Fiturnya*. Berita Gamelab Indonesia. <https://www.gamelab.id/news/2712-apa-itu-trello-definisi-fungsi-utama-dan-fitur-fiturnya>
- Amalia, S. N. (2020). *Rintisan Edisi: Budaya Kerja* (Vol. 5).
- Angelica, G., & Jatmiko, B. P. (2022, September 8). *Strategi Merintis Bisnis Kos-kosan agar Tidak Kalah Saing*. Kompas.Com. <https://umkm.kompas.com/read/2022/09/08/162944983/strategi-merintis-bisnis-kos-kosan-agar-tidak-kalah-saing>
- Binar Academy. (n.d.). *Apa Itu Minimum Viable Product dan Tahapannya*. Blog Binar Academy. Retrieved June 5, 2024, from <https://www.binaracademy.com/blog/apa-itu-minimum-viable-product-dan-tahapannya>
- Chatman, N. (2024, February 3). *Startup Funding Alternatives: Crowdfunding, Loans, and Grants*. Plannit AI. <https://plannit.ai/education-center/startup-funding-alternatives-crowdfunding-loans-and-grants>
- Chris, A. (2023, October 10). *Digital Marketing for Startups (Complete Guide)*. Reliabelsoft. <https://www.reliabelsoft.net/digital-marketing-for-startups/>
- Clover. (n.d.). *Tech essentials for building a small business startup*. Clover Blog. Retrieved June 5, 2024, from <https://blog.clover.com/tech-essentials-for-building-a-small-business-startup/>
- Conover, J. (2018, October 10). *How to Fund Your Startup Business (Infographic)*. Northwest Bank. <https://www.nw.bank/blog/startup-business/how-to-fund-your-startup-business-infographic>

- Crocker, M. (2023, October 27). *8 Alternative Funding Options for Small Businesses*. Bplans. <https://www.bplans.com/business-funding/options/top-alternative-funding-methods/>
- East Ventures. (2019, July 30). *Indonesia's Property Technology (Proptech) Startup Scene*. East Ventures. <https://east.vc/east-ventures/property-technology-startup-indonesia/>
- Eka, R. (2019, December 3). *Proptech Startups in Indonesia, from Business Models to Competition Map*. DailySocial. <https://en.dailysocial.id/post/startup-proptech-di-indonesia>
- Faddilah, U. (2023, May 12). *Pentingnya Figma Untuk UI/UX*. BSI NEWS. <https://news.bsi.ac.id/2023/05/12/pentingnya-figma-untuk-ui-ux-2023-websi/>
- Fadhilla, K. (2021, June 14). *Dropbox: Pengertian, Keuntungan dan Fitur-fiturnya*. Jojonomic Blog. <https://www.jojonomic.com/blog/dropbox-pengertian-keuntungan-dan-fitur-fiturnya/>
- FasterCapital. (2024, April 6). *Customer feedback and loyalty and retention: Feedback Driven Product Iteration: A Startup's Secret Weapon*. FasterCapital. <https://fastercapital.com/content/Customer-feedback-and-loyalty-and-retention--Feedback-Driven-Product-Iteration--A-Startup-s-Secret-Weapon.html>
- Firlyana, F. (2023, June 4). *MVP (Minimum Viable Product): Pengertian, Tujuan, dan Karakteristik*. DailySocial. <https://dailysocial.id/post/mvp-minimum-viable-product>
- Foutch, C. (2024, February 29). *The 6 Types of Investors for Startups*. TRUiC. <https://startupsavant.com/startup-finance/types-of-investors>
- GitHub. (n.d.). *Git Guide*. GitHub Guide. Retrieved June 5, 2024, from <https://github.com/git-guides>

- Guthrie, G. (2021, April 21). *A step-by-step guide to team decision-making*. Nulab Learn. <https://nulab.com/learn/collaboration/a-step-by-step-guide-to-team-decision-making/>
- Hamed, B. (2024, January 17). *What Is a RACI Chart? Practical Examples & Project Uses*. Blog TeamGantt. <https://www.teamgantt.com/blog/raci-chart-definition-tips-and-example>
- Harnish, V. (n.d.). *Will Your Startup Ever Scale Up? Here's What You Need To Know*. Growth Institute Blog. Retrieved May 19, 2024, from <https://blog.growthinstitute.com/scale-up-blueprint/startup-to-scaleup>
- Khairil, K., & Ginta, P. W. (2012). Implementasi pengamanan database menggunakan Md5. *JURNAL MEDIA INFOTAMA*, 8(1).
- Laila. (2022, March 27). *Fitur-Fitur Mamikos yang Buat Cari Kos Lebih Praktis*. Blog Mamikos. <https://mamikos.com/info/fitur-fitur-mamikos-yang-buat-cari-kost-lebih-praktis/>
- Lawrence, A. (2023, October 23). *Apa itu Canva? Pengertian, Fitur, dan Cara Menggunakannya (Lengkap)*. Makinrajin Blog. <https://makinrajin.com/blog/canva-adalah/>
- Linggar. (2023, August 15). *Startup Proptech Makin Jamak, Ini Tips Merekrut Kandidat Berkualitas*. Glints for Employers. <https://employers.glints.com/id-id/blog/startup-properti/>
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., & Amalia, S. N. (2021). *Rintisan Edisi: Ekonomi Biru* (Vol. 10). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., & Amalia, S. N. (2022a). *Rintisan Edisi: Hacker* (Vol. 18).
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., & Amalia, S. N. (2022b). *Rintisan Edisi: Hipster* (Vol. 17). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., & Amalia, S. N. (2022c). *Rintisan Edisi: Hustler* (Vol. 16). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., & Amalia, S. N. (2022d). *Rintisan Edisi: Membangun Tim* (Vol. 19).
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., Amalia, S. N., & Andina, Y. (2022a). *Rintisan Edisi: Design & Branding* (Vol. 22). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., Amalia, S. N., & Andina, Y. (2022b). *Rintisan Edisi: Keuangan & Hukum* (Vol. 23). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., Amalia, S. N., & Andina, Y. (2022c). *Rintisan Edisi: Pengembangan Produk* (Vol. 21).
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., Amalia, S. N., & Andina, Y. (2023). *Rintisan Edisi: Persuasi & Presentasi* (Vol. 27). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., Erwansyah, N. S., Amalia, S. N., & Andina, Y. (2023a). *Rintisan Edisi: Customer Development* (Vol. 32). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Mahiranissa, A., Nastiti, M. D., Erwansyah, N. S., Amalia, S. N., & Andina, Y. (2023b). *Rintisan Edisi: Strategic Thinking & Decision Making* (Vol. 31). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Mahirannisa, A., Nastiti, M. D., & Amalia, S. N. (2021). *Rintisan Edisi: Pendidikan* (Vol. 11). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

- Mahirannisa, A., Nastiti, M. D., Amalia, S. N., & Andina, Y. (2023). *Rintisan Edisi: Growth & Scale Up* (Vol. 32). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Malihah, L. (2024, January 23). *Pengertian Sustainable Business, Contoh dan Konsepnya*. Blog Bee. <https://www.bee.id/blog/sustainable-business/>
- Mamikos. (n.d.). *Apa itu chatroom mamikos*. Mamikos Help Center. Retrieved June 5, 2024, from <https://help.mamikos.com/post/apa-itu-chatroom-mamikos>
- Mamikos. (2020, December 3). *Fitur Booking Langsung – Cara Mudah Kelola Sewa Kos di Masa Pandemi*. Blog Mamikos. <https://mamikos.com/info/fitur-booking-langsung/>
- @mamikosapp. (n.d.). *Mamikos (@mamikosapp) • Instagram photos and videos*. Instagram. Retrieved May 20, 2024, from <https://www.instagram.com/mamikosapp/>
- mamikos.com. (n.d.). *Booking Kost Online - Ada Diskon buat Ngekos Lebih Hemat*. Aplikasi Web Mamikos. Retrieved June 5, 2024, from <https://mamikos.com/booking>
- Martin Suryana & Associates. (2023, May 9). *Catat! Ini 3 Aspek Hukum untuk Mendirikan Startup*. Hukumonline. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/asppek-hukum-mendirikan-startup-lt645a24423ec76/>
- McClure, O., & Urwin, M. (2024, March 4). *Proptech: Its Definition and 29 Examples*. Built In. <https://builtin.com/articles/proptech>
- Muhammad, A. (2022, February 22). *Mengenal Visual Code Studio dan Fitur-Fitur Pentingnya*. Niagahoster Blog. <https://www.niagahoster.co.id/blog/visual-code-studio/>
- Nessa, A. (2023, June 29). *Menggali Peluang Usaha Kos Kosan : Mengenal Pasar yang Menjanjikan*. Isykariman Property Journal. <https://isykarimanproperty.com/journal/bisnis-kosan/usaha-kos-kosan/>

- Nielsen, J. (2020, October 9). *User Interface Design Fails* (Video). Nielsen Norman Group Video. <https://www.nngroup.com/videos/ui-design-fails/>
- PalComTech. (2023, October 26). *Android Studio: IDE Resmi untuk Pengembangan Aplikasi Android*. Blog Institut Teknologi Dan Bisnis PalComTech Palembang. <https://palcomtech.ac.id/android-studio-ide-resmi-untuk-pengembangan-aplikasi-android/>
- Pangerapan, S. A. (2022). Petakan Masalah, Bentuk Visi, Realisasikan Solusi. In *Rintisan Edisi: Hustler* (Vol. 16, pp. 4–5). Gerakan #1000StartupDigital, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Paydia. (n.d.). *Ini Manfaat Google Analytics untuk Meningkatkan Bisnis!* Blog Paydia. Retrieved June 5, 2024, from <https://paydia.id/pebisnis-wajib-tahu-ini-manfaat-google-analytics-untuk-meningkatkan-bisnis/>
- Pereira, D. (2023, March 3). *What is Lean Startup?* The Business Model Analyst. <https://businessmodelanalyst.com/what-is-lean-startup/>
- Pilo, R. (2024, January 15). *Diferensiasi Produk: Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis*. Blog Mitracomm Ekasarana. <https://mitracomm.com/diferensiasi-produk/>
- Poerwanto, G. H., Kristia, K., & Pranatasari, F. (2019). Praktik Model Bisnis Berkelanjutan pada Komunitas UMKM di Yogyakarta. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 2(2), 183–204. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i2.4050>
- Pratama, A. A., Prasetijo, A. B., & Eridani, D. (2024). Perancangan User Interface dan User Experience (UI/UX) pada Aplikasi Konek untuk PT. Agro Lestari Merbabu Berbasis Mobile dengan Menggunakan Metode Design Thinking. *JUSTIN (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 12(1), 197–206.

- Rahayu, R. M. (2017). MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- RevoU. (n.d.-a). *Apa itu MVP? Pengertian dan contoh 2024*. Kosakata RevoU. Retrieved June 5, 2024, from <https://revou.co/kosakata/mvp>
- RevoU. (n.d.-b). *Apa itu UI/UX Design? Pengertian dan contoh 2024*. Kosakata RevoU. Retrieved June 5, 2024, from <https://revou.co/kosakata/ui-ux-design>
- Riskiana, I. (2023, April 24). *Panduan Cara Bisnis Kos Hingga Tips Pemasaran di Era Digital [Lengkap]*. Blog Mamikos. <https://mamikos.com/info/panduan-bisnis-kos/>
- rizqinalmaa. (2023). *Jelaskan perbedaan aplikasi berbasis web dan aplikasi berbasis mobile serta jelaskan bagaimana sebuah*. Brainly.Co.Id. <https://brainly.co.id/tugas/53834540>
- Rosso, R. (n.d.). *Android Studio*. Uptodown Review. Retrieved June 5, 2024, from <https://android-studio.id.uptodown.com/windows>
- Sambat, N. (2021, December 16). *Identifying The Path From Startup To Scale-Up*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/12/16/identifying-the-path-from-startup-to-scale-up/>
- Setyoko, S. (2014). STRATEGI PEMASARAN JASA KOS WISMA NIKO DI TEMBALANG. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa Dan Sosial*, 10(1).
- Snisarenko, A. (2023, December 15). *What Is PropTech and How It Changed the Real Estate Industry*. AscendixTech. <https://ascendixtech.com/proptech-real-estate-definition/>
- Sukhinina, O. (2023, August 31). *Cara Mengukur Brand Awareness: Dari Jangkauan ke Pengenalan*. Mgid. <https://www.mgid.com/id/blog/how-to-measure-brand-awareness-from-reach-to-recognition-4>

- Syahroni, I. (2021, January 11). *Aspek-Aspek Hukum dalam Pendirian Start-Up*. Heylaw Edu. <https://heylaw.id/blog/aspek-aspek-hukum-dalam-pendirian-start-up>
- Tetrick, M. (2023, April 21). *Outsourcing To Improve Core Competencies - Rely Services*. Blog Rely Services. <https://www.relyservices.com/blog/outsourcing-core-competencies>
- Thalia. (2022, October 4). *Apa itu Figma? Mengenal Lebih Dekat Fitur Figma!* Media Bangsa. <https://mediabangsa.co.id/apa-itu-figma-mengenal-lebih-dekat-fitur-figma/>
- The Lean Startup. (n.d.). *The Lean Startup Methodology*. The Lean Startup. Retrieved June 5, 2024, from <https://theleanstartup.com/principles>
- They Make Design. (2023, September 8). *How To Create Brand Awareness for Startup? | TMDesign*. TMDesign. <https://medium.com/theymakedesign/startup-brand-awareness-2f6cd0db3dbc>
- Tips Kost. (2020, July 5). *Analisa Usaha Kos-Kosan dan Tips Membangun Bisnis Kos-Kosan Masa Kini*. Yukbisniskost. <https://yukbisniskost.com/analisa-usaha-kos-kosan-dan-tips-membangun-bisnis-kos-kosan-masa-kini/>
- Wijayasinha, R. (2021, January 20). *Eight Low-Cost Marketing Tactics For Startups And Small Businesses*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/01/20/eight-low-cost-marketing-tactics-for-startups-and-small-businesses/>
- Wikipedia. (n.d.-a). *Canva*. Retrieved June 5, 2024, from <https://id.wikipedia.org/wiki/Canva>
- Wikipedia. (n.d.-b). *Dropbox*. Retrieved June 5, 2024, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Dropbox>
- Wikipedia. (n.d.-c). *GitHub*. Retrieved June 5, 2024, from <https://en.wikipedia.org/wiki/GitHub>

- Wikipedia. (n.d.-d). *Visual Studio Code*. Retrieved June 5, 2024, from https://id.wikipedia.org/wiki/Visual_Studio_Code
- Wilde, K. (n.d.). *Mastering Customer Feedback & Iteration: A Comprehensive Guide for Tech Startup CEOs – Branding And Content Marketing For Technology*. Phable. Retrieved May 19, 2024, from <https://www.phable.io/blog/mastering-customer-feedback-iteration-tech-startups>
- Wiranto, A. A., & Alexander, H. B. (2021, August 10). *Bisnis Kos-kosan, Menjanjikan Sambil Menikmati Masa Tua*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/properti/read/2021/08/10/163000221/bisnis-kos-kosan-menjanjikan-sambil-menikmati-masa-tua>
- Yuslianson. (2022, October 17). *Mamikos Lengkapi Kos-kosan dengan Smart Door Lock System dari Korea Selatan*. Tekno Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5099070/mamikos-lengkapi-kos-kosan-dengan-smart-door-lock-system-dari-korea-selatan>
- Zeka Training. (2022, December 8). *PropTech; Dari Definisi Hingga Contoh Startup*. Zeka Training. <https://zekatraining.com/mengenal-proptech>

GLOSARIUM

- Aided Brand Awareness : Terjadi ketika konsumen dapat mengenali merek secara visual, seperti melalui logo, slogan, atau kemasan.
- Adopsi awal : Penggunaan awal produk oleh pengguna, yang membantu startup membangun komunitas pengguna di sekitar produk mereka.
- Agile Scrum Development : Pendekatan pengembangan yang menekankan fleksibilitas, kolaborasi, kerja tim yang konsisten, pengerjaan dalam bentuk sprint, fokus pada hasil untuk klien, dan tim dengan keahlian beragam.
- Agility : Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan.
- Affiliate Marketing : Mekanisme yang hampir serupa dengan reseller, yaitu sama-sama menjual produk orang lain, tetapi keuntungan afiliasi didapatkan setelah produk berhasil terjual.
- Aksesibilitas : Kemampuan produk, layanan, atau lingkungan untuk diakses dan digunakan oleh orang-orang dengan berbagai kemampuan.
- Android Studio : Lingkungan pengembangan terpadu (IDE) resmi yang dibuat oleh Google khusus untuk pengembangan aplikasi Android.
- Angel Investor : Individu kaya yang berinvestasi pada startup dengan potensi tinggi, biasanya memberikan pendanaan antara \$10.000 hingga \$100.000.

| | | |
|-----------------------------|---|--|
| Bootstrapping | : | Metode membiayai startup sendiri dengan menggunakan sumber daya yang ada, seperti tabungan pribadi, pinjaman dari teman dan keluarga, atau pendapatan dari operasional bisnis. |
| Brainstorming | : | Proses curah pendapat untuk menghasilkan banyak solusi potensial dalam pengambilan keputusan. |
| Brand ambassador: | : | Individu yang mempromosikan merek secara sukarela karena mereka percaya pada produk atau layanan tersebut. |
| Brand awareness | : | Kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat sebuah merek di antara berbagai merek lainnya. |
| Brand dominance | : | Tingkatan tertinggi dimana sebuah merek menempati posisi sebagai satu-satunya yang diingat dengan persentase tinggi. |
| Brand equity | : | Nilai tambah yang diberikan oleh sebuah merek pada produk atau jasanya. |
| Brand recall | : | Terjadi ketika konsumen dapat mengingat kembali sebuah merek dari memorinya hanya dengan mengingat kategori produk. |
| Brand recognition | : | Terjadi ketika konsumen dapat mengidentifikasi atau mengonfirmasi pengalaman dengan suatu merek dengan bantuan isyarat/stimulus tertentu. |
| Capex (Capital Expenditure) | : | Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian aset, seperti perangkat keras, perangkat lunak, dan kekayaan intelektual. |

| | | |
|-----------------------------------|---|---|
| Cloud Computing | : | Teknologi pengembangan yang membantu mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi. |
| Commercial Real Estate (CRE) | : | Proptech yang berfokus pada properti komersial seperti gedung perkantoran, aset retail, dan industri lainnya. |
| Contech (construction technology) | : | Penggunaan bahan modern dan pendekatan berkelanjutan dalam pembangunan. |
| Cost-driven | : | Pendekatan strategi biaya yang berfokus pada efisiensi biaya dengan meminimalkan biaya operasional. |
| Crowdfunding | : | Metode pendanaan di mana dana dikumpulkan dari banyak orang melalui platform online. |
| Crowdsourcing | : | Praktik memperoleh layanan, ide, atau konten dengan melibatkan kontribusi dari sejumlah orang, baik secara online maupun offline. |
| Customer Creation | : | Tahap dalam Customer Development Process di mana startup harus fokus pada pengumpulan umpan balik pengguna secara berkelanjutan. |
| Customer Development Process | : | Serangkaian langkah sistematis yang membantu startup dalam menemukan apakah produk atau layanan mereka relevan dengan kebutuhan pelanggan. |
| Customer Discovery | : | Tahap pertama dalam Customer Development Process, di mana tim startup perlu mendefinisikan hipotesis tentang kebutuhan pelanggan, melakukan wawancara dengan calon pelanggan, dan memvalidasi ide produk. |

| | | |
|--------------------------------|---|---|
| Customer Validation | : | Tahap dalam Customer Development Process di mana startup memperkenalkan produk ke pasar menggunakan strategi positioning yang tepat. |
| Diferensiasi produk | : | Keunikan dan nilai tambah yang membedakan suatu produk dari produk sejenis di pasaran, dapat berupa fitur, kualitas, desain, kemasan, atau layanan yang ditawarkan. |
| Direct marketing | : | Bentuk pemasaran yang melibatkan komunikasi langsung dengan konsumen individu, dengan tujuan mendapatkan tanggapan atau transaksi. |
| Fintech (financial technology) | : | Teknologi di sektor keuangan untuk memudahkan akses layanan keuangan. |
| Fitur | : | Karakteristik atau fungsi spesifik dari suatu produk yang memberikan manfaat atau nilai tambah bagi pengguna. |
| Freemium | : | Model bisnis di mana fitur-fitur dasar aplikasi ditawarkan secara gratis, sementara fitur premium dikenakan biaya langganan. |
| Growth | : | Pertumbuhan yang ditandai dengan pelanggan dan karyawan yang terus bertambah, serta ekspansi kantor. |
| Guerilla marketing | : | Kampanye pemasaran yang kreatif dan menarik perhatian dapat dilakukan dengan biaya rendah. |
| Hak Kekayaan Intelektual (HKI) | : | Aset tidak berwujud seperti merek dagang, logo, paten, rahasia dagang, dan hak cipta yang perlu dilindungi. |

| | | |
|---|---|---|
| Hibah | : | Sumber pendanaan yang diberikan oleh pemerintah atau organisasi nirlaba, biasanya untuk area tertentu seperti teknologi atau inovasi. |
| Hipotesis | : | Dugaan atau pernyataan yang belum terbukti kebenarannya, yang digunakan sebagai dasar untuk pengujian dan validasi dalam pengembangan produk. |
| Inkubator | : | Program yang menawarkan pendanaan, bimbingan, dan akses ke jaringan investor bagi startup kecil. |
| Integrated Marketing Communications (IMC) | : | Upaya komunikasi pemasaran terpadu yang bertujuan untuk meningkatkan brand awareness, citra merek, loyalitas, penjualan, dan pada akhirnya brand equity. |
| Intuitivitas | : | Kemampuan produk atau layanan untuk dipahami dan digunakan dengan mudah tanpa memerlukan instruksi atau pelatihan yang mendalam. |
| Internet of Things (IoT) | : | Jaringan perangkat fisik, kendaraan, peralatan rumah tangga, dan barang-barang lainnya yang dilengkapi dengan elektronik, perangkat lunak, sensor, dan konektivitas jaringan. |
| Iterasi | : | Proses berulang dalam pengembangan produk, di mana umpan balik dari pengguna digunakan untuk menyempurnakan dan meningkatkan produk. |
| Izin Usaha Industri (IUI) | : | Izin yang diperlukan bagi perusahaan yang bergerak sebagai penyelenggara platform digital untuk tujuan komersial. |

- Kanban : Model visualisasi tugas yang mengubah tugas rumit menjadi gambar yang mudah dipahami.
- Kesenjangan desain : Perbedaan antara harapan pelanggan dengan harapan tim desain dalam menciptakan produk atau layanan.
- Komisaris : Model pendapatan di mana uang dihasilkan dengan merekomendasikan produk dan layanan serta mendapatkan komisi dari setiap rekomendasi yang dibeli oleh orang lain.
- Kompetisi Pitching : Kompetisi di mana startup dapat mempresentasikan ide bisnis dan bersaing untuk mendapatkan hadiah berupa pendanaan atau investasi.
- Langganan (Subscription) : Model pendapatan di mana uang yang masuk didapatkan dari pengguna yang berlangganan secara berulang.
- Loyalitas pelanggan : Kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau merek, yang ditunjukkan dengan pembelian berulang dan rekomendasi kepada orang lain.
- Mamikos : Platform pencarian kos-kosan di Indonesia yang hadir dalam bentuk aplikasi web dan aplikasi mobile.
- Mamikos : Platform daring yang menghubungkan pencari kos dengan pemilik kos di Indonesia.
- Minimum Viable Product (MVP) : Versi paling awal dari produk yang dapat dipasarkan dengan fitur minimal untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna.

| | | |
|---------------------------------|---|---|
| Opex (Operational Expenditure) | : | Biaya operasional yang mencakup pengeluaran harian untuk menjalankan bisnis, seperti biaya gaji, sewa, dan pemasaran. |
| Open Broadcaster Software (OBS) | : | Alat perekaman dan penyiaran layar desktop yang biasa digunakan untuk streaming langsung. |
| P2P Lending | : | Teknologi yang memfasilitasi pendanaan antara individu dan usaha kecil tanpa melibatkan lembaga keuangan tradisional. |
| Persona pelanggan | : | Representasi semi-fiksi dari pelanggan ideal berdasarkan riset pasar dan data aktual. |
| Persona pelanggan | : | Representasi fiktif dari karakteristik pengguna ideal yang akan menggunakan produk atau layanan, yang membantu dalam pengembangan produk yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. |
| Pitch deck | : | Presentasi singkat yang digunakan oleh startup untuk menjelaskan konsep bisnis mereka kepada calon investor. |
| Pivot | : | Perubahan strategi bisnis yang signifikan berdasarkan umpan balik pelanggan dan analisis pasar. |
| Prototipe | : | Model awal atau versi eksperimental dari suatu produk yang digunakan untuk menguji konsep atau proses. |
| Proptech (property technology) | : | Inovasi teknologi dalam sektor properti yang mempengaruhi cara properti dibeli, dijual, dan dikelola. |

| | | |
|-------------------------------|---|--|
| SaaS (Software as a Service) | : | Model distribusi perangkat lunak di mana aplikasi dihosting oleh penyedia layanan dan diakses oleh pengguna melalui internet. |
| Scrum | : | Kerangka kerja pengembangan perangkat lunak yang menggunakan sprint, pertemuan harian, dan perbaikan berkelanjutan untuk mencapai hasil terbaik. |
| Seed Funding | : | Tahap awal pendanaan startup yang diberikan untuk mengembangkan ide menjadi produk atau layanan yang dapat dijual. |
| Sponsor | : | Perusahaan atau individu yang menyediakan dana atau sumber daya untuk suatu kegiatan dengan imbalan promosi atau pengakuan. |
| Startup | : | Perusahaan baru yang fokus pada pengembangan produk atau layanan inovatif dengan potensi pertumbuhan yang cepat. |
| Test driven development (TDD) | : | Pendekatan pengembangan perangkat lunak yang menekankan pada pembuatan tes otomatis sebelum mengembangkan fungsionalitas baru. |
| Tokenisasi aset | : | Proses mengubah hak kepemilikan aset fisik atau finansial menjadi token digital yang dapat diperdagangkan di blockchain. |
| Top of Mind Awareness (TOMA) | : | Tingkat kesadaran di mana suatu merek adalah yang pertama kali diingat oleh konsumen. |
| User engagement | : | Tingkat keterlibatan pengguna dengan produk atau layanan, yang diukur melalui aktivitas seperti penggunaan, umpan balik, dan interaksi. |

| | | |
|-------------------------|---|---|
| User feedback | : | Informasi yang diberikan oleh pengguna tentang pengalaman mereka menggunakan produk atau layanan, yang digunakan untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. |
| User journey | : | Perjalanan atau rangkaian interaksi yang dialami oleh pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan dari awal hingga akhir. |
| User research | : | Proses mengumpulkan informasi tentang kebutuhan, preferensi, dan perilaku pengguna untuk digunakan dalam pengembangan produk yang relevan dan user-friendly. |
| User-centered design | : | Pendekatan desain yang berfokus pada kebutuhan, preferensi, dan keterbatasan pengguna dalam setiap tahap proses desain. |
| Value-driven | : | Pendekatan strategi yang berfokus pada memberikan nilai yang luar biasa kepada pelanggan. |
| Venture Capitalist (VC) | : | Investor yang menyediakan modal untuk startup tahap awal atau berkembang dengan potensi pertumbuhan tinggi, sering kali sebagai imbalan atas saham ekuitas. |
| White Label | : | Istilah yang merujuk pada produk atau layanan yang diproduksi oleh satu perusahaan, tetapi di-branding dan dijual oleh perusahaan lain. |
| Word-of-Mouth | : | Bentuk pemasaran di mana informasi tentang produk atau layanan disebarkan dari mulut ke mulut oleh konsumen yang puas. |

Yield management : Teknik penetapan harga yang memaksimalkan pendapatan dengan menyesuaikan harga berdasarkan permintaan dan penawaran.

TENTANG PENULIS



Alfi Sahri, S.Kom

Dilahirkan di Pacuan II, pada tanggal 18 Juli 2001. Menyelesaikan Pendidikan S1 Sistem Komputer di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang pada tahun 2023, dan sekarang sedang melanjutkan Program Magister (S2) di Kampus Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang dengan program studi Teknik Informatika. Selama menjalani pendidikan S1, pernah berpengalaman dalam bidang Robotik, dengan menciptakan alat "Pemindah Barang Ferromagnetik Secara Otomatis dengan Sistem Keamanan" dan saat ini bisa di terapkan dalam bidang industri.



Fikri Ramadhan Jufri S.Kom

Lahir di Batusangkar, pada tanggal 30 Januari 1995. Menyelesaikan Pendidikan S1 Teknik Informatika di Universitas Kristen Maranatha Bandung pada tahun 2019, dan sekarang sedang melanjutkan Program Magister (S2) di Kampus Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang dengan program studi Teknik Informatika.



Nursyahrina, S.Kom

Lahir di Padang pada 17 Desember 1995. Menyelesaikan pendidikan S1 Teknik Informatika di Institut Teknologi Padang pada tahun 2022, dan kini sedang melanjutkan studi S2 di jurusan yang sama di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Selama menjalani pendidikan S1, pernah berpengalaman sebagai research assistant, dengan fokus penelitian di bidang Data & Text Mining serta Knowledge Transfer.



Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom

Dilahirkan di Pulau Kijang tanggal 08 Juli 1971 dan merupakan Dosen Tetap Universitas Putra Indonesia YPTK, Pendidikan di Bidang Ilmu Komputer dan Manajemen, matakuliah yang pernah diampu adalah Kecerdasan Buatan, Metode Penelitian, Sistem Informasi Manajemen, Information Technology Entrepreneurship.