

**IFTG**

Information Technology and Multimedia Journal

ISSN: 2088 - 5377

VOLUME

**01**

1 Agustus 2011

Jurnal Ilmiah  
Teknologi Informasi  
dan Multimedia

# TIAM



## Daftar Isi

<b>No.</b>	<b>Judul/Penulis</b>	<b>Hal.</b>
1	<b>Rancang Bangun Sistem Informasi Siklus Pendapatan Dengan Google Web Toolkit</b> Franky Tanujoyo, Trianggoro Wiradinata	1-18
2	<b>Rancang Bangun Aplikasi Directory Creator</b> Harman Hartawan Widyanto, Alfandi Nugroho Yahya	19-26
3	<b>Implementasi Modul Jejaring Sosial Untuk Pengembangan Bisnis Indonesia Tripplanner</b> Maria Tjahjadi, Adi Suryaputra	27-43
4	<b>Rancang Bangun Aplikasi Mobile Recommender System Untuk Penyedia Konten Musik Menggunakan Neural Network Dengan Metode Back Propagation</b> Rudy Suharyadi, Tony Antonio	44-51
5	<b>Rancang Bangun Aplikasi Presensi Kuliah Dengan Memanfaatkan Teknologi RFID</b> Rosita Herawati, Suyanto E. A.	52-58
6	<b>Rancang Bangun Aplikasi Aransemen Melodi Empat Suara Menggunakan Pustaka jMusic</b> Antonius Redo, Caecilia Citra Lestari	59-71
7	<b>Pemanfaatan Jaringan Syaraf Tiruan sebagai Kecerdasan Buatan Pada Artillery Game</b> David Boy Tonara	72-84
8	<b>Perancangan Business Plan dan Fitur Web Berduka.com</b> Dimas Arifana Rahadian, Rinabi Tanamal	85-100
9	<b>Rancang Bangun Sistem Informasi Lalu-lintas Berbasis Teknologi Java Mobile Pada Smartphone</b> Victor Nicholson Putong, Alfon Wicaksi	101-119
10	<b>Rancang Bangun Sistem Informasi Persewaan Mobil Dengan Arsitektur Model-Viewer-Controller (MVC)</b> Trianggoro Wiradinata	120-135

# PERANCANGAN *BUSINESS PLAN* DAN FITUR WEB BERDUKA.COM MENGGUNAKAN *ENTREPRENEURIAL PROCESS*

Dimas Arifana R  
Universitas Ciputra,  
UC Town, Citraland,  
Surabaya 60219  
[dimas.arifana@gmail.com](mailto:dimas.arifana@gmail.com)

Rinabi Tanamal  
Universitas Ciputra  
UC Town, Citraland,  
Surabaya 60219  
[r.tanamal@ciputra.ac.id](mailto:r.tanamal@ciputra.ac.id)

## ABSTRAK

Sering orang mengalami kesulitan dalam mencari informasi kabar duka karena perlu mencarinya satu-persatu di tiap edisi surat kabar. Terutama bila sedang berada di luar kota atau luar negeri sehingga tidak sempat untuk melayat dan menyampaikan ungkapan belasungkawanya.

Berduka.com adalah sebuah layanan berbasis web yang menampung kabar duka dengan tujuan mempermudah pengguna untuk mencari informasi-informasi penting berkenaan dengan kabar duka tersebut. Hasil akhir dari tugas akhir ini adalah rancangan desain fitur website, misalnya connect with Facebook, memberikan ucapan belasungkawa secara online, dan sebuah rencana bisnis (business plan) yang didasarkan pada hasil analisis selama entrepreneurial process yang menggunakan konsep dasar sistem informasi yaitu mengolah input berupa data menjadi sebuah output berupa informasi.

Kata Kunci: Berduka.com, kabar duka, sistem informasi, entrepreneurial process, rencana bisnis, rancangan desain fitur

## 1. PENDAHULUAN

Kabar duka biasanya didapatkan orang melalui 3 cara, yaitu dari koran, TV, dan diberitahukan oleh orang lain melalui SMS atau telepon. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, didapatkan ada 57% orang mendapatkan kabar duka dari orang lain melalui telepon dan SMS. Sisanya sebesar 33% mendapatkan dari surat.

Masalah muncul jika kenalan atau kolega dari keluarga yang berduka itu sedang bepergian ke luar negeri dalam waktu yang lama, sehingga mereka tidak sempat untuk mengucapkan belasungkawa atau bahkan tidak mengetahui kabar duka tersebut. Metode pengabaran seperti koran dan TV

dibatasi oleh kawasan penyiaran dan waktu. Begitu juga halnya dengan SMS dan telepon, ditambah dengan kemungkinan nomornya terlewatkan, serta biaya yang tidak murah. Dari masalah tersebut, Berduka.com menyadari bahwa dengan membuat sebuah layanan berbasis *web* yang menampung data-data orang yang meninggal dapat membantu pengguna dalam mencari informasi yang berhubungan dengan almarhum.

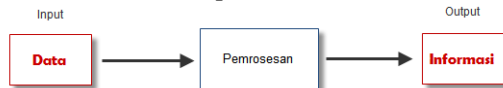
## 2. DASAR TEORI

### 2.1. Sistem Informasi

#### 2.1.1. Unsur-unsur Sistem Informasi

Semua sistem Informasi memiliki 3 (tiga) unsur atau kegiatan utama, yaitu:

1. Menerima data sebagai masukan (*input*)
2. Memproses data dengan melakukan perhitungan, penggabungan unsur data, pemutakhiran perkiraan dan lain-lain.
3. Memperoleh informasi sebagai keluaran (*output*).



Gambar 2.1

Unsur-unsur Sistem Informasi

### 2.1.2. Fungsi Utama Sistem Informasi

Tiga aktivitas dasar yang telah disebutkan sebelumnya bertujuan untuk menghasilkan informasi yang dibutuhkan organisasi untuk pengambilan keputusan, pengendalian operasi, analisis permasalahan, dan menciptakan produk atau jasa baru.

### 2.2. *Entrepreneurial Process*

*Entrepreneurial Process* adalah proses yang penting untuk dilakukan supaya dapat menghasilkan *output* yang menunjukkan apakah bisnis tersebut layak untuk dieksekusi atau tidak. Proses-proses tersebut antara lain:

1. Mengenali kesempatan dan menghasilkan ide
2. Menganalisis kelayakan ide
3. Menganalisis industri dan pesaing
4. Mengembangkan sebuah model bisnis
5. Membangun sebuah tim bisnis
6. Menulis sebuah rencana bisnis

### 2.3. Ide Bisnis

Sebuah ide adalah *output* berupa hasil pemikiran yang mungkin tidak sesuai dengan kriteria dari sebuah kesempatan.<sup>1</sup>

### 2.3.1. Teknik Memunculkan Ide dengan Metode *Brainstorming*

*Brainstorming* digunakan untuk menghasilkan banyak ide dengan cepat. Peraturannya (Barringer, B. R., & Ireland, R. D. 2006):

- a. Tidak boleh ada kritik
- b. Kebebasan dalam mengeluarkan ide
- c. Sesi ini harus berjalan dengan cepat
- d. Diperbolehkan melompati ide lain

### 2.4. Uji Kelayakan Ide Bisnis

Diperlukan proses pengujian kelayakan ide bisnis (*input*) supaya dapat dihasilkan sebuah informasi (*output*) yang menyatakan apakah ke depannya ide bisnis tersebut pantas untuk diperjuangkan dan menyaringnya sebelum terlanjur menghasbiskan berbagai macam sumber daya.

#### 2.4.1. *Concept Statement*

Sebelum sebuah perusahaan melakukan proses uji kelayakan (*Feasibility Tetsing*), diperlukan sebuah data berupa *concept statement*. Sebuah data *Concept statement* berisi informasi-informasi, antara lain (Barringer, B. R., & Ireland, R. D. 2006):

1. Deskripsi Produk/jasa
2. Target Pasar
3. Kelebihan (keuntungan) dari Produk/jasa
4. Keunggulan dibandingkan Pesaing
5. Bagaimana Produk/jasa ini Dipasarkan dan Didistribusikan

#### 2.4.2. Riset Pasar

Riset pasar dilakukan dengan objektif, kejujuran publik, dan tanpa pemaksaan yang merugikan pemberi informasi. Siapapun yang terlibat dalam riset pasar ini, harus dijamin kerahasiaan pribadinya dan setiap proses riset pasar ini harus dilakukan berdasarkan pada “Code”, yaitu aturan-aturan tegas yang telah disetujui secara internasional.

### 2.4.3. Usability Testing

*Usability testing* adalah sebuah proses yang penting untuk dilakukan apabila membuat sebuah piranti lunak atau desain *website*. Menurut salah satu *survey*, 36% dari seluruh pemilik *website* di Amerika Serikat telah melakukan proses *usability testing*.

## 2.5. Analisis Industri dan Pesaing

### 2.5.1. Five Porter's Forces

Kelima isi dari *framework* tersebut antara lain: (M. Porter, 1980)

1. *The threat of a substitute product*
2. *The threat of the entry of new competitors*
3. *The bargaining power of buyers*
4. *The bargaining power of suppliers*
5. *The intensity of competitive rivalry*

### 2.5.2. Tipe-tipe Industri dan Kesempatan yang Ditawarkan

Terdapat lima macam tipe industri berdasarkan kesempatan yang diberikan, antara lain: (Barney, J. A. & Hesterly, W. 1996)

- a. *Emerging industries*
- b. *Fragmented industries*
- c. *Mature industries*
- d. *Declining industries*
- e. *Global industries*

### 2.5.3. Mengidentifikasi Pesaing

Ada tiga tipe pesaing, antara lain: (M-J, Chen, 1996)

1. Pesaing langsung,
2. Pesaing tidak langsung,
3. Pesaing di waktu mendatang.

## 2.6. Model Bisnis yang Efektif

Empat hal penting dalam sebuah model bisnis, antara lain:

1. *Revenue Sources*
2. *Cost Drivers*
3. *Investment Size*
4. *Critical Success Factors*

## 2.7. Membangun Sebuah Tim

Menurut James Gwee, ada 4 tahap perkembangan tim hingga menjadi satu tim yang memiliki kinerja unggul, yaitu: (Hutagalung, R. 2009)

1. *Forming*
2. *Storming*
3. *Norming*
4. *Performing*

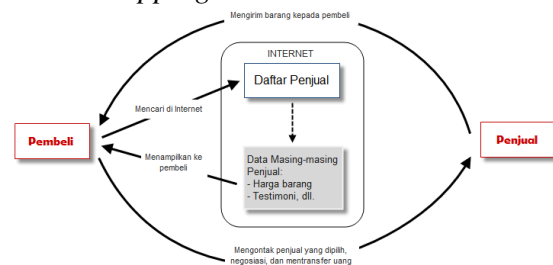
## 2.8. Business Plan

*Business Plan* adalah tulisan naratif, umumnya 25-35 halaman yang menjelaskan bagaimana strategi untuk mewujudkan sebuah rencana bisnis baru. (Barringer, B. R., & Ireland, R. D. 2006.)

## 3. ANALISIS PROSES

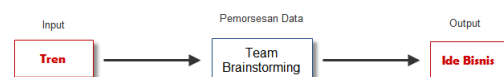
### 3.1. Ide Bisnis

Meningkatnya penggunaan teknologi informasi, khususnya *internet*, telah membawa setiap orang dapat melaksanakan berbagai aktivitas dengan lebih akurat, berkualitas, dan tepat waktu. Salah satu contoh misalnya *online shopping*.



Gambar 3.1  
Prosedur *Online Shopping*

Setelah memperoleh *input* berupa tren jual-beli melalui media *internet*, hal berikutnya yang dilakukan adalah memrosesnya sehingga dapat menghasilkan *output* berupa ide bisnis. Setelah tercetus ide bisnis, maka proses selanjutnya adalah dengan melakukan *brainstorming* bersama tim.



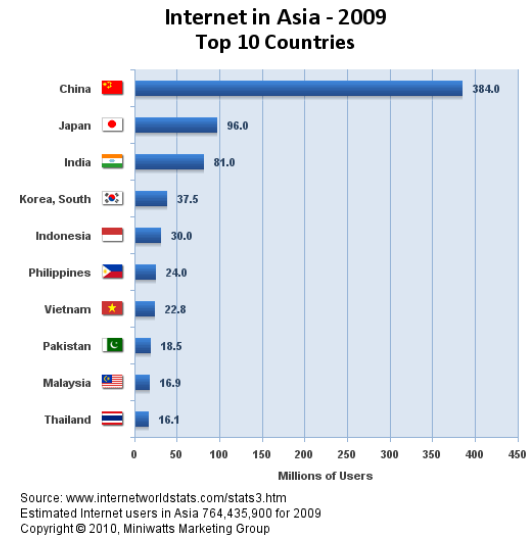
Gambar 3.2

Pemrosesan *Input* (Tren) menjadi *Output* (Ide Bisnis)

### 3.2. Uji Kelayakan Ide Bisnis

Untuk ide bisnis *website* Berduka.com, ada beberapa data (*input*) yang dapat dianalisis Data-data tersebut antara lain:

- a. Indonesia menduduki peringkat ke-4 dunia, dengan total jumlah penduduk sebanyak 240.271.522 orang (N. N. 2010. *Worldwide Missions*).
- b. Dari Susenas 2003 tercatat sebanyak 767.740 kematian, dengan jumlah penduduk pada tahun itu diperkirakan sebesar 214.37.096 jiwa. Artinya, pada tahun 2003 terdapat 3 atau 4 kematian untuk tiap 1000 penduduk. (N. N. 2010, *Kematian Umum*)
- c. Sumber data *reliable*, yaitu surat kabar harian, dalam hal ini Jawa Pos. Harian Jawa Pos menerima penghargaan dari *Superbrands*<sup>2</sup> sebagai surat kabar paling populer dan terpercaya periode 2010-2011.
- d. Data orang meninggal yang setiap hari dimuat di surat kabar harian Jawa Pos rata-rata sebanyak 4 orang.
- e. Dari data yang diperoleh di *website Internet World Stats*: (N. N. 2010. *Asia Internet Usage Stats and Population Statistics*)



Gambar 3.3  
Data Pengguna Internet Asia tahun 2009

- f. Semakin bertambahnya jumlah ISP (*Internet Service Provider*) (N. N. 2007. *Statistik APJII*)
- g. Biaya operasional harian *website* Berduka.com tidak memerlukan biaya yang relatif besar.

#### 3.2.1. Desain Concept Berduka.com

Berduka.com adalah sebuah layanan berbasis *web* yang memuat kabar duka setiap harinya. Segala bentuk informasi di dalamnya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya serta dapat dicari dengan mudah menggunakan *search function*.

#### 3.2.2 Target Market

Dalam satu tahun pertama, Berduka.com akan mengindeks kabar duka untuk daerah Surabaya dan sekitarnya. Sasaran pasar adalah keluarga dan kerabat/teman dari almarhum yang ingin mengungkapkan rasa belasungkawa. Lebih spesifik lagi adalah keluarga non-Muslim karena mereka adalah pengguna terbanyak jasa iklan duka cita di surat kabar harian.

### 3.2.3 Why New Venture Web-based Service for Obituary?

Seperti kata pepatah, “Gajah mati meninggalkan gading, manusia mati meninggalkan nama”, artinya perbuatan baik atau buruk seseorang akan tetap dikenang meskipun sudah meninggal. Dengan menggunakan konsep arsip berita duka yang sifatnya permanen, maka pengguna yang telah mendaftarkan keluarganya yang meninggal, dapat terus mengenang almarhum. Kenangan tersebut dapat berupa biografi mengenai almarhum semasa hidupnya, maupun foto-foto kenangan, yang bermanfaat bagi anak-cucunya di kemudian hari apabila ingin mengetahui bagaimana kisah hidup dari orang tua mereka. Selain itu, teknologi semakin maju, pengguna internet semakin lama semakin bertambah. Penyebaran berita (informasi) melalui *internet* dinilai lebih cepat dibandingkan media elektronik lainnya. Berita duka cita juga perlu disampaikan secepatnya supaya keluarga, kerabat, atau teman dapat segera merespon kabar duka tersebut dengan datang melayat atau dengan memberi ucapan belasungkawa.

### 3.2.4 Special Features

Fitur pada *website* Berduka.com antara lain *search engine*, dapat melakukan *login* menggunakan akun *Facebook* melalui fitur *Connect with Facebook*, dapat mengucapkan rasa belasungkawa dilakukan di mana saja dan kapan saja. Cukup mengisi formulir pemesanan melalui Berduka.com, maka muncullah ungkapan belasungkawa tersebut.

### 3.2.5 Distributions

Jasa layanan ini ditawarkan langsung kepada *end-user* yang dalam hal ini adalah keluarga yang sedang berduka, dan kerabat atau teman-teman almarhum yang ingin mengungkapkan rasa belasungkawanya.

### 3.2.6 Analisis Uji Responden

Kriteria Responden (Sampel):

- Sampel adalah pengunjung tempat persemayaman Adi Jasa dengan prosedur pemilihan non-probabilitas dengan teknik *convenience sampling*,
- Warga non-Muslim.
- Rentang umur 15-64 tahun.
- Untuk penelitian deskriptif seperti *survey* sampel manusia hendaknya di atas 30 sampel

Tempat dan waktu uji responden:

- Uji responden dilakukan di tempat persemayaman Adi Jasa, Jl Demak 105A, Surabaya.
- Waktu pelaksanaan uji responden adalah selama 5 hari, yaitu mulai 1 – 5 April 2010.

Metode dan Instrumen Pengumpulan Data:

Metode dan instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Kuesioner tidak dibagikan begitu saja kepada setiap sampel, namun tetap didampingi saat mengisi kuesioner.

### 3.2.7 Analisis Angket

Tabel 3.1

Sumber dari Kabar Duka Cita

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Koran (Surat Kabar)	6	12 %
Telepon	12	24 %
SMS	10	20 %
Media Internet (FB, Twitter, YM, MSN, BBM, Blog)	22	44 %
Lain-lain	0	0%
<b>Total Sampel</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

Tabel 3.2

Hal pertama yang dilakukan untuk menanggapi Kabar Duka Cita

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Menghubungi keluarga almarhum	11	22%
Mengabari teman yang mengenal keluarga (almarhum)	16	32%
Update status YM, MSN, BBM, FB, atau Twitter	18	36%
Memesan karangan bunga	2	4%
Datang ke rumah duka	3	6%
Lain-lain	0	0%
<b>Total Sampel</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.3

Cara mengungkapkan belasungkawa

Tabel 3.4

Pengetahuan mengenai Kolom Duka Cita di Surat Kabar (Jawa Pos)

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Tahu	41	82%
Tidak tahu	9	18%
<b>Total Sampel</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.5

Perlunya sebuah website yang menampung Kabar Duka Cita

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Tahu	41	82%
Tidak tahu	9	18%
<b>Total Sampel</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.6

Alasan mengapa dirasa perlu adanya website Duka Cita

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Berita lebih cepat tersebar	21	60.00%
Bisa diakses di mana saja	9	25.71%
Informasinya lebih mudah dicari	5	14.29%
Lain-lain	0	0.00%
<b>Total Sampel</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.7

Alasan mengapa dirasa tidak perlu adanya website Duka Cita

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Jarang menggunakan internet	8	53.33%

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Mengucapkan turut berduka via telepon	4	8%
Mengucapkan turut berduka via SMS	4	8%
Mengucapkan turut berduka via media internet	9	18%
Mengirim karangan bunga	7	14%
Memberikan Sejumlah Uang Tanda Berduka	11	22%
Melayat ke Rumah Duka	15	30%
Lain-lain	0	0%
<b>Total Sampel</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>
Tidak tahu cara menggunakan internet	3	20.00%
Tidak ada koneksi internet di rumah	4	26.67%
Lain-lain	0	0.00%



<b>Total Sampel</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>
---------------------	-----------	-------------

Tabel 3.8  
Informasi-informasi yang diharapkan agar ditampilkan di dalam *website*

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Nama Anggota Keluarga	19	54.29 %
Tanggal dan tempat disemayamkan	35	100.00 %
Tanggal dan Jam Tutup Peti	1	2.86%
Tanggal dan Jam Dikebumikan	9	25.71 %
Tempat dikebumikan	9	25.71 %
Lain-lain	0	0.00%

Tabel 3.9  
Fitur-fitur yang diharapkan supaya diimplementasikan ke dalam *website*

Alternatif Pilihan	Frekuensi Pemilih	(%)
Fitur pencarian ( <i>search engine</i> )	27	77.14 %
Fitur " <i>Connect with Facebook</i> "	29	82.86 %
Fitur ungkapan belasungkawa secara <i>online</i>	35	100.00 %
Data yang permanen	20	57.14 %
Lain-lain	0	0.00 %

### 3.3. Analisis Industri dan Pesaing

Faktanya, jumlah penduduk Indonesia merupakan yang terpadat ke-4 di dunia, dengan total jumlah penduduk sebanyak 240.271.522 orang (N. N. 2010. *Worldwide Missions*). Indonesia juga menduduki peringkat ke-5 untuk jumlah pengguna *internet* di Asia, dengan total pengguna ±30 juta orang. Teknologi

yang saat ini memiliki pertumbuhan sangat cepat adalah *internet*. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar tabel berikut.

Tabel 3.10  
Jumlah Perusahaan Penyedia Layanan *Internet* (ISP)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ISP	39	74	104	121	117	119	132	150	176
NAP	-	1	3	6	6	11	11	14	17
MULTIMEDIA	-	3	4	6	4	4	4	4	4
Lain-lainnya**	1	1	3	3	3	3	4	5	5
Total	40	78	114	136	130	137	151	173	202

Tabel : Perkembangan Jumlah Anggota  
\* s/d Akhir 2007  
\*\* Komunikasi Data Lewat Radio (Wireless) & Izin Internet untuk Pendidikan dan Penelitian (IPTEKNET)

Tabel 3.11  
Jumlah Pelanggan dan Pemakai *Internet*

Tahun	Pelanggan	Pemakai
1998	134.000	512.000
1999	256.000	1.000.000
2000	400.000	1.900.000
2001	581.000	4.200.000
2002	667.002	4.500.000
2003	865.706	8.080.534
2004	1.087.428	11.226.143
2005	1.500.000	16.000.000
2006	1.700.000	20.000.000
2007	2.000.000	25.000.000

Tabel : Perkembangan Jumlah Pelanggan & Pemakai Internet (kumulatif)  
\* perkiraan s/d akhir 2007

Tabel 3.12  
Jumlah Pertumbuhan *Domain*

Tahun	Domain Baru	Total Domain
1998	1.479	1.479
1999	2.126	3.605
2000	4.109	7.714
2001	3.433	11.147
2002	3.146	14.293
2003	3.628	17.921
2004	3.841	21.762

Tabel : Jumlah Domain Baru (Sumber: [www.idnic.net.id](http://www.idnic.net.id))  
\* s/d Akhir 2004

Pertumbuhan jumlah domain baru yang terdaftar di ID-TLD menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi.

#### 3.3.1. Porter's Five Forces

Porter's Five Forces Analysis Berduka.com:

1. *The threat of a substitute product*  
Dari *output* uji responden, ditemukan bahwa Berduka.com memiliki

beberapa substitusi antara lain surat kabar, telepon dan/atau SMS, dan karangan bunga.

2. *The threat of the entry of new entrants*

Data yang menunjukkan peningkatan jumlah *domain* setiap tahun<sup>3</sup> membuktikan bahwa setiap individu pun semakin mudah untuk mendirikan sebuah bisnis yang serupa (*web-based internet service*).

3. *The bargaining power of buyers*

Terdapat 3 *website* serupa (Kabarduka.com, Dukacita.com, dan Ariomemorial.com). Yang masih aktif hingga sekarang hanya Ariomemorial.com. Kabarduka.com dan Dukacita.com sudah tidak aktif lagi sejak akhir 2009. Karena keterbatasan jumlah layanan tersebut, maka kekuatan pembeli masih rendah.

4. *The bargaining power of suppliers*

*Supplier* dari Berduka.com adalah surat kabar harian yang memuat berita duka cita. *Switching cost* akan terjadi apabila terdapat perusahaan lain yang menawarkan pemuatan unggapan belasungkawa secara gratis di tempat mereka.

5. *The intensity of competitive rivalry*

Ada tiga pesaing langsung bagi Berduka.com, yaitu Kabarduka.com, Ariomemorial.com dan Dukacita.com, namun dua dari tiga *website* tersebut (Kabarduka.com dan Dukacita.com) kini tidak lagi di-*update* beritanya dan terlihat bahwa sudah lama tidak diurus.

### 3.3.2 Tipe-tipe Industri dan Kesempatan yang Ditawarkan

Berduka.com masuk ke dalam industri yang bertipe *mature industries*. Kunci supaya dapat bertahan di tipe industri ini adalah selalu melakukan inovasi.

### 3.3.3 Mengidentifikasi Pesaing

1. Pesaing langsung dari Berduka.com adalah Kabarduka.com, Ariomemorial.com, dan Dukacita.com. Khusus untuk Dukacita.com dan Kabarduka.com tidak dianalisis karena kedua *website* tersebut sudah tidak aktif lagi.
2. Pesaing tidak langsung dari Berduka.com adalah surat kabar (Jawa Pos), radio, dan *florist*.
3. Pesaing di waktu mendatang, yaitu pesaing yang dapat muncul sewaktu-waktu.

Tabel 3.14 Analisis Kelebihan dan Kekurangan Kompetitor

Kompetitor	+	-
<b>Ario memorial</b>	Nama Ario sudah dikenal luas oleh masyarakat Surabaya dan telah memiliki banyak klien yang memanfaatkan jasa pemakamannya	Tampilannya dari <i>website</i> cenderung seadanya sehingga menjadi terlihat kurang menarik dan tidak terfokus pada layanan unggapan duka cita
<b>Kabarduka</b>	Memiliki cukup banyak fitur antara lain <i>news ticker</i> untuk pengumuman berita duka	Kurang promosi, informasi berita duka terbatas (hanya ada 9 berita)

	terbaru, pemasangan berita duka, ungkapan belasungkawa, dan ucapan terima kasih. Ungkapan belasungkawa dan ucapan terima kasih tidak dipungut biaya.	duka). Informasi dalam website tidak diperbarui lagi sejak September 2009.
<b>Surat kabar (Jawa Pos)</b>	Sudah menjadi kebiasaan masyarakat untuk memasang iklan duka cita di surat kabar. Hampir setiap hari ada iklan duka cita yang dimuat. Dan tidak sedikit pula yang mengucapkan turut berbelasungkawa melalui surat kabar.	Berita itu hanya berlaku selama satu atau dua hari dan untuk mencari informasi berita duka di surat itu relatif sulit khususnya apabila telah terlewat beberapa hari
<b>Florist</b>	Sudah menjadi tradisi bagi yang	Karangan bunga berupa bentuk

	mengenal dekat almarhum dan keluarganya untuk menjadikan karangan bunga sebagai ungkapan duka cita yang simbolis	fisik sehingga lama kelamaan akan rusak terkena hujan dan angin, yang pada akhirnya menjadi sampah
<b>Social Networking Sites</b>	Memiliki jumlah pengguna yang sangat banyak (lebih dari 200 juta orang), telah dikenal secara global (internasional), dan layanannya diberikan secara gratis.	Banyak berita <i>hoax</i> (palsu) yang beredar, penyalahgunaan informasi pribadi yang ditampilk

### 3.4. Keunggulan Berduka.com dibandingkan Pesaing

Keunggulan yang dimiliki oleh Berduka.com dibandingkan dengan pesaing adalah selain menjadi media untuk berbagi berita duka dan memberikan ucapan belasungkawa dengan tarif pemasangan yang jauh lebih rendah, Berduka.com juga memiliki fungsi sebagai arsip yang dapat digunakan untuk melihat silsilah

keluarga, karena setiap nama yang dimasukkan pada daftar keluarga almarhum (misalnya nama istri, anak, dan cucu) akan memiliki relasi antar satu sama lain sesuai silsilah keluarganya yang telah didaftarkan pada *database* dari *web*.

Alat tulis	Rp 50.000	<i>Ballpoint, pencil, stapler.</i>
PC*	Rp 1.800.000	ASUS
Monitor	Rp 785.000	<i>Advance 14" - V1430</i>
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 4.045.000</b>	

### 3.5. Model Bisnis

Model bisnis dari Berduka.com

#### a. Revenue Sources

Tipe sumber pemasukan untuk Berduka.com adalah *multiple streams*, yang pada awalnya berasal dari sumber berikut, antara lain:

1. Ungkapan belasungkawa
2. Pemasangan iklan.

#### b. Cost Drivers

Biaya yang dikeluarkan oleh Berduka.com antara lain:

1. *Fixed: Hosting, Domain, dan internet*
2. *Variable: Biaya promosi, alat tulis kantor*
3. *Non-recurring: PC (Personal Computer)*

#### c. Investment Size

Biaya investasi yang diperlukan Berduka.com untuk memulai bisnis:

Tabel 3.14

Rincian Modal Awal yang diperlukan Berduka.com

Starting Cost	TOTAL	Keterangan
<i>Domain</i>	Rp 100.000	<i>Hostpojok.com</i>
<i>Hosting</i>	Rp 300.000	<i>Mochahost</i>
<i>Internet</i>	Rp 195.000	<i>Speedy - Paket Socialia</i>
Koran	Rp 80.000	Harian Jawa Pos
Brosur	Rp 700.000	<i>Offset glossy paper A4 color</i>
Kertas	Rp 35.000	<i>Paperline GOLD 80gr A4</i>

#### d. Critical Success Factor

Kesuksesan Berduka.com tidak lepas dari faktor-faktor penting berikut:

1. Indikator kesuksesan jalannya Berduka.com dalam jumlah ungkapan belasungkawa adalah:
  - Bulan ke 1-3: memperoleh 3 ungkapan belasungkawa per hari
  - Bulan ke 4-12: memperoleh 6 ungkapan belasungkawa per hari
2. Indikator kesuksesan jalannya Berduka.com dalam satu tahun pertama beroperasi dalam jumlah iklan promosi adalah:
  - Bulan ke 1-3: memperoleh 1 iklan utama dan 2 iklan sekunder
  - Bulan ke 4-6: memperoleh 2 iklan utama dan 3 iklan sekunder
  - Bulan ke 7-12: memperoleh 2 iklan utama dan 5 iklan sekunder

## 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Daftar Fitur *website* Berduka.com

#### 4.1.1. Feature List

Terdapat 4 tipe pengguna, antara lain *admin*, pengguna *website* umum (*Guest*), pengguna *Facebook* (*FBUser*) dan keluarga yang berduka (*User*). Masing-masing memiliki *role* sebagai berikut:

- a. *Admin* adalah mereka yang memegang kendali terhadap *website*. Bertugas mengatur situs dengan menambah, mengubah, dan menghapus data yang ada di dalam sistem.
- b. *Guest* adalah mereka yang bisa mengakses *website* ini tanpa perlu

melakukan pendaftaran terlebih dahulu.

- c. *FBUser* adalah pengguna yang masuk ke *website*, kemudian *login* menggunakan akun *Facebook*-nya
- d. *User* adalah pengguna yang memiliki data atau berita meninggal yang tercantum di situs ini. Mereka diberikan *username* dan *password* terlebih dahulu oleh *admin* untuk mencegah penyalahgunaan dan pembobolan sistem keamanan.

Tabel 4.1  
Daftar Fitur

Daftar Fitur	Pelaku*			
	G	U	FB	A
Home Page	√	√	√	√
Generate New User				√
Login & Logout		√	√	√
Change Password		√		√
Admin Control Panel				√
User Control Panel		√		
Remove Decease Data				√
Add Decease Data				√
Edit Decease Data		√		√
View Decease Details	√	√	√	√
Search	√	√	√	√
Advance Search	√	√	√	√
Add, Edit, Delete Decease Places				√
Add, Edit, Delete Reside Places				√
Add, Edit, Delete Cemetery				√
View Reside Place Details	√	√	√	√
View Cemetery Details	√	√	√	√
View Decease Place Details	√	√	√	√
View Advertise Details	√	√	√	√
Add Advertise	√	√	√	√
Add Condolences	√	√	√	√
Edit & Remove				√

Advertise				
Edit & Remove Condolences				√
Write Biography		√		√
View User List				√
View Decease List				√
View Decease Place List				√
View Reside Place List				√
View Cemetery List				√
View Active & Pending Advertise List				√
View Active & Pending Condolences				√
View Condolence List for Decease	√	√	√	√
Upload Picture	√	√	√	√
Terms of Use	√	√	√	√
Contact Us	√	√	√	√
Privacy Policy	√	√	√	√
Sitemap	√	√	√	√
Partners	√	√	√	√
Facebook Connect			√	
Posting on Facebook Wall			√	

Keterangan:

**G** = *Guest*                      **FB** = *Facebook User*  
**U** = *User*                              **A** = *Admin*

#### 4.1.2. Deskripsi masing-masing fitur

##### 1. Home Page

Halaman depan (utama) dari *website* Berduka.com, berisi daftar kabar duka terbaru. Halaman yang pertama kali muncul saat mengetikkan alamat *web* Berduka.com. Tipe pengguna yang dapat mengakses *home page* adalah *guest*, *user*, *facebook user*, dan *admin*.

##### 2. Generate New User

Fitur ini adalah untuk membuat pengguna baru yang bertipe *user*. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.

##### 3. Login & Logout

- Tipe pengguna yang dapat melakukan *login* dan *logout* adalah *user*, *facebook user*, dan *admin*.
4. *Change Password*  
Fitur ini adalah untuk mengubah sandi rahasia (*password*). Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin* dan *user*.
  5. *Admin Control Panel*  
Halaman ini berisi pengaturan yang berhubungan dengan informasi *admin*, mengubah *password admin*. Tipe pengguna yang dapat mengakses halaman ini adalah *admin*.
  6. *User Control Panel*  
Halaman ini berisi pengaturan yang berhubungan dengan informasi *user*, misalnya mengubah *password user*. Tipe pengguna yang dapat mengakses halaman ini adalah *user*.
  7. *Add/Remove Deceased Data*  
Fitur ini adalah untuk menambah dan menghapus data orang yang meninggal. Proses ini dilakukan di dalam *admin control panel*. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  8. *Edit Deceased Data*  
Fitur ini adalah untuk mengubah informasi orang yang meninggal. Proses ini dilakukan di *user control panel* dan *admin control panel*. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *user*.
  9. *View Deceased Details*  
Fitur ini adalah untuk melihat data almarhum yang lebih lengkap. Berisi biodata serta informasi yang berhubungan dengan proses persemayaman dan pemakaman. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook User*, dan *admin*.
  10. *Search*  
Fitur ini adalah untuk mencari informasi-informasi yang ada di dalam Berduka.com. Cukup dengan menetikkan *keyword* yang dicari, kemudian muncullah hasil pencariannya. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook User*, dan *admin*.
  11. *Advanced Search*  
Fitur ini adalah untuk mencari segala macam informasi yang ada di dalam Berduka.com. Cukup dengan menetikkan *keyword* yang dicari, pilih *parameter* (batasan) hasil pencarian, misalnya hanya ingin mencari nama salah satu anggota keluarga almarhum, kemudian muncullah hasil yang dicari tersebut. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook User*, dan *admin*.
  12. *Add, Edit, Delete Deceased Place*  
Fitur ini adalah untuk menambah, mengubah, dan menghapus tempat meninggalnya almarhum (misal, rumah sakit). Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  13. *Add, Edit, Delete Reside Place*  
Fitur ini adalah untuk menambah, mengubah, dan menghapus tempat almarhum disemayamkan. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  14. *Add, Edit, Delete Cemetery*  
Fitur ini adalah untuk menambah, mengubah, dan menghapus tempat almarhum dikedumikan. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  15. *View Deceased Place Details*

Fitur ini adalah untuk melihat informasi yang lebih lengkap mengenai tempat almarhum meninggal, misalnya alamat rumah sakit tempat meninggalnya almarhum. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook user*, dan *admin*

#### 16. *View Reside Place Details*

Fitur ini adalah untuk melihat informasi yang lebih lengkap mengenai tempat almarhum disemayamkan, misalnya alamat tempat disemaykannya almarhum. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook user*, dan *admin*

#### 17. *View Cemetery Details*

Fitur ini adalah untuk melihat informasi yang lebih lengkap mengenai tempat almarhum dikuburkan, misalnya alamat tempat pemakaman. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook user*, dan *admin*.

#### 18. *View Advertise Details*

Fitur ini adalah untuk melihat informasi yang lebih lengkap mengenai perusahaan yang memasang iklan, misalnya alamat dan nomor telepon perusahaan. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook user*, dan *admin*

#### 19. *Add Advertise*

Fitur ini adalah untuk memasang iklan promosi yang ada di dalam *website*. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook user*, dan *admin*. Semua iklan promosi harus menunggu *approval* dari *admin* dapat ditampilkan di *website*.

#### 20. *Add Condolences*

Fitur ini adalah untuk memasang ungkapan belasungkawa kepada almarhum. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest*, *user*, *Facebook user*, dan *admin*. Semua ungkapan belasungkawa harus menunggu *approval* dari *admin* supaya dapat ditampilkan di *website*.

#### 21. *Edit & Remove Advertise*

Fitur ini adalah untuk mengubah dan menghapus iklan promosi. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.

#### 22. *Edit & Remove Condolences*

Fitur ini adalah untuk mengubah dan menghapus ungkapan belasungkawa. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*

#### 23. *Write Biography*

Fitur ini adalah untuk menambahkan biografi berupa kenangan mengenai almarhum semasa hidupnya. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *user* dan *admin*.

#### 24. *View User List*

Fitur ini adalah untuk melihat daftar (berbentuk tabel) dari pengguna yang bertipe *user*. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.

#### 25. *View Deceased List*

Fitur ini adalah untuk melihat daftar (berbentuk tabel) dari almarhum yang terdaftar di dalam sistem. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.

#### 26. *View Deceased Place List*

Fitur ini adalah untuk melihat daftar (berbentuk tabel) dari tempat meninggalnya almarhum (misal, Rumah Sakit). Tipe pengguna yang dapat

- menjalankan fitur ini adalah *admin*.
27. *View Reside Place List*  
Fitur ini adalah untuk melihat daftar (berbentuk tabel) dari tempat persemayaman. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  28. *View Cemetery List*  
Fitur ini adalah untuk melihat daftar (berbentuk tabel) dari tempat pemakaman. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  29. *View Active & Pending Advertise List*  
Fitur ini adalah untuk melihat daftar dari iklan yang aktif dan masih dalam status *pending*. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  30. *View Active & Pending Condolences*  
Fitur ini adalah untuk melihat daftar dari ungkapan belasungkawa yang aktif dan masih dalam status *pending*. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *admin*.
  31. *View Condolence List for Deceased*  
Fitur ini adalah untuk melihat daftar dari ungkapan belasungkawa yang diberikan di masing-masing halaman *detail* almarhum. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *user*.
  32. *Upload Picture*  
Fitur ini adalah untuk *upload* gambar baik untuk keperluan iklan, biografi almarhum, maupun ungkapan belasungkawa. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *guest, user, Facebook user, dan admin*.
  33. *Terms of Use*  
Halaman ini berisi mengenai ketentuan-ketentuan yang berhubungan dengan layanan yang disediakan oleh Berduka.com. Tipe pengguna yang dapat melakukan akses ke halaman ini adalah *guest, user, Facebook user, dan admin*.
  34. *Contact Us*  
Halaman ini berisi mengenai data berupa alamat, nomor telepon, dan email dari Berduka.com. Tipe pengguna yang dapat melakukan akses ke halaman ini adalah *guest, user, Facebook user, dan admin*.
  35. *Privacy Policy*  
Halaman ini berisi mengenai bagaimana Berduka.com mengumpulkan, menggunakan, serta melindungi data-data pribadi dari pengguna. Tipe pengguna yang dapat melakukan akses ke halaman ini adalah *guest, user, Facebook user, dan admin*.
  36. *Site Map*  
Halaman ini berisi mengenai struktur dari *website* Berduka.com. Tipe pengguna yang dapat melakukan akses ke halaman ini adalah *guest, user, Facebook user, dan admin*.
  37. *Partners*  
Halaman ini berisi daftar individu dan/atau perusahaan yang bekerja sama dengan Berduka.com dalam membantu mengembangkan *website*. Tipe pengguna yang dapat melakukan akses ke halaman ini adalah *guest, user, Facebook user, dan admin*.
  38. *Facebook Connect*  
Fitur ini adalah untuk *login* ke dalam *website* Berduka.com menggunakan akun *Facebook*.



Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *Facebook user*.

#### 39. *Posting on Facebook Wall*

Fitur ini adalah untuk berbagi informasi berita duka yang ada di Berduka.com ke halaman *Facebook* pengguna. Tipe pengguna yang dapat menjalankan fitur ini adalah *Facebook user*.

selebritis, politisi, pejabat) yang disertai profil/biografi almarhum semasa hidupnya hingga meninggal. Dan bagi pihak keluarga yang telah mendaftarkan keluarganya yang meninggal, akan diberikan sebuah fitur “*Ten percent donation to the deceased’s family*”, yaitu sebuah fitur dimana pihak keluarga akan memperoleh sumbangan sebesar 10% dari total biaya pemasangan ungkapan belasungkawa yang ditujukan kepada keluarganya yang meninggal.

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

- a. Berduka.com sebagai sebuah ide telah memenuhi keempat syarat kelayakan ide bisnis antara lain *service feasibility*, *industry feasibility*, *organizational feasibility*, dan *financial feasibility*. Sehingga prosesnya dapat dilanjutkan hingga menghasilkan sebuah *business plan*.
- b. *Business Plan* dibuat berdasarkan pada analisis melalui *entrepreneurial process* yang berisi deskripsi serta strategi perusahaan dalam memaksimalkan tingkat kesuksesan
- c. *Website* Berduka.com telah dibuat dari implementasi perancangan fitur yang dihasilkan melalui *entrepreneurial process*.

### 5.2. Saran

Ke depannya, akan ditambahkan beberapa fitur baru, antara lain fitur *subscribe* dimana setiap pengguna yang telah mendaftar akan memperoleh *email notification* apabila ada temannya yang meninggal di satu kota atau sekolah.

Fitur “*public figure death news and biography*”, yaitu sebuah fitur dimana pada halaman homepage juga akan ditampilkan daftar orang-orang penting yang meninggal (misalnya, atlit,

## 6. Daftar Pustaka

- [1] Barney, J. A. & Hesterly, W. 1996. "Organizational Economics: Understanding the Relationship Between Organization and Economic Analysis," in *Handbook of Organization Studies*, ed. Steward R. Clegg, Cynthia Hardy, and Walter R. Nord, 115-147 (London: Sage)
- [2] Barringer, B. R., & Ireland, R. D. 2006. *Entrepreneurship: Successfully Launching New Venture*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [3] M-J, Chen. 1996. "Competitor Analysis and Inter-Firm Rivalry: Toward a Theoretical Integration", *Academy of Management Review* 21, no 1: 100-34
- [4] N. N. 2010. *Asia Internet Usagae Stats and Population Statistics*, Internet World Stats home page, <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm> diakses 1 April 2010
- [5] N. N. *Kematian Umum*, Website Data Statistik Indonesia <http://www.datastatistik-indonesia.com/content/view/108/5/> diakses 1 April 2010
- [6] N. N. 2007. *Statistik APJII*, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Home page, Desember, <http://www.apjii.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang=ind> diakses 1 April 2010
- [7] N. N. 2010. *Worldwide Missions*, Wholesome Words Home page, <http://www.wholesomewords.org/missions/greatc.html> diakses 1 April 2010
- [8] Porter, M. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, (New York: Free Press)