



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB I**

### **EXECUTIVE SUMMARY**

#### **1.1 Perkenalan**

Leumpang merupakan bisnis yang bergerak di bidang *e-commerce* dengan spesialisasi penyediaan jasa. Jasa yang kami sediakan adalah jasa pengambilan foto atau video. Kami menjadi penyedia *photographer* dan *videographer* bagi masyarakat dimana masyarakat umum bisa menemukan *photographer* dan *videographer* yang mereka inginkan dengan menyesuaikan dengan lokasi dan juga harga yang mereka inginkan. Leumpang menjadi jembatan bagi para *photographer* dan *videographer* untuk bisa menemukan pelanggan atau klien sekaligus membantu masyarakat untuk bisa mencari penyedia jasa foto dan video sesuai yang mereka inginkan.

#### **1.2 Deskripsi Perusahaan**

Awal dari didirikannya LEUMPANG adalah tim LEUMPANG melakukan perbincangan terhadap beberapa mahasiswa terutama lulusan DKV dan film yang ingin memulai karir untuk mendapatkan uang tambahan dengan menjadi *freelancer* sebagai *photographer* atau *videographer*. Namun, kebanyakan dari mereka sulit untuk menemukan pelanggan sehingga tim kami berpikir untuk membuat sebuah *platform* dalam bentuk *marketplace* dimana para *photographer* atau *videographer* dapat bertemu dengan calon *pelanggan* secara langsung di *marketplace* yang kami bangun. Dengan ide yang kami kembangkan ini, maka kami bisa menjadi solusi bagi masyarakat untuk bisa menemukan penyedia jasa *photographer* dan *videographer* di satu *platform marketplace* tanpa harus mencari melalui media sosial, relasi, dan yang lainnya serta dapat membantu para penyedia jasa pemula yang baru ingin terjun ke industri ini untuk bisa membangun dan mengumpulkan portofolio serta mendapatkan keuntungan.

Ide ini pun kami kembangkan hingga seiring berjalannya waktu, kami lulus dalam seleksi dana hibah dan diberikan dana sebesar Rp.8.500.000 oleh diktiristek

kemdikbud dalam Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2022. *Tagline* Leumpang adalah “*Find Photographer and Videographer service in just a minute*“ dimana kami berharap Leumpang dapat menjadi *marketplace* dimana calon pelanggan dapat menemukan penyedia jasa *photographer* dan *videographer* dengan cepat dan mudah.

### **1.3 Analisis Industri**

Analisis industri merupakan analisis yang dilakukan oleh pihak perusahaan mengetahui penilaian kondisi pasar yang ada untuk memahami pola kompetisi dan dinamika persaingan yang ada dalam industri ini. Dengan melakukan analisis industri, maka perusahaan bisa mengetahui bagaimana tren yang sedang terjadi di pasar dan juga kompetitor yang ada. Dilakukannya analisis industri ini akan membuat perusahaan bisa mengetahui prospek atau strategi usaha yang paling tepat dan menjanjikan untuk dilakukan. Besaran kontribusi industri fotografi dan videografi di ekonomi kreatif Indonesia menurut hasil survei khusus ekonomi kreatif Indonesia adalah sebesar 0,45% untuk fotografi dan 0,16% untuk videografi (Pelaku Bisnis, 2018). Adanya kontribusi ini menunjukkan bahwa terdapat potensi yang masih besar untuk bisa mengembangkan bisnis ini agar bisa lebih berkontribusi dalam perekonomian di Indonesia.

Sebagai perusahaan *startup*, LEUMPANG telah melakukan analisis industri untuk bisa mengetahui kondisi industri yang akan kami jalankan, kami merasa bahwa industri fotografi di Indonesia masih memiliki peluang besar untuk bisa dimasuki dan kami merasa peluang usaha kami sebagai *e-commerce* yang menjadi perantara antara para *photographer* dan *videographer* dengan pelanggan bisa berkembang. Kami merasa bahwa Leumpang bisa menjadi solusi bagi kedua pihak baik penyedia jasa dan juga pelanggan. Selain itu juga berdasarkan survey yang kami lakukan, banyak masyarakat yang kesulitan untuk menemukan penyedia jasa *photographer* dan *videographer* yang sesuai dan juga dari segi *photographer* dan *videographer* tersebut, mereka juga kesulitan untuk menemukan klien.

Penggunaan jasa *photographer* dan *videographer* ini juga menurut kami tidak ada habisnya, hal ini dikarenakan sebagian besar orang pasti memiliki

keinginan untuk mengabadikan momen penting dalam hidup mereka, seperti misalnya ulang tahun, pernikahan, wisuda, dan sebagainya. Maka dari itu memang jasa *photographer* dan *videographer* sangat diperlukan oleh masyarakat. Dari adanya masalah dan juga kebutuhan masyarakat ini, kami melihat peluang bahwa industri *photographer* dan *videographer* memiliki potensi yang baik di masa depan.

#### **1.4 Analisis Pasar**

Analisis pasar adalah analisis yang dilakukan perusahaan untuk mempelajari keadaan pasar atau konsumen. Analisis pasar akan menjadi dasar dari kegiatan atau aktivitas yang akan dilakukan oleh perusahaan. Melakukan analisis pasar akan membuat perusahaan mengetahui kondisi lingkungan pasar, karakteristik, dan tipe dari pasar yang ada sebagai pedoman untuk menentukan keputusan yang tepat mengenai sasaran pasar yang dituju dengan menyesuaikan perencanaan bisnis yang dilakukan. Perusahaan perlu melakukan analisis pasar karena analisis ini akan berhubungan dengan bagaimana strategi pemasaran akan diimplementasikan oleh perusahaan.

Dalam mengembangkan Leumpang, kami telah melakukan riset untuk bisa menentukan *target market* yang kami tuju. Leumpang mengarah kepada masyarakat milenial yang berusia mulai dari 16 sampai 35 tahun. Alasan kami memilih usia ini adalah dikarenakan bisnis kami merupakan usaha *e-commerce*, dimana pengguna kami harus melek teknologi untuk bisa menggunakan *website* Leumpang. Maka dari itu, masyarakat usia remaja sampai dewasa adalah masyarakat yang paling cocok untuk menggunakan *website* kami. Dari segi psikologis dan perilaku, pasar yang kami tuju adalah mereka yang memang memiliki ketertarikan untuk menggunakan jasa *photographer* dan *videographer* dan masyarakat yang sering menggunakan *photographer* dan *videographer* dalam kegiatan mereka.

#### **1.5 Analisis Pemasaran**

Analisa pemasaran merupakan analisis yang dilakukan perusahaan dalam rangka memasarkan produk mereka. Melakukan kegiatan pemasaran bertujuan untuk membuat produk perusahaan dikenal sehingga bisa meningkatkan *brand*

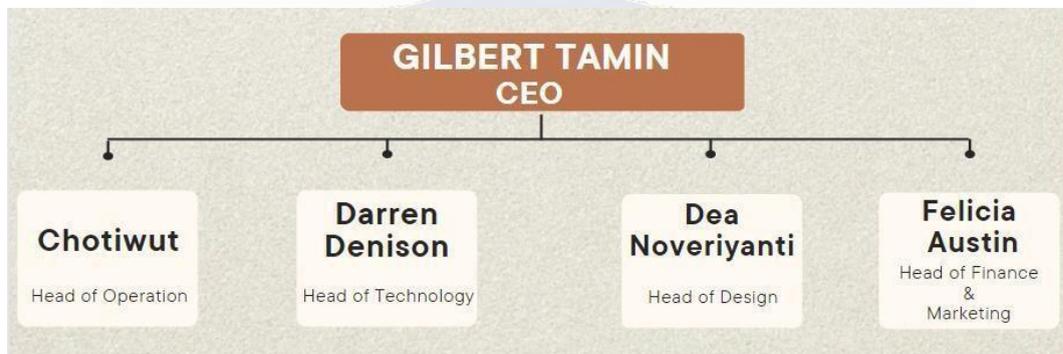
*awareness* sekaligus ketertarikan masyarakat akan produk yang disediakan perusahaan. Saat ini metode pemasaran yang bisa dilakukan perusahaan sangat beragam, maka dari itu perusahaan harus bisa mengidentifikasi metode yang paling tepat untuk pemasaran produk mereka dengan menyesuaikan target konsumen yang dituju.

Leumpang adalah sebuah *marketplace* dimana pelanggan dapat bertemu langsung dengan penyedia jasa. Leumpang merencanakan pemasaran menggunakan media sosial agar para calon konsumen dapat mengetahui terlebih dahulu apa itu Leumpang dan bagaimana cara kerjanya. Keputusan Leumpang menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran didukung oleh data yang menunjukkan bahwa pengguna sosial media di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya dan telah mencapai 191,4 juta orang pada Januari 2022. (Jemadu & Prastya, 2022)

Selain itu, dalam meningkatkan *brand awareness* masyarakat atas adanya Leumpang ini, kami akan memanfaatkan para *influencer* di sosial media untuk bisa mempromosikan usaha kami. Kami akan fokus untuk bisa membuat masyarakat mengetahui manfaat dari penggunaan *website* kami. Pemasaran yang kami lakukan juga dilakukan dengan membuat berbagai konten edukatif seputar industri fotografer untuk menarik perhatian konsumen.

### **1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan**

Masing masing dari anggota Leumpang mempunyai pengalaman yang berbeda beda berdasarkan pengalaman kerja yang telah dilalui. Setiap anggota dari Leumpang mempunyai tanggung jawab yang berbeda dalam kontribusinya selama pembangunan Leumpang. Penentuan struktur dari Leumpang kami sesuaikan dengan program studi dan juga kemampuan dari masing-masing individu sehingga mereka bisa memberikan kontribusi dan juga keputusan yang paling tepat dalam tanggung jawab yang diberikan.



**Gambar 1.1 Struktur Organisasi Leumpang**

Sumber: LEUMPANG, 2022

### 1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk

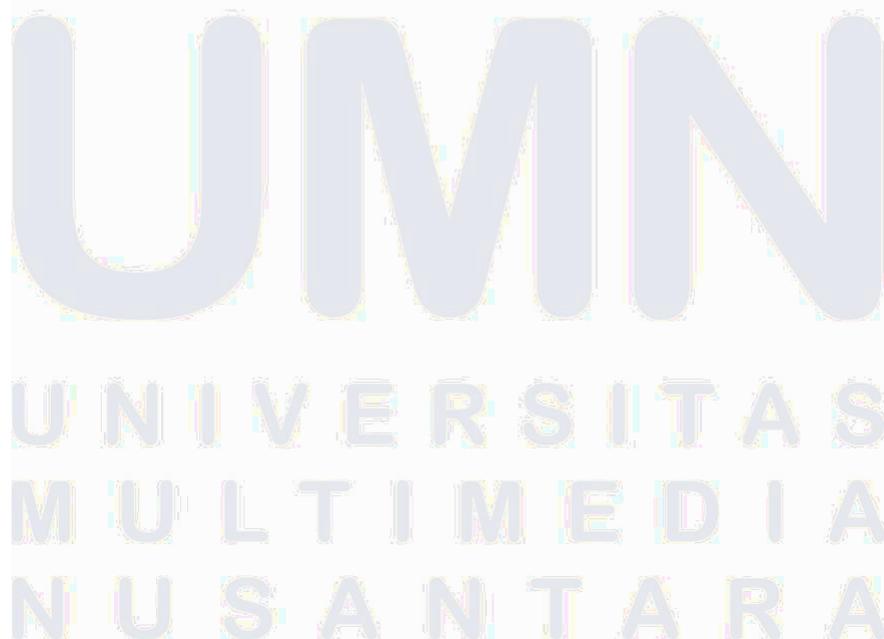
Dalam pengembangan *website* LEUMPANG, sebelumnya kami telah melakukan survey dan juga validasi kepada beberapa responden dengan melakukan penyebaran *google forms* kepada beberapa orang untuk mengetahui bagaimana kebutuhan pelanggan untuk penyedia jasa fotografer dan videografer. Dalam membuat *website* Leumpang, kami juga memastikan bahwa *website* kami menarik untuk dilihat dan *user-friendly*. Setiap progress pengembangan *website* yang dilakukan oleh Leumpang, kami akan meminta *feedback* dari beberapa orang untuk memastikan bahwa *website* kami ini layak dan mudah digunakan.

### 1.8 Proyeksi Keuangan

Leumpang menargetkan transaksi penjualan sebanyak 250 transaksi dalam tahun pertamanya, pada tahun kedua kami menargetkan terjadi transaksi sebanyak 650 transaksi dimana peningkatan ini kami asumsikan bahwa kami sudah cukup dikenal oleh masyarakat sekitar dan pada tahun ketiga tepatnya di 2026 kami menargetkan terjadi transaksi sebanyak 900 transaksi. Peningkatan transaksi di tahun 2026 kami asumsikan sebanyak 900 transaksi karena kami yakin bahwa LEUMPANG sudah dikenal oleh masyarakat dan di tahun 2026 kami juga mempunyai rencana untuk mengembangkan LEUMPANG ke daerah lain selain Jakarta dan Tangerang.

## 1.9 Pendanaan

Membangun sebuah perusahaan diperlukan pendanaan. Pendanaan ini dibutuhkan untuk mengurus segala perizinan sampai kebutuhan operasional untuk menjalankan perusahaan. Mendapatkan pendanaan ini menjadi salah satu hal yang cukup sulit untuk didapat perusahaan karena biasanya modal yang diperlukan tidak sedikit. Jika tidak memiliki kompetensi dan juga *network* atas investor, maka sulit untuk memenuhi kebutuhan pendanaan. Pendanaan Leumpang saat ini menggunakan dana hibah dari pemerintah yang telah kami dapatkan setelah lolos dari Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) yang diselenggarakan oleh diktiristek kemdikbud.



## BAB II

### DEKSRIPSI PERUSAHAAN

#### 2.1 Pendahuluan

LEUMPANG merupakan sebuah *platform e-commerce* yang menyediakan jasa. Jasa yang kami sediakan adalah jasa *photographer* dan *videographer*. LEUMPANG akan menjadi jembatan yang menghubungkan para penyedia jasa dan juga para pelanggan. Melalui LEUMPANG, para pelanggan atau konsumen bisa memilih jasa yang mereka inginkan karena bisa disesuaikan dengan keinginan mereka baik dari segi harga, waktu, sampai lokasi yang diinginkan. Adanya LEUMPANG akan memudahkan masyarakat untuk bisa mengabadikan momen berharga mereka dengan mudah dan cepat.

Selain membantu para pelanggan, kami juga bisa menjadi sarana bagi para pemain baru di industri fotografi Indonesia untuk membangun portofolio dan popularitas. Melalui *platform* kami, mereka bisa mendaftar menjadi *partner* dan jasa mereka bisa digunakan oleh pelanggan yang tertarik dengan layanan jasa mereka. Maka dari itu, konsep yang diambil oleh LEUMPANG adalah kami ingin bisa menjadi solusi bagi para penyedia jasa dan juga pelanggan yang membutuhkan.

#### 2.2 Latar Belakang

Latar belakang berdirinya LEUMPANG adalah kami melihat banyak kesulitan yang dialami mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara terutama mereka yang dari jurusan film atau DKV untuk menambah penghasilan. Mahasiswa yang dari kedua jurusan tersebut sebagian besar telah memiliki kemampuan dan pembelajaran seputar fotografi dari kuliah serta biasanya mereka yang masuk ke jurusan tersebut memang memiliki ketertarikan dengan industri seperti ini. Mereka juga memiliki kesulitan untuk membangun portofolio dan menemukan pelanggan yang akan menggunakan jasa mereka selain dari teman dan orang terdekat. Setelah dilakukan analisis lebih lanjut, kami menemukan bahwa dari sisi masyarakat banyak yang mengalami kesulitan untuk menemukan jasa *photographer* dan

*videographer* yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka apalagi yang tidak memiliki kenalan atau teman yang bekerja di industri fotografi.

Bila masyarakat melakukan pencarian sendiri di media sosial atau internet maka yang muncul biasanya para *photographer* dan *videographer* yang sudah terkenal dan biasanya memiliki *rate* harga yang cenderung mahal dan tidak semua orang sanggup untuk membayar dengan nominal tersebut. Jika ditemukan yang tidak terlalu mahal biasanya portofolio mereka tidak terlalu bagus, informasi kurang lengkap, dan sebagainya sehingga cenderung tidak meyakinkan. Dengan melihat situasi yang ada, maka kami tim LEUMPANG melihat peluang usaha untuk bisa mengatasi masalah yang dihadapi masyarakat baik dari penyedia jasa maupun pelanggan. Kondisi ini membuat tim LEUMPANG terbentuk dan bersama-sama membangun *platform e-commerce* yang bisa menjadi solusi bagi masalah yang dihadapi oleh mereka.

### **2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan**

Ide bisnis LEUMPANG ini telah dikembangkan pada sekitar pertengahan tahun 2021 yang muncul dari Gilbert Tamin dan Choti. Mereka berdua yang awalnya memiliki ide ini dan kemudian mulai mengajak tim lain di LEUMPANG untuk bergabung bersama mendirikan LEUMPANG. Mereka menjelaskan mengenai ide bisnis yang ada sampai peluang usaha yang dimiliki dan anggota tim lain yaitu Felicia Austin, Darren, dan Dea tertarik untuk bergabung. Kami bersama-sama berdiskusi mengenai nama bisnis yang akan dibuat dan dipilihlah LEUMPANG. LEUMPANG ini diambil dari Bahasa Sunda yaitu “Lepang” yang berarti berjalan. Pemilihan kata LEUMPANG ini diambil karena usaha yang kami jalankan adalah fokus di penyediaan jasa *photographer* dan *videographer* bagi masyarakat dimana saja dan kapan saja. Setelah terbentuk menjadi satu tim, LEUMPANG berhasil lolos seleksi dan bergabung dalam program inkubator bisnis batch 9 dari Skystar Ventures UMN. Skystar Ventures UMN merupakan *tech incubator and community driven collaborative space* yang didirikan pada tahun 2013 oleh Rektor Universitas Multimedia Nusantara. Selama kurang lebih 7 tahun membantu perkembangan ekosistem startup, Skystar Ventures UMN telah

memperoleh penghargaan sebagai inkubator terbaik sejak 2017. Skystar Venture UMN merupakan inkubator bisnis dari Perguruan Tinggi Swasta (PTS) pertama yang mendapatkan akreditasi dengan klasifikasi A dari Kemenristekdikti & AIBI di tahun 2019 dan member dari UBI Global (University Based Incubator) sejak 2020.

Dalam prosesnya, Skystar Ventures UMN mendampingi beberapa bisnis baik dari mahasiswa maupun non mahasiswa untuk memperluas cakupan bisnis mereka mulai dari pengelolaan dana pemerintah (hibah), publikasi, program pelatihan hingga pengembangan bisnis baik skala nasional maupun internasional.

LEUMPANG juga menjadi salah satu tim yang lolos dalam program Program Pelatihan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) dan mendapatkan modal usaha dari program tersebut.

#### **2.4 Tagline**

*Tagline* dari LEUMPANG adalah “*Find photographer and videographer services in just a minute*” dimana kami berharap dapat memudahkan pengguna yang ingin mencari jasa *photographer* dan *videographer*, karena hanya dengan sebuah *platform* pengguna dapat dengan cepat menemukan penyedia jasa yang mereka inginkan dengan cepat tanpa repot karena semua informasi sudah tersedia melalui *platform* LEUMPANG.

#### **2.5 Produk**

LEUMPANG merupakan *platform* berbasis *website* dimana didalamnya terdapat penyedia jasa *photographer* dan *videographer*. Disini kami menjadi jembatan bagi konsumen dan penyedia jasa untuk bisa bertemu dan bertransaksi. Kami menjadi *e-commerce* terpercaya agar pelanggan bisa menemukan *photographer* dan *videographer* yang sesuai serta membantu *photographer* dan *videographer* untuk bisa menemukan pelanggan.

#### **2.6 Status Bisnis Saat Ini**

Status LEUMPANG saat ini adalah telah mendapatkan dana hibah dari Program Pelatihan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) oleh diktiristek kemdikbud.

Dana hibah ini digunakan untuk proses pematangan bisnis dan merancang *website* agar dapat segera diluncurkan dalam waktu dekat. Selain itu, kami juga telah membuat *prototype* berupa tampilan *website* untuk menjadi acuan dalam pembentukan hasil akhir *website* yang akan kami luncurkan.

## **2.7 Kebutuhan Dana Yang Diharapkan**

Saat ini, pendanaan LEUMPANG masih sepenuhnya menggunakan dana hibah dari Program Pelatihan Mahasiswa Wirausaha (P2MW). Kami berharap dapat memperbesar *brand awareness* LEUMPANG, sekaligus mencari investor yang tertarik untuk bersama sama mengembangkan LEUMPANG. LEUMPANG membutuhkan dana sebesar Rp. 150.000.000 (seratus lima puluh juta ribu rupiah ) untuk melakukan *branding*, memberikan promosi eksklusif khusus untuk pelanggan baru dan melakukan ekspansi usaha selama 3-5 tahun kedepan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus memberitahukan ke masyarakat luas bahwa LEUMPANG merupakan *platform* bagi para *freelancer* bertemu dengan pengguna jasa.

## **2.8 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha**

Pentingnya status hukum bagi sebuah startup untuk menjalankan usahanya tentunya tentang merek dagang itu sendiri, hal ini bertujuan untuk mencegah orang lain untuk menggunakan merek dagang serupa dan juga menjadikan kepemilikan eksklusif tersendiri bagi pemegang merek sekaligus mendapatkan perlindungan hukum. Hak merek juga diatur dalam UU No.20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Undang undang ini dibuat untuk menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen serta perlindungan untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Saat ini, LEUMPANG sedang mengurus pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (hak cipta).LEUMPANG menciptakan logo kami untuk didaftarkan Hak Cipta agar di kemudian hari logo LEUMPANG tidak dipakai oleh pemilik atau perusahaan lain.Pada awal pembangunan bisnis ini kami masih termasuk usaha mikro, namun seiring berjalannya waktu, kami berencana berubah menjadi badan

usaha berbentuk perusahaan (PT). Hal ini digunakan agar kepercayaan pelanggan dengan perusahaan dapat tercipta.

**FORMULIR PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK INDONESIA**  
*APPLICATION FORM OF INDONESIAN TRADEMARK REGISTRATION*

Data Permohonan (Application)			
Nomor Transaksi <i>Number of Transaction</i>	: IPT2022171261	Asal Permohonan <i>Office of Origin</i>	: Online Filing
Nomor Permohonan <i>Number of Application</i>	: JID2022087585	Tipe Permohonan <i>Type of Application</i>	: Merek Jasa
Tanggal Penerimaan <i>Receipt Date</i>	: 2022-11-02 19:48:43	Jenis Permohonan <i>Sub Type of Application</i>	: Umum
Data Merek (Description of Mark)			
Tipe Merek <i>Type of Mark</i>	: Merek Kata	Etiket Gambar/Label Merek <i>Image of Mark</i>	
Nama Merek <i>Name of Mark</i>	: Leumpang		
Deskripsi <i>Description</i>	: Logo leumpang membentuk tangga melambangkan pertumbuhan dan perkembangan setiap pemegang jasa di Leumpang		
Warna <i>Colors</i>	: warna hitam yang melambangkan keeleganan dan warna kuning yang melambangkan sinar matahari yang mencerahkan serta memberi warna pada setiap karya pemegang jasa.		
Terjemahan <i>Translation</i>	:		
Transliterasi/Pengucapan <i>Transliteration</i>	:		
Disclaimers <i>Disclaimers</i>	:		

**Gambar 2.1** Formulir Permohonan Hak Merek

Sumber: LEUMPANG, 2021

UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA