

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Startup KIRI



Gambar 1. 1 Logo Startup KIRI

Sumber: Data Internal *Startup* KIRI

KIRI adalah *startup* yang bergerak di bidang transportasi umum dan memiliki tujuan memudahkan pengguna angkutan umum dalam mencari dan menggunakan angkutan umum serta memudahkan supir dalam mengelola angkutan umumnya dan mencari penumpang dengan menggunakan aplikasi mobile berbasis android/ios. Pada aplikasi KIRI akan memberikan informasi mengenai tarif dan target konsumen dari KIRI adalah masyarakat kota Bandung.

Awalnya ide KIRI ini hadir, karena merasa bahwa angkutan kota butuh adanya digitalisasi agar dapat menarik minat masyarakat untuk kembali memilih menggunakan angkutan kota sebagai transportasi mereka. KIRI merupakan *startup* yang berada dibawah naungan program WRAP entrepreneurship, pada saat ini KIRI berada pada tahap proses *development* dan masih kesulitan dalam menentukan model bisnis dan strategi pemasaran untuk *startup* KIRI.

1.1.2 Visi dan Misi

Visi :

Memudahkan akses transportasi umum bagi masyarakat serta mensejahterakan kehidupan supir transportasi umum di Indonesia.

Misi :

1. Memberikan solusi tepat guna sesuai kebutuhan pengguna melalui aplikasi *mobile*.
2. Meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan transportasi umum
3. Menciptakan lingkungan kerja yang produktif, inovatif dan supportif.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat dan berdasarkan hasil sensus penduduk 2021, Kota Bandung memiliki penduduk berjumlah 2,5 juta jiwa dengan penduduk yang aktif menggunakan internet mencapai 2,1 juta jiwa. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa internet saat ini dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap aktivitas hampir seluruh masyarakat Kota Bandung.

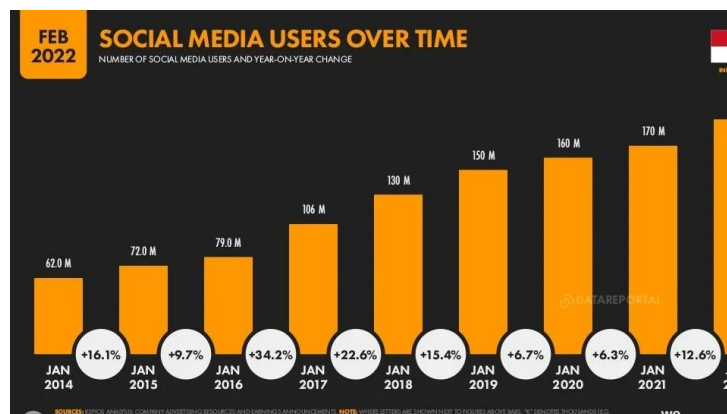
Perkembangan teknologi zaman sekarang terjadi sangat pesat dan memiliki berbagai dampak dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi mengalami kemajuan mulai dari era teknologi industri, era teknologi pertanian hingga era teknologi komunikasi dan informasi. Dampak perkembangan teknologi membuat setiap individu tertarik untuk dapat menggunakan serta memanfaatkan setiap perkembangan dari teknologi tersebut (Danuri, 2019). Hampir seluruh kegiatan masyarakat telah mengalami modernisasi dan digitalisasi, termasuk kegiatan pemasaran.

Ruang lingkup dunia pemasaran saat ini telah bergeser secara signifikan. Keberadaan internet membawa kesan yang berbeda, saat ini kegiatan pemasaran tidak terbatas hanya pada iklan surat kabar dan televisi. Pada saat ini *digital marketing* merupakan media pemasaran yang banyak diminati untuk menunjang kegiatan pemasaran. Penerapan *digital marketing* dapat membantu promosi sebuah

perusahaan dalam menarik calon konsumen secara cepat, hal ini disebabkan oleh pengaruh adanya kampanye pemasaran digital dengan melihat kebiasaan konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa.

Digital marketing mengkombinasikan seluruh aktivitas pemasaran yang dilakukan menggunakan internet ataupun media elektronik. Oleh karena itu, *digital marketing* dapat menjangkau semua pihak dan kalangan, dengan cara apapun, kapanpun dan dimanapun (Oktaviani & Rustandi, 2018). Media sosial pun saat ini dapat dipergunakan sebagai media iklan karena konsumen era saat ini tidak dapat lepas dari sana. Media sosial merupakan salah satu alat yang dapat digunakan dalam meraih hasil yang optimal pada kegiatan *digital marketing*.

Media sosial merupakan alat yang cocok untuk masyarakat Indonesia saat ini, selain stabil dan kemudahan yang diberikan, media sosial adalah *digital marketing tools* yang secara efektif membangun *customer engagement* (Bismo & Putra, 2019). Pada Gambar 1.2 Pengguna media sosial di Indonesia, menampilkan data statistik bahwa di Indonesia pengguna media sosial terjadi peningkatan setiap tahunnya. Dengan tawaran kemudahan, stabilitas, pasar yang luas dan minimum biaya yang akan digunakan, penerapan *digital marketing* menggunakan media sosial cocok digunakan oleh perusahaan rintisan atau yang biasa disebut *startup*.



Gambar 1. 2 Pengguna media sosial di Indonesia

Sumber: Hootsuite, 2022

Menurut Blank, S., & Dorf (2012) memaparkan jika startup merupakan organisasi yang bersifat sementara dan memiliki tujuan untuk mencoba mencari bisnis model dalam situasi yang tidak pasti. *Startup* KIRI berada dibawah naungan

program wirausaha yang dikemas ke dalam Program WRAP *Entrepreneurship*. WRAP *Entrepreneurship* adalah program kuliah untuk mahasiswa yang ingin belajar bisnis dan menjadi pengusaha. Dalam program ini, mahasiswa akan memulai membangun bisnis mereka sendiri dari ide hingga implementasi yang akan dipandu oleh tim pengajar, dosen dan mentor yang memiliki pengalaman dibidang bisnis (Rahayu, 2021). Ada beberapa tahapan yang diterapkan pada kurikulum *entrepreneurship* yaitu *finding idea*, *idea validation*, *product validation* dan *business model validation*. Sebagai kampus swasta terbaik no.1 di Indonesia, Universitas Telkom mempunyai visi untuk menjadi *Research and Entrepreneurial University 2023*. Melalui program ini diharapkan mampu mencapai visi Telkom University tersebut.

Selanjutnya, KIRI adalah *startup* yang bergerak dibidang transportasi umum yang bertujuan untuk memudahkan pengguna angkutan umum menemukan dan menggunakan angkutan umum dan kemudahan bagi supir dalam mengelola angkutan umum dan mencari penumpang melalui aplikasi mobile berbasis Android/iOS. Pada aplikasi KIRI akan memberikan informasi mengenai tarif dan target konsumen dari KIRI adalah masyarakat kota Bandung. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan terhadap 30 supir dan 12 penumpang yang ada di Kota Bandung pada tanggal 16-18 Oktober 2021, didapatkan hasil bahwa penumpang merasa tidak nyaman ketika menggunakan angkot karena harus lama menunggu dipinggir jalan atau angkot terlalu lama ngetem. Selain itu, terkadang supir angkot memberikan harga yang tidak sesuai sehingga penumpang merasa keberatan. Dari sisi keamanan, penumpang perempuan merasa tidak aman ketika menaiki angkot sendirian terutama di malam hari karena takut mengalami tindakan pelecehan seksual baik verbal atau nonverbal. Di sisi lain, supir angkot pun memiliki permasalahan seperti kesulitan mencari penumpang karena banyak penumpang yang melihat angkot kurang aman dan nyaman, terkadang dibayar murah oleh penumpang, harus mengejar setoran walau sepi penumpang, dan mengalami tindakan pungutan liar di jalan.

Startup KIRI perlu menyusun model bisnis dan strategi pemasaran yang baik agar dapat menarik minat penumpang dan supir untuk menggunakan aplikasi

mobile yang dibuat oleh KIRI serta untuk tujuan pengembangan *startup*. Selain itu, membuat rencana strategis yang tepat dapat menjadi acuan pengembangan dan pengelolaan bisnis agar lebih selaras dengan tujuan yang ingin dicapai. Mengetahui kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal perusahaan diperlukan untuk menemukan model bisnis dan strategi pemasaran yang tepat bagi KIRI. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas, KIRI yang merupakan *startup* harus melakukan perancangan strategi pemasaran sehingga dapat membentuk strategi yang tepat sasaran. *Digital Marketing Canvas* dipertimbangkan sebagai *tools* yang paling lengkap, maka penelitian ini berjudul “**Analisis Digital Bisnis Canvas Startup KIRI**”

1.3 Perumusan Masalah

KIRI merupakan *startup* yang berada dibawah naungan program WRAP entrepreneurship, pada saat ini KIRI berada pada tahap proses *development* dan masih kesulitan dalam menentukan model bisnis dan strategi pemasaran untuk *startup* KIRI. Berdasarkan latar belakang tersebut menjelaskan bahwa menentukan model bisnis dan strategi pemasaran sangat diperlukan. Berdasarkan penjelasan mengenai permasalahan yang dihadapi *startup* KIRI, dengan demikian pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats* (SWOT) pada *startup* KIRI?
2. Bagaimana strategi pemasaran baru yang sesuai dan sebaiknya diterapkan pada *Startup* KIRI dengan metode *Digital Marketing Canvas*?
3. Bagaimana strategi baru yang dapat dilakukan oleh *Startup* KIRI?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, berikut tujuan penulisan dari penelitian ini:

1. Menerapkan analisis *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats* (SWOT) pada *Startup* KIRI

2. Merekomendasikan *Digital Marketing Canvas* untuk *Startup KIRI*.
3. Merekomendasikan strategi baru untuk *Startup KIRI*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi *Startup KIRI* dalam menjalankan bisnis.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah dalam mengatur regulasi transportasi umum
3. Penelitian ini dapat mengembangkan dan menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama bangku kuliah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menyajikan gambaran mengenai materi penelitian ini. Dalam bab ini diuraikan profil perusahaan, latar belakang penelitian, pokok permasalahan, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan hasil kajian kepustakaan tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan terkait dengan masalah yang diteliti yang terdiri dari teori umum dan pembahasan mengenai hasil-hasil penelitian sejenis yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Juga terdapat kerangka pemikiran yang akan menjadi dasar dalam penyusunan tugas akhir ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian membahas langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian ini. Langkah yang akan dilakukan meliputi uraian tentang pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang hasil dari penelitian dan pengolahan data beserta pembahasan secara sistematis sesuai dengan ruang lingkup penelitian dan sesuai dengan tujuan dari penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi rangkuman hasil penelitian secara keseluruhan yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang berupa kesimpulan dan disertai dengan saran.