

RINGKASAN EKSEKUTIF

KANMA (Kantong Mahasiswa) adalah perusahaan rintisan di bidang teknologi berupa aplikasi *multi-sided platform* yang membantu mahasiswa mendapatkan promosi makanan atau minuman dan membantu pemilik usaha makanan atau minuman (*merchant*) untuk meningkatkan penjualannya melalui penawaran promosi ke mahasiswa. KANMA berangkat dari permasalahan mahasiswa yang ingin makan di luar dengan harga terjangkau dan mencari informasi promo yang relevan, sedangkan dari sisi *merchant* mereka ingin memaksimalkan penjualan dan melakukan pemasaran ke segmen mahasiswa.

Sasaran konsumen KANMA dibagi menjadi 2 (dua) yaitu mahasiswa S1 di perkotaan yang ingin menghemat pengeluaran makanan atau minuman dan *merchant* yang ingin mempromosikan usahanya ke kalangan mahasiswa dan berlokasi di sekitar kampus.

KANMA memiliki model bisnis yaitu *brokerage fee* yang didapatkan dari *merchant* atas setiap promosi yang berhasil ditukarkan oleh mahasiswa yaitu sebesar Rp2,000 hingga Rp3,000. Nilai tambah KANMA adalah basis pengguna yang tersegmentasi dan terverifikasi yaitu mahasiswa berstatus aktif saja yang dapat menggunakan KANMA.

Strategi KANMA pada tahap awal adalah mengembangkan *platform* dan memperluas pasar yaitu memperbanyak jumlah mahasiswa dan *merchant* yang bergabung agar mahasiswa memiliki beragam pilihan promosi sehingga tertarik menggunakan KANMA dan begitu juga dengan *merchant* sehingga tertarik membuat promosi di KANMA.

Modal bisnis KANMA pada tahap awal adalah sebesar Rp1,585,678,394 yang akan disetor oleh 5 (lima) orang *founders* secara merata. Selanjutnya KANMA akan melakukan pendanaan dari *angel investor* di bulan ke-4 sebesar Rp2.7 milyar untuk mendukung rencana pertumbuhan perusahaan. Dalam tiga tahun pertama KANMA akan membukukan laba kumulatif sebesar Rp5.7 milyar. Analisis kelayakan menggunakan nilai *required return* sebesar 60% per tahun menunjukkan bahwa KANMA adalah rencana bisnis yang layak dan menghasilkan

nilai tambah (NPV sebesar Rp1,386,731,354, MIRR sebesar 67.56%, dan *Profitability Index* sebesar 1.87). Selain itu, KANMA dapat mengembalikan investasi awal dalam kurun waktu 2.58 tahun.

Kata Kunci	:	Platform, aplikasi, promosi, mahasiswa, usaha makanan atau minuman
Bidang Usaha	:	Teknologi / Platform / Aplikasi / Situs / Layanan



EXECUTIVE SUMMARY

KANMA (Kantong Mahasiswa) is a technology start-up company in the form of a multi-sided platform application that helps students get food or beverage promotion and helps food or beverage business owners to increase their sales through promotional offers to students. KANMA departs from the problem of students who want to eat out at affordable prices and look for relevant promotion information, while for *merchants* they want to maximize sales and reach the student segment.

The target of KANMA consumers is divided into 2 (two) groups, the undergraduate students in urban areas who want to save on food or beverage expenses and merchants located around the campus area who want to promote their business to students.

KANMA has brokerage fees business model which obtained from *merchants* for each promotion that is successfully redeemed by students with price of Rp2,000 to Rp3,000. The added value of KANMA is a segmented and verified user base which is only active students who can use KANMA.

The strategy of KANMA in the initial stage is to develop the platform and expand the market by increasing the number of students and *merchants* who join so that students have a variety of promotion options thus they are interested in using KANMA and so are merchants so that they are interested in creating promotions at KANMA.

The initial investment needed to start KANMA amounts to Rp1,585,678,394 which will be deposited by 5 (five) founders evenly. Furthermore, KANMA will seek funding of Rp2.7 billion from angel investors in the fourth month to support the company's growth plan. In the first three years, KANMA will book a cumulative profit of Rp5.7 billion. The feasibility analysis using required return of 60% shows that KANMA is a viable business plan and creates value (NPV of Rp1,386,731,354, MIRR of 67.56%, and Profitability Index of 1.87). In addition, KANMA can achieve payback of the initial investment within 2.58 years.

Keywords	:	<i>Platform, application, promotion, students, food or beverage business</i>
Field of Business	:	<i>Technology / Platform / Application / Website / Service</i>

