#### **BAB II**

#### GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

I-Job merupakan perusahaan yang bergelut di bidang sumber daya manusia atau *human resources* dan dikemas dalam bentuk aplikasi. I-Job hadir sebagai aplikasi perantara pencari kerja, khususnya pekerja paruh waktu, dengan pemilik bisnis. Ide bisnis ini bermula dari pemikiran sekelompok mahasiswa sebagai proyek mata kuliah *technopreneur* yang kemudian terus dikembangkan sejak awal tahun 2022 hingga saat ini. Lahir sebagai solusi keresahan para mahasiswa untuk menjadi lebih produktif tanpa kendala jarak maupun waktu, ide bisnis I-Job muncul dari celah permintaan dan kebutuhan yang ditemukan. Yakni permintaan terkait dengan pekerja paruh waktu berkualitas dengan lowongan pekerjaan, yang saling dibutuhkan antara pencari kerja dengan pemilik bisnis seperti Usaha Mikro Kecil atau Menengah (UMKM) dan sejenisnya.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan 1-Job Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

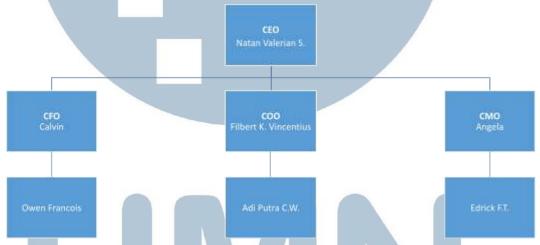
Selain dilatarbelakangi oleh permasalahan yang berangkat dari observasi singkat lingkungan sekitar penulis, dengan hasil temuan berupa fenomena keresahan para pelajar yang ingin menjadi lebih produktif dengan cara menjadi seorang pekerja paruh waktu namun terkendala oleh waktu dan jarak, penulis juga menemukan permasalahan lainnya. Dengan riset lebih lanjut yang dilakukan penulis mengenai hal terkait, penulis mendapati bahwa dengan kendala jarak dan waktu tersebut, pekerjaan paruh waktu umumnya menimbulkan dampak negatif bagi pelajar, yakni berupa munculnya tindakan mengesampingkan kewajiban belajar yang dimiliki oleh seorang pelajar (Andarie, 2019). Hal ini tentunya disayangkan, mengingat pekerjaan paruh waktu pada dasarnya merupakan hal yang dilakukan dengan landasan keinginan para pelajar untuk menjadi produktif, akan tetapi hal sebaliknya. Maka dari itu, sesuai dengan terjadi adalah yang permasalahan-permasalahan tersebutlah penulis dan tim berusaha untuk mencarikan solusinya dan dikemas menjadi sebuah aplikasi business assist dengan metode supply karyawan paruh waktu berbasis portal job seeker, yang selanjutnya disebut dengan nama I-Job.

Pemilihan kata I-Job sebagai nama perusahaan sendiri terbentuk atas dua kata, yaitu "i" dan "job". Hal ini merujuk kepada fakta bahwa I-Job merupakan salah satu sarana untuk membantu konsumen, part-timer atau perusahaan, dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Sehingga "i" diartikan sebagai untuk saya atau untuk kita, sedangkan "job" didefinisikan sebagai apa yang akan diperoleh oleh pengguna aplikasi. I-Job membawa tagline "We Found You" sebagai kalimat yang dapat mewakili visi misi perusahaan secara keseluruhan, yakni mempermudah customer pencari kerja maupun pencari pekerja dalam menemukan pekerjaan ataupun pekerja yang sesuai dengan cara yang efektif. Secara lebih lanjut, I-Job memiliki visi menjadi perusahaan terbaik yang bergerak sebagai perantara pencari kerja paruh waktu dengan pemilik bisnis secara spesifik serta efektif pertama dalam bentuk aplikasi di Indonesia. Sedangkan untuk misi perusahaan, I-Job memiliki misi untuk; (1) Membantu pemenuhan kebutuhan pencarian

pekerjaan maupun pekerja paruh waktu di Indonesia, (2) Memberikan kualitas pelayanan terbaik dengan melakukan perekrutan pekerja secara cepat dan tepat, serta (3) Mendukung pelaksanaan pekerjaan paruh waktu bagi pelajar tanpa mengurangi tingkat produktivitasnya dalam pekerjaan maupun kewajiban belajar.

#### 2.2 Struktur Perusahaan

Dalam memperlancar proses pengembangan dan jalannya perusahaan, I-Job memiliki struktur organisasi perusahaannya tersendiri, dengan fokus tanggung jawab pekerjaan tiap anggota perusahaan disesuaikan dengan keterampilan yang dimiliki. Berikut merupakan bagan struktur organisasi perusahaan I-Job:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan I-Job Sumber: Data Penulis (2023)

Seperti yang dapat terlihat pada bagan diatas, struktur perusahaan I-Job terdiri atas tiga kepala divisi dengan masing-masing satu anggota yang secara keseluruhan dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO). Dimulai dari kedudukan yang paling tinggi dalam organisasi perusahaan I-Job, CEO bertanggung jawab atas segala keputusan yang akan diambil oleh perusahaan, baik dari segi pengembangan bisnis I-Job secara lebih lanjut, operasi perusahaan, marketing, finansial, hingga sumber daya manusia yang ada. Selanjutnya terdapat beberapa departemen dan role yang terbagi sebagai berikut:

- Chief Operating Officer (COO), memiliki peran yang berfokus kepada peluang dan strategi dalam jalannya perusahaan. Pada penerapannya peran ini berfokus untuk memantau dan menjaga setiap proses operasional berjalan sesuai dengan rencana awal, menjadi frontliner ketika terjadi sebuah permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis secara general, menjadi roda penggerak bagi setiap kegiatan yang berlangsung, serta menjadi pengingat bagi setiap divisi lain untuk menjalankan tugasnya masing-masing.
- Chief Financial Officer (CFO) memiliki peran dalam mengurus tindakan finansial perusahaan, pada penerapannya sendiri CFO bersama dengan teamnya bertanggung jawab untuk mengurus segala hal yang berkaitan dengan finansial perusahaan meliputi pendataan cash flow, menjadi bendahara, mengatur budgeting, dan membuat laporan keungan berikut dengan projection.
- Chief Marketing Officer (CMO) memiliki peran dalam mengawasi perencanaan, pengembangan, hingga pelaksanaan terkait pertumbuhan dan pemasaran perusahaan secara online maupun onsite. Dalam penerapannya, team ini menjadi garda terdepan untuk memasarkan I-Job ke para pencari kerja serta pemilik bisnis dengan metode direct selling. Selain itu, team ini juga berperan dalam pembuatan konten Instagram dan TikTok mulai dari pre-production sampai dengan post-production.

#### 2.3 Kondisi umum Lingkungan

Sistem pekerjaan paruh waktu merupakan hal yang familiar bagi para wirausahawan dan bagi para pencari kerja yang memiliki kesibukan utama selain bekerja. Para pencari kerja dengan sistem paruh waktu ini seringkali berstatus sebagai mahasiswa, menjadikan pekerjaan paruh waktu sebagai pilihan pekerjaan yang cocok tanpa harus melepas kewajiban sebagai pelajar. Diketahui bahwa pada dasarnya bekerja paruh waktu merupakan bentuk kesadaran para mahasiswa mengenai pentingnya kestabilan finansial

dan keinginan dalam mencari pengalaman di waktu luang yang dimilikinya (Putra, 2017). Akan tetapi, terlepas dari keinginan para mahasiswa untuk dapat mengisi waktu luangnya dengan bekerja paruh waktu agar dapat memiliki keseharian yang lebih produktif, dampak negatif juga dapat turut timbul dari pekerjaan paruh waktu. Dampak negatif yang timbul berupa permasalahan jarak dan waktu yang bertabrakan antar pekerjaan paruh waktu dengan jadwal kuliah yang dimiliki oleh para mahasiswa, menjadikan para mahasiswa sulit untuk merealisasikan bekerja paruh waktu tanpa harus mengorbankan kewajibannya sebagai seorang pelajar.

Hal ini turut penulis dan tim temukan selama menganalisis permasalahan yang terdapat dilingkungan sekitar penulis dan tim. Tentunya hal ini merupakan permasalahan yang cukup dekat dengan keseharian penulis dan tim, yang dapat dengan mudah ditemukan di lingkungan kampus sehari-hari sebagai pembahasan ringan para mahasiswa. Berdasarkan observasi singkat tersebutlah, penulis dan tim memutuskan untuk mengangkat isu permasalahan tersebut serta membahasnya secara lebih lanjut sebagai suatu ide bisnis baru. Dalam mewujudkan ide bisnis tersebut, penulis dan tim melakukan analisis-analisis berikut yang terkait dengan potensi sumber daya dan peluang pasar yang diperlukan untuk membantu perwujudan ide bisnis tersebut.

#### 2.3.1 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL atau PESTLE *analysis* merupakan salah satu teknik strategi manajemen untuk memahami gambaran keseluruhan lingkungan bisnis beroperasi, memahami berbagai resiko pertumbuhan dan penurunan usaha, serta untuk mencari tahu kontekstual lingkungan perusahaan (Rosani, 2021). PESTEL terdiri atas enam faktor eksternal yang perlu dipertimbangkan dalam menganalisis ide bisnis. Enam faktor eksternal tersebut antara lain *political*, *economic*, *social*, *technological*, *environmental*, *dan legal*. Berikut merupakan analisis keenam faktor eksternal tersebut terhadap ide bisnis I-Job.

PESTEL	Factor	Opportunity	Threat	
Politics	Pemilu presiden dan kepala daerah baru 2024 memiliki peluang untuk memicu beberapa kebijakan baru yang akan dikeluarkan atau diterapkan.	Pemilu 2024 diduga dapat memicu pertumbuhan ekonomi yang cukup masif sehingga dapat menjadi momen baik bagi I-Job untuk berkembang.	posisi ekonomi yang sangat	
Economic UN MU	Federal Reserve System yang terus melakukan tapering suku bunga	Disaat banyak terjadi layoff pada perusahaan dan juga dengan kondisi dimana banyak big funds yang menarik investasinya pada startup, akan ada momen ekonomi untuk rebound sehingga memperbesar kemungkinan I-Job untuk berkembang dan mendapat	Banyak big funds yang menahan kegiatan investasinya terkhusus di startup.	

		pendanaan.	
Social	Angka pertumbuhan mahasiswa yang terus berkembang naik dan juga diiringi dengan trend financial management di kalangan gen z	Semakin banyak mahasiswa yang sadar untuk bisa terus produktif bahkan ketika sedang berkuliah.	
Technological	semakin meluas dan teknologi internet yang semakin merata di Indonesia. Juga meningkatnya dan berkembangnya	Semakin banyak orang yang bisa mengakses aplikasi I-Job, dan semakin mudah untuk mempromosikan I-Job lewat social media	Semakin mudah orang mencari produk substitusi dan competitor
Environment U	Semakin banyak industri <i>Food and Beverage</i> khususnya UMKM yang terus beredar dan jumlah pelajar	Hal ini tentu saja mendongkrak potential market size I-Job secara signifikan dari sisi pemilik bisnis atau demand	Dengan semakin besarnya market size yang ada, memicu bagi kemunculan-kem unculan startup baru dengan

	yang terus		target <i>market</i>
	3 6		
	meningkat setiap		yang sama.
	tahunnya. Serta		
, –	semakin banyak		
	tren-tren baru		
4	yang		
	bermunculan dan		
	berbeda-beda		
	disetiap tahun nya		
	membuat semakin		
	banyak UMKM		
	yang		
	bermunculan		
	Berdasarkan pasal	Menggunakan	
	16 ayat 1	sistem	
	Peraturan	pengupahan	
	Pemerintah	berdasarkan jam	
	Nomor 36 Tahun	waktu kerja dan	
Legal	2021 yang	sesuai nominal	
Legar			
	mengatur bahwa	yang telah	
	pekerja paruh	disepakati oleh	
	waktu diberi upah	pemilik bisnis dan	
	per jam	pekerja paruh	
		waktu	

Tabel 2.1 Analisis PESTEL i-Job Sumber: Data Penulis (2023)

#### 2.3.2 Analisis Porter's Five Forces

Porter's five forces merupakan pengembangan model analisis industri dengan kontribusi terhadap teori daya saing dan keuntungan

kompetitif yang dikemas ke dalam lima faktor utama (Widyasari, 2014). Lima faktor utama tersebut berupa tingkat persaingan saat ini, ancaman pendatang baru, ancaman produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli akan dibahas terhadap isu dan dampak yang ditimbulkannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *porter's five forces* ini merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat kompetitivitas lingkungan yang dimiliki oleh ide bisnis beserta dengan pengaruhnya terhadap ide bisnis tersebut di masa depan. Analisa kelima faktor serta isu dan dampaknya pada I-Job akan dibahas secara lebih lanjut dan ringkas pada tabel berikut.

Faktor	Issue	Dampak
Tingkat persaingan saat ini	Tidak terdapat kompetitor langsung yang juga bergerak di ranah yang sama, yaitu menyentuh niche market pegawai paruh waktu.	Aplikasi I-Job memiliki peluang besar untuk menyentuh ranah yang belum tersentuh ini dan menjadi first mover/inovator untuk memimpin pasar.
Ancaman dari pendatang baru	Sistem atau budaya pengelolaan SDM di ranah bisnis UMKM rata-rata sudah stabil dan dapat berjalan walau tanpa menggunakan inovasi I-Job.	Aplikasi I-Job sulit untuk diterima oleh para pebisnis karena mengubah sistem serta budaya yang sudah berjalan (tidak berani mencoba inovasi).
Ancaman produk subtitusi	Kebanyakan pemilik bisnis mencari pekerja menggunakan aplikasi social media dan marketplace yang tergolong lebih praktis.  Bonus demografi yang	Aplikasi I-Job menjadi aplikasi pertama yang khusus bergerak sebagai business assist di ranah pengelolaan karyawan berkedok portal job seeker, sehingga tidak terdapat produk subtitusi yang identik dengan produk bisnis I-Job.  Aplikasi I-Job memiliki
Daya tawar pemasok	tinggi disertai dengan kualitas SDM yang tinggi	potensi asset pekerja yang sangat banyak dan menjadi

	juga terutama dari <i>market</i> size para mahasiswa.	roda penggerak juga sebagai pemacu untuk dapat bergerak dengan batasan yang besar, luas, dan terukur.
Daya tawar pembeli	Kepengurusan SDM dalam bisnis masih dilakukan secara konvensional dan belum ada business assist yang menawarkan solusi terkait pengelolaan SDM secara menyeluruh terutama dalam jenis pekerjaan paruh waktu.	Aplikasi I-Job bergerak sebagai <i>inovator</i> atau <i>first mover</i> yang memiliki nilai produk yang sangat tinggi dalam menyelesaikan permasalahan para pebisnis di bidang pengelolaan SDM.

Tabel 2.2 Analisis *Porter's Five Forces* i-Job Sumber: Data Penulis (2023)

#### 2.3.3 Analisis Industri

Analisis industri merupakan analisis yang dilakukan untuk secara spesifik melihat pertumbuhan industri dari sisi permintaan (*demand*) dan sisi pemasok (*supply*). Pada pertumbuhan industri sisi *demand*, didapati data bahwa kontribusi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5%. Sedangkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Dengan demikian, jika dilihat dari sisi *demand*, I-Job memiliki potensi yang besar dikarenakan permintaan akan kebutuhan tenaga kerja yang tinggi dan bertumbuh konsisten dengan UMKM. Di lain sisi, pertumbuhan industri sisi *supply* ide bisnis juga memiliki potensi, hal ini dapat terlihat dari data yang didapat dari DataIndonesia.id tentang pertumbuhan mahasiswa yang terus bertumbuh tiap tahunnya.

## MULTIMEDIA NUSANTARA

#### Jumlah UMKM Versi Kemenkop UKM (2022)

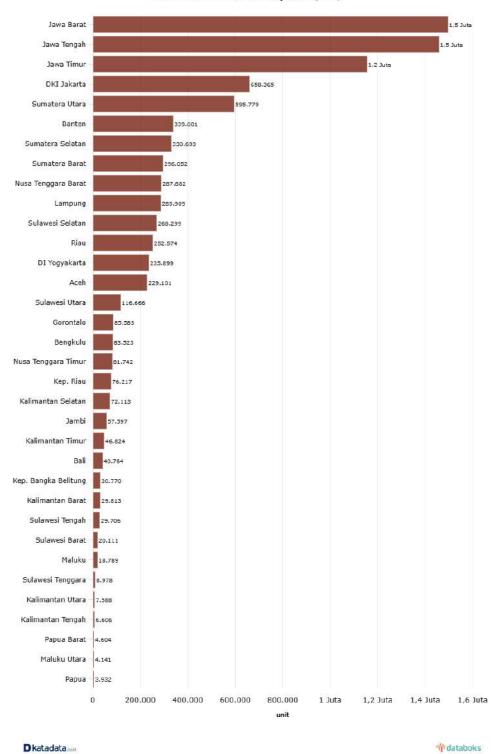


Diagram 2.1 Jumlah UMKM versi Kemenkop UKM Sumber: Katadata.co.id (2022)



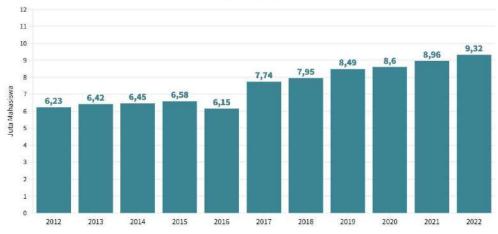


Diagram 2.2 Jumlah Mahasiswa Indonesia Sumber: DataIndonesia.id (2022)

Pertumbuhan dan perkembangan *trend* juga turut menjadi pertimbangan lainnya dalam analisis industri I-Job. Dalam hal ini, penulis dan tim mendapati dua jenis *trend* yang dapat memberikan keuntungan dan pendorong bagi perkembangan I-Job kedepannya. Dua jenis *trend* tersebut antara lain berupa *trend* dari sisi lingkungan (*environment*) dan juga dari sisi bisnis. Secara lingkungan terdapat dua hal yang dapat memicu perkembangan I-Job, yakni dengan terdapatnya *lookup* ekonomi yang positif dan dampak pemilu pada tahun 2024.

Lookup ekonomi yang positif sendiri muncul dari analisis terkait ekonomi di Indonesia yang sebagian besar ditopang oleh industri UMKM, sehingga perputaran uang semakin banyak dan memberikan peluang bagus bagi I-Job untuk berkembang. Sedangkan perkembangan I-Job sebagai dampak dari pemilu 2024 berangkat dari fakta bahwa dengan fenomena pemilu tersebut dapat memicu tindak konsumtif yang besar dari masyarakat, khususnya para peserta pemilu. Pemilu 2024 disebut sebagai sebuah momentum yang dapat menjadi pendorong UMKM, diakibatkan oleh banyaknya perputaran uang yang terjadi di berbagai sektor,

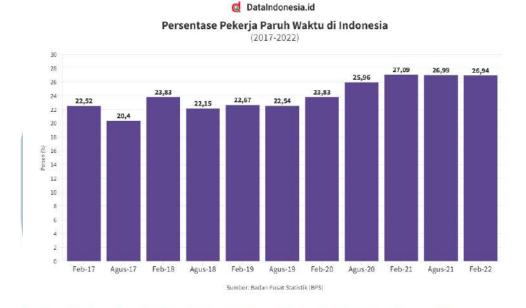
khususnya yang terkait langsung sebagai atribut kampanye (Maulidah, 2023). Maka dari itu, dengan perputaran uang yang meningkat pada masa pemilu dan kecenderungannya yang terjadi pada sektor UMKM, pebisnis akhirnya akan memiliki keinginan untuk membayar pekerja dan pekerja pun akan mencari kerja ketika melihat adanya peluang lapangan kerja baru.

Sedangkan apabila kita melihat dari sisi tren bisnis, I-Job akan memanfaatkan kondisi setelah inflasi besar-besaran terjadi. Dengan inflasi besar-besaran yang terjadi sebagai dampak dari perkembangan ekonomi Indonesia yang terus berkembang, *layoff* atau pemberhentian karyawan banyak dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalisir dampak yang diterima perusahaan karena inflasi tersebut. Akan tetapi seiring dengan *tapering The Fed* Amerika Serikat yang terjadi sejak November 2021 mengakibatkan berkurangnya pembelian aset (Putri, 2022), secara tidak langsung kondisi perekonomian saat ini kian kembali stabil. Maka dari itu, I-Job akan memanfaatkan celah pada kondisi stabil perekonomian ini untuk berkembang sebagai *startup business* baru.

#### 2.3.4 Analisis Market Size

Analisis *market size* merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui potensi total pembeli yang dapat dicapai oleh suatu bisnis pada pasar tertentu. Pada I-Job sendiri, analisis pasar yang dilakukan merupakan pasar mahasiswa pekerja paruh waktu dan juga pemilik UMKM. Menurut Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang dalam tangerangkab.go.id (2023), pada tahun 2021 terdapat total pelaku UMKM sekitar 59.317 pelaku di Kabupaten Tangerang. Hal ini turut mempengaruhi peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) negara serta kelangsungan penyediaan tenaga kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan demikian, I-Job dapat hadir dalam membantu kelangsungan pelaku UMKM beserta dengan ketersediaan lapangan kerja yang ada.

Dalam ketersediaan lapangan kerja yang ada berdasarkan data diatas, I-Job turut menemukan peluang pada mahasiswa pencari kerja paruh waktu. Pekerja paruh waktu di Indonesia sendiri memiliki persentase sebesar 26,94% pada Februari 2022, yang sebenarnya dapat menunjukkan adanya kenaikan rata-rata pekerja dibandingkan tahun sebelumnya (Mahmudan, 2022). Persentase ini sendiri memperlihatkan bagaimana permintaan akan pekerja paruh waktu meningkat, seiring dengan perkembangan UMKM yang telah dibahas di paragraf sebelumnya. Selain itu, terkait dengan kebutuhan akan pekerja paruh waktu mahasiswa dapat didukung dengan data mahasiswa yang ditemukan. Pada tahun 2021 sendiri, terdapat total 9.698.860 mahasiswa aktif yang tercatat pada Pangkalan Data Pendidikan Tinggi dalam pddikti.kemdikbud.go.id (2023), dengan 1.359.845 yang berlokasi di Banten dan 698.268 mahasiswa di DKI Jakarta (Ahdiat, 2022).



Oleh karena itu, dapat disimpulkan cakupan peluang pasar yang dimiliki oleh I-Job cukup besar dan memungkinkan I-Job untuk memenuhi *supply* dan *demand* pasar terkait pekerja paruh waktu, khususnya mahasiswa.

Diagram 2.3 Persentase Pekerja Paruh Waktu di Indonesia Sumber: DataIndonesia.id (2022)

#### 2.3.5 Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui ancaman maupun kesempatan yang tercipta akibat adanya perubahan persaingan potensial serta kelebihan dan kelemahan pesaing (Wibisana, 2017). Analisis kompetitor ini dilakukan untuk mengusahakan agar I-Job dapat mengungguli pesaing-pesaing yang dimilikinya dengan memanfaatkan celah kelemahan yang dimiliki para pesaing. Berikut merupakan analisis kompetitor I-Job secara lebih lanjut:

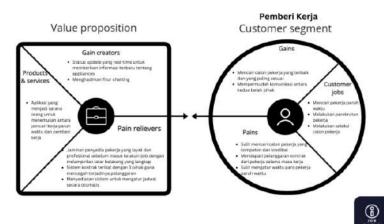
Kategori	I-Job	Instagram	Facebook	OLX
Product/Serv ice	Asistensi Bisnis / Portal Job Seekers	Platform online dengan iklan lowongan kerja	Platform online dengan iklan lowongan kerja	Platform online dengan iklan lowongan kerja
Target Audience	Pemilik bisnis UMKM & Pencari lowongan kerja	Pencari lowongan kerja	Pencari lowongan kerja	Pencari lowongan kerja
Price Structure	Subscription per tahun	Biaya Iklan	Biaya Iklan	Biaya Iklan
Marketing Strategies	Trial	Social Media/Paid Ads	Social Media	Social Media
Strengths U	Fitur Psikotes, Scheduling, dan Swap Shift	Memiliki komunitas influencer	Komunitas yang solid	Terdapat fitur filter/sortir
Weaknesses	Kekurangan sumber daya berkualitas	Sulit menyortir lowongan	Terlalu banyak saingan	Pencari kerja fiktif

Key	Niche Market	Platform	Platform	Adanya fitur
Advantage		multimedia	media sosial	jarak lokasi
		pertama	dengan user	kerja
			terbanyak	

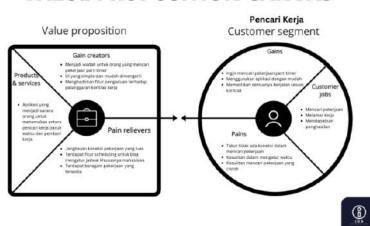
Tabel 2.3 Analisis *Porter's Five Forces* I-Job Sumber: Data Penulis (2023)

Selain itu, penulis juga melakukan analisis terkait dengan customer value proposition untuk mendalami lebih lagi terkait nilai dan value yang perlu ditekankan terhadap para customer demi mendapat nilai kepuasan yang tinggi.

#### **VALUE PROPOSITION CANVAS**



#### **VALUE PROPOSITION CANVAS**



Dari kedua data diatas, penulis menemukan bahwa perbedaan signifikan antara para kompetitor dengan I-Job sendiri terlihat dari value yang ditawarkan kepada dua customer segment pada sebuah platform khusus yang memang berfokus kepada niche market. I-Job menjadi *first mover* bagi market pencari kerja paruh waktu sekaligus para pemilik bisnis yang sebelumnya kesulitan dalam mengelola karyawannya hanya melalui satu aplikasi khusus saja. Di lain sisi, para kompetitor merupakan kompetitor tidak langsung karena para pemilik bisnis rata-rata menggunakan *social media apps* yang sebenarnya tidak diperuntukan untuk mencari karyawan, namun menjadi alternatif bagi para pemilik bisnis melalui beberapa akun maupun komunitas untuk menyebarkan *job hiring*.

#### 2.3.6 Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *strengths, weaknesses, opportunities,* dan *threats*. Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui secara lebih lanjut potensi yang dimiliki oleh I-Job dan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dimiliki oleh I-Job. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk mengembangkan bisnis dengan mempertimbangkan hal-hal situasional yang terkait. Berikut merupakan analisis SWOT I-Job secara lebih lanjut.

Strength	Weaknesses	Opportunities	Threat	
-Berfokus hanya kepada para pekerja paruh waktu dan pekerja lepas.	dari market yang sudah ada dan	mahasiswa yang mengalami	-Adanya subtitusi produk seperti akun loker di instagram, facebook, olx, dll	
-Melakukan manajerial waktu pembagian shift secara otomatis sesuai dengan proses	menawarkan produk yang berpengaruh kepada perubahan sistem	pekerjaan paruh waktu yang dapat cocok dengan segala kesibukan kuliah yang ada.	dengan mengesampingka n fitur yang ditawarkan oleh I-Job.	

operasional mitra bisinis.  -Menyortir pekerja - Proses aktivitas berkualitas dan mempekerjakan calon karyawan dengan sistem "jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga mengindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk mengurus segala hal mengenai pengaturan jadwal shift kerja, pengantian karyawan (turnover) yang terlalu sering, mencari para dan dan terllibat.  -Penerapan sekarang yang masih berjalan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk mengurus segala hal mengenai pengaturan jadwal shift kerja, pengantian karyawan (turnover) yang terlalu sering, mencari para pekerja yang sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.				
bisnis.  -Menyortir pekerja -Proses aktivitas berkualitas dan mempekerjakan calon karyawan dengan sistem "jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk mengurus segala hal mengenai pengaturan jadwal shift kerja, pengaturan jadwal shift kerja menjadi rentan untuk ditiru oleh karyawan (turnover) yang terlalu sering, mencari para kualitasnya oleh beberapa faktor seperti demografi dan geografi yang ada dan terllibat.  -Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan sekarang yang menjanjikan secara konvensional dengan tenaga konvensional dengan terdapat konvensional dengan	operasional mitra	internal serta	bisnis vang tidak	<i>mover</i> vang juga
eksternal.  -Menyortir pekerja berkualitas dan mempekerjakan calon karyawan dengan sistem "jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk menafaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  eksternal.  mengurus segala hal mengenai pengaturan jadwal shift kerja, penggantian karyawan (turnover) yang terlalu sering, mencari para kan datang.  mengurus segala hal mengenai pengaturan jadwal shift kerja, penggantian terlalu sering, mencari para kan datang.  mengurus segala hal mengenai pengaturan jadwal shift kerja, penggantian terlalu sering, mencari para kan datang.  -Terjadi penebada/inovatif menjadi rentan untuk ditiru oleh para kompetitor sesuai dengan terlalu sering, makan datang.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan sectara belum terdapat konvensional dengan terpada konvensional dari sisi business owner maupun para pengaturan jadwal shift kerja, penggantian terlalu sering, makan datang.  -Terjadi penolakan pengaturan jadwal shift kerja, penggantian terlalu sering, mencari para dengan terlalu sering, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan sectara belum terdapat konvensional dengan terjadi miss dalam mempunberitor segmentasi pasar yang bergerak di bidang yang persis sama.	1 *			
-Menyortir pekerja berkualitas dan mempekerjakan calon karyawan dengan sistem "jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi "-Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan secara pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  -Menberikan pengaturan jadwal shift kerja, penggantian karyawan (turnover) yang terlalu sering, mencari para kan datang. (turnover) yang sudah ada menjadi shift kerja, penggantian untuk ditiru oleh para kerja, menjadi rentan untuk ditiru oleh para kerja, penggantian untuk ditiru oleh para kerja untuk ditiru oleh para kompetitor sesuai dengan terlalu sering, mencari para pekerja yang sesuai dengan triela/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor laingung yang bergerak di bidang yang persis sama.		_		•
pekerja berkualitas dan mempekerjakan calon karyawan dengan sistem "jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk mempekerjakan calon karyawan dinana akan dipengaruhi juga kualitasnya oleh beberapa faktor seperti demografi dan geografi yang ada dan terllibat.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  -Proses aktivitas manajerial masih harus dilakukan secara karyawan (turnover) yang terlalu sering, mencari para pekerja yang sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Terjadi penolakan -Terjadi penolakan i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum serta belum terdapat kompetitor menjadi rentan untuk ditiru oleh para kompetitor yang sudah ada maupun yang daha datang.  -Terjadi penolakan i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum serta belum terdapat kompetitor sesuai dengan kualitas yang terjadi miss dalam mensupport serta mensupun pengguna njasa I-Job karena kualitas yang tidak bisa mensupport serta mensupport serta mensupport serta mensuport serta mensup	-Menyortir			mencetuskan fitur
berkualitas dan mempekerjakan calon karyawan dengan sistem "jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  - manajerial masih harus dilakukan seilakukan secara konvensional dilakukan secara konvensional dengan sistem (turnover) yang terlalu sering, menjadi rentan untuk ditiru oleh para kompetitor yang sudah ada mencari para pengekerja yang sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  - Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum serta belum terdapat kompetitor lain yang menjanjikan serta belum serta belum serta belum serta belum terdapat kompetitor lain yang menjanjikan serta belum serta belum serta belum serta belum serta belum terdapat kompetitor lain yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor lain yang menjanjikan serta belum		-Proses aktivitas		pembeda/inovatif
mempekerjakan calon karyawan dengan sistem "jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  -Marus dilakukan secara karyawan (turnover) yang titunover) yang terlalu sering, mencari para pakan datang.  -Menberikan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan secara pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.	1 2	manajerial masih		1
calon karyawan dengan sistem konvensional (turnover) yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  -Remangan sistem konvensional dimana akan terlalu sering, maupun yang akan datang.  -It in turnover) yang terlalu sering, mencari para pekerja yang sesuai dengan kriteria/kualifikas penolakan penggunaan jasa I-Job karena kriteria/kualifikas penolakan penggunaan jasa I-Job karena kualitas yang tidak bisa mensupport serta menjadi assist bagi para banyak memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.	mempekerjakan		<i>J</i> /	
dengan sistem "jual jam" yang dimana akan dipengaruhi juga kualitasnya oleh beberapa faktor menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  kengan sistem dimana akan dimana akan terlalu sering, mencari para kualitasnya oleh beberapa faktor seperti demografi dan geografi yang sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang dimiliki secara memproses setiap permintaan customer yang sudah ada maupun yang dimana akan dipengaruhi juga mencari para para kualitasnya oleh pekerja yang sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.	_		1 2 2	
"jual jam" yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  dimana akan terlalu sering, mencari para pekerja yang mencari para pekerja yang sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang dimiliki secara memproses setiap permintaan customer yang		konvensional	l	1
dapat membantu dipengaruhi juga kualitasnya oleh beberapa faktor menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  dipengaruhi juga kualitasnya oleh beberapa faktor sebatas kualitasnya oleh beberapa faktor sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang dimiliki secara memproses setiap permintaan customer yang dispersional customer yang mensuport serta dari sisi business owner maupun para pencari kerja (Jobbies).		The second secon	\	3 0
dalam pengaturan jadwal sehingga beberapa faktor menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  kualitasnya oleh beberapa faktor sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua tidak bisa mensupport serta wang menjanjikan segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat dengan tenaga kompetitor para pengguna mulai dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.		dipengaruhi juga		1 2 2
jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  beberapa faktor sesuai dengan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  -Terjadi penolakan kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor large dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang persis sama.	1		1	
menghindari kemungkinan terjadi dan geografi yang ada dan terllibat.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  seperti demografi yang dan geografi yang i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang dimiliki secara memproses setiap permintaan customer yang seperti demografi kriteria/kualifikas i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang persis sama.	1	•	1 2 2	-Terjadi
kemungkinan terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  dan geografi yang ada dan terllibat.  -Panerapan sekarang yang segmentasi pasar yang menjanjikan segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat konvensional dengan tenaga kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang mensupport serta mensupport serta belum terdapat kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  i, dan lainnya.  -Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang mensupport serta belum lekspektasi para pengguna mulai dari sisi business owner maupun para pencari kerja (Jobbies).		1		3
terjadi kekosongan shift.  -Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  -Penerapan sekarang yang yang yang yang yang segmentasi pasar yang mensupport serta yang menjanjikan segmentasi pasar yang mensupport serta belum terdapat konvensional dari sisi business pengguna mulai dari sisi business memproses setiap permintaan customer yang dari sisi business (Jobbies).			i, dan lainnya.	1
kekosongan shift.  -Penerapan  -Memberikan  pemberdayaan  berupa pelatihan  serta menjadi  assist bagi para  pemilik bisnis  untuk  memanfaatkan  karyawan yang  dimiliki secara  maksimal, efektif,  dan efisien.  -Market Growth  dari kedua  segmentasi pasar yang menjanjikan  serta belum  terdapat  kompetitor  langsung yang  bergerak di  bidang yang  persis sama.  -Market Growth  dari kedua  segmentasi pasar  yang menjanjikan  serta belum  terdapat  kompetitor  langsung yang  bergerak di  bidang yang  persis sama.  (Jobbies).	_			
-Penerapan sekarang yang pemberdayaan berupa pelatihan secara serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  -Penerapan sekarang yang segmentasi pasar yang mensupport serta mensupport serta pasar yang menjanjikan secara serta belum terdapat konvensional dengan tenaga kompetitor dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang bergerak di bidang yang persis sama.  -Penerapan sekarang yang segmentasi pasar mensupport serta mensupport serta belum dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang persis sama.			-Market Growth	kualitas yang
-Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan secara konvensional assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.		-Penerapan	dari kedua	, ,
pemberdayaan berupa pelatihan secara serta belum serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  masih berjalan serta belum terdapat terdapat kompetitor dari sisi business kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  yang menjanjikan serta belum ekspektasi para pengguna mulai dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang persis sama.  [Jobbies]	-Memberikan	sekarang yang	segmentasi pasar	mensupport serta
berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  secara serta belum terdapat pengguna mulai dari sisi business penguna mulai dari sisi business pengguna mulai dari sisi business owner maupun para pencari kerja belum terdapat kompetitor dari sisi business owner maupun para pencari kerja bidang yang persis sama.	pemberdayaan		yang menjanjikan	memenuhi
assist bagi para pemilik bisnis untuk banyak banyak memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  dengan tenaga kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang bidang yang bidang persis sama.  dengan tenaga kompetitor langsung yang bergerak di bidang yang persis sama.  dimiliki secara memproses setiap permintaan customer yang	-	secara		ekspektasi para
pemilik bisnis untuk banyak bergerak di memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien. kerja terbatas langsung yang bergerak di bidang yang bidang yang persis sama. (Jobbies).	serta menjadi	konvensional	terdapat	pengguna mulai
untuk banyak bergerak di bidang yang karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien. banyak menyebabkan terjadi <i>miss</i> dalam persis sama. bergerak di bidang yang persis sama. (Jobbies).	assist bagi para	dengan tenaga	kompetitor	dari sisi <i>business</i>
memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien.  menyebabkan terjadi <i>miss</i> dalam persis sama.  menyebabkan terjadi <i>miss</i> dalam persis sama.  judan efisien.  judan efisien.  menyebabkan terjadi <i>miss</i> dalam persis sama.	pemilik bisnis	kerja terbatas	langsung yang	owner maupun
karyawan yang dimiliki secara memproses setiap maksimal, efektif, dan efisien. terjadi <i>miss</i> dalam persis sama.	untuk	banyak	bergerak di	para pencari kerja
dimiliki secara memproses setiap maksimal, efektif, dan efisien. memproses setiap permintaan customer yang	memanfaatkan	menyebabkan	bidang yang	(Jobbies).
maksimal, efektif, dan efisien. permintaan customer yang	karyawan yang	terjadi <i>miss</i> dalam	persis sama.	
dan efisien. customer yang		memproses setiap		
	maksimal, efektif,	permintaan		
diterima.	dan efisien.	J 0		
		diterima.		

Tabel 2.4 Analisis SWOT i-Job Sumber: Data Penulis (2023)

#### 2.4 Gambaran Umum Produk

I-Job merupakan bisnis yang akan berkembang dalam dua tipe *channel*, yakni dalam bentuk aplikasi dan *website*. Namun untuk memudahkan pengembangan dan penjangkauan I-Job kepada para pengguna, I-Job akan memfokuskan pengembangannya dalam bentuk aplikasi. Aplikasi I-Job akan memberikan fitur pilihan akun bisnis dan personal bagi para pengguna, hal ini dilakukan untuk mempermudah

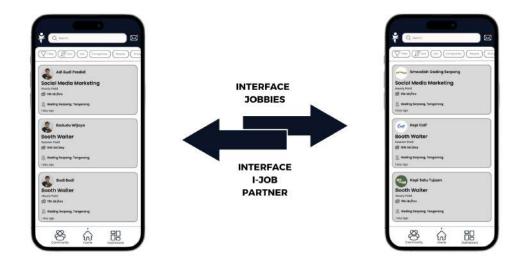
penyesuaian fitur pendukung didalamnya, yang disesuaikan dengan kebutuhan sang pengguna, baik sebagai *business owner* ataupun sebagai seorang pencari kerja paruh waktu.



Gambar 2.3 Mockup I-Job 1 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



Gambar 2.4 Mockup I-Job 2
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



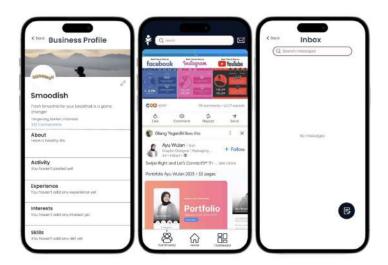
Gambar 2.5 Mockup I-Job 3 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



# Gambar 2.6 Mockup I-Job 4 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023) MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 2.7 Mockup I-Job 5 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



Gambar 2.8 Mockup I-Job 6 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



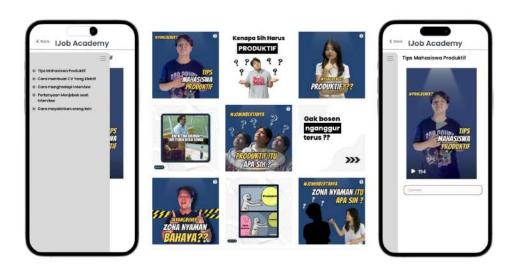
Gambar 2.9 Mockup I-Job 7 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



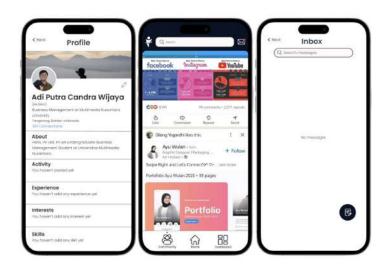
Gambar 2.10 Mockup I-Job 8 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



Gambar 2.11 Mockup I-Job 9 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



Gambar 2.12 Mockup I-Job 10 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



Gambar 2.13 Mockup I-Job 11 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Setelah melakukan verifikasi akun dan berhasil masuk ke dalam aplikasi, pengguna akan disambut oleh menu aplikasi yang telah disesuaikan. Menu khusus yang I-Job sediakan dan menjadi andalan antara lain berupa fitur *psychotest, scheduling, swap swift*, *I-Job Academy*, serta *Saving* dengan penjelasan lebih lanjut sebagai berikut:

- 1. *Psychotest*: Merupakan fitur yang digunakan untuk menyortir kelayakan karyawan sebelum melakukan *interview* bersama dengan pemilik bisnis. Fitur ini memudahkan pemilik bisnis dalam mendapatkan calon karyawan yang paling sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Psychotest ini dilakukan sebagai salah satu sistematika kerja I-Job dalam menyortir calon pekerja secara lebih spesifik.
- 2. *Scheduling*: Merupakan fitur bagi calon pekerja yang memudahkan penyortiran pekerjaan yang jadwalnya sesuai dengan sela kesibukan yang ada secara otomatis, khususnya bagi mahasiswa. Fitur *scheduling* yang dimiliki oleh I-Job ini juga dilengkapi dengan fitur geografis yang dapat membantu para *part timer*, agar selain dapat memudahkan pencarian kerja dengan *schedule* yang

cocok, fitur ini dapat menyesuaikannya dengan kedekatan jarak antara tempat tinggal *part timer* dengan lokasi tempat kerja yang membutuhkan jasanya. Dengan penyertaan fitur demikian, diharapkan fitur ini dapat mengurangi dampak negatif terkait permasalahan jarak dan waktu yang timbul bagi para mahasiswa pekerja paruh waktu.

- 3. Swap swift: Merupakan fitur yang disediakan bagi para pekerja paruh waktu untuk bertukar jadwal dengan partner kerja lain ketika terjadi perubahan jadwal mendadak yang mengakibatkan kekosongan shift. Fitur ini membantu kedua belah pihak, yakni pekerja dalam penyesuaian jadwal dan juga pebisnis dalam menghindari kerugian yang dapat terjadi karena shift yang tidak dapat berjalan lancar.
- 4. *I-Job Academy*: Merupakan fitur yang disediakan bagi para pekerja untuk dapat meningkatkan skill yang dimiliki dengan cara belajar melalui materi dalam bentuk video dan non-video yang akan selalu diupdate, disesuaikan, serta di suggest kepada setiap Jobbies yang belum maupun telah bekerja.
- 5. Saving: Merupakan fitur yang disediakan bagi para pencari maupun pemberi kerja demi melakukan kalkulasi serta perhitungan terkait aliran dana yang juga dapat disimpan sebagai sebuah bentuk tabungan.

#### 2.5 Analisis Kelayakan Usaha

Berikut merupakan analisis kelayakan usaha yang penulis dan tim lakukan untuk menilai keberhasilan proyek I-Job secara menyeluruh. Analisis dilakukan dengan hasil akhir berupa perhitungan pencapaian *break even point* I-Job, dengan rincian sebagai berikut:

### NUSANTARA

					2012(0)							
Direct Cost :	Month 1	Month 2	Month 3	Tahun Pe Month 4		Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12
Bisya Print CV (1 PartTimer/3CV, 1CV/Rp2,000)	126,000	228.000	162.000	132 000		114 000		210.000	150,000		168.000	120.00
Biaya Pembuatan ID Card (Rpt.000)	32.000	48.000	108.000	88.000		76.000	120.000	140,000	100.000			80.00
Biaya Pembuatan Card Holder (Rp3.000)	32.000	48.000		88.000		76,000	120.000	140,000	100.000			80.00
Biaya Lain-lain	500.000	500.000		500.000		500.000		500.000	580,000			500.00
Total Direct Cost dalam Satu Tahun	690.000	824 000		808 000		766 000			850.000			780,00
AT ENGLY VOTE CONTROL CONTROL CONTROL TO NO.		nemocra.	200000						72000			1000000
Fixed Cost :												
Total Fixed Cost	0											
0.00		Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	
Blaya Overhead  Blaya periklanan dan marketing  Total Blaya Overhead	Month 1	Month Z	Month 3	MOORE 4	Month 3	Month 6	Month r	Month 8	Month 9	month 10	MORER 11	Month 12
TOTAL COST :	Month 1 590.000	Month 2 824.000		Month 4 808 000		Month 6 766.000		Month 8 990,000	Month 9 850 000	Month 10 835 000	Month 11 892 000	Month 12 780 000
												ii.
Revenue		Month 2		Month 4		Month 6		Month 8	THE THURSDAY	Month 10	Month 11	Month 12
Biaya 5% dari Gaji Part Time (Gaji rata2 Rp12 500, 6jam*4han*4	in 9.760	96.625	600.000	780.000	960,000	1,200,000	1.260.000	1.500.000	1.800.000	1,980,000	2.700.000	3.000.00
Biaya SEO	_											
Advertisement	1		_	_					_	-	_	
Subscription	-		2207000		-		-	- 52		-		
Bundling Promotion (Rp950 000/bundling)	0		950.000		0	2.850,000			956,000		.0	1,900.000
Total Revenue	9.750	95.625		780.000		4.050.000			2.750.000			4.900.000
Break Even Point (BEP)	-680.250	-1.408.625	-736.625	-764.625	-654.625	2.629.375	2.969.375	3.479.375	5.379.375	6 523 375	8.331.375	12 451 37
				Tahun K	edua							
Direct Cost :	Month 13	Month 14	Month 15	Month 16		Month 18	Month 19	Month 20	Month 21	Month 22	Month 23	Month 24
Bisya Print CV (1 PartTimer/3CV, 1CV/Rp2,000)	168.000	228.000		210 000		150,000		84,000	216,000			198.000
Biaya Pembuatan ID Card (Rp4 000)	112.000	152.000		140.000		100.000		56.000	144.000			132.000
Biaya Pembuatan Card Holder (Rp3.000)	112.000	152.000		140.000		100.000		55.000	144,000			132,000
Biaya Hosting	720.000	720.000		720.000		720.000		720.000	720.000			720.000
Biaya Operasional Kanter (Wifi, telepon, Listrik, Air,dll)	5.000.000	5.000.000		5.000.000		6.000.000			5.000.000			5.000.000
Bidya Domain Webste	382.950	2.444.554	0.000.000	2.000.000	2.000.000	0.000.000	0.000.000	0.000.000	0.000.000	0.000,000	2.000.000	2.200.000
Biaya Lain-lain	500.000	500.000	500.000	500 000	500.000	500,000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500,000
Total Direct Cost dalam Satu Tahun	6 994 950	6.752.000		6.710.000		6.570.000			6.724.000			6 682 000
Č	4											
Fixed Cost :	250,000,000											
Biaya Pembuatan Aptikasi (Android dan los)	250,000,000											
Biaya Peralatan AC Sharp 1 PK (2xRp3 600 600)	7.200.000											
Maja 120x60x75 (4xRp3600.000)	1.540.000											
Kursi (7xRp390.000)	2.730.000											
Proyektor TV Xiaomi 32*	1.080.000 2.000.000											
Printer Epson T13	400.000											
Total Fixed Cost	264.950.000											
	1 1											
Biaya Overhead		Month 14		Month 16		Moeth 18		Month 20			Month 23	Month 24
Biaya periklanan dan marketing Total Biaya Overhead	5.000.000		5,000,000	-	5.000.000		5.000.000		5.000.000		5.000.000	0
Total biaya Overnedo												8
		Month 14	Month 15	Month 16				Month 20		Month 22	Month 23	Month 24
TOTAL COST:	275.944.950	13.504.000	18.280.000	13.420.000	18.336.000	13.140.000	18,280.000	12.832.000	18.448,000	13.392.000	18,168,000	13, 364, 000
Revenue	Month 13	Month 14	Month 15	Month 16	Month 17	Month 18	Month 19	Month 20	Month 21	Month 22	Month 23	Month 24
Biaya 5% dan Gaji Part Time (Gaji rata2 Rp12.500, 6jam/4hari/4	Im 3.180.000	3.420.000	3.780.000	4.080.000	4.800.000	5.640.000	6.000.000	7.200.000	8.496.000	9.900.000	12.000.000	12.900.000
Bioya SEO	1								_			
Advertisement	1		_									
Subscription Supplier Registro (Registro 2000) and the control of	4											
	0.1	0.6	4 750 000			4 750 000			2 800 000			4.750.000
Bunding Promotion (Rp956 000/bundling)	2 100 000	2 420 000	4.750.000	4 000 000	0 4 800 000	4.750.000			3.800.000		0 12 000 000	
Total Revenue	3.180.000	3.420.000 -271.307.575	8.530.000	4 080 000	4.800.000	10.390.000	6 000 000	7.200.000	12.206.000	9.900.000		17 650 000
	3.180.000	3.420.000 -271.397.575	8.530.000			10.390.000	6 000 000	7.200.000		9.900.000	12 000 000 -340 593 575	4.750.000 17.650.000 -336.307.575
Total Revenue	3.180.000		8.530.000		4 800 000 -304 023 575	10.390.000	6 000 000	7.200.000	12.206.000	9.900.000		17.650.000
Total Revenue	3.180.000 -261.313.575		8.530.000	-290.487.575	4 800 000 -304 023 575 etiga	10.390.000 -306.773.575	6 000 000 -319 053 575	7.200.000	12:206:000 -330:933:575	9.900.000		17.650.000
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost: Blaya Pint CV (1 Partimet/SCV, 1CV/Rpz,000)	3.180.000 -261.313.575	-271.397.575	8.530.000 -281.147.575	-290.487.575 Tahun K	4 800 000 -304 023 575 etiga Month 29	10.390.000 -306.773.575	6 000 000 -319 053 575 Month 31	7.200.000 -324.605.575	12:206:000 -330:933:575	9 900.000 -334 425.575 Month 34	-340.593.575 Month 35	17 650 000 -336 307 575
Total Revenue Break Even Point (BEP)  Direct Cost :	3.180.000 -261.313.575 Month 25	-271.397.575 Month 26	8.530.000 -281.147.575 Month 27 210.000	-290.487.575 Tahun K Month 28	4.800.000 -304.023.575 etiga Month 29 300.000	10,390,000 -306,773,575 Month 30	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000	7:200:000 -024:605:575 Month 32	12:200:000 -330:933:575 Month 33	9 900.000 -334 425 575 Month 34 204.000	-340 593 575 Month 35 228,000	17 650 000 -336 307 575 Month 36
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost: Blaya Pint CV (1 Partimet/SCV, 1CV/Rpz,000)	3.180.000 -261.313.575 Month 25 180.000	-271.397 575 Month 26 166.000	8.530.000 -281.147.575 Month 27 219.000 140.000	-290.487.575  Tahun K  Month 28  168.000	4.800.000 -304.023.575 etiga Month 29 300.000 200.000	10 390 000 -306.773 575 Month 30 192,000	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000 112 000	7:200:000 -324:685:575 Month 32 216:000 144:000	12 200 000 -330 933 575 Month 33 210.000	9 900.000 -334 425 575 Month 34 204.000 136.000	-340,593,575 Month 35 228,000 162,000	17 650 000 -336 307 575 Month 36 180 000
Total Revenue Break Even Point (BEP)  Direct Cost:  Bigya Print CV (1 Partimet/3CV, 1CV/Rp2,000)  Baya Pembustan ID Card (Rp1 000)	3,180,000 -261,313,575 Month 25 180,000 120,000	-271.397.575 Month 26 166.000 104.000	8.530.000 -281.147.575 Month 27 219.000 140.000	-290.487.575  Tahun K  Month 28  168.000 112.000	4 800 000 -304 023 575 etiga Month 29 300 000 200 000 200 000	10 390 000 -306.773 575 Month 30 192 000 128 000	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000 112 000	7:200:000 -324:685:575 Month 32 216:000 144:000	12 200 000 -330 933 575 Month 33 210 000 140 000	9 900.000 -334 425 575 Month 34 204.000 136.000	-340,593,575 Month 35 228,000 162,000 162,000	17 650 000 -336 307 575 Month 36 180 000 120 000
Total Revenue Break Even Point (BEP)  Direct Cost : Bays Print CV (1 Partimer/3CV, 1CV/Rp2,000) Bays Pembustan ID Card (Rp1,000) Bays Pembustan Card Holder (Rp3,000) Bays Pembustan Card Holder (Rp3,000) Bays Operasional Kanter (Mifi, telepon, Listilik, Air dill)	3.180.000 -261.313.575 Month 25 180.000 120.000 120.000 720.000 5.000.000	-271.397 575 Month 26 166.000 104.000	8.530.000 -281.147.575 Month 27 -210.000 -140.000 -720.000	-290.487.575  Tahun K  Month 28  168.000 112.000 112.000	4 800 000 -304 023 575  etiga  Month 29 300,000 200,000 720,000 720,000	10,390,000 -306,773,575 Month 30 192,000 128,000 128,000	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000 112 000 720 000	7.200.000 -324.685.575 Month 32 216.000 144.000 720.000	12 286 000 -330 933 575 Month 33 210 000 140 000	9 900.000 -334 425 575 Month 34 204.000 136.000 720.000	-340 593 575 Month 35 228,000 162,000 720,000	17 650.000 -336.307.575 Month 36 180.000 120.000 720.000
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost:  Blaya Pint CV (1 Partimet/SCV, 1CV/Rpz,000) Braya Penhautan 10 Cart (Bpt,100) Braya Penhautan Cort Holder (RpJ, 000) Braya Hesting Braya Penhautan Cort Holder (RpJ, 000) Braya Hesting Braya Deman Kenter (Mili, telepon, Listali, Air dli) Braya Deman Webste	3 180 000 -261 313 575 Month 25 180 000 120 000 120 000 5 000 000 382 950	-271.397 575 Month 26 166.000 104.000 104.000 720.000	8 530 000 -281 147 575 Month 27 -210 000 140 000 140 000 720 000 5 000 000	Tahun K Month 28 168.001 112.000 12.000 720.000	4 800 000 304 023 575 etiga Month 29 300 000 200 000 720 000 5 000 000	10.390.000 -306.773.575  Moeth 30 192.000 128.000 128.000 720.000 5.000.000	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000 112 000 112 000 720 000 5 000 000	7:200.000 -324.605.575  Month 32 -216.000 -144.000 -720.000 -5.000.000	12 200 000 -330 933 575 Month 33 210 000 140 000 720 000	9 900 000 -334 425 575 Month 34 -204 000 136 000 136 000 720 000 5 000 000	-340.593.575  Month 35	17 650.000 -336.307.575 Month 36 180.000 120.000 720.000 5.000.000
Total Revenue Break Even Point (BEP)  Direct Cost : Bays Print CV (1 Partimer/3CV, 1CV/Rp2,000) Bays Pembustan ID Card (Rp1,000) Bays Pembustan Card Holder (Rp3,000) Bays Pembustan Card Holder (Rp3,000) Bays Operasional Kanter (Mifi, telepon, Listilik, Air dill)	3.180.000 -261.313.575 Month 25 180.000 120.000 120.000 720.000 5.000.000	-271.397.575 Month 26 166.000 104.000 720.000 5.000.000	8 530 000 -281 147 575 Month 27 -210.000 -140.000 -720.000 -5.000.000	-290.487.575  Tahun K  Month 28  168.000  112.000  720.000	4 800 000  304 023 575  etiga  Month 29  300 000  200 000  720 000  5 000 000	10 390 000 -306 773 575 Month 30 192 000 128 000 720 000	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000 112 000 12 000 5 000 000	7:200 000 -124 605 575 Month 32 -216:000 -144:000 -720:000 -5:000:000	12 286 000 -330 933 575 Month 33 -210,000 -140,000 -720 000 -5.000 000 -5.000 000	9 900 000 -334 425 575 Month 34 -204 000 -136 000 -720 000 5 000 000	-340.593.575  Month 35	17 650 000 -336 307 575 Month 36 180 000 120 000 720 000 5 000 000
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost:  Slaya Pinit CV (1 Partilimet/SCV, 1CV/Rg2,000)  Slaya Pembustan ID Card (Rg1,000)  Slaya Pembustan Card Holet (Rg2,000)  Slaya Pembustan Card Holet (Rg2,000)  Slaya Carrackmal Kanter (Min, telepon, Listelli, Ar.dll)  Slaya Demain Mebsite  Blaya Lari-Lain  Total Direct Cost datam Satu Tahun	3.180.000 -261.313.575 Month 25 180.000 120.000 120.000 5.000.000 5.000.000 5.000.000 70.000	-271.397.575 Month 26 166.000 104.000 720.000 5.000.000 6.584.000	8.530.000 -281.147.575 Month 27 -210.000 140.000 140.000 -720.000 5.000.000 6.710.000	7290 487 575  Tahun K  Month 28 168 000 112 000 720 000 5 000 000 6 612 000	4 800 000 - 304 023 575  etiga Month 29 - 300 000 - 200 000 - 720 000 - 5 000 000 - 5 000 000 - 6 920 000	10 390 000 -306 773 575  Month 30 -132 000 -128 000 -128 000 -5 000 000 -5 000 000 -6 6668 000	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000 112 000 720 000 5 000 000 6 612 000	7,200,000 -124,605,575 Month 32 -216,000 -144,000 -720,000 -5,000,000 -5,000,000 -6,724,000	12.286.000 -330.933.575 Month 33 -210.000 -140.000 -720.000 -5.886.000 -6.710.000	9 900 000 -334 425 575 Month 34 -204 000 -136 000 -720 000 -5 000 000 -5 000 000 -6 696 000	Month 35 228,000 162,000 720,000 5,000,000 6,752,000	17 650 000 -336 307 575 Month 36 180 000 120 000 720 000 5 000 000 5 000 000
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost : Blaya Print CV (1 Partimer/SCV, 1CV/Rp2,000) Blaya Prembartan ID Cost (Rp4,100) Blaya Penhastan ID Cost (Rp4,100) Blaya Hesising Blaya Cherashoral Kanter (Wifi, telepon, Lissilik, Air dli) Blaya Damain Website Blaya Lariahan Total Birect Cost dalam Satu Tahun Blaya Overshoad	3.180.000 -251.313.575 Month 25 180.000 120.000 120.000 5.000.000 5.000.000 7.02.950 Month 25	-271.397.575  Month 26 166.000 104.000 720.000 5.000.000	8.530.000 -281.147.575  Month 27 -210.000 -140.000 -720.000 -5.000.000 -6.710.000  Month 27	Tahun K Month 28 168.001 112.000 720.000 5.000.000	4 800 000 - 304 023 575  etiga Month 29 - 300 000 - 200 000 - 720 000 - 5 000 000 - 5 000 000 - 6 920 000	10 390 000 -306 773 575  Month 30 -132 000 -128 000 -128 000 -5 000 000 -5 000 000 -6 6668 000	6 000 000 319 053 575 Month 31 168 000 112 000 720 000 5 000 000 6 612 000	7:200 000 -124 605 575 Month 32 -216:000 -144:000 -720:000 -5:000:000	12 200 000 -330 933 575 Month 33 210 000 140 000 720 000 5 000 000 6 710 000 Month 33	9 900 000 -334 425 575 Month 34 -204 000 -136 000 -720 000 5 000 000	-340.593.575  Month 35	17 650 000 -336 307 575 Month 36 180 000 120 000
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost:  Slaya Pinit CV (1 Partilimet/SCV, 1CV/Rg2,000)  Slaya Pembustan ID Card (Rg1,000)  Slaya Pembustan Card Holet (Rg2,000)  Slaya Pembustan Card Holet (Rg2,000)  Slaya Carrackmal Kanter (Min, telepon, Listelli, Ar.dll)  Slaya Demain Mebsite  Blaya Lari-Lain  Total Direct Cost datam Satu Tahun	3.180.000 -261.313.575 Month 25 180.000 120.000 120.000 5.000.000 5.000.000 5.000.000 70.000	-271.397.575 Month 26 166.000 104.000 720.000 5.000.000 6.584.000	8.530.000 -281.147.575 Month 27 -210.000 140.000 140.000 -720.000 5.000.000 6.710.000	7290 487 575  Tahun K  Month 28 168 000 112 000 720 000 5 000 000 6 612 000	4.890.000 -304.023.575 -etiga	10 390 000 -306 773 575  Month 30 -132 000 -128 000 -128 000 -5 000 000 -5 000 000 -6 6668 000	6 000 000 -319 053 575 Month 31 168 000 112 000 720 000 5 000 000 6 812 000 Month 31	7,200,000 -124,605,575 Month 32 -216,000 -144,000 -720,000 -5,000,000 -5,000,000 -6,724,000	12.286.000 -330.933.575 Month 33 -210.000 -140.000 -720.000 -5.886.000 -6.710.000	9 900 000 -334 425 575 Month 34 -204 000 -136 000 -720 000 -5 000 000 -5 000 000 -6 696 000	Month 35 228,000 162,000 720,000 5,000,000 6,762,000 Month 35	17 650 000 -336 307 575 Month 36 180 000 120 000 720 000 5 000 000 5 000 000
Total Revenue Break Even Point (BEP)  Direct Cost:  Brya Phint CV (1 Partimer/3CV, 1CV/Rp2,000)  Brya Permostan ID Cost (Bet 109)  Brya Permostan ID Cost (Bet 109)  Brya Permostan IC of Holder (Rp3,000)  Brya Hensing  Brya Permostan IC of Holder (Rp3,000)  Brya Hensing  Brya Cherakonal Kanter (Min. telepon. Listifik, Ar. dll)  Brya Cherakonal Konter (Min. telepon. Listifik, Ar. dll)  Brya Charlan  Total Direct Cost datam Satu Tahun  Blaya Overhead  Blaya Overhead  Total Blaya Overhead	3.180.000 -261.313.575 180.000 120.000 120.000 720.000 5.000.000 5.000.000 7.022.960 Month 25 5.000.000	-271.397.575  Month 26 156.000 104.000 720.000 5.000.000 6.584.000 Month 26	8 530 000 281 147 575 Month 27 210 000 140 000 140 000 720 000 5 000 000 6 710 000 Month 27 5 000 000	-290.487.575  Tahun H Month 28 168.001 112.000 120.000 5.00.000 6.612.000 Month 28  Month 28	4 890 900 4 923 575  e6ga  Month 29  390 900  200 900  720 900  5 900 900  6 920 900  Month 29  Month 29  Month 29	10.390.000 -306.773.575  Month 30 -192.000 -128.000 -720.000 -500.000 -500.000 -6.668.000  Month 30	6 000 000 -319 053 575 Month 31 188 000 112 000 120 000 500 000 500 000 6 812 000 Month 31	7.200.000 -324.605.575  Moeth 32 -216.000 -144.000 -144.000 -720.000 -5.000.000 -6.724.000  Moeth 32	12 200 000 -330 333 575 Month 33 210 000 140 000 720 000 5 000 000 6 710 000 Month 33 5 000 000	9 900 000 -334 425 575 Month 34 -204 000 -136 000 -720 000 -5 000 000 -5 000 000 -6 696 000	Month 35 228,000 162,000 720,000 5,000,000 6,762,000 Month 35	17 650 000 -336 307 575 Month 36 180 000 120 000 720 000 5 000 000 5 000 000
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost :  Blaya Pint CV (1 Partimet/SCV, 1CV/Rpz,000) Blaya Penmuvalan 10 Card (Bpt, 100) Blaya Penmuvalan 10 Card (Bpt, 100) Blaya Demakral Kanter (Min, 1elepon, Listrik, Ar dill) Blaya Demakral Kenter (Min, 1elepon, Listrik, Ar dill) Blaya Overhead Blaya pankikanan dan marketing	3.180.000 -261.313.575 180.000 120.000 120.000 720.000 5.000.000 5.000.000 7.022.960 Month 25 5.000.000	-271.397.575  Month 26 156.000 104.000 720.000 5.000.000 6.684.000  Month 26	8 530 000 281 147 575 Month 27 210 000 140 000 140 000 720 000 5 000 000 6 710 000 Month 27 5 000 000	-290.487.575  Tahun K Month 28 168.001 112.000 720.000 5.00.000 6.612.000 Month 28  Month 28	4 890 900 4 923 575  e6ga  Month 29  390 900  200 900  720 900  500 900  Month 29  Month 29  Month 29	10.390.000 -306.773.575  Month 30 -192.000 -128.000 -720.000 -500.000 -500.000 -6.668.000  Month 30	6 000 000 -319 053 575 Month 31 188 000 112 000 120 000 500 000 500 000 6 812 000 Month 31	7.200.000 -324.605.575  Moeth 32 -216.000 -144.000 -144.000 -720.000 -5.000.000 -6.724.000  Moeth 32	12 200 000 -330 333 575 Month 33 210 000 140 000 720 000 5 000 000 6 710 000 Month 33 5 000 000	9 900 000 - 334 425 575  Menth 34 - 204,000 - 136,000 - 136,000 - 720,000 - 500,000 - 6696,000  Menth 34	"240 593 575  Month 35	17 650 00i -336 307 572  Month 36 180 00i 120 00i 5 000 00i 6 640 00i Month 36  Month 36
Total Revenue Break Even Point (BEP)  Direct Cost:  Brya Phint CV (1 Partimer/3CV, 1CV/Rp2,000)  Brya Permostan ID Cost (Bet 109)  Brya Permostan ID Cost (Bet 109)  Brya Permostan IC of Holder (Rp3,000)  Brya Hensing  Brya Permostan IC of Holder (Rp3,000)  Brya Hensing  Brya Cherakonal Kanter (Min. telepon. Listifik, Ar. dll)  Brya Cherakonal Konter (Min. telepon. Listifik, Ar. dll)  Brya Charlan  Total Direct Cost datam Satu Tahun  Blaya Overhead  Blaya Overhead  Total Blaya Overhead	3 160 000 -261 313 575 Month 25 180 000 120 000 120 000 5 000 000 5 000 000 5 000 000 7 02 960 Month 25 12 000 000 Month 25 12 002 000	-271.397.575  Month 26 156.000 104.000 720.000 5.000.000 6.584.000 Month 26	8 530 000 -281 147 575	-290.487.575  Tahun H Month 28 168.001 112.000 120.000 5.00.000 6.612.000 Month 28  Month 28	4 890 900 904 923 575 etiga Month 29 390,000 220,000 220,000 220,000 500,000 6,920,000 6,920,000 Month 29 5,000,000 Month 29 11,920,000 Month 29	10 390 000 -306 773 575	6 000 900 -319 053 575 Month 31 188,000 112,000 112,000 5 000,000 6 612,000 Month 31 5 000 000	7.200.000 -324.605.575  Moeth 32 -216.000 -144.000 -144.000 -720.000 -5.000.000 -6.724.000  Moeth 32	12 200 000 -330 933 575  Month 33 -210,000 -140,000 -140,000 -500,000 -500,000 -6,710,000  Month 33 -1,710,000	9 900 000 - 334 425 575  Menth 34 - 204,000 - 136,000 - 136,000 - 720,000 - 500,000 - 6696,000  Menth 34	"240 593 575  Month 35	17 650 00i -336 307 572  Month 36 180 00i 120 00i 5 000 00i 6 640 00i Month 36  Month 36
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost : Billya Pint CV (1 Partimet/SCV, 1CV/Rp2,000) Billya Pint CV (1 Partimet/SCV, 1CV/Rp2,000) Billya Penhivatan ID Card (Rp4,000) Billya Brashing Billya Demain Website Billya Lara-billin Total Billya Cost Jahra-billin Cost Jahra-billi	3 160 000 -261 313 575	-271.397.575  Month 26 156.000 104.000 104.000 104.000 104.000 5.000.006 6.584.000 Month 26 6.584.000	8 530 000 281 147 575  Month 27 219 000 140 000 140 000 5 000 000 5 000 000 6 710 000  Month 27 11 719 000  Month 27	290 467 575  Tahun K Month 28	4 890 000 020 504 023 575 cetiga Month 29 200 000 500 000 6 820 000 Month 29 11 920 000 Month 29	10 390 000 -306 773 575	6 000 900 900 900 900 900 900 900 900 90	7,200,000 -324,685,575	12 200 000 -330 933 575  Month 33 -210.000 -140.000 -720.000 -5.000.000  Month 33 -5.000.000  Month 33 -11 710.000  Month 33	9 900 000 000  314 425 575  Month 34  204 000 136 000 136 000 500 000 500 000  Month 34  6 696 000  Month 34	340 593 575  Month 35	17. 650 000 37. 57 Month 36 180.000 120.000 120.000 120.000 5.000.000 5.000.000 Month 36 Month 36 6.640.000 Month 36 Mon
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost : Biliya Pint CV (1 Partimer/3CV, 1CV/Rp2,000) Birya Pembuatan 10 Cari (Bet 100) Birya Pembuatan 10 Cari (Bet 100) Birya Pembuatan 10 Cari (Bet 100) Birya Pembuatan Cort Holder (Rp3,000) Birya Demain Website Birya Loranian Total Direct Cost datam Satu Tahun Birya Cvenhead Birya Pembuatan dan markating Total Birya Ovenhead  TOTAL COST :  Revenue  Revenue	3 160 000 -261 313 575	-271.397.575  Month 26 196.000 194.000 194.000 194.000 5.000.000 6.000.000 6.000.000 Month 26 6.584.000 Month 26 14.400.000 Month 26 14.400.000	8 530 000 281 147 575  Month 27 210 000 140 000 140 000 5 000 000 6 710 000 Month 27 11 710 000 Month 27 11 710 000 Month 27 15 500 000	290 467 575  Tahun K Month 28 163 001 112 000 720 000 5 000 000 6 612 000 Month 28 6 512 000 Month 28 15 20 000 Month 28 15 20 000	4 890 900 904 923 575 (etiga Mowth 29 390 900 900 590 900 900 6 829 900 900 6 829 900 900 900 900 900 900 900 900 900 9	10 390 000 306 773 575  Month 30 192 000 123 000 123 000 5 000 000 6 688 000  Month 30  Month 30  Month 30  Month 30	6 000 900 900 900 901 901 905 905 905 905 905 905 905 905 905 905	7,200,000 -324,685,575  Moeth 32 -215,000 -144,000 -144,000 -5,000,000 -5,000,000 -6,724,000  Moeth 32 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000 -720,000	12 200 000 330 933 575  Menth 33 210 000 140 000 500 000 6 710 000  Month 33 5 000 000  Month 33 11 710 000  Month 33	9 900 000 934 425 575  Month 34 204 000 136 000 136 000 5 000 000 6 696 000  Month 34 6 696 000  Month 34 23 100 000  Month 34 23 100 000	240 593 575  Month 35 228,000 162,000 162,000 5,000,000 6,000,000 6,000,000 Month 35 11,752,000 Month 35 11,752,000 Month 35 23,400,000	17. 650 00.0 1-336 307 57  Month 36 180.00 120.00 120.00 500 00 6.640.00  Month 36  Month 36  Month 36  Month 36
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cots: Baya Print CV (1 PartTimer/SCV, 1CV/Rg2,000) Baya Pembadan ID Cost (Rp4,000) Baya Pembadan ID Cost (Rp4,000) Baya Henbadan ID Cost (Rp4,000) Baya Henbadan ID Cost (Rp4,000) Baya Hesining Baya Cerestonal Kanter (Wifi, Lelscon, Listilik, Ar dll) Baya Cerestonal Kanter (Wifi, Lelscon, Listilik, Ar dll) Baya Cost Indian Total Direct Cost datam Salu Tahun  Blaya Overhead  Blaya Overhead  Total Blaya Overhead  TOTAL COST:  Revenue Baya St & dar Cay Part Time (Cay rata 2 Rp12, 500, 6jan*/dhan*/ Baya St Corgos 200)	3 160 000 -261 313 575  Month 25 180 000 120 000 120 000 5 000 000 5 000 000 5 000 000 5 000 000	-271 397 575  Month 26  156 000  104 000  720 000  5 000 000  6 00 000  6 084 000  Month 26  5 384 000  Month 26  14 400 000  14 400 000  14 400 000	8.539.000 281.147.575  Month 27 219.000 149.000 149.000 509.000 509.000 Month 27 11.719.000 Month 27 11.719.000 Month 27 11.719.000	290 467 575  Tahun K Morsh 28 158 000 112 000 112 000 5 000 000 5 000 000 6 6 12 000 Month 28 5 15 000 000 Month 28 16 20 000 900 000	4 890 000 - 304 923 575 - 6tiga Month 29 - 330 000 - 200 000 - 500	10 390 000 306 773 575  Month 30 132 000 128 000 128 000 500 000 6 696 000  Month 30 6 696 000  Month 30 19 20 000 19 3000 19	6 000 900 900 900 900 900 900 900 900 90	7,200,000 324,685,575  Month 32 219,000 144,000 720,000 6,724,000  Month 32 6,724,000  Month 32 21,300,000 21,300,000	12 200 000 330 933 575  Month 33 210 000 140 000 720 000 5 000 000 5 000 000 Month 33 5 000 000 Month 33 11 710 000 Month 33 22 200 000	9 900 000 000 000 000 000 000 000 000 0	340 593 575  Month 35  228,000  162,000  720,000  500,000  600,000  Month 35  11,752,000  Month 35  11,752,000  Month 35  23,400,000  3,465,000  3,465,000	17. 650 000 -336 307 57  Month 36 180.00 120.00 120.00 120.00 5.000.00 6.640.00  Month 36 5.640.00  Month 36 24.000.00 5.940.00
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost :  Bilya Print CV (1 Partimeri3CV, 1CV/Rp2,000)  Bays Permixatin 10 Carl (Bp4,100)  Bays Permixatin 10 Carl (Bp4,100)  Bilya Permixatin Carl Holder (Rp3,000)  Bilya Permixatin Carl Holder (Rp3,000)  Bilya Demain Mebate  Bilya Coperasional Kanter (Min. telepon, Listelli, Air dtl)  Bilya Demain Mebate  Bilya Carlama  Total Direct Cost datam Satu Tahun  Bilya Overhead  Bilya Partimeri Bilya Overhead  Total Bilya Overhead  Total CoST:  Revenue  Bilya Sik dari Caji Part Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*  Bilya Sik dari Caji Part Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*  Bilya Sik Carl Caji Dari Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*  Bilya Sik Carl Caji Dari Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*)	3 160 000 -261 313 575  Month 25 180,000 120,000 120,000 720,000 302,950 5,000,000 7,002,950 Month 25 12,002 Month 25 12,002 Month 25 12,002,950 M	-271.397.575  Month 26 196.000 194.000 194.000 194.000 5.000.000 6.000.000 6.000.000 Month 26 6.584.000 Month 26 14.400.000 Month 26 14.400.000	8.539.000 281.147.575  Month 27 219.000 149.000 149.000 509.000 509.000 Month 27 11.719.000 Month 27 11.719.000 Month 27 11.719.000	290 467 575  Tahun K Month 28 163 001 112 000 720 000 5 000 000 6 612 000 Month 28 6 512 000 Month 28 15 20 000 Month 28 15 20 000	4 890 000 - 304 923 575 - 6tiga Month 29 - 330 000 - 200 000 - 500	10 390 000 306 773 575  Month 30 192 000 123 000 123 000 5 000 000 6 688 000  Month 30  Month 30  Month 30  Month 30	6 000 900 900 900 900 900 900 900 900 90	7,200,000 324,685,575  Month 32 215,000 144,000 720,000 5,000,000 6,724,000  Month 32 6,724,000  Month 32 21,300,000 2,307,000,000	12 200 000 330 933 575  Menth 33 210 000 140 000 500 000 6 710 000  Month 33 5 000 000  Month 33 11 710 000  Month 33	9 900 000 000 000 000 000 000 000 000 0	340 593 575  Month 35  228,000  162,000  720,000  500,000  600,000  Month 35  11,752,000  Month 35  11,752,000  Month 35  23,400,000  3,465,000  3,465,000	17. 650 000 -336 307 57:  Month 36 180.001 120.000 120.000 120.000 5.000.000 6.640.001 Month 36 5.640.001 Month 36 24.000.001 5.940.000
Total Revenue  Break Even Point (BEP)  Direct Cost:  Brya Phint CV (1 Partimer/3CV, 1CV/Rp2,000)  Brya Phembatan ID Cost (Rpt 109)  Brya Perhastan ID Cost (Rpt 109)  Brya Perhastan ID Cost (Rpt 109)  Brya Perhastan Idan Holder (Rp), 000)  Brya Hashing  Brya Perhastan Idan Holder (Rp), 000)  Brya Hashing  Brya Cherakonal Kanter (Mil. telepon, Listik, Ar.dli)  Brya Charistan  Total Direct Cost datam Satu Tahun  Bilaya Overhead  Bilaya Overhead  Brya Bridshone dan marketing  Total Bilaya Overhead  Total, COST:  Revenue  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji raza 2 Byt 2 Soo, Sjun*dhart*)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji raza 2 Byt 2 Soo, Sjun*dhart*)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji raza 2 Byt 2 Soo, Sjun*dhart*)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji raza 2 Byt 2 Soo, Sjun*dhart*)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji raza 2 Byt 2 Soo, Sjun*dhart*)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji raza 2 Byt 2 Soo, Sjun*dhart*)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Time (Saji Part Soo)  Brya St-0 direct (Saji Part Soo)  Brya St-0 dire	3.160.000 -261.313.575  Month 25 180.000 120.000 120.000 120.000 5.000.000 5.000.000 5.000.000 5.000.000	-271 397 575  Month 26  156 000  104 000  720 000  5 000 000  6 00 000  6 084 000  Month 26  5 384 000  Month 26  14 400 000  14 400 000  14 400 000	8.539.000 281.147.575  Month 27 219.000 149.000 149.000 509.000 509.000 Month 27 11.719.000 Month 27 11.719.000 Month 27 11.719.000	290 467 575  Tahun K Morsh 28 158 000 112 000 112 000 5 000 000 5 000 000 6 6 12 000 Month 28 5 15 000 000 Month 28 16 20 000 900 000	4 890 000 - 304 923 575 - 6tiga Month 29 - 330 000 - 200 000 - 500	10 390 000 306 773 575  Month 30 192 000 122 000 122 000 5 000 000 5 000 000 6 666 000  Month 30 6 666 000  Month 30 192 000 4 500 000 4 500 000	6 000 900 -319 053 575 Month 31 188.900 112.900 112.900 5 000 900 5 000 900 6 612.900 Month 31 11 612.900 Month 31 11 612.900 Month 31 20 400 900 4.458.900 4.500.900	7,200,000 324,685,575  Month 32 219,000 144,000 720,000 6,724,000  Month 32 6,724,000  Month 32 21,300,000 21,300,000	12 200 000 330 933 575  Month 33 210 000 140 000 720 000 5 000 000 5 000 000 Month 33 5 000 000 Month 33 11 710 000 Month 33 22 200 000	9 900 000 334 425 575 Month 34 204 000 136 000 00 5 000 000 5 000 000 5 000 000 6 666 000 Month 34 6 696 000 Month 34 23 100 000 2 970 000 4 500 000	340 593 575  Month 35  228,000  162,000  720,000  500,000  600,000  Month 35  11,752,000  Month 35  11,752,000  Month 35  23,400,000  3,465,000  3,465,000	17. 650 0000  316 307 576  Month 36  180 000  120 0000  500 000  6 640 000  Month 36  6 540 000  Month 36  24 000 000  4 24 000 000  4 24 000 000  4 24 000 000  4 500 000
Total Revenue Break Evea Point (BEP)  Direct Cost :  Bilya Print CV (1 Partimeri3CV, 1CV/Rp2,000)  Bays Permixatin 10 Carl (Bp4,100)  Bays Permixatin 10 Carl (Bp4,100)  Bilya Permixatin Carl Holder (Rp3,000)  Bilya Permixatin Carl Holder (Rp3,000)  Bilya Demain Mebate  Bilya Coperasional Kanter (Min. telepon, Listelli, Air dtl)  Bilya Demain Mebate  Bilya Carlama  Total Direct Cost datam Satu Tahun  Bilya Overhead  Bilya Partimeri Bilya Overhead  Total Bilya Overhead  Total CoST:  Revenue  Bilya Sik dari Caji Part Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*  Bilya Sik dari Caji Part Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*  Bilya Sik Carl Caji Dari Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*  Bilya Sik Carl Caji Dari Time (Caji raza Rp12 500, 6jun*dhari*)	3 160 000 -261 313 575  Month 25 180 000 120 000 120 000 5 000 000 5 000 000 5 000 000 5 000 000	-271 397 575  Month 26  156 000  104 000  720 000  5 000 000  6 00 000  6 084 000  Month 26  5 384 000  Month 26  14 400 000  14 400 000  14 400 000	8.530 000 201 147 575  Month 27 219.000 140.000 140.000 720.000 720.000 500.000 6710.000 Month 27 11.710.000 Month 27 15.390.000 4.500.000 4.500.000	290 467 575  Tahun H Month 28 168 000 112 000 112 000 120 000 500 000 6 612 000 Month 28 6 512 000 Month 28 15 200 000 4 500 000 4 500 000	4 890 900 304 923 575 eEga Mounth 29 390 900 290 900 720 900 5 900 900 6 920 900 Mounth 29 5 900 900 11 920 900 Mounth 29 11 720 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 1 980 900 0	10 390 000 306 773 575  Month 30 132 000 128 000 128 000 500 000 6 696 000  Month 30 6 696 000  Month 30 19 20 000 19 3000 19	6 000 900 900 900 900 900 900 900 900 90	7.20.000 324.665.575  Month 32 219.000 144.000 144.000 720.0000 500.000 600.000 60724.000  Month 32 21.300.000 4.200.000 4.200.000 6.724.000	12 200 000 330 933 575  Month 33 210,000 140,000 140,000 720 000 5 000 000  Month 33 5 000 000  Month 33 2 200 000 4 956 000 6 710 000  Month 33 2 2 200 000 4 956 000 5 700 000 5 700 000 5 700 000	9 900 000 000 000 000 000 000 000 000 0	240 593 575  Month 35 228 000 162 000 162 000 5 000 000 6 752 000  Month 35 5 000 000  Month 35 11 752 000  Month 35 23 400 000 4 500 000 4 500 000	17. 650 0000 -336 307 578 -336 307 578 -336 307 578 -336 307 578 -340 000 -

Tabel 2.4 Analisis *Break Even Point* I-Job Sumber: Data Penulis (2023)

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan

BEP akan dicapai pada tahun keempat I-Job berjalan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan sistematika kerja I-Job yang akan mengundang dan mengambil kepercayaan pengguna terlebih dahulu dalam memakai *business assist* I-Job pada tahun pertama dan kedua, kemudian baru menerapkan mode berlangganan ketika kredibilitas I-Job telah terbukti dan memastikan para pengguna tidak akan beralih serta tetap menggunakan I-Job. Setelah pertimbangan tersebut, maka BEP akan diperoleh sesuai perhitungan pada tabel diatas, yakni pada tahun ketiga, khususnya pada bulan ke-35 setelah I-Job memulai bisnisnya.