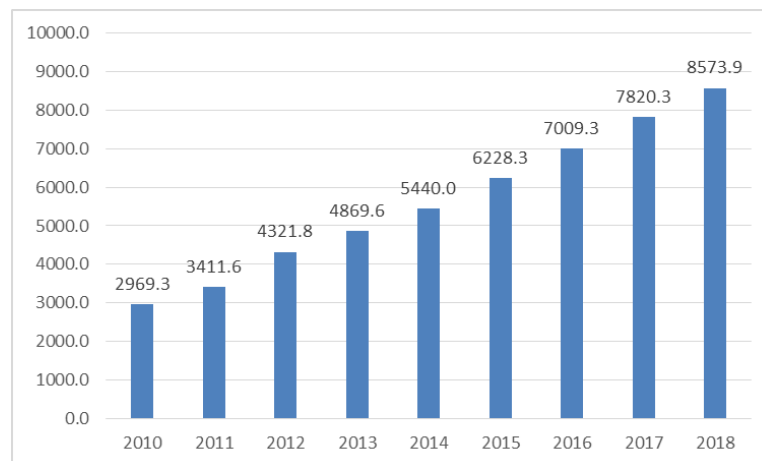


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disingkat UMKM merupakan salah satu aktor yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dilansir dari databoks, menurut Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, UMKM telah berkontribusi besar terhadap produk domestik burto (PDB) yang setiap tahunnya meningkat secara signifikan sejak tahun 2010-2018 hingga mencapai Rp 8.573,9 triliun. Selain itu, UMKM juga dirasa mampu membuka lapangan kerja baru dari berbagai bidang secara parsial mulai dari bidang pertanian, ekonomi, industri, kerajinan, dan sebagainya baik di sektor formal maupun non-formal (Munir, 2005). Sumbangan UMKM terhadap perekonomian di Indonesia dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Sumbangan UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia

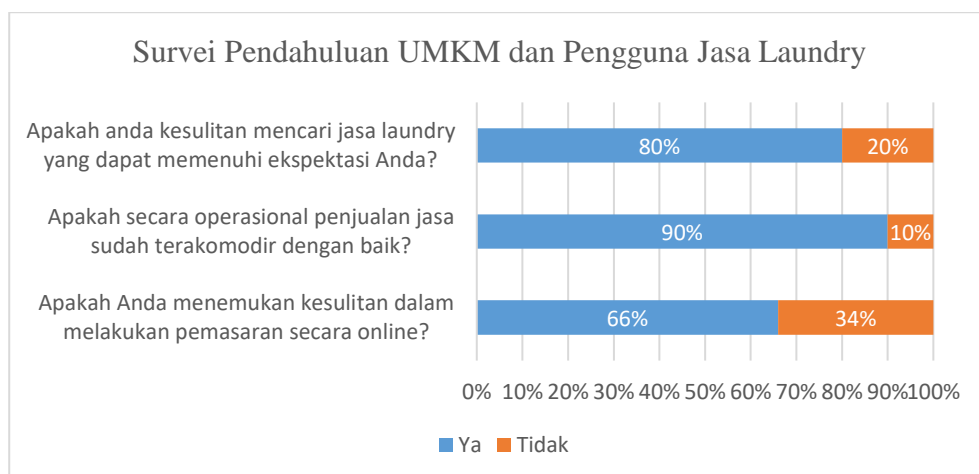
Sumber (Jayani & Fitra, 2020)

Kehadiran teknologi memaksa dan mendorong para pelaku bisnis untuk menransformasikan UMKM agar terdigitalisasi salah satunya adalah dengan menggunakan internet. Saat ini, internet dinilai bukan lagi menjadi sebuah eksistensi dari bisnis, melainkan menjadi kekuatan pendorong utama dalam perkembangan dunia bisnis (Apavaloaie, 2014). Di Indonesia sendiri, penggunaan internet dalam pengembangan bisnis menjadi sebuah peluang yang cukup besar. Sebuah riset menunjukkan 64% atau sekitar 175,4 juta warga negara Indonesia

telah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari (We Are Social dan Hootsuite, 2020). Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kementerian Kominfo, Septriana Tangkary, 9,4 juta dari total 60 juta jumlah UMKM yang ada di Indonesia sudah *go online* (Ginanjari, 2020). Data tersebut menunjukkan masih ada sekitar 84% UMKM yang masih belum menggunakan teknologi untuk perkembangan UMKM khususnya di bidang jasa *laundry* (Septarini & Husain, 2019).

Menurut Asosiasi *Laundry* Indonesia (ASLI) ada sekitar 132.000 jasa *laundry* di Indonesia dan angkanya terus berkembang (wpJakarta, 2020). Perkembangan angka jasa *laundry* ini dapat menimbulkan persaingan yang cukup ketat dengan para kompetitornya terutama untuk mendapatkan pelanggan. Kurangnya pengetahuan terhadap teknologi dan pemasaran menjadi kendala bagi UMKM khususnya jasa *laundry* untuk mampu bersaing dengan para kompetitornya (Fitriani & Sugiyanto, 2020; Trang, 2017), di sisi lain para pencari jasa *laundry* memiliki kesulitan dalam mencari penyedia jasa *laundry* yang terpercaya dan sesuai dengan permintaan dari pencari jasa (Nafis & Setiawan, 2019).

Survei pendahuluan dilakukan untuk mengonfirmasi dugaan tersebut dengan melakukan wawancara kepada 30 penyedia jasa *laundry* dan 30 mahasiswa yang pernah menggunakan jasa *laundry* sebagai pencari jasa *laundry*. Gambar I.2 menunjukkan hasil dari survei pendahuluan.



Gambar I.2 Hasil Survei Pendahuluan

Dari 30 penyedia jasa *laundry*, 66% mengatakan bahwa penyedia jasa *laundry* kesulitan untuk memasarkan jasa penyedia jasa *laundry* secara *online* dan 90% mengatakan bahwa secara operasional penjualan jasa penyedia jasa *laundry* belum terakomodir atau termonitori dengan baik. Sedangkan, dari sisi pencari jasa *laundry*, sebanyak 80% dari total *interviewee* mengatakan bahwa pencari jasa *laundry* kesulitan mencari dan memesan jasa yang masih bersifat konvensional karena itu seringkali para pengguna jasa *laundry* mengatakan jasa *laundry* yang ditemukan tidak sesuai dengan ekspektasi terutama dari sisi kualitas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dibutuhkan sebuah media yang mampu mempertemukan penyedia dan pencari jasa *laundry*. Salah satu media yang bisa dijadikan solusi adalah dengan kehadiran sebuah *marketplace online* khusus untuk jasa *laundry* dan para pencarinya yang terstandarisasi.

Infineeds merupakan sebuah *startup* yang berdiri sebagai *marketplace online* jasa *householding* atau kebutuhan rumah tangga khususnya di bidang jasa *laundry* atau cuci pakaian pada tahun 2020. Bermula dari permasalahan yang diutarakan oleh penyedia dan pencari jasa *laundry*, Infineeds berupaya untuk mempermudah kegiatan penjualan jasa *laundry* dari sisi pemasaran dan operasional serta pencarian jasa *laundry* yang sesuai dengan ekspektasi dengan bantuan teknologi informasi yang terstandarisasi.

Saat ini, *marketplace online* di bidang jasa sudah banyak dikembangkan oleh para pelaku bisnis. Tentunya tidak mudah dalam mengelola bisnis berupa *marketplace online*. Salah satu tantangan yang biasa dihadapi oleh bisnis *marketplace online* adalah terkendala dari sisi operasional dan sumber daya manusia yang terbatas sehingga jangkauan pasarnya mencangkup beberapa wilayah saja. Selain itu, bisnis di bidang *marketplace online* bisa terbilang cukup kompetitif sehingga dari sisi finansial dapat mengalami penurunan drastis dibandingkan pendapatan hanya untuk mendapatkan pelanggan saja (NHM, 2019). Tantangan ini juga berlaku pada *startup* Infineeds. Sebagai *startup* pendatang baru di bidang *marketplace online* jasa, Infineeds perlu memberikan nilai unik yang ditawarkan kepada konsumen dibandingkan dengan kompetitornya namun, Infineeds masih belum bisa mengidentifikasi nilai unik ini sehingga mampu lebih unggul dari

kompetitornya. Tantangan lain muncul dari jumlah sumber daya manusia yang terbatas hanya lima orang dengan pengalaman yang belum cukup andal. Sebagai *marketplace online* yang melakukan transaksi secara *online* juga, Infineeds belum mempunyai legalitas atau izin usaha. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen (Arum, 2015) yang akan menggunakan jasa Infineeds. Selain itu, Infineeds juga merupakan perusahaan rintisan sehingga pasarnya belum terbentuk.

Faktor-faktor tersebut yang menjadi tantangan bagi keberlanjutan Infineeds. Oleh karena itu, Infineeds perlu merumuskan langkah-langkah strategis yang dilakukan untuk menghadapi kondisi tersebut serta mendapatkan pasar yang lebih jelas. Selain itu, perencanaan model bisnis yang matang dapat menjadi acuan dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis agar lebih terarah serta sesuai dengan tujuan (Adieb, 2021). Maka dalam Tugas Akhir ini dilakukan perancangan model dan strategi pengembangan bisnis untuk *marketplace online* di bidang jasa *laundry* bernama Infineeds.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, didapatkan rumusan masalah yang akan dibahas pada Tugas Akhir:

1. Apa saja alternatif strategi pengembangan bisnis Infineeds agar bisnis berjalan secara keberlanjutan?
2. Strategi pengembangan bisnis yang seperti apa yang menjadi prioritas utama agar dapat dipilih oleh Infineeds?
3. Bagaimana usulan model bisnis yang sesuai menggunakan *business model canvas* untuk Infineeds?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Tugas Akhir dilakukan berdasarkan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis Infineeds agar bisnis berjalan secara berkelanjutan.

2. Menentukan prioritas strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi Infineeds.
3. Mengetahui model bisnis Infineeds menggunakan *business model canvas*.

I.4 Batasan Tugas Akhir

Hal yang menjadi batasan agar tidak menyimpang dari tujuan Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

1. Tugas Akhir dilakukan sampai tahap usulan dan tidak sampai kepada tahap implementasi.
2. Tugas Akhir ini hanya melibatkan pemangku kepentingan internal Infineeds sebagai responden.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapatkan pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Infineeds dalam menjalankan bisnis.
2. Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi bahwa metode QSPM dapat diimplementasikan dalam memberikan usulan model bisnis.

I.6 Sistematika penulisan

Tugas Akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang Tugas Akhir, perumusan masalah Tugas Akhir, tujuan Tugas Akhir, batasan Tugas Akhir, manfaat Tugas Akhir, dan sistematika penulisan Tugas Akhir.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini literatur-literatur yang relevan dan mendasari Tugas Akhir dijelaskan dengan permasalahan yang diteliti serta pembahasan terkait Tugas Akhir-Tugas Akhir terdahulu. Tugas Akhir terdahulu dijelaskan untuk mendapatkan analisis yang kongkrit terkait pemilihan metode.

Bab III Metodologi Penyelesaian Masalah

Pada bab ini dijelaskan kosep pemikiran Tugas Akhir dan langkah-langkah Tugas Akhir secara sistematis agar tujuan Tugas Akhir tercapai.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Pada bab ini dijelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan pengumpulan data serta memaparkan hasil pengolahan data. Pada bagian ini juga menjelaskan seluruh kegiatan yang terlibat dalam perancangan sistem terintegrasi untk penyelesaian masalah.

Bab V Analisis Hasil dan Evaluasi

Pada bab ini dijelaskan analisis dari hasil olah data yang dilakukan pada bab sebelumnya. Hasil analisis dijelaskan secara mendetail mengenai temuan hasil Tugas Akhir serta refleksinya terhadap tujuan Tugas Akhir.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan Tugas Akhir yang menjawab tujuan-tujuan Tugas Akhir. Saran Tugas Akhir diberikan kepada objek Tugas Akhir.