

BAB I PENDAHULUAN

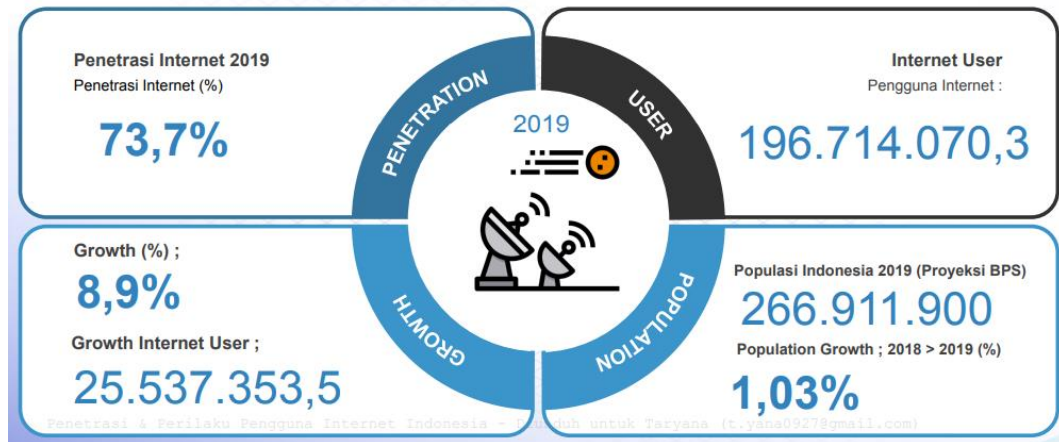
1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara *mobile-first* di mana lebih dari 95% masyarakat yang terkoneksi, mengakses internet melalui perangkat *Smartphone* (data Google & Temasek). Rata-rata masyarakat mereka menghabiskan 4 jam untuk mengakses internet melalui perangkat *Mobile*. Bahkan, 68% dari masyarakat yang terkoneksi tersebut merupakan *online shopper*, yang menggunakan perangkat *Mobile / Smartphone* untuk mencari produk yang diinginkan. Hal ini membuktikan masyarakat semakin tergantung dengan perangkat *mobile* nya tidak hanya dalam menggunakan sosial media tetapi juga melakukan transaksi *online*. Saat ini masyarakat lebih rela ketinggalan dompet dibanding ketinggalan *Smartphone*. Karena saat ini segala transaksi pembelian, mulai dari memesan transportasi, bahkan makanan pun dapat dilakukan dengan *Smartphone*.

Dalam bidang olahraga khususnya di Jabodetabek saat ini tersedia berbagai macam fasilitas olahraga baik olahraga yang dilakukan secara berkelompok maupun aktivitas olahraga yang dilakukan secara individu. Untuk lokasi olahraga berkelompok terdapat 139 tempat penyewaan lapangan sepakbola, 229 lapangan *futsal* dan 247 lapangan bulu tangkis, lapangan tenis 174, 155 lapangan basket, dan 196 lapangan voli. Sedangkan lokasi olahraga yang dilakukan secara perorangan terdapat 230 lokasi olahraga *fitness*, 165 studio yoga, 160 studio *Zumba*, 97 kolam renang, 17 *driving golf* dan 10 lokasi boling (BPS, 2020).

Teknologi dari pengembangan sebuah aplikasi *Smartphone* masih sangat dibutuhkan, dalam data yang kami lihat di Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2015, jumlah yang rutin berolahraga belum mencapai sepertiga dari total penduduk, hanya 27,61 persen penduduk Indonesia yang melakukan olahraga minimal sekali dalam seminggu. Hal ini berarti dari 100 penduduk Indonesia berumur 10 tahun ke atas, hanya sekitar 28 yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, sedangkan 72 orang lainnya tidak rutin berolahraga. Dan Menurut survei APJII (2020), dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 266,91 juta orang pada tahun 2020 sebanyak 196,71 juta jiwa

atau lebih dari 73,7% persen penduduk Indonesia telah menggunakan internet, meningkat lebih dari 10 juta orang dibandingkan tahun 2018.

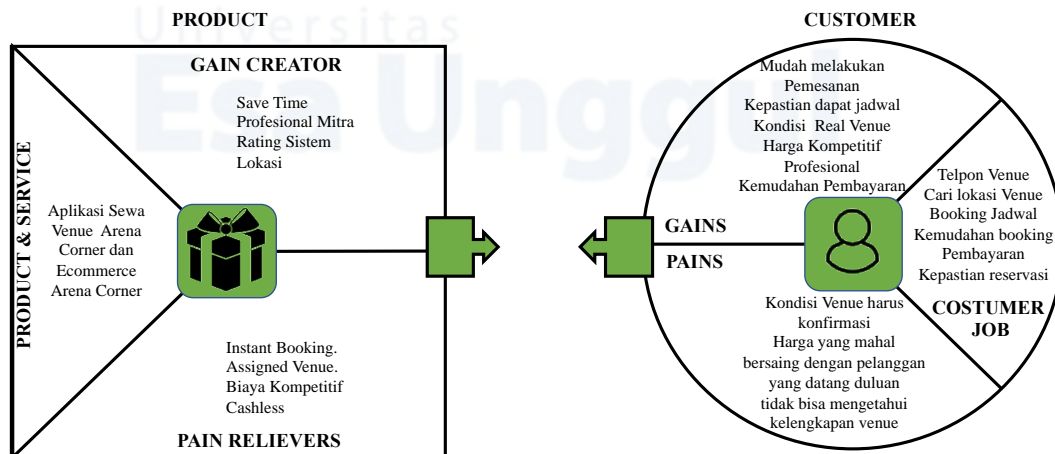


Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet

Sumber: <https://apjii.or.id/survei2020/>

Dalam bidang olahraga, teknologi dari pengembangan sebuah aplikasi *mobile* masih sangat dibutuhkan. Misalnya seperti aplikasi untuk mencari rute lari dan lain-lain. Seperti halnya dalam olahraga *futsal*, yang saat ini sudah menjadi bagian dari hobi karena hanya dengan membutuhkan beberapa orang pemain. Tidak seperti halnya olahraga sepak bola yang sangat membutuhkan banyak orang untuk bermain dan juga terbatasnya atau minimnya lapangan sebagai tempat bermain. Diperlukan waktu yang banyak untuk mendapatkan informasi tentang ketersediaan *venue* dan fasilitas olahraga yang dapat dipesan. Sehingga mayoritas dari mereka sering pergi ke beberapa tempat penyedia *venue* olahraga untuk mendapatkan informasi tersebut dan melakukan pemesanan. Hal ini sangat membutuhkan banyak waktu yang terkuras dan biaya transportasi. Permasalahan lainnya adalah saat kita telah tiba di lokasi ternyata ketersediaan *venue* dan fasilitas olahraga lainnya tidak sesuai dengan harapan sehingga harus mencari lokasi lain dan berpindah tempat. Terlebih lagi saat ini sedang dalam situasi pandemik Covid-19 yang mengondisikan masyarakat membatasi waktu untuk keluar rumah dan menghindari lokasi keramaian namun harus senantiasa menjaga kondisi kebugaran tubuh. Hal tersebut di atas bisa mengakibatkan turunnya minat masyarakat dalam melakukan aktivitas olahraga baik yang dilakukan secara berkelompok maupun individu.

1.2 Identifikasi Masalah



Gambar 1.2 Value Propotion Canvas

Sumber: Osterwalder (2014).

Alexander Osterwalder pada 2004 memperkenalkan hasil risetnya dalam pemodelan bisnis berupa value proposition canvas. Metode tersebut kemudian banyak diadopsi perusahaan untuk memahami kekuatan dan kelemahan suatu produk di mata konsumen. Diagram value proposition canvas merupakan semacam kerangka yang akan memastikan bahwa ada kecocokan antara market dan produk. Baik produk atau jasa akan diposisikan sedemikian rupa hingga memiliki nilai tawar yang dibutuhkan konsumen. Baik bisnis baru atau lama, value proposition canvas bisa berfungsi baik. Dalam diagram yang diperkenalkan Osterwalder, terdapat dua bagian besar yang harus diisi. Satu bagian berbentuk lingkaran untuk konsumen, dan satu bagian berbentuk kotak berisi nilai tawar yang dimiliki perusahaan.

1.2.1 Jobs to Be Done

Berdasarkan latar belakang di atas maka masyarakat membutuhkan sebuah teknologi yang dapat mengatasi permasalahan terkait kebutuhan masyarakat dalam berolahraga untuk tetap menjaga kebugaran dalam kondisi pandemik Covid-19 namun tetap memberikan proteksi pada saat melakukan olahraga yang menjadi minat dan meminimalkan risiko untuk keluar rumah dengan kepastian hasil dalam menemukan lokasi dan fasilitas olahraga yang tepat.

1.2.2 Customer Pain

Saat ini umumnya sistem pemesanan *venue* olahraga masih menggunakan cara manual yaitu pengguna harus mendatangi langsung tempat penyewaan *venue* olahraga atau menghubungi lewat telepon untuk melakukan pengecekan terhadap ketersediaan *venue* dan fasilitas yang diinginkan, sedangkan pemesanan melalui telepon ini memiliki kendala dalam hal validasi yang akurat, oleh karena itu dari pihak *venue* juga tidak sembarangan menerima pemesanan melalui telepon. Selain itu ditemukan juga kondisi di beberapa *venue* pemesanan lapangan melalui telepon biasanya hanya berlaku bagi *member* atau orang yang sudah dikenal oleh pihak lapangan. Non *member* atau orang yang tidak dikenal oleh pihak lapangan harus datang langsung ke *venue* olahraga untuk melihat jadwal dan melakukan pemesanan. Sistem pemesanan lapangan *futsal* secara manual ini cukup merepotkan bagi pihak pengguna lapangan dan menjadi kurang efisien dalam hal waktu, tenaga, dan biaya karena pengguna harus mendatangi langsung setiap tempat *venue* olahraga yang ada untuk melakukan pengecekan jadwal dan pemesanan lapangan. Mengenai permasalahan lapangan, yang mana pengguna kesulitan dalam mencari lapangan berdasarkan titik tengah antara dua lokasi yaitu lokasi pengguna atau tim olahraga dan juga lokasi lawan tim. Selain itu dari sisi pelanggan, pemesanan secara manual juga akan menimbulkan masalah jika terjadi pembatalan sepihak akan menyulitkan proses pengembalian uang dikarenakan tidak ada aturan khusus yang mengaturnya.

Kondisi pemesanan secara manual ternyata juga memunculkan masalah bagi para pemilik *venue*, di antara-nya pembatalan *booking venue* secara mendadak sehingga pemilik *venue* kesulitan untuk menginformasikan ke konsumen lain bahwa terdapat *venue* yang tersedia serta beberapa kesulitan lain terkait informasi penambahan fasilitas maupun aktivitas promosi yang dilakukan oleh *venue* tersebut. Selain itu saat ini para pemilik *venue* juga menghadapi problematik penurunan aktivitas olahraga menggunakan fasilitas publik terkait penerapan protokol *Covid-19*. Saat ini meskipun para pemilik *venue* telah melakukan *adjustment* dalam penerapan protokol *Covid-19* seperti desinfektan alat dan *venue*, perubahan jadwal buka-tutup *venue* serta diskon harga *pandemik*, namun pemilik *venue* kesulitan dalam penyampaian informasi tersebut ke pelanggannya terlebih

bagi pengelola *venue* yang tidak memiliki platform digital dalam proses pemasarannya. Dengan kondisi ini tak jarang pemilik *venue* kesulitan dalam melakukan *arrangement booking* dan kehilangan pelanggan karena Kurang jelasnya jadwal buka-tutup serta penambahan-pengurangan alat maupun fasilitas baru yang tersedia di *venue*.

1.2.3 Customer Gain

Dari beberapa problematik pelanggan dan pemilik *venue* terkait manual pemesanan dan keterbatasan ruang gerak penyampaian informasi *venue* olahraga, kehadiran teknologi aplikasi akan menjadi solusi bagi keduanya. Pemilik *venue* lebih mudah dan leluasa menyampaikan informasi terkait *adjustment* fasilitas *venue* terkait protokol Covid-19 yang dimiliki dan dikelolanya dan pelanggan akan mudah menerima informasi tersebut dan lebih mudah juga dalam melakukan pemesanan *venue*. Dengan kehadiran aplikasi pemesanan *venue* olahraga yang berbasis aplikasi *mobile* akan memudahkan konsumen dalam memilih *venue* olahraga yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Aplikasi tersebut akan memberikan akses bagi konsumen untuk melihat berbagai macam pilihan lokasi *venue*, fasilitas *venue*, tarif *venue* serta jadwal ketersediaannya dan dapat melakukan pemesanan tanpa harus mendatangi langsung lokasi tersebut dengan kemudahan transaksi pembayaran yang tentunya akan menghemat *effort* konsumen dalam melakukan pemesanan *venue* olahraga. Selain itu dengan adanya aplikasi Mobile akan membantu para pemilik dan pengelola *venue* untuk menginformasikan ketersediaan *venue* beserta fasilitasnya, menginformasikan *event* dan diskon spesial *venue* dan secara tidak langsung akan membantu memasarkan produk *venue* tersebut melalui aplikasi.

1.3 Solusi

1.3.1 Pain Reliever

Untuk mengatasi kompleksitas yang terjadi di masyarakat terkait pemesanan *venue* olahraga dan keterbatasan ruang gerak penyampaian informasi pada pelaku bisnis *venue*, maka adanya aplikasi pemesanan *venue* olahraga menjadi sangat krusial untuk memfasilitasi kebutuhan konsumen untuk menjaga kebugaran tubuhnya dan juga dapat memperbaiki dan meningkatkan kembali peluang bisnis bagi pemilik *venue* olahraga. Pemesanan *venue* olahraga yang dilakukan melalui aplikasi Mobile akan menghemat waktu dan biaya pelanggan untuk memesan

venue. Dengan adanya aplikasi pemesanan Mobile akan memangkas kebutuhan waktu pelanggan mendatangi *venue*, mencari info perihal fasilitas dan harga dari tiap-tiap fasilitas olahraga tersebut. Bagi pemilik *venue*, kehadiran aplikasi Mobile juga akan membantu usahanya dalam menginformasikan fasilitas *venue* yang dimiliki serta memangkas proses Administrasi yang sebelumnya dilakukan secara manual.

1.3.2 Gain Creator

Keberadaan sebuah bisnis baru tentunya mengharuskan sebuah produk tersebut memiliki manfaat bagi masyarakat. Aplikasi yang ada haruslah memiliki *fitur* yang bervariasi dan kelengkapan informasi jelas yang dibutuhkan oleh konsumen, mulai dari variasi jenis *venue* olahraga, fasilitas *venue* terkait dengan bidang olahraga, gambar dan peta lokasi, harga serta *review* pelanggan yang telah menggunakan *venue* tersebut sebagai bahan referensi calon pelanggan lainnya. Yang tidak kalah penting, aplikasi tersebut memberikan keleluasaan waktu bagi konsumen dalam melakukan pemesanan *venue* (24 jam) serta kemudahan sistem pembayaran dan *refund* dengan kondisi khusus jika terjadi pembatalan sepihak.

Dari sisi pemilik *venue*, kehadiran aplikasi pemesanan *venue* olahraga diharapkan dapat membantu pemasaran *venue* yang dikelolanya dengan memberikan kemudahan pada penggunaan *fitur* aplikasi terutama dalam proses *upload* gambar dan informasi seputar *venue* serta keleluasaan untuk melakukan pembaruan (*update*) informasi terkait fasilitas dan aktivitas *venue*. Selain itu aplikasi yang ada juga dapat menampilkan detail transaksi baik transaksi keuangan maupun data pemesanan tiap pelanggan yang bertransaksi di *venue* nya, sehingga memberikan kemudahan bagi pemilik *venue* untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

1.3.3 Product (Service) Offered

Dari identifikasi atas permasalahan yang ada, maka penulis melihat adanya peluang bisnis yang sekaligus menjadi solusi dari problematik yang dihadapi dan menghadirkan Arena Corner. Arena Corner hadir dengan konsep bisnis aplikasi berteknologi terdepan yang akan dimulai di wilayah Jabodetabek dan nantinya akan dilakukan pengembangan secara luas ke seluruh Indonesia. Arena Corner hadir sebagai pelaku bisnis aplikasi yang *user friendly* (mudah digunakan) yang memiliki

bisnis utama pemesanan *venue* olahraga secara *online* aplikasi yang memberikan kemudahan konsumen untuk melakukan pemesanan *venue* olahraga melalui *smartphone* dengan nyaman dan cepat. Selain itu Arena Corner hadir dengan fitur yang lengkap dan bervariasi sehingga memudahkan konsumen untuk melihat secara detail seluruh informasi yang dibutuhkan terkait *venue* olahraga yang diinginkan.

Selain itu bagi pemilik *venue*, Arena Corner hadir sebagai partner (mitra) kerja yang akan menyediakan kemudahan akses transaksi baik secara administrasi maupun pelaporan transaksi pelanggan, karena akan dilakukan pemisahan interface pada aplikasi Antara konsumen dan pemilik *venue*. Selain itu Arena Corner akan melengkapi aplikasi konsumen dengan *fitur-fitur* informasi menarik yang akan membantu pemilik *venue* dalam memasarkan produknya. *Partnership* yang dilakukan Antara Arena Corner dan pemilik *venue* berupa pemberian komisi sebesar 35% kepada Arena Corner per transaksi yang dilakukan oleh pelanggan, komisi ini adalah hasil dari wawancara dan interview dengan beberapa pemilik *venue* yang sudah dilakukan oleh Arena Corner, dimana nilai 35% adalah nilai rata-rata yang diberikan pemilik *venue*.

1.4 Visi dan Misi Perusahaan

PT. Arena Corner Indonesia adalah perusahaan di bidang digital teknologi khususnya di bidang Aplikasi Mobile, aplikasi kami bertujuan membantu konsumen menemukan tempat olahraga atau sarana olahraga agar konsumen lebih mudah menemukan tempat olahraga yang ada di Indonesia Khususnya di Jabodetabek. Perusahaan kami Arena Corner mempunyai Visi dan Misi sebagai berikut :

1.4.1 Visi Perusahaan

Menjadi pelopor perusahaan aplikasi jasa dalam bidang persewaan *venue* olahraga dan mengembangkan industri olahraga di Indonesia.

1.4.2 Misi Perusahaan

1. Mengubah tantangan teknologi informasi menjadi peluang dan solusi bermanfaat untuk masyarakat dan Mengembangkan inovasi teknologi terbaik

2. Mengutamakan profesionalisme, kualitas dan kompetensi tim untuk menghasilkan sistem terintegrasi antara satu dengan lainnya yang dapat membantu mengurangi permasalahan dan dapat meningkatkan pertumbuhan laba pelanggan kami.
3. Memberikan layanan 24 jam yang dapat membantu konsumen dalam menggunakan aplikasi Arena Corner.
4. Meningkatkan potensi karyawan dengan memberikan pelatihan dan pendidikan informal serta meningkatkan kesejahteraan bagi pemilik.
5. Memberikan nilai lebih kepada Mitra dan menciptakan iklim Kerjasama yang berkesinambungan dan berkeadilan.

Logo Perusahaan:



Gambar 1.3 Logo PT. Arena Corner Indonesia

Sumber: Arena Corner

Logo perusahaan dibuat berdasarkan filosofi perusahaan dan menandakan perusahaan itu sendiri. Kenapa kami memilih warna biru, hijau oranye dan merah. paparan warna-warna bergelombang pendek seperti biru dan hijau memunculkan perasaan tenang dalam berolahraga, sebaliknya merah dan kuning justru lebih merangsang keinginan untuk berolahraga agar lebih aktif. Dan tanda seperti gambar di tengah berharap PT. Arena Corner Indonesia menjadi perusahaan yang berkembang dalam bidang teknologi informasi dan bersinar.

Tagline:

“DENGAN OLAHRAGA HIDUP LEBIH BAIK”