

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Pada pembentukan ide bisnis ini, Kami memberikan nama bisnis ini adalah AyoIntern. Bisnis ini nantinya akan membantu mahasiswa untuk mencari tempat magang dan para pemilik bisnis *startup* untuk mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas. Hasil akhir dari pembentukan AyoIntern ini akan berupa media *platform* penghubung seperti *website* dan aplikasi.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ide bisnis ini akan dikembangkan dengan *business plan* untuk membuat platform inovatif mencari tempat magang. Kami mengembangkan ide bisnis ini karena adanya masalah sosial mengenai banyaknya jumlah lulusan mahasiswa setiap tahunnya yang menimbulkan kompetisi yang semakin ramai. Berdasarkan data dari Databooks, Proporsi lulusan universitas kembali meningkat menjadi 10,18% pada Agustus 2021. Angka ini setara dengan 13,34 juta pekerja di Indonesia (Jayani, 2021). Sehingga kami ingin menargetkan mahasiswa - mahasiswa yang belum memiliki pengalaman karena persaingan yang meningkat setiap tahunnya. Hal ini ditunjukkan dengan data bahwa mahasiswa yang lulus dengan pengalaman magang memiliki tingkat keberhasilan diterima pada lokasi kerja yang diinginkan 14% lebih dari mahasiswa yang tidak memiliki pengalaman (Rahma et al., 2023). Kemudian kami juga menemukan bahwa pelamar muda lebih memilih untuk masuk ke *startup* dibandingkan perusahaan konvensional. Berdasarkan artikel dari Kompas, pada webinar yang diselenggarakan oleh Universitas Airlangga, disebutkan bahwa sebagian besar mahasiswa lebih memilih bekerja di *startup* (Kasih, 2022). Hal ini didasarkan dari beberapa alasan mahasiswa yaitu, dari gaji awal, pengembangan dan inovasi *startup*, dan perusahaan *startup* biasanya

didominasi dengan anak muda karena banyak yang menggunakan teknologi.

Startup di Indonesia yang tercatat sendiri terdapat 2,483 StartUp yang menduduki peringkat pertama di Asia Tenggara berdasarkan data per 14 Juni 2023. Munculnya jumlah *startup* yang beredar di Indonesia mengakibatkan banyaknya peluang lowongan pekerjaan. Namun angka kegagalan sebuah *startup* juga banyak. Jokowi mengungkapkan terdapat 80 - 90% perusahaan *startup* gagal karena tidak dapat melihat kebutuhan pasar (Dewi dalam C, 2023). Kegagalan sebuah *startup* sendiri memiliki banyak faktor antara lain, tidak ada kebutuhan pasar, kehabisan uang, kalah dalam kompetisi, dan komposisi tim yang tidak tepat. Faktor kualitas sumber daya manusia Indonesia ini sendiri tidak dapat disangkal karena angka pengangguran untuk kaum muda mencapai 2,54 juta orang.

AyoIntern muncul karena adanya oportunitas pencari pekerjaan yang dikarenakan adanya kenaikan *startup* di Indonesia. AyoIntern juga berusaha menyediakan sumber tenaga kerja kepada *startup* baru yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan *startup* itu sendiri. Bisnis model ini memiliki kesamaan seperti LinkedIn, Indeed, dan Glassdoor yang merupakan *platform* mencari pekerjaan, namun AyoIntern akan menfokuskan dirinya membantu mahasiswa mendapatkan pengalaman pertama magangnya dan dapat memberi tenaga kerja yang berkualitas ke *startup*.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Pihak *startup* dan mahasiswa memiliki masalah yang berhubungan. Dengan kebutuhan *startup* yang memerlukan tenaga kerja baru berkualitas dan mahasiswa membutuhkan tempat magang/kerja, maka ide bisnis yang dibuat merupakan *media platform* yang menghubungkan antara kedua pihak tersebut. AyoIntern menggunakan *platform* berupa *website* dan aplikasi untuk memudahkan para *user* mencari pekerjaan yang mereka minati. Begitu juga sebaliknya dengan para *recruiter*, untuk memudahkan filterisasi

dalam mencari kebutuhan tenaga kerja yang sesuai dengan perusahaan mereka. Keuntungan menggunakan website dan aplikasi adalah para pencari pekerja tidak terbatas akan waktu atau ruang dalam mencari lowongan pekerjaan (Velicia, 2022). Penggunaan aplikasi untuk pencarian kerja online terbukti dapat membantu banyak masyarakat dalam menemukan peluang pekerjaan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 aplikasi *jobseeker* berhasil membantu 10 - 15 juta individu dalam mendapatkan pekerjaan (Velicia, 2022).

Pada tahap awal bisnis AyoIntern, kami akan memulai pembukaan kami dengan meluncurkan website. Pada tahun pertamanya AyoIntern akan menfokuskan untuk membangun *awareness* tentang brand kami, karena salah satu kunci kesuksesan AyoIntern adalah *user*nya. Apabila jumlah *user* pengguna platform AyoIntern sudah seimbang, maka *supply* dan *demand* telah terpenuhi dan tim AyoIntern akan mengikuti permintaan *user* dengan menambahkan fitur - fitur pelengkap yang dapat memudahkan *user*. AyoIntern juga akan mengikuti arus perkembangan zaman yang dimana nantinya akan menimplementasikan teknologi - teknologi *artificial intelligence* untuk tambahan fitur dalam website kami. Apabila AyoIntern berhasil melewati tahun pertamanya dengan mencapai targetnya pada tahun pertama, bisnis AyoIntern ini akan berjalan dengan sendirinya dan akan bisa melakukan ekspansi bisnis ke daerah kota lainnya. AyoIntern sendiri memiliki potensi bersaing dengan LinkedIn untuk kedepannya setelah berhasil menyediakan layanannya untuk seluruh Indonesia.

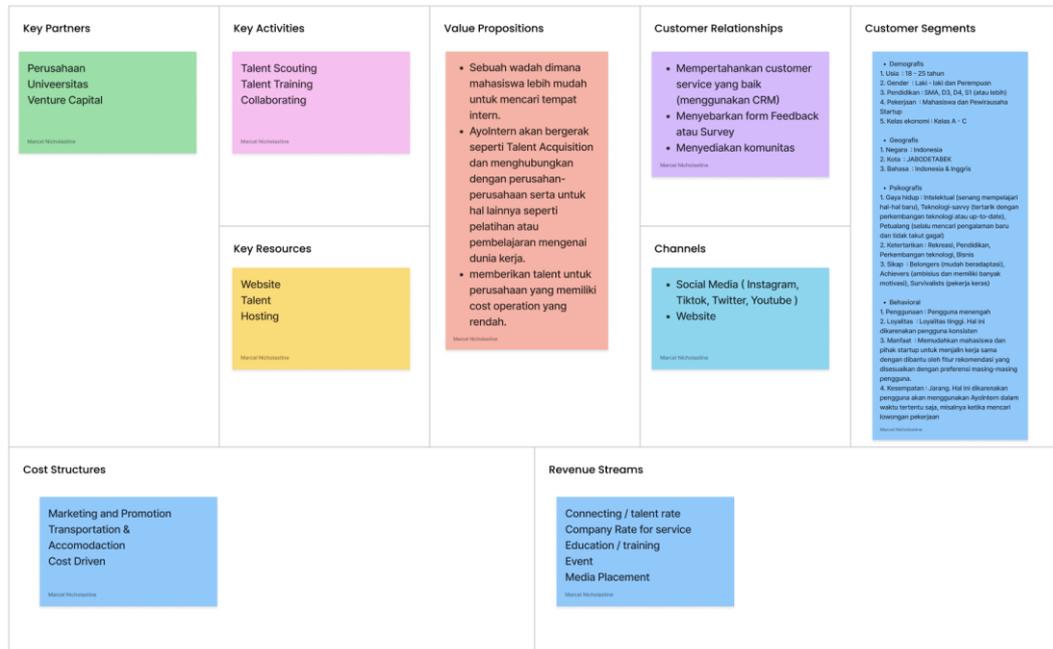
2.2 *Business Model Canvas*

Dalam merealisasikan Ayo Intern, kami menjabarkan BMC (*Business Model Canvas*) yang menjadi strategi manajemen bisnis. *Key Partners* yang kami pilih adalah perusahaan khususnya *startup*, universitas, dan *venture capital*. *Key activities* yang akan kami lakukan berupa *Talent Scouting* yang dimana kami mencatat potensi - potensi mahasiswa & perusahaan agar dapat menyesuaikan dengan personalisasi masing - masing *user*. *Talent training* akan kami lakukan

dengan menyediakan beberapa pilihan *course* yang dapat diikuti oleh para mahasiswa untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja. Kemudian *collaboration* juga tidak kalah penting untuk menjalin hubungan dengan beberapa universitas untuk membantu hubungan kami dengan mahasiswa serta menjalin hubungan dengan perusahaan *startup* yang membutuhkan tenaga kerja. *Value Proposition* yang kami tawarkan merupakan tempat/wadah mahasiswa mencari pengalaman magang pertamanya, serta meningkatkan kualitas mahasiswa dengan mengadakan pelatihan & pembelajaran yang dapat membantu mahasiswa di dunia kerja. Kami juga dapat menawarkan banyak mahasiswa ke perusahaan yang memiliki *cost operation* yang rendah. Kami juga mementingkan *customer relationship* dengan memberikan *service* yang baik & ramah, serta membangun sebuah komunitas yang profesional. Sasaran *customer segments* yang kami pilih adalah mahasiswa dari usia 19 - 22 yang berada di JABODETABEK dan pendiri perusahaan *startup* dari usia 25 - 38 tahun yang berlokasi di JABODETABEK. Beberapa *Key Resource* yang kami gunakan adalah *website*, sebagai jembatan antar mahasiswa dan perusahaan *startup* serta *hosting* yang akan digunakan untuk menjalankan *website*. *Channels* yang kami pilih merupakan *social media* seperti Instagram, Tiktok, *Website*, dan Aplikasi yang akan kami rancang seiring berjalannya Ayo Intern. *Cost Structurenya* berupa biaya *hosting server* perbulan dan biaya *marketing*. Kami memilih *revenue streams* dalam bentuk *subscriptions*, *company rate service*, *course* untuk *education & training*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.1 Contoh Gambar *Business Model Canvas*

2.3 Deskripsi Perusahaan

Meningkatnya jumlah *startup* di Indonesia membuat banyak peluang untuk para pekerja muda khususnya mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan magangnya. AyoIntern melihat ini sebagai peluang untuk menghubungkan kedua pihak tersebut karena kesulitan yang dialami mahasiswa dalam mencari pengalaman magang pertamanya. AyoIntern juga bergerak di bidang edukasi dan ekonomi karena kami juga tidak hanya menyediakan tenaga kerja namun berusaha menyeimbangi kebutuhan perusahaan dengan tenaga kerja yang berkualitas. Kami juga mengharapkan para mahasiswa dapat belajar & berkembang dengan menggunakan *platform* kami. AyoIntern bertujuan untuk membantu kaum muda untuk mudah mencari magang/pekerjaan dengan harapan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia dan membantu para kaum muda untuk dapat lebih mudah di terima dalam perusahaan.

AyoIntern memiliki visi “menjadi teman kamu di perjalanan magang kamu” sejalan dengan latar belakang permasalahan yaitu membantu mahasiswa mencari pekerjaan magang. Kemudian, misi AyoIntern adalah untuk menghubungkan

mahasiswa dan perusahaan *startup* dengan menyediakan koneksi yang lancar untuk magang bermakna sehingga memberikan pengalaman terbaik pada pengalaman mahasiswa mendapatkan pengalaman dunia nyata yang berharga. Oleh karena itu, *scope business* dari AyoIntern adalah menyediakan informasi magang di perusahaan *startup* kepada mahasiswa dan menyediakan SDM bagi perusahaan *startup*.

Pada pengembangan bisnis AyoIntern, kami sudah menentukan fitur - fitur yang akan menjamin keberlangsungan bisnis. Pertama, *personalization* merupakan fitur algoritma yang menyesuaikan kebutuhan perusahaan dengan profil yang dibuat oleh mahasiswa. Hal ini dapat menghubungkan kebutuhan perusahaan *startup* dengan pilihan mahasiswa dengan kemampuannya. Kemudian terdapat filterisasi bagi user pencari pekerjaan sesuai dengan kemampuan atau *skills*nya untuk mempermudah *user* mencari lowongan kerja yang sesuai. Ayobelajar merupakan fitur yang menyediakan pelatihan dalam bentuk *course* yang dapat diikuti mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan & kualitas mahasiswa. Ayotanya merupakan fitur komunikasi langsung yang dapat digunakan oleh pengguna *subscription*, diluar tersebut akan di batasi per-harinya dan fitur tersebut menyediakan layanan untuk meninjau ulang CV dan portofolio user sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

AyoIntern menargetkan platformnya kepada para mahasiswa yang berusia 19 - 22 tahun dan *startup* di Indonesia yang sedang berkembang. Segmentasi yang spesifik menjadi *unique selling point* kami karena membantu segmentasi tersebut dengan kebutuhan khusus mereka.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



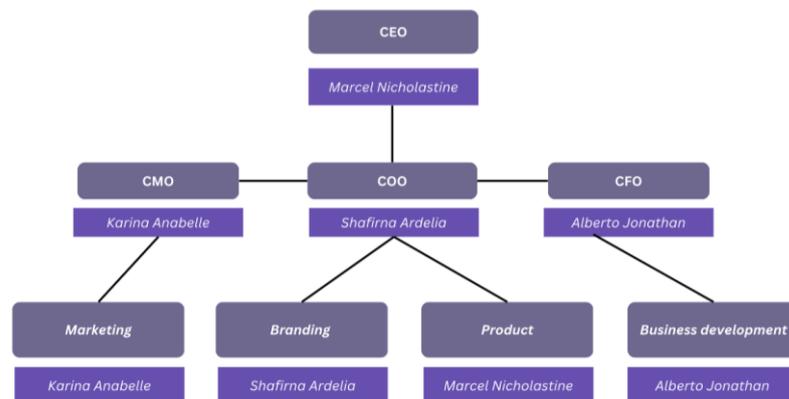
Gambar 2.2 Contoh Logo AyoIntern

Logo AyoIntern menggunakan logo *font* dengan beberapa pilihan warna seperti ungu, hitam, dan putih. Filosofi dari desain logo ini tercermin dalam pilihan penggunaan jenis huruf *sans serif*, yang menggambarkan citra merek yang lebih fleksibel dan modern. Selain itu, penggunaan warna ungu cerah dalam logo bertujuan untuk cocok dengan pasar sasaran AyoIntern, yaitu generasi z yang memiliki karakteristik yang unik dan kreatif (Universita Cattolica Del Sacro Cuoe, n.d.).

2.4 Struktur Perusahaan

Pada struktur perusahaan, kami membagi jobdesc dan peran masing - masing anggota AyoIntern yang terdiri dari 4 orang. Berikut struktur dan peran masing - masing setiap anggota :

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan AyoIntern

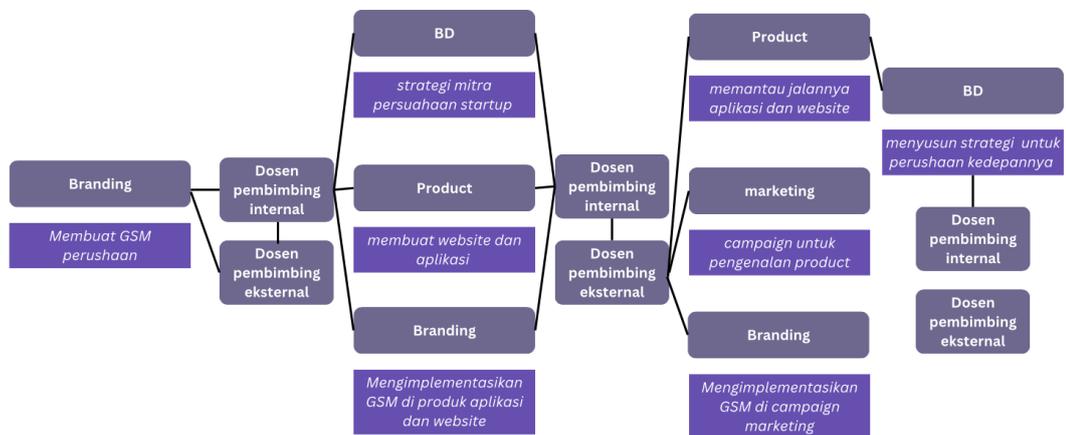
1. Marcell Nicholastine, *CEO* dan departemen produk : bertanggung jawab sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* yang merupakan kepala perusahaan. deskripsi pekerjaan dari *CEO* adalah membuat rencana dan merealisasikan visi dan misi yang telah ditetapkan. Kemudian, *CEO* juga bertugas untuk memantau kinerja dari rekan-rekan dan departemen lain. Kemudian sebagai departemen produk bertanggungjawab atas *roadmap* produk, mengarahkan pengembangan produk, serta memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar dan visi perusahaan.
2. Karina Anabelle Putri Yusman, *CMO* dan departemen marketing: bertanggung jawab sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* atau posisi yang bertanggung jawab dalam *marketing* dan pemasaran AyoIntern. Posisi ini juga menentukan strategi *marketing*, tujuan, dan pencapaian *marketing*. Kemudian sebagai departemen marketing memiliki *jobdesk* merencanakan marketing, promosi, *sosial media* dan periklanan.
3. Shafirna Ardedia, *COO* dan departemen branding: bertanggung jawab sebagai petinggi dalam perusahaan yang bertanggung jawab atas operasional harian dan membantu peran CEO. Kemudian sebagai departemen *branding* bertugas untuk membuat dan

mengembangkan citra merek yang sesuai dengan visi misi serta *target market*.

4. Alberto Jonathan, *CFO* dan departemen *business development*: bertanggung jawab sebagai manajemen keuangan perusahaan. Posisi ini juga bertanggung jawab atas pembuatan dan manajemen keuangan serta laporan keuangan perusahaan. Kemudian sebagai departemen *business development* bertanggungjawab dalam menciptakan dan menjaga peluang bisnis, memperluas pasar, dan meningkatkan kinerja perusahaan.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Dalam menjalankan bisnis AyoIntern, diperlukannya pemetaan pada alur kerja perusahaan untuk menjalankan bisnis yang terstruktur. Alur kerja tersebut bertujuan untuk membuat sebuah arahan pada masing - masing anggota dalam menjalankan bisnis.



Gambar 2.4 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan struktur alur di atas, AyoIntern memulai merancang bisnisnya dengan melakukan *branding* sebagai tahap pertamanya. *Branding* yang dilakukan seperti pembuatan *Graphic Standard Manual (GSM)* untuk menetapkan citra *brand* perusahaan. *Branding* tersebut akan di asistensikan kepada dosen pembimbing

internal dan dosen pembimbing eksternal. Langkah berikutnya AyoIntern akan memulai untuk mengembangkan produk kami dalam bentuk website & aplikasi. AyoIntern juga akan menjalankan bisnisnya dengan marketing untuk pengenalan produk kami. Kemudian pada *business development* akan fokus merancang strategi bisnis kedepannya dan kerjasama dengan mitra AyoIntern seperti perusahaan *startup* dan universitas.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Break Even Point adalah titik pulang pokok dimana total *revenue* (TR) = *total cost* (TC), tergantung pada lama arus penerimaan sebuah bisnis dapat menutupi segala biaya operasi dan pemeliharaan serta biaya modal lainnya selama suatu usaha masih di bawah *break even*, maka perusahaan masih mengalami kerugian. Semakin lama mencapai titik pulang pokok, semakin besar saldo rugi karena keuntungan yang diterima masih menutupi segala biaya yang dikeluarkan (Ibrahim, 2023).

Tujuan menggunakan analisis titik impas (BEP) adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui berapa jumlah produk minimal yang harus diproduksi agar bisnis tidak rugi.
- b. Berapa harga terendah yang harus ditetapkan agar bisnis tidak rugi

Break Even Point memerlukan komponen penghitungan dasar seperti berikut ini:

- a. *Fixed Cost*.

Komponen ini merupakan biaya yang tetap atau konstan jika adanya tindakan produksi atau meskipun perusahaan tidak memproduksi. Contoh biaya ini yaitu biaya tenaga kerja, biaya penyusutan mesin, dll.

- b. *Variabel Cost*.

Komponen ini merupakan biaya per unit yang sifatnya dinamis tergantung dari tindakan volume produksinya. Jika produksi yang direncanakan meningkat, berarti variabel cost

pasti akan meningkat. Contoh biaya ini yaitu biaya bahan baku, biaya listrik, dll.

c. *Selling Price*.

Komponen ini adalah harga jual per unit barang atau jasa yang telah diproduksi.

Rumus BEP untuk menghitung berapa Rupiah pendapatan yang perlu diterima agar terjadi *Break Even Point* ini dapat dihitung dengan cara membagi total biaya tetap (*Fixed Cost*) dengan Harga Jual per Unit (*Sales Price* per Unit) dikurangi biaya variabel yang digunakan untuk menghasilkan produk (*Variable Cost*) kemudian dikalikan dengan Harga per *unit* lagi. Berikut ini adalah persamaan atau rumus BEP tersebut :

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Fixed Cost}}{(\text{Price} - \text{Variable Cost})}$$

BEP tahunan untuk AyoIntern:

2.6.1 Biaya Tetap Tahunan:

Dalam sebuah bisnis, tentunya perlu mengeluarkan biaya tetap / *fixed cost*nya setiap tahun. Berikut biaya yang harus dikeluarkan setiap bulannya

- Biaya *Hosting* per bulan: Rp 324.000
- Biaya *Domain* per bulan: Rp 20.000
- Biaya *Marketing* per bulan: Rp 3.000.000
- Biaya *Operasional* per bulan: Rp 4.500.000
- Biaya *Marketing Offline* per bulan: Rp 3.000.000

Total Biaya tetap per tahun:

Biaya tetap perbulan x 12 = Rp 130.608.000

Pendapatan per Bulan:

- Pendapatan per *Membership*: Rp 50.000
- Pendapatan per *Curated Talent*: Rp 150.000
- Pendapatan per *Online Course*: Rp 30.000

Total pendapatan per bulan:

$$(190 \times 50.000) + (9 \times 150.000) + (150 \times 30.000) = \text{Rp}15.350.000$$

Biaya Variabel Per Unit:

- Pendapatan per *Membership*: Rp 50.000
- Pendapatan per *Curated Fee*: Rp 150.000
- Pendapatan per *Online Course*: Rp 30.000

Jadi, jumlah minimum unit yang perlu dijual per bulan agar bisnis mencapai titik impas adalah sekitar 9 untuk *curated talent* dan 190 untuk *membership premium* setiap bulannya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA