



# 3.15%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 13 DEC 2024, 10:59 AM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL  
0.05%

● CHANGED TEXT  
3.1%

## Report #24151937

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Kerja Profesi menjadi bagian dari kurikulum untuk memberikan pembelajaran dan pengalaman praktis kepada mahasiswa mengenai bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya. Hal ini membantu menjembatani antara teori yang dipelajari di bangku kuliah dan realitas dunia kerja, memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan praktis, memahami etika profesional, dan membangun networking . Bagi mahasiswa yang sudah menyelesaikan perkuliahan dan mulai memasuki dunia kerja, kerja profesi yang dilakukan pada masa kuliah seringkali berfungsi sebagai langkah awal dalam perjalanan karir. Ini memberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan akademis yang telah dipelajari di bangku kuliah dalam lingkungan kerja nyata yang akan membantu membentuk identitas profesional, meningkatkan kompetensi, dan membuka peluang kerja di masa depan. Kerja profesi merupakan komponen penting dalam menghubungkan teori dengan praktik. Kerja profesi tidak hanya memberikan manfaat langsung dalam bentuk pengalaman kerja, tetapi juga manfaat jangka panjang seperti peningkatan keterampilan kepemimpinan, kemampuan beradaptasi, dan pengembangan mentalitas problem solving. Di era perkembangan teknologi yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk meningkatkan efisiensi serta daya saing.

PT Teknologi Sebati Indonesia merupakan perusahaan teknologi sebagai penyedia solusi berbasis teknologi bertujuan untuk mengembangkan produk digital yang dapat memberikan nilai tambah bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Sebati berfokus pada membantu memberdayakan UKM melalui solusi teknologi berbasis AI ( Artificial Intelligence) yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mengoptimalkan proses bisnis serta pengambilan keputusan yang lebih efektif. Dalam pengembangan produk, Sebati menyadari pentingnya melakukan analisis dan dokumentasi kebutuhan pengguna agar produk yang dihasilkan dapat memberikan solusi yang tepat dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai kebutuhan pengguna, yang meliputi aspek teknis, fungsional, serta pengalaman pengguna dari produk yang akan dikembangkan. Dengan demikian, hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi dasar yang kuat dalam perancangan fitur yang lebih baik. 1 14 15 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 14 1 Maksud Kerja Profesi 1. Menerapkan pengetahuan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata dunia kerja. 2. Mempelajari peran dan tanggung jawab dalam melakukan analisis kebutuhan dan dokumentasi pengguna, sekaligus memahami metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna dalam pengembangan produk digital. 3. Memahami dan mempelajari proses pengembangan produk digital, dari tahap perencanaan hingga peluncuran, dengan fokus pada bagaimana kebutuhan pengguna diterjemahkan ke dalam fitur dan fungsi produk yang relevan. 1 1.2 2 Tujuan Kerja Profesi 1. Memberikan kesempatan untuk memahami dinamika dan proses pengembangan produk digital yang berbasis kebutuhan pengguna, serta bagaimana analisis ini diterapkan dalam lingkungan kerja yang profesional. 2. Menyediakan pengalaman langsung dalam pengumpulan data, analisis, dan dokumentasi kebutuhan pengguna 3. Memungkinkan untuk beradaptasi dengan budaya kerja di industri teknologi, khususnya dalam tim pengembangan produk, serta memahami pola komunikasi dan kolaborasi antar tim. 1.3

Tempat Kerja Profesi Kerja Profesi dilaksanakan di PT Teknologi Sebati Indonesia (Sebati) dan berlokasi di Wellspaces Kemang. Jl. Bangka XII No.4, RT.2/RW.7, Pela Mampang, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12720. Pada 10 Juni 2024 adalah waktu serta hari pertama dimulainya pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi dan diberikan kesempatan untuk melakukan pekerjaan sebagai Product Business Development yang berguna dalam membantu melakukan perancangan pengembangan produk seperti menganalisis dan mengidentifikasi peluang pasar serta menganalisis dan mendokumentasi kebutuhan pengguna untuk produk baru. 2

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Pelaksanaan Kerja Profesi berdurasi selama 2 bulan dengan 200 jam yang dimulai pada tanggal 10 Juni 2024 hingga 2 Agustus 2024 dan waktu pelaksanaannya mulai dari pukul 09.00 sampai 18.00. BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1

Sejarah Perusahaan Sebati didirikan dengan visi dan ambisi memberdayakan UKM dan ritel di Indonesia dengan teknologi canggih. Sejak awal berdirinya, Sebati telah didorong oleh misi utama yaitu ingin menyediakan solusi bisnis yang ditenagai oleh Artificial Intelligence (AI) untuk membantu UKM mengambil keputusan yang tepat, mengoptimalkan operasi mereka, dan tetap unggul dan mampu menghadapi persaingan pasar. Berawal dari melihat kesenjangan teknologi yang dihadapi oleh UKM, para pendiri Sebati menyadari bahwa banyak bisnis kecil yang tertinggal karena keterbatasan akses terhadap alat analisis yang memadai. Melihat kebutuhan ini, Sebati dirancang dengan satu tujuan: menyederhanakan teknologi yang kompleks dan membuatnya mudah diakses serta mudah digunakan oleh bisnis kecil. Sebati menjadi perusahaan yang menawarkan platform dengan menargetkan para pengusaha UKM dan ritel untuk menggunakannya sebagai bantuan mereka memahami data dengan lebih baik dan menggunakan wawasan tersebut untuk mendorong pertumbuhan bisnis mereka. Dengan menawarkan platform yang didukung oleh AI, Sebati memberikan layanan analisis yang prediktif dan memberikan wawasan yang memungkinkan pengguna untuk mengambil keputusan dan langkah-langkah

strategis yang lebih cepat dan lebih efektif melalui platform tersebut. Tujuan Sebati bukan hanya untuk menjadi penyedia solusi teknologi, tetapi juga untuk menjadi perusahaan yang memberi pengaruh terhadap perjalanan bisnis, membantu untuk terus berkembang dan mencapai tujuan. Sebati terus berkembang dengan komitmen untuk mendukung UKM dan ritel, memastikan bahwa setiap bisnis memiliki kesempatan yang sama untuk sukses dan berkembang. VISI dan MISI Sebati a. VISI Untuk merevolusi lanskap UKM Indonesia dengan menjadi pelopor Sistem Operasi yang memberdayakan bisnis di era digital, memastikan bahwa pengambilan keputusan berbasis data dan teknologi canggih dapat diakses oleh semua orang. b. MISI Misi dari Sebati adalah untuk mengubah cara usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia beroperasi dengan menyediakan Sistem Operasi yang inovatif dan bertenaga AI yang memungkinkan mereka berkembang dalam lanskap bisnis yang kompetitif dengan ✕ Memberdayakan dan Menyederhanakan Proses Bisnis ✕ Memberikan Wawasan yang Berharga ✕ Mendorong Pertumbuhan

2.2 Struktur Organisasi Struktur organisasi PT Teknologi Sebati Indonesia dirancang untuk mendukung kolaborasi antar departemen, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi. Ini memungkinkan koordinasi dan efisiensi dalam menjalankan operasional perusahaan. Setiap posisi memiliki peran yang spesifik, namun saling terkait untuk mencapai visi perusahaan. Struktur Organisasi PT Teknologi Sebati Indonesia, dengan CEO sebagai posisi puncak yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional perusahaan. Di bawah CEO, terdapat dua departemen utama: Teknologi & Business. CEO juga berkomunikasi dengan Komisaris.

4 1) CEO (Chief Executive Officer) CEO adalah pemimpin tertinggi di perusahaan yang bertanggung jawab atas keseluruhan strategi dan visi perusahaan. Ia membuat keputusan penting terkait arah dan tujuan perusahaan, serta memastikan bahwa seluruh departemen beroperasi selaras dengan tujuan strategis tersebut. 11 Bertanggung jawab atas pengambilan keputusan 3 strategis perusahaan secara keseluruhan. Memimpin dan mengawasi seluruh

operasi perusahaan. 2) Komisaris Komisaris adalah jabatan dalam perusahaan yang berperan sebagai pengawas dan penasihat bagi Direksi. Komisaris bertanggung jawab memastikan perusahaan dijalankan sesuai dengan aturan, anggaran dasar, dan prinsip tata kelola yang baik, tanpa terlibat langsung dalam operasional sehari-hari. 12 3) CTO (Chief Technology Officer) CTO bertanggung jawab dalam aspek teknologi di perusahaan. Ia menjalankan strategi teknologi yang mendukung visi perusahaan. CTO juga memastikan bahwa solusi teknologi yang diterapkan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan, baik dalam hal inovasi maupun efisiensi. CTO mengawasi tim Engineers dan berkoordinasi dengan tim Data & Engineering untuk memastikan bahwa teknologi yang dikembangkan sesuai dengan standar kualitas dan kebutuhan pasar. 4) Business Business bertanggung jawab atas strategi pengembangan bisnis perusahaan. Ia memimpin pengembangan rencana bisnis, memonitor pasar, dan mengeksplorasi peluang untuk pertumbuhan. Fokus utama Business adalah meningkatkan pendapatan dan memperluas cakupan pasar perusahaan. Business mengawasi tim Business Development, memastikan mereka bekerja untuk mencapai target pertumbuhan bisnis melalui inisiatif penjualan, kemitraan, atau strategi bisnis lainnya. 5) Engineer Tim Engineer bertanggung jawab atas pengembangan, pemeliharaan, dan peningkatan teknologi perusahaan. Mereka bekerja dalam lingkungan yang bergerak cepat untuk memastikan bahwa sistem teknologi yang digunakan oleh perusahaan selalu mutakhir dan berfungsi dengan baik. Engineers bekerja di bawah arahan CTO, mengikuti strategi teknologi yang telah ditentukan dan memastikan semua solusi teknis diimplementasikan secara efektif. 6) Business Development Business Development adalah tim yang bertugas untuk mencari dan memanfaatkan peluang bisnis baru, baik dalam bentuk kemitraan, strategi ekspansi pasar, atau inovasi produk. Mereka bekerja untuk memastikan bahwa perusahaan terus berkembang dan berekspansi ke pasar-pasar baru. Business Development bekerja di bawah pengawasan Business, mengikuti strategi pengembangan yang telah dirancang dan berfokus pada pencapaian

target pendapatan dan pertumbuhan. 7) Data Tim Data berperan penting dalam pengumpulan, pengelolaan, dan analisis data yang mendukung keputusan perusahaan. Mereka bertugas untuk memberikan wawasan berbasis data yang membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih baik dan strategis. Tim Data berada di bawah pengawasan departemen Teknologi, yang berkoordinasi dengan CTO untuk memastikan bahwa teknologi dan data digunakan secara optimal dalam pengembangan produk. 7 8) Product Manager Product Manager bertanggung jawab atas perencanaan, pengembangan, dan peluncuran produk perusahaan. 2 9 Mereka memastikan bahwa produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna dan strategi bisnis perusahaan. 10 Product Manager juga memantau siklus hidup produk dari konsep hingga peluncuran dan iterasi selanjutnya. Product Manager mengawasi tim Product Designer dan memastikan bahwa setiap desain produk dikembangkan sesuai dengan spesifikasi dan permintaan pasar. 9) Product Designer Product Designer bertanggung jawab atas desain visual dan fungsional produk. Mereka merancang antarmuka dan pengalaman pengguna yang intuitif dan sesuai dengan standar estetika dan fungsionalitas yang diinginkan. Product Designer bekerja di bawah 4 arahan Product Manager dan berkolaborasi erat dengan Tim Engineers untuk memastikan bahwa produk yang dirancang dapat diimplementasikan secara efektif dan efisien. 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Pengembangan produk merupakan tahap penting bagi startup untuk bertahan di tengah ketidakpastian pasar. Setelah tahap ideasi, startup melanjutkan ke tahap Getting User and Marketing (masuk pasar), diikuti oleh Rapid Growth (pertumbuhan cepat), Maturity (kematangan), dan Steady Growth or Decay (pertumbuhan stabil atau penurunan) (Rahardjo, 2020). Tahap ini menentukan daya saing startup di industri, karena produk yang mampu menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan pengguna memiliki peluang sukses yang lebih tinggi, terutama jika memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing. Strategi pengembangan produk menjadi sangat penting untuk menyiapkan produk siap pasar. Menurut Rahardjo (2020), meskipun ada keterbatasan sumber daya,

startup tetap dapat mengembangkan produk dengan membayangkan fitur-fitur yang akan dihadirkan. Fitur-fitur ini dapat diwujudkan dalam bentuk prototipe sebagai langkah awal. Prototipe ini perlu divalidasi melalui metode dan alat analisis yang sesuai untuk berkembang menjadi Minimum Viable Product (MVP). Pada akhirnya, pengembangan produk akan menghasilkan produk final yang siap diluncurkan ke pasar. PT Teknologi Sebati Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dengan misi memberdayakan pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia melalui solusi pengembangan produk berbasis Artificial Intelligence (AI). Berfokus pada kebutuhan UKM, perusahaan ini mengembangkan sistem operasi bisnis inovatif yang memungkinkan pelaku usaha kecil mengoptimalkan operasional dan membuat keputusan berbasis data dengan lebih efektif. Melalui platform yang mudah diakses, Sebati menghadirkan solusi teknologi yang membantu pengguna memahami tren bisnis dan merencanakan strategi menggunakan data real-time dan analisis prediktif. Selain pengembangan teknologi, PT Teknologi Sebati Indonesia juga aktif dalam memberikan dukungan kepada pengguna melalui pelatihan dan layanan teknis. Langkah ini diambil untuk memastikan bahwa setiap pengguna, termasuk yang belum terbiasa dengan teknologi, dapat memanfaatkan sistem secara optimal. Dengan demikian, Sebati tidak hanya menyediakan produk, tetapi juga turut berperan dalam mengedukasi dan mendukung pengguna dalam mengatasi tantangan digital. Perusahaan ini juga berkomitmen pada inovasi berkelanjutan, dengan terus memperbarui produk dan layanan sesuai umpan balik pengguna dan perubahan kebutuhan pasar. Dengan pendekatan ini, PT Teknologi Sebati Indonesia berharap dapat menciptakan ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UKM di Indonesia, sekaligus memastikan bahwa teknologi canggih dapat diakses dan dimanfaatkan oleh semua lapisan bisnis.

**BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja 5 Pada pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan bekerja sebagai Product Business Development dan Praktikan dipercayakan untuk ikut serta dalam melaksanakan tugas yang bersangkutan**

dengan posisi tersebut. Praktikan diberikan tugas dan tanggung jawab untuk menganalisis dan menyusun dokumentasi pengembangan produk baru di PT Teknologi Sebati Indonesia (Sebati). Sebagai seorang Product Business Development, tugas dan tanggung jawab Praktikan meliputi berbagai aspek yang bertujuan untuk mengembangkan produk dan memastikan keberhasilannya di pasar. Dalam melakukan analisis dan dokumentasi praktikan melakukan beberapa pekerjaan sebagai berikut: 1. **2 5** Melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi peluang baru dan memahami tren pasar, kebutuhan pelanggan, serta aktivitas kompetitor. 2. Menganalisis data pasar untuk menentukan arah pengembangan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen. 3. Bekerjasama dengan tim design, data dan engineer untuk merealisasikan ide produk hingga siap untuk dipasarkan. 4. Memantau dan menganalisis kinerja produk di pasar, termasuk penjualan, margin keuntungan, dan umpan balik pelanggan. 5. Menyusun laporan berkala mengenai perkembangan produk, hasil riset, serta kinerja pasar untuk manajemen dan pemangku kepentingan. 6. Mendokumentasikan proses dan hasil dari setiap tahap pengembangan dan peluncuran produk untuk referensi di masa mendatang.

### 3.2 Pelaksanaan Kerja Dalam melaksanakan tugas sebagai bagian dari proyek Analisis dan Dokumentasi Kebutuhan Pengguna di PT Teknologi Sebati Indonesia, Praktikan mengikuti serangkaian tahapan kerja yang sistematis untuk memastikan bahwa setiap kebutuhan pengguna dapat teridentifikasi dan terdokumentasi dengan baik. Pelaksanaan kerja ini terdiri dari beberapa tahapan penting, yaitu analisis dan riset pasar, pengumpulan data kebutuhan pengguna, analisis kebutuhan, penyusunan dokumentasi, serta validasi dan review.

#### 3.2.1 Koordinasi Awal Tahap pertama dimulai dengan melakukan koordinasi bersama tim proyek, yang terdiri dari project manager, tim engineer, designer, dan tim business dari PT Teknologi Sebati Indonesia. Pertemuan awal ini bertujuan untuk memahami ruang lingkup proyek secara keseluruhan, mengidentifikasi peran setiap anggota tim, serta menentukan timeline dan milestone proyek. Pada tahap ini, Praktikan

juga mempelajari tujuan bisnis dari project ini dan bagaimana produk yang dikembangkan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna akhir.

3.2.2 Daily Standup dan Weekly Standup Untuk memastikan proses pengembangan produk di PT Teknologi Sebati Indonesia berjalan lancar dan sesuai rencana, dua jenis pertemuan rutin diterapkan, yaitu daily standup dan weekly standup. Keduanya merupakan bagian dari metodologi Agile yang bertujuan memantau progres pekerjaan, mengidentifikasi hambatan, dan menjaga komunikasi yang efektif di antara anggota tim. **8 Meskipun keduanya memiliki frekuensi dan tujuan yang berbeda, keduanya saling melengkapi dalam mendukung kelancaran proyek.** Daily standup merupakan pertemuan singkat yang dilakukan setiap hari untuk memantau perkembangan harian dari setiap anggota tim. Pertemuan ini berlangsung sekitar 10 hingga 15 menit dan melibatkan seluruh tim proyek. Tujuan utama dari daily standup adalah memastikan bahwa semua anggota tim memiliki pemahaman yang jelas tentang tugas mereka dan progres pekerjaan. Setiap anggota tim memberikan laporan singkat mengenai apa yang telah mereka kerjakan sehari sebelumnya, apa yang akan mereka kerjakan hari ini, dan apakah ada hambatan yang menghalangi pekerjaan mereka. Jika terdapat hambatan, tim dapat segera mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Di samping daily standup, weekly standup diadakan secara mingguan untuk mengevaluasi progres selama seminggu terakhir dan merencanakan pekerjaan untuk minggu mendatang. Weekly standup biasanya berlangsung lebih lama, sekitar 30 hingga 60 menit, dan dilakukan pada awal atau akhir minggu. Fokus utama dari pertemuan ini adalah untuk merekap apa yang telah dicapai oleh tim selama minggu tersebut dan menetapkan prioritas kerja untuk minggu berikutnya. Weekly standup juga memberikan kesempatan bagi tim untuk melakukan diskusi yang lebih mendalam tentang masalah yang mungkin tidak dapat diselesaikan dalam daily standup. Hambatan atau kendala yang ditemukan dalam daily standup dapat dibahas lebih lanjut selama weekly standup, sehingga tim memiliki waktu yang lebih banyak untuk menemukan solusi yang lebih

strategis. Selain itu, pertemuan ini juga digunakan untuk menetapkan tugas-tugas yang akan dikerjakan minggu berikutnya dan mengidentifikasi siapa yang bertanggung jawab atas setiap tugas.

### 3.2.3 Market Research (Riset Pasar)

Market research atau riset pasar adalah langkah penting yang dilakukan sebagai bagian dari proses pengembangan produk. Tujuan utama dari riset pasar adalah untuk memahami kebutuhan pasar secara menyeluruh, menganalisis potensi pengguna, dan menentukan posisi produk di industri. Dengan informasi yang didapat dari riset pasar, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam mengembangkan produk yang relevan dan berdaya saing. Dalam konteks pengembangan produk baru, riset pasar berperan sebagai fondasi untuk memastikan bahwa produk yang dikembangkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna serta memiliki fitur-fitur yang sesuai dengan preferensi dan ekspektasi target pasar. Oleh karena itu, proses pengumpulan data riset pasar harus dilakukan secara sistematis dan komprehensif.

#### 1) Perumusan Masalah dan Tujuan Riset

Dalam pengembangan produk baru, salah satu masalah utama yang dihadapi adalah ketidakjelasan mengenai kebutuhan dan preferensi pengguna yang akan menggunakan produk tersebut. Selain itu, perusahaan juga perlu mengevaluasi apakah fitur-fitur yang dirancang sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna. Dalam hal ini, kesulitan yang dihadapi adalah kurangnya data yang mendalam mengenai preferensi pengguna serta bagaimana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka. Tujuan utama dari riset pasar ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi target pengguna yang akan menggunakan produk yang akan diluncurkan. Analisis ini mencakup pemahaman terhadap demografi, perilaku, dan kebutuhan pengguna, sehingga produk yang dikembangkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan tersebut. Selain itu, riset pasar juga bertujuan untuk mengetahui apakah fitur-fitur yang dirancang akan relevan dan berguna bagi target pengguna. Melalui riset ini, perusahaan dapat menyesuaikan pengembangan produk untuk meningkatkan peluang adopsi di pasar.

#### 2) Jenis Penelitian

##### a) Penelitian Eksplorasi

Penelitian eksplorasi dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai masyarakat dan wilayah yang terkait dengan produk. Jenis penelitian ini bersifat lapangan dan menggunakan pendekatan etnografis, di mana proses pengumpulan data bergantung pada observasi langsung terhadap partisipan. Penelitian ini berfokus pada pemahaman perilaku, persepsi, serta pengalaman manusia secara keseluruhan dalam konteks tertentu. Key Questions: 1. Jenis data apa yang dapat digunakan sebagai wawasan? Apakah prioritas mereka dalam tahap “pertumbuhan” lebih pada menghasilkan lebih banyak penjualan/pendapatan atau untuk mengurangi biaya - atau apakah ada tujuan lain? Apa prioritas strategis dari investor mereka? **13** 2. Perangkat lunak apa yang saat ini digunakan dalam industri tersebut? 3. Apa yang menjadi pendorong/pertimbangan saat membuat keputusan bisnis? Apakah dilakukan setiap triwulan, dll? Output yang mungkin dihasilkan: o Swimlane Diagram untuk memahami siapa dan apa prosesnya. o Value Stream Mapping (Pemetaan Aliran Nilai) jika tujuan bisnis adalah untuk meningkatkan efisiensi alur kerja. o User Journey Mapping (Pemetaan Perjalanan Pengguna).

3) Metodologi Riset Metodologi riset adalah langkah-langkah atau pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data guna menjawab pertanyaan riset yang telah dirumuskan. Dalam konteks pengembangan produk, metodologi riset dirancang untuk memahami kebutuhan pasar, preferensi pengguna, serta kondisi kompetisi di industri yang akan dimasuki. Pemilihan metode riset yang tepat sangat penting untuk mendapatkan hasil yang akurat dan relevan, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengembangan produk.

a) Initial Research (Riset Awal) Pada tahap ini, penelitian awal dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis, kebutuhan pengguna, dan tren pasar yang mempengaruhi pengembangan produk di PT Teknologi Sebati Indonesia. Riset awal ini terbagi menjadi dua jenis utama yaitu riset sekunder dan riset primer, yang melibatkan 7 pengumpulan data dari sumber-sumber

yang relevan serta wawancara mendalam dengan stakeholder kunci. b) Secondary Research (Riset Sekunder) Riset sekunder melibatkan pengumpulan informasi dari sumber-sumber yang sudah ada. Tujuan utama riset sekunder adalah untuk mendapatkan wawasan tentang industri, tren pasar, dan praktik terbaik yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk. Riset sekunder dilakukan untuk mendapatkan gambaran awal tentang industri, pesaing, dan praktik terbaik yang digunakan dalam pengembangan produk. Pada tahap ini, data dikumpulkan dari berbagai sumber yang sudah tersedia secara publik maupun internal perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa jenis data dikumpulkan dari sumber-sumber berikut:

- o Industry Reports (Laporan Industri) Laporan yang diterbitkan oleh perusahaan riset pasar, asosiasi industri, atau lembaga pemerintah digunakan untuk memahami tren terkini di industri teknologi. Laporan ini memberikan wawasan tentang teknologi yang sedang berkembang, perubahan kebutuhan pasar, dan inovasi yang sedang diterapkan oleh pesaing.
- o Analyst Review (Ulasan Analisis) Ulasan dari analis industri yang memberikan pandangan tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan serta posisinya di pasar. Ulasan ini membantu mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh PT Teknologi Sebati Indonesia dalam konteks industri.
- o Case Studies (Studi Kasus) Studi kasus dari perusahaan lain yang telah berhasil dalam pengembangan produk teknologi digunakan untuk mempelajari pendekatan yang berhasil dan strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk PT Teknologi Sebati Indonesia.
- o Whitepapers Dokumen teknis yang menguraikan solusi inovatif atau pendekatan baru dalam pengembangan teknologi dianalisis untuk memberikan konteks lebih mendalam tentang praktik terbaik yang dapat diadaptasi oleh perusahaan.

c) Primary Research (Riset Primer) Riset primer dilakukan untuk mendapatkan data langsung dari sumber utama, yakni pihak-pihak yang terlibat langsung dalam operasional dan pengembangan produk di perusahaan. Pendekatan riset ini bertujuan untuk menggali informasi yang lebih mendalam dan spesifik terkait kebutuhan

operasional, pengguna, dan strategi produk. o Shadowing Teknik shadowing dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas operasional di beberapa target perusahaan riset. Pada tahap ini, Praktikan mengikuti beberapa aktivitas harian tim research dan business untuk memahami bagaimana proses bisnis dan operasional yang digunakan di lapangan serta tantangan yang dihadapi dalam proses operasional. Shadowing memberikan wawasan langsung tentang interaksi antara tim internal dan audience . Dengan mengamati proses ini, Praktikan dapat mengidentifikasi hambatan yang dihadapi tim saat menggali informasi dari aktivitas operasional dan proses bisnis yang digunakan. o In-Depth Interviews with Operational Managers (Wawancara Mendalam) Wawancara mendalam dilakukan dengan beberapa manager operasional di berbagai target perusahaan. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi yang lebih detail mengenai tantangan operasional dan kebutuhan produk dari perspektif manajemen. o Partisipan Beberapa manager operasional dari departemen di perusahaan diikutsertakan sebagai partisipan dalam wawancara ini untuk memberikan wawasan mendalam tentang operasi harian dan tantangan yang dihadapi. o Metodologi Pendekatan semi-terstruktur digunakan dalam wawancara, memungkinkan fleksibilitas bagi peserta untuk memberikan pandangan mereka secara bebas, namun tetap berfokus pada poin-poin kunci yang relevan dengan pengembangan produk. o Topik Wawancara Topik yang dibahas mencakup tantangan dalam operasional, kebutuhan yang belum terpenuhi, potensi fitur baru yang dapat digunakan dan dibutuhkan, serta perspektif mereka terhadap bagaimana produk yang diibutuhkan. 4) Pengumpulan Data Dari metodologi riset yang Praktikan dan tim lakukan, kami melalui beberapa tahap pengumpulan data dari berbagai partisipan. Data ini kemudian dianalisis untuk memahami kebutuhan pengguna dan digunakan sebagai dasar dalam pengembangan 8 produk. Tujuannya agar produk yang diluncurkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna akhir. Hasil riset yang telah dikumpulkan akan disusun dalam satu dokumen Foundational Research

Findings, yang berisi rangkuman komprehensif dari seluruh data dan temuan riset yang telah diperoleh. Dokumen ini nantinya akan ditinjau secara menyeluruh dan menjadi bahan diskusi bagi tim lainnya untuk memvalidasi serta mengevaluasi setiap hasil yang didapat. Setelah melalui proses peninjauan dan diskusi, data dalam dokumen ini akan dianalisis lebih lanjut untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam, sehingga dapat menjadi landasan yang solid bagi pengambilan keputusan dalam pengembangan produk selanjutnya. Selama riset, kami juga membuat diagram alur yang lebih mendalam berdasarkan wawancara dengan berbagai pihak, seperti manajer operasional dan supervisor. Diagram ini membantu menggambarkan alur bisnis dan operasional secara jelas, serta menunjukkan area yang perlu diperbaiki. Proses riset ini tidak hanya membantu kami memahami kebutuhan pengguna, tetapi juga memberikan panduan untuk meningkatkan proses operasional demi keberhasilan produk di pasar.

1) Data Proses Bisnis a. Business Process 1 Business Process 1 menggambarkan alur komunikasi dan tanggung jawab antar-departemen utama di dalam perusahaan, khususnya dalam mengelola strategi bisnis dan operasional harian.

- o CEO memiliki peran utama dalam pengambilan keputusan strategis. CEO bekerja sama dengan tim Business Strategies dan General Ledger untuk memastikan semua langkah strategis yang diambil sesuai dengan rencana jangka panjang perusahaan, serta memastikan semua transaksi finansial tercatat dengan baik.
- o COO (Chief Operating Officer) bertanggung jawab atas operasional harian perusahaan, termasuk pengembangan menu dan strategi pemasaran. COO bekerja sama erat dengan Ops Manager dalam memastikan kelancaran operasi di berbagai outlet.
- o Ops Manager memantau langsung aktivitas harian seperti penjualan, pergerakan stok, dan strategi pemasaran di tingkat operasional. SPV (Supervisor) dari tiap outlet memberikan laporan harian terkait penjualan dan pergerakan stok, memastikan tidak ada hambatan dalam penyediaan produk kepada pelanggan.
- o Departemen Finance memproses laporan Accounting dan Inventory Procurement untuk

memastikan anggaran operasional berjalan lancar serta barang-barang yang diperlukan selalu tersedia tepat waktu. o Sales berkolaborasi dengan Ops Manager untuk merencanakan strategi penjualan yang efektif, memastikan target bisnis tercapai dan menyesuaikan pergerakan stok sesuai dengan permintaan pasar. Dengan koordinasi yang erat antar-departemen, Business Process 1 memastikan kelancaran operasional harian perusahaan dari segi finansial, pengelolaan stok, dan strategi penjualan. b. Business Process 2 Business Process 2 menunjukkan fokus yang lebih besar pada pengelolaan dapur pusat (Central Kitchen) dan distribusi produk, serta kolaborasi antara CEO dan CMO dalam pengembangan strategi produk. o CEO terus memainkan peran utama dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam memantau operasional dapur pusat yang menangani distribusi barang ke delapan outlet yang diawasi oleh Captain Leader. o CMO (Chief Marketing Officer) bertanggung jawab atas pengembangan strategi pemasaran dan pengembangan menu. Dalam hal ini, Menu Engineering adalah proses kunci dalam memastikan bahwa produk (misalnya, menu berbasis es krim) dapat menarik minat pelanggan sesuai tren pasar yang sedang berlangsung. o Inventory, Procurement, Accounting dan tim Finance bekerja sama dalam pengelolaan pengadaan bahan baku, pengiriman barang, serta pelaporan stok harian. Pengumpulan data seperti Inventories/Stock Movement (Daily) dan Stock Oprame (Daily) sangat penting untuk memantau ketersediaan barang di seluruh outlet. o Delivery Order & Goods Receipt dipantau dengan cermat untuk memastikan pengiriman barang dari dapur pusat ke seluruh outlet berjalan lancar, serta memastikan barang diterima dengan baik di setiap outlet. o Di tingkat outlet, tim operasional menangani Settlement (Daily), yang meliputi pencatatan penjualan harian dan laporan keuangan setiap outlet. Data ini digunakan untuk menilai performa harian dan menyesuaikan pergerakan stok sesuai kebutuhan di setiap outlet. Business Process 2 memberikan fokus yang lebih dalam pada manajemen rantai pasokan dan distribusi barang dari dapur pusat

ke seluruh outlet. Dengan alur kerja yang 9 jelas dan data operasional harian yang dikumpulkan, proses ini memastikan bahwa perusahaan dapat menjaga kualitas produk dan efisiensi distribusi. c. Business Process 3 Diagram alur proses ini menggambarkan hubungan antara berbagai departemen dalam organisasi yang mencakup operasi, keuangan, dan pengadaan. Berikut penjelasan untuk alur proses ini:

- o BOD (Board of Directors) BOD berperan dalam strategi bisnis secara keseluruhan dan pengelolaan laporan keuangan (general ledger). Mereka menerima laporan dari GM (General Manager), yang memimpin tim operasional untuk memastikan bisnis berjalan sesuai dengan rencana.
- o GM (General Manager) GM mengawasi Ops Manager dan menerima laporan terkait penjualan dan operasional. Mereka berkoordinasi dengan departemen keuangan untuk mencatatkan hasil laporan keuangan dan operasional. GM bertanggung jawab memastikan semua operasi berjalan sesuai target dan efisien.
- o Ops Manager Ops Manager memimpin Area Manager, yang bertanggung jawab terhadap operasional outlet. Mereka mengawasi penjualan dan kinerja operasional sehari-hari untuk memastikan bahwa setiap outlet berfungsi sesuai standar.
- o Area Manager (Area Manager 2) Area Manager mengawasi SPV (Supervisor), yang bertanggung jawab atas operasional 15 outlet. Mereka memantau penjualan harian dan settlement transaksi untuk memastikan akurasi laporan dan pencapaian target penjualan. Setiap informasi yang dikumpulkan oleh SPV terkait kinerja outlet dilaporkan kembali ke Ops Manager.
- o Finance (Keuangan) Departemen keuangan menerima laporan dari Ops Manager dan GM terkait penjualan, operasional, dan general ledger. Mereka juga berkoordinasi dengan departemen pengadaan untuk memastikan persediaan cukup dan mengelola arus keuangan.
- o Procurement (Pengadaan) Departemen pengadaan bekerja sama dengan keuangan untuk memantau inventaris yang ada di setiap outlet. Mereka juga berkoordinasi dengan Kitchen untuk memastikan bahan makanan dan stok lainnya tersedia sesuai kebutuhan operasional.
- o Kitchen (Dapur) Dapur bertanggung jawab atas pembelian dan

pergerakan stok menu. Mereka memastikan semua bahan dan persediaan yang diperlukan untuk operasional dapur sudah disiapkan dan terkelola dengan baik, sehingga setiap outlet dapat beroperasi dengan lancar. Proses bisnis ini menggambarkan bagaimana aliran data penjualan dan performa outlet dari SPV hingga ke General Manager diteruskan ke departemen keuangan untuk keperluan pencatatan keuangan. Di sisi lain, departemen pengadaan dan dapur bekerja sama untuk memastikan ketersediaan stok dan efisiensi operasional dapur dan outlet. Alur ini memastikan bahwa setiap langkah dalam proses bisnis mendukung keberlanjutan operasional dan kesuksesan keuangan perusahaan.

5) Data Wawancara Gambar di atas menunjukkan data yang diperoleh dari hasil riset wawancara dengan target partisipan. Data ini dikumpulkan secara sistematis dan disusun dalam format spreadsheet untuk memudahkan analisis. Langkah selanjutnya adalah melakukan proses analisis mendalam terhadap data ini, yang akan menghasilkan angka-angka dan pola-pola tertentu. Hasil dari analisis ini kemudian akan divisualisasikan dalam bentuk diagram analitik, sehingga memudahkan dalam memahami tren, perilaku, atau insight lainnya yang relevan sesuai dengan tujuan riset yang telah ditetapkan. Market segmentation merupakan bagian penting dalam analisis bisnis untuk mengidentifikasi kelompok pelanggan dengan kebutuhan dan karakteristik yang berbeda, sehingga dapat ditargetkan dengan strategi yang sesuai. Pada tahap ini, segmen pasar dikelompokkan berdasarkan beberapa kriteria volume dan karakteristik bisnis, seperti yang digambarkan dalam tabel Market Segmentation.

a. Kriteria Segmentasi Dalam proses segmentasi ini, terdapat enam kriteria utama yang digunakan untuk memisahkan berbagai jenis bisnis atau konsumen ke dalam segmen-segmen berdasarkan volume dan karakteristik mereka:

- o Average Transaction Value (AVT) 10 Rata-rata nilai transaksi per pelanggan, atau AVT, digunakan untuk mengukur seberapa besar nilai transaksi yang dihasilkan oleh setiap pelanggan dalam satu periode. Segmen dengan AVT yang lebih tinggi biasanya melibatkan bisnis dengan

transaksi yang lebih bernilai atau pelanggan yang memiliki daya beli tinggi.

o Number of Outlets Jumlah outlet menunjukkan seberapa luas distribusi fisik atau jaringan toko dari sebuah brand atau bisnis. Semakin banyak outlet, semakin besar potensi untuk menjangkau pelanggan, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan.

o Number of Employees Jumlah karyawan pada suatu brand atau bisnis juga menjadi salah satu indikator volume operasi. Semakin besar jumlah karyawan, semakin besar kapasitas bisnis untuk melayani pelanggan dan menangani operasional yang lebih kompleks. Hal ini juga mencerminkan ukuran dari bisnis tersebut.

o Sales Channel Saluran penjualan (sales channel) merujuk pada berbagai cara atau platform di mana produk atau jasa dijual, baik melalui toko fisik, e-commerce, marketplace, atau saluran distribusi lainnya. Bisnis dengan beberapa saluran penjualan biasanya memiliki volume penjualan yang lebih tinggi karena menjangkau lebih banyak pelanggan melalui berbagai metode.

o Average Annual GMV (Gross Merchandise Value) Estimasi GMV tahunan dihitung berdasarkan AVT, jumlah pelanggan, dan jumlah outlet. Ini memberikan gambaran tentang potensi pendapatan total dari penjualan produk atau layanan selama setahun. Bisnis yang memiliki GMV tahunan yang tinggi biasanya beroperasi dalam volume yang besar, baik dari segi pelanggan, outlet, maupun nilai transaksi.

o Sector Types Tipe sektor merujuk pada jenis industri atau pasar di mana bisnis beroperasi. Beberapa sektor mungkin memiliki dinamika dan potensi pasar yang berbeda, misalnya sektor ritel, makanan dan minuman, atau teknologi. Segmentasi berdasarkan sektor ini juga memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap perilaku pasar di berbagai industri.

b. Segmentasi Berdasarkan Volume Dalam gambar di atas, segmen pasar diurutkan berdasarkan volume dari rendah hingga tinggi. Segmen-segmen dengan volume rendah biasanya memiliki AVT yang kecil, jumlah outlet yang sedikit, serta GMV tahunan yang rendah. Sebaliknya, segmen dengan volume tinggi biasanya melibatkan bisnis dengan nilai transaksi besar, jaringan outlet yang luas, dan potensi

pendapatan yang lebih tinggi. Setiap segmen memerlukan pendekatan yang berbeda dalam hal strategi pemasaran dan pengembangan produk. Misalnya, bisnis dengan volume rendah mungkin lebih fokus pada penetrasi pasar dan efisiensi operasional, sementara bisnis dengan volume tinggi lebih berfokus pada diversifikasi produk, ekspansi outlet, dan otomatisasi saluran penjualan.

### 3.2.4 Analisis Kebutuhan Pengguna

Analisis kebutuhan pengguna bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendokumentasikan kebutuhan pengguna yang relevan dalam pengembangan produk di PT Teknologi Sebati Indonesia. Tahap ini mencakup berbagai langkah seperti identifikasi pengguna, pemodelan pengguna, serta analisis dan validasi kebutuhan mereka. Dengan melakukan analisis ini, produk yang dikembangkan dapat dirancang untuk memberikan solusi optimal bagi pengguna.

- 1) Tujuan Analisis Tujuan dari analisis kebutuhan pengguna ini adalah untuk memahami kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh pengguna dalam aktivitas bisnis mereka, khususnya dalam memanfaatkan produk berbasis teknologi yang akan disediakan oleh PT Teknologi Sebati Indonesia. Melalui analisis ini, diharapkan dapat teridentifikasi kebutuhan-kebutuhan khusus yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan produk yang tepat guna, baik dari sisi fitur, fungsionalitas, maupun antarmuka pengguna.
- 2) Identifikasi Pengguna Identifikasi pengguna dilakukan untuk mengenali karakteristik dan kebutuhan spesifik dari pengguna produk. Berdasarkan hasil survei dan riset pasar yang dilakukan, pengguna produk PT Teknologi Sebati Indonesia diidentifikasi sebagai:
  - 1) Pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang memerlukan sistem manajemen bisnis yang mudah digunakan.
  - 2) Manajer Operasional yang membutuhkan akses cepat dan akurat terhadap data penjualan dan stok barang.
  - 3) Karyawan Lapangan yang berperan dalam melakukan transaksi harian dan memperbarui data inventaris. Pengguna ini dibagi berdasarkan peran mereka dalam bisnis, yang nantinya akan memengaruhi bagaimana mereka menggunakan produk. Misalnya, pemilik usaha lebih fokus pada fitur analitik dan pelaporan, sedangkan karyawan lapangan membutuhkan antarmuka

yang lebih sederhana untuk memasukkan data transaksi. 1) Pemodelan Pengguna dan Alur Kerja (User Flow) Pada tahap ini, dilakukan pemodelan pengguna dan alur kerja (user flow) untuk memahami interaksi antar-pengguna di berbagai tingkat organisasi serta alur informasi yang terjadi dalam sistem. Pemodelan ini melibatkan pemetaan aktivitas utama pengguna berdasarkan peran masing-masing, yaitu Kasir, Operasional, Back Office, Manajemen, dan Shareholder. Setiap peran memiliki tanggung jawab dan alur kerja yang saling terhubung untuk memastikan kelancaran operasional dan pengambilan keputusan yang berbasis data. 12 1. Kasir Kasir bertugas melayani pelanggan dan mencatat transaksi penjualan harian yang kemudian diolah menjadi Laporan Penjualan. Laporan ini dikirimkan ke tim operasional sebagai bagian dari pemantauan kinerja dan juga dikirimkan ke Back Office untuk pelaporan keuangan. Dengan aktivitas utama melayani pelanggan, mencatat transaksi, dan laporan penjualan. 3 2.

Operasional Tim operasional berperan dalam memastikan proses harian berjalan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ditetapkan. Selain itu, mereka juga menyusun Laporan Kinerja Staf berdasarkan data dari kasir. Laporan ini dikirimkan ke Manajemen sebagai acuan dalam mengevaluasi dan merancang strategi operasional. Dengan aktivitas utama pemantauan kinerja, pelaporan staf dan laporan kinerja staf. 3. Back Office Tim Back Office menangani fungsi administrasi dan keuangan, termasuk pembuatan Daftar Inventaris dan dokumen pendukung lainnya seperti Dokumen Stok Opname dan Good Receipt. Informasi ini dikirim ke tim Manajemen untuk analisis dan perencanaan strategi keuangan serta operasional. Dengan aktivitas utama pengelolaan inventaris, pencatatan stok, penerimaan barang. Output yang dikerjakan berupa Daftar Inventaris, Dokumen Stok Opname, Good Receipt. 4. Manajemen Manajemen bertanggung jawab dalam penyusunan strategi utama organisasi, yaitu Strategi Bisnis, Strategi Operasional, dan Strategi Pemasaran. Strategi ini didasarkan pada laporan dan data yang diterima dari Back Office, Operasional, dan Kasir. Selain itu, Manajemen melakukan pemantauan pada

kegiatan Pengadaan yang berhubungan dengan kebutuhan inventaris. Dengan aktivitas utama penyusunan strategi bisnis, pemantauan pengadaan. Output yang dikerjakan berupa Strategi Bisnis, Strategi Operasional, Strategi Pemasaran. 5. Shareholder Shareholder memiliki peran dalam pengambilan keputusan strategis dengan fokus pada perencanaan jangka panjang melalui Menu Engineering yang memberikan panduan terkait produk dan layanan yang akan dikembangkan. Mereka bekerja sama dengan Manajemen dalam menetapkan prioritas dan arah bisnis. Dengan aktivitas utama menentukan arah bisnis melalui Menu Engineering dan menghasilkan output berupa Menu Engineering Planning.

Alur Informasi (User Flow)

- 1) Kasir memulai proses dengan melayani pelanggan dan menghasilkan laporan penjualan.
- 2) Tim Operasional menerima laporan ini untuk evaluasi kinerja dan mengirimkan laporan staf kepada Manajemen.
- 3) Back Office mengelola daftar inventaris, dokumen stok opname, dan penerimaan barang (Good Receipt), serta mengirimkannya ke Manajemen.
- 4) Manajemen menyusun strategi berdasarkan laporan dari berbagai tim dan melakukan pengawasan pada proses pengadaan.
- 5) Pemegang saham menentukan rencana strategis melalui Menu Engineering dan memberikan arahan kepada Manajemen untuk implementasi selanjutnya.

### 3.2.5 Penyusunan Product Requirement Document (PRD)

Dokumen ini mencakup deskripsi lengkap mengenai setiap kebutuhan, baik fungsional maupun non-fungsional, serta prioritas pengembangannya. Dokumentasi ini disusun dengan tujuan agar dapat digunakan sebagai pedoman utama bagi tim pengembang dalam proses perancangan dan pengembangan produk. Setiap kebutuhan dilengkapi dengan justifikasi yang diperoleh dari hasil survei, riset pasar, dan observasi, sehingga dapat membantu tim dalam memahami konteks kebutuhan pengguna dengan lebih baik.

Tabel 3. 1 Product Requirement Document Pengembangan Produk Epic Deskripsi proyek Sebati AI, target pengguna, dan anggota tim pengembang yang bertanggung jawab.

General Requirements Fitur analitik dan bahasa, serta integrasi AI.

Success Metrics Cara mengukur kesuksesan produk berdasarkan validasi nilai, keunggulan teknis, model

bisnis, dan adopsi pasar. Background Menjelaskan latar belakang proyek, mencakup masalah atau tantangan yang dihadapi pasar atau pengguna yang menjadi dasar untuk pengembangan produk. Objective Tujuan yang ingin dicapai melalui pengembangan produk. MVP (Minimum Viable Product) Versi awal produk yang berfungsi untuk menguji model bisnis dan mempertahankan 13 pangsa pasar. Problem Statement SMEs mengalami kesulitan dalam analisis data yang lambat dan manual, dan Sebatian AI akan menyederhanakan proses tersebut. Solution Overview Otomatisasi dan simplifikasi analisis data untuk membantu bisnis membuat keputusan berbasis data. System Flowchart Proses pembersihan, klasifikasi, penyimpanan data, dan pengujian aplikasi untuk berbagai perangkat. Requirement Summary Modul-modul utama yang digunakan oleh pengguna seperti upload data, analisis transaksi, dan inventaris.

### 3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam pelaksanaan tugas kerja profesi ini, terdapat berbagai kendala yang menghambat proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan dokumentasi. Kendala-kendala ini mempengaruhi efektivitas dan efisiensi dalam menyelesaikan proyek serta memberikan tantangan dalam mempertahankan kualitas hasil kerja. Kendala pertama yang muncul adalah kurangnya insight dari partisipan wawancara. Sebagian besar partisipan memberikan informasi yang masih bersifat umum dan terbatas pada peran mereka masing-masing, sehingga tidak cukup mendalam untuk menggambarkan kebutuhan produk secara menyeluruh. Akibatnya, pemahaman tim terhadap kebutuhan dan preferensi pengguna menjadi terbatas, yang berpotensi mempengaruhi hasil analisis kebutuhan produk. Kendala kedua yang dihadapi adalah miskomunikasi antar divisi terkait dengan perkembangan dan prioritas fitur dalam pengembangan produk. Perbedaan pemahaman mengenai status perkembangan proyek ini menimbulkan kesalahpahaman yang menyebabkan keterlambatan dalam pengambilan keputusan. Untuk mengatasi hal ini, diadakan pertemuan rutin antar divisi setiap minggu untuk memastikan bahwa seluruh tim memiliki pemahaman yang sama mengenai kemajuan proyek dan tujuan akhir yang hendak dicapai. Selain itu,

penggunaan alat kolaborasi terintegrasi seperti Slack juga membantu dalam memantau perkembangan proyek secara real-time, sehingga komunikasi antar divisi lebih efektif. Selanjutnya, hasil analisis yang kerap berubah menjadi kendala ketiga yang cukup mempengaruhi pelaksanaan kerja. Hal ini disebabkan oleh data baru yang terus masuk selama proses pengumpulan data, sehingga hasil analisis awal sering kali harus disesuaikan dengan informasi terbaru. Keadaan ini memperlambat proses dokumentasi dan membutuhkan waktu ekstra untuk melakukan penyesuaian. Untuk mengatasi kendala ini, tim menetapkan batas waktu pengumpulan data, setelah itu dilakukan analisis pada data yang sudah terkumpul secara final. Data tambahan hanya dimasukkan dalam periode pembaruan yang telah ditentukan, sehingga analisis dan dokumentasi dapat berjalan lebih stabil.

**6 3.4 Cara Mengatasi Kendala Selama menjalankan tugas, Praktikan menghadapi berbagai kendala yang dapat menghambat kelancaran pekerjaan.**

Untuk itu, beberapa langkah khusus dilakukan agar proses tetap berjalan lancar. Kendala pertama yang dihadapi adalah kurangnya informasi mendalam dari partisipan wawancara. Beberapa partisipan hanya memberikan jawaban umum yang kurang menjelaskan kebutuhan produk. Untuk mengatasinya, Praktikan dan rekan Praktikan mulai mengajukan pertanyaan yang lebih spesifik dan menggunakan skenario atau contoh kasus agar partisipan dapat memberikan jawaban yang lebih mendetail dan relevan. Dengan begitu, Praktikan bisa mendapatkan data yang lebih baik untuk memahami kebutuhan pengguna. Masalah komunikasi antar divisi juga menjadi kendala lain. Kadang terjadi perbedaan pemahaman tentang perkembangan proyek atau fitur-fitur yang sedang dikerjakan. Untuk mengatasi ini, tim mulai mengadakan pertemuan mingguan untuk memastikan semua orang berada di jalur yang sama. Selain itu, tim juga menggunakan alat kolaborasi seperti Slack dan Google Meet, yang membantu semua anggota tim melihat perkembangan proyek secara langsung. Ini membuat komunikasi lebih jelas dan mengurangi risiko miskomunikasi. Kendala ketiga adalah hasil analisis yang sering berubah karena data

baru yang terus masuk. Untuk mengatasi ini, Praktikan menetapkan batas waktu pengumpulan data. Setelah batas waktu tersebut, data yang ada dianggap final dan digunakan untuk analisis. Data tambahan hanya dimasukkan pada tahap pembaruan berikutnya, sehingga proses analisis dan dokumentasi bisa berjalan lebih stabil. Dengan langkah-langkah ini, Praktikan berhasil mengatasi berbagai kendala dan menjaga agar proyek tetap berjalan dengan baik. Setiap solusi membantu memastikan proses kerja tetap efektif dan efisien, sehingga tujuan proyek dapat tercapai dengan baik.

### 3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi Selama menjalankan tugas dalam kerja profesi ini, Praktikan mendapatkan banyak pelajaran berharga yang memperkaya pengetahuan dan keterampilan Praktikan, baik dari sisi teknis maupun kemampuan komunikasi. Pengalaman ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara menghadapi tantangan di lapangan serta menemukan solusi secara efektif dalam konteks kerja profesional.

#### 14 Pembelajaran pertama yang Praktikan peroleh adalah peningkatan keterampilan dalam analisis data. Sepanjang proyek ini, Praktikan banyak berurusan dengan data yang sering kali mengalami perubahan. Dari sini, Praktikan belajar cara mengelompokkan dan memprioritaskan data dengan lebih efektif, sehingga menghasilkan insight yang berguna bagi pengembangan produk. Praktikan juga semakin memahami pentingnya memilih alat dan teknik analisis yang tepat untuk mendukung proses pengolahan data yang efisien. Selain keterampilan teknis, kemampuan komunikasi Praktikan juga berkembang selama proyek ini. Dalam melakukan riset, Praktikan mendapatkan banyak kesempatan berbicara dengan partisipan wawancara yang mana merupakan hal baru bagi Praktikan yaitu berbicara dengan orang lain mengenai hal terkait pekerjaan yang akan melatih diri Praktikan untuk bisa berkomunikasi dalam dunia kerja ke depannya. Lalu kendala komunikasi antar divisi yang sering muncul membuat Praktikan menyadari betapa pentingnya berkomunikasi secara jelas dan tepat waktu. Melalui pengalaman ini, Praktikan belajar bahwa komunikasi yang efektif dapat mencegah

miskomunikasi, mempercepat pengambilan keputusan, dan menjaga kelancaran proyek. Penggunaan alat kolaborasi seperti Slack juga membantu Praktikan dalam menjaga transparansi dengan tim dan memastikan bahwa setiap anggota memahami tanggung jawab mereka serta perkembangan proyek secara keseluruhan. Di sisi lain, proyek ini juga memberikan wawasan baru tentang manajemen proyek. Kendala waktu dan sumber daya yang terbatas mengajarkan Praktikan cara mengelola prioritas dengan bijak dan bekerja secara efisien. Pengalaman ini menambah pemahaman Praktikan mengenai pentingnya membagi tugas berdasarkan prioritas dan keahlian anggota tim untuk memastikan proyek berjalan lancar meskipun ada keterbatasan.

15

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan Berdasarkan analisis dan dokumentasi kebutuhan pengguna untuk pengembangan produk di PT Teknologi Sebati Indonesia, dapat disimpulkan bahwa pengguna, terutama pegawai UKM, membutuhkan solusi berbasis teknologi yang efisien dan mudah digunakan untuk mendukung kegiatan operasional dan pengambilan keputusan pada bisnis mereka. Analisis ini berhasil mengungkap kebutuhan utama seperti fitur analitik otomatis, integrasi data secara real-time, serta antarmuka yang mudah dipahami bahkan oleh pengguna dengan keterbatasan teknis. Pengalaman selama kerja profesi ini juga menyoroti pentingnya pendekatan yang berfokus pada pengguna agar produk yang dikembangkan dapat benar-benar memenuhi kebutuhan dan harapan pasar. Dengan dokumentasi yang akurat dan menyeluruh tentang kebutuhan pengguna, diharapkan produk PT Teknologi Sebati Indonesia bisa menjadi solusi yang relevan dan bermanfaat bagi UKM, serta mampu meningkatkan daya saing mereka dalam pasar yang terus berkembang.

4.2 Saran Sebagai tindak lanjut dari analisis kebutuhan pengguna yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat dilakukan PT Teknologi Sebati Indonesia untuk memastikan kesuksesan pengembangan produk mereka. Pertama, penting bagi perusahaan untuk fokus pada fitur-fitur utama yang paling dibutuhkan oleh pengguna. Agar produk tetap relevan dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pasar, perusahaan disarankan untuk

REPORT #24151937

melakukan evaluasi berkala terhadap performa produk. Evaluasi rutin ini akan memberikan pemahaman mendalam mengenai perubahan kebutuhan atau preferensi pengguna dan membantu perusahaan dalam menyesuaikan produk sesuai dengan kebutuhan tersebut. Evaluasi ini juga dapat menjadi dasar bagi pengembangan fitur tambahan ke depannya, sehingga produk terus berkembang dan mampu memenuhi kebutuhan yang semakin kompleks. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, PT Teknologi Sebati Indonesia diharapkan dapat terus menyediakan solusi yang memberdayakan bagi UKM, membantu mereka mengoptimalkan operasional bisnis, serta mendukung mereka dalam menghadapi tantangan persaingan di era digital. 16



REPORT #24151937

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>0.52%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9606/11/11.%20BAB%20I.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9606/11/11.%20BAB%20I.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.45%</b> geekhunter.co <a href="https://geekhunter.co/artikel/memahami-role-product-manager-deskripsi-respo..">https://geekhunter.co/artikel/memahami-role-product-manager-deskripsi-respo..</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.29%</b> www.unika.ac.id <a href="https://www.unika.ac.id/wp-content/uploads/2024/08/23-Agt-2024-REVISI-BUKU..">https://www.unika.ac.id/wp-content/uploads/2024/08/23-Agt-2024-REVISI-BUKU..</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.28%</b> employers.glints.com <a href="https://employers.glints.com/id-id/blog/3-tingkatan-manajemen-perusahaan/">https://employers.glints.com/id-id/blog/3-tingkatan-manajemen-perusahaan/</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.25%</b> www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/feeds/read/5805134/tips-pengusaha-sukses-pandua...">https://www.liputan6.com/feeds/read/5805134/tips-pengusaha-sukses-pandua...</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.23%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9606/13/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9606/13/13.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.22%</b> rajaplastikindonesia.com <a href="https://rajaplastikindonesia.com/product-manager-ujung-tombak-kesuksesan-p..">https://rajaplastikindonesia.com/product-manager-ujung-tombak-kesuksesan-p..</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.21%</b> repository-penerbitlitnus.co.id <a href="https://repository-penerbitlitnus.co.id/91/1/MANAJEMEN_OPERASIONAL_STRAT..">https://repository-penerbitlitnus.co.id/91/1/MANAJEMEN_OPERASIONAL_STRAT..</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.2%</b> medium.com <a href="https://medium.com/@monikasriwahyuni07/prd-product-requirement-docume...">https://medium.com/@monikasriwahyuni07/prd-product-requirement-docume...</a>	●



REPORT #24151937

INTERNET SOURCE		
10. 0.18%	kerjoo.com	●
	<a href="https://kerjoo.com/blog/memahami-peran-chief-technology-officer-cto-di-peru...">https://kerjoo.com/blog/memahami-peran-chief-technology-officer-cto-di-peru...</a>	
INTERNET SOURCE		
11. 0.18%	pgbayarind.id	●
	<a href="https://pgbayarind.id/en/Blog/Apa-Itu-CEO-Berikut-Pengertian-dan-Tanggung-J...">https://pgbayarind.id/en/Blog/Apa-Itu-CEO-Berikut-Pengertian-dan-Tanggung-J...</a>	
INTERNET SOURCE		
12. 0.16%	dealls.com	●
	<a href="https://dealls.com/pengembangan-karir/cto-adalah">https://dealls.com/pengembangan-karir/cto-adalah</a>	
INTERNET SOURCE		
13. 0.12%	bif.telkomuniversity.ac.id	●
	<a href="https://bif.telkomuniversity.ac.id/scrum-prinsip-agile-dan-tahapan-dalam-meto...">https://bif.telkomuniversity.ac.id/scrum-prinsip-agile-dan-tahapan-dalam-meto...</a>	
INTERNET SOURCE		
14. 0.11%	eprints.upj.ac.id	●
	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2714/11/bab1.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2714/11/bab1.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
15. 0.07%	kerma.esaunggul.ac.id	●
	<a href="https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..">https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..</a>	