

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Angka prevalensi stunting di Indonesia saat ini telah mencapai 27,7%, dimana 1 dari 3 anak mengalami stunting. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara ke-4 dengan jumlah stunting terbanyak di dunia. Tingginya angka kejadian stunting menjadi perhatian pemerintah. Intervensi untuk stunting yang diumumkan oleh pemerintah meliputi ibu hamil mendapatkan tablet tambah darah minimal 90 tablet selama kehamilan, pemberian makanan tambahan pada ibu hamil, pemenuhan gizi, persalinan dengan dokter atau bidan yang ahli, IMD (Inisiasi Menyusui Dini), Asi Eksklusif pada bayi sampai usia 6 bulan, pemberian makanan pendamping ASI mulai anak usia 6 bulan sampai dengan usia 2 tahun, berikan imunisasi dasar lengkap dan vitamin A, pantau pertumbuhan balita di posyandu terdekat, serta terapkan perilaku hidup bersih dan sehat. Oleh karena itu, pemerintah menyerukan campaign “Ayo Datang ke Posyandu” untuk menjaga anak tetap sehat dan terhindar dari stunting. Sehingga, dalam hal ini peran posyandu sangat penting dalam deteksi dini tumbuh kembang anak. Posyandu dapat menjadi wahana pertama dan utama untuk meningkatkan edukasi pencegahan stunting. Di Posyandu Desa Rancatungku, pencatatan dan perekapan data masih dilakukan secara manual sehingga hal ini dapat menghambat pendeteksian stunting pada anak. Maka dari itu tim Baby Daily melakukan suatu inovasi bersama Posyandu Desa Rancatungku untuk membangun sebuah sistem dalam membantu pengadministrasian posyandu secara digital sehingga lebih efektif dan efisien.

Terdapat dua layanan yang akan diberikan oleh tim Baby Daily untuk berperan dalam pencegahan stunting, yaitu Posyandu & KMS Digital, serta Katalog Digital untuk market kebutuhan ibu dan anak. Posyandu Digital berguna untuk pengadministrasian posyandu secara online agar hasil perhitungan dan pengukuran dapat lebih akurat dan cepat. Untuk KMS Digital dapat berguna bagi para orang tua dalam memonitoring tumbuh kembang anak yang dapat dilihat secara real-time kapan pun dan dimana pun. Katalog digital berguna sebagai soft selling untuk membantu para orang tua dalam mendapatkan produk kebutuhan ibu dan anak pemenuhan kebutuhan anak dimana produk yang ditawarkan berasal dari UMKM yang ada di Indonesia. Untuk implementasi katalog digital ini, kami bermitra dengan Paguyuban PPKM Bandung, hal ini sekaligus dapat mendukung UMKM yang ada di Indonesia dalam pemasaran produknya.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa identifikasi masalah diantaranya :

- a. Bagaimana petugas posyandu melakukan pengadministrasian posyandu secara online agar cepat dan efektif?
- b. Bagaimana para orang tua dapat memantau perkembangan anak melalui jarak jauh atau online dengan aplikasi?
- c. Bagaimana para orang tua dapat dengan mudah mencari katalog produk kebutuhan Ibu dan anak?

1.3. Solusi

Berdasarkan paparan identifikasi masalah, kami memberikan solusi untuk menyelesaikan masalah yaitu dengan membuat suatu platform khusus dalam monitoring dan pemenuhan kebutuhan ibu dan anak berupa Posyandu & KMS Digital, Artikel Edukasi *Parenting* dan Katalog Digital untuk Market Kebutuhan ibu dan anak yang dapat terintegrasi dalam satu platform.

a. Posyandu & KMS Digital

Salah satu fitur yang digunakan oleh petugas posyandu untuk mendata balita secara online agar pendeteksian stunting lebih cepat. Serta bagi para orang tua bisa memantau perkembangan bayi dimanapun dan kapanpun. Fitur Posyandu dan KMS Digital saling berkaitan. Data yang dimasukan oleh petugas posyandu akan terlihat oleh orang tua menjadi grafik perkembangan anak.

Adapun layanan Artikel Edukasi *Parenting*. Dimana layanan ini terdapat artikel-artikel edukasi untuk orang tua dalam pola asuh anak. Wadah untuk menyebarkan ilmu kepada orang tua lain, dengan kiat-kiat pola asuh anak yang baik. Dari wadah ini, tidak hanya narasi yang dibuat, nantinya akan dikaitkan dengan konten-konten yang menarik untuk dilihat, ditonton dan dipraktikan oleh orang tua anak.

b. Katalog Digital

Fitur yang menyediakan wadah bagi orang tua yang mencari

kebutuhan pokok bayi dan juga pendukungnya. Di dalamnya, katalog digital dihubungkan dengan pelaku UMKM yang berfokus pada kebutuhan ibu dan anak. Sehingga orang tua dengan bebas mencari kebutuhan dengan harga yang tepat tetapi tidak perlu menghabiskan tenaga dan waktu untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain, ataupun dari satu *marketplace* ke *marketplace* lainnya. Karena pada katalog ini, para pelaku UMKM akan mencantumkan dari berbagai *marketplace* serta media sosial yang dimiliki UMKM ke dalam katalog digital.

Dari solusi yang sudah dirancang, fitur-fitur ini akan sangat bermanfaat bagi para petugas posyandu, para orang tua, masyarakat umum, bahkan dapat membantu para pelaku UMKM yang bergerak di kebutuhan ibu dan anak. Karena fitur-fitur tersebut saling berhubungan serta dapat memberikan kemudahan untuk berbagai pihak. Selain itu, ikut serta berperan mendukung program pemerintah mengurangi kasus stunting di Indonesia.

1.4. Target Pasar

Target pasar yang ditargetkan oleh Baby Daily yaitu dapat dijabarkan dengan metode STP (Segmenting, Targeting, Positioning).

a. Segmenting

Secara demografis, target pasar Baby Daily yaitu masyarakat yang sudah menikah baik laki-laki atau perempuan. Secara letak geografis, target pasar Baby Daily yaitu di seluruh Indonesia, untuk saat ini Baby Daily mulai dari kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Secara psikografis target Baby Daily yaitu para orang tua yang *aware* terhadap tumbuh kembang anak.

b. Targeting

Tahapan ini menentukan segmen yang akan menjadi target pemasaran. Target dari Baby Daily yaitu para orang tua.

c. Positioning

Dengan target pasar yang sudah dijelaskan maka penawaran untuk target pasar Baby Daily yaitu menyediakan platform *all in one service* dimana posyandu sebagai pemantauan tumbuh kembang anak, dan UMKM sebagai penyedia kebutuhan ibu dan anak.

1.5. Model Bisnis

Pada startup Baby Daily, model bisnis yang diterapkan oleh Baby Daily adalah tiga macam diantaranya :

a. *Business to Business* (B2B)

Baby Daily melakukan kerja sama dengan komunitas PPKM kabupaten Bandung untuk memberikan fasilitas kepada UMKM penyedia kebutuhan ibu dan anak. Dengan layanan tersebut komunitas PPKM mudah dalam pendataan anggota UMKM penyedia kebutuhan ibu dan anak serta anggota PPKM tersebut dapat menggunakan fasilitas lain yang ada di Baby Daily yaitu Katalog Digital.

b. *Business to Customer* (B2C)

Dalam model bisnis B2C, Baby Daily melakukan kerja sama dengan para UMKM penyedia kebutuhan ibu dan anak dalam mengembangkan usahanya dengan cara Baby Daily menyediakan fasilitas berupa layanan Katalog Digital untuk orang tua yang membutuhkan kebutuhan untuk anaknya. Baby Daily pun melakukan penjualan produk- produk kebutuhan ibu dan anak dalam suatu marketplace kepada konsumen.

c. *Business to Government* (B2G)

Baby Daily akan memberi *support* pada posyandu-posyandu agar dapat menyelesaikan masalah stunting di Indonesia melalui garda terdepan pemantau tumbuh kembang anak yaitu posyandu. Model bisnis ini sangat menguntungkan bagi para pihak, posyandu dapat dengan cepat mendeteksi kasus stunting pada anak, Baby Daily dapat menghasilkan pendapatan dari layanan jasa serta *soft selling* ke *official store di katalog digital*. Adapun *Business Model Canvas* yang dipakai oleh Baby Daily yang dapat dilihat pada Gambar 1. 1.

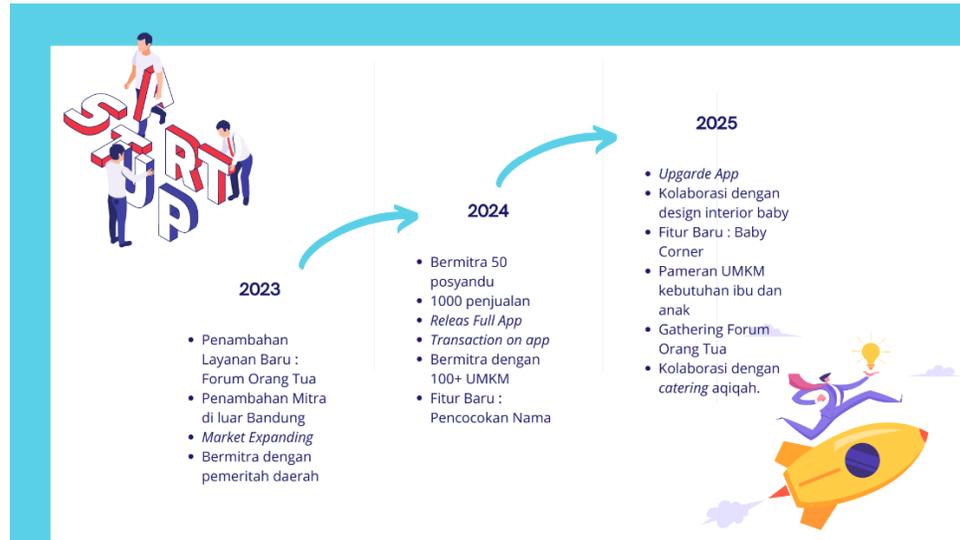
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> - Kader Posyandu - UMKM penyedia makanan bayi/balita - Komunitas Ibu Posyandu - Puskesmas 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> - Konten edukasi parenting digital - Maintenance, upgrading pada IT sistem 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> - Pengadministrasian posyandu lebih cepat - Stunting terdeteksi lebih dini - Memberikan edukasi parenting dari sumber terpercaya - Konsumen lebih cepat dalam mencari produk kebutuhan ibu dan anak - Produk UMKM di Indonesia 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> - Free services untuk posyandu - Free registration untuk orang tua - Promo - Testimoni produk dan layanan - Upgrade aplikasi 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> - Posyandu Kota Bandung - Orang tua yang memiliki bayi dan balita - Komunitas Posyandu - Ibu muda yang baru memiliki bayi/balita - Ibu yang memiliki bayi/balita (wanita karier)
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - Staff - Website Developer Team - Marketing/Sales - Admin 		Channels <ul style="list-style-type: none"> - Social media - Testimoni - Website/ Aplikasi - Event 	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> - Biaya marketing - Gaji staff - Hosting dan domain - Biaya Operasional 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - Iklan aplikasi website - Registrasi UMKM - Transaksi penjualan 		

Gambar 1. 1 Bussines Model Canvas

1.6. Peta Jalan Startup

Berikut ini adalah peta startup yang telah dijalankan mulai dari kuartal 4 pada tahun 2019 sampai dengan proyeksi 5 tahun kedepan.





Gambar 1. 2 Peta Jalur Startup