

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENGANTAR PRODUK DIGITAL DAN STARTUP	1
A. Pengertian Produk Digital dan Startup.....	3
B. Perkembangan Produk Digital di Era Transformasi Digital.....	6
C. Karakteristik Produk Digital Startup.....	9
D. Peran Produk Digital dalam Ekosistem Startup.....	12
BAB 2 EKOSISTEM STARTUP DAN INOVASI DIGITAL.....	15
A. Pengertian Ekosistem Startup.....	16
B. Pengertian Inovasi Digital Dalam Startup	17
C. Komponen Utama dalam Ekosistem Startup	17
D. Proses Inovasi Digital dalam Startup	19
E. Tantangan dalam Ekosistem Digital	22
F. Peran Inovasi Digital dalam Ekosistem Startup.....	24
BAB 3 ANALISIS KEBUTUHAN PRODUKSI PRODUK DIGITAL STARTUP	25
A. Memahami Masalah dan Menentukan Target Pengguna	26
B. Menentukan Kebutuhan dan Fitur Utama Produk Digital.....	28
C. Merancang Alur Penggunaan dan Proses Produk Digital	28
D. Menganalisis Produk Sejenis sebagai Bahan Perbandingan dan Pembelajaran.....	30
E. Menilai Kelayakan Produk dan Ketersediaan Sumber Daya Produksi	31
F. Mengidentifikasi Risiko yang Mungkin Muncul dalam Produksi Produk Digital.....	32
BAB 4 DESAIN PRODUK DAN USER EXPERIENCE (UX)	34
A. Konsep Desain Produk Digital.....	36
B. UX sebagai Pendekatan Desain	37
C. Peran Desain Produk dan UX dalam Startup Digital	38

D. Proses Desain Produk Berbasis Pengguna.....	39
E. Metode dan Alat dalam Desain UX.....	40
F. Tantangan Implementasi Desain Produk dan UX pada Startup.....	41
G. Kesimpulan.....	43

BAB 5 PENGEMBANGAN PRODUK MINIMUM VIABLE

PRODUCT (MVP)	44
A. Konsep MVP dalam Produk Digital Startup	45
B. Bentuk Minimum MVP dalam Produk Digital.....	48
C. Identifikasi Masalah dan Penentuan Ruang Lingkup MVP.....	51
D. Penentuan Fitur Inti (Core Features) dalam MVP.....	53
E. Strategi Validasi MVP dan Pengumpulan Umpan Balik.....	57
F. Iterasi MVP sebagai Dasar Pengembangan Produk Digital.....	61
G. Peran MVP dalam Keberlanjutan Produk Digital Startup.....	64

BAB 6 TEKNOLOGI DAN ARSITEKTUR PRODUK DIGITAL

A. Peran Teknologi dalam Pengembangan Produk Digital Startup	70
B. Konsep dan Pendekatan Dasar Arsitektur Produk Digital.....	73
C. Infrastruktur Teknologi Pendukung Produk Digital.....	76
D. Keamanan, Skalabilitas, dan Keandalan Sistem Produk Digital.....	78
E. Tantangan Implementasi Teknologi dan Arsitektur pada Produk Digital Startup.....	81

BAB 7 MANAJEMEN PRODUK DAN ROADMAP

PENGEMBANGAN.....	83
A. Pengantar Manajemen Produk Digital Startup	85
B. Komponen Kunci dalam Manajemen Produk Digital Startup	86
C. Roadmap Pengembangan Produk Digital Startup	87

D. Komponen Roadmap Pengembangan Produk Digital Startup	89
E. Peran Roadmap Pengembangan Produk Dalam Startup.....	91
F. Integrasi Manajemen Produk dan Roadmap Pengembangan	92
BAB 8 METODE AGILE DAN LEAN STARTUP	95
A. Pendahuluan	96
B. Metode Agile	97
C. Lean Startup.....	101
D. Metode Agile dan Lean Startup.....	104
E. Kesimpulan.....	105
BAB 9 STRATEGI MONETISASI PRODUK DIGITAL.....	106
A. Pendahuluan	107
B. Konsep dasar Monetisasi Produk Digital	108
C. Model-model Monetisasi Produk Digital.....	110
D. Faktor Penentu Keberhasilan Strategi Monetisasi	113
E. Monetisasi dan Etika dalam Produk Digital.....	115
F. Tantangan Monetisasi Produk Digital Startup	117
G. Studi Kasus Startup Digital Indonesia.....	118
H. Perbandingan Model Monetisasi Produk Digital	120
BAB 10 PEMASARAN DAN PERTUMBUHAN PRODUK (GROWTH HACKING).....	121
A. Definisi dan Pentingnya Pemasaran Digital.....	123
B. Strategi Konten Kreatif di Instagram, TikTok, dan YouTube.....	124
C. Teknik <i>Copywriting</i> Persuasif di Media Sosial	126
D. Perbandingan Strategi Retensi: Organik vs Berbayar	127
E. Studi Kasus: Viralitas dan Efek Jaringan	129
F. Mengelola Iklan Berbayar dan Strategi Afiliasi	131
G. Membangun Ekosistem Pertumbuhan Berkelanjutan	133

BAB 11 ANALITIK PRODUK DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERBASIS DATA.....	134
A. Data Transaksi sebagai Sumber Pengetahuan Produk	136
B. <i>Association Rule Mining</i> dalam Analitik Produk.....	137
C. Tahapan Proses Analitik Produk dan Pengambilan Keputusan Berbasis Data.....	138
D. Penerapan Analitik Produk pada Berbagai Domain Ritel.....	142
E. Analitik Produk sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bisnis.....	144
F. Tantangan dan Peluang Pengembangan Analitik Produk.....	144
BAB 12 KEAMANAN, PRIVASI, DAN ETIKA PRODUK DIGITAL.....	146
A. Keamanan Produk Digital	148
B. Privasi Data dan Desain Interaksi.....	150
C. Etika dalam Inovasi Digital.....	151
D. Keamanan, Privasi dan Etika dalam Harapan.....	153
BAB 13 PENDANAAN DAN SKALABILITAS STARTUP	156
A. Pentingnya Pendanaan dan Skalabilitas	158
B. Sumber dan Tahapan Pendanaan Startup.....	162
C. Strategi Skalabilitas Startup.....	166
D. Tantangan dan Risiko dalam Pendanaan & Skalabilitas.....	170
E. Sinergi Pendanaan dan Skalabilitas untuk Nilai Jangka Panjang.....	172
BAB 14 STUDI KASUS PRODUK DIGITAL SUKSES.....	174
A. Beberapa Faktor Umum yang Membuat Produk Digital di Atas Sangat Sukses	175
B. Contoh Produk Digital Sukses Mendunia.....	178
C. Produk Digital Sukses Indonesia.....	184
D. Analisis Produk Digital Sukses.....	186

BAB 15 TANTANGAN DAN MASA DEPAN PRODUK

DIGITAL..... 188

- A. Keamanan Siber dan Privasi Data..... 191
- B. Persaingan Ketat dan Saturasi Pasar..... 192
- C. Monetisasi dan Model Bisnis Berkelanjutan 193
- D. Pengalaman Pengguna (UX) dan Desain..... 193
- E. Skalabilitas dan Kinerja..... 194
- F. Etika dan Tanggung Jawab Sosial..... 195
- G. Masa Depan Produk Digital: Tren dan Inovasi. 196

DAFTAR PUSTAKA..... 199

PROFIL PENULIS..... 215