

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Konsep kewirausahaan dan teknologi yang terus berkembang membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat didunia, baik dari segi budaya, politik, sosial, ekonomi maupun bisnis. Integrasi teknologi memiliki potensi perubahan cara bisnis dari perencanaan, pelaksanaan hingga pengawasan (Abramowicz, 2015; Garza & Kurfess, 2018; Muller et al., 2018). Teknologi kini telah dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan besar maupun usaha kecil diberbagai belahan dunia dan menjadi salah satu faktor terpenting yang mendorong produktivitas bisnis dalam beberapa tahun belakangan (Faller & Feldmtiller, 2015; Andulkar & Berger, 2018; Garza & Kurfess, 2018).

Penerapan teknologi didunia kewirausahaan meluas diberbagai kalangan dan menjadi aspek penting dalam meningkatnya perekonomian negara (Rusmann et al., 2015). Kewirausahaan menjadi penopang sendi-sendi perekonomian dengan mengurangi jumlah pengangguran, memberikan pendapatan, meningkatkan kesejahteraan, mengurangi tingkat kriminalitas, bahkan meningkatkan standar hidup masyarakat serta mengakibatkan pasar global terus berkembang (Amir, 2014:2). Hal tersebut merubah tren kehidupan masyarakat yang saling terkait dalam skala dunia dan menjadi tantangan bagi setiap negara untuk terus melakukan perubahan agar keadaan ekonomi negara tetap stabil.

World Economic Forum yang menerbitkan “*Global Competitiveness Report Index 2017-2018*”, menjelaskan bahwa Indonesia meningkatkan kinerjanya disemua aspek dari tahun 2017 ke tahun 2018 hingga menduduki posisi perekonomian ke-36 dari 137 negara yang ada didunia (Schwab, 2018). Posisi Indonesia di peringkat ini didorong oleh pasar yang terus meningkat dengan berbagai ide kreatif dan inovasi. Wirausaha berkembang dalam produk barang atau jasa, bahkan sebagian mengambil peran dalam kategori startup (Omsa, Ridwan, & Jayadi, 2018). Kontribusi wirausaha memiliki peran penting terhadap ekonomi nasional (Suryana, 2013:60) dan banyaknya startup yang berhasil dapat membantu

menaikkan suatu perekonomian Negara (Kim, & Jeon, 2018; Rahmanita & Widyaningrum, 2018).

Pertumbuhan startup di Indonesia pada tahun 2016 terus meningkat dan memberikan dampak positif kepada masyarakat (Daily Social, 2016). Tercatat 49 startup sukses yang telah berkembang ditengah masyarakat pada tahun 2016 (Techinasia, 2016). Hasil “*Startup Report 2017*” menunjukkan bahwa pada tahun 2017 sebanyak 230 startup telah diluncurkan (Daily Social, 2017). Jumlah startup Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018, startup Indonesia mencapai 992 startup. Perkembangan startup yang terus meningkat, mengakibatkan munculnya berbagai *mobile application* di Indonesia.

TABEL 1.1
DATA PEMINAT PENGGUNA *MOBILE APPLICATION* TAHUN 2017

Lebih Baik Menggunakan <i>Mobile Application</i> atau <i>Mobile Web</i> (Total Respondents : 284)		
	<i>Mobile Application</i>	<i>Mobile Web</i>
<i>Easier to use</i>	48.94%	10.56%
<i>Safer to use</i>	33.8%	23.59%
<i>Faster to load</i>	40.14%	23.94%
Rata-rata	40,96%	19,36%

Sumber: Answer, S. & Answet T (Jajak Pendapat App : 2017)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat lebih tertarik menggunakan sebuah *mobile application* dari pada mengakses *mobile website*. Hal ini menunjukkan bahwa tren *mobile application* telah meluas dan memiliki daya tarik tersendiri. *Mobile application* ini menggambarkan suatu sistem teknologi yang terkomputerisasi dan saling berkaitan satu sama lain (Bauer et al., 2015; Erol et al., 2016; Sanders et al., 2016; Viryasitavat et al, 2018).

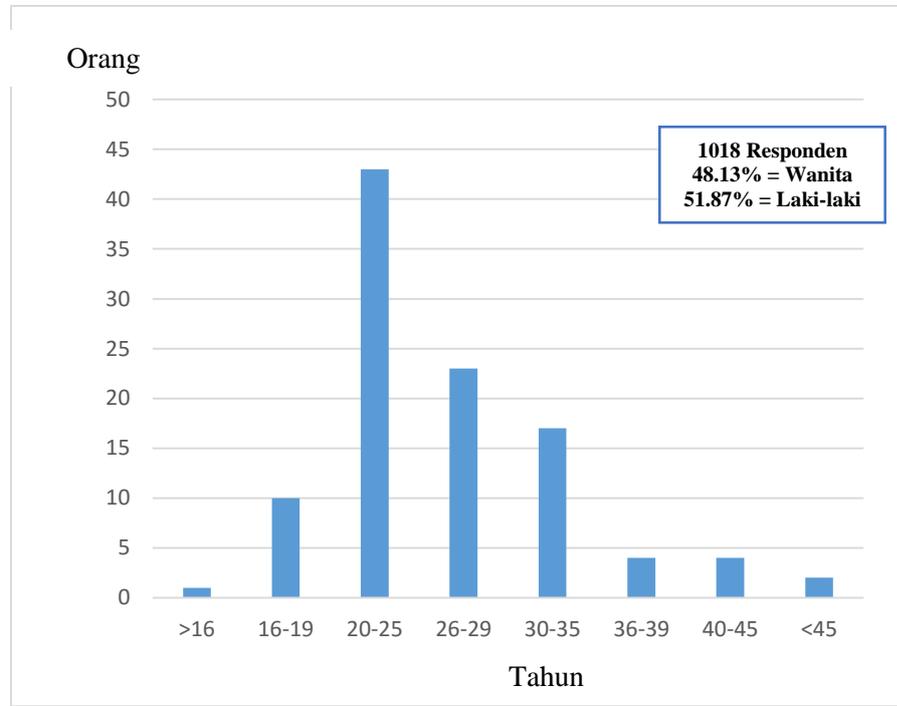
TABEL 1.2
DATA PERTUMBUHAN PENGGUNA *MOBILE APPLICATION*

Data pertumbuhan pengguna <i>Mobile Application</i>	
Tahun 2016	66 juta
Tahun 2017	92 juta
Tahun 2018	120 juta
Tahun 2019	3.256 juta

Sumber: Hootsuite (2019)

Pertumbuhan pengguna *mobile application* yang terus meningkat setiap tahunnya pada tabel 1.2, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki banyak kepentingan yang difasilitasi oleh *mobile application*. *Mobile application*

yang dikembangkan oleh berbagai startup ini memiliki fungsi, tujuan dan target segmentasi pasar sendiri.



Sumber: Daily Social (2017)

GAMBAR 1.1
USIA PENGGUNA MOBILE APPLICATION

Gambar 1.1 menunjukkan data usia pengguna *mobile application* dengan berbagai rentang usia. Pengguna *mobile application* dengan usia rata-rata 16-29 tahun, terlihat lebih tinggi dibandingkan dengan usia dibawah 16 tahun dan diatas 29 tahun. Pengguna *mobile application* yang paling aktif adalah kalangan pelajar, mahasiswa dan pekerja usia muda (Daily Social, 2017).

Mobile application yang sering digunakan masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari seperti *marketplace* Bukalapak, Tokopedia, Lazada, Shopee dan lainnya. Dalam dunia *traveling*, masyarakat sangat dimudahkan dengan akses dari aplikasi Traveloka, Airy, Pegi-peggi, Tiket.com dan lainnya (Daily Social, 2017). Didunia transportasi, aplikasi Gojek dan Grab menjadi pilihan masyarakat. Bahkan, banyak aplikasi khusus yang berkembang dengan segmentasi anak kost, seperti MamiKos, Cari-Kos.com, BosKos, InfoKost, Pak Kosm, KostHero dan lainnya. *Mobile application* ini memiliki fitur-fitur yang saling memiliki keunggulan tersendiri,

mulai dari layanan pesan-antar makanan, pengiriman barang, info penginapan, jasa bersih-bersih hingga fitur *massage*.

TABEL 1.3
THE BEST INDONESIA APPS

Aplikasi	Persentase	Aplikasi	Persentase	Aplikasi	Persentase
Go-Jek	41.44%	BaBe	2.85%	Pegi-Pegi	0.20%
Tokopedia	20.37%	Toko Bagus	2.46%	Sebangsa	0.20%
Traveloka	10.53%	Matahari Mall	1.77%	Apps Lain	5.22%
Buka Lapak	7.58%	Jenius	1.38%	Tidak Memilih	1.38%
BliBli	3.84%	Kurio	0.79%		
<i>Category Of Apps</i>					
Transportation	37.20%	Game	9.94%	Travel Apps	3.84%
Shopping	35.93%	News Apps	8.27%	Another App	4.82%
Jumlah Responden : 1081					

Sumber: Daily Social (2017)

Aplikasi yang berkembang memiliki suatu ciri khas keunggulan untuk mampu bersaing dipasar. Gojek dengan keunggulan transportasi murah dan layanan Go-Food sebagai pesan antar makanan. Tokopedia sebagai *marketplace* membantu interaksi penjual dan pembeli lebih cepat serta membantu produk bisa dijual dalam skala dunia. Traveloka sebagai aplikasi traveling dan memudahkan masyarakat dalam perjalanan. Bahkan, banyak aplikasi yang berkembang dengan segmentasi anak kost yang dipergunakan banyak kalangan karena menyediakan informasi penginapan yang lebih murah.

Beberapa aplikasi pencari rumah kost yang sering digunakan oleh masyarakat adalah Mamikos, Infokos, BosKost, KosKost, KostHero, dan Pak Kos. Aplikasi tersebut memudahkan pengguna untuk mencari rumah kost dari jauh tanpa harus melihat lokasi secara langsung.

TABEL 1.4
APLIKASI MOBILE APPLICATION KOSAN 2019

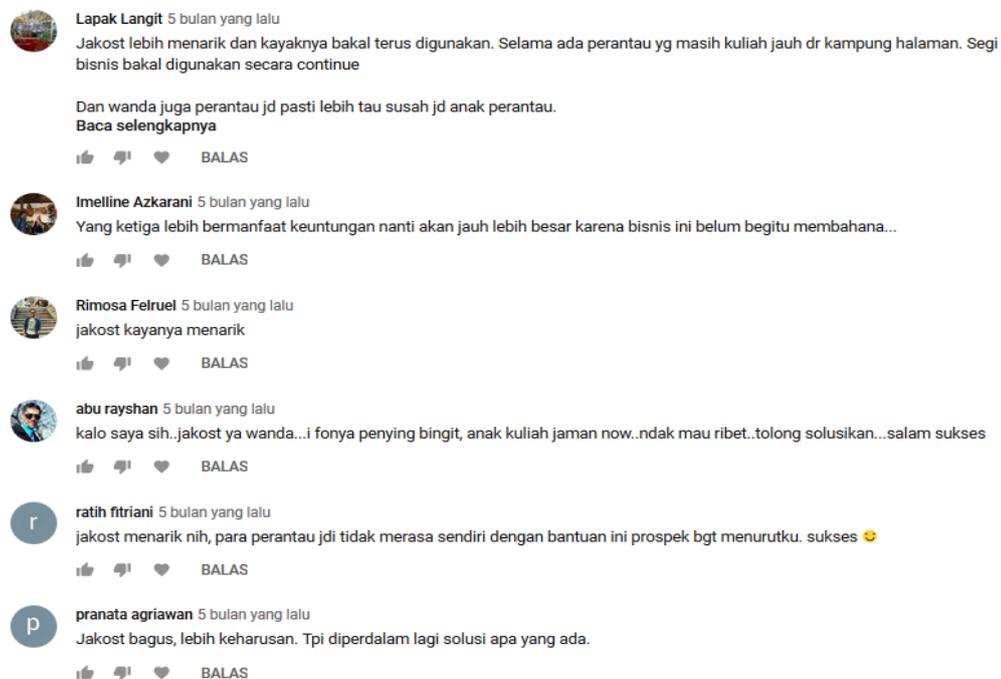
No.	Aplikasi	Perusahaan	Diliris Tanggal	Ranting	Download
1.	Mamikos	PT. Mama Teknologi Properti	11 Nov 2015	4,4	1.000.000+
2.	BosKos	PT. Sisi	31 Okt 2017	4,2	5.000+
3.	Pak Kos	ISDev	09 Jun 2018	4,1	1.000+
4.	Infokost	PT. Mediapura Digital Indonesia	23 Jan 2014	3,8	100.000+
5.	KosKost	Holatyus, Inc	13 Jan 2016	3,7	50.000+
6.	KostHero	Radical Labs, Inc	06 Jul 2016	3,1	10.000+

Sumber: Berdasarkan hasil Pengolahan Data dari *Play Store* 2019

Aplikasi pencari rumah kost mulai dikembangkan dari tahun 2015 hingga sekarang. Bahkan, pengguna aplikasi pencari kost ini mencapai 1.000.000 lebih dan

aplikasi Mamikos menjadi salah satu aplikasi yang banyak didownload oleh pengguna (Play Store, 2019). Perkembangan aplikasi kost ini sangat membantu penyedia maupun pencari kost dengan lebih efektif dan efisien.

Dari semua aplikasi yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat di Indonesia, dilakukanlah suatu survey keberapa masyarakat untuk mengetahui bagaimana penilaian mereka terhadap aplikasi-aplikasi yang berkembang. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar aplikasi sangat membantu masyarakat dalam kesehariannya. Namun, aplikasi-aplikasi tersebut juga memiliki kekurangan. Misalnya, *fittur* Go-Food yang tidak memasukan makanan atau cemilan usaha kecil pinggiran. Tokopedia yang tidak memiliki sebuah forum khusus jual barang bekas layak pakai. Stok barang yang habis tidak dihapus mengakibatkan pembeli bigung. Aplikasi anak kost yang fokusnya pada info penginapan membuat anak kost kesulitan mencari berbagai kebutuhan anak kost. Kekurangan dari setiap aplikasi ini, menunjukkan bahwa masih banyak kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi dan harus dikembangkannya sebuah aplikasi yang mengatasi permasalahan tersebut.



Sumber: Youtube Wanda Patricia 2018

GAMBAR 1.2 IDE PENGEMBANGAN *MOBILE APPLICATION*

Setelah melakukan survey melalui video yang diunggah diyoutube (<https://youtu.be/1cSNdIGNugQ>), wawancara langsung dengan beberapa responden usia 16-29 tahun dan observasi langsung, penelitian ini memperoleh hasil untuk mengembangkan sebuah aplikasi yang segmentasinya adalah pelajar atau mahasiswa yang sedang merantau. Beberapa responden mengatakan, bahwa mereka membutuhkan sebuah aplikasi yang membantu keseharian pelajar atau mahasiswa diluar kota.

Banyaknya aplikasi yang berkembang dengan segmentasi anak kost, seperti Mamikos.com, Infokost atau Cari-kost.com hanya menyediakan layanan utama info rumah atau tempat kost. Kebutuhan anak kost banyak yang tidak dapat dipenuhi dari aplikasi tersebut. Kesulitan memperbaiki barang-barang elektronik juga menjadi alasan kenapa perlu dikembangkannya sebuah aplikasi yang fokusnya kepada kebutuhan anak kost. Adanya hasil observasi dan wawancara tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengembangkan aplikasi yang menyediakan kebutuhan anak kost. Aplikasi berbasis *mobile application* yang akan dikembangkan adalah aplikasi Jakost.

Jakost adalah sebuah aplikasi berbasis *mobile application* yang akan dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan anak kost. Jakost juga diangkat dari fenomena banyaknya anak kost yang merantau jauh dari keluarga. Anak kost pada umumnya memiliki kesibukkan tersendiri yang menyebabkan kebutuhan pribadi mereka tidak dapat dipenuhi ketika jauh dari keluarga. Anak kost pada umumnya ingin segala proses simple dan cepat. Jakost memiliki beberapa fitur didalamnya yaitu : Laukost (Laudry), Makost (Makan dan Cemilan), Jekost (Layanan Antar Jemput), Sekost (Service), Jubakost (Jual Beli Barang Bekas Anak Kost).

Jakost sebagai startup yang baru akan dirancang harus mampu merencanakan bisnisnya dengan sebaik mungkin, terperinci dan terkontrol. Perencanaan bisnis Jakost hingga kepada rancangan aplikasi harus dilakukan dengan sangat tepat dan terkoordinir dengan baik. Sebuah pendekatan perencanaan bisnis harus digunakan dalam membantu memetakan konsep bisnis Jakost. Perencanaan bisnis ini

berfungsi untuk membantu Jakost dapat berkembang sesuai dengan tujuan, visi dan misi yang telah direncanakan.

Pendekatan PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) dianggap sebagai suatu metode untuk melakukan perencanaan dan perbaikan proses secara kontinu. Teknik ini merupakan sebuah siklus yang dipopulerkan oleh W. Edwards Deming (14 Oktober 1900–20 Desember 1993) yaitu seorang professor, pengarang buku, pengajar dan konsultan. Pendekatan PDCA menjadi suatu proses sederhana yang dilakukan untuk terus mendukung peningkatan kearah perbaikan (Kuniawan, 2010).

Penelitian perencanaan dan perbaikan dengan penerapan PDCA juga dilakukan diberbagai bidang. Misalnya, penerapan pendekatan PDCA untuk mengendalikan kualitas (Prasetyawati & Tools, 2014; Handayani, 2016), meningkatkan kinerja yang efektif (Reyes et al., 2018), standar pelayanan rumah sakit (Dewi, et al., 2014). meningkatkan pendidikan teknik industri (Guo et al., 2018), mengembangkan keterampilan berbasis perangkat lunak (Hasan & Hossain, 2018). pengembangan alat dan aplikasi kesehatan (Kallergis & Sakkalis, 2018). Pendekatan PDCA yang meluas memiliki tujuan memperbaiki dan mengendalikan suatu rencana atau kinerja agar berjalan dengan baik.



Sumber: Heizer dan Render (2011:233)

GAMBAR 1.3
SIKLUS PENDEKATAN PDCA

Mengimplementasikan PDCA dengan tepat sangatlah penting dan menjadi tolak ukur untuk keberhasilan bisnis dari Jakost itu sendiri. Pendekatan ini dimulai dengan melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan (bisnis). Faktor internal mencakup kelemahan dan kekuatan dari dalam perusahaan yang dianalisis secara menyeluruh. Faktor eksternal yang mencakup ancaman serta peluang dari luar perusahaan harus mampu dianalisis dan dirincikan dengan baik. Analisis tersebut dilakukan dengan analisis lingkungan sebagai cara menganalisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang. Perumusan strategi selanjutnya

dilakukan dengan analisis internal dan eksternal yang biasa disebut matriks EFAS dan IFAS. Kemampuan melihat kelebihan dan kekurangan bisnis dari internal dan eksternal perusahaan sangat dibutuhkan pada analisis matriks EFAS dan IFAS.

Setelah analisis lingkungan, matriks EFAS dan IFAS, tahap selanjutnya dalam *Plan* adalah merencanakan sebuah model bisnis. Model bisnis yang layak, memiliki keunggulan dan terarah harus mampu mengelolah sebuah bisnis Jakost (Metts, 2014). Pertumbuhan bisnis yang sukses didasarkan pada kombinasi kreatif dan inovatif antara teknologi dan pasar melalui sebuah model bisnis (Kim et al., 2018; Razavi, 2007). Seseorang yang mengembangkan sebuah aplikasi harus mampu menentukan sebuah model bisnis yang akan digunakan (Yun, 2017). Selama lima belas tahun terakhir, setidaknya teori-teori berikut telah diterapkan pada pemahaman tentang bisnis model : Kemampuan dinamis (Leih et al., 2015), teori kewirausahaan (Foss, Saebi & Stieglitz, 2016), *Transaction Cost Economics* (TCE) (Zott & Amit, 2010), model pembelajaran (Sosna et al., 2010), kognisi manajerial (Tikkanen, 2005), kinerja (Amit & Zott, 2001; Zott, 2007; Kim & Min, 2015), inovasi (Chesbrough & Rosenbloom, 2002), manajemen teknologi (Foss & Saebi, 2017).

Salah satu inovasi model bisnis yang berkembang saat ini dikenal dengan *Business Model Canvas* (BMC) (Chesbrough, 2007; Hedman & Kalling, 2003; Maglio & Spohrer, 2013; Shafer, Smith, & Linder, 2005; Tikkanen, 2005; Voelpel, et. al., 2005; Zott, 2007; Giesen, et. al., 2013; Pratama & ADH, 2016). Implementasi *business model canvas* terus dilakukan dalam upaya perbaikan model bisnis yang berjalan (Al-debei & Avison, 2010; Nenonen & Storbacka, 2010; Smedlund, 2012; Kindstrom & Kowalkowski, 2014; Heaker, 2017; Ojasalo, 2018). Konsep *business model canvas* memiliki kekuatan praktis yang sangat besar dan akan menjadi pertimbangan manajer dalam mengambil keputusan yang telah diprediksi ataupun tidak (Mcgrath, 2010).

Perancangan manajemen bisnis Jakost pada tahap *plan* akan memetakan *business model canvas* sebagai aktivitas utama untuk mencerminkan strategi perusahaan yang akan beroperasi dalam mencapai tujuannya (Rudtsch, et al., 2014). Kecanggihan teknologi saja tidak akan mampu membuat sebuah bisnis sukses,

makanya sangat diperlukan sebuah model bisnis. *Business model canvas* memiliki pendekatan yang unik, yaitu disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan agar lebih mudah dimengerti. *Business Model Canvas* ini memberikan sajian model bisnis dengan pemetaan sembilan elemen didalamnya, yaitu : *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure* (Osterwalder, 2010).

Tahapan *do* akan menggambarkan bagaimana perencanaan dilakukan dan dikerjakan. Selanjutnya, pada tahapan uji coba (*check*), penelitian ini menggunakan pendekatan atau metode TAM (*Technology Acceptance Model*). Pendekatan TAM berfungsi untuk menilai penerimaan teknologi yang mengidentifikasi tingkat penerimaan individu terhadap teknologi. Aplikasi ini akan diuji coba oleh sampel dari mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia sebagai anak rantau yang menjadi anak kost di Bandung.

Kota Bandung merupakan kota wisata dengan berbagai jenis kuliner, wisata alam, religius, kota fashion, dan banyak penguruan tinggi favorit. Uji coba aplikasi Jakost dilakukan di Universitas Pendidikan Indonesia karena letak posisi Universitas yang strategis. Universitas Pendidikan Indonesia dengan akreditasi A mendapatkan peringkat Universitas terbaik ke-13 Non-Vokasi di Indonesia menurut Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Kemenristekdikti) tahun 2018 (Ristekdikti, 2018). Posisi kampus utama yang terletak di Jalan DR. Setiabudi, menjadi salah faktor Universitas favorit yang dekat dengan salah satu pusat kuliner kota Bandung, yaitu kuliner geger kalong tengah dengan suasana religius dan dekat pusat wisata Lembang.

Tahap terakhir dalam PDCA, adalah tahap *act* yang akan menindaklanjutan hasil uji coba aplikasi Jakost. Tahapan ini menjadi tahapan evaluasi secara keseluruhan perencanaan awal hingga akhir, menentukan apakah aplikasi Jakost bermanfaat untuk dikembangkan dan dapat bersaing ditengah pesaingan pasar yang ada.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah rancang bangun aplikasi Jaskost berbasis *mobile application* dengan menggunakan pendekatan PDCA (*Plan, Do, Check, Act*). Oleh karena itu,

peneliti menuangkan pengembangan tersebut dengan judul tesis “**Implementasi Perancangan Bisnis Aplikasi Jakost Berbasis *Mobile Application***”.

1.2 Identifikasi Masalah

Sejalan dengan latar belakang penelitian diatas mengenai sebuah startup yang akan dikembangkan. Startup memerlukan sebuah perencanaan yang tearah dalam mengembangkan bisninya. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan dalam perencanaan bisnis tersebut adalah pendekatan PDCA. Berdasarkan penelitian terdahulu, pendekatan PDCA dapat mengendalikan dan menciptakan kestabilan serta memberikan peningkatan secara terus–menerus bagi perusahaan (Prasetyawati & Tools, 2014; Hasan & Hossain, 2018; Handayani et al., 2016; Guo et al., 2018; Reyes et al., 2018; Dudin, et al., 2017)

Pendekatan PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) sebenarnya telah digunakan di banyak bidang, seperti produksi, manajemen kualitas, kesehatan medis, pengembangan aplikasi dan sebagainya. PDCA dianggap memberikan keunggulan dengan memetakan empat siklus secara terperinci. Mulai dari fokus merencanakan kegiatan dari awal hingga akhir, mengerjakan yang telah terencana, uji coba atau cek hasil kerja dan terakhir tindak lanjut atau jalankan. Atas dasar inilah, tema sentral dalam penelitian ini adalah “Menerapkan pendekatan PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) dalam rancang bangun aplikasi Jaskost berbasis *Mobile Appllication*”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan diatas serta identifikasi masalah yang ada, maka dilakukan perumusan masalah. Untuk melaksanakan penelitian lanjut, dilakukan penelitian terhadap sebuah implementasi pendekatan PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) dalam rancang bangun aplikasi Jaskost berbasis *mobile application*. Masalah diteliti dengan membatasi pada pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi perancangan bisnis pada aplikasi Jakost?
2. Bagaimana implementasi aplikasi Jakost bekerja?
3. Bagaimana implementasi evaluasi pada aplikasi Jakost?
4. Bagaimana implementasi hasil evaluasi pada aplikasi Jakost?
5. Bagaimana rancang bangun aplikasi Jakost berbasis *mobile application*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Implementasi perancangan bisnis pada aplikasi Jakost.
2. Implementasi aplikasi Jakost bekerja.
3. Implementasi evaluasi pada aplikasi Jakost.
4. Implementasi hasil evaluasi pada aplikasi Jakost.
5. Rancang bangun aplikasi Jakost berbasis *mobile application*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

- 1) Manfaat penelitian secara teoritis :
 - a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) bagi perkembangan ilmu ekonomi dan manajemen khususnya yang berkaitan dengan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal, matriks IFAS dan EFAS, matriks IE, matriks SWOT, *Business Model Canvas*, PDCA dan TAM sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dan wawasan bagi para akademisi dalam mengembangkan sebuah strategi serta model bisnis dalam era teknologi informasi.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat digunakan sebagai sarana informasi atau acuan sekaligus untuk memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pendekatan PDCA dalam sebuah rancangan *mobile application* dalam meningkatkan sebuah strategi dan model bisnis, mengingat masih banyak faktor-faktor lain yang belum terungkap dalam penelitian ini.
- 2) Manfaat penelitian secara praktis :
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi penulis dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi wirausahaan dan startup dalam merintis dan memulai usaha untuk memperhatikan langkah-langkah strategis dalam meningkatkan kinerja bisnis.

- b. Rancangan manajemen bisnis aplikasi Jakost ini menjadi salah satu studi kelayakan bisnis yang bermanfaat untuk para investor untuk memilih investasi yang menguntungkan.
- c. Studi kelayakan bisnis ini bermanfaat untuk masyarakat sebagai salah satu *mobile application* yang dapat digunakan dimasa yang akan datang.
- d. Manfaat lain untuk pemerintah dalam pengaplikasian aplikasi Jakost pada kehidupan nyata, akan menambah pendapatan negara.