

**ANALISIS RESIKO USAHA DENGAN *LEAN START UP* MASA PANDEMI COVID-19
PADA AKUN MEDSOS MAXIMALLFOOTWEAR**

Oleh :

Rismawati

Manajemen Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia

rriamaa@gmail.com

Rini Susilowati

Manajemen Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia

, rinisusilo.ppg@gmail.com

Articel Info

Article History :

Received 24 February - 2022

Accepted 24 March - 2022

*Available Online 30 March -
2022*

Abstract

Lean Startup is a method for developing products and businesses in a short time. The form of the research method that will be used is qualitative research. From the results of this study, it shows what has been done by MAXIMALLFOOTWEAR in conducting business processes digitally and what is the effect of the processes taken by the company to improve business efficiency. In addition, MAXIMALLFOOTWEAR also still needs to improve its management performance by considering some better ideas. Therefore, it is important for lean startups to improve the company's internal systematics, it is very necessary and improved in order to increasingly provide better services. Therefore, the MAXIMALLFOOTWEAR company still needs to improve its business efficiency and effectiveness from customer support to its production process which needs to be improved by considering the feedback obtained from customers.

Keywords :

Business Risk, Lean Startup,

Pandemic Period, Akun

Sosmed

1. PENDAHULUAN

Peran *lean startup* yang dijalankan dengan stabil sangat diperlukan, mengingat pada tahun-tahun ini, bisnis perusahaan banyak yang tidak mampu bertahan dan berada dalam ambang kebangkrutan, salah satunya dengan penyelesaian hutang dan juga bentuk-bentuk modal yang mencapai kerugian yang diperkirakan menyebabkan pemilik usaha mengalami kesulitan dalam menjalankan bisnisnya. Keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya diukur dari produk yang dijual bisa memberikan ekspektasi pelanggan, yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memasuki pasar yang tepat, tetapi juga dari cara perusahaan mengeksekusi segala bentuk yang bisa dilakukan perusahaan untuk memastikan bahwa perusahaan mampu menunjukkan kontribusinya kepada publik bahwa perusahaan mampu dan siap untuk masuk dan bersaing dengan kompetitor lain

atas keunikan dari apa yang dimiliki oleh brand.

Maka dari itu, penting sekali bagi perusahaan untuk memiliki peran yang memahami dalam melakukan tugasnya di *lean startup*, dengan tujuan bahwa perusahaan bisa menjalankan *lean startup*. Sehingga, segala bentuk konsep-konsep yang mungkin belum ada di pasar, bisa dipertimbangkan dengan adanya prototip produk tersebut, yang diuji coba dan dilihat sektor pasarnya serta kesempatan perusahaan dalam melihat kondisi persaingan yang terjadi dalam waktu tertentu.

Lean startup adalah sebuah bentuk pendekatan atas kewirausahaan yang mencoba untuk mengembangkan perencanaan dan perubahan yang difokuskan secara iterative dengan juga mengelola perubahan atas proses pergerakan bisnis yang dikaji hingga pada penilaian kinerja dari pelanggan atas servis yang diperoleh (Blank, 2013; Ries, 2011. Ries, 2017). *Lean startup* itu menunjukkan bahwa

setiap bentuk proses yang terjadi dalam manajemen, memberikan impact besar, dari segala pengaruh yang memungkinkan bagi pemilik usaha dan juga para pengelola di dalam internal perusahaan, untuk bisa bekerja dengan pencapaian yang lebih diusahakan untuk dirancang dengan kemudahan yang bisa dilakukan dan juga teknologi yang dipakai agar semakin bisa dikembangkan dengan adanya pengurangan masalah yang dihadapi, dengan tujuan bisa dirasakan banyak pihak dari development yang diperkirakan

Lean startup sendiri sebenarnya terjadi karena perusahaan dalam kebanyakan industri mencari solusi yang lebih praktis dan memberikan efisiensi yang ampuh dalam cara perusahaan mengelola bentuk limbah atau sisa-sisa produksi yang ada setelah proses produksi dan mencari cara untuk memaksimalkan bentuk pengeluaran atas sumber daya untuk produk perusahaan yang sudah sifatnya final untuk dijual (Vinicius, 2021). Hal ini merupakan hal yang penting, karena perusahaan sendiri mencoba untuk mencapai jalan mereka dalam meningkatkan potensi yang mereka miliki dengan adanya pertumbuhan produk, bisnis model yang digunakan dalam memproduksi produk dengan kestabilan yang ingin dijangkau. *Lean startup* itu sendiri cenderung mengarah pada bagaimana perusahaan mampu bergerak dan semakin lihai dalam mengkustomisasi segala bentuk potensi yang dimiliki dengan cara eksekusi perusahaan dalam meneliti suatu uji coba yang perusahaan lakukan agar langkah ekspansi bisa dilakukan saat mencoba untuk mencapai target perusahaan yang sudah dibangun. Dari sini, *lean startup* dirancang tidak hanya untuk mempermudah para stakeholder, tetapi bisa dibuat seperti apa saja kesederhanaan yang juga membentuk konstruksi dari keberlanjutan sistem yang diharapkan bisa ditingkatkan secara konsisten, dalam meningkatkan potensi atas keberhasilan yang bisa diperoleh dan mengurangi segala faktor penghalang, yang merugikan dan mengurangi kemaksimalan proses bisnis perusahaan secara sustainable. Selain itu, perusahaan juga bisa semakin menciptakan suatu kesan yang bisa ditingkatkan dari menciptakan produk yang semakin mampu memenuhi kebutuhan pasar dan juga memberikan kebutuhan dan juga keinginan konsumen.

Penting sekali bagi perusahaan untuk mengetahui dan mampu menakar seperti apa saja yang perlu dilakukan dalam bisnisnya untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan oleh entitas perusahaan dalam menjalankan prospek bisnisnya dengan baik. Dalam hal ini, penting juga untuk digarisbawahi bahwa perusahaan sendiri juga mempertimbangkan keberhasilan apa saja yang bisa dicapai dalam meningkatkan segi kompetensinya yang begitu penting untuk dikonsepsikan dari perusahaan. Kesuksesan perusahaan tidak hanya menjadi tangan bersama dari direktur atau komisioner, tetapi juga bersama dengan para staff yang perlu saling bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk memahami dan mengkaji apa saja yang dilihat dari perusahaan atas segala bentuk potensial positif yang bisa digali dari perusahaan dalam kondisi tertentu dan situasi terkini, serta juga mempertimbangkan apa dampak yang terjadi dari perusahaan jika perusahaan tidak melakukan suatu tindakan dalam mengatasi resiko usaha bisnis yang tentunya bisa terjadi ketika perusahaan merintis usahanya secara perlahan-lahan atau dengan jangka waktu yang cepat. *Lean startup* mempunyai beberapa hal yang penting untuk dipertimbangkan, karena keberhasilannya yang cukup tinggi dengan mempertimbangkan dari sisi nilai kewirausahaan yang bersamaan juga mengukur bentuk resiko dari ketidakpastian suatu bisnis (Contigiani & Levinthal, 2018).

Lean startup menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam mengeksplorasi pengembangan usaha mereka dengan adanya pola-pola yang terbentuk dalam arus bisnis perusahaan yang berjalan secara terus-menerus dalam waktu jangka panjang. Dengan demikian *lean startup* berfokus dalam meningkatkan eksperimen-eksperimen yang berbeda dengan cara konvensional perusahaan melakukan operasionalnya secara statis dan procedural. *Lean startup* menunjukkan kekuatan dalam mengubah segala bentuk ide dan merangkul perubahan yang membawa dampak yang cukup besar.

Lean startup cenderung menunjukkan perubahan yang bisa dirasakan perusahaan baik secara kuantitatif maupun kualitatif dengan ekspektasi atas perubahan yang bisa dirasakan mampu memberikan respon atau dampak yang bisa perusahaan rasakan dalam perubahan manajemen yang terjadi.

Lean startup itu sendiri terjadi dengan adanya harapan bisa memenuhi ekspektasi siklus produk yang bisa ditingkatkan dengan adanya bentuk evaluasi dari bentuk percobaan sebelumnya, eksperimen terkini yang terjadi, bentuk perubahan yang terjadi dalam produk, lalu respon dari pembeli seperti apa atas perubahan produk tersebut, memahami bentuk kekurangan produk yang sekiranya masih perlu dikembangkan lagi agar metode eksperimen atas uji coba pengembangan produk bisa ditingkatkan lagi dan masih banyak hal lain yang bisa dipertimbangkan. *Lean Startup* cenderung menunjukkan keseimbangan antara pihak user itu sendiri yang mana merupakan manajemen perusahaan yang mengelola produk dan siklus bisnis, dengan segala perangkat yang menunjang aktivitas mereka dan apa yang mereka lakukan.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Resiko Usaha

Menurut pendapat dari Ridwan S dan Inge Barlian Risiko usaha yang dipaparkan oleh merupakan sebuah ketidakmampuan sebuah perusahaan yang gagal dalam melakukan penutupan atas alokasi dari biaya operasional yang dibebankan (Syafariah, 2017).

Lean Startup

Menurut Ghezzi et al., 2018, *Lean startup* menunjukkan peranan yang penting dalam cara mengukur resiko dan ketidakpastian yang dialami, mempertimbangkan bisnis model yang diusung oleh perusahaan dengan adanya proses yang disimplifikasi dan juga mengembangkan prototipe produk dengan adanya eksperimen dan iterasi dengan tujuan kestabilan usaha perusahaan.

Masa pandemi

Masa pandemi merupakan sebuah kejadian yang mana terjadi ketika adanya penyebaran suatu penyakit dalam lingkup infeksi manusia yang menyebar secara meluas (konteks global) (Qiu et al., 2017).

Akun Medsos

Akun medsos adalah sebuah akun yang berada di platform jejaring sosial yang bisa diakses melalui internet dengan penyebaran yang luas dalam konteks global (S. & Rusdi, 2019).

Dalam kajian dari jurnal yang dibuat dengan judul *The Lean Startup Method : Early Stage Teams and Hypothesis Based Probing of Business Idea*, menunjukkan bahwa ada

beberapa potensial yang bisa dicapai ketika perusahaan melakukan *lean startup* dengan belajar suatu ilmu atau teori yang dikembangkan dan sambil berproses ketika dalam bekerja, akan memberikan hasil yang lebih baik dengan bentuk kemungkinan yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk mencapai inovasi yang lebih baik dalam menjalankan bisnisnya (Michael, 2020). *Lean startup* juga memastikan bahwa perubahan dalam manajemen tim bisa mempengaruhi keberhasilan dalam cara meningkatkan metode kerja dalam proses bisnis perusahaan yang konsisten diikuti dengan adanya kreativitas dalam membentuk ide bisnis yang dikembangkan selama kewirausahaan terus berjalan. Penelitian ini menjelaskan adanya kelemahan yang dipaparkan oleh ke-dua penulis atas sampling random control group perusahaan, sehingga analisisnya juga ada keterbatasan dalam hal mengobservasi pengembangan atas ide bisnis yang didiskusikan sebelumnya.

Berikutnya dengan jurnal *Lean Startup: Operationalizing Lean Startup Capability and testing its performance implications* yang dibuat menjelaskan betapa pentingnya *lean startup* dalam perkembangan operasional perusahaan yang perlu dipantau dan apa saja hal positif dan pengaruh yang kemungkinan terjadi dalam kemajuan perusahaan (Rainer dan Mario, 2019). Dalam jurnal ini, dijelaskan bahwa banyak sekali perusahaan yang menggunakan *lean startup* untuk mengukur seberapa efektifnya bentuk strategi model bisnis yang diikuti dengan kemungkinan positif dalam pengaruh proses *design thinking* yang mampu mengajak manajemen untuk melihat kondisi potensi pasar dan juga meningkatkan perubahan positif yang stabil dengan rincian pertumbuhan yang diprediksi dengan hasil yang korelasinya positif. Maka dari itu, eksperimen perusahaan dalam usaha yang diemban menyebabkan kapabilitas manajemen bisa mencoba dan berani untuk berpikir *out of the box* dengan metode pembelajaran yang memperoleh hasil dari penelitian eksperimen dan juga pemahaman dari teori dan pengaplikasian yang dilakukan. Perusahaan sendiri juga perlu memastikan bahwa penerapan dalam *lean startup* bisa memberikan pengalaman lebih dengan konsep teori yang sebelumnya juga dipahami oleh sebagian praktisi. Dengan demikian, ada beberapa pemahaman yang

harus disadari, terutama dari cara perusahaan mempertahankan kualitas dan meningkatkan bentuk langkah preventif atau langkah solusi dari kekurangan produk yang perlu diperbaiki.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, yang mempelajari suatu kasus dalam memahami pengaruh dari aktivitas MAXIMALL FOOTWEAR dan apa saja yang perlu dipertimbangkan resiko dari pelayanan brand terhadap kepuasan konsumen. Jenis data yang digunakan berupa sebuah narasi, uraian dan juga eksplanasi informasi dari rangkaian analisa yang disajikan berupa dokumentasi dari analisa secara riil atas pengumpulan objek penelitian.

4. HASIL PENELITIAN

Dari hasil penelitian ini, menunjukkan peran yang dilakukan oleh MAXIMALLFOOTWEAR penting sekali untuk dianalisa. Kita akan melihat kajian bisnis yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjual produknya dari sisi resiko.

Dalam resiko bisnis, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan sudah sampai ditahap seperti apa. Apa yang belum diperoleh dari perusahaan, dampaknya seperti apa dan apa saja yang bisa dijadikan sebagai evaluasi untuk mengurangi resiko tersebut. Hal ini sangat penting karena perusahaan sendiri yang mana memiliki kerjasama dengan brand besar tentu saja harus memikirkan kestabilan bisnisnya dalam jangka panjang.

Tidak hanya itu saja, perusahaan sendiri juga seharusnya mencari bentuk implementasi seperti apa bisnisnya untuk bisa dijalankan secara maksimal. Dengan demikian, perusahaan sendiri tidak hanya menerapkan bentuk prediksi resiko yang terjadi, tetapi juga perusahaan bisa mengambil langkah yang bisa diambil sebagai langkah preventif atau langkah suportif untuk mempertahankan unit bisnis berjalan dengan baik.

MAXIMALLFOOTWEAR sendiri memiliki penjualan yang cukup baik dan *platform* yang kuat di laman situs Shopee Indonesia. Hal ini terlihat ketika penjualan dan marketing yang dilakukan oleh perusahaan sendiri. Perusahaan berhasil membangun ekosistem bisnis yang terlihat jelas dengan adanya peningkatan hingga lebih dari 58.300

pengikut di Shopee Mall secara langsung. Selain itu, *brand* dari CV.MAXIMALL mampu mempertahankan ratingnya di penilaian rata-rata bintang 4,7 dari bintang 5, yang menunjukkan mayoritas pelanggan puas dengan produk MAXIMALLFOOTWEAR dan rating 0,3 dari bintang 5 menunjukkan bahwa minoritas pelanggan yang beberapa mungkin complain atau mengeluhkan produk MAXIMALLFOOTWEAR tidak diberikan secara maksimal.

Secara performa *chat*, ada waktu yang menunjukkan bahwa brand sendiri memiliki respon yang cukup cepat dan ada situasi di mana ketika hari libur, *brand* sendiri memiliki jam respon waktu yang cukup lama. Hal ini bisa dijadikan sebagai tolok ukur yang dilihat dalam jangka panjang dan juga jangka pendek untuk melihat seberapa besar respon yang bisa diberikan dari perusahaan untuk menjawab pertanyaan calon pembeli atau calon pelanggan.

Selain itu, produk perusahaan sendiri terjual dengan jumlah kuantitas yang begitu besar, berkat adanya fitur penawaran terbaik dan juga adanya produk terlaris yang ditampilkan dalam periode setiap bulannya.

Perusahaan sendiri bisa menunjukkan bahwa penjualan yang mereka bisa jual bisa mencapai lebih dari ribuan produk yang berhasil dijual secara masal. Selain itu, dari sisi ini kita sebenarnya bisa melihat beberapa potensial marketing yang perusahaan sudah capai dan bagaimana progress produk yang dilakukan. Kita ambil salah satu contoh saja produk terbarunya yang baru dirilis adalah Sandal Slide MAXIMALLFOOTWEAR yang berkolaborasi dengan *Never Too Lavish* dirilis pada 7 Oktober 2021.

Perusahaan memiliki jumlah like 1.196 kemungkinan impresinya adalah 10.000 orang yang melihat konten ini. Potensi produk terjual lebih banyak, memungkinkan bagi perusahaan untuk menjual semakin tinggi dengan kemungkinan prosentase *closing* 1%. Tetapi, pada kenyataannya perusahaan hanya mampu menjual 17 unit sandal tersebut. Perusahaan sendiri perlu mempertimbangkan seperti apa bentuk resiko yang , seperti mengapa penjualan produk meleset dari ekspektasi yang sudah diperkirakan oleh perusahaan dan apa saja faktor yang terjadi yang harus diukur.

Selain itu, perusahaan sendiri tidak begitu aktif melakukan promosi di Shopee Malaysia, Shopee Singapore, Lazada, dan

Tokopedia, yang menyebabkan promosi di platform tersebut konteksnya tidak begitu diperhatikan dan terkesan pasif dalam merespon pelanggan di platform tersebut.

Ada beberapa faktor yang terjadi atas resiko tersebut, diantaranya :

(1) Resiko eksternal

a. Resiko selera konsumen

Resiko selera ini tentu saja berpengaruh terhadap penjualan produk. Perusahaan sendiri tentu saja juga harus mempertimbangkan seperti apa konsumennya, mengapa brand sendiri diminati oleh pelanggannya. Perusahaan tidak hanya mempertimbangkan bentuk relevansi yang harus dianalisa lebih lanjut, namun juga mencari titik kunci kesuksesan agar produk bisa terjual kepada pelanggannya.

b. Resiko *branding*

Perusahaan tentu saja membangun *branding* secara spesifik, oleh karena itu, perusahaan tentu saja memiliki resiko yang dihadapi ketika membangun *brand*, yang mana berakibat pada adanya stigma atau adanya penilaian tertentu dari pelanggan atas *brand* yang disusun oleh MAXIMALLFOOTWEAR. *Brand* sendiri cenderung menjual produk yang sifatnya *urban fashion* yang memang khusus menggarap pasar *streetwear fashion* yang dijual secara spesifik untuk pria. Karena sudah sangat spesifik membagi segmentasi pelanggannya, maka dampaknya adalah *exposure* untuk memperoleh konsumen yang semakin luas akan sulit untuk dijangkau di luar demografi yang ditargetkan atau yang sudah dirancang perusahaan.

c. Resiko kompetisi

Banyak sekali pesaing MAXIMALLFOOTWEAR yang juga menjual produk dengan konsep sama, sehingga perusahaan harus mengeluarkan banyak modal untuk bisa menjual produknya secara jangka panjang. Selain itu, perusahaan harus memastikan bahwa bisa bersaing dengan wajar. ada beberapa resiko yang mungkin terjadi dalam produk, yang diantaranya adalah penjualan produk

KW

MAXIMALLFOOTWEAR yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok oknum, produk pesaing yang jiplak desain semirip mungkin, kemungkinan juga adanya review negatif yang diperoleh dari pelanggan karena produk kurang memuaskan dan lain-lain.

Masih Banyak pertimbangan yang harus dilakukan oleh *brand* secara aktif. Tidak hanya itu saja, *brand* juga perlu mempertimbangkan bentuk standar operasi yang ditetapkan yang akan dibahas dalam resiko internal.

(2) Resiko Internal

Resiko internal merupakan sebuah resiko yang terjadi karena manajemen internal kurang berhasil mengatasi atau mencegah permasalahan yang terjadi. Hal ini biasanya terjadi karena beberapa hal :

a. Kelalaian dari karyawan *office* dan manufaktur

Ketika karyawan melakukan kesalahan, maka dampaknya tidak hanya di pengolahan *output*, tetapi proses yang menjadi tidak terkendali dan memungkinkan proses operasional menjadi tidak maksimal. Maka dari itu, penting sekali bagi kita untuk memahami alur kinerja karyawan dan apa yang menjadi penghambat karyawan melakukan tugasnya. Hanya saja, dari bentuk respon karyawan

MAXIMALLFOOTWEAR yang dibagian *customer relationship management*, merespon dengan bentuk jawaban yang kurang profesional dan baku, membuat perusahaan dinilai kurang tanggap dan memiliki prosedur yang jelas untuk menyelesaikan masalah pelanggan.

Tidak hanya masalah itu saja, ada beberapa masalah lain yaitu dalam produksi yang mana mencakup dari resiko produk yang tidak memenuhi *Quality Assurance* dan tetap diperjual belikan dalam market.

Hal ini yang juga menyebabkan total *review* bintang satu dan

bintang dua mencapai 228 dan 189.

b. Operasi perusahaan

Dari Kasus ini keluhan pelanggan yang ditemukan, banyak sekali komplain yang ditujukan kepada staf perusahaan pengelola inventori manajemen, karena mereka kurang maksimal dalam mengelola dan memisahkan produk-produk perusahaan yang direkap secara detail. Hal ini menyebabkan perusahaan harus mengeluarkan segala *effort* dan segala bentuk usaha yang diperlukan untuk mampu memberikan yang terbaik kepada pelanggan mereka.

Lalu, apa kaitannya dengan *lean startup*? Dari konteks resiko yang sudah dibahas sebelumnya, jika perusahaan tidak bisa membuat perkiraan resiko dan cara prevensi atas resiko tersebut, maka dampaknya bergantung pada cara perusahaan menerapkan *lean startup* yang cenderung berfokus dalam menyelesaikan masalah yang bisa menghadirkan solusi yang tepat untuk pelanggan. Perusahaan masih mengalami banyak permasalahan yang harus diselesaikan dengan memperbaiki sistem internalnya. Dengan menerapkan *lean startup* yang maksimal, perusahaan bisa mencapai pengurangan resiko dan efisiensi dari kinerja yang diharapkan. Perusahaan terlalu berfokus menggunakan promosi di sosial media yang tidak berpatok pada *closing* dan mementingkan *awareness* saja. Perusahaan pernah mendapatkan content viral marketing dengan template berita di *Instagram* yang mencapai 50.000, likes di tetapi kurang berhasil mengunci faktor potensial *closing* penjualan yang menuntun konsumen ke *marketplace* MAXIMALLFOOTWEAR.

Maka dari itu, penting sekali bagi perusahaan untuk melihat seperti apa bentuk bisnis yang bisa dipertahankan secara berkepanjangan. Perusahaan cenderung untuk melakukan promosi dengan jangka yang waktu cukup konsisten.

Perusahaan memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi dengan menciptakan sistematis *lean startup* antara lain;

- a. Mengukur efisiensi bisnis yang ditujukan dengan sistematis penilaian kinerja bagi supervisor dan juga staff untuk koordinasi atas operasional perusahaan yang dibuat seefektif mungkin.
- b. Mencoba eksplorasi sistem yang dibuat dalam jangka panjang. Perusahaan perlu memperbaiki divisi administrasi dengan dibuatkan SOP nya saat merespon pelanggan dan juga sigap dalam menanggapi permasalahan pelanggan serta melakukan pengecekan tugas untuk ()
- c. Memberikan kontribusi besar dalam mengatasi permasalahan yang terjadi dalam kegagalan manajemen.

5. KESIMPULAN

Lean startup itu menunjukkan bahwa setiap bentuk proses yang terjadi dalam manajemen, memberikan impact besar, dari segala pengaruh yang memungkinkan bagi pemilik usaha dan juga para pengelola di dalam internal perusahaan, untuk bisa bekerja dengan pencapaian yang lebih diusahakan untuk dirancang dengan kemudahan yang bisa dilakukan dan juga teknologi yang dipakai agar semakin bisa dikembangkan dengan adanya pengurangan masalah yang dihadapi, dengan tujuan bisa dirasakan banyak pihak dari pembangunan yang diperkirakan. *Lean startup* sendiri sebenarnya terjadi karena perusahaan dalam kebanyakan industri mencari solusi yang lebih praktis dan memberikan efisiensi yang ampuh dalam cara perusahaan mengelola bentuk limbah atau sisa-sisa produksi yang ada setelah proses produksi dan mencari cara untuk memaksimalkan bentuk pengeluaran atas sumber daya untuk produk perusahaan yang sudah sifatnya final untuk dijual.

6. REFERENSI

- Contigiani, A., & Levinthal, D. (2018). Situating the Construct of Lean Startup: Adjacent “Conversations” and Possible Future Directions. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3174799>
- Çubuku, C., & Gulsecen, S. (2017). Risk Management in Startups: How Using Lean Principles Helps Startups Manage Their Risks More Efficiently. *Conference: International*

- Conference on Engineering Technologies (ICENTE'17).
- Faria, V. F. de, Santos, V. P., & Zaidan, F. H. (2021). *The Business Model Innovation and Lean Startup Process Supporting Startup Sustainability. Procedia Computer Science*, 181, 93–101. doi:10.1016/j.procs.2021.01.106
- Harms, R., & Schwery, M. (2019). *Lean Startup: Operationalizing Lean Startup Capability and testing its performance implications. Journal of Small Business Management*, 58(1), 200–223. doi:10.1080/00472778.2019.165
- Ismi, Trias. 2020. “Lean Starup: cara membangun usaha berdasarkan kebutuhan“, <https://glints.com/id/lowongan/lean-starup-adalah/#YZZR1hiySNw>
- Leatherbee, M., & Katila, R. (2020). *The Lean Startup Method: Early-Stage Teams And Hypothesis-Based Probing Of Business Ideas. Strategic Entrepreneurship Journal*. doi:10.1002/sej.1373
- Mohammad, A. H., Sameh Ghwanmeh, & Ali Al-Ibrahim. (2014). Establishing Effective Guidelines to avoid Failure and Reducing Risk in E-Business. *International Journal of Current Engineering and Technology*, 4(1).
- Qiu, W., Rutherford, S., Mao, A., & Chu, C. (2017). The Pandemic and its Impacts. *Health, Culture and Society*, 9, 1–11. <https://doi.org/10.5195/HCS.2017.221>
- Rafael Fazzi Bortolini, Marcelo Nogueira Cortimiglia, Angela de Moura Ferreira Danilevicz, Antonio Ghezzi, (2018) "Lean Startup: a comprehensive historical review", *Management Decision*, <https://doi.org/10.1108/MD-07-2017-0663>
- Ries, E. (2019). *The lean startup: How constant innovation creates radically successful businesses*. Penguin Business.
- S., H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2, 355. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Syafariah, A. (2017). PENGARUH RISIKO BISNIS DAN RISIKO FINANSIAL TERHADAP RISIKO SISTEMATIS SAHAM INDUSTRI MANUFAKTUR. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 1, 82. <https://doi.org/10.32897/sikap.v1i2.50>