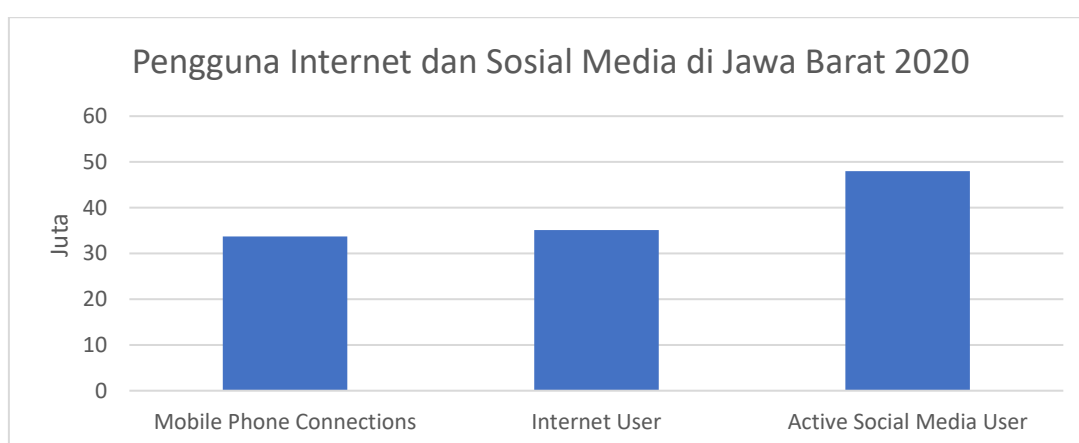


BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini berkembang dengan pesat dengan memberikan banyak manfaat. Bagi perusahaan atau organisasi digunakan untuk mencapai keunggulan terhadap pesaingnya dalam pengembangan suatu produk atau jasa. Kemajuan teknologi dan informasi ini akan mempengaruhi berbagai bidang, salah satunya di bidang bisnis dimana akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Perkembangan ini akan memanfaatkan teknologi yang akan memunculkan sebuah *startup* bisnis. *Startup* ialah sebuah organisasi yang dirancang untuk menemukan bisnis model baru dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar (Blank, 2014). Pada *startup* usaha yang didirikan masih dalam tahap pengembangan untuk menemukan pasar yang tepat, laporan *Startup Ranking* bahwa Indonesia masuk dalam daftar lima besar Negara di dunia dengan jumlah *startup* terbanyak (Herman, 2018). Ada beberapa hambatan dalam berjalannya bisnis *startup* seperti permasalahan biaya operasional dan cara untuk memperoleh pelanggan. Pada riset yang dilakukan wearesocial menyebutkan tahun 2020 terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh Jawa Barat dengan penetrasi 17% untuk pengguna internet, dengan pengguna internet terbanyak dengan rentang umur 15-24 tahun (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018).



Gambar I. 1 Pengguna Internet dan Media Sosial Penduduk Jawa Barat Tahun 2019

(Sumber: datareportal.com, 2020)

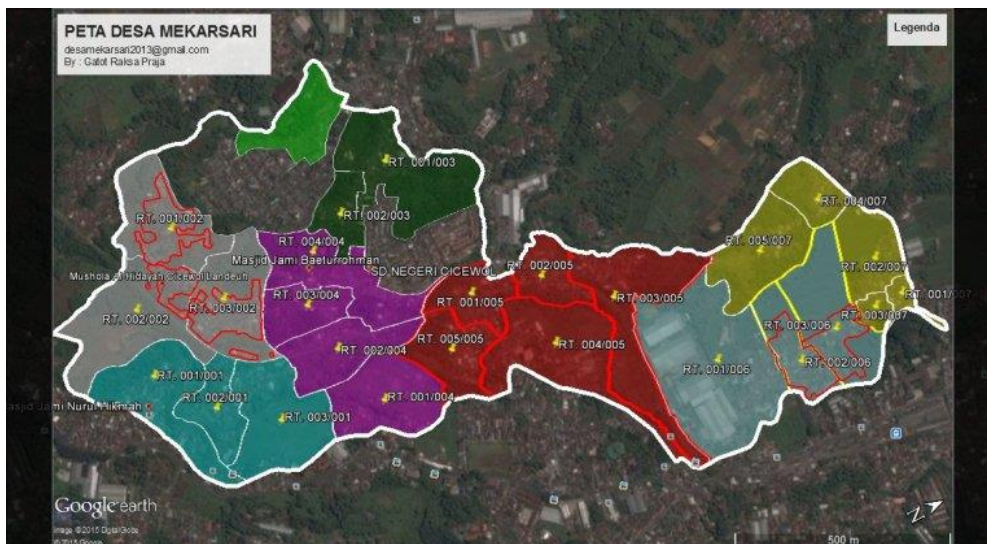
Peningkatan jumlah internet dan media sosial akan membukakan sebuah ide dan inovasi untuk peluang bisnis berupa *startup*. Perkembangan *startup* di Indonesia dapat dikatakan terus mengalami perkembangan. Pemanfaatan internet dan teknologi informasi memunculkan *trend* perilaku berbelanja *online* salah satunya. Menurut data We Are Social dan Hootsuite, sekitar 90% pengguna internet di Indonesia pernah melakukan transaksi berbelanja *online*. Salah satu faktor pertumbuhan berbelanja *online* meningkat ini dikarenakan pertumbuhan kelas menengah di Indonesia yang cukup pesat, yakni 21% dari total populasi pada tahun 2019. Selain itu juga didukung oleh penetrasi internet dan pengguna perangkat *mobile* terus meningkat, sehingga memudahkan akses berbagai *platform* belanja *online*, mulai dari *website* berbasis *online*, aplikasi *marketplace*, media sosial, dan banyak lagi. Mengutip dari laporan *Startup Ranking*, Indonesia masuk dalam lima besar negara di dunia dengan jumlah *startup* terbanyak dengan total 1.705 *startup* yang menempati urutan keempat di bawah Amerika Serikat. Dengan pesatnya pertumbuhan ini, tiap bisnis dan *brand* berlomba-lomba untuk meningkatkan *online presence* dan mendorong metode penjualan dengan *platform* penjualan *online*.

Ide bisnis tersebut dapat dikembangkan dengan potensi Indonesia dalam bidang pertanian, dimana pertanian merupakan salah satu komoditas andalan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) 2017, menunjukkan bahwa 37,77 juta penduduk Indonesia bekerja di sektor pertanian, lebih besar dari sektor-sektor bisnis lainnya dan tercatat dari Badan Pusat Statistik 2019, jumlah desa di Indonesia sebanyak 83.813 desa. Perkembangan itu memunculkan *marketplace* yang mengembangkan bisnis di bidang penjualan hasil desa. Produk hasil desa yang dihasilkan akan menjadi sumber aktivitas produksi komoditas yang berasal dari sumber alam, sekaligus menjadi rumah para pelaku usaha kecil yang produknya unik dan khas dengan tujuan memperluas produk untuk dapat dikenal dan produk hasil desa yang memiliki pengaruh penting bagi kehidupan dan dapat membangun desa secara inovatif. Untuk mendorong hal tersebut, pemerintah desa diberikan kewenangan oleh pemerintah pusat untuk mengelola secara mandiri desanya melalui lembaga-lembaga ekonomi tingkat desa, salah satunya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Keterbukaan karena peluang tersebut, di Indonesia sudah terbuka beberapa *marketplace* dan aplikasi yang menjual produk hasil desa dari produk pangan olahan hingga kerajinan tangan produk hasil desa.

Tabel I. 1 Daftar *Marketplace* dan Aplikasi Produk Hasil Desa di Indonesia

No	Daftar <i>Marketplace</i> dan Aplikasi Produk Hasil Desa di Indonesia
1	Sensa.id
2	Mariberkarya
3	PRODes.id

Pada data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik, terdapat 280 desa yang ada di Kabupaten Bandung tahun 2019. Maka dari itu memunculkan *startup* Gambung Store yang merupakan inovasi *marketplace* untuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Mekarsari, Ciwidey, Bandung, Jawa Barat. Gambung Store akan membuka kesempatan bagi pengguna untuk membeli segala produk yang disediakan di *marketplace* tersebut, yang akan masuk kedalam *marketplace* adalah para pelaku usaha yang terdapat di Desa Mekarsari tersebut. Usaha ini dibuat agar dapat meningkatkan penjualan produk BUMDes, selain itu menciptakan pertumbuhan masyarakat sehingga dapat berjualan antara desa dan kota pusat pertumbuhan karena lokasi antara Mekarsari dan Kota Bandung kurang lebih 39 km dan juga akan menakup penjualan ke Kota Cimahi.



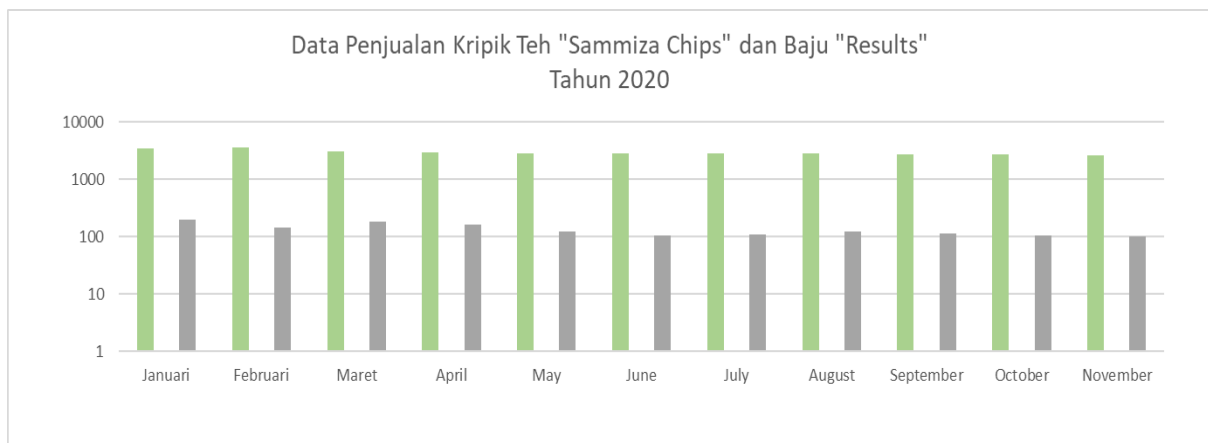
Gambar I. 2 Peta Desa Mekarsari

(Sumber: <https://mekarsari-pasirjambu.desa.id/>)

Berdasarkan letak geografis Desa Mekarsari, Pasir Jambu dengan luas wilayah sebesar 3.294,88 Ha, dengan luas pemukiman 70,06 Ha, luas persawahan 5 Ha, luas ladang

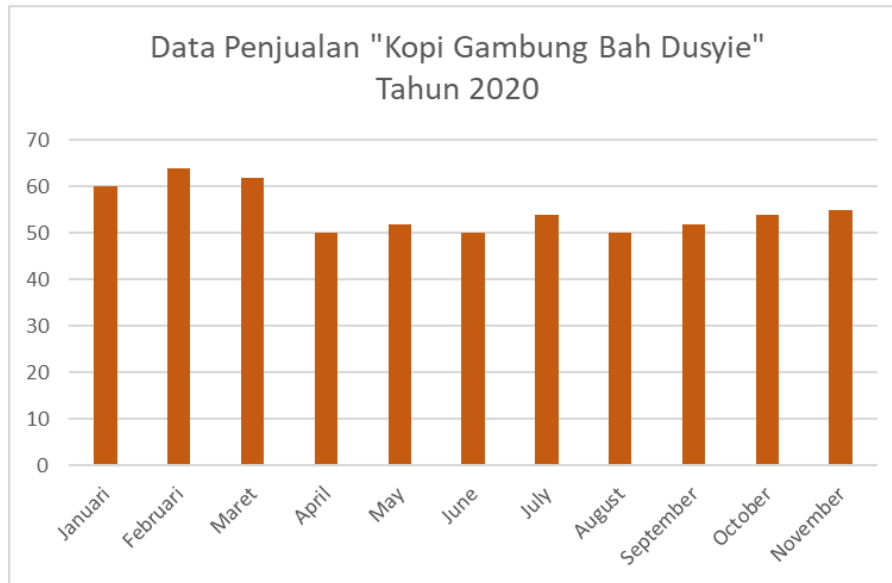
963,04 Ha, luas pekarangan 90,02 Ha, luas perkebunan 710 Ha, luas tanah kas desa 1,32 Ha, luas fasilitas umum 5,46 Ha, dan luas hutan sebesar 1.450 Ha. Desa Mekarsari tersohor sebagai perkebunan teh dan tempat wisata, dengan memiliki potensi kreatif Gambung, Desa Mekarsari atau yang dikenal Kampung Gambung ini merupakan desa wisata di Kabupaten Bandung yang memiliki keunggulan aneka makanan olahan dari teh, kerajinan tangan, peternakan, perikanan pertanian dan seni budaya. Di Desa Mekarsari terdapat Pusat Penelitian Teh dan Kina (PPTK) Gambung dimana tempat sebagai masyarakat memanfaatkan perkebunan teh untuk mengoptimalkan perkembangan ekonomi melalui peningkatan *value* Teh dan Kina. Tidak hanya teh dan kina, di Kampung Gambung di lereng Gunung Tilu, Ciwidey, saat ini digiatkan penanaman dan produksi kopi setempat karena kultur tanah perkebunan kopi Gambung tergolong subur dengan pemupukan organik yang akan menghasilkan kopi berkualitas. Kopi yang diolah oleh Kampung Gambung ini pada umumnya berjenis kopi arabika.

Karena para pelaku usaha akan masuk kedalam *marketplace* Gambung Store masih sedikit dikarenakan bisnisnya masih pemula dibuka, dapat dilihat berikut merupakan rekap data penjualan para pelaku usaha yang akan terdaftar pada Gambung Store secara *offline* sebelum memakai Gambung Store.



Gambar I. 3 Data Penjualan Kripik Teh dan Baju Tahun 2020

(Sumber: Pelaku Usaha Pemilik Keripik Teh dan Baju)



Gambar I. 4 Data Penjualan Kopi Gambung 2020

(Sumber: Pelaku Usaha Pemilik Kopi Gambung)

Berdasarkan rekap data penjualan produk yang baru akan masuk ke *marketplace* Gambung Store dilihat bahwa pada tahun ini penjualan tidak stabil menuju berubah turun karena di bulan Maret hingga November terkena dampak *Covid-19* yang membuat dampak pada sektor usaha dagang dan juga tergantung dengan kondisi permintaan dan pasar saat itu. Maka dari itu, pemilik usaha *startup* Gambung Store akan melakukan pengembangan usahanya dengan membuat *website*, pengembangan dilakukan karena dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian produk sebagai media komunikasi. Kelebihan dari Gambung Store adalah fokus kepada ciri khas yang memperkuat usaha Gambung Store dari segi identitas usaha, inovasi produk pelaku usaha, dan kualitas produk yang ditawarkan. Biasanya *marketplace* hanya mengutamakan produk yang mereka jual di laman mereka, maka konsumen lebih memperhatikan produk dan harga. Gambung Store akan fokus pada merek yang dibawa, agar barang lokal dari Bumdes lebih ditonjolkan dan berfokus pada pasar yang ditargetkan. Berbeda dengan perusahaan *unicorn* di Indonesia. Dengan begitu dapat memberdayakan masyarakat Bumdes. Sebab tidak semua penjual boleh mendaftar di aplikasi ini, hanya penjual yang terdaftar di Bumdes Pakis Sabilulungan yang dapat mendaftarkan toko dan produk

mereka. Dengan begitu anggota Bumdes akan lebih sejahtera dengan diberikan keunggulan tersebut.

Dikarenakan usaha *startup* Gambung Store ini suatu usaha yang baru berdiri maka pemilik memerlukannya perancangan bisnis serta kelayakan pada usaha tersebut. Analisis kelayakan yang dilakukan pada penelitian ini adalah aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial bisnis. Penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah bisnis *startup* Gambung Store ini layak untuk dijalankan, diperbaiki, atau dihentikan.

I.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengukur potensi ekonomi di Desa Mekarsari?
2. Bagaimana mengukur besarnya permintaan produk Gambung Store secara *online*?
3. Bagaimana merancang aspek teknis dan operasional *marketplace* Gambung Store?
4. Bagaimana mengukur kelayakan finansial *marketplace* Gambung Store?
5. Bagaimana mengukur tingkat sensitivitas dan tingkat risiko dari bisnis *marketplace* Gambung Store?

I.3. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. Mengukur potensi ekonomi di Desa Mekarsari.
2. Mengukur besarnya permintaan produk Gambung Store secara *online*.
3. Merancang aspek teknis dan operasional *marketplace* Gambung Store.
4. Mengukur kelayakan finansial *marketplace* Gambung Store.
5. Mengukur tingkat sensitivitas dan tingkat risiko dari bisnis *marketplace* Gambung Store.

I.4. Manfaat Tugas Akhir

Pada tugas akhir ini, manfaat yang dapat diambil adalah:

1. Manfaat secara praktis
 - a. Memberikan informasi apakah bisnis layak atau tidak untuk dapat dijalankan berdasarkan analisis studi kelayakan.

- b. Sebagai bahan masukan dalam pertimbangan dan pengembangan bisnis yang dijalankan oleh Gambung Store.

2. Manfaat secara teoritis

Tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya, yang berkaitan dengan analisis kelayakan.

I.5. Batasan Tugas Akhir dan Asumsi

Batasan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. MARR yang dipakai adalah 11,80% dengan pertimbangan suku bunga tahun 2020 dan tingkat inflasi Indonesia tahun 2021.
2. Suku bunga, inflasi, pajak dan kondisi ekonomi lainnya dianggap stabil selama periode tugas akhir.
3. Analisis kelayakan bisnis yang dilakukan pada tugas akhir ini adalah hanya berdasarkan pada aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial.
4. Periode perhitungan analisis kelayakan adalah selama 5 tahun, dimulai dari 2022 sampai 2026.
5. Tugas akhir dilakukan dengan objek tugas akhir yang ruang lingkupnya berada di Jawa Barat.
6. Harga yang digunakan dalam tugas akhir adalah harga pada saat penelitian berlangsung.

I.6. Sistematika Penulisan

Secara struktural, tugas akhir ini memiliki uraian sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Berisi penjelasan umum mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Berisi dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas dengan tujuan membentuk kerangka

berpikir yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

Bab III Sistematika Penyelesaian Masalah

Memaparkan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan dari permasalahan yang dibahas yang berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Berisi proses pengumpulan dan pengelolaan data yang terkait dengan penelitian.

Bab V Analisis

Menjelaskan hasil analisis yang dilakukan dari pengolahan data yang didapatkan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bagian yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.