

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang disingkat dengan UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Menurut Heri Akhmadi selaku duta besar Republik Indonesia untuk Negara Jepang, beliau mengatakan bahwa "UMKM identik dengan tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM dapat memberi kontribusi sebesar 60% produk domestik bruto (PDB), dan mampu membuat lapangan kerja sekitar 120 juta angkatan kerja." [1].

Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang selalu ada. Salah satu tantangan yang menjadi perhatian saat ini adalah semenjak adanya pandemi Covid-19 UMKM mengalami kesulitan dalam kegiatan penjualan dan kegiatan produksi sehingga menyebabkan menurunnya pendapatan. UMKM harus mulai mengubah cara berjualan yang awalnya secara langsung kini beralih secara online supaya tetap dapat mempertahankan usahanya dan tidak tertinggal zaman. Selain itu, pemasaran secara online juga memiliki banyak keuntungan, seperti jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih murah dan dapat tersedia 24 jam.

Sayangnya, banyak pemilik UMKM yang masih awam terhadap digital sehingga kesulitan dalam bersaing dengan para UMKM yang sudah mulai beralih ke digital. Pemerintah menghitung data bahwa ada 64 juta pelaku UMKM di Indonesia, tetapi hanya 8 juta atau 13% pelaku UMKM yang sudah mulai go-digital [2], beberapa faktor yang menyebabkan pelaku UMKM tidak bisa beralih ke go-digital adalah pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan dan pemanfaatan teknologi belum optimal, manajemen waktu untuk mengelola dan memelihara sosial media (sarana go-digital) dengan produksi barang belum maksimal. Permasalahan tersebut menimbulkan dampak terhadap cakupan wilayah pemasaran yang



menjadi terbatas. Masalah lain yang dihadapi oleh UMKM yaitu branding dan packaging yang masih kurang menarik sehingga akan menjadi pertimbangan pembeli dalam membeli sebuah produk. Belum lagi ketika menggunakan aplikasi delivery service yang ada akan dikenakan biaya admin yang memberatkan UMKM.

Berdasarkan permasalahan UMKM yang telah dijabarkan, pada bulan Desember 2019 dilakukan sebuah perancangan inovasi startup yang berjudul D'Creativ Indonesia. D'Creativ Indonesia mulai beroperasional pada 15 Agustus 2021 di Kabupaten Lampung Utara, Semuli Jaya dan kini meluaskan pasar hingga Kabupaten Bandung, Jawa Barat. 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.

1.2 Identifikasi Masalah

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

- a. Bagaimana membantu UMKM untuk dapat memanfaatkan sarana dan prasarana digital sehingga UMKM dapat naik kelas?
- b. Bagaimana memberikan layanan edukasi dan layanan digital marketing pada UMKM untuk pemasaran produknya?
- c. Bagaimana memfasilitasi UMKM di daerah-daerah pelosok untuk dapat mengirimkan produknya secara instan kepada konsumen?
- d. Bagaimana memfasilitasi dalam memanfaatkan digital marketing dan peningkatan branding pada UMKM?

1.3 Solusi

Berdasarkan pemaparan identifikasi masalah, kami memberikan beberapa solusi yang dapat bermanfaat untuk para pelaku UMKM untuk



mengembangkan usaha dan pemasarannya dengan memanfaatkan layanan yang terdapat pada D'Creativ Indonesia diantaranya:

a. DShop

Merupakan layanan D'Creativ Indonesia yang menyediakan *marketplace* untuk UMKM dapat memasarkan produknya secara digital (*online*) secara praktis, mudah dah efisien.

b. DKurir

Merupakan layanan penunjang DShop yang akan membantu dalam segi pengantaran produk UMKM kepada calon konsumen.

c. DManage & DBranding

DManage merupakan layanan yang memfasilitasi UMKM dalam bidang mengelola dan mengatur penjualan di media sosial maupun platform marketplace lainnya dalam bentuk penyediaan Sumber Daya Manusia untuk menjadi admin. Kemudian terdapat layanan DBranding yang memfasilitasi UMKM pada branding produknya meliputi foto produk serta pembuatan packaging dengan ide desain yang menarik, unik dan mengikuti tren masa kini agar UMKM lokal tidak tertinggal zaman dengan biaya yang terjangkau.

d. DEducation

DEducation merupakan layanan yang memfasilitasi UMKM untuk mendapatkan edukasi mengenai digitalisasi supaya dapat meningkatkan skill pelaku UMKM sehingga dapat mengembangkan bisnisnya dan bersaing dengan pasar. Beberapa contoh layanan yang diberikan yaitu memberikan edukasi mengenai pengenalan pemasaran digital berbentuk workshop atau sosialisasi tatap muka, webinar, modul atau video. D'Creativ Indonesia memberikan edukasi yang dapat diterapkan secara mudah dan menyesuaikan dengan tren terbaru.

Dari solusi yang sudah dirancang, layanan ini akan bermanfaat bagi para UMKM, komunitas UMKM maupun konsumen produk UMKM. Karena fitur-fitur tersebut saling terkait serta dapat membuat pendapatan UMKM lebih meningkat dan menjadikan usahanya lebih berkembang.



1.4 Target Pasar

Target pasar yang telah ditetapkan oleh D'Creativ Indonesia yaitu dapat dijabarkan dengan metode **STP** (Segmenting, Targeting, Positioning) sebagai berikut.

a. Segmenting

Secara demografis, target pasar D'Creativ yaitu masyarakat berumur 17-45 tahun di usia produktif baik laki-laki atau perempuan dan kewarganegaraan Indonesia. Secara letak geografis, target pasar D'Creativ yaitu untuk saat ini D'Creativ memulai dari Kabupaten Lampung Utara, Provinsi Lampung Utara dan Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Secara psikografis target D'Creativ yaitu masyarakat yang menyukai produk lokal dan layanan praktis.

b. Targeting

Tahapan ini menentukan segmen yang akan menjadi target pemasaran. Terdapat tiga target dari D'Creativ yaitu UMKM, Komunitas UMKM, serta konsumen yang lebih menyukai produk-produk UMKM.

c. Positioning

Dengan target pasar yang sudah ada maka penawaran untuk target pasar D'Creativ Indonesia yaitu menyediakan *marketplace* berbasis Website maupun Android. Serta menyediakan layanan jasa branding dan packaging, admin sosial media, katalog produk UMKM kemudian juga memberikan edukasi kepada UMKM berupa workshop.

1.5 Model Bisnis

Pada *startup* D'Creativ Indonesia, model bisnis yang diterapkan oleh D'Creativ Indonesia terdapat beberapa macam, yaitu :



a. Business to Business (B2B)

D'Creativ melakukan kerjasama dengan UMKM untuk memberikan fasilitas kepada UMKM dengan layanan Dshop & Dmanage. Dengan layanan tersebut UMKM mudah dalam menggunakan fasilitas lain yang ada di D'Creativ Indonesia.

b. Community Service

D'Creativ Indonesia akan memberi dukungan pada para pelaku UMKM agar mendapatkan dana dari organisasi yang memiliki dana CSR atau dana hibah. model bisnis ini dapat menguntungkan berbagai pihak, organisasi dapat meningkatkan citra, UMKM dapat mengembangkan usahanya dan D'Creativ Indonesia dapat menghasilkan pendapatan dari layanan jasa yang di tawarkan.

Adapun Business Model Canvas yang digunakan oleh D'Creativ Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. 1 Business Model Canvas

1.6 Peta Jalan Startup

Berikut ini adalah peta startup yang telah dijalankan mulai dari kuartal 4 pada tahun 2021 sampai dengan proyeksi 5 tahun kedepan.

Kuartal II 2021

- Mengadakan workshop dan bazar
 Bekerjasama dengan 60 Mitra UMKM
 Bekerjasama dengan Ojek Pangkalan
 Transaksi Penjualan 700 Transaksi
 Canalesa Talasa Class KANAKER D.

• Speaker at Talent Class KEMNAKER RI

Kuartal I 2021

- Inkubasi StartUpHub
- Aktif di instagram @dcreativ_id
- & @dcreativ_shop

 Membangun website dcreativ.id
- Mempersiapkan launching layanan di Desa Semuli Jaya
- Lauching Website & App Dshop
 Membuka layanan di Desa
- Semuli Jaya



Kuartal III 2021

- · Pitching JCI Bandung Bali
- Pitching Investor GdeBrawiswara Putra
 Business Project UMN

D'Creativ Indonesia

- Best Economic Digital Solution
- Innovilage

 CBNC Tech Conference Startup Showcase
- Hacksprint & bootcamp 1000 Startup

D'Creativ Indonesia

Kuartal II 2022

- Inkubasi Eksternal Amikom Business Park Incubation

- Startup Idea Pitch Battle
 Tarumanegara Startup Summit & Expo
 Speaker at Startup talk #95 di ABP Incubator Yogyakarta
- Program CSR kolaborasi Telkom University
 Program Accelerator Indigo x Hub.id

Kuartal I 2022

- Membuka layanan official
- Melegalkan D'Creativ
 Indonesia
 Mengadakan volunteer
 Rekrutment team D'Creativ
 Tradespiration
- Indonesia
- Mencapai 10000 transaksi
- Speaker at Tel-U talk



Kuartal III 2022

- · Mempersiapkan transportasi layanan
- DKampus Bekerja sama dengan WarmingUp, Ko Lab dan Ketringan

 Launching layanan DKampus

 Rekrutmen tim operasional Kampus

 Kompetisi UTU Awards

- Mempersiapkan layanan jasa cetak kaos
 Kompetisi Shehacks



Kuartal 2024

- Membuka kantor layanan customer
 Menambah kategori layanan
 Mencari komunitas UMKM dan UMKM di Jawa Barat
- Menjangkau beberapa wilayah Jawa Barat
 Upgrade DShop
 Upgrade Dkurir

Kuartal 2023

Launching aplikasi iOSMenjangkau seluruh wilayah Sumatra

sumarra

Melakukan riset seluruh aspek
Mencapai 30000 transaksi
Membuka layanan foto
produk

Gambar 1. 2 Peta Jalan D'Creativ

D'Creativ Indonesia

Kuartal 2025

- Rekrutment karyawan D'Creativ Indonesia
 Gathering UMKM
 Mengikuti event pendanaan dan
 accelerator startup
 Evaluasi D'Creativ Indonesia
 Riset ke metaverse
 Upgrade aplikasi iOS dan playstore