

**WEB RUMAH KREATIF MASYARAKAT DHARMASRAYA: PEMBERDAYAAN
UMKM MELALUI INOVASI DIGITAL**

*Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Bisnis*



Program Studi : Bisnis Digital

Jenjang Pendidikan : Strata 1

Agung Cahya Prakarsa Situmeang

2020312001

**JURUSAN BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS PERINTIS INDONESIA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agung Cahya Prakarsa Situmeang

Nim : 2020312001

Fakultas : EKONOMI, BISNIS DAN ILMU SOSIAL

Jurusan : **BISNIS DIGITAL**

Menyatakan bahwa :

1. Sesungguhnya skripsi karya yang saya susun ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi karya yang saya peroleh dari hasil karya tulis orang lain, telah saya tuliskan sumbernya dengan jelas, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.
2. Jika dalam pembuatan skripsi karya baik pembuatan program maupun skripsi secara keseluruhan ternyata terbukti dibuatkan oleh orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan akademis, berupa pembatalan skripsi karya dan mengulang penelitian serta mengajukan judul baru.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Padang, 29 Oktober 2024

Saya yang menyatakan,



Agung Cahya Prakarsa Situmeang
NIM: 2020312001

LEMBAR PERSETUJUAN

**WEB RUMAH KREATIF MASYARAKAT DHARMASRAYA: PEMBERDAYAAN
UMKM MELALUI INOVASI DIGITAL**

Yang Dipersiapkan dan Disusun oleh :

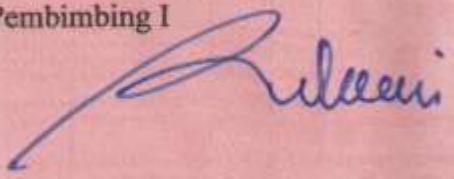
Agung Cahya Prakarsa Situmeang

2020312001

Telah Memenuhi Persyaratan untuk Diajukan
di Depan Dewan Penguji Pada
Seminar Hasil

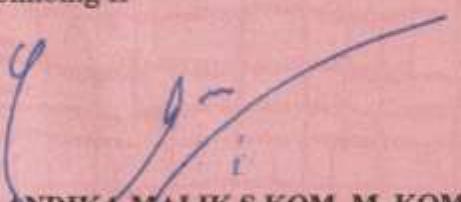
Padang, 21 September 2024

Pembimbing I



Hj. RAFNELLY RAFKI, SE..SH..M.BA.M.KN
NIDN: 1003086602

Pembimbing II



RIO ANDIKA MALIK,S.KOM, M. KOM
NIDN : 1019058907

LEMBAR PENGESAHAN

WEB RUMAH KREATIF MASYARAKAT DHARMASRAYA: PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI INOVASI DIGITAL

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

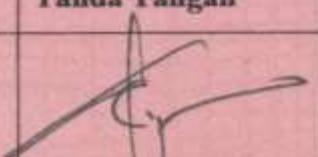
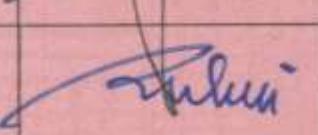
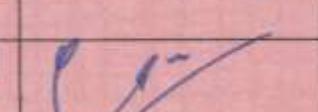
Agung Cahya Prakarsa Situmeang

2020312001

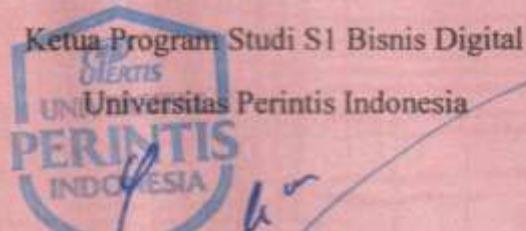
Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Pengaji

Pada Tanggal, 21 September 2024

Dinyatakan Telah Lulus Memenuhi Syarat

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	DRS. NOFRIADI, MM	Pengaji I	
2	HJ. RAFNELLY RAFKI, SE..SH..M.BA.M.KN	Pengaji II / Pembimbing I	
3	RIO ANDIKA MALIK, S.KOM., M. KOM	Pembimbing II	

Padang, 21 September 2024



RINGKASAN

JUDUL SKRIPSI : WEB RUMAH KREATIF MASYARAKAT

DHARMASRAYA: PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI INOVASI DIGITAL

NAMA : Agung Cahya Prakarsa Situmeang

NO BP : 2020312001

FAKULTAS : FAKULTAS EKONOMI, BISNIS DAN ILMU SOSIAL

JURUSAN : BISNIS DIGITAL

JENJANG PENDIDIKAN : S1

PEMBIMBING : 1. HJ. RAFNELLY RAFKI, SE..SH..M.BA.M.KN

2. RIO ANDIKA MALIK,M. KOM

Isian Ringkasan

Proyek Web Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Kabupaten Dharmasraya melalui inovasi digital. Inisiatif ini berfokus pada peningkatan literasi digital pelaku UMKM, menyediakan platform online yang mendukung pemasaran digital, pengelolaan bisnis, serta akses ke sumber daya keuangan dan pasar. Melalui website ini, UMKM dapat mengikuti kursus dan pelatihan online, bergabung dalam forum diskusi, serta memanfaatkan marketplace untuk menjual produk mereka. Harapan utamanya adalah membantu UMKM Dharmasraya berkembang lebih mandiri dan berdaya saing di pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional.

Kata kunci : *Pemberdayaan UMKM, Inovasi Digital, Pemasaran Digital, Transformasi Digital, Literasi Digital, Ekonomi Lokal, Platform Edukasi.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dan tak lupa salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjasa besar dengan membuka jalan dalam perkembangan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Tujuan dari penulisan skripsi karya ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana Strata Satu pada Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Perintis Indonesia. Alhamdullilah, dengan izin Allah akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Web Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya: Pemberdayaan Umkm Melalui Inovasi Digital”**.

Harapan penulis adalah bahwa karya ini akan bermanfaat bagi masyarakat umum sehingga dapat digunakan dan kembali dikembangkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam penulisan skripsi karya ini penulis menyadari adanya kekurang-kekurangan yang terdapat dalam penyajiannya, hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan penulis miliki, namun berkat bantuan, bimbingan dan petunjuk yang tak ternilai harganya dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam penyusunan skripsi karya ini.

Dalam penulisan skripsi karya ini, tidak terlepas dari dukungan bantuan berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Yohandes, SH, MH selaku Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Perintis Indonesia.
2. Ibu Dr. Yasmina, S.Kep, Ns. M.Kep. SP.Kep,Kom selaku Rektor Universitas Perintis Indonesia.
3. Bapak Drs. Nofriadi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Soaial Universitas Perintis Indonesia.

4. Bapak Rio Andika Malik, S.Kom, M.Kom, selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Perintis Indonesia.
5. Ibu Hj. Rafnelly Rafki, Se..Sh..M.Ba.M.Kn , selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan dalam penyusunan atau penulisan skripsi karya ini.
6. Bapak Rio Andika Malik, S.Kom, M.Kom , selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan dan kontribusi dalam penyusunan atau penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah mendidik dan mengajar penulis berbagai disiplin ilmu di Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial.
8. Orang Tua Tercinta (Papa dan Mami) , Anak (Abang Thilla) serta Saudara saudaraku yang selalu memberikan Doa terbaiknya, semangat dan dukungannya kepada saya
9. Abang dan Ipar (Marlon Martua Situmeang & Hj. Rafnelly Rafki) yang secara langsung dari awal mendukung saya untuk mengambil jurusan ini
10. Dan Seluruh rekan-rekan seperjuangan progam studi S1 Bisnis Digital angkatan 2020 , Atas kekompakan nya selama ini
11. Serta seluruh pihak yang mendukung dan berkontribusi dalam proses saya menuju kelulusan ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi karya ini, hasilnya masih jauh dari kesempurnaan.

Untuk itu penulis sangat mengharapkan saran-saran dan kritikan dari pembaca demi untuk kesempurnaan skripsi karya ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi karya yang sederhana ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi kita semua.

Padang, 30 Oktober 2024
Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	2
3. Tujuan Penelitian	3
4. Manfaat Penelitian	3
5. Ruang Lingkup Penelitian	4
6. Sistematika Pelaporan	6
BAB II PERENCANAAN BISNIS	8
2.1 Profil Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya	8
2.2 Model Bisnis	9
2.2.1 Customer Segments	10
2.2.2 Problem	11
2.3 Marketing Mix	12
2.4 Analisa SWOT Aspek Pasar dan Pemasaran	13
2.5 Aspek Operasi / Produksi	17
2.6 Aspek Organisasi dan SDM	20
2.6.1 Struktur Organisasi	20
2.6.2 Peran dan Tanggung Jawab	22
2.7 Aspek Keuangan	23
2.7.1 Pendapatan	23
2.7.2 Biaya Operasional	24
2.7.3 Sumber Daya Keuangan	25
2.7.4 Proyeksi Pendapatan dan Biaya	25

2.7.5 Pengelolaan Arus Kas	26
2.7.6 Pengukuran Kinerja Keuangan	26
2.8 Aspek Teknologi Digital	28
2.8.1 Use Case	28
2.8.2 Activity Diagram	30
2.8.3 Wireframe (Kerangka Awal)	31
BAB III PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL	33
3.1 Pengembangan Aspek Digital	33
3.2 Desain dan Pengembangan	34
3.2.1 Spesifikasi Fungsional	34
3.2.2 Spesifikasi Teknis	37
3.2.3 Desain Antar Muka	37
3.2.4 Fitur Utama	39
3.3 Implementasi dan Peluncuran	43
3.3.1 Strategi Peluncuran	43
3.3.2 Pemasaran Digital	44
3.3.3 Perbaikan dan Pembaruan	45
3.4 Tantangan dan Solusi	45
3.4.1 Tantangan Teknis	46
3.4.2 Tantangan Pengguna	47
3.4.3 Tantangan Operasional	48
BAB IV LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS	49
4.1 Profil Bisnis	49
4.2 Model Bisnis	57
4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran	59
4.4 Aspek Operasi/Produksi	62
4.5 Aspek Organisasi dan SDM	66
4.6 Aspek Keuangan	67
4.7 Strategi Peningkatan dan pengembangan	69
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Rekomendasi	75
Daftar Pustaka	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bisnis Model Canvas	10
Gambar 2.2 Analisis SWOT untuk Proyek Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya	15
Gambar 2.3 Struktur Organisasi	21
Gambar 2.4 Use case	29
Gambar 2.5. Activity Diagram	30
Gambar 2.6 <i>Wireframe</i> (Kerangka Awal)	31
Gambar 3.1 Proses Pembayaran Online	35
Gambar 3.2 Hasil Pembayaran Online	35
Gambar 3.3 Kursus dan Pelatihan Online	36
Gambar 3.4 Forum Diskusi	36
Gambar 3.5. Desain Antar Muka	38
Gambar 3.6 Desain Responsif	38
Gambar 3.7 Kontak	40
Gambar 3.8 Kategori	40
Gambar 3.9 Berita	41
Gambar 3.10. Kursus	42
Gambar 4.1 Akte Pendirian Badan Usaha	50
Gambar 4.2. Akte Notaris 1	51
Gambar 4.3. Akte Notaris 2	52
Gambar 4.4. NIB CV 1	53
Gambar 4.5. NIB CV 2	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Proses Produksi	19
Tabel 2.2 Peran dan tanggung jawab struktur organisasi	22
Tabel 2.3. Total Pendapatan dan Biaya	25
Tabel 2.4. Rencana dan Jadwal Penelitian	32
Tabel 4.1. Rencana dan Jadwal Penelitian	65
Tabel 4.2 Forecast biaya Operasional 0 - 6 bulan	67
Tabel 4.3 analisa SWOT Terbaru	70

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dharmasraya, sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, menggambarkan sebuah wilayah dengan potensi ekonomi yang signifikan, khususnya dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut informasi dari Langgam.id, Kabupaten Dharmasraya memiliki 8.600 UMKM yang aktif pada tahun 2020 (Zubrizal, 2020). Keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah ini diharapkan memainkan peran penting dalam mendukung sektor ekonomi lokal. Dengan perkembangan UMKM yang pesat, wilayah Dharmasraya berpotensi untuk berkembang menjadi daerah dengan ekonomi yang mandiri dan berdaya saing tinggi. Dukungan terhadap UMKM ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan, menjadikan Dharmasraya sebagai contoh sukses pengembangan ekonomi berbasis komunitas (Tambunan, T. (2019)).

Di era globalisasi saat ini, transformasi digital dianggap sebagai kunci utama untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Menurut sebuah studi oleh McKinsey & Company, digitalisasi bisa membantu UMKM meningkatkan pendapatan mereka hingga 30% dan mengurangi biaya operasional hingga 20% [(McKinsey & Company, 2019)](<https://www.mckinsey.com>). Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi informasi bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keharusan. Penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital dapat signifikan meningkatkan kinerja keuangan dan operasional UMKM. Sebuah studi menunjukkan bahwa intensitas transformasi digital berkorelasi positif dengan kinerja operasional berbasis proses dan kinerja keuangan yang berorientasi pada keuntungan [(Guo & Xu, .2021)] (<https://www.mdpi.com/2071-1050/13/22/12844>)

Keterbatasan Pengetahuan Digital: Survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI menunjukkan bahwa hanya sekitar 40% pelaku UMKM di Sumatera Barat yang memanfaatkan internet untuk bisnis mereka, sementara sisanya belum terhubung secara digital (Kemkominfo, 2020). Pengelolaan Bisnis yang Kurang Efisien: Data dari Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMANDIRI) mengindikasikan bahwa lebih dari 50% UMKM di Indonesia, termasuk di Dharmasraya, masih mengelola stok dan keuangan mereka secara manual tanpa bantuan teknologi modern

(AKUMANDIRI, 2020). Akses terhadap Modal: Laporan Bank Indonesia mencatat bahwa akses terhadap kredit bagi UMKM masih menjadi tantangan besar, dengan hanya 35% UMKM yang menerima pembiayaan dari bank atau lembaga keuangan formal (Bank Indonesia, 2019).

Merespons kendala-kendala ini, "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya" dirancang sebagai solusi inovatif yang berbasis web. Platform ini bertujuan untuk Meningkatkan Literasi Digital: Memfasilitasi pelatihan dan akses informasi mengenai pemasaran digital dan e-commerce. Memfasilitasi Pengelolaan Bisnis yang Efisien: Mengintegrasikan alat-alat manajemen stok dan keuangan yang berbasis digital untuk memodernisasi operasional bisnis UMKM. Menyediakan Akses ke Sumber Modal: Berkolaborasi dengan lembaga keuangan untuk memberikan informasi dan fasilitasi akses ke produk pembiayaan yang sesuai (Nugroho, A., & Susilo, H. (2021)).

Website ini tidak hanya diharapkan sebagai portal informasi tetapi juga sebagai komunitas digital dimana pelaku UMKM dapat mengembangkan bisnis mereka. Melalui pembelajaran yang berkelanjutan dan kolaborasi, platform ini diharapkan untuk membawa transformasi nyata dalam skala ekonomi lokal, membawa Dharmasraya menjadi lebih kompetitif di kancah nasional maupun internasional. Dengan implementasi "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya", diharapkan terjadi peningkatan kapasitas dan kapabilitas UMKM untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam era digital yang kompetitif. Transformasi ini akan membuka pintu baru untuk Dharmasraya dalam memperkuat posisi ekonominya secara lebih luas dan berkelanjutan (Prasetyo, P. E., & Rachman, I. T. (2020)).

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, mengenai potensi dan kendala yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dharmasraya, beberapa rumusan masalah utama dapat diidentifikasi. Rumusan masalah ini akan membantu dalam memfokuskan tujuan dari pembangunan website "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya" serta mengarahkan pengembangan solusi yang efektif dan berkelanjutan.

1. Bagaimana Cara Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku UMKM Dharmasraya dalam Pemasaran Digital dan Branding?
2. Bagaimana Merancang Website yang dapat menjadi Solusi Efektif untuk Pemberdayaan UMKM di Dharmasraya?

3. Bagaimana merancang dan mengembangkan marketplace yang efektif untuk memfasilitasi penjualan produk-produk UMKM Dharmasraya secara online?

3. Tujuan Penelitian

Proyek pembangunan website "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya" bertujuan untuk menjawab beberapa permasalahan yang telah dirumuskan pada Bab 2. Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku UMKM Dharmasraya dalam Pemasaran Digital dan Branding. Tujuan ini berfokus pada pengembangan kapasitas pelaku UMKM di Dharmasraya agar mereka dapat lebih memahami dan menguasai strategi pemasaran digital serta teknik branding yang efektif. Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional.
2. Merancang Website yang dapat menjadi Solusi Efektif untuk Pemberdayaan UMKM di Dharmasraya.

Bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah platform digital berupa website yang dapat digunakan sebagai alat pemberdayaan bagi UMKM di Dharmasraya. Website ini dirancang untuk memberikan berbagai informasi dan sumber daya yang relevan, seperti pelatihan online, tips pemasaran, dan forum diskusi, sehingga dapat menjadi solusi efektif dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM.

3. Membangun yang efektif sebagai sarana penjualan produk-produk UMKM Dharmasraya, guna memperluas akses pasar dan meningkatkan penjualan.

Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kualitas dan kemandirian ekonomi UMKM di Kabupaten Dharmasraya.

4. Manfaat Penelitian

Proyek pembangunan website "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya" dirancang untuk memberikan manfaat yang substansial dan berkelanjutan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dharmasraya. Dengan fokus pada pemberdayaan digital, manfaat yang diharapkan meliputi peningkatan kemampuan

pemasaran digital, pembangunan branding yang efektif, serta perluasan penjualan dan jangkauan pasar. Berikut ini adalah elaborasi mendetail dari masing-masing manfaat tersebut:

1. Meningkatkan Kemampuan Pelaku UMKM dalam Mengimplementasikan Strategi Pemasaran Digital yang Efektif
2. Membantu UMKM dalam Membangun dan Mengelola Branding Produk Mereka di Pasar yang Lebih Luas
3. Meningkatkan Penjualan dan Jangkauan Pasar Pelaku UMKM Melalui Penggunaan Teknologi Informasi
4. Memungkinkan UMKM di Dharmasraya untuk memasarkan produk mereka melalui platform digital yang terintegrasi, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar.

Manfaat dari pembangunan website "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya" tidak hanya terbatas pada aspek komersial dan teknis tetapi juga memiliki implikasi sosial dan ekonomi yang signifikan:

1. Peningkatan Perekonomian Lokal: Dengan peningkatan bisnis UMKM, akan terjadi stimulasi ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan bagi penduduk lokal.
2. Kemandirian Ekonomi Pelaku UMKM: Pemberdayaan melalui teknologi memberi UMKM alat untuk menjadi mandiri secara ekonomi, mengurangi ketergantungan pada distributor besar, dan memperbaiki margin keuntungan mereka.
3. Inklusivitas Ekonomi: Dengan memberikan akses yang sama kepada sumber daya digital, kesenjangan ekonomi di antara pelaku usaha besar dan kecil dapat dikurangi, mempromosikan keadilan ekonomi.

5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup proyek pembangunan website "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya" dirancang untuk menyediakan sebuah platform komprehensif yang mendukung pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dharmasraya. Ini mencakup berbagai aspek teknis dan edukatif yang akan

menyediakan alat-alat penting untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Berikut adalah detil dari ruang lingkup proyek ini:

1. Pengembangan Konten Edukatif Mengenai Teknik Pemasaran Digital, Pengelolaan Branding, dan Operasional Bisnis Online.

Konten edukatif yang akan dikembangkan meliputi serangkaian modul pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan digital UMKM dan mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam operasional bisnis mereka.

Teknik Pemasaran Digital: Modul ini akan mencakup kursus tentang SEO (Search Engine Optimization), pemasaran konten, pemasaran melalui media sosial, email marketing, dan advertising digital. Pelatihan ini bertujuan untuk mengajarkan UMKM cara menarik dan mempertahankan pelanggan melalui kanal online.

Pengelolaan Branding: Kursus ini akan mengajarkan pelaku UMKM tentang pentingnya branding dan bagaimana mengelola brand mereka secara efektif. Ini akan mencakup pembuatan identitas brand, pengembangan narasi brand, dan strategi komunikasi brand.

Operasional Bisnis Online: Pelatihan tentang pengelolaan bisnis online yang akan mencakup sistem manajemen konten, e-commerce, keamanan siber, dan manajemen data pelanggan. Tujuan dari modul ini adalah untuk memastikan bahwa UMKM dapat mengoperasikan bisnis mereka secara online dengan aman dan efisien.

2. Pembuatan dan Pengelolaan Database Pelaku UMKM di Dharmasraya untuk Memudahkan Proses Networking dan Pemasaran

Pembangunan dan pengelolaan database UMKM yang komprehensif adalah kunci untuk memfasilitasi kolaborasi dan pemasaran yang efektif.

Database Pelaku UMKM: Database ini akan mencakup informasi dasar tentang UMKM di Dharmasraya, termasuk bidang usaha, produk, kapasitas produksi, dan informasi kontak. Ini akan memudahkan proses identifikasi dan kolaborasi antar UMKM serta dengan pihak ketiga.

Integrasi Data untuk Networking: Platform ini akan menyediakan fitur networking yang memungkinkan UMKM untuk menghubungkan dengan sesama UMKM, penyedia layanan, dan pelanggan potensial. Fitur ini akan mendukung UMKM dalam memperluas jaringan mereka dan mencari peluang baru.

Analitik Bisnis: Integrasi tools analitik yang akan membantu UMKM untuk memahami tren pasar, perilaku pelanggan, dan performa bisnis mereka secara real-time. Data ini sangat penting untuk perencanaan strategis dan pengambilan keputusan.

3. Penyediaan Fitur Interaktif di Website untuk Workshop, Webinar, dan Sesi Belajar Online

Platform ini akan dilengkapi dengan fitur-fitur interaktif yang mendukung proses belajar dan pembelajaran yang berkelanjutan.

Workshop dan Webinar: Penyelenggaraan event-event online seperti workshop dan webinar yang akan diadakan secara periodik. Topik-topik yang dibahas akan sangat relevan dengan kebutuhan UMKM, seperti teknik penjualan online, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran digital.

Sesi Belajar Online: Ruang virtual untuk sesi belajar interaktif akan tersedia, memungkinkan UMKM untuk berinteraksi secara langsung dengan para ahli dan pembicara tamu. Ini juga akan menjadi forum untuk diskusi kelompok dan mentorship.

Modul Pembelajaran Mandiri: Pembuatan konten pembelajaran yang dapat diakses kapan saja dan dari mana saja oleh pelaku UMKM. Konten ini akan mencakup video, tutorial, artikel, dan kuis yang dapat membantu UMKM untuk belajar dengan kecepatan mereka sendiri.

6. Sistematika Pelaporan

Dalam proposal ini, struktur laporan disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan sistematis tentang seluruh aspek proyek pembangunan website "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya". Sistematika laporan ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap aspek proyek dijelaskan dengan detail dan mendalam, mulai dari

konseptualisasi teoritis hingga implementasi praktis dan evaluasi. Berikut adalah rincian dari masing-masing bab dalam laporan ini:

BAB I. PENDAHULUAN, pada bab ini penulis membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan, Manfaat, Ruang Lingkup dan Sistematika Pelaporan.

BAB II. PERENCANAAN BISNIS, pada bab ini penulis membahas tentang Profil Bisnis, Model Bisnis, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Operasi, Aspek Organisasi/SDM, Aspek Keuangan, dan Aspek Teknologi Digital.

BAB III. LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS, pada bab ini penulis membahas tentang Profil Bisnis, Tinjauan Aspek Pasar dan Pemasaran, Tinjauan Aspek Operasi, Tinjauan Aspek Organisasi/SDM, Tinjauan Aspek Keuangan, dan Tinjauan Aspek Teknologi Digital.

BAB IV. IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH, pada bab ini penulis membahas tentang Identifikasi Masalah, Tinjauan Teoritis dan Pemecahan Masalah.

BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI, pada bab ini penulis membahas tentang Kesimpulan dan Rekomendasi.

BAB II

PERENCANAAN BISNIS

2.1 Profil Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya adalah sebuah inisiatif digital yang bertujuan untuk mendukung dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Dharmasraya. Platform ini dikembangkan sebagai pusat informasi, edukasi, dan kolaborasi bagi para pelaku UMKM, dengan fokus utama untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam pemasaran digital dan branding. Website Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya menyediakan berbagai fitur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan UMKM, termasuk pelatihan online yang dapat diakses kapan saja, tips dan strategi pemasaran yang praktis, serta forum diskusi untuk berbagi pengalaman dan solusi. Dengan adanya platform ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal maupun nasional, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan, dan menciptakan ekosistem UMKM yang inovatif dan mandiri.

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya (www.rumahkreatifmasyarakatdharmasraya.com) adalah sebuah inisiatif digital yang berfokus pada pemberdayaan UMKM di wilayah Dharmasraya melalui pendidikan dan pelatihan berbasis teknologi. Nama ini dipilih untuk mencerminkan misi dan visi dari startup ini, yaitu menciptakan sebuah wadah kreatif di mana masyarakat, terutama pelaku UMKM, dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam bidang pemasaran digital dan bisnis secara umum. Nama ini juga menegaskan fokus geografis pada Kabupaten Dharmasraya, sehingga memberikan identitas lokal yang kuat.

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya adalah platform edukasi digital yang menyediakan berbagai kursus online, webinar, dan tutorial interaktif serta wadah Jual Beli (Marketplace) untuk UMKM di Dharmasraya. Kegiatan bisnis yang dilakukan meliputi: Kursus Online: Berbagai modul pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital, manajemen bisnis, dan operasi. Webinar: Sesi langsung dengan para ahli dan praktisi di bidang pemasaran digital dan bisnis, memberikan wawasan

dan strategi terbaru. Tutorial Interaktif: Video dan artikel langkah-demi-langkah tentang cara memanfaatkan alat digital dan teknologi untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Forum Diskusi: Tempat di mana anggota dapat bertukar pikiran, berbagi pengalaman, dan saling membantu dalam mengatasi tantangan bisnis. Layanan ini dirancang untuk memberikan akses pendidikan yang mudah dan terjangkau, sehingga UMKM dapat mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif dan efisien di era digital.

Visi dan Misi

Visi :

Menjadi inisiator utama dalam transformasi digital UMKM di Dharmasraya, menciptakan ekosistem bisnis yang inovatif, berdaya saing tinggi, dan berkelanjutan.

Misi :

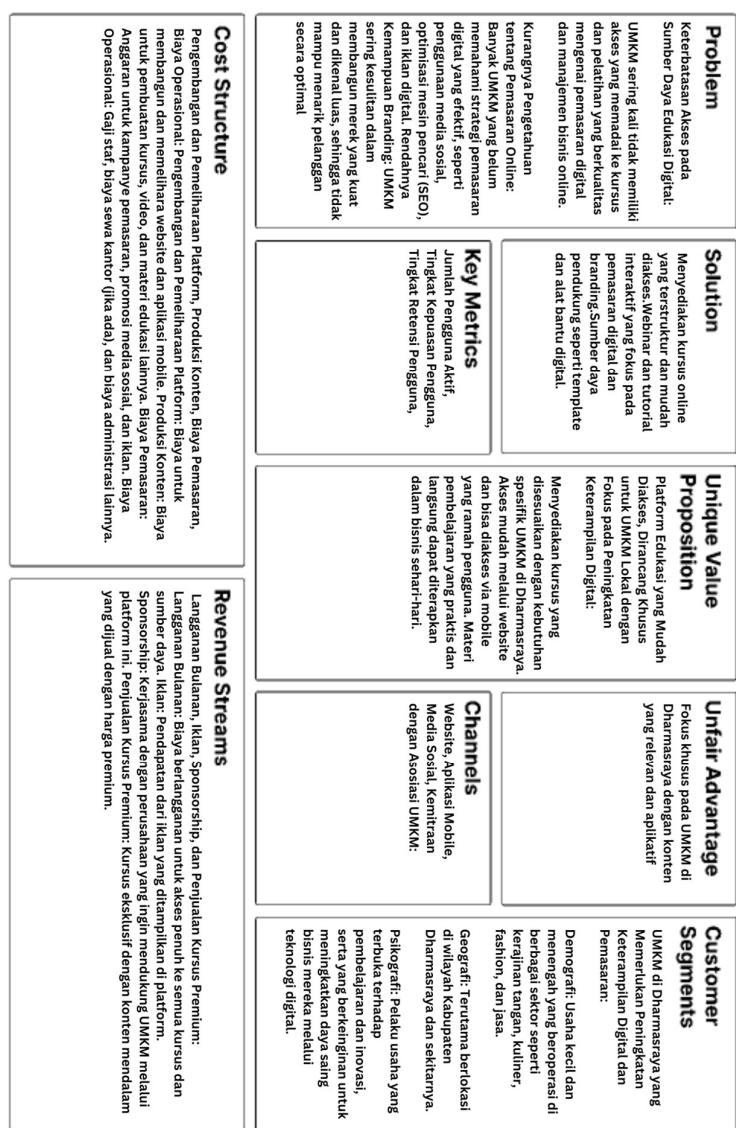
- Memberikan Pendidikan Digital yang Terjangkau dan Mudah Diakses.
- Meningkatkan Kompetensi Digital UMKM.
- Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal
- Menyediakan Platform Kolaborasi dan Inovasi

Dengan visi dan misi yang jelas, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya bertujuan untuk menjadi pilar utama dalam pemberdayaan UMKM di Dharmasraya, membantu mereka untuk tumbuh dan berkembang di era digital.

2.2 Model Bisnis

Model bisnis dari Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya menggunakan pendekatan Lean Canvas untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi bisnis yang efektif. Berikut ini adalah penjabaran dari setiap komponen Lean Canvas:

Agung C Prakarsa S
Lean Canvas



Gambar 2.1. Bisnis Model Canvas

2.2.1 Customer Segments

UMKM di Dharmasraya yang Memerlukan Peningkatan Keterampilan Digital dan Pemasaran: Demografi: Usaha kecil dan menengah yang beroperasi di berbagai sektor seperti kerajinan tangan, kuliner, fashion, dan jasa. Geografi: Terutama berlokasi di wilayah Kabupaten Dharmasraya dan sekitarnya. Psikografi: Pelaku usaha yang terbuka terhadap pembelajaran dan inovasi, serta yang berkeinginan untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka melalui teknologi digital.

2.2.2 Problem

- a. Keterbatasan Akses pada Sumber Daya Edukasi Digital (Warschauer, M. 2004), UMKM sering kali tidak memiliki akses yang memadai ke kursus dan pelatihan yang berkualitas mengenai pemasaran digital dan manajemen bisnis online. Kurangnya Pengetahuan tentang Pemasaran Online: Banyak UMKM yang belum memahami strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial, optimisasi mesin pencari (SEO), dan iklan digital. Rendahnya Kemampuan Branding: UMKM sering kesulitan dalam membangun merek yang kuat dan dikenal luas, sehingga tidak mampu menarik pelanggan secara optimal.
- b. Unfair Advantage (Keunggulan yang tidak mudah ditiru)
Fokus khusus pada UMKM di Dharmasraya dengan konten yang relevan dan aplikatif.
- c. Unique Value Proposition
Platform Edukasi yang Mudah Diakses, Dirancang Khusus untuk UMKM Lokal dengan Fokus pada Peningkatan Keterampilan Digital yaitu menyediakan kursus yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM di Dharmasraya. Akses mudah melalui website dan bisa diakses via mobile yang ramah pengguna. Materi pembelajaran yang praktis dan langsung dapat diterapkan dalam bisnis sehari-hari (Payne, A., Frow, P., & Eggert, A. ,2017).
- d. Solution
Menyediakan kursus online yang terstruktur dan mudah diakses. Webinar dan tutorial interaktif yang fokus pada pemasaran digital dan branding. Sumber daya pendukung seperti template dan alat bantu digital (Trimi, S., & Berbegal-Mirabent, J. , 2012).
- e. Channels
Website, Aplikasi Mobile, Media Sosial, Kemitraan dengan Asosiasi UMKM: Website: Platform utama untuk akses kursus, pendaftaran, dan informasi lainnya. Aplikasi Mobile: Memungkinkan akses kursus dan konten edukatif kapan saja dan di mana saja. Media Sosial: Menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok untuk mempromosikan kursus dan berinteraksi dengan pengguna.

Kemitraan dengan Asosiasi UMKM: Bekerjasama dengan organisasi lokal untuk menjangkau lebih banyak UMKM dan memperluas jangkauan layanan (Jansson, J., & Nilsson, J. 2017).

f. Revenue Streams

Langganan Bulanan, Iklan, Sponsorship, dan Penjualan Kursus Premium:

Langganan Bulanan: Biaya berlangganan untuk akses penuh ke semua kursus dan sumber daya. Iklan: Pendapatan dari iklan yang ditampilkan di platform. Sponsorship: Kerjasama dengan perusahaan yang ingin mendukung UMKM melalui platform ini. Penjualan Kursus Premium: Kursus eksklusif dengan konten mendalam yang dijual dengan harga premium.

g. Cost Structure

Pengembangan dan Pemeliharaan Platform, Produksi Konten, Biaya Pemasaran, Biaya Operasional: Pengembangan dan Pemeliharaan Platform: Biaya untuk membangun dan memelihara website dan aplikasi mobile. Produksi Konten: Biaya untuk pembuatan kursus, video, dan materi edukasi lainnya. Biaya Pemasaran: Anggaran untuk kampanye pemasaran, promosi media sosial, dan iklan. Biaya Operasional: Gaji staf, biaya sewa kantor (jika ada), dan biaya administrasi lainnya.

h. Key Metrics

Jumlah Pengguna Aktif, Tingkat Kepuasan Pengguna, Tingkat Retensi Pengguna, Pendapatan Bulanan: Jumlah Pengguna Aktif: Mengukur berapa banyak pengguna yang aktif menggunakan platform setiap bulan. Tingkat Kepuasan Pengguna: Feedback dari pengguna tentang kualitas kursus dan layanan. Tingkat Retensi Pengguna: Persentase pengguna yang terus menggunakan platform dari bulan ke bulan. Pendapatan Bulanan: Total pendapatan yang dihasilkan setiap bulan dari semua sumber pendapatan.

2.3 Marketing Mix

Marketing Mix adalah konsep pemasaran yang terdiri dari empat elemen utama yang dikenal sebagai 4P: **Product (Produk)**, **Price (Harga)**, **Place (Tempat)**, dan **Promotion (Promosi)**.

a. Product

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya menyediakan berbagai produk edukasi seperti kursus online tentang pemasaran digital, branding, dan pengelolaan bisnis.

Layanan tambahan seperti konsultasi bisnis dan forum diskusi juga disediakan untuk mendukung pelaku UMKM.

b. Price

Harga layanan di Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya disesuaikan dengan kemampuan finansial UMKM, dengan opsi langganan bulanan dan penjualan kursus secara individu. Penetapan harga dilakukan untuk tetap kompetitif.

c. Place

Platform Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya dapat diakses secara online melalui website dan aplikasi mobile, memungkinkan UMKM untuk belajar kapan saja dan di mana saja

d. Promotion

Promosi akan dilakukan melalui kampanye digital di media sosial, email marketing, dan kemitraan dengan asosiasi UMKM lokal. Fokus promosi adalah mengedukasi pasar tentang pentingnya digitalisasi bagi UMKM.

2.4 Analisa SWOT Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dan Pemasaran adalah elemen penting dalam perencanaan bisnis karena mencakup pemahaman tentang pasar target, nilai yang ditawarkan, strategi distribusi, pemasaran, serta analisis dan proyeksi pangsa pasar. Berikut adalah penjelasan rinci untuk masing-masing komponen dalam aspek pasar dan pemasaran untuk proyek "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya". Segmen Pasar: UMKM di Dharmasraya: Segmen pasar utama terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi di berbagai sektor seperti kerajinan tangan, kuliner, fashion, dan jasa. Karakteristik demografis UMKM ini bervariasi, mencakup usia pemilik usaha, tingkat pendidikan, dan jenis usaha yang dijalankan. Fokus utamanya adalah pada UMKM yang memerlukan peningkatan keterampilan digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing.

Kursus Online yang Relevan dan Terjangkau: Kursus yang ditawarkan dirancang khusus untuk kebutuhan lokal UMKM, dengan materi yang praktis dan mudah dipahami. Kursus ini mencakup topik-topik penting seperti pemasaran digital, manajemen bisnis, dan branding. Nilai tambah yang unik adalah pendekatan lokal yang diambil, sehingga kursus lebih relevan dan aplikatif untuk UMKM di Dharmasraya dibandingkan dengan kursus yang tersedia di pasar umum.

Saluran Distribusi (Channels): Website: Platform utama untuk akses kursus, pendaftaran, dan informasi lainnya. Website ini akan mudah diakses dan digunakan oleh semua pelaku UMKM. Aplikasi Mobile: Memungkinkan akses kursus dan konten edukatif kapan saja dan di mana saja, sehingga fleksibilitas belajar bagi UMKM dapat ditingkatkan.

Media Sosial: Menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok untuk mempromosikan kursus dan berinteraksi dengan pengguna. Media sosial juga digunakan untuk menjalankan kampanye pemasaran digital.

Kemitraan dengan Organisasi Lokal: Bekerjasama dengan asosiasi UMKM dan organisasi lokal lainnya untuk menjangkau lebih banyak UMKM dan memperluas jangkauan layanan.

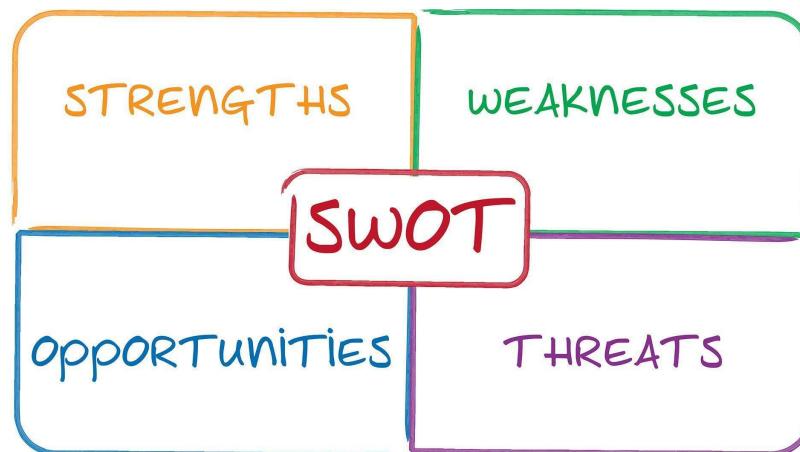
Strategi Konten: Membuat dan mendistribusikan konten yang relevan dan menarik melalui blog, artikel, dan video tutorial yang dipublikasikan di website dan media sosial. Konten ini dirancang untuk memberikan nilai tambahan dan menarik perhatian target pasar.

Pemasaran Digital: Menggunakan teknik pemasaran digital seperti SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), dan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas online. Teknik ini membantu untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mendatangkan lebih banyak pengguna ke platform.

Kampanye Interaktif: Mengadakan webinar, live Q&A sessions, dan workshop online yang interaktif untuk melibatkan pengguna secara langsung dan memberikan pengalaman belajar yang lebih menyenangkan. Promosi melalui Media Sosial dan Komunitas Lokal: Menggunakan media sosial untuk promosi kursus dan keterlibatan komunitas. Kemitraan dengan komunitas lokal dan asosiasi UMKM untuk menyelenggarakan acara bersama dan mempromosikan layanan. Langganan Bulanan: Biaya berlangganan untuk akses penuh ke semua kursus dan sumber daya. Penjualan Kursus Premium: Kursus eksklusif dengan konten mendalam yang dijual dengan harga premium. Iklan: Pendapatan dari iklan yang ditampilkan di platform. Sponsorship: Kerjasama dengan perusahaan yang ingin mendukung UMKM melalui platform ini.

Survei Kebutuhan UMKM: Hasil survei menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang signifikan untuk peningkatan keterampilan digital di kalangan UMKM lokal. Survei ini dilakukan melalui wawancara, kuesioner, dan analisis data pasar. Analisis SWOT: Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk memahami posisi kompetitif dan mengidentifikasi area untuk peningkatan.

Promosi marketplace akan dilakukan melalui kampanye digital yang menyasar konsumen lokal dan nasional. Beberapa strategi pemasaran yang direncanakan adalah melalui penggunaan media sosial, kolaborasi dengan influencer lokal, serta kemitraan dengan asosiasi UMKM di Dharmasraya. Marketplace ini juga akan memiliki fitur promosi produk unggulan, review, dan diskon untuk menarik konsumen.



Gambar 2.2 Analisis SWOT untuk Proyek Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya

Berdasarkan gambar 2, dijelaskan Analisis SWOT untuk Proyek Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya sebagai berikut :

a. Strengths (Kekuatan)

- Konten Spesifik untuk UMKM Lokal: Materi kursus yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan UMKM di Dharmasraya, sehingga lebih relevan dan aplikatif.
- Platform Edukasi Digital yang Mudah Diakses: Penggunaan teknologi WordPress dan Elementor membuat platform ini mudah diakses dan digunakan oleh UMKM, bahkan bagi yang memiliki pengetahuan teknis terbatas.
- Dukungan dan Interaksi Komunitas: Fitur forum diskusi memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, bertukar pengalaman, dan mendapatkan dukungan dari sesama pelaku UMKM.
- Pendapatan Berulang: Model langganan bulanan atau tahunan memastikan pendapatan berulang dan berkelanjutan.
- Sertifikasi: Sertifikat digital yang diberikan setelah menyelesaikan kursus meningkatkan kredibilitas dan daya saing UMKM.

b. Weakness (Kelemahan)

- Keterbatasan Sumber Daya: Dengan hanya satu orang yang menangani pengembangan IT, pengelolaan konten, dan operasional, ada risiko overload dan keterbatasan kapasitas.
 - Modal Awal Terbatas: Modal awal sebesar 10 juta rupiah mungkin tidak cukup untuk ekspansi cepat atau untuk menangani pengeluaran tak terduga.
 - Ketergantungan pada Koneksi Internet: Akses ke platform sangat bergantung pada ketersediaan dan kualitas koneksi internet, yang mungkin terbatas di beberapa area.
 - Kurangnya Kemitraan Strategis: Saat ini belum ada kemitraan yang signifikan dengan lembaga pendidikan atau asosiasi UMKM, yang bisa membatasi jangkauan dan dukungan.
- c. Opportunities (Peluang)
- Peningkatan Digitalisasi UMKM: Adanya tren global ke arah digitalisasi memberikan peluang besar untuk memperkenalkan dan mengembangkan platform ini.
 - Potensi Ekspansi Geografis: Kesempatan untuk memperluas jangkauan ke wilayah lain di luar Dharmasraya yang memiliki kebutuhan serupa.
 - Kemitraan dengan Lembaga Pendidikan: Peluang untuk bermitra dengan universitas atau lembaga pendidikan lainnya untuk pengembangan konten dan program edukasi.
 - Pendanaan Eksternal: Potensi mendapatkan pendanaan dari investor, hibah, atau crowdfunding untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi.
 - Pengembangan Layanan Tambahan: Menambahkan layanan konsultasi bisnis, pelatihan lanjutan, atau alat bantu digital lainnya yang relevan untuk UMKM.
- d. Threats (Ancaman)
- Kompetisi dari Platform Edukasi Lain: Kehadiran platform edukasi digital lainnya yang lebih besar dan memiliki sumber daya lebih banyak bisa menjadi ancaman.
 - Perubahan Regulasi: Perubahan regulasi pemerintah terkait digitalisasi dan bisnis online bisa mempengaruhi operasional dan keberlanjutan platform.
 - Risiko Keamanan Siber: Ancaman keamanan siber seperti hacking dan data breach bisa merusak reputasi dan kepercayaan pengguna.
 - Kendala Teknologi: Masalah teknis atau kegagalan sistem bisa mengganggu akses dan pengalaman pengguna.

- Krisis Ekonomi: Kondisi ekonomi yang tidak stabil bisa mempengaruhi kemampuan UMKM untuk membayar kursus atau langganan, sehingga mengurangi pendapatan.

Dengan analisis SWOT ini, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya dapat merencanakan strategi yang lebih efektif untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, menangkap peluang, dan menghadapi ancaman di pasar.

Estimasi Pangsa Pasar: Target mencapai 30% UMKM di Dharmasraya dalam tahun pertama. Ini didasarkan pada jumlah total UMKM yang ada dan potensi mereka untuk mengadopsi teknologi digital. **Strategi Peningkatan Pangsa Pasar:** Langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan pangsa pasar meliputi kampanye pemasaran agresif, penyediaan layanan berkualitas tinggi, dan kemitraan strategis dengan organisasi lokal.

2.5 Aspek Operasi / Produksi

Untuk mencapai tujuan dari Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya, beberapa aktivitas kunci akan dijalankan sebagai berikut:

a. Pengembangan Konten Edukatif

Topik Spesifik: Fokus utama adalah Digital Marketing dan Kewirausahaan. Konten akan mencakup berbagai aspek pemasaran digital seperti SEO, media sosial, online marketing, serta aspek kewirausahaan termasuk manajemen bisnis, pengelolaan keuangan, dan strategi branding. **Tim Pengembang:** Tim pengembang konten terdiri dari akademisi yang memiliki keahlian dan pengalaman di bidang pemasaran digital dan kewirausahaan. Mereka akan bertanggung jawab untuk menciptakan modul pembelajaran yang terstruktur dan relevan. **Proses Pengembangan:** Konten akan disusun berdasarkan riset terbaru dan praktik terbaik dalam industri. Proses ini melibatkan penulisan modul, pembuatan video tutorial, dan penyusunan materi tambahan seperti artikel dan infografis. Konten akan dirancang agar mudah dipahami dan aplikatif untuk kebutuhan UMKM lokal.

b. Managemen Platform Digital

Platform yang Digunakan: Website akan dibangun menggunakan WordPress dengan Elementor sebagai page builder, yang memungkinkan pembuatan halaman yang responsif dan mudah dikelola. **Rencana Pengelolaan:** Platform akan dikelola secara internal oleh tim teknis yang terdiri dari satu

orang pengembang IT. Tugas pengembang IT mencakup pembaruan konten, pemeliharaan teknis, dan pemantauan keamanan. Pemeliharaan: Platform akan diperbarui dan dipelihara secara berkala untuk memastikan kelancaran operasional, keamanan data, dan pengalaman pengguna yang optimal.

c. Dukungan Pelanggan

Bentuk Dukungan: Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya akan menyediakan dukungan pelanggan melalui live chat, email support, dan forum komunitas. Live chat akan memungkinkan pengguna mendapatkan bantuan real-time, email support untuk pertanyaan yang lebih mendetail, dan forum komunitas untuk diskusi dan berbagi pengalaman antar pengguna. Jam Operasional: Dukungan pelanggan akan beroperasi selama 8 jam sehari pada tahap awal. Setelah jumlah SDM mencukupi, dukungan ini akan diperluas menjadi 24 jam sehari untuk memastikan layanan yang selalu tersedia bagi pengguna.

d. Sumber Daya Utama

Struktur Tim: Tim Pengembangan IT: Saat ini terdiri dari satu orang yang bertanggung jawab untuk pengembangan dan pemeliharaan platform. Tim ini akan memastikan bahwa platform berfungsi dengan baik, aman, dan selalu up-to-date. Pengembang Konten: Tim ini akan terdiri dari akademisi yang berfokus pada pembuatan materi kursus yang berkualitas. Mereka akan bekerja sama dengan pengembang IT untuk memastikan konten dapat diakses dengan mudah melalui platform.

e. Infrastruktur Teknologi

Server: Platform akan di-hosting di server yang andal untuk memastikan kinerja optimal dan aksesibilitas tinggi. Pemilihan server yang tepat penting untuk mengatasi lonjakan trafik dan memastikan kelancaran akses pengguna.

f. Kemitraan Kunci

Lembaga Pendidikan dan Asosiasi UMKM:

Saat ini belum ada kemitraan yang teridentifikasi dengan lembaga pendidikan atau asosiasi UMKM. Namun, potensi kemitraan akan terus dieksplorasi untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas layanan. Kemitraan ini bisa mencakup kolaborasi dalam pengembangan konten, promosi, dan pelatihan bersama.

g. Pemasok Teknologi

Bentuk Kemitraan: Berlangganan per tahun dengan penyedia layanan hosting dan software tools untuk mendukung operasional platform. Kemitraan ini akan memastikan ketersediaan teknologi yang diperlukan untuk menjalankan platform dengan efisien dan andal.

h. Biaya Utama

Pengembangan dan Pemeliharaan Platform:

Anggaran: Sebesar 10 juta rupiah dialokasikan untuk pengembangan dan pemeliharaan platform. Biaya ini mencakup pembangunan awal situs web, pembaruan rutin, dan perbaikan teknis.

i. Produksi Konten dan Pemasaran

Anggaran: Sekitar 1,5 juta rupiah dialokasikan untuk produksi konten dan pemasaran. Ini mencakup biaya pembuatan video, desain grafis, serta kampanye pemasaran melalui media sosial dan kanal lainnya.

Tabel 2.1 Proses Produksi

Tahapan	Deskripsi	Sumber Daya yang Dibutuhkan	Jadwal Waktu
Perencanaan	Menyusun rencana detail untuk pengembangan konten dan platform. Ini mencakup penetapan tujuan, jadwal, dan pembagian tugas	Manajer Proyek, Pengembang Konten, Pengembang IT	1 minggu
Pengembangan Konten	Pembuatan materi kursus oleh akademisi, termasuk penulisan modul, pembuatan video tutorial, dan pengembangan materi pendukung lainnya.	Pengembang Konten, Akademisi, Tim Produksi Video	2 minggu
Pengujian	Pengujian platform untuk memastikan semua fitur berjalan dengan baik dan materi kursus dapat diakses dengan lancar oleh pengguna. Pengujian ini melibatkan uji fungsional, uji beban, dan uji keamanan.	Tim Pengujian, Pengembang IT	0.5 minggu
Peluncuran	Meluncurkan platform dan memulai promosi kepada UMKM. Ini mencakup	Tim Pengembangan	0.5 minggu

	pengumuman resmi, kampanye pemasaran, dan inisiatif lain untuk menarik pengguna baru.	, Tim Pemasaran	
--	---	-----------------	--

Dengan mengikuti metodologi Waterfall, setiap tahap proses produksi diuraikan secara rinci dan dijadwalkan dengan waktu yang spesifik untuk memastikan pengembangan platform dan konten yang efisien dan tepat waktu. Standar Kualitas: Meskipun saat ini tidak ada standar kualitas tertentu yang diikuti, konten dan platform akan dikembangkan dengan fokus pada kualitas tinggi dan relevansi untuk UMKM. Otomasi: Menggunakan alat otomasi untuk mengelola dan memantau kinerja platform, seperti otomatisasi pembaruan konten, monitoring uptime server, dan analitik pengguna. Member Area: Membuat area anggota untuk mengelola pengguna dan konten dengan lebih efisien, memastikan bahwa hanya anggota yang terdaftar yang dapat mengakses materi kursus dan sumber daya eksklusif.

Rencana peningkatan skala produksi :

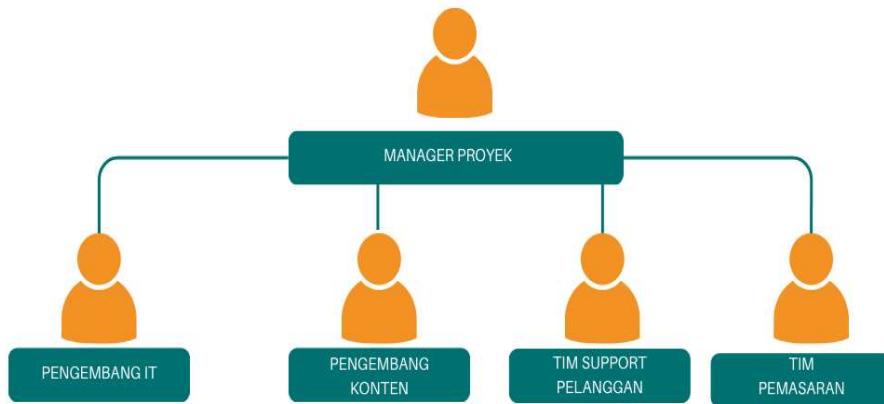
- Rekrutmen Tenaga SDM: Merekrut tenaga tambahan untuk mengelola konten dan dukungan pelanggan. Ini termasuk mencari pengembang konten tambahan, teknisi IT, dan staf dukungan pelanggan.
- Pengembangan Organisasi: Menyusun struktur organisasi yang lebih besar dan lebih terorganisir untuk menangani peningkatan skala produksi dan permintaan. Ini mencakup pembentukan departemen khusus seperti pengembangan konten, teknis, pemasaran, dan dukungan pelanggan.

Dengan strategi operasi dan produksi yang rinci ini, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya diharapkan dapat beroperasi secara efisien dan efektif, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM di Dharmasraya melalui peningkatan keterampilan digital dan kewirausahaan.

2.6 Aspek Organisasi dan SDM

2.6.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya akan terdiri dari tim inti dengan peran yang jelas dalam pengembangan, operasi, dan pemasaran. Struktur ini dirancang untuk memastikan bahwa semua aspek operasional bisnis dapat dijalankan dengan efektif dan efisien.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi

Tim inti dari struktur organisasi ini adalah:

1. Manajer Proyek

Bertanggung jawab atas perencanaan, koordinasi, dan pengawasan keseluruhan proyek. Memastikan semua aktivitas berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan bisnis tercapai.

2. Pengembang IT

Bertanggung jawab untuk pengembangan dan pemeliharaan platform digital (WordPress dan Elementor). Mengelola performa server dan memastikan keamanan situs.

3. Pengembang Konten

Membuat, menyusun, dan memperbarui konten edukatif dalam bidang Digital Marketing dan Kewirausahaan. Bekerjasama dengan akademisi untuk memastikan relevansi dan kualitas konten.

4. Tim Pemasaran

Mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Mengelola kampanye promosi melalui media sosial dan platform digital lainnya.

5. Tim Dukungan Pelanggan Memberikan layanan bantuan melalui live chat, email support, dan forum komunitas. Menjawab pertanyaan dan menyelesaikan masalah pengguna.

2.6.2 Peran dan Tanggung Jawab

Setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab spesifik yang mendukung tujuan keseluruhan bisnis. Tim ini terdiri dari berbagai profesional dengan keahlian khusus yang bekerja sama untuk mencapai visi dan misi Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya. Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, setiap anggota tim dapat fokus pada area keahlian mereka, memastikan efisiensi dan efektivitas dalam pelaksanaan tugas sehari-hari. Berikut adalah penjelasan rinci tentang peran dan tanggung jawab masing-masing anggota tim:

Tabel 2.2 Peran dan tanggung jawab struktur organisasi

NO	Posisi	Peran dan Tanggung Jawab
1	Manager Proyek	<ul style="list-style-type: none"> • Mengkoordinasikan aktivitas tim dan memastikan semua proyek berjalan sesuai jadwal. • Mengawasi kinerja tim dan menyediakan laporan berkala kepada pemangku kepentingan. • Mengelola anggaran proyek dan memastikan penggunaan sumber daya yang efisien
2	Pengembang IT	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang, mengembangkan, dan memelihara situs web menggunakan WordPress dan Elementor. • Melakukan pemantauan performa server dan memastikan uptime yang optimal. • Menjaga keamanan data dan mencegah serangan siber melalui pembaruan dan pengelolaan keamanan yang rutin.
3	Pengembang Konten	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun materi kursus yang mencakup Digital Marketing dan Kewirausahaan. • Mengupdate konten berdasarkan feedback pengguna dan perkembangan terbaru dalam industri. • Berkolaborasi dengan akademisi untuk memastikan konten yang relevan dan berkualitas tinggi.
4	Tim Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pengguna. • Mengelola akun media sosial dan menjalankan kampanye pemasaran digital. • Menganalisis data pemasaran untuk mengoptimalkan strategi dan meningkatkan engagement.

5	Tim Dukungan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> ● Menyediakan layanan dukungan melalui berbagai kanal komunikasi seperti live chat, email, dan forum komunitas. ● Membantu pengguna dalam menyelesaikan masalah teknis dan menjawab pertanyaan seputar platform. ● Mengumpulkan umpan balik dari pengguna untuk meningkatkan layanan dan fitur platform.
---	------------------------	--

2.7 Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan komponen krusial dalam memastikan kelangsungan dan kesuksesan Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya. Manajemen keuangan yang baik akan memungkinkan platform ini untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang dan meningkatkan layanan yang ditawarkan kepada para pelaku UMKM. Dalam bab ini, akan dijelaskan bagaimana pengelolaan keuangan dilakukan untuk mendukung operasional harian, pengembangan proyek, dan inovasi layanan. Penjelasan ini mencakup sumber-sumber pendapatan, alokasi anggaran, serta strategi pengelolaan dana yang dirancang untuk mencapai stabilitas dan keberlanjutan finansial. Dengan pendekatan yang terencana dan transparan, aspek keuangan diharapkan dapat memberikan fondasi yang kokoh bagi Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya untuk terus berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi lokal.

2.7.1 Pendapatan

Model pendapatan untuk Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya akan terdiri dari beberapa sumber utama yang dirancang untuk memberikan aliran pendapatan yang berkelanjutan. Model ini bertujuan untuk memastikan stabilitas finansial platform, memungkinkan pengembangan layanan yang berkelanjutan, dan memberikan nilai tambah bagi para pengguna. Dengan diversifikasi sumber pendapatan, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya dapat mengurangi risiko ketergantungan pada satu aliran pendapatan saja dan memastikan operasional yang lebih tangguh di berbagai kondisi pasar. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang setiap sumber pendapatan yang diharapkan dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan inisiatif ini :

- Pembayaran Kursus: Pengguna dapat membeli kursus secara individual. Harga kursus akan bervariasi berdasarkan topik dan durasi kursus.

Kursus dengan materi yang lebih mendalam atau instruktur tamu mungkin dikenakan biaya lebih tinggi.

- Langganan: Pengguna dapat memilih untuk berlangganan bulanan atau tahunan. Langganan ini memberikan akses penuh ke semua kursus dan sumber daya di platform. Model langganan ini tidak hanya memberikan pendapatan berulang tetapi juga memotivasi pengguna untuk tetap terlibat dengan platform.
- Iklan: Platform akan menyediakan ruang iklan yang dapat dijual kepada perusahaan yang ingin menjangkau komunitas UMKM di Dharmasraya. Iklan ini bisa berupa banner ads, iklan video sebelum kursus dimulai, atau iklan di halaman utama platform.
- Sponsorship: Kerjasama dengan perusahaan atau lembaga yang ingin mensponsori kursus atau acara khusus di platform. Sponsorship ini dapat berupa dukungan finansial, penyediaan alat teknologi, atau materi promosi. Misalnya, perusahaan teknologi bisa mensponsori kursus tentang penggunaan software mereka untuk bisnis kecil.

2.7.2 Biaya Operasional

Biaya operasional utama yang diperlukan untuk menjalankan bisnis meliputi:

- Pengembangan dan Pemeliharaan Platform: Biaya pengembangan awal situs web menggunakan WordPress dan Elementor, serta pemeliharaan rutin untuk memastikan situs tetap berfungsi dengan baik dan aman. Ini termasuk biaya hosting server, pembaruan keamanan, dan perbaikan bug.
- Produksi Konten: Biaya untuk pembuatan materi kursus, termasuk honor untuk pengembang konten, produksi video, alat bantu visual, dan perangkat lunak editing. Pengembang konten akan bekerja sama dengan akademisi untuk memastikan konten berkualitas tinggi dan relevan.
- Pemasaran: Anggaran untuk kampanye pemasaran digital seperti iklan berbayar di Google dan media sosial, promosi melalui influencer, dan biaya untuk pembuatan konten pemasaran seperti artikel blog dan video promosi.

- Biaya Administrasi: Biaya administrasi umum seperti pembayaran gaji staf, biaya sewa kantor (jika ada), utilitas, alat tulis kantor, dan layanan legal dan akuntans.

2.7.3 Sumber Daya Keuangan

Untuk memulai dan menjalankan bisnis, berbagai sumber daya keuangan yang tersedia atau diperlukan meliputi:

- Modal Awal: Modal awal sebesar 10 juta rupiah telah dialokasikan untuk pengembangan dan pemeliharaan platform serta produksi konten. Modal ini digunakan untuk biaya pengembangan awal, pemasaran, dan operasional awal.
- Pendanaan Eksternal Potensial: Mengidentifikasi peluang pendanaan eksternal seperti hibah dari pemerintah atau organisasi nirlaba, investasi dari angel investors, atau crowdfunding melalui platform seperti Kitabisa atau Kickstarter untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi bisnis.

2.7.4 Proyeksi Pendapatan dan Biaya

Rencana keuangan bulanan dan kuartalan dengan proyeksi pendapatan dan biaya adalah penting untuk mengelola arus kas dan memastikan keberlanjutan bisnis. Berikut adalah contoh proyeksi pendapatan dan biaya:

Proyeksi Pendapatan Bulanan

- Pendapatan dari Kursus: Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000
- Pendapatan dari Langganan: Rp 3.000.000 hingga Rp 4.000.000
- Pendapatan dari Iklan: Rp 1.000.000 hingga Rp 1.500.000
- Pendapatan dari Sponsorship: Rp 1.000.000 hingga Rp 1.500.000

Proyeksi Biaya Bulanan

- Biaya Pengembangan dan Pemeliharaan Platform: Rp 2.000.000
- Biaya Produksi Konten: Rp 1.500.000
- Biaya Pemasaran: Rp 1.000.000
- Biaya Administrasi: Rp 500.000

Tabel 2.3. Total Pendapatan dan Biaya

Bulan	Pendapatan Total	Biaya Total	Keuntungan
1	Rp. 7.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 2.000.000

2	Rp. 8.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 3.000.000
3	Rp. 9.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 4.000.000

2.7.5 Pengelolaan Arus Kas

Pengelolaan arus kas adalah aspek penting dalam manajemen keuangan yang menentukan kelancaran operasional dan stabilitas finansial Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya. Arus kas yang sehat memastikan bahwa organisasi memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, mendanai aktivitas harian, dan mendukung inisiatif strategis. Pengelolaan arus kas yang efektif juga membantu dalam mengidentifikasi potensi masalah keuangan sebelum menjadi kritis, memungkinkan tindakan korektif yang tepat waktu. Dalam bab ini, akan dijelaskan berbagai strategi dan praktik terbaik yang digunakan untuk mengelola arus kas, termasuk perencanaan dan pemantauan aliran masuk dan keluar uang, serta langkah-langkah yang diambil untuk memaksimalkan efisiensi dan mencegah kekurangan kas. Dengan pengelolaan arus kas yang baik, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya dapat memastikan kelangsungan dan pertumbuhan operasionalnya secara berkelanjutan. Strategi untuk mengelola arus kas yang efektif termasuk:

- Pengelolaan Pembayaran dan Penerimaan: Menggunakan sistem pembayaran otomatis untuk memudahkan proses pembayaran oleh pengguna dan penerimaan dana oleh platform. Ini termasuk penggunaan payment gateway yang aman dan efisien.
- Pengendalian Biaya: Memantau dan mengontrol pengeluaran secara ketat untuk memastikan biaya operasional tidak melebihi pendapatan yang diperoleh. Ini mencakup evaluasi rutin terhadap anggaran dan pengeluaran.
- Cadangan Dana: Menyisihkan sebagian pendapatan sebagai cadangan untuk mengatasi biaya tak terduga atau kebutuhan mendesak. Dana cadangan ini penting untuk menjaga stabilitas keuangan dan operasional bisnis.

2.7.6 Pengukuran Kinerja Keuangan

Untuk mengukur kesehatan keuangan bisnis, beberapa metrik keuangan (KPIs) yang akan digunakan meliputi: Pendapatan Bersih: Selisih antara total pendapatan dan

total biaya operasional. Ini menunjukkan profitabilitas bisnis setelah semua biaya dikurangi. Laba Kotor: Pendapatan total dikurangi biaya langsung produksi konten dan pemasaran. Laba kotor menunjukkan efisiensi produksi dan kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan dari operasional dasar. Margin Laba: Perbandingan antara laba bersih dan total pendapatan, menunjukkan efisiensi operasional bisnis dan kemampuan untuk mempertahankan profitabilitas. Perputaran Modal Kerja: Mengukur seberapa efisien bisnis dalam menggunakan modal kerjanya untuk menghasilkan pendapatan. Ini termasuk rasio perputaran inventaris, piutang, dan hutang usaha.

Rencana untuk penggunaan keuntungan dan sumber daya keuangan lainnya untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi bisnis meliputi: Investasi dalam R&D:

- Mengalokasikan sebagian keuntungan untuk penelitian dan pengembangan konten baru serta peningkatan fitur platform. R&D ini penting untuk memastikan bahwa konten dan layanan tetap relevan dan berkualitas tinggi.
- Ekspansi Produk atau Layanan: Mengembangkan kursus baru dan layanan tambahan yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Ini termasuk pengenalan topik-topik baru dan layanan pendukung seperti konsultasi bisnis dan pelatihan lanjutan.
- 3. Penetrasi Pasar Baru: Menerapkan strategi pemasaran untuk menjangkau UMKM di wilayah lain di luar Dharmasraya, memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pangsa pasar. Ini bisa melibatkan kampanye pemasaran regional dan kerjasama dengan organisasi lokal di wilayah baru.

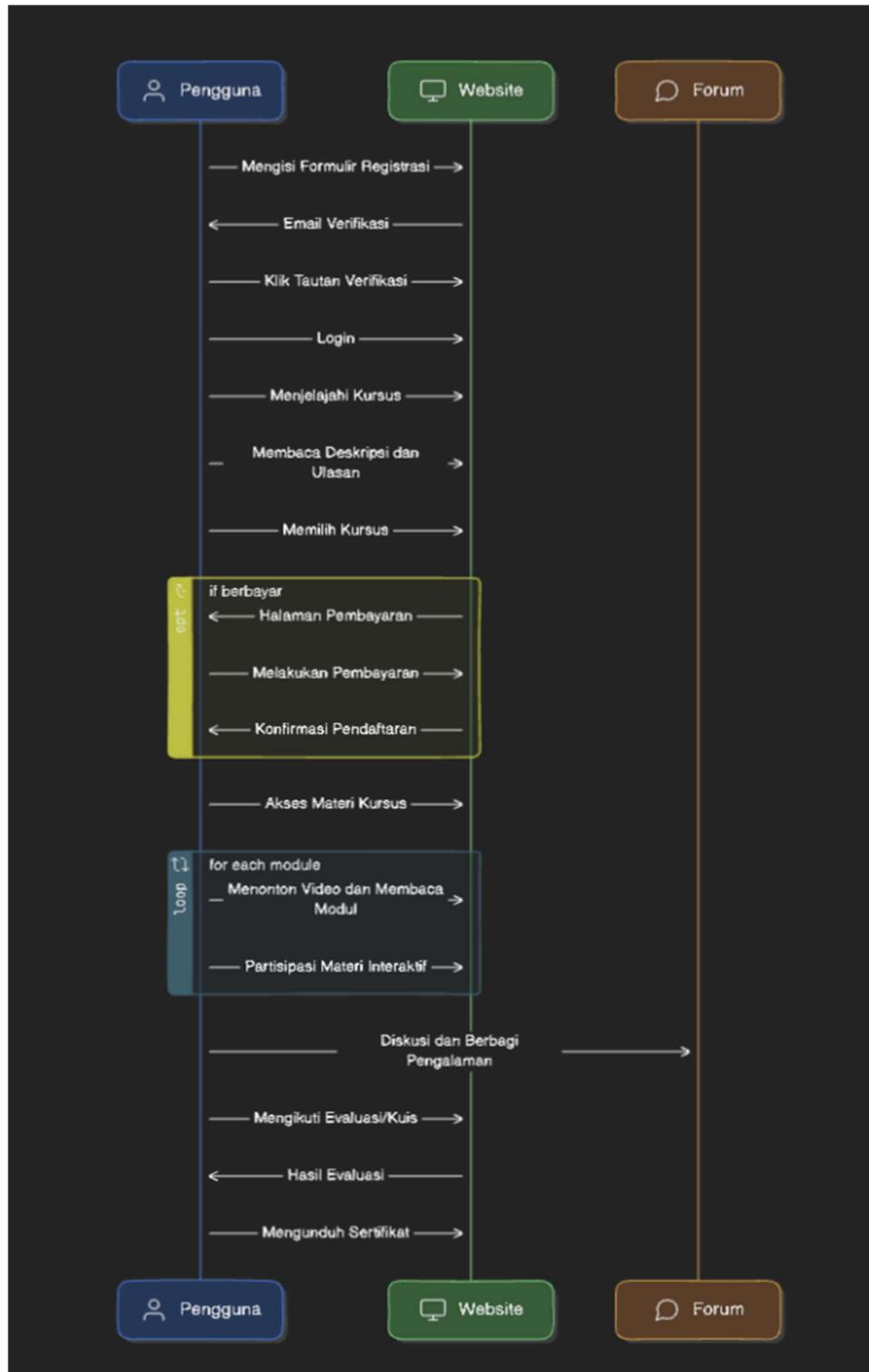
Dengan strategi keuangan yang sehat dan berkelanjutan, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya akan mampu mengelola arus kas secara efektif, mengukur kinerja keuangan dengan akurat, dan mendukung pertumbuhan serta ekspansi bisnis untuk jangka panjang. Strategi ini akan memastikan bahwa bisnis dapat beroperasi dengan efisien, menghasilkan keuntungan, dan memberikan dampak positif bagi UMKM di Dharmasraya dan sekitarnya.

2.8 Aspek Teknologi Digital

2.8.1 Use Case

Skenario Penggunaan Aplikasi oleh UMKM untuk Belajar Pemasaran Digital:

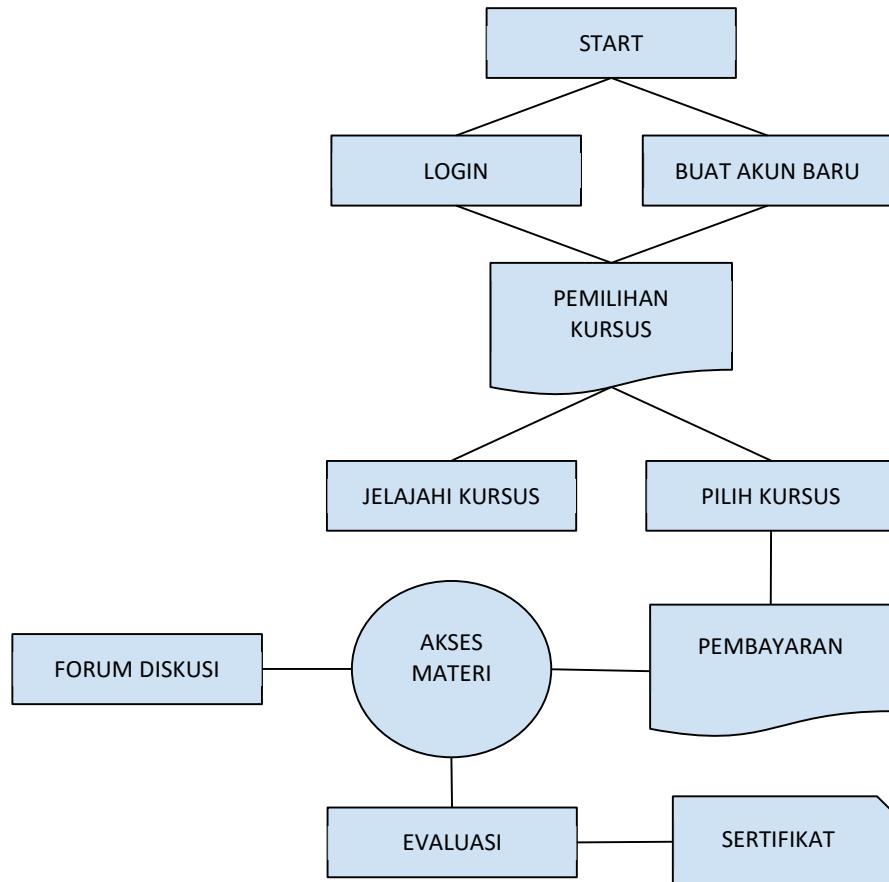
- Registrasi dan Login :
Pengguna (UMKM) mengunjungi website Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya. Pengguna membuat akun baru dengan mengisi formulir registrasi yang mencakup nama, email, dan informasi bisnis. Setelah registrasi, pengguna login menggunakan kredensial yang telah dibuat.
- Pemilihan Kursus:
Setelah login, pengguna diarahkan ke dashboard utama. Pengguna dapat menjelajahi berbagai kursus yang tersedia, membaca deskripsi kursus, dan melihat ulasan dari peserta lain. Pengguna memilih kursus yang ingin diikuti dan melakukan pembayaran jika kursus tersebut berbayar.
- Pembelajaran:
Pengguna mengakses materi kursus melalui platform, yang mencakup video tutorial, modul teks, dan materi interaktif. Pengguna dapat berpartisipasi dalam forum diskusi untuk bertanya dan berbagi pengalaman dengan peserta lain. Setiap kursus diakhiri dengan evaluasi atau kuis untuk mengukur pemahaman pengguna.
- Sertifikasi:
 - Setelah menyelesaikan kursus dan lulus evaluasi, pengguna menerima sertifikat digital yang dapat diunduh dan dicetak. Sertifikat ini dapat digunakan untuk meningkatkan kredibilitas bisnis pengguna.



Gambar 2.4 Use case

2.8.2 Activity Diagram

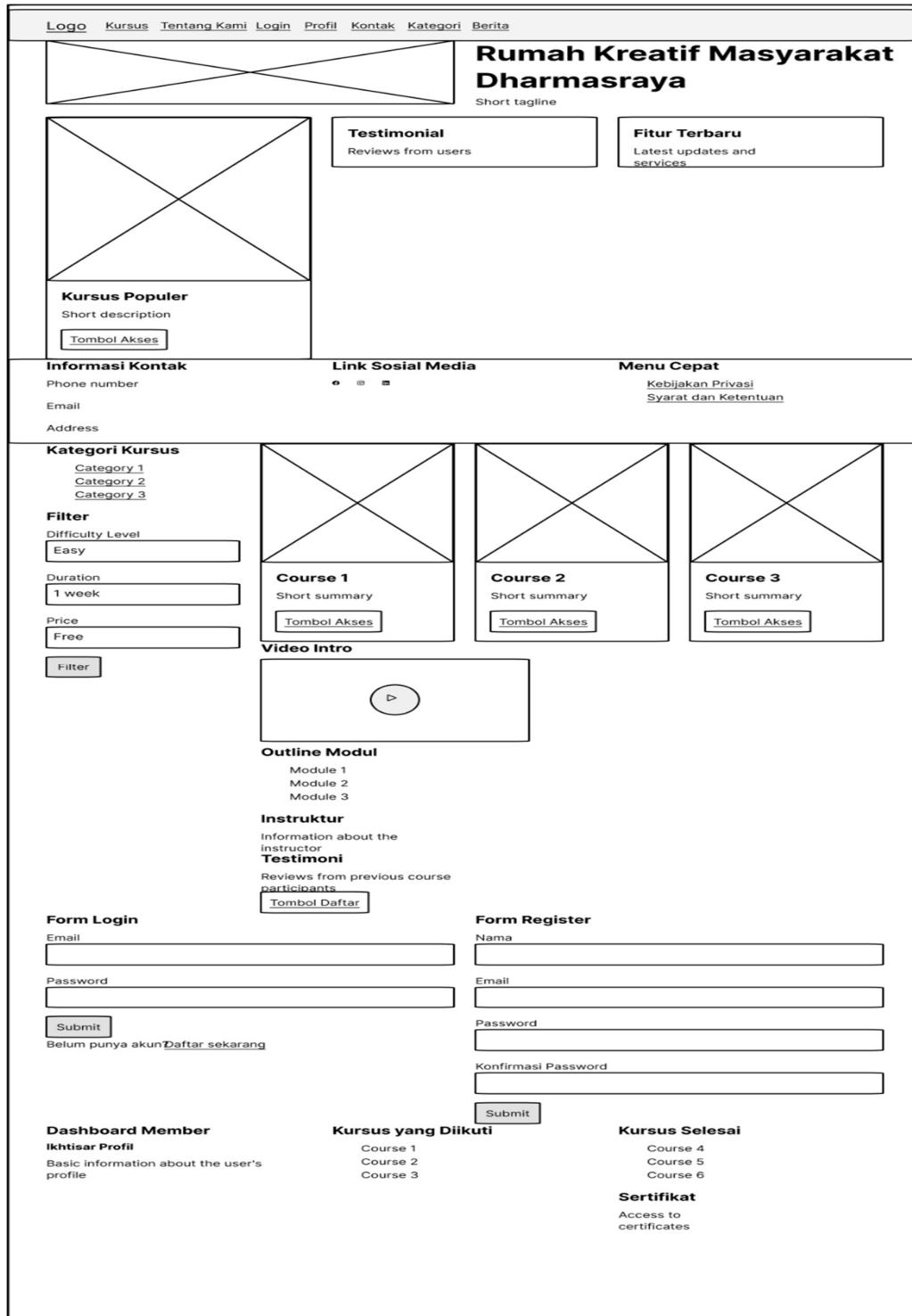
Berikut adalah Activity Diagram yang menggambarkan alur kerja pembelajaran dari registrasi hingga sertifikasi di platform Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya:



Gambar 2.5. Activity Diagram

Diagram ini memberikan gambaran yang jelas tentang langkah-langkah yang dilalui pengguna dalam proses pembelajaran di platform Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya, memastikan pengalaman belajar yang terstruktur dan menyeluruh.

2.8.3 Wireframe (Kerangka Awal)



Gambar 2.6 Wireframe (Kerangka Awal)

Rencana dan implementasi penelitian di jelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.4. Rencana dan Jadwal Penelitian

Tahapan	Deskripsi	Sumber Daya yang Dibutuhkan	Jadwal Waktu
Analisis Kebutuhan	Identifikasi dan analisis kebutuhan pengguna, fitur yang diperlukan, dan persyaratan teknis.	Tim pengembangan, analisis kebutuhan	2 minggu
Perancangan	Perancangan arsitektur sistem, antarmuka pengguna, database, dan struktur teknis lainnya	Arsitek perangkat lunak, desainer UI	3 minggu
Pengembangan	Pengkodean dan pengembangan perangkat lunak berdasarkan spesifikasi yang telah ditetapkan.	Pengembang perangkat lunak	6 minggu
Pengujian	Pengujian fungsionalitas, keamanan, kinerja, dan kualitas lainnya untuk memastikan kelayakan dan keandalan.	Tim pengujian, pengembang	4 minggu
Implementasi	Peluncuran produk atau layanan digital ke pasar atau pengguna akhir.	Tim pengembangan, tim operasi	2 minggu
Pemeliharaan	Pemeliharaan dan pembaruan rutin untuk memperbaiki bug, meningkatkan kinerja, dan menambah fitur baru.	Tim pengembangan, tim operasi	Ongoing

Dengan rencana pengembangan dan implementasi ini, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya akan memastikan bahwa platform digital yang dikembangkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna, berfungsi dengan baik, dan dapat ditingkatkan seiring dengan pertumbuhan bisnis. Strategi ini akan memastikan bahwa teknologi yang digunakan tidak hanya mendukung operasional saat ini tetapi juga siap untuk ekspansi di masa depan.

BAB III

PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL

3.1 Pengembangan Aspek Digital

Pengembangan aspek digital dalam proyek **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** bertujuan untuk menciptakan sebuah ekosistem digital yang dapat mendukung pemberdayaan UMKM di Kabupaten Dharmasraya melalui berbagai solusi berbasis teknologi. Platform digital ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat informasi, tetapi juga sebagai alat strategis yang memungkinkan UMKM mengakses berbagai layanan seperti pelatihan, marketplace, dan konsultasi bisnis secara online.

Tujuan Pengembangan Teknologi:

- **Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM:** Dengan menghadirkan platform yang user-friendly, UMKM dapat mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, mulai dari manajemen stok, penjualan, hingga pemasaran digital. Teknologi ini dirancang untuk mengotomatisasi tugas-tugas yang memakan waktu dan mengurangi kesalahan manusia, sehingga pelaku UMKM dapat fokus pada pengembangan bisnis mereka.
- **Memperluas Jangkauan Pasar:** Marketplace yang diintegrasikan dalam platform ini memungkinkan UMKM menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas, tidak hanya di wilayah Dharmasraya, tetapi juga secara nasional. Hal ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat brand mereka.
- **Meningkatkan Keterampilan Digital Pelaku UMKM:** Platform ini menyediakan berbagai kursus dan pelatihan online yang dirancang khusus untuk UMKM, dengan fokus pada pemasaran digital, manajemen bisnis, dan pengelolaan keuangan. Dengan akses ke pendidikan ini, pelaku UMKM dapat meningkatkan keterampilan mereka, membuat mereka lebih kompetitif di pasar.
- **Membentuk Komunitas UMKM yang Kuat:** Dengan fitur forum diskusi dan jaringan sosial, platform ini berfungsi sebagai ruang di mana pelaku UMKM dapat berbagi pengetahuan, pengalaman, dan solusi terhadap tantangan yang mereka hadapi. Ini menciptakan rasa kebersamaan dan saling mendukung di antara pelaku UMKM.
- **Relevansi dengan Strategi Bisnis:** Pengembangan teknologi digital ini sangat relevan dengan strategi bisnis yang telah diuraikan dalam Bab 2, di mana transformasi digital

- diidentifikasi sebagai kunci utama untuk meningkatkan daya saing UMKM Dharmasraya. Dengan mengadopsi teknologi ini, UMKM dapat mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi, seperti keterbatasan akses pasar, pengelolaan bisnis yang tidak efisien, dan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital.

Platform **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** dirancang untuk menjadi solusi menyeluruh bagi UMKM yang ingin bertransformasi secara digital. Ini mencakup integrasi berbagai alat dan layanan yang secara langsung mendukung tujuan strategis proyek, seperti meningkatkan literasi digital, menyediakan akses ke sumber daya dan pasar, serta membangun komunitas yang solid dan saling mendukung.

Selain itu, pengembangan teknologi ini juga sejalan dengan tren global dalam digitalisasi UMKM. Dengan semakin banyak UMKM yang beralih ke digital, platform ini tidak hanya akan membantu mereka bertahan, tetapi juga berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Hal ini pada gilirannya akan memperkuat ekonomi lokal Dharmasraya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

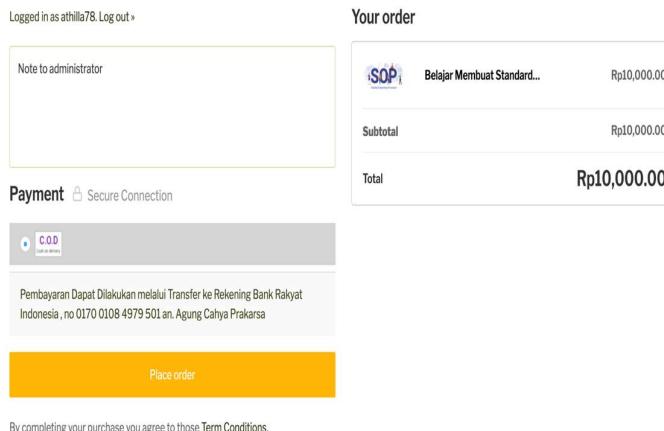
3.2 Desain dan Pengembangan

3.2.1 Spesifikasi Fungsional

Spesifikasi fungsional menjelaskan fitur-fitur utama yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna platform. Fitur-fitur ini dikembangkan berdasarkan hasil analisis kebutuhan UMKM , dengan tujuan untuk memfasilitasi operasional bisnis mereka secara lebih efisien dan efektif.

- **Pembayaran Online:** Platform ini akan dilengkapi dengan sistem pembayaran online yang aman dan mudah digunakan. Payment gateway yang digunakan mendukung berbagai metode pembayaran seperti transfer bank , sehingga memudahkan transaksi baik untuk penjual maupun pembeli.

Checkout



Gambar 3.1 Proses Pembayaran Online

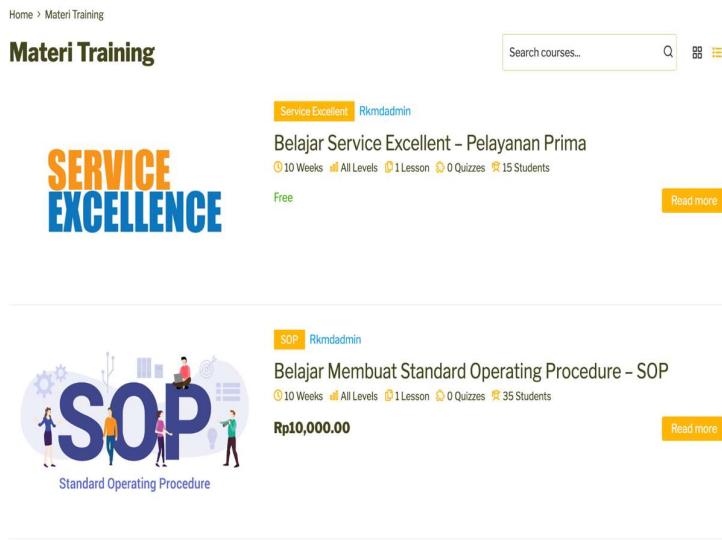
Checkout

Thank you. Your order has been received.

Order Number	#0000002141
Status	Processing
Item	Belajar Membuat Standard Operating Procedure – SOP (#2037)
Date	September 12, 2024
Total	Rp10,000.00
Payment Method	Transfer Rekening

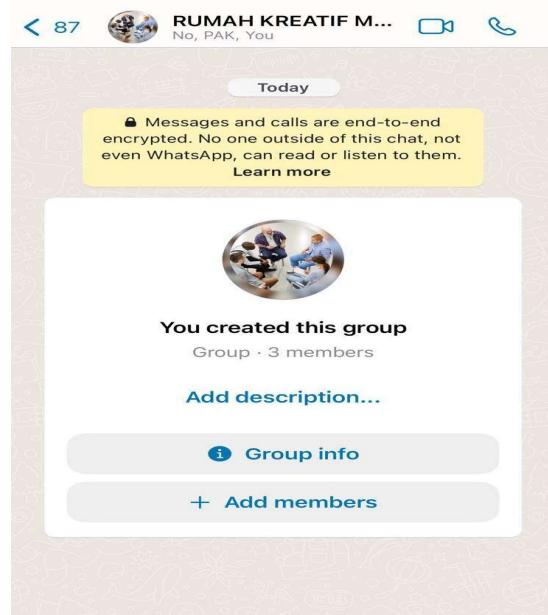
Gambar 3.2 Hasil Pembayaran Online

- **Kursus dan Pelatihan Online:** Modul pembelajaran yang mencakup video, teks, dan kuis interaktif akan disediakan untuk membantu UMKM meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital, manajemen bisnis, dan lainnya. Setiap kursus akan memiliki struktur yang jelas dengan evaluasi di akhir untuk mengukur pemahaman pengguna.



Gambar 3.3 Kursus dan Pelatihan Online

- **Forum Diskusi:** Fitur ini dilakukan dalam Whatsapp Group, menyediakan ruang untuk interaksi antar pengguna, memungkinkan mereka bertukar pengalaman, mengajukan pertanyaan, dan mencari solusi bersama. Forum ini akan diawasi oleh moderator untuk memastikan diskusi tetap relevan dan bermanfaat.



Gambar 3.4 Forum Diskusi

3.2.2 Spesifikasi Teknis

Bagian ini menguraikan aspek teknis dari pengembangan platform, termasuk teknologi yang digunakan, arsitektur sistem, dan infrastruktur yang dibutuhkan. Pilihan teknologi didasarkan pada kebutuhan untuk menciptakan platform yang andal, aman, dan mudah diakses oleh pengguna dari berbagai perangkat.

- **Bahasa Pemrograman:** Pengembangan platform ini menggunakan kombinasi Wordpress Elementor untuk struktur dan gaya halaman. Pemilihan bahasa ini didasarkan pada kehandalan, fleksibilitas, dan skalabilitas yang ditawarkan.
- **Framework:** WordPress digunakan sebagai CMS (Content Management System) utama karena kemudahan penggunaannya dan dukungan komunitas yang luas. WooCommerce diintegrasikan untuk mendukung fungsi marketplace, sedangkan Elementor digunakan sebagai page builder untuk memudahkan desain antarmuka. Serta Tutor LMS untuk Dashboard Pelatihan.
- **Arsitektur Sistem:** Sistem dibangun dengan arsitektur client-server yang memungkinkan interaksi real-time antara pengguna dan server. Server akan dihost di lingkungan cloud untuk memastikan ketersediaan yang tinggi dan kemampuan menangani lonjakan trafik.
- **Infrastruktur:** Server hosting yang digunakan adalah jenis Share Hosting yang dapat diskalakan sesuai dengan kebutuhan. Infrastruktur ini dirancang untuk memastikan platform tetap responsif dan aman, dengan dukungan backup otomatis dan pemantauan uptime.

3.2.3 Desain Antar Muka

Desain antarmuka pengguna (UI) adalah elemen penting untuk memastikan bahwa platform ini dapat digunakan dengan mudah oleh UMKM, yang mungkin memiliki berbagai tingkat pemahaman teknologi. Desain UI fokus pada kemudahan navigasi, tampilan yang menarik, dan aksesibilitas dari berbagai perangkat.

- **Beranda Tentang Kami :** Beranda dirancang untuk memberikan gambaran umum tentang layanan yang ditawarkan, kursus terbaru, dan produk-produk unggulan. Terdapat juga bagian untuk promosi dan berita terkini yang relevan dengan UMKM di Dharmasraya.

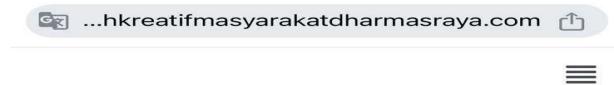


Tentang Kami

Selamat datang di Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya! Kami adalah komunitas inovatif dan kreatif yang berdedikasi untuk mengembangkan dan memperkaya kehidupan masyarakat Dharmasraya.

Gambar 3.5. Desain Antar Muka

- **Desain Responsif:** Seluruh halaman web dirancang responsif agar dapat diakses dengan baik melalui desktop, tablet, dan ponsel pintar. Ini memastikan bahwa pengguna dapat mengakses platform dengan nyaman dari perangkat apa pun, kapan saja.



Tentang Kami

Selamat datang di Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya! Kami adalah komunitas inovatif dan kreatif yang berdedikasi untuk mengembangkan dan memperkaya kehidupan masyarakat Dharmasraya.

Didirikan pada tahun 2021, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya lahir dari visi untuk membangun lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan bakat serta kreativitas masyarakat lokal. Kami percaya bahwa setiap individu memiliki potensi kreatif yang dapat dikembangkan dan diarahkan untuk memberikan dampak positif bagi komunitas dan lingkungan sekitarnya.

Gambar 3.6 Desain Responsif

3.2.4 Fitur Utama

Platform **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** menyediakan beberapa fitur utama yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mengakses layanan yang tersedia, mengelola aktivitas mereka, dan mendapatkan informasi yang relevan. Berikut adalah penjelasan fitur-fitur tersebut sesuai dengan urutan menu yang ada pada gambar:

1. Beranda

- a. **Deskripsi dan Fungsionalitas:** Beranda adalah halaman utama platform yang pertama kali diakses oleh pengguna. Halaman ini menampilkan berbagai informasi penting seperti pengenalan singkat tentang platform, promosi kursus terbaru, dan produk unggulan dari marketplace. Beranda juga dilengkapi dengan tautan navigasi cepat ke berbagai bagian penting dari platform, sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan apa yang mereka butuhkan.

2. Tentang Kami

Deskripsi dan Fungsionalitas: Halaman "Tentang Kami" memberikan informasi mendetail mengenai latar belakang, visi, dan misi **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**. Di sini, pengguna dapat memahami tujuan dari platform, sejarah pendirian, serta nilai-nilai yang dipegang dalam mendukung UMKM di Dharmasraya. Halaman ini juga mencakup informasi mengenai tim yang bekerja di balik platform dan komitmen mereka terhadap komunitas UMKM.

3. Kontak

Deskripsi dan Fungsionalitas: Halaman "Kontak" menyediakan berbagai cara bagi pengguna untuk menghubungi tim **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**. Pengguna dapat menemukan informasi seperti alamat email, nomor telepon, dan formulir kontak yang dapat diisi untuk mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, atau meminta bantuan teknis. Tim support siap memberikan bantuan cepat dan efektif melalui saluran ini.



Kontak

Hubungi kami – Kami siap membantu Anda!

Apakah Anda memiliki pertanyaan, saran, atau membutuhkan bantuan lebih lanjut? Halaman ini adalah tempat Anda bisa berinteraksi langsung dengan tim Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya. Kami selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk mendukung perjalanan bisnis Anda, dan karena itu kami sangat menghargai setiap komunikasi dari Anda. Gunakan formulir kontak yang tersedia untuk mengirimkan pesan Anda, atau hubungi kami melalui nomor telepon dan alamat email yang tercantum. Kami berkomitmen untuk memberikan respons cepat dan solusi terbaik untuk setiap kebutuhan Anda. Terima kasih telah menjadi bagian dari komunitas kami!

- Instagram : @rumahkreatifdharmasraya
- Facebook page : Rumahkreatifmasyarakatdharmasraya
- Website : www.rumahkreatifmasyarakatdharmasraya.com

Gambar 3.7 Kontak

4. Kategori

Deskripsi dan Fungsionalitas: Menu "Kategori" memberikan akses kepada pengguna untuk menjelajahi berbagai kategori kursus dan produk yang tersedia di platform. Setiap kategori diorganisasikan secara rapi sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan kursus atau produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini mencakup berbagai bidang seperti pemasaran digital, manajemen bisnis, dan keterampilan kreatif lainnya.

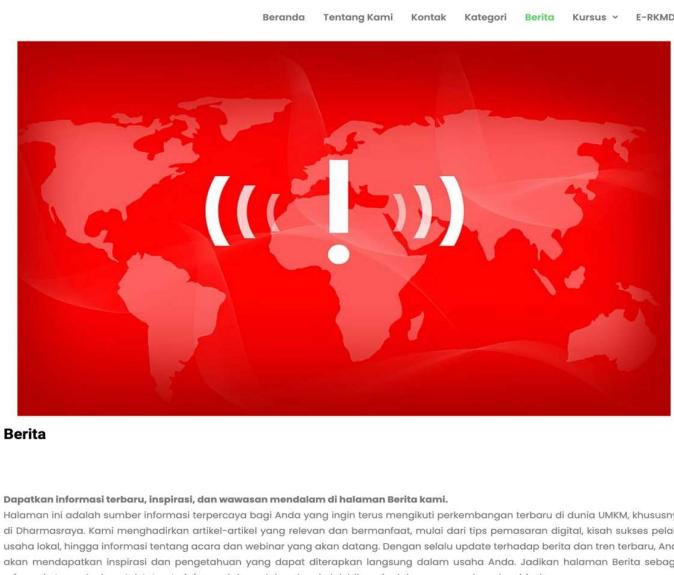


Kategori
Jelajahi berbagai produk dan layanan unggulan dari UMKM Dharmasraya di Marketplace kami.
Di halaman ini, Anda akan menemukan berbagai kategori produk yang diproduksi dengan penuh dedikasi oleh pelaku UMKM lokal. Setiap kategori menawarkan pilihan produk yang unik dan berkualitas, mulai dari kerajinan tangan yang artistik, kuliner lezat yang kaya rasa, hingga fashion dengan desain eksklusif. Marketplace kami tidak hanya tempat berbelanja, tetapi juga wadah untuk mendukung perekonomian lokal dengan memberi produk asli buatan tangan pengusaha Dharmasraya. Mari bersama-sama memperkuat ekonomi lokal dengan memilih produk dari kategori yang paling sesuai dengan kebutuhan Anda.

Gambar 3.8 Kategori

5. Berita

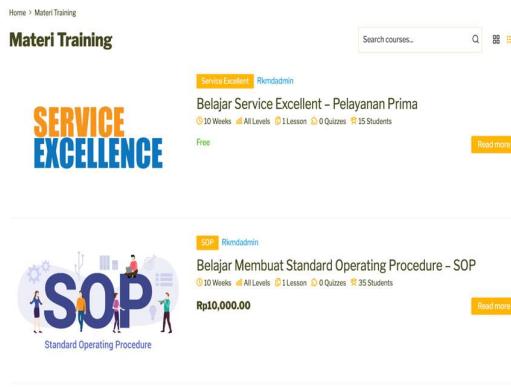
Deskripsi dan Fungsionalitas: Halaman "Berita" berfungsi sebagai portal informasi di mana pengguna dapat menemukan artikel terbaru, pengumuman, dan update mengenai kegiatan dan perkembangan yang berkaitan dengan **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**. Berita-berita ini mungkin mencakup informasi tentang peluncuran kursus baru, kolaborasi dengan pihak eksternal, atau kisah sukses UMKM yang telah memanfaatkan platform.



Gambar 3.9 Berita

6. Kursus

- **Deskripsi dan Fungsionalitas:** Menu "Kursus" adalah salah satu fitur utama dari platform ini, dan terdiri dari beberapa sub-menu yang memudahkan pengguna dalam mengelola aktivitas pembelajaran mereka: **Training Material:** Mengarahkan pengguna ke halaman daftar kelas yang tersedia, di mana mereka dapat melihat kursus yang ditawarkan, termasuk deskripsi, silabus, durasi, dan biaya. Pengguna dapat mendaftar dan mulai mengikuti kursus yang mereka pilih dari sini.



Gambar 3.10. Kursus

7. E-Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya (Marketplace)

a. **Deskripsi dan Fungsionalitas: E-Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya (Marketplace)** adalah fitur yang memungkinkan UMKM di Dharmasraya untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara online. Marketplace ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menemukan dan membeli produk lokal yang ditawarkan oleh UMKM. Pengguna dapat menjelajahi berbagai kategori produk, menambahkan item ke keranjang belanja, dan melakukan pembelian langsung melalui platform. Ini adalah salah satu inti dari **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan memberikan akses pasar yang lebih luas kepada UMKM. E-Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya (Marketplace) pada platform "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya" sedang dalam tahap pengembangan. Kendala utama yang dihadapi dalam implementasi awal adalah kurangnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi, serta masalah teknis terkait infrastruktur server dan keamanan transaksi. Solusi yang direncanakan adalah merekrut tenaga ahli IT dan melakukan pelatihan internal bagi tim yang sudah ada.

Fitur-fitur ini dirancang untuk memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi, mengikuti kursus, dan bertransaksi di platform, menjadikan **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** sebagai alat yang efektif untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Dharmasraya.

3.3 Implementasi dan Peluncuran

Bagian ini menjelaskan secara rinci proses implementasi dan peluncuran platform **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**. Peluncuran ini dilakukan melalui beberapa tahap strategis yang bertujuan untuk memastikan bahwa platform dapat berjalan dengan baik dan diterima oleh UMKM di Dharmasraya. Fokus utama dari proses ini adalah untuk memastikan kelancaran transisi dari pengembangan ke operasional penuh, serta untuk membangun kesadaran dan keterlibatan pengguna.

3.3.1 Strategi Peluncuran

Peluncuran platform **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** dilakukan secara bertahap untuk meminimalkan risiko dan memastikan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik sebelum platform tersedia secara luas.

- **Peluncuran Beta:**

Tujuan : Tahap ini bertujuan untuk menguji platform dalam lingkungan yang terkendali dengan melibatkan sekelompok kecil UMKM yang dipilih sebagai pengguna awal. Feedback dari pengguna beta akan sangat berharga untuk mengidentifikasi dan memperbaiki bug, mengoptimalkan fungsionalitas, dan menyesuaikan UI/UX sebelum peluncuran publik.

Proses : Sekitar 5 User akan dipilih untuk bergabung dalam program beta. Mereka akan diberikan akses penuh ke platform dan diminta untuk menggunakan semua fitur yang tersedia. Selama fase ini, tim pengembangan akan melakukan pemantauan ketat untuk mendeteksi masalah dan mendapatkan feedback langsung dari pengguna.

- **Peluncuran Publik:**

Tujuan: Setelah penyesuaian berdasarkan fase beta selesai, platform akan diluncurkan ke publik. Semua UMKM di Dharmasraya akan memiliki akses ke platform, dan layanan akan dipromosikan secara luas melalui berbagai saluran pemasaran.

Proses: Peluncuran publik akan dimulai dengan kampanye promosi yang intensif di media sosial, dan menyebarkan di beberapa media group chat untuk memperkenalkan platform kepada sebanyak mungkin User. Akan ada sesi webinar dan demo online untuk membimbing pengguna baru dalam menggunakan platform.

Monitoring dan Support: Setelah peluncuran, tim dukungan pelanggan akan diperkuat untuk menangani lonjakan pertanyaan dan masalah teknis dari pengguna baru. Monitoring real-time juga akan dilakukan untuk memastikan platform tetap stabil dan responsif selama masa peluncuran.

3.3.2 Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital adalah elemen kunci dalam memastikan bahwa **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** mencapai audiens targetnya dan mendorong adopsi platform secara luas di kalangan UMKM.

- **SEO (Search Engine Optimization)**

Tujuan: Meningkatkan visibilitas platform di mesin pencari seperti Google agar UMKM yang mencari solusi digital atau pelatihan online dapat dengan mudah menemukan **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**.

Strategi: Optimalisasi konten dengan kata kunci yang relevan, pembuatan blog dan artikel edukatif, serta backlink building dari situs-situs terpercaya.

- **Media Sosial**

Tujuan: Membangun kesadaran dan keterlibatan pengguna melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, yang populer di kalangan UMKM.

Strategi: Penggunaan konten visual dan video untuk menjelaskan manfaat platform, testimoni dari pengguna awal, serta promosi kursus dan fitur-fitur marketplace. Penggunaan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menargetkan UMKM yang mungkin belum mengenal platform ini.

- **Kemitraan Strategis**

Tujuan: Meningkatkan kepercayaan dan eksposur melalui kolaborasi dengan organisasi lokal, asosiasi UMKM, dan lembaga pendidikan.

Strategi: Menyelenggarakan acara bersama seperti seminar, workshop, dan expo UMKM, di mana platform ini dapat diperkenalkan dan diadopsi oleh lebih banyak pelaku usaha.

3.3.3 Perbaikan dan Pembaruan

Proses perbaikan dan pembaruan platform akan menjadi bagian integral dari strategi jangka panjang untuk memastikan platform tetap relevan, aman, dan memenuhi kebutuhan pengguna yang terus berkembang.

- Feedback Pengguna

Tujuan: Mengumpulkan masukan dari pengguna untuk terus meningkatkan fungsionalitas dan pengalaman pengguna.

Strategi: Penggunaan alat survey digital, forum diskusi, dan sesi focus group untuk mendapatkan feedback langsung dari pengguna tentang fitur-fitur yang mereka butuhkan atau masalah yang mereka hadapi.

- Pembaruan Rutin

Tujuan: Memastikan bahwa platform selalu mengikuti perkembangan teknologi dan tetap aman dari ancaman siber.

Strategi: Pembaruan sistem secara berkala untuk memperbaiki bug, menambahkan fitur baru, dan meningkatkan performa. Pembaruan ini akan dilakukan tanpa mengganggu pengalaman pengguna, dengan downtime yang direncanakan di luar jam-jam sibuk.

- Penambahan Fitur Baru

Tujuan: Mengadaptasi platform untuk memenuhi kebutuhan baru yang mungkin muncul seiring dengan perkembangan UMKM dan pasar digital.

Strategi: Pengembangan fitur-fitur tambahan seperti alat analitik bisnis, integrasi dengan platform e-commerce lain, atau penambahan modul kursus yang lebih mendalam berdasarkan tren terbaru di industri.

3.4 Tantangan dan Solusi

Pengembangan dan implementasi platform **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** tentunya tidak lepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi. Tantangan-tantangan ini muncul baik dari segi teknis maupun dari sisi pengguna. Bagian ini akan mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi selama proses pengembangan dan implementasi, serta solusi yang diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa platform

dapat berfungsi secara optimal dan memberikan manfaat maksimal bagi UMKM di Dharmasraya.

3.4.1 Tantangan Teknis

a. Skala dan Performa Platform

Tantangan: Seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna, terutama saat peluncuran publik, platform dapat mengalami masalah kinerja, seperti lambatnya waktu respon atau bahkan crash akibat lonjakan trafik yang signifikan. Ini sangat kritis karena pengguna yang menghadapi masalah performa mungkin akan kehilangan kepercayaan terhadap platform.

Solusi: Untuk mengatasi tantangan ini, platform menggunakan infrastruktur berbasis cloud dengan layanan auto-scaling yang memungkinkan penyesuaian sumber daya secara otomatis sesuai dengan kebutuhan trafik. Selain itu, pemantauan real-time dan pengujian beban (load testing) dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa platform dapat menangani volume pengguna yang tinggi tanpa masalah kinerja.

b. Keamanan Data

Tantangan: Mengelola data pengguna, terutama data sensitif seperti informasi pembayaran, menghadirkan risiko keamanan yang signifikan. Ancaman seperti peretasan, phishing, dan kebocoran data dapat merusak reputasi platform dan menimbulkan kerugian finansial bagi pengguna.

Solusi: Solusi untuk tantangan ini mencakup penerapan enkripsi SSL/TLS untuk melindungi data saat transfer, firewall canggih untuk mencegah akses tidak sah, dan pemantauan keamanan yang terus-menerus.

c. Integrasi Teknologi

Tantangan: Mengintegrasikan berbagai teknologi seperti CMS WordPress, WooCommerce untuk marketplace, dan payment gateway memerlukan sinkronisasi yang tepat agar semua sistem dapat bekerja bersama tanpa konflik.

Solusi: Tim pengembang telah mengadopsi pendekatan modular dalam pengembangan platform, di mana setiap komponen teknologi dapat diperbarui atau dimodifikasi tanpa mengganggu keseluruhan sistem. Pengujian integrasi dilakukan pada setiap tahap pengembangan untuk memastikan bahwa semua komponen bekerja secara harmonis.

3.4.2 Tantangan Pengguna

a. Adopsi teknologi oleh UMKM

Tantangan: Banyak UMKM di Dharmasraya yang belum familiar dengan teknologi digital, dan mungkin merasa kesulitan atau enggan untuk menggunakan platform ini. Tingkat literasi digital yang rendah dapat menjadi penghalang utama dalam adopsi teknologi ini.

Solusi: Untuk mengatasi tantangan ini, tim pengembang menyediakan pelatihan dan tutorial yang mudah dipahami, baik dalam bentuk video, panduan teks, maupun sesi webinar langsung. Selain itu, platform ini dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan ramah pengguna, yang memungkinkan pengguna dengan pengetahuan teknologi dasar sekalipun dapat mengoperasikan platform dengan mudah. Pendekatan user-centric dalam desain antarmuka memastikan bahwa setiap fitur dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan keterampilan pengguna.

b. Kebutuhan yang Beragam di Kalangan UMKM

Tantangan: UMKM memiliki kebutuhan yang sangat beragam tergantung pada industri, ukuran bisnis, dan tingkat pengalaman mereka. Platform ini harus mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan ini tanpa menjadi terlalu rumit atau membingungkan bagi pengguna.

Solusi: Untuk menjawab tantangan ini, platform ini menyediakan fitur yang fleksibel dan dapat disesuaikan (customizable). Misalnya, UMKM dapat memilih modul kursus yang paling relevan dengan bisnis mereka, atau menyesuaikan tampilan toko online mereka di marketplace (Soon).

c. Dukungan Pengguna dan Layanan pelanggan

Tantangan: Memberikan dukungan pengguna yang responsif dan efektif merupakan tantangan, terutama selama fase awal peluncuran ketika jumlah pengguna mungkin meningkat tajam. Pengguna yang mengalami masalah teknis atau membutuhkan bantuan mungkin kecewa jika mereka tidak mendapatkan bantuan tepat waktu.

Solusi: Tim dukungan pelanggan yang terdiri dari staf terlatih disediakan untuk memberikan bantuan melalui berbagai saluran, termasuk live chat, email, dan telepon. Selain itu, tim dukungan akan bekerja secara proaktif dengan

menyediakan FAQ yang komprehensif, tutorial langkah-demi-langkah, dan solusi langsung untuk masalah umum. Untuk memastikan respons cepat, sistem ticketing berbasis prioritas diterapkan, di mana masalah-masalah kritis dapat direspon lebih cepat.

3.4.3 Tantangan Operasional

a. Managemen Konten

Tantangan: Memelihara dan memperbarui konten secara rutin di platform, termasuk modul kursus, deskripsi produk, dan artikel edukatif, membutuhkan upaya yang signifikan dan manajemen yang baik. Tanpa konten yang segar dan relevan, platform bisa kehilangan daya tarik bagi pengguna.

Solusi: Tim pengembangan konten bekerja sama dengan akademisi dan praktisi untuk memastikan bahwa materi kursus selalu relevan dengan tren terbaru dan kebutuhan pengguna. Sistem manajemen konten (CMS) yang digunakan memudahkan pembaruan dan penambahan konten, sementara kalender editorial memastikan adanya perencanaan dan peluncuran konten baru secara berkala.

b. Skalabilitas dan Ekspansi

Tantangan: Ketika platform berkembang dan jumlah pengguna meningkat, serta potensi ekspansi ke wilayah lain di luar Dharmasraya, manajemen platform harus siap untuk menangani peningkatan beban kerja dan kebutuhan infrastruktur yang lebih besar.

Solusi: Dengan memanfaatkan layanan cloud yang scalable, platform ini dapat dengan mudah menambah sumber daya seperti kapasitas server dan bandwidth sesuai kebutuhan. Selain itu, perencanaan ekspansi telah dilakukan dengan mempertimbangkan aspek teknis dan sumber daya manusia, sehingga tim pengembangan dapat bertindak cepat dalam menghadapi pertumbuhan yang cepat.

BAB IV

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

4.1 Profil Bisnis

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya adalah platform digital yang didirikan untuk mendukung dan memberdayakan UMKM di Kabupaten Dharmasraya. Platform ini berfungsi sebagai pusat pendidikan digital dan marketplace yang dirancang untuk membantu UMKM meningkatkan keterampilan bisnis mereka dan memperluas jangkauan pasar mereka melalui teknologi.

Sejak peluncurannya, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** telah mengalami beberapa perkembangan dan penyesuaian yang mencerminkan tantangan dan peluang di pasar yang dinamis ini. Tantangan utama yang dihadapi adalah dalam hal produksi materi pelatihan yang belum optimal, jumlah peminat yang masih sedikit, dan kebutuhan dana yang sering kali melampaui perkiraan. Meski demikian, platform ini tetap berkomitmen untuk mencapai visi dan misinya.

Nama Startup Bisnis :

- Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya
- www.rumahkreatifmasyarakatdharmasraya.com

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya merupakan nama yang dipilih untuk mencerminkan fokus utama platform ini, yaitu menjadi rumah bagi kreativitas dan inovasi UMKM di Dharmasraya. Nama ini juga mencerminkan komitmen untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui berbagai layanan yang ditawarkan. Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya berada dibawah naungan badan hukum **CV Bumi Creative Angkasa**.

	<p>KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA DIREKTORAT JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM</p> <p>Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 6-7 Kuningan, Jakarta Selatan Telp. (021) 5202387 - Hunting</p>
<hr/>	
Nomor : AHU-0060370-AH.01.14 Tahun 2024 Lampiran : - Perihal : Surat Keterangan Terdaftar CV BUMI CREATIVE ANGKASA	Kepada Yth. Notaris ERIYUF BRANDEL S.H. Jl. Sisingamangaraja, No. 9 Kota Pekanbaru
<p>Sesuai dengan data dalam format isian Pendaftaran yang disimpan di dalam Sistem Administrasi Badan Usaha berdasarkan Akta Nomor 2 tanggal 07 Agustus 2024 yang dibuat oleh Notaris ERIYUF BRANDEL S.H. berkedudukan di Kota Pekanbaru, beserta dokumen pendukungnya yang diterima tanggal 08 Agustus 2024 mengenai pendaftaran CV BUMI CREATIVE ANGKASA berkedudukan di Kota Pekanbaru telah diterima dan terdaftar dalam Sistem Administrasi Badan Usaha.</p> <p>Pendaftaran sebagaimana dimaksud di atas mulai berlaku sejak tanggal diterbitkannya Surat Keterangan Terdaftar ini.</p>	
<p>Diterbitkan di Jakarta, tanggal 08 Agustus 2024</p> <p>a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM,</p> <p> Cahyo Rahadian Muzhar, S.H., LLM. 19690918 199403 1 001</p>	
<p>DICETAK PADA TANGGAL 08 Agustus 2024 Pencatatan ini hanya bersifat administratif dan bukan merupakan produk tata usaha negara.</p>	
<p>"Surat Keterangan Terdaftar ini dicetak dari Sistem Administrasi Badan Usaha"</p> <p>Notaris di Kota Pekanbaru</p> <p>  ERIYUF BRANDEL, SH</p>	

Gambar 4.1 Akte Pendirian Badan Usaha

ERIYUF BRANDEL, SH.
NOTARIS KOTA PEKANBARU

AKTA PENDIRIAN PERSEROAN KOMANDITER

CV. BUMI CREATIVE ANGKASA

Nomor : 2.-

-Pada hari ini, Rabu, tanggal tujuh Agustus dua ribu dua puluh empat (7-8-2024), pukul empat belas lewat dua puluh menit Waktu Indonesia Barat (14.20 WIB).-----

-Berhadapan dengan saya, **ERIYUF BRANDEL, Sarjana Hukum, Notaris di Kota Pekanbaru**, dengan dihadiri saksi-saksi yang saya, ----- Notaris kenal dan akan disebutkan pada bagian akhir akta ini :--

1. Tuan **AGUNG CAHYA PRAKARSA SITUMEANG**, lahir di Rumbai,----- tanggal dua puluh lima September seribu sembilan ratus tujuh-puluhan delapan (25-9-1978), Warga Negara Indonesia,----- Wiraswasta, bertempat tinggal di Pekanbaru, jalan Harapan--- Sari, nomor 17, Rukun Tetangga 003, Rukun Warga 007,----- Kelurahan Tangkerang Selatan, Kecamatan Bukit Raya,----- Pekanbaru, pemegang Kartu Tanda Penduduk dengan Nomor Induk-Kependudukan (NIK) 1471072509780003.-----

2. Tuan **ANTONI SYAFWAN**, lahir di Pekanbaru, tanggal dua puluh-tiga Januari seribu sembilan ratus delapan puluh delapan (23-1-1988), Warga Negara Indonesia, Wiraswasta, bertempat-tinggal di Pekanbaru, jalan Guna Karya Perumahan Griya----- Maharani D-8, Rukun Tetangga 002, Rukun Warga 001, Kelurahan-Tuah Karya, Kecamatan Tuah Madani, Pekanbaru, pemegang Kartu-Tanda Penduduk dengan Nomor Induk Kependudukan (NIK) ----- 1472022301880003.-----

-Para penghadap telah dikenal oleh saya, Notaris. -----
-Para penghadap dengan ini menerangkan, bahwa dengan tidak mengurangi izin dari pihak yang berwenang, telah sepakat dan setuju untuk bersama-sama mendirikan suatu Perseroan Komanditer - berdasarkan akta pendirian ini yang memuat anggaran dasar dan ---

1

Gambar 4.2. Akte Notaris 1

 ERIYUP PRANDEL, S.I. NOTARIS KOTA PEKANBARU	<p>9. Pendidikan Bimbingan Belajar Dan Konseling Swasta. ----- Kelompok ini mencakup pendidikan bimbingan belajar dan ----- konseling yang dilakukan oleh pihak swasta. Kegiatan pendidikan atau kursus yang termasuk dalam kelompok ini adalah bimbingan - belajar, bimbingan kesehatan, bimbingan organisasi, etika dan - pergaulan; pendidikan konsultan bisnis, konsultan pajak, ----- konsultan psikologi dan pengembangan SDM, megabrain, ----- superbrain, powerbrain, mental aritmatika; pembimbing kelompok bermain, pembimbing prasekolah, pembinaan keluarga, pendidikan anak dan lansia, pengembangan kepribadian, pengembangan metode belajar, pengembangan SDM, peningkatan kreatifitas anak, ----- peningkatan potensi pendidik, PGTK, sempoa, tutor prasekolah. -</p> <p>10. Aktivitas Pengembangan Aplikasi Perdagangan Melalui Internet -- (E-Commerce). ----- Kelompok ini mencakup kegiatan pengembangan aplikasi ----- perdagangan melalui internet (e-commerce). Kegiatan meliputi -- konsultasi, analisi dan pemograman aplikasi untuk kegiatan ---- perdagangan melalui internet. -----</p> <p>11. Jasa Informasi Daya Tarik Wisata. ----- Kelompok ini mencakup kegiatan penyediaan informasi mengenai -- daya tarik wisata baik alam, buatan maupun budaya seperti ---- penyediaan data, berita, feature, foto, video, dan laporan ---- aktivitas kunjungan dari influencer, buzzer, endorser, hasil -- penelitian mengenai daya tarik wisata. Penyebaran informasi --- tentang wisata melalui media cetak, elektronik atau media ---- komunikasi lain baik daring (online) maupun luring (offline). -</p> <p>12. Aktivitas Teknologi Informasi Dan Jasa Komputer Lainnya. ----- Kelompok ini mencakup kegiatan teknologi informasi dan jasa --- komputer lainnya yang terkait dengan kegiatan yang belum ----- diklasifikasikan di tempat lain, seperti pemulihan kerusakan --</p>
---	---

Gambar 4.3. Akte Notaris 2



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2008240045147**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: CV BUMI CREATIVE ANGKASA
2. Alamat Kantor	: Jl. Mutiara Sari, No. 7 C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Kode Pos: 28289
No. Telepon	: 081319780606
Email	: optibuzzmedia@gmail.com
3. Status Penanaman Modal	: PMDN
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBBI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepemilikan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Lapor Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 20 Agustus 2024

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 22 Agustus 2024

- 1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
- 2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
- 3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSsE-BSSN.
- 4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Gambar 4.4. NIB CV 1

 <p style="text-align: center;">PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA</p> <p style="text-align: center;">PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO</p> <p style="text-align: center;">LAMPIRAN</p> <p style="text-align: center;">NOMOR INDUK BERUSAHA: 2008240045147</p>																																																																																	
<p>Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">No.</th> <th rowspan="2">Kode KBLI</th> <th rowspan="2">Judul KBLI</th> <th rowspan="2">Lokasi Usaha</th> <th rowspan="2">Tingkat Risiko</th> <th colspan="3">Perizinan Berusaha</th> </tr> <tr> <th>Jenis</th> <th>Status</th> <th>Keterangan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>78432</td> <td>Pelatihan Kerja Teknologi Informasi dan Komunikasi Perusahaan</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>78435</td> <td>Pelatihan Kerja Bisnis dan Manajemen Perusahaan</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>63121</td> <td>Portal Web Dan/Atau Platform Digital Tanpa Tujuan Komersial</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>63122</td> <td>Portal Web Dan/Atau Platform Digital Dengan Tujuan Komersial</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>62012</td> <td>Aktivitas Pengembangan Aplikasi Perdagangan Melalui Internet (E-Commerce)</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>62090</td> <td>Aktivitas Teknologi Informasi Dan Jasa Komputer Lainnya</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>79129 (Pendukung)</td> <td>Aktivitas Biro Perjalanan Lainnya</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>79912</td> <td>Jasa Informasi</td> <td>Jl. Mutiara Sari no 7C,</td> <td>Rendah</td> <td>NIB</td> <td>Terbit</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p style="margin-top: 10px;">1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha. 2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya. 3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSsE-BSSN. 4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.</p>							No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha			Jenis	Status	Keterangan	1	78432	Pelatihan Kerja Teknologi Informasi dan Komunikasi Perusahaan	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-	2	78435	Pelatihan Kerja Bisnis dan Manajemen Perusahaan	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-	3	63121	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Tanpa Tujuan Komersial	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-	4	63122	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Dengan Tujuan Komersial	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-	5	62012	Aktivitas Pengembangan Aplikasi Perdagangan Melalui Internet (E-Commerce)	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-	6	62090	Aktivitas Teknologi Informasi Dan Jasa Komputer Lainnya	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-	7	79129 (Pendukung)	Aktivitas Biro Perjalanan Lainnya	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-	8	79912	Jasa Informasi	Jl. Mutiara Sari no 7C,	Rendah	NIB	Terbit	-
No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha																																																																												
					Jenis	Status	Keterangan																																																																										
1	78432	Pelatihan Kerja Teknologi Informasi dan Komunikasi Perusahaan	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										
2	78435	Pelatihan Kerja Bisnis dan Manajemen Perusahaan	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										
3	63121	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Tanpa Tujuan Komersial	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										
4	63122	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Dengan Tujuan Komersial	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										
5	62012	Aktivitas Pengembangan Aplikasi Perdagangan Melalui Internet (E-Commerce)	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										
6	62090	Aktivitas Teknologi Informasi Dan Jasa Komputer Lainnya	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										
7	79129 (Pendukung)	Aktivitas Biro Perjalanan Lainnya	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										
8	79912	Jasa Informasi	Jl. Mutiara Sari no 7C,	Rendah	NIB	Terbit	-																																																																										

Gambar 4.5. NIB CV 2



Deskripsi Singkat mengenai Kegiatan Bisnis

Platform ini menyediakan dua layanan utama:

1. **Pelatihan Digital:** Berbagai kursus online yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan UMKM dalam pemasaran digital, manajemen bisnis, dan pengelolaan keuangan. Materi pelatihan disusun oleh para ahli dan praktisi yang berpengalaman di bidangnya.
2. **Marketplace:** Sebuah pasar digital di mana UMKM dapat menjual produk mereka ke audiens yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional. Marketplace ini dirancang untuk memudahkan UMKM dalam mengelola dan memasarkan produk mereka dengan menggunakan teknologi yang sederhana namun efektif.

Selain itu, platform ini diharapkan juga berfungsi sebagai forum komunitas di mana UMKM dapat bertukar pengetahuan, pengalaman, dan dukungan. Ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan inovasi di kalangan pelaku usaha lokal.

Visi dan Misi Start-up/Bisnis

Visi :

- **Menjadi inisiator utama dalam transformasi digital UMKM di Dharmasraya dan menciptakan ekosistem bisnis yang inovatif, berdaya saing tinggi, dan berkelanjutan.**

Visi ini mencerminkan aspirasi untuk membawa UMKM Dharmasraya ke era digital, di mana teknologi digunakan sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** bertujuan untuk menjadi pelopor dalam memberikan solusi digital yang tepat guna bagi UMKM.

Misi:

- **Memberikan pendidikan digital yang terjangkau dan berkualitas tinggi untuk UMKM.**
- **Meningkatkan kompetensi digital UMKM melalui pelatihan yang relevan dan aplikatif.**

- **Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan menyediakan platform yang memudahkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas.**
- **Membangun ekosistem kolaborasi dan inovasi yang mendukung pertumbuhan UMKM.**

Misi ini berfokus pada empat pilar utama pendidikan : kompetensi, pertumbuhan ekonomi, dan kolaborasi. **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** berusaha untuk menjadi pusat yang menghubungkan UMKM dengan sumber daya, peluang, dan jaringan yang mereka butuhkan untuk berhasil dalam era digital.

Tata Kelola Startup

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya memiliki struktur tata kelola yang dirancang untuk memastikan operasional berjalan dengan efektif dan transparan. Struktur ini mencakup:

- **Dewan Direksi:** Mengawasi arah strategis dan operasional dari platform, termasuk pengambilan keputusan terkait pengembangan bisnis, investasi, dan kemitraan strategis.
- **Komite Eksekutif:** Bertanggung jawab atas manajemen harian, termasuk pengembangan konten, teknologi, dan layanan pelanggan. Komite ini terdiri dari manajer proyek, kepala pengembangan IT, dan kepala pemasaran.
- **Komite Penasihat:** Terdiri dari para ahli dan praktisi dari berbagai bidang yang memberikan masukan strategis dan membantu dalam mengarahkan platform menuju tujuan jangka panjangnya.

Prosedur tata kelola yang diterapkan mencakup pengawasan yang ketat terhadap kinerja keuangan, kepatuhan terhadap peraturan, dan implementasi praktik bisnis yang beretika. Transparansi dalam pengambilan keputusan dan pelaporan kinerja menjadi prioritas utama untuk memastikan kepercayaan dari para pemangku kepentingan, termasuk UMKM yang menjadi pengguna platform ini.

Pendaftaran Legalitas Perusahaan

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya di bawah CV Bumi Creative Angkasa, telah secara resmi terdaftar sebagai entitas bisnis di Indonesia, dengan seluruh izin usaha, yang diperlukan untuk beroperasi di bidang pendidikan digital.

- **Izin Usaha:** Platform ini beroperasi di bawah izin usaha yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah dan nasional, sesuai dengan regulasi yang berlaku untuk bisnis di sektor teknologi dan pendidikan.
- **Lisensi dan Sertifikasi:** Sebagai penyedia layanan edukasi, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** di bawah CV Bumi Creative Angkasa dapat mengoperasikan kursus online dan menyelenggarakan pelatihan bersertifikat bagi UMKM. Selain itu.
- **Kepatuhan terhadap Regulasi:** Platform ini terus mematuhi regulasi nasional dan daerah terkait perlindungan data, transaksi elektronik, dan perdagangan digital, untuk menjaga legalitas dan keberlanjutan operasional

4.2 Model Bisnis

Seiring dengan berjalannya waktu, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** telah melakukan berbagai penyesuaian pada model bisnisnya untuk mengakomodasi tantangan yang muncul dan memanfaatkan peluang baru yang ada. Perubahan ini diperlukan untuk memastikan bahwa platform tetap relevan, berkelanjutan, dan mampu memberikan nilai maksimal bagi UMKM di Dharmasraya.

Penyesuaian Lean Canvas

Lean Canvas adalah alat penting yang digunakan untuk menyusun dan mengelola model bisnis platform ini. Seiring dengan perkembangan bisnis, beberapa elemen dalam Lean Canvas telah mengalami penyesuaian untuk lebih mencerminkan kebutuhan pasar dan kondisi operasional yang dihadapi. Berikut adalah penyesuaian-penesuaian yang telah dilakukan:

a. Customer Segments (Segmen Pelanggan)

- **Awal:** Fokus utama pada semua UMKM di Dharmasraya tanpa memandang jenis industri atau tingkat adopsi teknologi.

- **Penyesuaian:** Fokus kini diperluas untuk mencakup UMKM yang sudah memiliki dasar pengetahuan teknologi tetapi membutuhkan dukungan lebih lanjut dalam pemasaran digital dan branding. Selain itu, platform juga mulai menargetkan UMKM di sektor kuliner dan kerajinan tangan, karena segmen ini menunjukkan respons yang lebih positif terhadap layanan yang ditawarkan.

b. Problem (Masalah)

- **Awal:** Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital di kalangan UMKM, serta sulitnya mengakses pasar yang lebih luas.
- **Penyesuaian:** Selain masalah-masalah tersebut, platform juga mengidentifikasi tantangan dalam hal produksi konten yang konsisten dan pemasaran yang efektif. Peminat yang masih sedikit juga menjadi perhatian utama yang perlu diatasi.

c. Unique Value Proposition (Proposisi Nilai Unik)

- **Awal:** Menyediakan pelatihan digital dan marketplace untuk UMKM dengan akses yang mudah dan biaya yang terjangkau.
- **Penyesuaian:** Menambahkan layanan konsultasi bisnis langsung melalui Group Whatsapp yang dirancang khusus untuk UMKM yang membutuhkan dukungan individual dalam mengembangkan strategi digital mereka. Hal ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan yang mencari solusi lebih personal dan komprehensif.

d. Solution (Solusi)

- **Awal:** Menyediakan kursus online, marketplace, dan forum komunitas untuk UMKM.
- **Penyesuaian:** Memperkenalkan paket berlangganan berbayar dan Gratis juga untuk layanan konsultasi, dan dukungan prioritas. Solusi ini dirancang untuk menaikkan daya tarik UMKM terhadap Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya.

e. Channels (Saluran)

- **Awal:** Distribusi layanan melalui platform web dan media sosial.
- **Penyesuaian:** Selain memperkuat saluran digital, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** juga mulai mempertimbangkan partisipasi dalam acara fisik seperti pameran UMKM lokal untuk meningkatkan kesadaran dan menjalin hubungan langsung dengan pelanggan potensial.

f. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

- **Awal:** Pendapatan utama berasal dari langganan pengguna dan komisi dari transaksi di marketplace.
- **Penyesuaian:** Penambahan sumber pendapatan melalui iklan berbayar di platform dan penawaran kursus bersertifikat dengan biaya tambahan. Diversifikasi sumber pendapatan ini diharapkan dapat meningkatkan stabilitas keuangan platform.

g. Cost Structure (Struktur Biaya)

- **Awal:** Biaya utama termasuk pengembangan platform, produksi konten, dan pemasaran.
- **Penyesuaian:** Dengan bertambahnya aktivitas dan layanan baru, biaya operasional juga meningkat. Oleh karena itu, efisiensi biaya menjadi fokus utama, termasuk optimalisasi produksi konten dan peninjauan ulang pengeluaran pemasaran untuk memastikan dana digunakan secara efektif.

h. Key Metrics (Metrik Utama)

- **Awal:** Metrik yang dipantau meliputi jumlah pendaftar kursus, transaksi di marketplace, dan tingkat kepuasan pengguna.
- **Penyesuaian:** Dikarenakan masih diberikan Akses Gratis, maka Metrik belum sepenuhnya bergerak, dikarenakan target saat ini adalah menambah jumlah pengguna.

i. Unfair Advantage (Keunggulan Kompetitif)

- **Awal:** Dukungan lokal dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan UMKM di Dharmasraya.
- **Penyesuaian:** Kemitraan dengan institusi pendidikan lokal juga memberikan keunggulan dalam hal penyediaan konten edukatif yang berkualitas tinggi.

4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran

Seiring dengan perkembangan **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**, analisis pasar dan strategi pemasaran telah mengalami beberapa penyesuaian untuk lebih efektif menjangkau UMKM di Dharmasraya dan memenuhi kebutuhan mereka. Bagian ini

akan menguraikan perkembangan terbaru dalam analisis pasar, strategi pemasaran yang telah diimplementasikan, serta pencapaian dalam hal pendapatan dan pangsa pasar.

Analisis Pasar Terbaru

Segment Pasar :

- **Segmentasi Awal:** Awalnya, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** menargetkan seluruh UMKM di Kabupaten Dharmasraya, tanpa membedakan jenis industri atau tingkat digitalisasi. Strategi ini dimaksudkan untuk menarik sebanyak mungkin pengguna dari berbagai latar belakang bisnis.
- **Penyesuaian Segmen:** dikarenakan akses masih di gratiskan, masih belum terlihat Dominasi UMKM yang memerlukan pelatihan yang disediakan di ruang member

Tawaran Nilai (Value Proposition):

- **Penawaran Awal:** Platform ini awalnya menawarkan pelatihan digital yang mudah diakses dan marketplace untuk memasarkan produk UMKM. Hal ini didesain untuk mengatasi keterbatasan akses pasar dan pengetahuan digital yang sering dihadapi oleh UMKM di daerah ini.
- **Pengembangan Tawaran Nilai:** Mengingat umpan balik dari pengguna awal dan analisis pasar yang dilakukan, platform telah menambahkan layanan konsultasi bisnis yang lebih personal. Layanan ini dirancang untuk membantu UMKM dalam menyusun strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan mengoptimalkan keberadaan mereka di marketplace.

Saluran Distribusi:

- **Distribusi Digital:** Fokus utama pada distribusi digital melalui website dan media sosial tetap menjadi saluran utama untuk menjangkau pengguna. Upaya ini didukung oleh kampanye media sosial yang konsisten, menggunakan konten edukatif dan promosi untuk menarik UMKM ke platform.
- **Distribusi Fisik:** Selain distribusi digital, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** juga mulai mempertimbangkan partisipasi dalam pameran UMKM lokal. Ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pasar melalui interaksi langsung dengan para pelaku usaha, sekaligus memperkuat jaringan dengan asosiasi dan komunitas lokal.

Strategi Pemasaran

Promosi :

- **Kampanye Digital:** Kampanye promosi telah dilakukan melalui media sosial, seperti Facebook dan Instagram, yang merupakan platform populer di kalangan UMKM. Kampanye ini menekankan pentingnya digitalisasi bisnis dan bagaimana **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** dapat menjadi mitra strategis dalam perjalanan digital UMKM.
- **Promosi Langsung:** Selain kampanye online, strategi promosi langsung dilakukan dengan mengadakan workshop dan seminar kecil yang diadakan secara lokal. Acara ini tidak hanya bertujuan untuk edukasi, tetapi juga untuk memperkenalkan platform secara lebih personal kepada para pelaku usaha.

Iklan

- **Iklan Berbayar di Media Sosial:** Penggunaan iklan berbayar di Facebook dan Instagram telah membantu meningkatkan visibilitas platform di kalangan target audiens. Namun, hasilnya belum sepenuhnya memuaskan karena keterbatasan anggaran dan kompetisi yang ketat dari iklan lainnya.
- **Optimasi SEO:** Upaya optimasi mesin pencari (SEO) juga sedang dilakukan untuk memastikan bahwa platform ini muncul di hasil pencarian teratas ketika UMKM mencari solusi digital. Fokus utama adalah pada konten yang relevan dengan kata kunci seperti "Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya"

Pemasaran Online

- **Produksi Konten:** Produksi konten menjadi salah satu fokus utama untuk menarik pengguna dan membangun kepercayaan. Feed Post, video tutorial, dan infografis telah diproduksi untuk memberikan nilai tambah kepada UMKM dan mendorong mereka untuk bergabung dengan platform. Meskipun demikian, tantangan dalam produksi konten yang konsisten dan berkualitas tetap menjadi kendala utama yang perlu diatasi

Pendapatan dan Pangsa Pasar

Pendapatan:

- **Pendapatan Awal:** Saat ini user belum dikenakan biaya untuk mengakses Website dan Material Training, ini juga merupakan salah satu strategi pemasaran dimana agar dapat mendapatkan User sebanyak mungkin, oleh

karena itu pendapatan awal saat ini masih belum ada. mengakibatkan pendapatan yang diperoleh belum mencapai target yang diharapkan.

- **Diversifikasi Sumber Pendapatan:** Untuk mengatasi keterbatasan pendapatan, platform ini telah mulai menawarkan kursus bersertifikat dengan biaya tambahan dan membuka ruang iklan berbayar di website. Meskipun ini belum signifikan, langkah ini diharapkan dapat memperkuat arus pendapatan di masa mendatang.

Pangsa Pasar

- **Pangsa Pasar Lokal:** Saat ini, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** memegang pangsa pasar yang kecil di kalangan UMKM di Dharmasraya. Hal ini disebabkan oleh tantangan dalam menjangkau lebih banyak pengguna dan meningkatkan keterlibatan mereka di platform.
- **Strategi Pertumbuhan:** Untuk meningkatkan pangsa pasar, fokus ke depan akan lebih pada peningkatan kesadaran dan pendidikan pasar tentang pentingnya digitalisasi melalui kampanye yang lebih intensif dan penggunaan saluran distribusi yang lebih variatif. Selain itu, platform ini juga mulai menargetkan ekspansi ke kabupaten lain dengan kondisi UMKM yang serupa.

Dengan strategi pasar dan pemasaran yang terus disesuaikan, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** berkomitmen untuk terus mendukung UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pertumbuhan bisnis mereka. Upaya untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar akan menjadi prioritas utama dalam langkah-langkah pengembangan bisnis selanjutnya.

4.4 Aspek Operasi/Produksi

Selama 6 bulan pertama, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya (Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya)** berfokus pada pengembangan platform dan branding tanpa menghasilkan pendapatan. Seluruh fitur di website dapat diakses secara gratis oleh masyarakat untuk menarik pengguna, membangun awareness, dan mengumpulkan database member yang nantinya akan digunakan sebagai pondasi monetisasi. Strategi operasional selama periode ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap komponen, dari teknologi hingga pemasaran, berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai target yang telah ditentukan.

Fokus Operasional 0-6 Bulan

1. Pengembangan Teknologi

Optimalisasi dan Pengujian (Bulan 1-3)

Pada fase awal (bulan 1 hingga 3), Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya memprioritaskan pengembangan teknologi dan pengujian performa platform. Ini termasuk:

- **Optimalisasi fitur utama website** seperti kursus online dan marketplace. Fitur-fitur ini harus stabil, mudah diakses, dan memberikan pengalaman pengguna yang baik.
- **Pengujian sistem secara internal**, termasuk performa server dan load capacity, untuk memastikan platform mampu melayani jumlah pengguna yang diharapkan. Uji coba ini dilakukan dengan pengguna terbatas (beta testing) untuk mendeteksi dan memperbaiki bug atau masalah teknis lainnya sebelum peluncuran lebih luas.
- **Pengembangan sistem keamanan** untuk memastikan data pengguna tersimpan dengan aman, serta mematuhi standar perlindungan data.

2. Branding dan Promosi (Bulan 1-6)

Sejak bulan pertama hingga bulan ke-6, Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya berfokus pada branding dan promosi yang bertujuan membangun awareness tentang platform. Ini termasuk:

- **Pemasaran melalui media sosial** dengan strategi hemat biaya, menggunakan Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk mencapai target audiens.
- **Promosi organik dan word-of-mouth**: Mengandalkan komunitas lokal dan jaringan UMKM untuk menyebarkan informasi tentang platform, meningkatkan daya jangkau tanpa biaya iklan yang besar.
- **Acara webinar atau workshop gratis** yang diadakan secara online, dirancang untuk memperkenalkan fitur-fitur platform Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya dan menarik lebih banyak pengguna untuk mendaftar.

3. Pengembangan Database Pengguna (Bulan 1-6)

Salah satu tujuan utama selama periode ini adalah **mengumpulkan database pengguna** yang akan menjadi pondasi monetisasi di masa depan. Aktivitas ini mencakup:

- **Pendaftaran gratis untuk seluruh pengguna** di website Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya, di mana data mereka akan dicatat dan dikelola melalui sistem database yang dibangun dan dioptimalkan selama periode ini.
 - **Pengembangan sistem manajemen data pengguna**, yang meliputi pengelolaan data member, segmentasi pengguna berdasarkan aktivitas mereka, dan persiapan untuk peluncuran fitur berbayar di bulan ke-7.
 - **Target utama** adalah mendapatkan minimal **100 member** yang terdaftar di platform pada akhir bulan ke-6, baik secara gratis maupun berbayar, yang akan digunakan sebagai basis untuk fase monetisasi berikutnya.
4. **Persiapan Monetisasi (Bulan 4-6)**

Pada fase ini (bulan 4 hingga 6), Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya memulai persiapan untuk monetisasi yang akan dimulai setelah 6 bulan. Beberapa langkah kunci yang dilakukan meliputi:

- **Pengembangan fitur berbayar** seperti kursus lanjutan dan marketplace eksklusif yang hanya dapat diakses oleh member yang membayar. Fitur ini akan diuji coba secara internal untuk memastikan bahwa mereka siap diluncurkan di bulan ke-7.
- **Persiapan untuk kerjasama iklan:** Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya akan mulai menjalin komunikasi dengan perusahaan lokal dan nasional untuk menawarkan ruang iklan di platform. Dengan jumlah pengguna yang cukup, platform ini akan menarik bagi para pengiklan.
- **Kerjasama strategis dengan institusi pendidikan dan pemerintah lokal** juga akan dijajaki untuk memastikan bahwa platform ini dapat diperkenalkan kepada audiens yang lebih luas melalui kemitraan formal.

Tabel 4.1. Rencana dan Jadwal Penelitian

Bulan	Kegiatan Utama	Deskripsi Kegiatan
1	Pengembangan Fitur dan Branding Awal	Optimalisasi fitur utama website (kursus, marketplace, dll.). Soft launching website melalui media sosial untuk memperkenalkan platform ke masyarakat lokal.
2	Pengujian Sistem dan Branding Berkelanjutan	Pengujian sistem dengan pengguna terbatas (beta testing) dan pemasaran melalui media sosial (Facebook, Instagram) dengan biaya efisien Rp 500.000 per bulan.
3	Pengembangan Sistem Database dan Promosi	Pengembangan sistem manajemen data pengguna dan promosi lanjutan di media sosial untuk meningkatkan jumlah pendaftar dan member.
4	Peningkatan Teknologi dan Fokus Pengumpulan Data	Peningkatan performa website dan persiapan teknis untuk fitur berbayar. Fokus pada pengumpulan data pengguna melalui pendaftaran gratis.
5	Persiapan Monetisasi dan Promosi Intensif	Persiapan untuk peluncuran fitur berbayar dan kemitraan strategis. Promosi intensif di media sosial untuk meningkatkan jumlah pengguna yang mendaftar di platform.
6	Evaluasi dan Review Sistem untuk Monetisasi	Evaluasi performa website dan sistem database. Review sistem untuk persiapan monetisasi, termasuk peluncuran fitur berbayar dan penawaran kerjasama iklan.

Target Utama 0-6 Bulan

- Mengumpulkan minimal 100 member terdaftar: Baik secara gratis maupun berbayar, jumlah ini akan menjadi basis awal untuk monetisasi platform.
- Mengoptimalkan sistem database: Memastikan bahwa data pengguna yang terkumpul dikelola dengan baik untuk digunakan dalam strategi pemasaran dan monetisasi di masa mendatang.
- Memperkenalkan fitur platform secara luas: Memastikan bahwa masyarakat lokal mengenal platform Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya dan merasakan manfaat dari fitur-fitur yang tersedia tanpa dipungut biaya.

- Mempersiapkan platform untuk monetisasi: Dengan fitur berbayar dan kerjasama iklan yang akan dimulai pada bulan ke-7, Rumah Kreatif masyarakat Dharmasraya akan siap memasuki fase pertumbuhan berikutnya.

4.5 Aspek Organisasi dan SDM

Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan struktur organisasi yang efektif merupakan elemen kunci untuk keberhasilan **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**. Bagian ini menguraikan perkembangan terkini dalam struktur organisasi, peran dan tanggung jawab, serta strategi yang diterapkan dalam merekrut, melatih, dan mempertahankan personnel.

Perubahan dalam Struktur Organisasi:

- **Struktur Organisasi Awal:** Pada tahap awal, struktur organisasi **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** relatif sederhana, dengan fokus pada tim inti yang terdiri dari Manajer Proyek, Pengembang IT, Pengembang Konten, Tim Pemasaran, dan Tim Dukungan Pelanggan. Struktur ini cukup efektif pada awalnya, tetapi seiring dengan pertumbuhan platform, kebutuhan untuk memperluas dan merinci struktur organisasi menjadi lebih nyata.
- **Perubahan Terkini:** Struktur organisasi tidak mengalami penyesuaian untuk menekan biaya agar lebih efisien dan efektif

Pelatihan dan Pengembangan:

- **Pelatihan Internal:** Pelatihan berkelanjutan diberikan kepada semua staf untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam teknologi terbaru, manajemen proyek, dan pemasaran digital. Sesi pelatihan diadakan secara rutin, baik oleh internal tim maupun oleh pakar eksternal yang diundang untuk memberikan workshop khusus.
- **Pengukuran Kinerja:** Kinerja setiap anggota tim dievaluasi secara rutin berdasarkan pencapaian tujuan individu dan kontribusi terhadap keberhasilan proyek. Evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk promosi, bonus, dan pengembangan lebih lanjut.

Retensi Personnel:

- **Insentif dan Penghargaan:** Untuk saat ini pemberian insentif dan penghargaan masih belum dapat dilakukan mengingat keterbatasan akan dana yang masih dialokasikan untuk pengembangan
- **Lingkungan Kerja yang Mendukung:** Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung juga menjadi prioritas. Ini mencakup kebijakan kerja fleksibel, keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi, serta dukungan kesehatan mental bagi karyawan. Karyawan didorong untuk memberikan umpan balik tentang lingkungan kerja, yang kemudian digunakan untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan.

4.6 Aspek Keuangan

Dalam masa 0-6 bulan pertama operasional, fokus utama Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya adalah mengoptimalkan pengembangan teknologi dan branding platform untuk menarik pengguna, tanpa ada pendapatan yang dihasilkan selama periode ini. Semua fitur diakses gratis untuk membangun awareness serta mengumpulkan database pengguna. Berikut adalah forecast biaya operasional yang dikeluarkan selama 6 bulan pertama:

Tabel 4.2 Forecast biaya Operasional 0 - 6 bulan

Bulan	Pengembangan Teknologi	Biaya SDM	Pemasaran dan Promosi	Pengembangan Sistem Database	Biaya Operasional lainnya	Total biaya
1	1.000.000	1.200.000	500.000	500.000	500.000	3.700.000
2	1.000.000	1.200.000	500.000	500.000	500.000	3.700.000
3	1.000.000	1.200.000	500.000	500.000	500.000	3.700.000
4	1.000.000	1.200.000	500.000	500.000	500.000	3.700.000
5	1.000.000	1.200.000	500.000	500.000	500.000	3.700.000
6	1.000.000	1.200.000	500.000	500.000	500.000	3.700.000
Total	6.000.000	7.200.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	22.000.000

Penjelasan Detail Forecast Biaya

Pengembangan Teknologi (**Rp 1.000.000 per bulan**)

Pengembangan teknologi Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya difokuskan pada peningkatan performa dan stabilitas sistem selama 6 bulan pertama. Ini mencakup perbaikan teknis pada fitur-fitur utama seperti kursus online dan marketplace. Dengan biaya **Rp 1.000.000 per bulan**, Diharapkan Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya mampu menjaga efisiensi tanpa mengorbankan kualitas platform.

Sumber Daya Manusia (SDM - Flat **Rp 1.200.000 per bulan**)

Biaya SDM telah disepakati flat sebesar **Rp 1.200.000 per bulan**. Ini mencakup honor untuk tim pengembang, tim pemasaran, dan staf operasional lainnya yang berperan penting dalam menjaga kelancaran pengoperasian platform selama 6 bulan. Kesepakatan ini menjaga biaya tetap terkendali dan efisien. Biaya ini masih jauh dari ekspektasi standard, biaya ini adalah kesepakatan para SDM yang mau berkontribusi di Startup ini dan melihat potensi dari startup Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya.

Pemasaran dan Promosi (**Rp 500.000 per bulan**)

Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya mengalokasikan **Rp 500.000 per bulan** untuk pemasaran dan promosi, terutama melalui media sosial dan kampanye digital. Fokus promosi adalah membangun awareness di masyarakat lokal dengan memanfaatkan platform digital yang hemat biaya seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

Pengembangan Sistem Database dan Biaya Operasional Lainnya

Pengembangan sistem database penting untuk mengelola data pengguna yang terdaftar di platform. Biaya **Rp 500.000 per bulan** dialokasikan untuk memastikan sistem pengelolaan data berjalan lancar, termasuk pencatatan pengguna baru. Biaya operasional lainnya meliputi kebutuhan dasar seperti listrik, internet, dan administrasi. Dengan anggaran **Rp 500.000 per bulan**, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya memastikan bahwa kebutuhan dasar operasional dapat dipenuhi tanpa menguras anggaran.

Strategi Setelah 6 Bulan

Setelah 6 bulan pertama, Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya akan beralih ke fase monetisasi dengan tiga target utama:

1. **Kerjasama dengan Institusi** : Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya akan menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta untuk memperluas jangkauan platform serta meningkatkan kredibilitasnya.
2. **Peluncuran Fitur Berbayar** : Setelah masa gratis 6 bulan, fitur-fitur premium berbayar akan diluncurkan, termasuk akses ke kursus lanjutan dan marketplace eksklusif. Ini akan menjadi salah satu sumber pendapatan utama Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya.
3. **Kerjasama untuk Iklan** : Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya juga akan membuka kesempatan untuk kerjasama iklan dengan perusahaan komersial yang ingin beriklan di platform. Ini akan membuka peluang pendapatan tambahan bagi platform.

Target setelah 6 bulan: Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya bertujuan untuk mencapai **minimal 100 member** yang terdaftar, baik secara gratis maupun berbayar. Jumlah member ini akan menjadi dasar monetisasi platform serta pertumbuhan selanjutnya.

4.7 Strategi Peningkatan dan pengembangan

Setelah menganalisis kinerja operasional dan pasar saat ini, **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** menyusun strategi peningkatan dan pengembangan yang bertujuan untuk mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang baru. Strategi ini didasarkan pada analisis SWOT terbaru, yang mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh bisnis ini. Bagian ini juga menguraikan langkah-langkah strategis yang akan diambil untuk meningkatkan kinerja dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Analisis SWOT Terbaru

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk menilai posisi bisnis saat ini dan mengidentifikasi faktor-faktor internal serta eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilannya. Berdasarkan implementasi dan kondisi di lapangan, berikut adalah analisis SWOT terbaru untuk **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**:

Tabel 4.3 analisa SWOT Terbaru

Faktor	Deskripsi
Strengths (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> - Platform berbasis digital yang mudah diakses oleh UMKM dari berbagai lokasi. - Tim pengembang yang berkomitmen dengan keterampilan teknis yang solid.
Weaknesses (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi konten yang lambat dan tidak konsisten, menyebabkan kurangnya materi baru yang menarik bagi pengguna. - Pemasaran yang belum optimal, menghasilkan jumlah peminat yang masih sedikit. - Keterbatasan dana yang mempengaruhi kemampuan untuk meningkatkan fitur dan menjalankan kampanye besar.
Opportunities (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan adopsi digital di kalangan UMKM yang membuka peluang untuk ekspansi pasar. - Potensi untuk memperluas layanan ke wilayah lain dengan kondisi UMKM yang serupa. - Kemitraan dengan pemerintah dan lembaga pendidikan yang dapat mendukung program pelatihan dan sertifikasi.
Threats (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetisi dari platform lain yang lebih mapan dengan sumber daya yang lebih besar. - Risiko ekonomi makro seperti fluktuasi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli UMKM. - Ketergantungan pada teknologi yang rentan terhadap ancaman keamanan siber.

Strengths (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> - Platform berbasis digital yang mudah diakses oleh UMKM dari berbagai lokasi. - Dukungan kuat dari asosiasi lokal dan kemitraan strategis yang meningkatkan kredibilitas. - Tim pengembang yang berkomitmen dengan keterampilan teknis yang solid.
----------------------	---

Strategi Peningkatan Kinerja

Berdasarkan hasil analisis SWOT, berikut adalah strategi yang akan diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja keuangan, operasional, dan pemasaran **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**:

a. Kinerja Keuangan:

- **Optimalisasi Biaya:** Melakukan audit biaya operasional untuk mengidentifikasi area-area yang dapat dihemat tanpa mengorbankan kualitas. Ini mencakup negosiasi ulang kontrak dengan vendor, pengurangan pengeluaran yang tidak mendesak, dan peninjauan kembali anggaran pemasaran untuk memaksimalkan pengembalian investasi (ROI).
- **Diversifikasi Pendapatan:** Mengembangkan layanan baru yang dapat memberikan aliran pendapatan tambahan, seperti konsultasi bisnis personal, paket pelatihan bersertifikat, dan penyewaan ruang iklan di platform. Diversifikasi ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber pendapatan dan meningkatkan stabilitas keuangan.

b. Kinerja Operasional

- **Peningkatan Produksi Konten:** Mempercepat produksi konten melalui kolaborasi dengan pihak ketiga, seperti pakar industri dan lembaga pendidikan. Penggunaan teknologi otomasi dalam produksi dan distribusi konten juga akan diimplementasikan untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi.
- **Pengembangan Infrastruktur IT:** Meningkatkan infrastruktur teknologi dengan beralih ke solusi cloud yang lebih canggih dan scalable, sehingga dapat mengakomodasi peningkatan jumlah pengguna dan menjaga performa platform yang optimal.

- **Pengelolaan SDM:** Melakukan pelatihan lanjutan bagi tim operasional dan teknis untuk meningkatkan produktivitas dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru. Selain itu, peningkatan kesejahteraan karyawan dan program retensi akan diterapkan untuk menjaga loyalitas tim.
- c. KInerja Pemasaran
- **Kampanye Pemasaran yang Lebih Terarah:** Mengembangkan kampanye pemasaran yang lebih terfokus pada segmen UMKM yang paling potensial
- **Peningkatan Keterlibatan di Media Sosial:** Memperkuat kehadiran di media sosial dengan konten yang lebih menarik dan interaktif, termasuk video tutorial, studi kasus, dan testimoni pengguna. Platform ini juga akan memperluas kemitraan dengan influencer dan komunitas online untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Strategi Inovasi

Inovasi adalah kunci untuk menjaga daya saing **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya** di pasar yang dinamis. Berikut adalah rencana inovasi yang akan diimplementasikan:

- a. Inovasi Produk / Layanan
 - **Integrasi dengan E-commerce Lain:** Menyediakan integrasi dengan platform e-commerce lain seperti Tokopedia dan Shopee, memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka di berbagai saluran dengan manajemen yang terpusat dari **Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya**.
 - **Fitur Alat Analitik Bisnis:** Menambahkan fitur alat analitik bisnis yang memberikan wawasan kepada UMKM tentang kinerja penjualan, perilaku pelanggan, dan tren pasar. Fitur ini akan membantu pengguna membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan berbasis data.
- b. Inovasi Teknologi
 - **Penggunaan AI untuk Personalisasi:** Implementasi teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih personal, seperti rekomendasi kursus yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat individu, serta penawaran produk yang relevan di marketplace.
 - **Keamanan Siber yang Ditingkatkan:** Peningkatan keamanan platform dengan teknologi enkripsi terbaru dan sistem deteksi ancaman yang proaktif, untuk melindungi data pengguna dan menjaga integritas platform.
- c. Strategi Ekspansi

- **Ekspansi Geografis:**

Ekspansi ke Kabupaten dan Kota Lain: Melakukan studi kelayakan untuk ekspansi ke kabupaten dan kota lain di Sumatera Barat yang memiliki kondisi UMKM serupa dengan Dharmasraya. Ini termasuk pembangunan kemitraan lokal dan adaptasi layanan untuk memenuhi kebutuhan spesifik di setiap daerah.

- **Ekspansi Nasional:** Merencanakan ekspansi ke wilayah di luar Sumatera Barat, dengan fokus pada daerah yang memiliki potensi pertumbuhan UMKM yang tinggi. Ini mencakup strategi pemasaran yang lebih luas dan penyesuaian model bisnis untuk pasar yang lebih besar.

- **Ekspansi Demografis:**

Menargetkan Segmen Usaha Rumahan: Mengembangkan layanan yang lebih cocok untuk usaha rumahan dan startup kecil yang mungkin tidak memerlukan layanan lengkap dari platform ini. Ini termasuk penawaran pelatihan khusus, paket pemasaran yang terjangkau, dan dukungan teknis yang lebih sederhana.

- **Penambahan Fitur untuk Segmen Demografis Berbeda:** Menyediakan fitur-fitur yang relevan untuk segmen demografis yang berbeda, seperti pengusaha muda dan perempuan, dengan fokus pada pemberdayaan dan inklusi.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Proyek "*Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya*" merupakan inisiatif yang berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. Setelah mempelajari seluruh aspek dalam proposal ini, beberapa kesimpulan penting yang dapat diambil adalah:

- 1. Transformasi Digital sebagai Solusi Kunci untuk UMKM Dharmasraya**
Penggunaan teknologi digital telah diidentifikasi sebagai faktor utama yang dapat membantu UMKM Dharmasraya dalam mengatasi tantangan yang ada, seperti keterbatasan pengetahuan tentang pemasaran online, manajemen bisnis manual, dan akses terbatas ke modal. Melalui platform *Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya*, UMKM diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar mereka.
- 2. Pengembangan Kapasitas Digital melalui Edukasi dan Pelatihan**
Proyek ini secara khusus dirancang untuk memberikan pelatihan dan edukasi tentang pemasaran digital, branding, dan manajemen bisnis kepada pelaku UMKM. Dengan kursus online, webinar, dan forum diskusi yang mudah diakses, pelaku UMKM akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efektif di era digital.
- 4. Marketplace sebagai Alat Penghubung ke Pasar yang Lebih Luas**
Selain edukasi, proyek ini juga menyediakan fitur marketplace yang memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk mereka secara online. Marketplace ini diharapkan menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jangkauan produk UMKM hingga ke tingkat nasional.
- 5. Tantangan dalam Pelaksanaan dan Sumber Daya**
Beberapa tantangan yang dihadapi dalam implementasi proyek ini adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun sumber daya manusia, serta ketergantungan pada koneksi internet. Namun, dengan strategi yang tepat dan kolaborasi yang solid, proyek ini memiliki potensi besar untuk berhasil dan memberikan dampak positif bagi UMKM Dharmasraya.

5.2 Rekomendasi

Untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan dari proyek "*Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya*", beberapa rekomendasi yang dapat diambil adalah:

- | a. Memperluas | Jaringan | Kemitraan |
|--|---|-----------|
| | <p>Penting bagi proyek ini untuk terus memperluas kemitraan dengan berbagai pihak, seperti lembaga pendidikan, asosiasi UMKM, dan lembaga keuangan. Kemitraan ini akan membantu meningkatkan akses ke sumber daya tambahan, termasuk dana, konten edukatif yang lebih variatif, serta promosi yang lebih luas. Kolaborasi ini juga bisa meningkatkan kredibilitas dan jangkauan platform ke lebih banyak UMKM.</p> | |
| b. Pengembangan Konten Pelatihan yang Lebih Relevan dan Terperinci | <p>Dalam upaya meningkatkan keterampilan pelaku UMKM, platform harus terus memperbarui dan memperluas konten edukasi yang ditawarkan. Selain topik dasar seperti pemasaran digital, sebaiknya ditambahkan juga materi tentang manajemen keuangan, pengelolaan stok, dan pengembangan produk untuk menambah nilai kompetitif UMKM.</p> | |
| c. Meningkatkan Infrastruktur Teknologi | <p>Agar platform <i>Rumah Kreatif Masyarakat Dharmasraya</i> dapat berfungsi secara optimal, penting untuk meningkatkan infrastruktur teknologi, termasuk server hosting yang andal, sistem keamanan siber yang kuat, dan kemampuan untuk menangani lonjakan trafik pengguna. Kualitas teknologi yang baik akan memastikan pengalaman pengguna yang lebih lancar dan menghindari gangguan operasional.</p> | |
| d. Diversifikasi Sumber Pendapatan untuk Keberlanjutan Finansial | <p>Untuk menjaga keberlanjutan jangka panjang, proyek ini perlu mendiversifikasi sumber pendapatannya. Selain dari langganan bulanan dan penjualan kursus, potensi pendapatan dapat berasal dari sponsorship, iklan, serta pengembangan layanan tambahan seperti konsultasi bisnis dan pelatihan eksklusif. Dengan diversifikasi ini, risiko keuangan dapat diminimalisasi dan proyek akan lebih stabil secara finansial.</p> | |
| e. Meningkatkan Aksesibilitas bagi UMKM di Daerah Pedesaan | <p>Mengingat beberapa UMKM mungkin masih memiliki keterbatasan akses</p> | |

terhadap internet yang stabil, penting untuk mengembangkan strategi yang memungkinkan platform ini lebih mudah diakses. Hal ini bisa meliputi pengembangan aplikasi mobile yang ringan, atau kemitraan dengan penyedia layanan internet lokal untuk menyediakan akses internet yang lebih baik di daerah pedesaan.

f. **Fokus pada Pemberdayaan SDM Lokal**

Selain memberdayakan UMKM melalui edukasi, proyek ini juga sebaiknya fokus pada pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM) lokal yang akan mendukung operasional platform ini. Dengan melibatkan tenaga kerja lokal dalam pengembangan dan operasional, dampak sosial dari proyek ini dapat lebih meluas dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

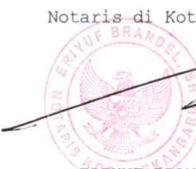
Daftar Pustaka

1. Warschauer, M. (2004). **Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide.** *MIT Press*. doi.org/10.7551/mitpress/2235.001.0001
2. Van Dijk, J. A. G. M., & Hacker, K. (2003). **The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon.** *The Information Society*, 19(4), 315-326. doi.org/10.1080/01972240309487
3. Khalil, H., & Ebner, M. (2016). Barriers to Access to Online Learning in Developing Countries: A Review of Literature. *Knowledge Management & E-Learning*, 8(2), 122-138. doi.org/10.34105/j.kmel.2016.08.008
4. DiMaggio, P., & Hargittai, E. (2001). From the ‘Digital Divide’ to ‘Digital Inequality’: Studying Internet Use as Penetration Increases. Princeton University Center for Arts and Cultural Policy Studies. Retrieved from www.princeton.edu/~artspol/
5. Redmond, P., Heffernan, A., Abawi, L., Brown, A., & Henderson, R. (2018). An Online Engagement Framework for Higher Education. *Online Learning*, 22(1), 183-204. doi.org/10.24059/olj.v22i1.1175
6. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.** *John Wiley & Sons*.
7. Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2016). **Business Models: Origin, Development, and Future Research Perspectives.** *Long Range Planning*, 49(1), 36-54. doi.org/10.1016/j.lrp.2015.04.001
8. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). **Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want.** *John Wiley & Sons*.
9. Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). **The Business Model: Recent Developments and Future Research.** *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042. doi.org/10.1177/0149206311406265
10. Jansson, J., & Nilsson, J. (2017). **Marketing Channels for Sustainable Business Models: Creating a Competitive Advantage.** *Journal of Business Models*, 5(1), 41-56. Retrieved from journalofbusinessmodels.com
11. Lanning, M. J., & Michaels, E. G. (1988). **A Business is a Value Delivery System.** *McKinsey Staff Paper*. Retrieved from www.mckinsey.com/

12. Kaplan, S., & Norton, D. P. (2001). **The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment.** *Harvard Business Review Press.*
13. Trimi, S., & Berbegal-Mirabent, J. (2012). **Business Model Innovation in Entrepreneurship.** *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 449-465. doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3

Lampiran

Akte Pendirian PT Kemkumham

	<p>KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA DIREKTORAT JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM</p> <p>Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 6-7 Kuningan, Jakarta Selatan Telp. (021) 5202387 - Hunting</p>	
<p>Nomor : AHU-0060370-AH.01.14 Tahun 2024</p> <p>Lampiran : -</p> <p>Perihal : Surat Keterangan Terdaftar CV BUMI CREATIVE ANGKASA</p> <p>Kepada Yth. Notaris ERIYUF BRANDEL S.H. Jl. Sisingamangaraja, No. 9 Kota Pekanbaru</p>		
<p>Sesuai dengan data dalam format isian Pendaftaran yang disimpan di dalam Sistem Administrasi Badan Usaha berdasarkan Akta Nomor 2 tanggal 07 Agustus 2024 yang dibuat oleh Notaris ERIYUF BRANDEL S.H. berkedudukan di Kota Pekanbaru, beserta dokumen pendukungnya yang diterima tanggal 08 Agustus 2024 mengenai pendaftaran CV BUMI CREATIVE ANGKASA berkedudukan di Kota Pekanbaru telah diterima dan terdaftar dalam Sistem Administrasi Badan Usaha.</p> <p>Pendaftaran sebagaimana dimaksud di atas mulai berlaku sejak tanggal diterbitkannya Surat Keterangan Terdaftar ini.</p>		
<p>Diterbitkan di Jakarta, tanggal 08 Agustus 2024</p> <p>a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM,</p> <p></p> <p>Cahyo Rahadian Muzhar, S.H., LLM. 19690918 199403 1 001</p>		
<p>DICETAK PADA TANGGAL 08 Agustus 2024 Pencatatan ini hanya bersifat administratif dan bukan merupakan produk tata usaha negara.</p>		
<p>"Surat Keterangan Terdaftar ini dicetak dari Sistem Administrasi Badan Usaha"</p> <p>Notaris di Kota Pekanbaru</p> <p> ERIYUF BRANDEL, SH</p>		

ERIYUF BRANDEL, SH
NOTARIS KOTA PEKANBARU

AKTA PENDIRIAN PERSEROAN KOMANDITER

CV. BUMI CREATIVE ANGKASA

Nomor : 2.-

-Pada hari ini, Rabu, tanggal tujuh Agustus dua ribu dua puluh empat (7-8-2024), pukul empat belas lewat dua puluh menit Waktu Indonesia Barat (14.20 WIB).-----

-Berhadapan dengan saya, **ERIYUF BRANDEL, Sarjana Hukum, Notaris di Kota Pekanbaru**, dengan dihadiri saksi-saksi yang saya, ----- Notaris kenal dan akan disebutkan pada bagian akhir akta ini :--

1. Tuan **AGUNG CAHYA PRAKARSA SITUMEANG**, lahir di Rumbai,----- tanggal dua puluh lima September seribu sembilan ratus tujuh-puluhan delapan (25-9-1978), Warga Negara Indonesia,----- Wiraswasta, bertempat tinggal di Pekanbaru, jalan Harapan--- Sari, nomor 17, Rukun Tetangga 003, Rukun Warga 007,----- Kelurahan Tangkerang Selatan, Kecamatan Bukit Raya,----- Pekanbaru, pemegang Kartu Tanda Penduduk dengan Nomor Induk-Kependudukan (NIK) 1471072509780003.-----

2. Tuan **ANTONI SYAFWAN**, lahir di Pekanbaru, tanggal dua puluh--- tiga Januari seribu sembilan ratus delapan puluh delapan--- (23-1-1988), Warga Negara Indonesia, Wiraswasta, bertempat--- tinggal di Pekanbaru, jalan Guna Karya Perumahan Griya----- Maharani D-8, Rukun Tetangga 002, Rukun Warga 001, Kelurahan-Tuah Karya, Kecamatan Tuah Madani, Pekanbaru, pemegang Kartu-Tanda Penduduk dengan Nomor Induk Kependudukan (NIK) ----- 1472022301880003.-----

-Para penghadap telah dikenal oleh saya, Notaris. -----

-Para penghadap dengan ini menerangkan, bahwa dengan tidak ----- mengurangi izin dari pihak yang berwenang, telah sepakat dan --- setuju untuk bersama-sama mendirikan suatu Perseroan Komanditer berdasarkan akta pendirian ini yang memuat anggaran dasar dan ---



ERIYUP BRANDEL, S.H.
NOTARIS KOTA PEKANBARU

9. Pendidikan Bimbingan Belajar Dan Konseling Swasta. -----
Kelompok ini mencakup pendidikan bimbingan belajar dan -----
konseling yang dilakukan oleh pihak swasta. Kegiatan pendidikan
atau kursus yang termasuk dalam kelompok ini adalah bimbingan -
belajar, bimbingan kesehatan, bimbingan organisasi, etika dan -
pergaulan; pendidikan konsultan bisnis, konsultan pajak, -----
konsultan psikologi dan pengembangan SDM, megabrain, -----
superbrain, powerbrain, mental aritmatika; pembimbing kelompok
bermain, pembimbing prasekolah, pembinaan keluarga, pendidikan
anak dan lansia, pengembangan kepribadian, pengembangan metode
belajar, pengembangan SDM, peningkatan kreatifitas anak, -----
peningkatan potensi pendidik, PGTK, sempoa, tutor prasekolah. -
10. Aktivitas Pengembangan Aplikasi Perdagangan Melalui Internet --
(E-Commerce). -----
Kelompok ini mencakup kegiatan pengembangan aplikasi -----
perdagangan melalui internet (e-commerce). Kegiatan meliputi --
konsultasi, analisi dan pemograman aplikasi untuk kegiatan ---
perdagangan melalui internet. -----
11. Jasa Informasi Daya Tarik Wisata. -----
Kelompok ini mencakup kegiatan penyediaan informasi mengenai --
daya tarik wisata baik alam, buatan maupun budaya seperti ----
penyediaan data, berita, feature, foto, video, dan laporan ----
aktivitas kunjungan dari influencer, buzzer, endorser, hasil --
penelitian mengenai daya tarik wisata. Penyebaran informasi ---
tentang wisata melalui media cetak, elektronik atau media ----
komunikasi lain baik daring (online) maupun luring (offline). -
12. Aktivitas Teknologi Informasi Dan Jasa Komputer Lainnya. -----
Kelompok ini mencakup kegiatan teknologi informasi dan jasa ---
komputer lainnya yang terkait dengan kegiatan yang belum -----
diklasifikasikan di tempat lain, seperti pemulihan kerusakan --

1. Nomor Izin Beusaha NIB



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2008240045147**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: CV BUMI CREATIVE ANGKASA
2. Alamat Kantor	: Jl. Mutiara Sari, No. 7 C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Kode Pos: 28289
No. Telepon	: 081319780606
Email	: optibuzzmedia@gmail.com
3. Status Penanaman Modal	: PMDN
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepabeanan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Lapor Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 20 Agustus 2024

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 22 Agustus 2024

- 1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
- 2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
- 3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSsE-BSSN.
- 4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2008240045147**

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	78432	Pelatihan Kerja Teknologi Informasi dan Komunikasi Perusahaan	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-
2	78435	Pelatihan Kerja Bisnis dan Manajemen Perusahaan	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-
3	63121	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Tanpa Tujuan Komersial	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-
4	63122	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Dengan Tujuan Komersial	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-
5	62012	Aktivitas Pengembangan Aplikasi Perdagangan Melalui Internet (E-Commerce)	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-
6	62090	Aktivitas Teknologi Informasi Dan Jasa Komputer Lainnya	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-
7	79129 (Pendukung)	Aktivitas Biro Perjalanan Lainnya	Jl. Mutiara Sari no 7C, Desa/Kelurahan Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Kode Pos: 28288	Rendah	NIB	Terbit	-
8	79912	Jasa Informasi	Jl. Mutiara Sari no 7C,	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSsE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

18%

Overall Similarity

Date: Oct 24, 2024

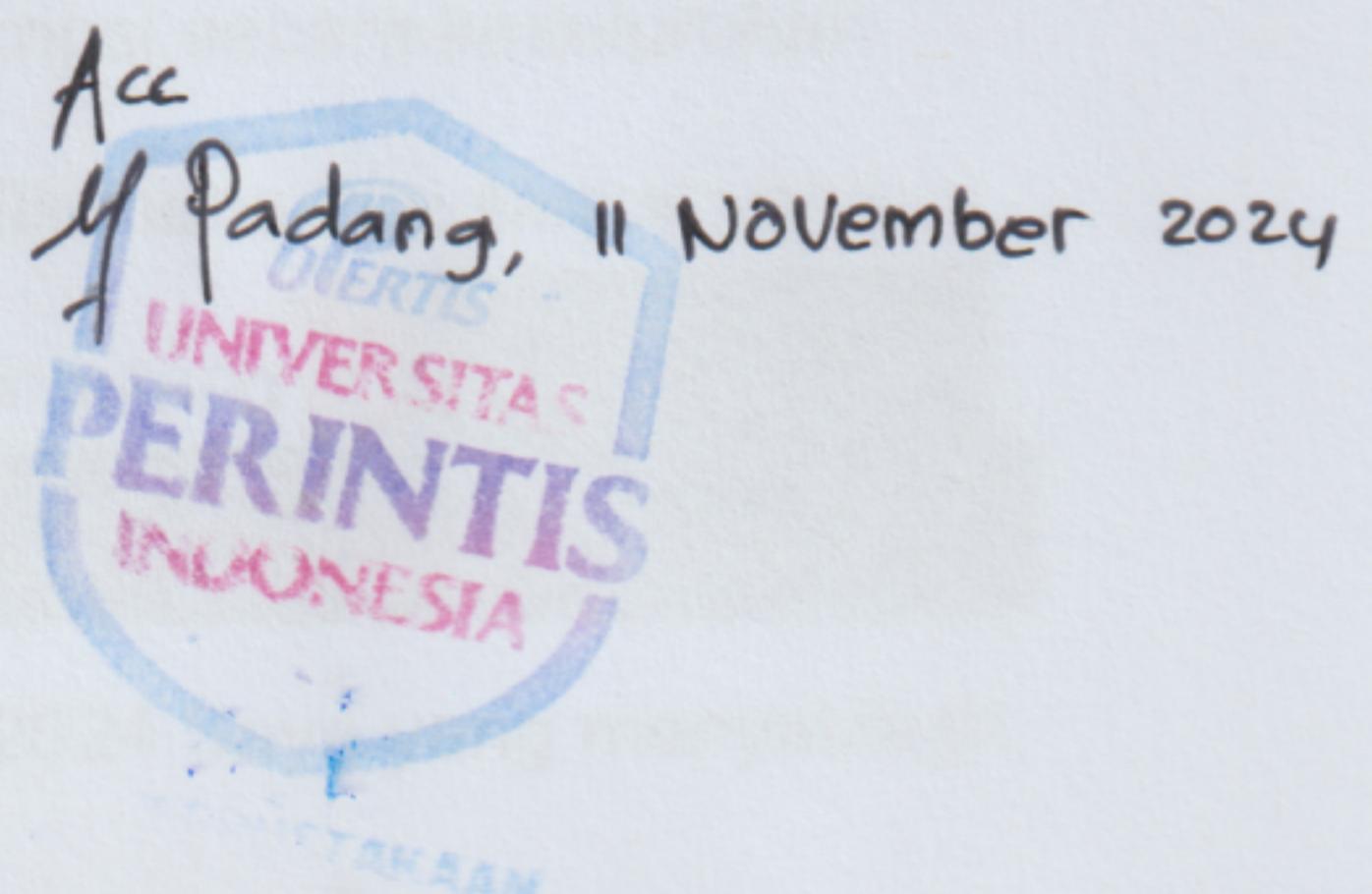
Matches: 2875 / 15978 words

Sources: 71

Remarks: Moderate similarity detected, consider enhancing the document if necessary.

Verify Report:

Scan this QR Code



WEB 1 RUMAH KREATIF MASYARAKAT DHARMASRAYA: PEMBERDAYAAN UMKM
MELALUI INOVASI DIGITAL KARYA SKRIPSI KARYA Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Bisnis Program Studi : Bisnis Digital Jenjang
Pendidikan : Strata 1 Agung Cahya Prakarsa Situmeang 2020312001 JURUSAN BISNIS
DIGITAL 18 FAKULTAS EKONOMI, BISNIS DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS
PERINTIS INDONESIA 2024

LEMBAR PERNYATAAN Saya yang bertanda tangan dibawah ini: Nama : Agung Cahya
Prakarsa Situmeang Nim : 2020312001 Fakultas : EKONOMI, BISNIS DAN ILMU SOSIAL
Jurusan : BISNIS DIGITAL Menyatakan bahwa : 1. Sesungguhnya skripsi karya yang
saya susun ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri. 29 Adapun bagian-bagian tertentu
dalam skripsi karya yang saya peroleh dari hasil karya tulis orang lain, telah saya tuliskan
sumbernya dengan jelas, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah. 2. Jika dalam
pembuatan skripsi karya baik pembuatan program maupun skripsi secara keseluruhan
ternyata terbukti dibuatkan oleh orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang
diberikan akademis, berupa pembatalan skripsi karya dan mengulang 40 penelitian serta
mengajukan judul baru. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya
tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Padang,....., 2024 Saya yang menyatakan,
Agung Cahya Prakarsa Situmeang 2020312001

LEMBAR PERSETUJUAN WEB 1 RUMAH KREATIF MASYARAKAT DHARMASRAYA:
PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI INOVASI DIGITAL Yang Dipersiapkan dan Disusun
oleh : Agung Cahya Prakarsa Situmeang 2020312001 Telah 68 Memenuhi Persyaratan
untuk Diajukan di Depan Dewan Pengaji Pada Seminar Hasil Padang, 2024

Pembimbing I Pembimbing II HJ. RAFNELLY RAFKI, SE..SH..M.BA.M.KN RIO
ANDIKA MALIK,M. KOM