

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar pada pola aktivitas ekonomi masyarakat Indonesia. *Internet* kini tidak lagi sekadar sarana komunikasi, tetapi telah menjadi infrastruktur utama dalam aktivitas perdagangan digital. Berdasarkan Survei *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (APJII) tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang dengan tingkat penetrasi sebesar 78,19% [1]. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas penduduk telah terhubung ke ekosistem digital, sehingga membuka peluang luas bagi pertumbuhan bisnis berbasis *daring*.

Perubahan menuju digitalisasi tersebut juga mendorong munculnya model bisnis jasa titip (jastip) atau *personal shopper*, yaitu layanan perantara yang menghubungkan konsumen dengan penyedia jasa untuk memperoleh barang yang sulit dijangkau secara langsung. Jasa titip dapat dibedakan menjadi jasa titip lokal dan luar negeri. Jasa titip lokal membantu konsumen memperoleh produk dari daerah lain di Indonesia, sedangkan jasa titip luar negeri membantu memperoleh produk dari negara lain melalui perantara atau *personal shopper*. Keduanya memberikan kemudahan dalam memperoleh produk yang tidak tersedia di wilayah konsumen, dengan perbedaan terutama pada proses pengadaan dan pengiriman [9].

Penelitian *Kolopaking* (2024) mengungkapkan bahwa penggunaan jasa titip dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, kemudahan proses, faktor sosial, serta kebutuhan akan produk yang sulit diakses secara langsung oleh konsumen. Salah satu bentuk layanan jasa titip yang berkembang adalah jasa titip produk luar negeri, yaitu layanan yang membantu konsumen memperoleh barang dari negara lain yang sulit dijangkau secara langsung. Penggunaan layanan ini didorong oleh kebutuhan konsumen terhadap produk tertentu, pertimbangan ekonomis, kondisi situasional, serta kemudahan dalam memperoleh dan membeli produk melalui jasa titip [2].

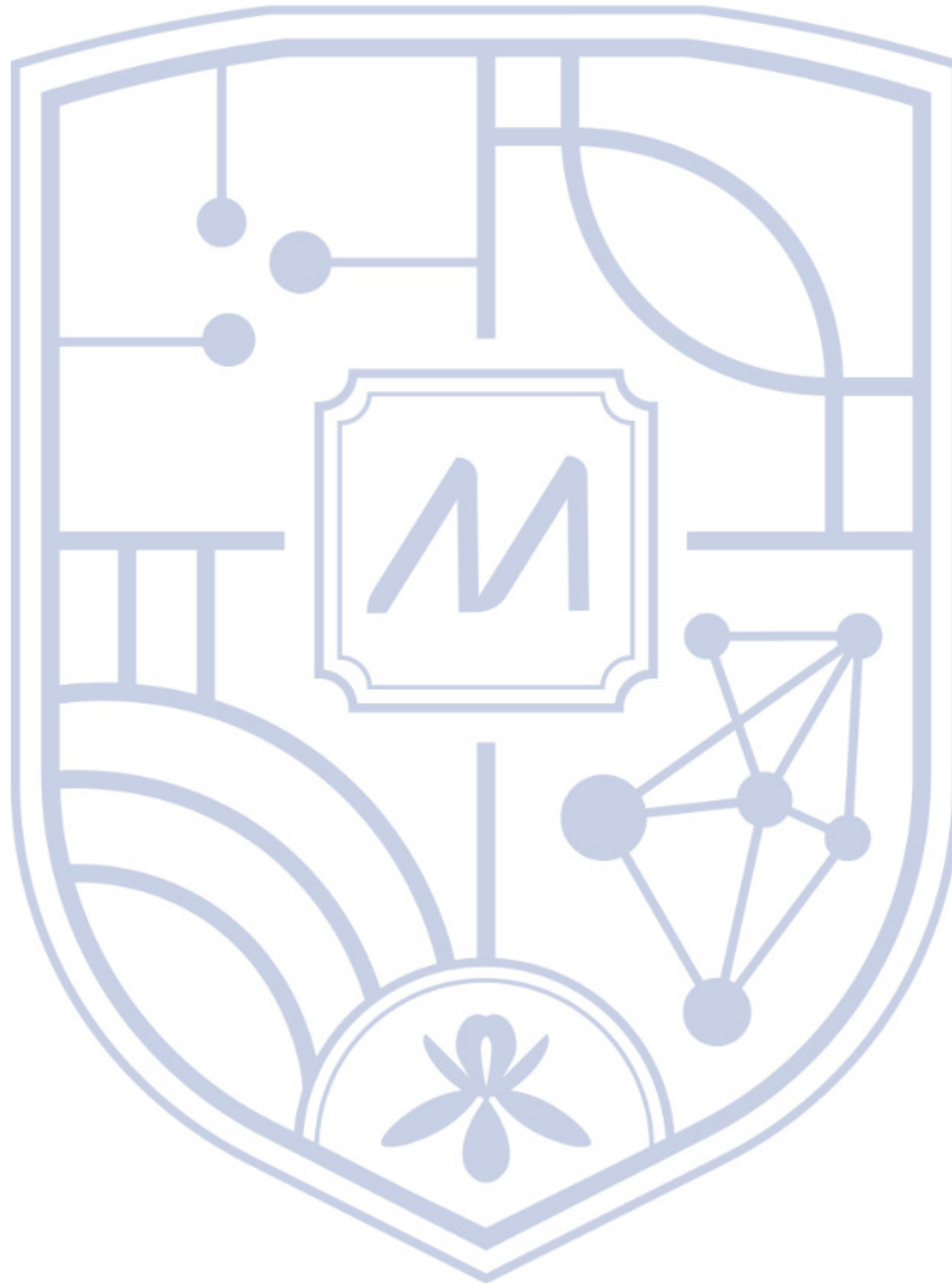
Secara umum, bisnis jasa titip dikelola melalui media sosial seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook* dan *TikTok*. Meskipun memberikan kemudahan, sifat informal dari sistem bisnis ini menciptakan berbagai masalah, termasuk potensi penipuan serta hilangnya jaminan keamanan dalam transaksi antara penyedia jasa titip dan pelanggan [3]. Hasil survei Jakpat tahun 2022 menunjukkan bahwa 62% pengguna layanan jasa titip merasa khawatir akan keamanan transaksi akibat tidak adanya perlindungan konsumen yang memadai [4]. Selain itu, proses transaksi masih berlangsung secara manual yang membuatnya rentan

terhadap kecurangan. Permasalahan terkait keamanan dan perlindungan konsumen menjadi perhatian utama dalam praktik transaksi digital, termasuk pada layanan jasa titip berbasis *online*. Penelitian *yuridis* menunjukkan bahwa transaksi jasa titip sering kali hanya bergantung pada prinsip saling percaya tanpa didukung oleh perlindungan hukum yang memadai, sehingga konsumen berada pada posisi yang kurang terlindungi ketika terjadi cacat barang atau kerugian akibat transaksi tersebut [5]. Situasi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan akan model bisnis jasa titip yang lebih terorganisasi dan mekanisme transaksi yang lebih aman, transparan, dan terstruktur menjadi hal yang penting dalam pengembangan platform jasa titip yang profesional.

Saat ini telah tersedia beberapa *platform* digital yang memfasilitasi layanan jasa titip, salah satunya adalah TitipBeliin. *Platform* tersebut menyediakan layanan pembelian barang dari luar negeri dan memfasilitasi proses transaksi lintas negara. Namun, model operasional *platform* yang ada umumnya masih terfokus pada jastip luar negeri dan belum secara optimal mengintegrasikan potensi pasar domestik. Padahal, Indonesia memiliki kondisi geografis kepulauan yang menyebabkan distribusi produk antarwilayah belum merata. Kondisi tersebut membuka peluang pengembangan layanan jasa titip domestik sebagai salah satu alternatif distribusi produk, termasuk produk UMKM lokal, melalui pemanfaatan platform digital [6]. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM berjumlah puluhan juta unit dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja. Digitalisasi UMKM terus meningkat, namun distribusi produk antar wilayah masih menghadapi tantangan logistik, promosi, dan kepercayaan konsumen. Dalam konteks ini, platform jasa titip domestik dapat berfungsi sebagai sistem kurasi dan distribusi berbasis permintaan (*demand-driven*), sehingga memperluas akses pasar produk lokal ke berbagai daerah. Dengan basis pengguna internet yang besar (APJII, 2023) dan pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang konsisten dalam lima tahun terakhir, kebutuhan terhadap model distribusi yang fleksibel dan berbasis komunitas masih sangat relevan [7] [8].

Dari uraian masalah tersebut, dibutuhkan suatu model bisnis jasa titip yang tidak hanya memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengguna, tetapi juga memiliki nilai bisnis yang jelas dan berkelanjutan. JastipGo merupakan startup berbasis teknologi yang menyediakan layanan jasa titip melalui aplikasi *mobile* yang mempertemukan konsumen sebagai pengguna layanan dengan jastiper sebagai penyedia jasa titip untuk memperoleh produk dari berbagai lokasi, baik dalam negeri maupun luar negeri. JastipGo tidak hanya berfokus pada layanan jastip luar negeri, tetapi juga mengintegrasikan pasar domestik untuk memperluas akses konsumen terhadap produk dari berbagai wilayah. Model bisnis ini

menerapkan mekanisme komisi transaksi sebagai sumber pendapatan utama serta mendukung proses transaksi yang lebih terorganisasi melalui sistem pemesanan, pembayaran, pelacakan, dan mekanisme pengaduan pengguna. Dengan model bisnis tersebut, JastipGo memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai startup digital yang berkelanjutan.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peluang pasar dan potensi pengembangan bisnis aplikasi jasa titip JastipGo di Indonesia?
2. Bagaimana model bisnis yang tepat untuk diterapkan pada aplikasi jasa titip JastipGo agar mampu menciptakan nilai bagi pelanggan serta memiliki keunggulan kompetitif?
3. Bagaimana menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan JastipGo kepada masyarakat serta meningkatkan jumlah pengguna secara berkelanjutan?
4. Bagaimana strategi operasional yang tepat untuk mendukung penyelenggaraan layanan jasa titip berbasis digital yang efektif, efisien, dan berkelanjutan?

1.3 Tujuan

Tujuan dari topik tugas akhir ini adalah untuk menyusun perencanaan bisnis startup JastipGo yang menyediakan layanan jasa titip berbasis *mobile* dengan mengintegrasikan layanan jasa titip dalam negeri, jasa titip luar negeri, serta promosi produk UMKM dalam satu *platform* digital.

1.4 Manfaat

Manfaat yang akan diperoleh dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan acuan dalam penyusunan dan pengembangan bisnis JastipGo melalui identifikasi peluang pasar dan potensi bisnis, sehingga startup memiliki arah pengembangan usaha yang lebih jelas dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Menjadi pedoman dalam penyusunan model bisnis JastipGo yang mampu menciptakan nilai bagi pelanggan, membangun keunggulan kompetitif, serta mendukung keberlanjutan usaha.
3. Memberikan dasar dalam penyusunan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap JastipGo, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan jumlah pengguna secara berkelanjutan.
4. Memberikan pedoman dalam penyusunan strategi operasional yang mendukung penyelenggaraan layanan jasa titip secara efektif, efisien, dan berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

1.5 Ruang Lingkup

Tugas akhir ini akan membuat sebuah rencana bisnis yang dibutuhkan untuk mengembangkan sebuah *startup* layanan jasa titip berbasis *mobile* sebagai pihak ketiga

(JastipGo). Adapun ruang lingkup penelitian ini meliputi:

1. Analisis peluang pasar dan potensi bisnis JastipGo, yang mencakup identifikasi target pasar, analisis kebutuhan konsumen, serta peluang pengembangan bisnis jasa titip berbasis digital di Indonesia.
2. Penyusunan model bisnis JastipGo, yang meliputi penyusunan *Business Model Canvas (BMC)* sebagai dasar dalam menggambarkan proposisi nilai, segmen pelanggan, aktivitas utama, sumber daya utama, mitra utama, saluran distribusi, hubungan pelanggan, struktur biaya, dan sumber pendapatan.
3. Penyusunan strategi operasional, yang meliputi perancangan proses bisnis, alur operasional layanan jasa titip, struktur organisasi, pembagian tugas, serta kebutuhan sumber daya manusia dalam mendukung operasional startup JastipGo.
4. Penerapan *framework* dan metodologi perencanaan bisnis: lingkup ini mencakup penggunaan beberapa kerangka kerja dan metodologi, antara lain:
 - a. *Business Model Canvas (BMC)* untuk memetakan model bisnis JastipGo.
 - b. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis.
 - c. Metode *Lean Startup* untuk merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.
 - d. *Process Map* untuk memetakan alur proses bisnis dalam sistem.