

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia, karena jumlahnya yang mencapai 99% dari total unit usaha. UMKM juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total tenaga kerja nasional. Meskipun memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, terutama semenjak pandemi Covid-19 atau mulai awal tahun 2020. Kesulitan dalam kegiatan penjualan dan produksi menyebabkan menurunnya pendapatan bagi UMKM. Oleh karena itu, UMKM harus beradaptasi dengan kondisi yang ada dan mulai beralih ke cara berjualan secara online agar dapat mempertahankan usahanya dan tetap bersaing di pasar. Dalam era digital saat ini, berjualan secara online merupakan pilihan yang tepat untuk tetap terhubung dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Oleh karena hal di atas tren pengiriman makanan secara online menjadi meningkat selama maupun setelah pandemi Covid-19 sebagai dampak dari perubahan perilaku masyarakat dalam beradaptasi dengan keadaan yang berbeda. Selain itu, adanya *dinning attitude* yang berubah pada masyarakat Indonesia juga menjadi faktor penentu dalam meningkatnya permintaan layanan *online food delivery*. Hal ini dikarenakan konsumen kini lebih memilih untuk tetap menjaga jarak aman dan meminimalisir interaksi dengan orang lain untuk menghindari penularan Covid-19. Dengan demikian, layanan *online food delivery* memberikan solusi yang praktis dan nyaman bagi mereka untuk menikmati makanan dari restoran favorit tanpa harus pergi ke lokasi tersebut.

Berdasarkan studi kasus yang sudah disebutkan sebelumnya, pada bulan Juni 2022 dibentuk sebuah layanan D’Kampus yang merupakan cabang dari D’Creativ. D’Creativ Indonesia merupakan sebuah startup yang memfasilitasi UMKM dalam bentuk all in one service yang berfungsi sebagai penyedia jasa layanan bagi para UMKM untuk dapat mengembangkan usahanya menjadi naik level dari berbagai aspek, memfasilitasi komunitas UMKM, serta memudahkan konsumen dalam mencari produk UMKM dengan mudah dan praktis. Sedangkan D’Kampus menyediakan layanan pesan antar, yang saat ini beroperasi di Telkom University.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, terdapat beberapa identifikasi masalah diantaranya :

- a. Bagaimana memfasilitasi UMKM di daerah-daerah pelosok untuk dapat mengirimkan produknya secara instan kepada konsumen?
- b. Bagaimana cara membantu mahasiswa untuk mempersiapkan diri ke dunia kerja?
- c. Bagaimana cara untuk mempermudah mahasiswa mendapat produk makanan disekitar kampus?

1.3 Solusi

Setelah menganalisis masalah yang dihadapi, kami menawarkan opsi solusi yang berguna bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan pengembangan usaha dan pemasaran mereka melalui pemanfaatan layanan yang disediakan oleh D'Creativ Indonesia, yaitu D'Kampus yang menyediakan layanan marketplace yang memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk mereka secara digital (online) dengan cara yang praktis, mudah, dan efisien. Selain itu, layanan ini juga membantu dalam segi pengiriman produk UMKM kepada calon konsumen.

Solusi yang telah dirancang ini memiliki manfaat yang luas bagi para pelaku UMKM, komunitas UMKM, dan konsumen produk UMKM. Fitur-fitur yang disediakan saling terkait dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM serta mengembangkan usaha mereka dengan lebih baik. Mempermudah dalam mendapat makanan bagi mahasiswa serta menyediakan lapangan pekerjaan untuk mahasiswa sebagai sarana mempersiapkan diri ke dunia kerja sebagai kurir.

1.4 Target Pasar

Berikut target pasar dan potensi keuntungan yang direncanakan oleh DKampus:

Konsumen: DKampus dapat mengincar konsumen yang mencari produk-produk berkualitas dari UMKM lokal. Potensi pasar ini mencakup individu yang menghargai produk-produk lokal, konsumen yang mencari kenyamanan berbelanja online, serta mereka yang ingin mendukung UMKM di komunitas mereka.

UMKM: Sasaran pasar juga mencakup UMKM yang ingin memasarkan dan menjual produk mereka secara online. Ini meliputi berbagai jenis UMKM, seperti toko pakaian, makanan dan minuman, kerajinan tangan, produk kecantikan, dan sebagainya.

Beberapa faktor yang dipertimbangkan D'Kampus ketika memperkirakan keuntungan skala provinsi adalah:

1. Jumlah UMKM: Ukuran dan kepadatan UMKM di provinsi akan mempengaruhi potensi keuntungan. Semakin banyak UMKM yang berpartisipasi, semakin besar peluang keuntungan.
2. Populasi: Jumlah penduduk di provinsi juga berperan penting dalam potensi keuntungan. Semakin besar populasi, semakin besar pangsa pasar potensial yang dapat dicapai.
3. Pertumbuhan Pasar: Pertumbuhan pasar UMKM lokal dan minat konsumen terhadap produk lokal dapat mempengaruhi potensi keuntungan. Jika ada tren yang kuat dalam mendukung UMKM lokal dan minat terhadap produk lokal meningkat, potensi keuntungan dapat bertambah.
4. Persaingan: Tingkat persaingan di provinsi akan berdampak pada potensi keuntungan. Jika Delivery menjadi salah satu platform pertama yang menyediakan solusi ini di provinsi tersebut, potensi keuntungan bisa lebih besar. Namun, jika terdapat pesaing yang kuat, strategi yang baik diperlukan untuk memenangkan pasar.

1.5 Model Bisnis

Ada pendekatan model bisnis yang bisa dipertimbangkan oleh DKampus sebagai berikut.

1. Komisi atau Biaya Penanganan Konsumen: Menetapkan biaya penggunaan aplikasi dari setiap penjualan atau biaya tetap per transaksi.
2. Komisi dari UMKM: Menetapkan biaya penggunaan aplikasi dari setiap penjualan atau biaya tetap per transaksi.
3. Komisi dari kurir: Menetapkan biaya penggunaan aplikasi dari setiap penjualan atau biaya tetap per transaksi.

1.6 Peta Jalan Startup

Berikut adalah gambaran dari peta perkembangan startup yang dimulai pada kuartal 4 tahun 2022 dan proyeksi empat tahun ke depan.



D'Kampus



Milestone

Gambar 1.1 Milestone D'kampus