

**PRODUCT-MARKET FIT ANALYSIS
FOR SCHOOLPAD.ID**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister Manajemen (S2)



RIAN NOVICO

2161021019

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rian Novico
NIM : 2161021019

Tanda tangan  :

Tanggal : 17 Februari 2021



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rian Novico
NIM : 2161021019
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Product-Market Fit for Schoolpad.id

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dr. BP. Kusumo Bintoro, Ir., M.B.A

()

Penguji I : Dr. Jerry Heikal, ST, MM

()

Penguji II : Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, PhD

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Februari 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini sebagai tugas akhir pada Program Magister Manajemen Universitas Bakrie yang berjudul: " Product-Market Fit Analysis for Schoolpad.id". Penulisan tesis ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie. Di dalam proses penyusunan dan penyelesaian tesis, Penulis telah mendapatkan bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian tesis ini, secara khusus kepada:

1. Bapak Dr.Ir. BP. Kusumo Bintoro, M.B.A. selaku dosen pembimbing
2. Bapak Dr. Jerry Heikal, ST, MM. selaku dosen pembimbing
3. Bapak Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, PhD. selaku dosen penguji
4. Fakhrul Rozi S.Si., M.Si., Phd sebagai founder sekaligus CEO Schoolpad.id beserta Mondriadi Munir dan Syaiful Sabril di jajaran manajemen Schoolpad yang telah bersedia memberikan data serta tim Schoolpad.id Eeng Vananda, Ihsan Ramadi, Odi ahyardi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diskusi dengan Penulis
5. Ibu Ku Tercinta, Ibu Yenni Misra atas doa yang selalu menyertai dan perhatian serta kasih sayangnya yang tidak pernah berkurang.
9. Istri Ku dr Priska Natalia serta putri dan putra kami Cyeko Ambun Novico dan Davanka Alkahfi Novico yang selalu menjadi penyemangat dalam kehidupan ini.
10. Teman-ternan Batch 7 Magister Manajemen Universitas Bakrie utamanya untuk konsentrasi Entrepreneurship & Innovation (Mba Sari, Uda Afri, Pak Dimas, Mas Riko, Uda Rian, Pak Afkar, Toba, Taufan) yang selalu aktif diskusi di group serta menyemangati dengan berbagai cara

11. Seluruh Dosen, Karyawan/Karyawati Universitas Bakrie yang telah memberikan pelayanan yang terbaik selama proses pendidikan sampai pada saat penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan dan penelitian ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik dan masukan dari semua pihak guna perbaikan tesis ini. Semoga tulisan ini bermanfaat dan dapat berkontribusi kepada dunia usaha maupun dunia penelitian. Terima kasih.

Jakarta, 17 Februari 2021

Rian Novico

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rian Novico

NIM : 2161021019

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Problem Solving

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PRODUCT-MARKET FIT ANALYSIS FOR SCHOOLPAD.ID

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Rian Novico

ABSTRAK

Evaluasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Mengetahui respon pasar terhadap produk akan menentukan keberlangsungan usaha ke depannya. Respon ini mencakup pendapat pasar terhadap kualitas produk dan juga keinginan pasar dalam membeli produk. Temuan sebelumnya untuk startup pendidikan di Indonesia mayoritas mengubah model bisnisnya. Hal ini dapat disebabkan oleh produk yang tidak sesuai dengan keinginan pasar ataupun cara penjualan produk yang tidak sesuai dengan keinginan pembeli.

Schoolpad.id telah meluncurkan produk dan menjalankan usahanya sejak awal tahun 2020. Jumlah pengguna di akhir tahun 2020 masih jauh dari target untuk awal tahun 2021. Hal ini bisa terjadi karena belum terciptanya kesesuaian produk terhadap pasar (*product market fit*) atau informasi mengenai produk Schoolpad.id belum dikenal pasar secara luas.

Penelitian ini bertujuan untuk respon pasar terhadap produk Schoolpad.id dan evaluasi aktifitas marketing yang telah dilakukan sehingga nantinya dapat memberikan rekomendasi untuk mencapai target.

Kata Kunci: Schoolpad, Product-Market Fit, Startup, Model Bisnis,

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Penelitian.....	6
BAB II DESKRIPSI SCHOOLPAD.ID.....	7
2.1 Gagasan Pendirian Schoolpad.id.....	7
2.2 Kompetisi dalam <i>Startup</i> Pendidikan.....	10
2.3 Rencana Pengembangan.....	11
2.4 Promosi dan Akusisi Pengguna.....	13
2.5 Identifikasi Masalah.....	13
BAB III LANDASAN TEORI.....	15
3.1 Pengertian.....	15

3.2 <i>Product Market Fit</i>	18
3.3 Cara Mencapai <i>Product Market Fit</i>	20
3.3.1 Target customer.....	21
3.3.2 Kebutuhan pengguna.....	23
3.3.3 Value Proposition.....	23
3.3.4 Membuat Minimum Viable Product (MVP).....	23
3.3.5 Uji coba MVP.....	24
3.4 Hipotesis.....	25
3.4.1 Customer Segment Schoolpad.id.....	26
3.4.2 Value Proposition Schoolpad.id.....	26
3.4.3 MVP Schoolpad.id.....	27
3.4.4 Channel.....	27
3.4.5 Customer Relationship.....	27
3.5 Studi Terdahulu.....	29
BAB IV METODE PENELITIAN	34
4.1 Metode Penelitian.....	34
4.2 Cara Pengumpulan Data.....	35
4.2.1 Pengumpulan data kualitatif.....	35
4.2.2 Pengumpulan data kuantitatif.....	37
4.3 Sampel Data.....	37
4.4 Alur Penelitian.....	38
BAB IV ANALISA	41
5.1 Sebaran dan Limitasi Data.....	40
5.1.1 Data wawancara.....	40

5.1.2 Data kuisisioner.....	42
5.1.3 Dataset Schoolpad.id.....	42
5.2 Hasil Wawancara.....	43
5.2.1 Hasil wawancara dengan pengguna.....	43
5.2.2 Hasil wawancara dengan calon pengguna potensial.....	45
5.2.3 Hasil wawancara dengan pihak sekolah.....	46
5.3 Hasil Kuisisioner.....	47
5.4 Hasil Dataset.....	50
5.5 Analisa	54
5.5.1 Analisa MVP.....	54
5.5.2 Analisa jangka menengah.....	57
BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Solusi yang ditawarkan Schoolpad.id.....	9
Gambar 2.2 Milestone schoolpad.id.....	11
Gambar 3.1 <i>Product-market fit pyramid</i>	20
Gambar 3.2 <i>The Lean Product Process</i>	21
Gambar 3.2 membangun MVP.....	24
Gambar 3.3 Business model canvas.....	26
Gambar 4.1 kegiatan promosi dan pencapaian.....	36
Gambar 4.2 Alur penelitian.....	38
Gambar 5.1 Responden kuisisioner.....	41
Gambar 5.2 media social Schoolpad.id.....	42
Gambar 5.3 Jawaban tentang persiapan UTBK.....	46
Gambar 5.4 Jawaban kuisisioner tentang <i>try out</i>	47
Gambar 5.5 Jawaban kuisisioner tentang <i>Schoolpad.id</i>	48
Gambar 5.6 Grafik pengaruh aktivitas iklan terhadap pertumbuhan pengikut social media dan pengguna <i>platform</i> Schoolpad.id.....	50
Gambar 5.7 Grafik reach (jumlah pengguna yang dijangkau) media social.....	51
Gambar 5.8 Grafik reach Facebook berbayar dan organic.....	51
Gambar 5.9 Sebaran media asal pengguna <i>platform</i> Schoolpad.id.....	52
Gambar 5.10 Hasil iklan dengan jangkauan pengguna sepuluh konten teratas.....	53
Gambar 5.10 Hasil iklan dengan penambahan pengikut sepuluh konten teratas.....	53
Gambar 5.11 Analisa SWOT.....	56
Gambar 5.12 Usulan BMC untuk jangka pendek.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 perbandingan layanan layanan Schoolpad.id dengan beberapa <i>leading startup</i> Pendidikan saat ini	10
Table 3.1 Penelitian terdahulu.....	29