Grafik 2 Rata-Rata Keuntungan UMKM Wilayah Surabaya Tahun 2018-2020

Sumber: Analisis Data Lapangan

Grafik 3 Jumlah Jamaah Masjid Darussalam

Sumber: Analisis Data Lapangan

Grafik 4 Keuntungan Penjualan Masjid Darussalam Tahun 2018-2020

Sumber: Analisis Data Lapangan

Grafik 5 Pengguna UBM Berdasarkan Tempat Tinggal

Sumber: Analisis Data UBM

Grafik 6 Pengguna UBM Berdasarkan Jenjang Karir

Sumber: Analisis Data UBM

Grafik 7 Pengguna UBM Berdasarkan Usia

Sumber: Analisis Data UBM

Grafik 8 Pengguna UBM Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Analisis Data UBM

Grafik 9 Pengguna UBM Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan

Sumber: Analisis Data UBM

Grafik 10 Data Pengguna UBM Tahun 2020 Berdasarkan Penggunaan Fitur

Sumber: Analisis Data UBM

Pengguna atau *user* UBM memiliki kapasitas kesibukan yang cukup tinggi, tetapi mereka juga memili pendapatan yang cukup. Sehingga setiap orang atau *user* UBM menggunakan fitur aplikasi tidak hanya dalam 1 pelayanan saja. Kebanyakan dari mereka menggunakan fitur aplikasi dalam 3 pelayanan sekaligus. Contoh, *user* tersebut seorang pelajar SMP yang sedang memerlukan makanan siap saja, kembalian belanja makanan siap saji tersebut ia donasikan ke masjid, dan di hari libur sekolahnya ia mengikuti acara masjid. Atau, user tersebut seorang pedagang sayur yang sedang memerlukan tambahan sayur. Selain itu, pedagang sayur tersebut sedang membutuhkan tasbih. Kemudian, pedagang sayur tersebut ingin mengikuti acara tausiyah di masjid serta berdonasi. Dengan 2 contoh diatas, maka dari 130 pengguna atau *user* banyak yang menggunakan lebih dari 1 fitur yang saling bersinergi. Segmen pasar bisnis UBM sangat merakyat dan luas. Dengan jumlah 130 *user* dapat dilihat bahwa UBM berpotensi untuk menyerap mangsa pasar yang sangat luas, baik dari anak-anak, remaja, orangtua, sampai para lansia dapat mengaksesnya dan dari kalangan menengah ke bawah sampai menengah ke atas. UBM juga tidak memandang *user* atau pengguna dari segi agama karena terdapat salah satu mitra UBM yang menyediakan produk non halal untuk masyarakat non muslim. Jika melihat dari situasional, segmen pasar tetap stabil dikarenakan produk yang ditawarkan oleh para mitra sangat dibutuhkan setiap harinya. Segmen pasar akan meningkat pada saat hari raya umat Muslim, Kristiani, Budha, Hindhu, dan Khonghucu. UBM memiliki potensi di pasar internasional, terutama di Negara yang didominasi oleh orang muslim. UBM memiliki target pasar yang sangat luas, merakyat, dan mendunia. UBM membidik seluruh konsumen, baik dari kalangan menengah ke bawah sampai ke atas, tanpa memandang agama dan jenis kelamin. Selain itu, UBM membidik konsumen yang memiliki kapasitas kesibukan yang tinggi, tetapi memiliki jiwa sosial yang tinggi juga. Serta, UBM mensinergikan *user* dengan para mitra.

UBM memposisikan dirinya sebagai aplikasi berbasis masjid dengan mensinergikan bidang ekonomi sosial yang merakyat. UBM menyediakan segala jenis kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan sandang dan pangan berupa bahan masakan, sayur buah, sembako, makanan siap saji, kebutuhan ibadah, dan pakaian. Selain itu, UBM menyediakan informasi berbagai acara kegiatan masjid dan membantu masyarakat untuk gemar berdonasi. Serta, UBM menjadi lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dengan kualifikasi yang tidak memberatkan.

UBM menawarkan produk pangan dan sandang yang berasal dari masjid atau mushollah, pedagang pasar, supplier, dan *catering* atau pedagang makanan, baik berupa bumbu atau bahan mentah masakan, makanan siap saji, sembako, dan peralatan ibadah bagi yang beragama islam. Untuk makanan siap saji terdapat makanan yang non halal dan diproduksi oleh *catering* atau pedagang makanan non muslim. Selain itu, UBM menginfokan kegiatan yang diadakan oleh masjid atau mushollah. Serta, UBM menambahkan fitur donasi, bagi pengguna atau *user* yang pada saat berbelanja memiliki uang kembalian atau berniat untuk donasi dapat didonasikan ke masjid atau LAZIS yang bermitra dengan UBM. Pengguna atau *user* yang memesan produk akan diantarkan oleh *delivery.* UBM menawarkan harga produk berdasarkan harga pasar pada umumnya dan tarif pesan antar berdasarkan jarak yang ditempuh sebesar Rp. 5.000,00/km. Adapun pembayaran dapat dilakukan secara COD atau online melalui ovo, dana, atau link aja. UBM ditempatkan di setiap daerah termasuk kota besar dan pedesaan. Promosi yang dilakukan UBM melalui UBM *apps, social media,* penyebaran pamflet dan brosur, adanya testimoni dari para *user* baik secara verbal maupun non verbal, *rating* yang diberikan oleh para *user*, dan melalui acara kajian. Selain itu, terdapat channel telegram yang dikhususkan untuk para *user* dan para mitra yang sudah terhubung dengan sistem UBM, sehingga segala informasi, kritik, dan saran dapat dilihat melalui channel tersebut. UBM juga menyediakan promo setiap bulannya dan terdapat beberapa fitur atau produk yang menyediakan paket hemat. UBM merekrut *delivery* dengan persyaratan sebagai berikut:

1. Memiliki KTP dan KK
2. Mampu mengoperasikan gadget
3. Memiliki kendaraan dan mampu berkendara baik menggunakan motor atau mobil dengan baik dan dibuktikan dengan memiliki SIM

UBM bermitra dengan masjid atau mushollah yang memiliki produk, para pedagang pasar tradisional atau tukang sayur buah keliling, para supplier atau produsen atau pemasok sayur buah atau bahan masakan baik yang memiliki lisensi ataupun tidak memiliki lisensi, dan para pedagang makanan baik kedai atau warung atau rumah makan atau *catering* yang memiliki lisensi ataupun tidak memiliki lisensi. Adapun LAZIS sebagai mitra tambahan saja, pusat donasi masih berada di masjid atau mushollah. Para *user* atau pengguna dapat menggunakan UBM secara online melalui link sistem aplikasi. *User* melakukan registrasi akun dengan menginput nama, tanggal lahir, email, alamat, dan nomor telephone, serta mengaktivasi akun dengan memotret wajahnya. Aktivasi akun berhasil jika *user* mendapatkan email dari UBM dan *user* bergabung dengan channel telegram UBM. Setelah proses aktivasi berhasil, maka user dapat mengakses semua pelayanan fitur yang terdapat di UBM, baik belanja secara online di masjid, pedagang pasar, supplier, *catering* atau berdonasi ataupun reservasi kegiatan masjid. Apabila user memesan produk, *user* dapat memanfaatkan jasa antar yang disediakan. Sistem secara otomatis akan mencarikan *delivery* untuk mengantar pesanan *user* ke alamat yang dituju. Kemudian, *user* dapat memilih pembayaran yang diinginkan secara online atau COD dan user berhak untuk mendonasikan sisa uang belanjanya ke masjid atau LAZIS yang dituju. *User* dapat memastikan *delivery* sudah berjalan sampai mana dengan fitur GPS yang tersedia dan *user* dapat mengetahui informasi pribadi *delivery* dengan melihat foto, nama, dan ciri fisik kendaraannya. *User* dapat mengirimkan pesan atau telephone ke *delivery* atau mitra lainnya.

Pelayanan yang disediakan sangat responsif, ramah, dan adanya jaminan terhadap produk yang dipesan. Jaminan itu adalah bersih, sehat, aman. Jika pada saat pengiriman terdapat produk yang tidak sesuai atau cacat, pengguna atau *user* dapat mengembalikannya dengan jumlah pembelian sebesar Rp. 500.000,00. Bila terjadi kecelakaan, UBM akan membantu membayar biaya pengobatan yang sesuai.

Gambar 2 Operasional UBM



Sumber: UBM