

## Pendekatan Lean Startup Pada Desain Produk Dan Teknik Minimum Viable Product Dalam Menyikapi Skeptisisme Pada Iklim Bisnis

**Anggi Aditiya Ningsih**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[anggiaditya6@gmail.com](mailto:anggiaditya6@gmail.com)

**Rizky Suhanry Rambe**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[rizki.suhandri@gmail.com](mailto:rizki.suhandri@gmail.com)

**Yuli Novia Munthe**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[yulinoviahmunthe@gmail.com](mailto:yulinoviahmunthe@gmail.com)

**Purnama Ramadani Sialalahi**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[purnamaramadani@uinsu.ac.id](mailto:purnamaramadani@uinsu.ac.id)

Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang,  
Sumatera Utara 20371

**Abstract.** *The large number of start-up companies that have been started has resulted in uncertainty in the business climate. The reference for companies that are able to survive and be considered successful in facing an uncertain business climate is a company that is able to provide products according to consumer desires. This study aims to Consider the Lean Startup approach and how it can be applied to product creation. The validation procedure in every product development process will certainly increase the possibility of goods according to consumer preferences and also shorten the time needed from product design to delivery to market, therefore the Lean Startup approach is ideal. The Minimum Viable Product technique is one of the potential methods used to support lean operational systems. This is done to support the idea of Lean across all operations (MVP).*

**Keywords:** *Lean Startup, Product Design, Minimum Viable Product, Value Proposition*

**Abstrak.** Banyaknya perusahaan *startup* yang dirintis mengakibatkan timbulnya ketidakpastian dalam iklim bisnis, Acuan bagi perusahaan yang mampu bertahan dan dianggap sukses dalam menghadapi iklim bisnis yang tidak pasti ialah perusahaan yang mampu memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk Mempertimbangkan pendekatan Lean Startup dan bagaimana hal dapat diterapkan pada penciptaan produk. Prosedur validasi dalam setiap proses pengembangan produk tentunya akan meningkatkan kemungkinan barang yang sesuai dengan preferensi konsumen dan juga mempersingkat waktu yang dibutuhkan dari desain produk hingga pengiriman ke pasar, oleh karena itu pendekatan Lean Startup sangat ideal. Teknik *Minimum Viable Product* adalah salah satu metode potensial yang digunakan untuk

---

Received Januari 30, 2022; Revised Febuari 2, 2022; Maret 22, 2022

\* Anggi Aditiya Ningsih, [anggiaditya6@gmail.com](mailto:anggiaditya6@gmail.com)

mendukung sistem operasional ramping. Ini dilakukan untuk mendukung ide Lean di semua operasi (MVP).

***Kata kunci: Lean Startup, Desain Produk, Minimum Viable Product, Value Proposition***

## **LATAR BELAKANG**

*Startup* adalah organisasi yang dibuat untuk mengidentifikasi model bisnis baru yang ideal untuk memaksimalkan keuntungan.<sup>1</sup> Saat ini, *startup* berbasis teknologi, sains, dan teknik merupakan mayoritas bisnis baru, terhitung 60,8% dari semua *startup*. Pendidikan mencapai 9,4%, sedangkan layanan makanan dan penginapan mencapai 11,4%. *Startup* yang tersisa terbagi antara ritel, real estat, administrasi bisnis, dan konstruksi.

Menurut data yang dikumpulkan oleh para ahli terkemuka di Universitas *Harvard* dan diterbitkan oleh *Wall Street Journal* pada tahun 2012, hampir 75% perusahaan berkembang gagal selama masa perkembangannya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kegagalan *startup* relatif tinggi. Kegagalan *startup* dicirikan sebagai ketidakmampuan untuk secara efektif mengelola sumber daya perusahaan yang terbatas, mengakibatkan *startup* tidak menerima siklus arus kas yang menguntungkan atau bahkan gagal menghasilkan pendapatan yang cukup pada awal tahun fiskal mereka saat ini.<sup>2</sup>

Kemampuan bisnis untuk menawarkan produk yang memenuhi minat pelanggan dan pengguna dapat digunakan untuk mengidentifikasi bisnis yang sukses. Ini sering disebut sebagai "Pengembangan Proses Produk" dalam tahap desain berkelanjutan, yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pengguna atau konsumen. Pendekatan *Lean Startup*, yang berasal dari pendekatan manufaktur dan saat ini diterapkan di setiap manajemen dan proses bisnis, termasuk untuk produk, diusulkan untuk menanggapi perubahan kondisi bisnis yang dibawa oleh kemajuan teknologi dan perubahan zaman.<sup>3</sup> Dalam konteks kewirausahaan, metodologi *Lean Startup* dapat digunakan sebagai

---

<sup>1</sup> Blank, S. *Why The Lean Start-up Changes Everything*. (Harvard Business Review: 2013).

<sup>2</sup> Colis, D. *Lean Strategy*. (Harvard Business Review: 2016).

<sup>3</sup> Afdi Zihramna, Bambang Purwanggono. *Perancangan Strategi Berbasis Metodologi Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi Di Indonesia*. *Indsutri Engineering Online Journal*. Vol. 6 No. 4. 2018. Hal. 1-13.

panduan untuk menghilangkan perencanaan yang ketat dan eksperimen tanpa pengawasan.

Pendekatan *Lean Startup* telah diperkenalkan sebagai cara dalam memelihara inovasi produk di perusahaan yang stabil. Pada pendekatan *Lean Startup* dianggap memiliki daya Tarik karena pada pendekatan ini berusaha untuk menawarkan “pendekatan ilmiah dalam penciptaan *startup*” yang mendorong para wirausahawan dan para *innovator* dalam melakukan eksperimen terstruktur yang didasari akan hipotesis serta menggabungkan hasil dari eksperimen secara langsung di setiap proses yang dilakukan. *Lean Startup* juga telah memperkenalkan berbagai metode bisnis seperti aktivitas dalam *startup*, tersedianya alat dan konsep *startup* seperti kanvas model bisnis, *minimum viable product* (MVP), pengembangan dan validasi pelanggan, serta *pivoting*.

Dengan membandingkan dua metodologi, *Product Process Development* dan *Lean Startup*, artikel ini akan menjelaskan pokok bahasan utamanya, yaitu proses desain dan pembuatan produk. Pembicaraan kemudian akan dilanjutkan untuk membahas skeptisisme iklim bisnis dan pengaruhnya terhadap Teknik *Minimum Viable Product*, dengan menggunakan strategi penalaran terbaik yang tersedia. Karena diketahui bahwa perhatian terhadap estetika, fungsi, dan material berdampak pada desain produk, serta proses untuk memenuhi nilai (*value*) yang diminta pelanggan. Untuk mendukung upaya mengidentifikasi tujuan utama dan menjadi efektif dan efisien, *Minimum Viable Product* akan berusaha untuk memastikan bagaimana kegiatan produksi dapat diatur pada saat *startup*.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Desain Produk**

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan bisnis kepada pelanggan (pelanggan). Definisi produk lebih lanjut adalah sesuatu yang dapat disediakan oleh produsen sehingga dapat ditemukan, dicari, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi oleh pasar untuk memuaskan kebutuhan atau keinginannya. Secara konseptual, konsep produk adalah persepsi subjektif produsen terhadap apa yang dapat ditawarkannya dalam upaya

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kemampuan organisasi, kompetensi, dan daya beli pasar guna mencapai tujuan organisasi.

Desain produk ialah seluruh aktivitas dalam membuat suatu produk dimulai dari melihat potensi *market* yang dilanjutkan dengan produksi, penjualan serta pengiriman produk tersebut kepada konsumen. Desain produk dianggap sebagai factor penting serta kunci dari kesuksesan sebuah produk dalam menjangkau pasar sebagai dasar dari bagian marketing, mendesain sebuah produk diartikan sama dengan membaca sebuah pasar, dari apa yang diinginkan, tingkat kemampuan, pola pikir sampai pada aspek-aspek yang lainnya yang akhirnya akan digunakan dalam mengaplikasikan dalam rancangan sebuah produk. Kualitas produk merupakan pengetahuan tentang nilai suatu produk untuk membedakan dengan produk lain. Dengan ini perusahaan dapat memfokuskan ke beberapa produknya agar bisa bersaing untuk memperebutkan dan menarik minat pembeli pada produk yang di jual.<sup>4</sup> Faktor Kualitas produk merupakan faktor yang mempunyai dampak langsung dan sangat berdampak terhadap keputusan pelanggan saat melakukan aktivitas pembelian.<sup>5</sup> Adapun karakteristik dari desain produk yang baik diantaranya ialah sebagai berikut :

1. Menjadikan kualitas sebagai factor utama, hal ini dapat dilihat dari produk yang sesuai dengan kebutuhan serta ketersediaan konsumen dalam membeli produk tersebut.
2. Biaya pembuatan produk yang sama dengan nilainya. Dengan demikian, harga jual dan keuntungan dari produk itu sendiri akan dipengaruhi oleh masing-masing biaya produksi.
3. Mempertimbangkan kualitas produk, yang meliputi fungsionalitas, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, ketergantungan, penampilan, dan kualitas yang dirasakan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Kumbara Vicky Brama. *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Vol. 2. Issue 5. 2021.

<sup>5</sup> Tannia Putu Vivin, Ni Nyoman Yulianthi. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merk PCX*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 3. No. 2. 2021.

<sup>6</sup>Chen, J, *The Role of Reward System in Product Innovations : an Examination of New Product Development Projects*, Project Management Journal, Vol. 46, No. 3. 2015.

Dalam prosesnya untuk mendapatkan produk yang baik akan dibahas melalui dua pendekatan yaitu Product Development Process dan Lean Startup.

### ***Product Development Process***

Dalam suatu proses untuk mengembangkan suatu produk umumnya terdiri menjadi beberapa fase bagian, yaitu :



Gambar 1. Proses Pengembangan Produk (Ulrich, Eppinger, 2012)

Perencanaan adalah langkah pertama dalam proses, dan berkaitan dengan kegiatan pengembangan teknologi yang berbeda dan tingkat penelitian yang lebih tinggi. Pernyataan misi proyek, yang merupakan produk dari fase perencanaan, berfungsi sebagai panduan bagi tim pengembangan dan merupakan masukan yang diperlukan untuk memulai fase pengembangan ide. Peluncuran produk menandai akhir dari fase pengembangan produk, setelah itu konsumen dapat membeli produk tersebut. Proses pembuatan produk seringkali terdiri dari tahapan, juga disebut sebagai "fase pemanggilan", dan selama proses tersebut, tugas penting tertentu diselesaikan, termasuk:

1. Fase 0 (Perencanaan)

Dikenal sebagai 'Fase Nol' karena kegiatan ini memerlukan persetujuan proyek serta proses peluncuran dalam mengembangkan produk yang sebenarnya.

2. Fase 1 (Pengembangan Konsep)

Konsep disini diartikan sebagai gambaran bentuk, fungsi dan tampilan produk disertai kumpulan spesifikasi, analisa produk dari kompetitor dan mempertimbangkan keekonomian proyek.

3. Fase 2 (Perencanaan Tingkat Sistem)

Keluaran pada tahap ini meliputi tata letak bentuk produk, spesifikasi fungsional masing-masing sub sistem produk, serta diagram alir proses pendahuluan untuk proses perakitan akhir.

4. Tahap 3 (Detail Design)

Keluaran pada fase ini meliputi rekaman dalam pengendalian suatu produk, gambar setiap komponen produk dan peralatan produksinya, spesifikasi komponen yang dapat dibeli, dan rencana proses pembuatan dan perakitan produk.

5. Fase 4 (Pengujian dan Perbaikan)

Pada fase ini, pengujian dan perbaikan melibatkan konstruksi dan evaluasi berbagai versi produksi awal produk.

6. Fase 5 (Produksi Awal)

Pada fase ini, tujuannya adalah untuk melatih tenaga kerja dalam memecahkan masalah yang mungkin muncul selama proses produksi yang sebenarnya.

### ***Lean Startup***

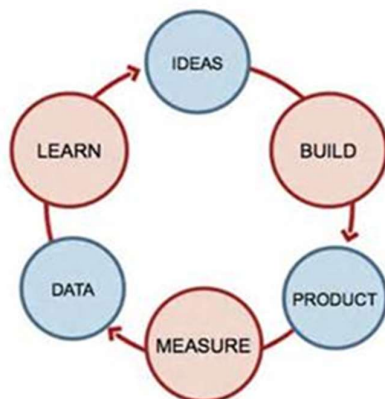
Di *Lean Startup* memiliki prinsip menghindari pemborosan, manajemen kualitas, peningkatan dan pembelajaran produk berkelanjutan yang sangat penting dalam konteks pembuatan dan inovasi produk tambahan. Tapi nilainya terlalu banyak dijual dalam konteks *startup* dan kewirausahaan. Pendekatan *Lean Startup* berpendapat bahwa menerapkan *Lean* akan menghasilkan bisnis dan *startup* yang sukses secara radikal.<sup>7</sup> Secara teori, pendekatan *Lean Startup* mencoba mengurangi pemborosan dengan meningkatkan frekuensi interaksi klien, memungkinkan pengujian dijalankan, asumsi pasar yang salah dihindari sedini mungkin, dan akhirnya mendapatkan produk yang berfungsi. Validasi tahap pertama dimulai dengan hipotesis tentang (potensial) klien,

---

<sup>7</sup>Felin Teppo, dkk. *Lean Startup and the Business Model: Experimenting for Novelty and Impact*. Journal Long Range Planning by Elsevier. Vol. 53. Issue. 4. 2020. Hal. 101953.

keinginan mereka, berapa banyak, dll. Produk tersebut kemudian dievaluasi oleh calon pelanggan untuk melihat apakah hipotesis konsumen itu benar. *Lean startup* menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam mengeksplorasi pengembangan usaha mereka dengan adanya pola-pola yang terbentuk dalam arus bisnis perusahaan yang berjalan secara terus-menerus dalam waktu jangka panjang.<sup>8</sup>

*Lean Startup* adalah teknik yang mengurangi risiko dalam bisnis, terutama dengan mengandalkan iterasi (mengulangi proses dari produk ke pasar untuk mendapatkan masukan yang berguna dari pasar secepat dan sesering mungkin). Pembelajaran yang Divalidasi, yang merupakan proses mempelajari informasi terkait tentang desain produk, merupakan komponen penting lainnya dari metodologi *Lean Startup*. Untuk menentukan apakah hipotesis yang dibuat akurat, prosedur ini dimulai dengan penggunaan asumsi atau hipotesis, yang kemudian diperiksa melalui percobaan lapangan. Dalam hal ini, *Lean Startup* mencoba menciptakan sebuah metode dan konsep untuk dapat mengembangkan bisnis dan produk dengan siklus yang pendek dan mampu menyelesaikan masalah. Fokus dari *Lean Startup* sendiri adalah membuat prototipe untuk menguji asumsi dan memberikan solusi untuk memungkinkan evolusi berjalan lebih cepat, serta berfokus pada pengembangan dan konsistensi perusahaan.



Gambar 2. Proses utama *Lean Startup*

<sup>8</sup> Rismawati. *Analisis Resiko Usaha Dengan Lean Startup Masa Pandemi Covid-19 Pada Akun Medsos Maximallfootwear*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9. No. 2. Maret 2022. Hal. 447-453.

*Build Measure and Learn* adalah siklus atau proses inti dalam metodologi *Lean Startup*. Tujuan *Build-Measure-Learn* adalah untuk menawarkan informasi yang diperlukan untuk Pembelajaran yang Divalidasi. Ini terdiri dari tiga langkah iteratif, yaitu sebagai berikut:

1. **Build:** Menghasilkan barang berdasarkan teori fundamental yang telah menjalani pengujian *Validated Learning*. Produk yang dibuat adalah *Minimum Viable Product* ("MVP") untuk pertama kalinya. Produk yang layak secara minimal, atau MVP, adalah produk yang hanya memiliki fungsionalitas dasar yang diperlukan untuk menguji asumsi yang belum terbukti lebih lanjut.
2. **Mengukur:** Kumpulkan data tentang respons, ide, masukan, dan komentar dari pengguna MVP dan nilai hasilnya untuk mempelajari lebih lanjut tentang hipotesis yang sedang diselidiki.
3. **Menarik kesimpulan** dari hasil proses belajar. Tentukan apakah premis yang diperlukan benar atau salah. Hasil dari tahap pembelajaran kemudian digunakan sebagai landasan untuk mengembangkan barang baru atau mengubah barang yang sudah ada.

Keputusan yang dibuat oleh pendiri *startup* berdasarkan temuan dari proses ini termasuk apakah akan "Bertahan" atau "*Pivot*". Sementara *Pivot* melibatkan membuat perubahan atau sepenuhnya mengganti strategi atau produk, Ketekunan mengacu pada melakukan proses pengembangan dengan strategi atau produk yang sama.

### **Teknik *Minimum Viable Product***

Minimum Viable Product (MVP) ialah sebuah konsep dasar dari pendekatan *Lean Startup* karena memungkinkan perusahaan untuk memulai proses pembelajaran dengan cepat dengan mengintegrasikan hasil yang akan dikelola dalam proses pengembangan produk awal. Dan telah diidentifikasi sebagai tantangan utama terhadap perusahaan startup. Dalam menggunakan Minimum Viable Product (MVP) biasa diperuntukkan dalam menguji model bisnis, MVP dapat dikenal dengan istilah yang telah diperkenalkan oleh Frank Robinson serta dipopulerkan oleh Eric Ries, yaitu pendiri dari metodologi *Lean Startup*. Menurutnya, MVP ialah versi produk baru yang memungkinkan tim dalam



mengumpulkan jumlah maksimum keinginan para pelanggan dengan mengeluarkan sedikit usaha.<sup>9</sup> Tujuan utama dalam menggunakan MVP ialah menguji ide bisnis dan menemukan respons dari para audiens target dan dapat menentukan iterasi secara lebih lanjut dalam meningkatkan pengembangan bisnis startup. Untuk melihat lebih jauh mengenai MVP maka dapat dilihat dari beberapa alternatif pendekatan MVP diantaranya ialah:

- a. Minimum Loveable Product, ialah menciptakan fungsionalitas yang cukup sehingga pelanggan akan menyukai produk yang akan diluncurkan, bukan hanya mentolerirnya.
- b. Minimum Marketable Product, ialah membuat serangkaian fitur dalam menguji model bisnis yang layak untuk di pasaran dan menyatukan produk yang layak serta disukai.
- c. Minimum Catchy Offer, ialah upaya dalam memberikan suatu produk yang dianggap rumit menjadi sesuatu yang nyata, jelas, cepat, dan mudah dipahami.
- d. Black Hole Strategy, ialah bagaimana menemukan peluang yang tersembunyi untuk bisa mengubah pola perilaku orang yang terbiasa melakukan sesuatu dengan cara tertentu atau tidak melakukannya sama sekali.
- e. Lean Investor, ialah berpatokan terhadap bagaimana menarik para investor terlebih dahulu.

### **Skeptisisme Pada Iklim Bisnis**

Iklim bisnis yang ideal akan menghadirkan kemungkinan bagi perusahaan dari semua ukuran, mulai dari perusahaan rintisan kecil hingga perusahaan multinasional atau bisnis swasta, untuk memperluas, mengembangkan, dan melakukan investasi menguntungkan yang mengarah pada penciptaan lapangan kerja. Oleh karena itu, proses pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan akan sangat diuntungkan oleh iklim

---

<sup>9</sup>Babych Maksym. *A Review Of The Minimum Viable Product*.

<https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/12/08/a-review-of-the-minimum-viable-product-approach/?sh=bd9339b2e207> (diakses pada Minggu 18 Desember. Pukul 16:39 WIB).

usaha yang kondusif.<sup>10</sup> Bisnis yang sukses adalah bisnis yang dapat mengelola semua jenis ketidakpastian untuk terus beroperasi dan mempertahankan posisi kompetitif yang kuat. Tidak dapat disangkal bahwa banyak bisnis masih menginginkan lingkungan yang sepenuhnya deterministik, dengan tingkat permintaan yang stabil, jadwal pengiriman pemasok yang dapat diprediksi, tidak ada fluktuasi biaya bahan baku, proses produksi yang dapat diprediksi, dan sebagainya. Perusahaan harus, bagaimanapun, terus hidup berdampingan dengan ketidakpastian iklim bisnis karena mereka tidak dapat dihindari. hadapkan pada besarnya tingkat ketidakpastian dan risiko, banyak perusahaan rintisan tidak mampu membuat perencanaan untuk masa mendatang melalui sebuah pemikiran dan perencanaan strategis.<sup>11</sup> Tentu saja, perusahaan harus bersiap untuk pesimis dengan lingkungan bisnis yang tidak stabil. Perlu diketahui dalam iklim bisnis ada beberapa hal yang dapat mempengaruhinya, diantaranya lain ialah sebagai berikut :

1. Lingkungan Ekonomi, dalam hal ini pasar membutuhkan adanya daya beli, perusahaan perlu menyadari bahwa pendapatan saat itu, tabungan serta kredit yang tersedia merupakan dalam lingkungan ekonomi.
2. Lingkungan Teknologi, di masa kini keunggulan teknologi sangat berperan penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Dimana perusahaan dapat menciptakan produk yang baik dengan dukungan kompetisi teknologi akan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
3. Selera Masyarakat yang Selalu Mengikuti Trend, dalam hal ini para pelaku usaha diharuskan untuk melihat serta mengetahui selera masyarakat, maka kemungkinan terbesarnya ialah para pelaku usaha akan mendapatkan laba dari bisnis yang sedang dijalankan.
4. Kemajuan Teknologi yang Memudahkan Orang Dalam Melakukan Bisnis, kemajuan dalam bidang teknologi sangat membantu para pelaku bisnis dan para konsumen.

---

<sup>10</sup>Lestari dan Hidayat. *Analisis Persepsi Pengusaha terhadap Iklim Usaha Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan. Vol. 2. No. 3. 2014. Hal. 146-158.

<sup>11</sup>Nastiti Putri. *Analisis Strategi Bisnis dan SI/TI Pada Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi*. JUTEI. Vol. 3. No. 1. 2019.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memanfaatkan alat-alat seperti tinjauan literatur atau penelitian perpustakaan. Ada beberapa tempat untuk menemukan studi literatur, antara lain jurnal, buku, dokumentasi, internet, dan perpustakaan. Pendekatan ini melibatkan sejumlah tugas yang berkaitan dengan pengelolaan perlengkapan tulis, membaca dan merekam, dan teknik pengumpulan data perpustakaan. Jenis tulisan yang dibagikan adalah kajian literatur, yang berfokus untuk mengetahui seberapa baik penulisan pada subjek atau variabel yang telah dilakukan.

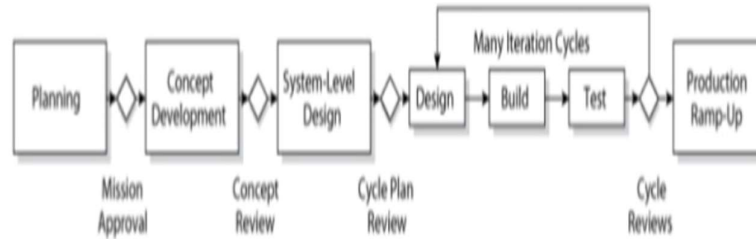
Tujuan dari artikel ini adalah untuk membahas metodologi Lean Startup dan bagaimana hal itu dapat digunakan dalam pembuatan produk. Kemudian, untuk mendukung metode Lean Startup yang digunakan dalam proses Desain Produk, akan diperoleh Teknik Produk Minimum yang Layak. Informasi utama dalam penelitian ini didasarkan pada referensi teoritis yang dikumpulkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam prosesnya untuk mendapatkan produk yang baik akan dibahas melalui dua pendekatan yaitu *Product Development Process* dan *Lean Startup*. Maka dari kedua penjabaran dari kedua metode tersebut dalam proses desain produk dapat dilihat persamaan serta perbedaan utama dalam prosesnya, yaitu :

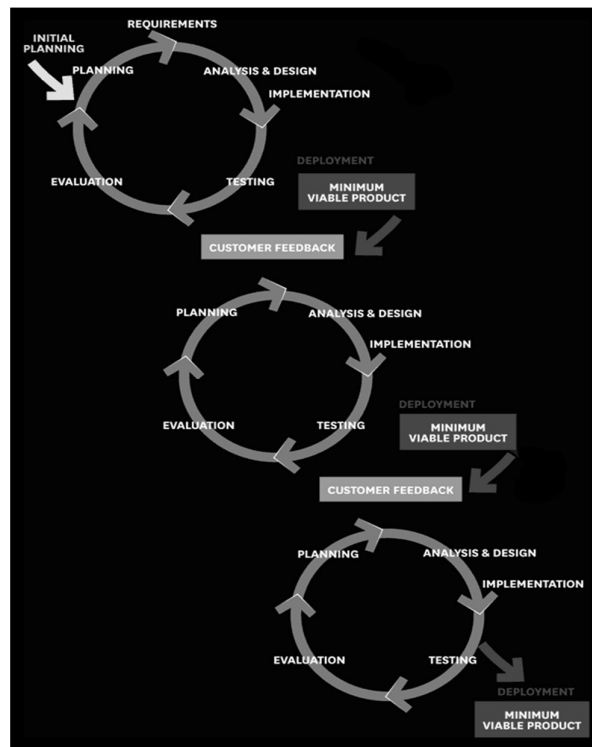
1. Berfokus pada Konsumen. Pada hal orientasi para pengguna, kedua metode ini memiliki kesamaan. Para pengguna ataupun konsumen ialah bagian terpenting serta diharuskan di setiap prosesnya memiliki proses identifikasi kebutuhan konsumen yang bahkan tersembunyi dan tidak terucapkan seperti halnya kebutuhan yang eksplisit. Kemudian, dari identifikasi menjadi basis untuk Menyusun spesifikasi produk dan dikembangkan oleh para tim pengembang.
2. Proses Desain. Jika kita lakukan perbandingan dari kedua metode tersebut, dalam proses pengembangan produk (Ulrich, Eppinger, 2012) terlihat lebih detail dan lebih dilakukan dalam lingkup static. Dimulai pada Analisa

marketnya, sumberdaya yang diperlukan serta diakhir dengan prototype. Proses iterasi ataupun validasi dilakukan setelah system-level design.



Gambar 3. Proses Pengembangan Produk

Sedangkan pada proses *Lean Startup* setiap prosesnya dimulai pada saat perencanaan serta pembentukan *Value* dari produk yang telah terlihat pada Gambar 4. Iterasi tersebut dilakukan sampai ke tahap akhir dengan begitu cepat.



#### Gambar 4. Proses Iterasi dalam *Lean Startup*

Perubahan (pivot) dapat saja terjadi bahkan disaat tahap perencanaan hingga akhir sehingga dipastikan diakhir proses akan mendapatkan produk yang valid. Artinya, *Lean Startup* dapat melakukan suatu proses pengembangan serta implementasi secara paralel, dimana dalam proses pengembangan produk proses dari implementasi dapat dilakukan pada perusahaan terkhusus dalam mengembangkan produk baru, maka dipastikan juga hal tersebut mampu menaikkan kemungkinan produk yang sesuai dengan keinginan para konsumenn serta dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan mulai dari desain produk sampai di tangan pasar. Namun juga dibutuhkan adanya komunikasi yang baik di tiap-tiap bagian dalam perusahaan terkhusus antara desainer dan tim pengembangan produk yang bisa jadi mempunyai cara pandang serta berpikir yang berbeda.

Dalam hal ini fleksibilitas menjadi penting dan diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk dapat mengatasi segala ketidakpastian tersebut dengan tepat dan cepat dalam hal ini ada 3 hal yang harus dipastikan untuk menjadi perusahaan yang lebih bertahan terhadap ketidakpastian.

1. ***Product Development Flexibility***. Perusahaan harus memiliki kompetensi dan kapabilitas dalam mengembangkan produk yang fleksibel. Dalam pasar yang sangat kompetitif dan ditandai dengan siklus umur produk yang semakin singkat, fleksibilitas perusahaan dalam memodifikasi desain produk atau bahkan menghasilkan produk baru sama sekali. Dalam hal ini maka diperlukan proses pengembangan produk yang cepat dan valid.
2. ***Manufacturing Flexibility***. Perusahaan dituntut untuk fleksibel dalam menghasilkan produk dengan jumlah beragam (*Volume flexibility*) dan fleksibel dalam menghasilkan beberapa jenis produk sekaligus (*mix flexibility*). Tantangan yang harus dihadapi perusahaan adalah kenyataan bahwa fleksibilitas dalam memproduksi barang bukan sesuatu yang mudah.
3. ***Supply chain flexibility***. Dalam rantai suplai yang kuat, material dan informasi mengalir dengan lancar tanpa hambatan sehingga segala bentuk waste dapat dieliminasi. Selain aspek efisiensi, fleksibilitas dalam supply

chain diperlukan untuk memenuhi segala permintaan konsumen tepat pada waktunya. Perubahan-perubahan dalam produk, jasa, pelanggan, pasar dan praktek bisnis mengarahkan perubahan-perubahan yang terjadi dalam fasilitas jaringan rantai suplai industri.

Untuk menghadapi perkembangan zaman serta teknologi yang semakin canggih maka siklus dari suatu produk akan semakin singkat, kemajuan akan teknologi informasi semakin cepat dan pesat serta adanya kecenderungan konsumen akan terus berubah-ubah, maka hal ini tentunya dapat berpengaruh terhadap proses pengembangan produksi. Maka dari itu Teknik *Minimum Viable Product* hadir untuk memberi alternatif bagi perusahaan dalam melakukan proses pengembangan suatu produk menjadi lebih jelas, efektif, dan efisien.

MVP berperan untuk membantu mengembangkan produk fisik dan digital yang dikembangkan dengan fitur minimum bagi para pengguna early adopters. Produk final akan diselesaikan setelah mempelajari *feedback* dari produk pertama. Dalam hal ini MVP mencoba untuk menawarkan nilai yang cukup pada orang yang ingin menggunakan atau membeli pada akhirnya. MVP juga mendemonstrasikan keuntungan masa depan yang cukup untuk menjaaga early adopters agar tetap menggunakan MVP. MVP juga akan memberikan rangkaian *feedback* dalam memberi pengarahan akan pengembangan di masa depan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil perbandingan antara kedua metode pendekatan dalam proses desain produk dapat disimpulkan bahwa, kedua pendekatan dalam proses pengembangan produk serta juga *Lean Startup* memiliki kesamaan dalam ruang lingkup untuk menjangkau konsumen sebagai pengguna produk. Untuk menjadi perusahaan yang sukses serta dapat mengendalikan serta menyikapi dalam segala guncangan, kondisi sdalam bentuk skeptisisme diharapkan untuk tetap memiliki suatu keunggulan dalam berkompetitif dan dalam hal ini dibutuhkan adanya proses pengembangan produk yang fleksibel, cepat dan valid. Sehingga *lean Startup* tepat dilakukan dalam proses pengembangan produk dalam

menyikapi keadaan skeptisisme iklim bisnis. Dengan menggunakan proses validasi dalam tiap aktivitas proses pengembangan maka dapat dipastikan bahwa hasil output yang didapatkan akan valid.

*Lean Startup* sebagai suatu pendekatan dalam desain produk, dilanjutkan dengan pengimplementasian system operasi *Lean* serta proses berpikir *Lean* dalam setiap kegiatan operasional bisnis startup ataupun perusahaan sudah menjadi kebutuhan yang harus dilakukan untuk dapat mencapai keunggulan dalam persaingan. Untuk itu dibutuhkan Teknik dalam proses penerapan dalam mendukung system operasional *Lean*, yaitu sebagai dasar menggunakan Teknik *Minimum Viable Product*, hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana respons para audiens dalam memuaskan para pelanggan dan dapat menerima *feedback* dari pelanggan di awal sebagai dasar untuk pengembangan produk/perusahaan.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Afdi Zihramna, Bambang Purwanggono. 2018. Perancangan Strategi Berbasis Metodologi Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi Di Indonesia. *Industri Engineering Online Journal*. Vol. 6 No. 4. Hal. 1-13.
- Babych Maksym. A Review Of The Minimum Viable Product. <https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/12/08/a-review-of-the-minimum-viable-product-approach/?sh=bd9339b2e207>(diakses pada Minggu 18 Desember. Pukul 16:39 WIB).
- Blank, Steve & Bob Dorf. 2012. *The Startup Owner's Manual*. California : K&S Ranch, Inc.
- Chen, J, 2015. The Role of Reward System in Product Innovations : an Examination of New Product Development Projects, *Project Management Journal*, Vol. 46, No. 3.
- Colis, D. *Lean Strategy*. (Harvard Business Review: 2016).
- Felin Teppo, dkk. 2020. Lean Startup and the Business Model: Experimenting for Novelty and Impact. *Journal Long Range Planning by Elsevier*. Vol. 53. Issue. 4. Hal. 101953.

- Kumbara Vicky Brama. 2021. *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Vol. 2. Issue 5.
- Lestari dan Hidayat. Analisis Persepsi Pengusahaan terhadap Iklim Usaha Di Kota Medan. Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan. Vol. 2. No. 3. 2014. Hal. 146-158.
- Nastiti Putri. 2019. Analisis Strategi Bisnis dan SI/TI Pada Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi. JUTEI. Vol. 3. No. 1.
- Ries, Eric. 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. The New York Times Bestseller.
- Rismawati. 2022. Analisis Resiko Usaha Dengan Lean Startup Masa Pandemi Covid-19 Pada Akun Medsos Maximallfootwear. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9. No. 2.
- Tannia Putu Vivin, Ni Nyoman Yulianthi. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merk PCX. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 3. No. 2.
- Ulrich, K & Eppinger D, 2012. *Product Design and Development*, McGraw Hil.