

BADR Interactive: Upaya Membangun Bisnis yang Berdampak dan Berkelanjutan

Studi kasus ini ditulis oleh Rifelly Dewi Astuti*, Fanny Martdianty, dan Mona Ridho Sidjabat sebagai bahan diskusi di kelas. Tim Penulis tidak bermaksud menggambarkan apakah penanganan yang dilakukan untuk situasi manajerial tersebut sudah efektif atau tidak. Tim Penulis mungkin menyamarkan nama-nama dan informasi lainnya untuk alasan kerahasiaan. Informasi yang diberikan dalam kasus ini berasal dari wawancara langsung dengan perwakilan perusahaan dilengkapi dengan informasi yang diambil dari sumber-sumber publik.

Penggandaan naskah ini harus seizin Center for Education and Learning in Economics and Business (CELEB) FEB UI. Kampus UI Depok 16424

Prolog

Enam bulan sudah berlalu di tahun 2024, waktunya untuk Big Zaman, CEO Badr Interactive untuk mengevaluasi capaian serta strategi yang akan dilakukan di tahun depan. Badr Interactive merupakan perusahaan jasa konsultan Teknologi Informasi (TI) yang meliputi pengembangan software, penjaminan kualitas TI, solusi Big Data, pembangunan infrastruktur TI, dan pelatihan tenaga SDM bidang TI.

Selama lebih dari 13 tahun, Badr telah memusatkan upayanya untuk tumbuh dan memberikan dampak positif sejalan dengan visi mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menyebarkan kebaikan Islam. Di awal perjalanannya, Badr menghasilkan satu aplikasi sosial masyarakat untuk setiap dua proyek komersial yang diselesaikan, sambil menyisihkan keuntungan perusahaan untuk kepentingan sosial dan mendirikan yayasan pada tahun 2021 untuk mengelola berbagai proyek sosial berbasis teknologi. Badr juga telah mendapatkan pengakuan dalam industri teknologi informasi dengan memenangkan berbagai penghargaan dari kompetisi *startup* di tingkat nasional dan internasional, seperti Technasia, Startup Istanbul, dan Google.

Meskipun Badr telah berhasil menyelesaikan lebih dari 350 proyek TI sejak 2011, termasuk proyek-proyek signifikan seperti digitalisasi penyimpanan dan distribusi vaksin dari UNDP, inovasi penilaian soal dari Kemdikbud, dan aplikasi sewa mobil dari PT Astra International, namun, fokus pada proyek kustom menimbulkan

* rifelly.dewi@ui.ac.id

tantangan dalam hal pembelajaran proses bisnis dan teknologi yang beragam. Hal ini memperlambat penyelesaian proyek dan mengakibatkan kurangnya daya saing Badr dibandingkan dengan perusahaan TI baru yang lebih fleksibel.

Stagnasi di industri digital pasca Covid dan resesi ekonomi, membuat Badr berada dalam kondisi keuangan yang kurang menguntungkan, bahkan terpaksa merumahkan sejumlah pegawainya. Ditambah lagi dengan persaingan di antara para pemain industri teknologi informasi digital yang semakin banyak baik dari perusahaan lokal maupun multinasional. Berbagai tantangan tersebut membuat CEO Badr Interactive, Big Zaman, harus mempertimbangkan strategi ke depan, apakah tetap fokus pada jasa TI (*consulting service*) secara kustom untuk seluruh bidang atau spesifik bidang tertentu. Ataukah mempertimbangkan berfokus pada memasarkan produk TI tertentu (*consulting product*) dengan cara menjadi distributor suatu produk TI atau mengembangkan dan memasarkan produk Badr sendiri.

Big melihat jadwal aplikasi kalender di smartphonenya, dan terlihat bahwa di akhir minggu ini (3 hari lagi) ada pertemuan dengan para *co-founder* Badr Interactive. Pertemuan tersebut sangat penting bagi Badr dalam menetapkan arah dan strategi Badr ke depan. Penetapan strategi akan menjadi kunci bagi Badr untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan selalu memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Tentang Badr Interactive

Badr Interactive merupakan perusahaan yang diinisiasi pada tahun 2007 oleh tiga (3) mahasiswa Fasilkom UI yaitu Yuwono Mujahidin, Andreas Senjaya dan Mohamad Sani dengan ide awal membuat produk game digital. Kata Badr diambil dari nama bukit tempat terjadinya salah satu peperangan di zaman Nabi Muhammad SAW, dengan filosofi memulai berjuang dengan keterbatasan *resources*. Seiring perkembangannya kemudian menjadi perusahaan resmi di 15 Mei 2011, dengan semangat menyebarkan kebaikan Islam melalui teknologi, dan *tagline* 10 juta kebaikan harian, yang artinya memberikan kebaikan sebanyak-banyaknya. Tahun berikutnya bergabung 2 *co-founder* yaitu Topan Bayu Kusuma dan Big Zaman.

Big Zaman, CEO Badr Interactive saat ini merupakan alumni Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia, memiliki pengalaman lebih dari 1 dekade di bidang *project management*, kepemimpinan, serta pengelolaan SDM. Big juga pernah menjadi staf pengajar tidak tetap pada program Vokasi UI dan STT Nurul Fikri pada rencang waktu 2014 – 2016 untuk mata kuliah dengan topik *Web Programming*, *Project Management*, serta *Technopreneur*. Selain itu Big juga aktif menjadi juri kompetisi IT dan bisnis, serta menjadi pembicara di berbagai forum untuk membagikan pengalamannya terkait kepemimpinan, strategi *start up* serta topik yang berkaitan dengan keIslaman.

Badr menyatakan dirinya sebagai perusahaan jasa “professional software house” yang menawarkan solusi inovasi untuk organisasi dan perusahaan. Melalui visi “menciptakan jutaan kebaikan melalui teknologi”, seluruh karyawan Badr tidak hanya berfokus pada keuntungan semata melainkan memperoleh ridho dan keberkahan Allah SWT dan bermanfaat untuk masyarakat luas, dan berprinsip tidak akan melakukan proyek yang mengandung Riba, Gharar dan Masyir, serta hal-hal lain yang tidak sejalan dengan syariat Islam. Misi dari Badr adalah menyediakan jasa teknologi terbaik bagi organisasi, serta menggunakan keuntungan bisnis untuk menyediakan solusi teknologi yang bermanfaat untuk menyelesaikan permasalahan masyarakat secara luas. Dalam melakukan usahanya, Badr menganut tiga nilai, yaitu

- **Kompeten**
Badr selalu menantang diri untuk mengeksplorasi dan mempelajari perkembangan terbaru di bidang teknologi informasi, dengan kebiasaan belajar yang kuat dan keinginan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, membuat Badr hanya memberikan layanan berkualitas terbaik di setiap proyeknya.
- **Integritas**
Badr mencurahkan pikiran dan hati dalam setiap proyek. Ketulusan, kejujuran, dan kesopanan merupakan dasar etika kerja Badr sehari-hari.
- **Dapat dipercaya**
Badr mengutamakan proyek yang diselesaikan, bertanggung jawab dalam setiap proyek yang dipercayakan dan memenuhi target yang ditetapkan klien.

Sejak berdiri tahun 2011 sudah banyak prestasi yang ditorehkan Badr sebagai sebuah perusahaan jasa teknologi informasi. Tahun 2013 Badr terpilih menjadi Best tech company oleh Majalah Teknpreneur dan memperoleh penghargaan dari INAICTA pada kategori SME. Tahun 2015, salah satu produk yang diinisiasi oleh Badr yaitu iGrow memperoleh prestasi tingkat internasional sebagai pemenang pertama Startup Asia dari TECHINASIA dan juara 2 Startup Istanbul. Bahkan di tahun 2016 salah satu produk dari Badr juga menjadi salah satu dari 500 startup di dunia yang terpilih pada program akselerator dari Google di Silicon Valley, di tahun ini pula Badr memperoleh sertifikat Professional Scrum Master. Tahun 2018, Badr terpilih dan diundang Google dalam *Google Developer Agency Program* melalui salah satu produknya yaitu iGrow. Hingga di tahun 2020 berbagai portofolio proyek telah dikerjakan dari berbagai industri.

Sejak 2011, Badr telah bekerjasama dengan lebih dari 100 merek pada lebih dari 350 proyek. Berbagai proyek didapatkan dengan sistem *referral* (rujukan), program retensi, tender dan pemasaran produk melalui *google ads* dan media sosial. Jenis proyek yang didapat sebesar 80% secara kustom (*existing customer*) dan sisanya secara *segmented*. Badr menjamin bahwa organisasi mereka kredibel karena termasuk Perusahaan Kena Pajak (PKP) yang tidak pernah memiliki permasalahan terkait pajak, serta menjamin kualitas dengan telah mengadopsi ISO 25010.

Saat ini ada 5 layanan yang ditawarkan adalah pengembangan software, penjaminan kualitas TI, solusi Big Data, pembangunan infrastruktur TI, dan pelatihan tenaga SDM bidang TI. Hingga saat ini Badr telah menyelesaikan lebih dari 350 proyek dari berbagai klien baik organisasi pemerintah, swasta, maupun lembaga nasional dan internasional. Variasi portfolio yang banyak sehingga Badr menjamin memahami kebutuhan teknis klien. Selain itu Badr juga memiliki visi pada dampak atau portfolio SDGs sebagai komitmen Badr pada keberlanjutan jangka panjang. Beberapa portfolio produk yang telah dikerjakan oleh Badr, diantaranya:

- **Sistem Monitoring Imunisasi Logistik secara Elektronik (SMILE)**
Sistem manajemen supply chain dan logistik berbasis aplikasi *mobile* dan web yang menyediakan informasi terkait persediaan vaksin, dalam hal kuantitas, kualitas, penyimpanan, dan lokasi secara *real time*. SMILE merupakan proyek dari Kementerian Kesehatan RI yang bekerjasama dengan UNDP (United Nations Development Program). Sampai November 2022, lebih dari 4 juta vaksin covid terdistribusikan ke seluruh Indonesia.
- **Remaja Indonesia Anti Rokok (RIKO)**
Sebuah game edukasi untuk mencegah perilaku merokok di kalangan anak muda Indonesia, proyek bekerja sama dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI. Riko telah didownload oleh lebih dari seribu orang dengan rating 4,8 di Google Playstore.
- **Sistem Inovatif Aplikasi Penilaian (SIAP)**
Merupakan aplikasi web dengan solusi khusus untuk membuat soal dalam berbagai jenis ujian di Indonesia. Aplikasi SIAP ini merupakan proyek custom dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI yang siap menangani banyak jenis soal inovatif seperti pencocokan, pilihan ganda yang kompleks, prosedur *cloze*, pemilihan paragraf, slide/ soal interaktif, dan sebagainya.
- **MOVIC**
Merupakan aplikasi seluler dari Astra untuk membantu *frontend* bagi pemilik rental mempromosikan mobil mereka, sehingga dapat terhubung dengan pengguna akhir melalui aplikasi mitra Movic.
- **RIMA UI**
Sebuah aplikasi berbasis web berupa sistem manajemen dan pengelolaan laporan hibah dari sivitas akademika Universitas Indonesia. Dosen, staf, bahkan mahasiswa dapat mengajukan proposal hibah dan mengelola laporannya dalam sistem ini.

Sampai saat ini, total karyawan yang dimiliki Badr berjumlah 50 orang. Struktur organisasi Badr terdiri dari CEO, 3 manajer (*Research & Development, Operational, Business Development*), 1 *Vice Operational Manajer*, 4 *Lead (Software Engineer, Quality Assurance, Designer, Human Resources)*, 5 *Project Manager*, dan karyawan yang tersebar di divisi operasional, programmer, desain dan tim *development* dengan pengalaman rata rata 13 tahun. Memiliki SDM yang berpengalaman, serta ahli di bidang Big Data dan AI merupakan salah satu kekuatan Badr.

Industri Teknologi Informasi di Indonesia

Pertumbuhan industri TI di Indonesia beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan cukup tinggi yang disebabkan beberapa hal yaitu adanya peningkatan akses internet secara meluas hingga ke daerah terpencil, semakin banyaknya pengguna internet dalam berbagai sektor ekonomi seperti penggunaan *e-commerce* dalam transaksi bisnis, pembayaran secara digital, perkembangan teknologi 5G, digitalisasi di sektor pendidikan, pembangunan *smart cities* dan tren penambahan *startup*. Terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah perusahaan TI dan *startup* di Indonesia terutama di sektor teknologi, *fintech* dan *e-commerce*. Berdasarkan Startup Ranking, perusahaan statistik asal Peru, negara Indonesia berada di peringkat-6 global dengan *startup* terbanyak di dunia pada awal 2024. Jumlah *startup* di Indonesia per Januari 2024 sebanyak 2562, menjadikan Indonesia peringkat ke-1 di Asia Tenggara dan peringkat ke-2 di Asia. Startup Ranking mendefinisikan *startup* sebagai perusahaan rintisan yang memiliki kompetensi, inovasi, dan basis teknologi yang kuat, serta kemampuan untuk mempercepat pertumbuhan usaha dengan usia maksimal 10 tahun.

Periode 5 tahun ke depan pasar TI di Indonesia diprediksi bertumbuh sebesar 8,2% per tahun dan akan menjadi pasar TI yang menjanjikan di Kawasan Asia Tenggara (Mordor Intelligence, 2024). Menurut kepala ekonom dari Unit Intelijen Ekonom, Indonesia merupakan lokasi yang sangat berpotensi untuk investasi teknologi digital karena memiliki pasar terbesar di Asia Tenggara. Banyak perusahaan digital yang sedang membangun pusat data di Indonesia karena potensi bisnis berbasis *cloud*. Pemerintah menyadari signifikansi dari migrasi *cloud* dalam pengembangan ekonomi digital dan akan memfasilitasi pengembangan teknologi dengan mengembangkan regulasi terkait. Ekonomi digital di Indonesia juga diproyeksikan akan meningkatkan PDB sebesar USD 150 miliar pada tahun 2025. Hal ini juga didukung dengan berbagai inisiatif nasional pemerintah sebagai bagian dari transformasi digital, termasuk 100 *Smart City Movement*, *e-smart IKM*, dan Go Digital Vision 2020 (Mordor Intelligence, 2024).

Tahap revolusi digital yang terbaru dalam transformasi industri TI adalah digitalisasi 4.0, berupa integrasi proses produksi dan manufaktur secara otomatis dengan menggunakan teknologi yang lebih maju yang dapat meningkatkan efisiensi. Hal ini akan merubah cara menjalankan bisnis, bekerja dan berkomunikasi sehingga menciptakan peluang baru untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kreativitas serta inovasi yang berkesinambungan. Industri TI Indonesia memiliki peluang dalam menghadapi perkembangan pasar dengan adanya inovasi teknologi seperti AI, Internet of Things (IoT), dan blockchain, imersif teknologi metaverse. Adanya peraturan-peraturan di industri lain juga bisa memberikan peluang untuk menciptakan solusi baru atau menjadikan kesempatan untuk perusahaan TI menawarkan solusi untuk *comply* dengan peraturan yang ada. Misalnya di industri perbankan diperlukan keamanan data

dan privasi serta adanya *cyber security*, maka perusahaan TI bisa memberikan solusi atas berbagai permasalahan yang ada.

Walaupun peluang industri TI di Indonesia cukup besar namun sejumlah tantangan dan hambatan perlu diatasi yaitu keterbatasan SDM yang berkualitas berupa tenaga ahli TI, aksesibilitas dan infrastruktur yang belum menyeluruh di semua wilayah Indonesia, keterbatasan akses modal, kurangnya regulasi yang mendukung, keamanan data dan privasi dalam proses bisnis digital dan transaksi online serta persaingan yang semakin ketat. Menurut laporan Bank Dunia, lulusan TIK di Indonesia sering kali tidak memenuhi standar industri, dan akan terjadi kekurangan 9 juta profesional TIK dalam kurun waktu 2015 hingga 2030. Selain itu saat ini terdapat kesenjangan dalam infrastruktur di Indonesia untuk internet dan energi.

Industri TI di Indonesia terbagi berdasarkan tipe (*hardware, software, TI services*, dan jasa telekomunikasi), ukuran perusahaan (kecil dan menengah serta perusahaan besar), dan industri vertikal (Perbankan, Jasa Keuangan dan Asuransi, TI dan Telekomunikasi, Pemerintah, Retail dan *E-commerce*, Manufakturing, Energi dan utilitas. *Invest in Asia* (2023) mencatat 11 perusahaan IT terbesar di Indonesia, perusahaan tersebut tersebar dari berbagai sektor, dari e-commerce hingga perusahaan konsultan IT. Ke-11 perusahaan tersebut diantaranya: Tokopedia, Gojek, Grab, Bukalapak, Traveloka, Shopee, GITS Indonesia, Microsoft Indonesia, Oracle Indonesia, IBM Indonesia, dan Accenture Indonesia.

GITS Indonesia adalah perusahaan konsultan IT yang berpengalaman selama 15 tahun dalam pengembangan *software*. Jasa yang ditawarkan bervariasi seperti pengembangan website dan aplikasi *mobile*, aplikasi audits, dan *discovery & cocreation*. GITS Indonesia telah bekerjasama dengan berbagai perusahaan besar di Indonesia, seperti Unilever, Danone, dan POCARI SWEATS, serta institusi pemerintah. Portfolio GITS mencakup bidang otomotif, perdagangan, barang konsumen, pemerintahan, kesehatan dan sistem pengelolaan sumber daya manusia. Selain itu GITS juga merupakan agen Google bersertifikat (*Google Certified Agency*) untuk sistem Android sejak 2018 dan partner Google Cloud. GITS dianggap sebagai pesaing utama dari Badr.

Microsoft Indonesia, merupakan perwakilan lokal dari Microsoft Corporation, menyediakan produk *software* dan jasa yang bervariasi bagi bisnis dan konsumen di Indonesia. Produknya termasuk Windows, Office, dan Azure. Microsoft memainkan peran yang penting dalam pengembangan industri IT di Indonesia.

Oracle Indonesia, merupakan perwakilan lokal dari Oracle Corporation, menawarkan berbagai variasi produk software dan jasa untuk bisnis dan konsumen di Indonesia, termasuk *Enterprise Resource Planning* (ERP), *Customer Relationship Management* (CRM), dan *Database Management Systems* (DBMS).

Accenture Indonesia, perwakilan dari Accenture plc, pemimpin dalam sektor jasa dan konsultasi IT. Dengan pengalaman lebih dari 20 tahun di Indonesia, Accenture telah berperan penting dalam solusi IT untuk bisnis dan organisasi, serta mempercepat transformasi digital di Indonesia.

Pasar IT Services di Indonesia.

Salah satu sektor di industri TIK adalah *IT service* yang terbagi berdasarkan tipe jasa (*IT consulting & implementation*, *Business process outsourcing service*, *IT outsourcing*, dan jasa IT lainnya). Menurut Mordor Intelligence (2024), pendapatan pasar *IT service* di dunia mencapai USD 1,123 miliar di tahun 2022, dan diperkirakan meningkat sampai USD 1,771 miliar di 2028. Bisnis *IT Outsourcing* menguasai 37% pasar, disusul dengan *IT Business Process Outsourcing* (29%), dan pendapatan terkecil diperoleh *IT consulting & implementation* sebesar 6%. Amerika menguasai 43% pasar *IT services* dunia, disusul Eropa sebesar 30%, sedangkan Asia di peringkat 3 dengan menguasai 22% pasar. Sedangkan pasar *IT services* di Indonesia juga diproyeksikan terjadi peningkatan dari USD 5.07 miliar di tahun 2024 menjadi USD 9.07 miliar di tahun 2029, atau bertumbuh sebesar 12,35%.

Sebagai salah satu pasar yang tumbuh paling pesat di industri TIK, *IT service* bertumbuh didorong dengan berbagai tren. Empat faktor pendorong tren teratas adalah layanan berbasis *cloud*, adopsi kecerdasan buatan (AI), implementasi otomatisasi proses robotic (RPA), dan kekurangan talenta teknologi yang berkualitas. Pasar *IT service* terfragmentasi karena kemunculan perusahaan-perusahaan besar dan kecil di sektor ini. Beberapa pemain kunci diantaranya adalah : Accenture, Microsoft, Hewlett Packard Enterprise Development LP, Fujitsu, Toshiba IT_Service Corporation, Kharisma, TDCX, ABeam Consulting Ltd, Xapiens Teknologi Indonesia, and Cloud4C, dan lainnya. Selain menawarkan Solusi inovatif, pemain-pemain tersebut juga membentuk kemitraan dan kolaborasi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif (Mordor Intelligence, 2024). Pada tahun 2022, Accenture menguasai pasar tertinggi pada jasa *IT consulting & implementation* sebesar 32,3%, disusul IBM sebesar 14,9%.

Invest in Asia (2023) merilis 10 pemain unggulan di sektor software development di Indonesia, termasuk Badr. Perusahaan-perusahaan tersebut tidak hanya diakui di kancan lokal, tetapi juga mendapatkan pengakuan secara global Berikut ini adalah nama perusahaan yang dirilis oleh *Invest in Asia* pada 2023. (1) Badr Interactive, (2) PT. IDStar Cipta Teknologi, perusahaan ini memiliki spesialisasi di bidang *web and mobile app development*. Salah satu proyek mereka adalah aplikasi untuk *food delivery service* dan aplikasi *web* untuk *real estate*. (3) Softwisery, perusahaan ini banyak bekerja sama dengan perbankan, asuransi dan lembaga pemerintahan. (4) Sagara Technology, perusahaan ini dikenal dengan proyek-proyeknya untuk agen travel dan aplikasi *mobile* untuk perusahaan logistic. (5) Geek garden, perusahaan ini disejajarkan dengan terminologi “kreativitas” diantara perusahaan pengembang *software* di Indonesia. Mereka dikenal karena dapat menawarkan solusi dengan cara yang tidak konvensional. Perusahaan ini memiliki portofolio di bidang *mobile game* dan *virtual reality*. (6) Biwabits, perusahaan ini merupakan pengembang *custom software* dengan berbagai proyek terkait CRM serta *billing software* untuk perusahaan manufaktur. Tim mereka dikenal ahli dalam teknologi Java, Python, serta Ruby on Rails. (7) Maxsol,

fokus perusahaan ini adalah di bidang *web* dan *mobile application*. Proyek yang sering ditangani berkaitan dengan platform media sosial dan aplikasi *marketplace*. (8) Arfadia, memiliki spesialisasi di bidang *custom software development*. Proyek yang pernah ditangani sebagian terkait dengan sistem manajemen keuangan dan *platform e-commerce*. (9) Kukul Technology, perusahaan ini juga dikenal sebagai pengembang aplikasi web dan mobile. Aplikasi yang pernah dikembangkan diantaranya adalah *food delivery* dan *transportation booking application*. (10) BTS.id, perusahaan yang memiliki spesialisasi di bidang web dan mobile application dengan berbagai proyek yang terkait dengan manajemen media sosial serta *customer relationship management*.

Badr, Apa selanjutnya?

Selama 13 tahun terakhir, Badr berjalan tanpa spesifikasi di bidang tertentu, beragam variasi proyek mereka kerjakan, sehingga Badr memiliki portfolio yang luas dengan menguasai teknologi yang beragam. Namun jika dikerucutkan dari perspektif pasar, ada beberapa hal yang menjadi kekuatan Badr, yaitu (1) pengembangan software yang terkait *supply chain* atau logistic, seperti proyek SMILE yang bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan dan UNDP dalam upaya distribusi vaksin ke lebih dari 10.000 puskesmas, rumah sakit di seluruh Indonesia. (2) Teknologi *Virtual Reality*, Badr telah memiliki produk VR manasik haji, umroh dan pelatihan *Health & Safety Environment* (HSE) terutama di bidang migas berbasis teknologi *immersive VR*. (3) Pengalaman Badr dalam berbagai proyek pengembangan *survey platform*, pengalaman ini sangat dibutuhkan oleh industri seperti FMCG yang memerlukan berbagai data perilaku masyarakat untuk dapat memutuskan strategi misal meluncurkan produk baru. Sedangkan dari sisi teknologi, Badr telah cukup berpengalaman dalam menggunakan teknologi *Big Data* dan *Artificial Intelligence* (AI). Kedua teknologi tersebut sangat diperlukan di berbagai industri, seperti sektor perbankan, telekomunikasi, bahkan sampai pemerintahan sangat memerlukan teknologi *big data*.

Seiring perkembangan pesat teknologi dan dinamika pasar, Badr dihadapkan pada berbagai pilihan strategi untuk meningkatkan daya saing dan *positioning* perusahaan di industri. Secara garis besar, perusahaan dihadapkan pada pilihan antara *consulting service* ataupun *consulting product*.

Consulting service yang saat ini menjadi fokus utama Badr, memberikan fleksibilitas lebih dalam menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan klien. Namun, untuk mempertahankan relevansi dan memperkuat posisinya, Badr perlu memilih antara menawarkan layanan yang luas di berbagai sektor atau fokus pada industri spesifik seperti perbankan, farmasi, atau FMCG. Tantangan yang dihadapi adalah bagaimana memastikan spesialisasi yang diambil sesuai dengan keahlian yang dimiliki Badr dan bagaimana mengintegrasikan layanan konsultasi dengan teknologi terkini, seperti AI dan Big Data.

Di sisi lain, *consulting product* menawarkan dua jalur pilihan. Badr dapat mengembangkan produk IT inovatif seperti teknologi VR untuk industri tertentu atau menjadi distributor untuk produk besar seperti Microsoft dan Oracle. Tantangan agar sukses di jalur ini adalah Badr harus memiliki kemampuan riset dan pengembangan yang kuat, sekaligus mampu memetakan pasar yang tepat di sektor-sektor yang berpotensi tinggi, seperti migas dan farmasi. Namun mengembangkan produk sendiri juga berisiko besar dalam hal investasi, SDM, dan penguasaan teknologi, sementara menjadi distributor berarti bersaing dengan banyak pemain besar dan menengah di pasar.

Namun dalam mempertimbangkan pilihan di atas, berbagai tantangan dihadapi Badr saat ini. Tantangan SDM dan teknologi menjadi perhatian utama bagi Badr. Di satu sisi, Badr harus terus mengembangkan kemampuan internal terutama dalam bidang AI, big data, dan VR. Namun, kurangnya talenta IT yang mumpuni di Indonesia menjadi hambatan besar dalam mencapai tujuan tersebut. Badr perlu berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM untuk menjaga daya saingnya.

Tahun 2022-2023 pasca covid dan resesi ekonomi serta stagnasi di industri digital, Badr mengalami penurunan pendapatan dengan posisi keuangan yang kurang menguntungkan pada 2023 dan terpaksa merumahkan 4 orang pegawainya. Kondisi keuangan Badr saat ini di tahun 2024 sudah berada dalam posisi lebih stabil. Namun, perubahan besar dalam strategi akan membutuhkan investasi yang signifikan, baik dalam hal teknologi maupun pengembangan SDM.

Pada akhirnya, makro tren teknologi seperti AI, big data, dan *immersive technology* (Metaverse dan VR) akan sangat mempengaruhi masa depan Badr. Namun, teknologi tersebut tidak hanya membuka peluang baru, melainkan juga mempercepat kebutuhan Badr untuk beradaptasi dengan cepat, baik dari segi produk maupun layanan yang ditawarkan. Sehingga dalam beberapa tahun ke depan, Badr harus menyeimbangkan antara fokus industri, pengembangan teknologi, dan peningkatan SDM agar tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif dan inovatif.

Big Zaman, selaku CEO harus mempertimbangkan strategi ke depan. Badr dihadapkan oleh beberapa pilihan, yaitu: (1) tetap fokus pada *customized consulting service* seperti saat ini, (2) *consulting service* pada bidang atau pasar tertentu; atau masuk pada *consulting product* dengan (3) mengembangkan dan menjual produk internal, atautkah (4) menjadi distributor atau mitra produk dari para *principle* besar, atau apakah Badr (5) menggabungkan beberapa pilihan strategi di atas sehingga saling melengkapi menawarkan layanan yang lengkap dan komprehensif bagi pelanggan.

Berbagai faktor harus diperhatikan Badr dalam memilih strategi tersebut, diantaranya (1) peluang pasar atau *market attractiveness*, (2) aksesibilitas dari tim Badr dan *network* yang mereka miliki untuk mengakses segmen pasar yang potensial, (3) *strong value position*, posisi yang dipilih harus unik dan kuat bukan biasa saja, (4)

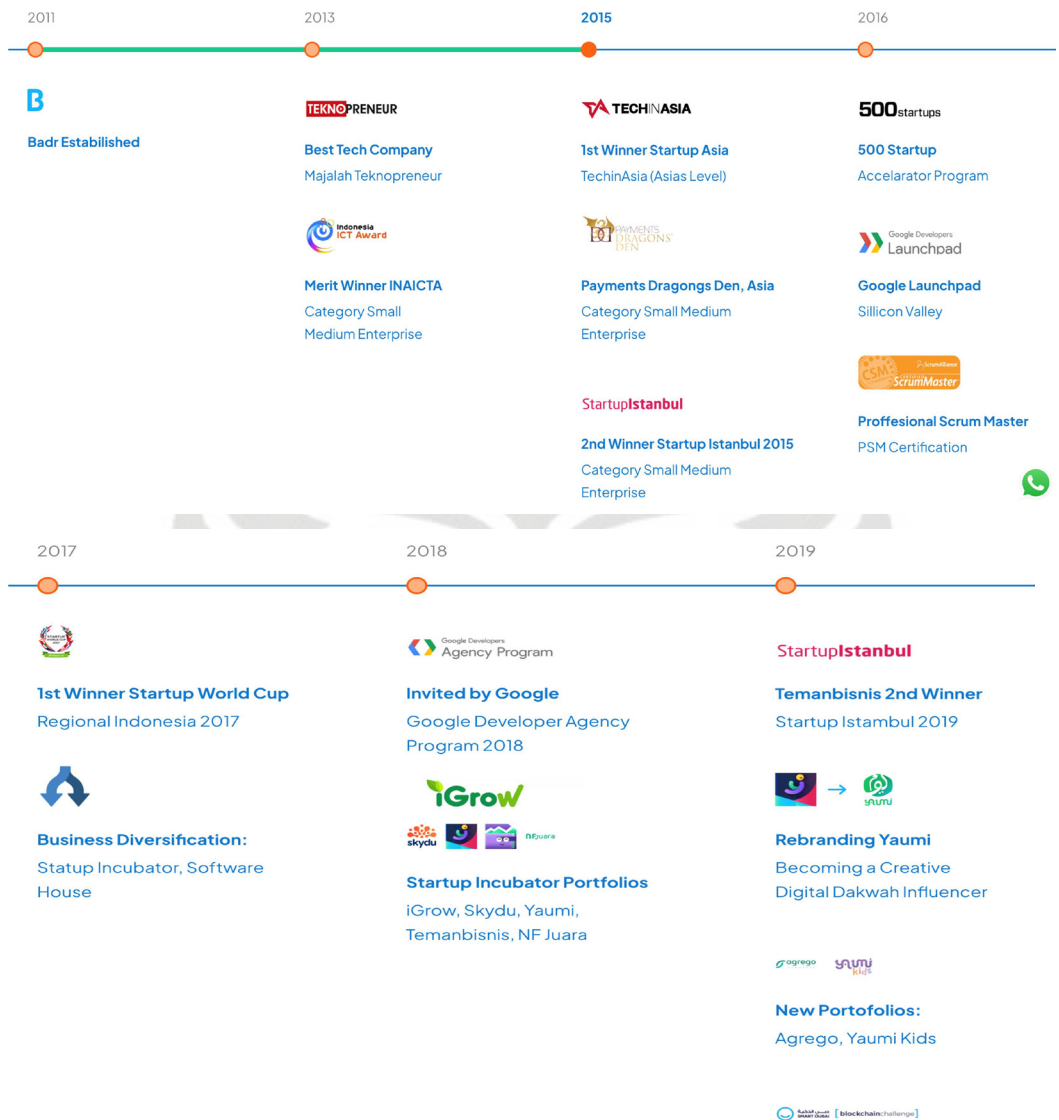
kapabilitas tim Badr dalam membangun produk dan layanan yang lengkap, (5) iklim kompetisi yang dihadapi, (6) solusi strategis yang ditawarkan Badr pada pasar, dan (7) kesesuaian visi dan *value* Badr dengan teknologi dan segmen yang dipilih.

Adzan Magrib mengumandang, saatnya menutup laptop sejenak dan segera melaksanakan shalat. Big sadar menentukan strategi yang paling tepat menjadi kunci keberhasilan keberlanjutan perusahaan, sehingga Badr dapat terus memberikan berjuta kebaikan dan berdampak positif bagi masyarakat luas melalui teknologi, Apa saja keunggulan dan kelemahan serta peluang dan tantangan yang dihadapi saat ini oleh Badr? Strategi apakah yang harus dipilih oleh Badr ke depan, tetap fokus pada *consulting service* (kustom atau bidang tertentu) ataukah pindah pada *consulting product* (distributor produk atau mengembangkan dan menjual produk Badr sendiri)? Serta rencana bisnis apa yang harus disiapkan Badr sesuai dengan strategi yang dipilih?

Referensi:

- Annur, C.M. (2024). Indonesia, negara dengan startup terbanyak ke-6 di dunia awal 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/indonesia-negara-dengan-startup-terbanyak-ke-6-di-dunia-awal-2024>
- Azhar, N. (2024). Digitalisasi 4.0: Peta perkembangan Teknologi di Indonesia. <https://ids.ac.id/digitalisasi-4-0-peta-perkembangan-teknologi-di-indonesia/>
- Invest in Asia. (2023). The Top 10 Software Development Companies in Indonesia. <https://investinasia.id/blog/top-software-development-companies-indonesia/>
- Invest in Asia. (2023). 11 Biggest IT Companies in Indonesia. <https://investinasia.id/blog/top-it-companies-in-indonesia/>
- Mordor Intelligence. (2024). *Indonesia IT Services - Market Share Analysis, Industry Trends & Statistics, Growth Forecasts 2024 – 2029*. <https://www.giiresearch.com/report/moi1408826-indonesia-it-services-market-share-analysis.html>
- Statista (2023), IT services market data and analysis. <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/worldwide>
- <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-ict-market>
- <https://badr.co.id/about-us/>
- <https://www.statista.com/study/84969/it-consulting-and-implementation-report/>

Lampiran 1. Milestones Badr



Sumber: <https://badr.co.id/about-us/>

2020



200k+
Peserta pelatihan online



SmartAbsent
Pembuatan aplikasi SmartAbsent



70k+
IG followers



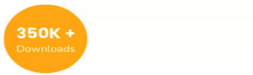
SMILE2.0
Aplikasi Distribusi Vaksin Covid



100% WFH
Mendukung program PSBB
Pemerintah



RIKO
Aplikasi Game Mobile untuk Kampanye
Bahaya Rokok



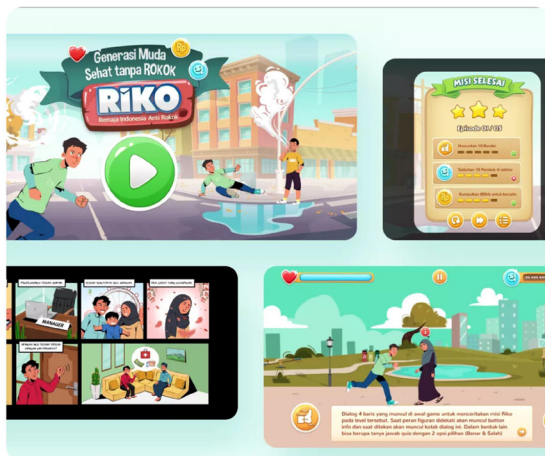
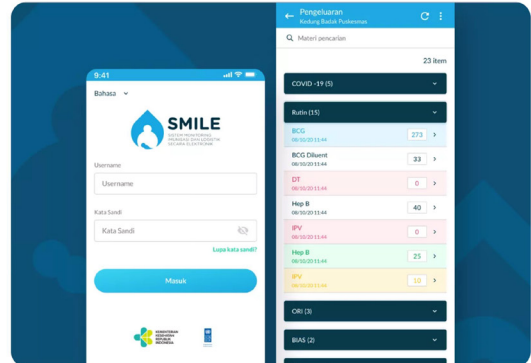
Lampiran 2. Portfolio Produk Badr



Innovation for Digitizing Vaccine Stocks

SMILE (Sistem Monitoring Imunisasi Logistik secara Elektronik) – an innovative technology solution to strengthen the immunization vaccine supply chain system in Indonesia.

[Read more](#) →



Educational Game to Prevent Smoking

Game RIKO is an app that aims to educate Indonesian teenagers about the dangers of smoking activities in a fun way. With much gamification features on it, BPOM hopes that it will be the preventive way to decrease active smokers in Indonesia

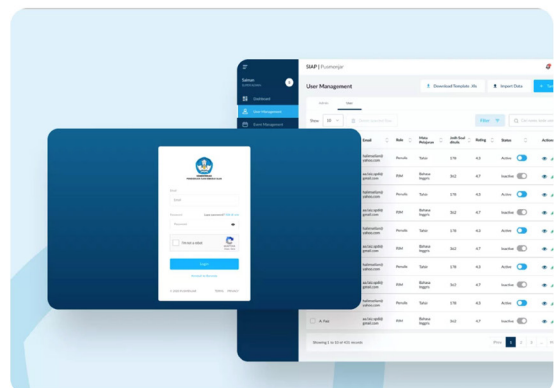
[Read more](#) →

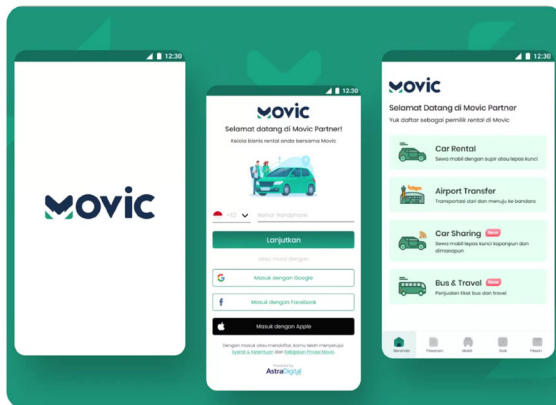


Innovation for Education Assessment in Indonesia

Sistem Inovatif Aplikasi Penilaian (SIAP) – Practical solution to reduce the high-cost of creating exams questions all over Indonesia

[Read more](#) →

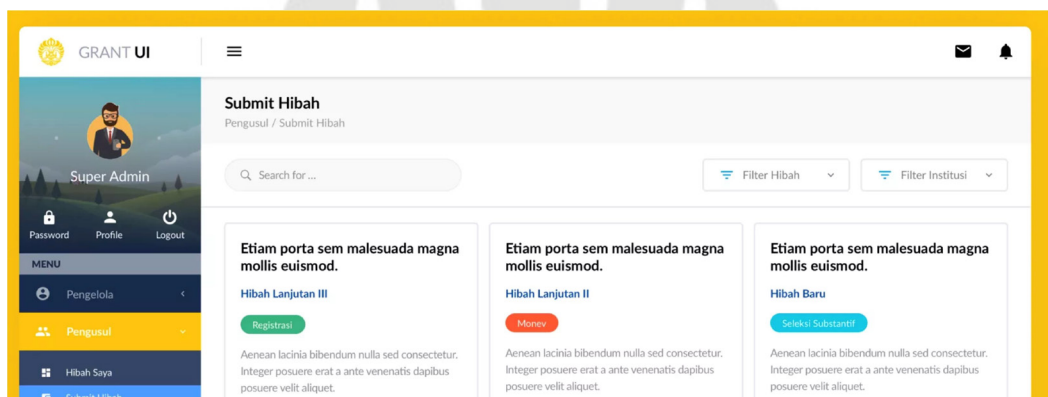




Connecting Car Rental Owners with Potential Customers

PT Astra International through Auto 2000 want to provide a new service for its customer which is the on demand home service

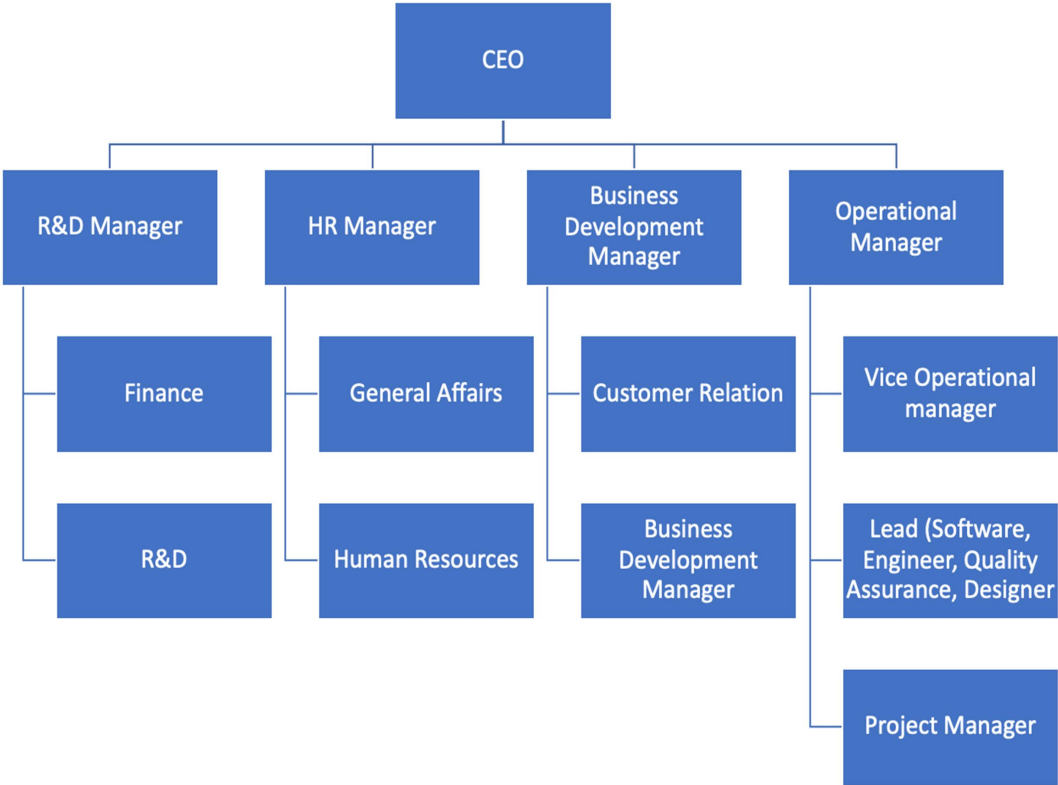
[Read more](#) →



Sumber: <https://badr.co.id/works-2/>

FEB UI

Lampiran 3. Portfolio Produk Badr



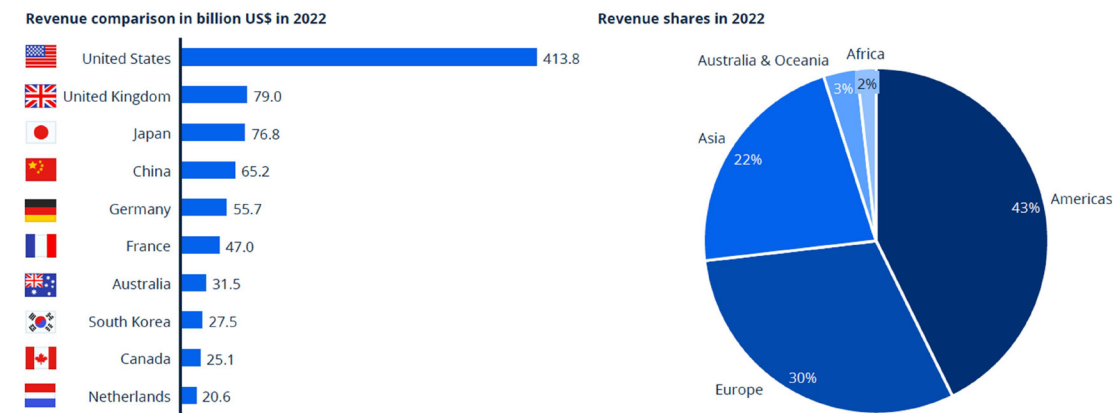
Sumber: data internal Badr

Lampiran 4. Negara dengan Jumlah Startup terbanyak

Negara	Jumlah Startup
Amerika Serikat	77.984
India	16.344
Inggris	7.077
Kanada	3.875
Australia	2.795
Indonesia	2.562
Jerman	2.442
Prancis	1.649
Spanyol	1.490
Brasil	1.186

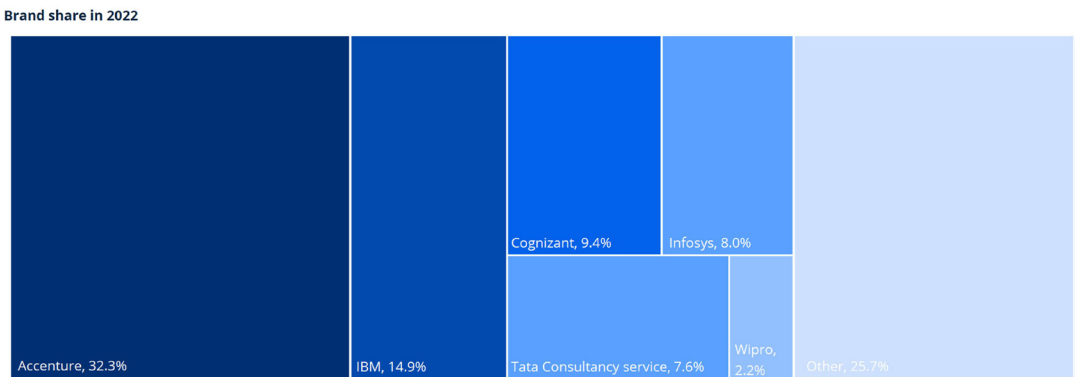
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/indonesia-negara-dengan-startup-terbanyak-ke-6-di-dunia-awal-2024>

Lampiran 5. Pendapatan Pasar IT Services di dunia



Sumber: Statista (2023) <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/worldwide>

Lampiran 6. Besaran Pasar Berdasarkan Merek tahun 2022



Sumber: Statista (2023), <https://www.statista.com/study/84969/it-consulting-and-implementation-report/>

Lampiran 7. VR Manasik Haji & Umroh dari Badr



Sumber: https://www.instagram.com/badrinteractive/p/CvEyh5HPy7b/?img_index=1



FEB UI