Tugas Kelompok Bab 9 — Rancangan Eksperimen Growth

Startup Digital (TSI3325) · Pertemuan 10 · Bab 9 Growth Hacking dan Customer Acquisition

Tujuan

Membaca angka AARRR untuk ide startup kelompok, menentukan tahap yang paling perlu diperbaiki, lalu merancang satu eksperimen growth yang terukur. AARRR adalah lima metrik pertumbuhan: Acquisition (pengguna datang), Activation (pengguna mendapat nilai pertama), Retention (pengguna kembali), Referral (pengguna mengajak orang lain), dan Revenue (pengguna membayar).

Mata kuliah	Startup Digital (TSI3325), Bab 9 Growth Hacking dan Customer Acquisition
Sifat	Kelompok. Tugas ini berupa rancangan; eksperimen tidak perlu dijalankan.
Ide startup	Ide kelompok sendiri, sama dengan ide pada tugas Pertemuan 9 (funnel dan saluran pemasaran). Bottleneck dari tugas itu menjadi dasar Bagian B.
Luaran	Satu berkas PDF 2–3 halaman dengan empat bagian: A. Tabel AARRR, B. Tahap yang paling perlu diperbaiki, C. Lima ide eksperimen, D. Satu eksperimen rinci.
Pengumpulan	Satu anggota mengunggah berkas PDF ke tugas Google Classroom "Tugas Kelompok Bab 9".
Batas waktu	Sebelum Pertemuan 11 (tanggal diumumkan dosen). Keterlambatan dikurangi 10 poin per hari, maksimal 30 poin. Bila ada beberapa kiriman, kiriman terakhir sebelum batas waktu yang dinilai.
Acuan	Buku ajar Bab 9, slide Pertemuan 10, dan simulasi di situs belajar mandiri Pertemuan 10.

Langkah kerja

Kerjakan berurutan dari A sampai D. Setiap bagian memakai hasil bagian sebelumnya.

Bagian A: tabel AARRR untuk satu bulan pertama.

- Buat tabel lima baris, satu baris untuk tiap tahap AARRR. Isi kolom: angka estimasi (jumlah orang), persentase dari tahap sebelumnya, target, dan alasan angka.
- Angka berasal dari funnel tugas Pertemuan 9, pengamatan usaha sejenis, atau asumsi yang Anda jelaskan. Kelompok belum punya data uji MVP yang nyata, jadi tulis alasan setiap angka dan tandai yang berupa asumsi.
- Persentase dihitung dari tahap sebelumnya. Contoh: 30 siswa membayar sesi pertama dari 300 pengunjung = 10%. Retention dihitung sebagai persentase pengguna aktif yang kembali.
- Target diisi untuk tiap tahap. Tentukan target dengan alasan yang masuk akal, misalnya dari usaha sejenis atau dari tujuan bisnis kelompok.

Contoh satu baris (GuruKita, data rekaan; jangan disalin):

Tahap	Angka estimasi	% dari tahap sebelumnya	Target	Alasan angka
Retention	6 dari 30 siswa memesan sesi kedua	20%	50%	Asumsi dari rancangan uji empat minggu di satu sekolah

Bagian B: tahap yang paling perlu diperbaiki.

- Pilih tahap yang rasionya paling jauh di bawah target. Tulis rasio dan target tahap itu.

- Hubungkan dengan bottleneck yang Anda tulis di tugas Pertemuan 9. Bila tahapnya berbeda, jelaskan alasannya.
- Bila tahap yang dipilih adalah Retention, jelaskan risiko ember bocor: apa yang terjadi bila kelompok menambah iklan sebelum Retention membaik.

Bagian C: lima ide eksperimen untuk tahap itu.

- Tulis lima ide untuk tahap yang dipilih di Bagian B. Setiap ide diberi skor Impact (dampak pada tahap itu), Confidence (keyakinan ide berhasil, berdasarkan data atau bukti), dan Ease (kemudahan dan murahnya pengerjaan), masing-masing 1–5.
- Hitung rata-rata tiga skor itu untuk tiap ide. Skor tinggi pada Ease berarti ide mudah dikerjakan.
- Minimal satu ide berupa program referral dua arah: pengajak dan orang yang diajak sama-sama mendapat manfaat. Tulis bentuk hadiahnya dan tempat ajakan muncul di dalam produk.
- Untuk ide referral, hitung target K-factor: rata-rata undangan per pengguna × persentase undangan yang menjadi pengguna baru. Tulis angka dan hasil perkaliannya.

Contoh satu baris (GuruKita, data rekaan; jangan disalin):

Ide	Impact	Confidence	Ease	Rata-rata
Laporan kemajuan belajar setelah tiap sesi	4	4	5	4,3

Bagian D: satu eksperimen rinci.

- Pakai ide dengan rata-rata ICE tertinggi. Bila memilih ide lain, tulis alasannya.
- Hipotesis dengan format: Jika [tindakan], maka [metrik] naik dari [angka awal] menjadi [angka target] dalam [jumlah] minggu.
- Tulis metrik AARRR yang diukur, durasi eksperimen, dan kriteria berhasil berupa angka yang ditetapkan sebelum eksperimen dimulai.
- Tulis cara mengukur: data apa yang dicatat, dari mana, dan siapa yang mencatat.
- Tulis keputusan bila kriteria tercapai (misalnya diperluas) dan bila tidak tercapai (misalnya dihentikan atau diganti ide lain).

Hindari

- Angka tanpa alasan, atau asumsi yang tidak ditandai sebagai asumsi.
- Memilih tahap karena terasa penting, bukan karena rasionya paling jauh di bawah target.
- Menyusun skor ICE setelah ide dipilih, lalu menyesuaikan skornya agar ide favorit menang.
- Kriteria berhasil yang dibuat setelah hasil diketahui, atau yang tidak berupa angka.

Yang diperiksa

- Tabel AARRR: lima tahap terisi dengan angka, persentase antartahap, target, dan alasan tiap angka.
- Tahap yang dipilih: rasionya paling jauh di bawah target dan dihubungkan dengan bottleneck tugas Pertemuan 9.
- Lima ide dengan skor Impact, Confidence, Ease dan rata-rata; ada program referral dua arah dengan K-factor yang dihitung.
- Eksperimen rinci: hipotesis berformat, metrik AARRR, durasi, kriteria berhasil yang ditetapkan di muka, cara mengukur, dan keputusan bila berhasil atau gagal.
- Konsistensi dengan ide kelompok dan tugas Pertemuan 9, serta panjang dokumen 2–3 halaman.

Catatan

- Angka dan isi berasal dari rencana kelompok sendiri. Contoh GuruKita hanya untuk memahami cara kerja dan jangan disalin.
- Simulasi di situs belajar mandiri Pertemuan 10 memakai langkah yang sama dan bisa dijadikan pola.
- Tabel boleh dibuat di Word atau Google Docs, lalu diekspor menjadi PDF.
- Setiap anggota harus memahami seluruh isi dokumen dan dapat menjelaskan satu angka atau satu skor bila diminta.