

Implementasi Design Thinking untuk Validasi Ide Bisnis Startup “Seekerja”

by Astri Winati

Submission date: 20-Nov-2019 03:31PM (UTC+0700)

Submission ID: 1217790696

File name: calon_paper_new.docx (425.49K)

Word count: 3317

Character count: 22872

Implementasi *Design Thinking* untuk Validasi Ide Bisnis *Startup* “Seekerja”

Abstract—Jumlah angkatan kerja yang tinggi dengan proporsi jumlah pekerja lepas mencapai porsi 4,55% menjadikan kebutuhan akan pekerjaan yang bersifat fleksibel menjadi tren di Indonesia. Namun, permasalahan yang sering ditemukan adalah sulitnya menemukan informasi terkait pekerjaan yang dibutuhkan dan sesuai dengan keahlian. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengembangkan suatu *platform online* yang akan mempertemukan penyedia dan pencari pekerjaan dalam sebuah aplikasi berbasis web yang dinamakan Seekerja. Metode *design thinking* digunakan sebagai alternatif dalam pengembangan ide berbasis pengguna (*customer oriented*) melalui tahap *empathize, define, ideate, prototype, dan testing*. Hasil dari penelitian ini akan membantu *founder* dalam berinovasi dan melakukan desain aplikasi Seekerja selanjutnya.

Keywords—*freelance, startup, seekerja, design thinking*

I. PENDAHULUAN

Startup di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat dan masih berpeluang besar untuk terus berkembang setiap tahunnya. Tercatat dari Februari 2019, menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam Regional Investment Forum (RIF) 2019 jumlah *startup* di Indonesia mencapai 2.070 unit usaha dengan pertumbuhan tertinggi berada pada tiga sektor yaitu *on-demand services, financial technology* dan *e-commerce* [1]. Salah satu faktor kuat yang mendukung perkembangan *startup* di Indonesia adalah pengguna internet di Indonesia yang terus menerus bertambah. Pada tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan tahun 2018 dengan total 107,2 juta pengguna [2]. Selain itu, Statista memproyeksikan pengguna internet di Indonesia akan mencapai 20,3 juta orang pada tahun 2023, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% [2].

Hal ini menjadikan *startup* menjadi salah satu sektor bisnis dengan perkembangan pasar yang besar. Faktor lain yang mempengaruhi perkembangan *startup* di Indonesia adalah adanya dukungan dari *investor* dan pemerintah [3]. Dukungan dari *investor* dapat berupa modal yang terbilang cukup besar untuk sebuah rintisan bisnis, sedangkan dari pemerintah berupa program inkubasi dan *event* yang berguna untuk pembinaan berkelanjutan pembangunan *startup* digital.

Salah satu sektor *startup* yang sedang berkembang dan banyak diminati di Indonesia adalah *e-commerce*. Dengan kemudahan dan biaya yang relatif murah dalam transaksi, perkembangan *e-commerce* di Indonesia berpotensi terus meningkat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Data Sensus Ekonomi 2016, *e-commerce* di Indonesia tumbuh sekitar 17% dalam 10 tahun terakhir dengan jumlah usaha mencapai 26,2 juta unit usaha dan diproyeksikan akan terus bertambah setiap tahunnya. Perkembangan dan banyaknya *e-commerce* yang ada di Indonesia, secara tidak langsung

membentuk pasar atau arena perdagangan tersendiri yang disebut *e-marketplace* yang mempertemukan penjual dan pembeli baik perorangan hingga perusahaan untuk saling berinteraksi tanpa terbatas teritori ruang dan waktu [4].

Saat ini, *e-marketplace* di Indonesia lebih didominasi oleh *e-marketplace* yang menawarkan produk berupa barang daripada jasa seperti Shopee, BukaLapak, Lazada dan Tokopedia. Meskipun belum begitu berkembang, *e-marketplace* yang menawarkan produk berupa jasa yang ditawarkan melalui situs hingga aplikasi juga mulai bermunculan, seperti projects.co.id, upwork, sejasa dan Kerjaholic. *E-marketplace* jasa serupa ini dapat menjadi wadah untuk mempertemukan pencari dan penyedia pekerjaan secara lebih mudah melalui sebuah *online platform*.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019, dari 129,36 juta angkatan kerja di Indonesia, pekerja lepas (*freelancer*) mengambil porsi 4,55% atau berjumlah sekitar 5,89 juta [5]. Hal ini mengindikasikan bahwa kebutuhan akan pekerjaan yang bersifat fleksibel tanpa terikat pada sebuah instansi menjadi sebuah tren tersendiri di Indonesia. Kebutuhan akan jasa *design, video editing*, hingga pekerjaan rumah tangga merupakan beberapa contoh jenis pekerjaan yang sering dicari oleh para pekerja lepas. Namun, berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan, 75% dari total responden berpendapat bahwa masalah terbesar yang dihadapi sebagai pekerja lepas adalah sulitnya menemukan informasi terkait pekerjaan yang diinginkan dan sesuai dengan keahlian. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dibuat sebuah *platform e-marketplace* yang akan menghubungkan para pencari dan penyedia pekerjaan lepas (*freelance*) tanpa batasan kategori tertentu yang akan dinamakan “Seekerja”.

Pada dasarnya, *e-marketplace* serupa seekerja telah banyak tersedia, namun memiliki beberapa kekurangan. Salah satu kekurangan dari *e-marketplace* jasa saat ini adalah kategori pekerjaan berbasis proyek yang dibagi menjadi pekerjaan *online* dan *offline*. Contoh kategori pekerjaan *online* adalah *design* dan pembuatan *website*. Sedangkan contoh pekerjaan *offline* adalah teknisi. Masih sedikit *platform e-marketplace* yang menyediakan satu pekerjaan yang bisa dikerjakan secara *online* maupun *offline*. Kelemahan lain dari *e-marketplace* jasa yang telah tersedia adalah banyaknya keluhan dari penyedia jasa akan adanya *user* “bayangan”, yaitu pencari pekerjaan yang ikut melakukan *bidding* salah satu pekerjaan, namun *user* tersebut tidak melanjutkan ke tahap selanjutnya. Bahkan ketika *user* tersebut telah ditetapkan sebagai pemenang *bidding* pekerjaan tersebut.

Selain itu, *e-marketplace* jasa yang telah ada sekarang juga memiliki sistem dimana penyedia jasa pekerjaan harus menjadi mitra sehingga memiliki proses registrasi yang cukup panjang. Adapun dari mitra tersebut harus membeli sebuah kupon untuk dapat memilih *customer* yang telah melakukan *bidding*. Padahal

customer tersebut juga belum tentu untuk memilih secara pasti penyedia jasa yang akan dipilihnya.

Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk melengkapi kekurangan-kekurangan *e-marketplace* jasa yang telah ada melalui *platform* *seekerja*. *seekerja* akan menghubungkan penyedia dan pencari jasa melalui *website*, dimana *usemnya* dapat berperan sebagai penyedia dan pencari pekerjaan sekaligus. Pencari pekerjaan merupakan pengguna yang dapat melihat dan melakukan *bidding* suatu pekerjaan tertentu, sedangkan pemberi pekerjaan adalah pengguna yang dapat menawarkan pekerjaan tertentu dan juga dapat memilih pekerjanya untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Selain itu, *seekerja* akan melakukan simplifikasi proses registrasi secara *online* tanpa harus menjadi mitra dari *seekerja*. Pencari pekerjaan dapat melakukan penawaran harga dan sebagai pemberi pekerjaan dapat memilih pekerja sesuai dengan keinginan. Adapun proses *bidding* ataupun *posting* pekerjaan dengan berbagai kategori pekerjaan tidak dipungut biaya apapun. Kategori pekerjaan dapat berupa pekerjaan yang dikerjakan secara *online* maupun *offline*.

Dalam perintisan bisnis *seekerja*, metode *design thinking* dilakukan untuk proses validasi ide dan inovasi *seekerja*. *Design thinking* dapat dijadikan metode relevan dalam merintis *seekerja* karena inti dari metode ini adalah menjadikan manusia sebagai pusat proses inovasi yang lebih ditekankan kepada *observation, collaboration, fast learning, visualizations of ideas, rapid concept prototyping* dan *business analysis*, dan juga sangat berpengaruh terhadap pada inovasi dan strategi bisnis [6].

II. METODE PENELITIAN

Dalam merintis bisnis *Seekerja*, proses membangun dan validasi ide dilakukan dengan metode *design thinking*. Metode *design thinking* dipilih karena setiap proses dalam metode ini berasal dan ditujukan kepada pelanggan atau konsumen yang merupakan pengguna akhir dari produk dan jasa yang akan dihasilkan [7]. *Design thinking* memiliki lima tahap dalam prosesnya yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan test* [8].

A. Empathize

Tahap ini berfokus kepada pada *user*, yaitu calon pengguna dari *seekerja*. Terdapat tiga tahap utama dalam *empathize*, yaitu *observe, engage, dan immerse* [9]. Pada tahap *observe*, akan diamati perilaku dan cara berinteraksi *user* dengan lingkungannya. Selanjutnya, tahap *engage* dilakukan dengan terlibat langsung dengan *user* dalam membantu mengungkapkan cara berpikir. Sedangkan *immerse* dilakukan dengan merasakan situasi yang sama dengan *user*. Keluaran dari tahap ini berupa sejumlah informasi yang akan dijadikan acuan awal untuk membangun ide untuk *e-marketplace* jasa *seekerja*, melalui wawancara dan penyebaran kuisioner *online*. Informasi yang dikumpulkan terkait kebutuhan, pengetahuan, serta perilaku masyarakat terhadap *e-marketplace* jasa yang akan dikembangkan yaitu *seekerja*.

B. Define

Di tahap ini informasi yang didapatkan pada tahap *empathize* akan dianalisis dan disintesis sehingga menghasilkan wawasan yang bermakna berupa kebutuhan pengguna terhadap *seekerja* sebagai *e-marketplace* jasa yang akan dibuat dan dikembangkan. Selain itu, didapatkan juga hasil analisa dari *e-marketplace* jasa yang sudah ada dan serupa dengan *seekerja* atau biasa disebut dengan hasil analisis kompetitor. Wawasan ini kemudian digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yaitu validasi ide dan inovasi berbasis pengguna dalam membangun *startup* *seekerja*.

C. Ideate

Tahap ini berfokus kepada pencarian dan penetapan solusi terhadap *statement* permasalahan yang sudah ditetapkan pada tahap *define*. Teknik ideasi yang dipilih adalah *brainstorming* bersama anggota kelompok untuk mencari dan menciptakan solusi sebanyak-banyaknya. *Brainstorming* mendorong setiap anggota kelompok untuk mengemukakan ide sebagai alternatif penyelesaian masalah sembari menahan kritik dan penilaian [10]. Dalam proses *brainstorming* terdapat beberapa aspek yang ditentukan seperti menentukan sasaran pasar, menentukan jenis *platform* yang akan digunakan, menentukan kategori pekerjaan untuk *seekerja*, menentukan target pengguna untuk *seekerja*, menentukan proses sistem dari *seekerja* hingga menentukan sistem pembayaran yang akan digunakan dalam *seekerja*.

D. Prototype

Di tahap ini dilakukan pembuatan *prototype* *seekerja* sebagai bentuk nyata dari sebuah ide yang sudah dirancang. Tujuan dari tahap ini adalah sebagai wadah validasi dan mempercepat eksekusi akhir dengan memperhatikan kelayakan serta kesesuaian dengan pengguna [11]. Dengan menggunakan *tools* *mockingbot.in*, *prototype* *seekerja* dibuat berdasarkan desain antarmuka yang memungkinkan interaksi antara *prototype* dan calon pengguna sehingga memudahkan untuk mendapatkan umpan balik dari calon pengguna.

E. Test

Pada tahap ini, dilakukan pengujian *prototype* yang sudah dibuat di tahap sebelumnya untuk memonitor respon dan anggapan dari calon pengguna terhadap *seekerja* [9]. *Prototype* yang merupakan visual dari ide *seekerja* akan diuji kepada calon pengguna dan anggota tim. Selain itu, dilakukan pengujian kepada beberapa ahli melalui aktifitas *pitching* dengan IBISMA UII dan *event* yang diadakan oleh JDV atau Jogja Digital Valley terkait ide bisnis *seekerja* sebagai *startup*. Di tahap pengujian ini, apabila *feedback* yang diberikan belum sesuai dengan harapan pengguna maka akan dilakukan ulang tahap *empathize* atau *define*, namun apabila *feedback* yang diberikan positif atau bisa diterima oleh pengguna maka ide serta masukan dari *prototype* tersebut dapat dijadikan acuan untuk inovasi ide bisnis *seekerja*.

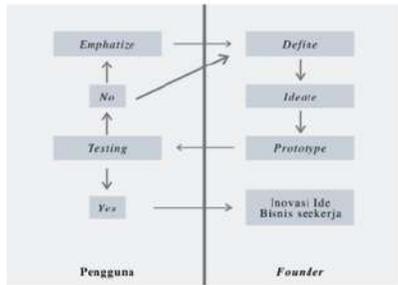


Fig. 1. Tahapan *design thinking* [6]

Selain itu, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2014), data primer adalah data yang mengacu pada informasi dari informan objek penelitian secara langsung yang berkaitan dengan tujuan secara spesifik [6]. Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur kepada target calon pengguna awal dari seekerja yaitu mahasiswa Yogyakarta dan ibu-ibu yang sudah menikah berusia sekitar 24-27 tahun. Wawancara semi terstruktur termasuk kedalam *in-dept interview* yang dimana pelaksanaannya lebih bebas dan memiliki tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka akan pendapat serta ide-ide dari pihak yang diajak wawancara [12]. Wawancara semi terstruktur ini dilakukan secara *offline* atau berhadapan secara langsung dan secara *online* menggunakan aplikasi Whatsapp. Selain dengan wawancara semi terstruktur, data primer dikumpulkan melalui *google form* yang disebarluaskan melalui Twitter, *goup chat* Whatsapp dan *group chat* Line.

Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (2014) adalah data yang mengacu pada informasi yang didapatkan secara tidak langsung, hasilnya didapat dari studi kepustakaan seperti jurnal terdahulu, buku pengetahuan dan literatur lain serta internet [6]. Data sekunder didapatkan melalui internet, jurnal terdahulu serta informasi yang berasal *e-marketplace* jasa yang telah ada dan serupa dengan seekerja. Data ini digunakan sebagai dasar dan acuan membangun *startup e-marketplace* seekerja.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seekerja adalah *e-marketplace* jasa berbasis *website* yang akan dikembangkan menjadi sebuah *startup*. Ide seekerja kemudian dikembangkan dengan mengimplementasikan *design thinking* sebagai salah satu metode yang *customer oriented* untuk mengumpulkan informasi hingga validasi ide seekerja.

A. Deskripsi Seekerja

Seekerja merupakan *e-marketplace* jasa dengan model bisnis *costumer to costumer (C2C)* yang menghubungkan antara pencari dan penyedia pekerjaan tanpa terikat instansi tertentu dengan berbagai macam kategori pekerjaan yang disediakan. Seekerja memungkinkan penggunaannya untuk mempunyai dua *role* sekaligus yaitu sebagai pencari pekerjaan dan penyedia pekerjaan. Penyedia pekerjaan merupakan pengguna yang dapat melakukan *posting* pekerjaan tertentu dan memilih pekerjaannya. Sedangkan pencari pekerjaan merupakan pengguna yang dapat mencari pekerjaan, melakukan *bidding* dan melakukan penawaran harga terhadap suatu pekerjaan.

Selain itu, pengguna seekerja yang berperan sebagai pencari pekerjaan dapat melakukan proses penawaran harga terhadap pekerjaan yang telah di *posting*. Adapun pengguna seekerja yang berperan sebagai penyedia pekerjaan dapat menerima atau mempertahankan harga yang telah dipasang atas pekerjaan tertentu.

B. Sasaran Pasar

Dalam mengembangkan ide seekerja untuk menjadi sebuah *startup*, penentuan sasaran pasar dilakukan terlebih dahulu oleh anggota tim selaku *founder* dari seekerja. Penentuan pasar dilakukan ditahap awal sebagai acuan dalam melakukan validasi ide seekerja dengan metode *design thinking*. Hal ini dikarenakan konsumen yang terlalu heterogen dan menghasilkan kebutuhan yang juga beragam sehingga pentingnya dari sebuah *startup* untuk menentukan pasar yang ingin dituju terlebih dahulu [13]. Maka dengan menentukan sasaran pasar terlebih dahulu, proses identifikasi peluang pasar dan validasi ide dapat dilakukan dengan baik dan terarah untuk mengembangkan produk Seekerja.

Sasaran pasar Seekerja dibagi menjadi tiga bagian yaitu *reachable market*, *potential market*, dan *Total Available Market (TAM)*. *Reachable market* merupakan sasaran pasar dari seekerja yang akan disasar terlebih dahulu, yaitu dimulai dari kota Yogyakarta dengan target pengguna awal adalah mahasiswa Yogyakarta dan ibu – ibu yang sudah menikah berusia sekitar 24 – 27 tahun. *Potential market* merupakan sasaran pasar dari seekerja yang memiliki potensi untuk menggunakan seekerja yaitu masyarakat Indonesia yang memiliki keahlian serta waktu luang untuk menyelesaikan suatu pekerjaan serta masyarakat Indonesia yang membutuhkan bantuan jasa. Sedangkan *Total Available Market* atau TAM merupakan sasaran pasar yang paling besar dari seekerja yaitu seluruh masyarakat Indonesia yang menggunakan internet.

C. Platform yang Digunakan

Dalam pengembangan *startup* seekerja sebagai *e-marketplace* jasa, jenis *platform* yang digunakan sebagai awal pengembangan adalah *website*. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan pada tahap *empathize* dan proses *brainstorming* pada tahap *ideate*, *website* dipilih sebagai *platform* seekerja karena biaya pengembangan relatif lebih murah dan kemudahan untuk melakukan *branding* dengan adanya SEO atau *Search Enginee Optimization* yang digunakan untuk mendatangkan *traffic* jangka panjang dan SEM atau *Search Enginee Marketing* yang digunakan untuk mendorong adanya aktifitas melalui *website* seekerja [14].

Website seekerja yang dikembangkan akan dibuat *responsive* sehingga bisa digunakan di berbagai browser media elektronik seperti *personal computer*, *computer*, *tablet* hingga *handphone*. Selain bisa digunakan di berbagai media elektronik untuk mengakses seekerja, *website* juga dapat memudahkan menjangkau target pengguna dan seluruh lapisan pengguna internet secara langsung tanpa harus adanya proses instalasi aplikasi untuk mencoba menggunakan seekerja. Sehingga dengan demikian proses *testing* dan analisa pasar terhadap *fitur* seekerja bisa terus dilakukan untuk mencapai pasar yang *fit* yang kemudian digunakan untuk pengembangan berlanjut ke *platform* lainnya yaitu *mobile application*.

Proses *testing* ini lebih dititik beratkan kepada informasi yang didapatkan serta ide yang dihasilkan untuk *seekerja*. *Testing* dilakukan kepada pihak internal terlebih dahulu yaitu anggota tim selaku *founder* dan melalui proses *pitching* serta calon pengguna sebagai pihak eksternal. Adapun hasil dari proses *testing* untuk terus melakukan *research* untuk mendapatkan *market* yang sesuai serta mempelajari kompetitor yaitu *e-marketplace* jasa yang serupa guna mengembangkan inovasi. Adapun dari *prototype* yang sudah dibuat, melalui proses *pitching* dan *testing* dengan target calon pengguna diinginkan proses pencarian pekerjaan dan pemilihan pekerja dapat dilakukan dengan cepat dan tepat dan dalam menggunakan *e-marketplace* jasa *Seekerja*.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membangun sebuah ide *startup* dengan metode *design thinking*. Metode *design thinking* adalah alternatif yang baik dalam pengembangan ide penelitian ini, karena adanya proses penerimaan ide yang terbuka membantu dalam menghasilkan sebuah ide dan inovasi yang berbasis pengguna (*customer oriented*). Adapun *startup* yang dibangun dalam penelitian ini bernama *Seekerja* yang merupakan *platform* yang mempertemukan penyedia dan pencari kerja.

Seekerja pada dasarnya telah memiliki pesaing atau *platform* yang bergerak dalam bidang yang sama. Dengan mengikuti proses *design thinking*, kelemahan dari *platform* lainnya dapat diidentifikasi. Berdasarkan hasil dari proses tersebut, *Seekerja* berupaya untuk melengkapi kelemahan-kelemahan dari *platform* yang sudah ada dan didukung dengan masukan dari calon pengguna dan pasar yang dituju melalui tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, hingga *testing*. Hasil dari penelitian ini juga dapat membantu *founder* untuk berinovasi dan melakukan desain aplikasi *Seekerja* sehingga tujuan utama pembuatan aplikasi dapat tercapai.

REFERENCES

[1] merdeka.com, "Per Februari 2019 Jumlah Startup RI Capai 2070 Perusahaan," 2019. [Online]. Available:

<https://www.merdeka.com/uang/per-februari-2019-jumlah-startup-ri-capai-2070-perusahaan.html>.

[2] Databoks, "Berapa Pengguna Internet di Indonesia?," 2019. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>.

[3] A. J. Ventures, "Startup Indonesia : Sejarah, Perkembangan, dan Tips Sukses Startup," 2019. [Online]. Available: <https://www.alphajwc.com/startup-indonesia/>.

[4] R. E. Indrajit, "Evolusi E-Marketplace," pp. 1-4, 2012.

[5] Medanbisnisdaily, "Jadi Tren Pekerjaan, 'Freelance' Diminati Kalangan Milenial," 2019. [Online]. Available: http://www.medanbisnisdaily.com/news/online/read/2019/06/23/78735/jadi_tren_pekerjaan_freelance_diminati_kalangan_milenial/. [Accessed: 02-Nov-2019].

[6] T. A. Saputra, "Implementasi Design Thinking Dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Perusahaan Percetakan," *Petra Int. J. Bus. Stud.*, no. 2008, pp. 833-844, 2016.

[7] A. S. Hussein, "Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis," 2018. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=t3zPqTnRjX0C&dq=wrong+di+et+pills&source=gbs_navlinks_s. [Accessed: 02-Nov-2019].

[8] Speakup, "Memahami Design Thinking Untuk Menyelesaikan Masalah Startup Yang Kompleks," 2018. [Online]. Available: <https://startup-speakup.com/design-thinking-untuk-startup.html>. [Accessed: 05-Nov-2019].

[9] E. Marbun, "Design Thinking," 2018. [Online]. Available: <https://medium.com/@esteremarbun/design-thinking-5a42672582b9>. [Accessed: 05-Nov-2019].

[10] envatotuts+, "Apakah Definisi Dari Brainstorming? (Untuk Kelompok & Individual)," 2017. [Online]. Available: <https://business.tutsplus.com/id/tutorials/what-is-the-definition-of-brainstorming--cms-27997>. [Accessed: 11-Nov-2019].

[11] guruproduktif.com, "Panduan Menggunakan Design Thinking Untuk Problem Solving Dan Inovasi," 2019. [Online]. Available: <https://guruproduktif.com/2019/10/05/panduan-lengkap-menggunakan-design-thinking-untuk-inovasi/>. [Accessed: 12-Nov-2019].

[12] Ryathus Sholehah, "Implementasi Sistem Informasi Manajemen SDM : Studi Pada PT PLN (Persero) Malang," Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2015.

[13] A. N. Lubis, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis," Universitas Sumatera Utara, 2004.

[14] Niagahoster, "Apa Itu Search Engine Marketing dan Mengapa Harus Menggunakannya?," 2018. [Online]. Available: <https://www.niagahoster.co.id/blog/search-engine-marketing/>. [Accessed: 16-Nov-2019].

Implementasi Design Thinking untuk Validasi Ide Bisnis Startup “Seekerja”

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	media.neliti.com Internet Source	2%
2	tengok2saja.blogspot.com Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Amikom Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%
6	Submitted to iGroup Student Paper	<1%
7	ceknricek.com Internet Source	<1%
8	almascatie.id Internet Source	<1%
9	repository.usu.ac.id	

Internet Source

<1%

10

blog.ub.ac.id

Internet Source

<1%

11

ejournal.upbatam.ac.id

Internet Source

<1%

12

Submitted to BINUS Interanational School
(Simprug)

Student Paper

<1%

13

Submitted to Politeknik Negeri Bandung

Student Paper

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On