

## BAB II

### PEMBENTUKAN IDE BISNIS

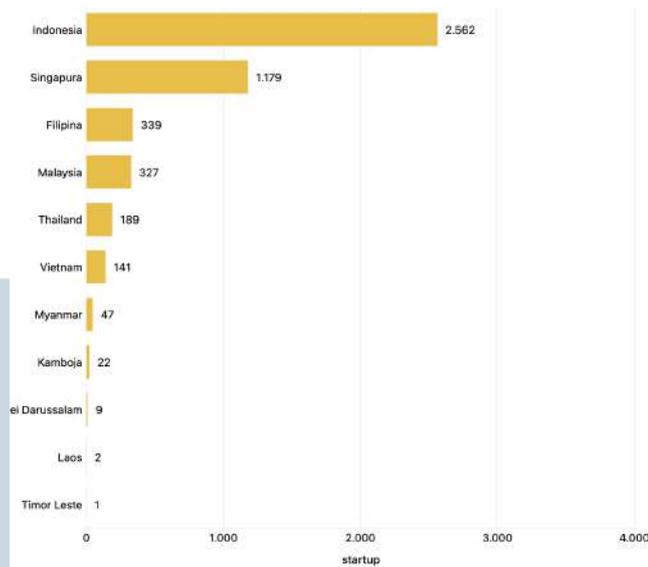
#### 2.1 Validasi Ide Bisnis

Kami mendirikan sebuah bisnis bernama AyoIntern. Bisnis ini dirancang untuk membantu mahasiswa mencari tempat magang dan membantu pemilik *startup* mendapatkan tenaga kerja berkualitas. Akhirnya, AyoIntern akan menjadi platform media penghubung berupa *website* dan aplikasi.

##### 2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Pengembangan ide bisnis ini dengan menyusun rencana bisnis untuk menciptakan platform inovatif dalam pencarian tempat magang. AyoIntern hadir sebagai solusi terhadap masalah sosial yang dihadapi oleh banyak lulusan mahasiswa setiap tahunnya, yang meningkatkan persaingan di dunia kerja. Berdasarkan data dari Databooks, proporsi lulusan universitas kembali meningkat menjadi 10,18% pada Agustus 2021, setara dengan 13,34 juta pekerja di Indonesia (Jayani, 2021). Oleh karena itu, kami menargetkan mahasiswa-mahasiswa yang belum memiliki pengalaman kerja karena persaingan yang semakin ketat setiap tahun.

Dilansir dari Databooks proyeksi pertumbuhan *startup* di Indonesia hingga tahun 2030 menunjukkan potensi yang sangat besar, terutama dalam sektor ekonomi digital. Diperkirakan ekonomi digital akan mencapai US\$130 miliar pada tahun 2025 dan meningkat lagi menjadi US\$360 miliar pada tahun 2030. Dengan proyeksi nilai ekonomi digital yang terus meningkat hingga mencapai US\$360 miliar pada tahun 2030, ekosistem *startup* di Indonesia akan semakin berkembang, mendorong lahirnya lebih banyak *startup* baru di masa mendatang.



Gambar 2. 1 *Startup* di ASEAN  
Sumber: Annur (2024)

Data menunjukkan bahwa mahasiswa yang lulus dengan pengalaman magang memiliki tingkat keberhasilan diterima di tempat kerja yang diinginkan 14% lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa tanpa pengalaman (Rahma et al., 2023). Selain itu, kami menemukan bahwa pelamar muda lebih memilih untuk bekerja di *startup* daripada di perusahaan konvensional. Menurut artikel dari Kompas, pada *webinar* yang diselenggarakan oleh Universitas Airlangga, disebutkan bahwa sebagian besar mahasiswa lebih memilih bekerja di *startup* (Kasih, 2022). Alasan mahasiswa ini antara lain adalah gaji awal yang menarik, kesempatan pengembangan dan inovasi di *startup*, serta lingkungan kerja yang didominasi oleh anak muda yang menggunakan teknologi.

Indonesia sendiri memiliki 2.483 *startup*, menjadikannya peringkat pertama di Asia Tenggara berdasarkan data per 14 Juni 2023. Banyaknya *startup* ini menciptakan peluang kerja yang besar, namun angka kegagalan *startup* juga tinggi. Presiden Jokowi mengungkapkan bahwa 80-90% *startup* gagal karena tidak mampu memenuhi kebutuhan pasar (Dewi dalam C, 2023). Kegagalan *startup* disebabkan oleh berbagai faktor, seperti tidak ada kebutuhan pasar, kehabisan modal, kalah dalam persaingan, dan komposisi tim yang tidak tepat. Faktor kualitas sumber daya manusia di

Indonesia juga berperan, dengan angka pengangguran untuk kaum muda mencapai 2,54 juta orang.

AyoIntern muncul sebagai respons terhadap peluang pencari kerja yang diakibatkan oleh peningkatan jumlah *startup* di Indonesia. AyoIntern berusaha menyediakan tenaga kerja yang berkualitas untuk *startup* baru dan memenuhi kebutuhan perusahaan *startup* itu sendiri. Model bisnis ini mirip dengan LinkedIn, Indeed, dan Glassdoor yang merupakan *platform* pencarian kerja, namun AyoIntern akan fokus membantu mahasiswa mendapatkan pengalaman magang pertama mereka dan menyediakan tenaga kerja berkualitas untuk *startup*.

### 2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan masalah tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mencari peluang magang untuk meningkatkan pengalaman mereka, sementara *startup* membutuhkan partisipasi mahasiswa sebagai sumber daya manusia di perusahaan mereka.

Oleh karena itu, ide bisnis yang dibuat adalah *media platform* yang menghubungkan kedua kebutuhan dan permasalahan dari mahasiswa dan *startup*. *Media platform* yang dirancang adalah membuat *website* yang akan dikembangkan menjadi aplikasi. *Platform online* yang direncanakan akan membantu mempertemukan mahasiswa dan perusahaan *startup*. Alasan di balik konsep bisnis ini diwujudkan dalam bentuk aplikasi dan situs web adalah karena tren pergeseran ke arah digital dalam menyebarkan informasi lowongan kerja.

Penggunaan *media platform* aplikasi/*website* dikatakan dapat membantu mempermudah pencari kerja mencari lowongan kerja dan mendaftar tanpa ada batasan waktu dan lokasi (Velicia, 2022). Tren tersebut tercermin dari keberadaan berbagai akun media sosial serta *platform* aplikasi dan situs web yang menyediakan informasi mengenai peluang pekerjaan. Pembuatan aplikasi lowongan kerja *online* juga terbukti membantu masyarakat mencari lowongan kerja, seperti contohnya aplikasi

Jobseeker berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2022 berhasil membantu 10-15 juta orang mendapatkan pekerjaan (Velicia, 2022).

Pada tahap awal, AyoIntern akan diluncurkan sebagai sebuah *website*. Fokus utama pada tahun pertama adalah membangun kesadaran merek (*brand awareness*) karena keberhasilan AyoIntern sangat bergantung pada jumlah penggunanya. Jika *platform* AyoIntern berhasil mencapai keseimbangan antara *supply* dan *demand*, tim akan mulai menambahkan fitur-fitur tambahan untuk mempermudah pengguna. Selain itu, AyoIntern akan mengikuti perkembangan teknologi dengan menerapkan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) sebagai tambahan fitur di situs web kami. Jika AyoIntern berhasil mencapai target pada tahun pertamanya, bisnis ini akan mampu berjalan secara mandiri dan siap untuk ekspansi ke kota-kota lain. AyoIntern juga memiliki potensi untuk bersaing dengan LinkedIn di masa depan setelah layanannya tersebar di seluruh Indonesia.

## 2.2 *Business Model Canvas*

Ilustrasi BMC tersebut adalah kerangka rencana bisnis untuk AyoIntern. Untuk mengimplementasikan AyoIntern secara efektif, diperlukan penjelasan BMC agar strategi manajemen bisnis dapat diatur dengan baik. Pertama, terdapat mitra kunci dari AyoIntern seperti perusahaan *startup*, perguruan tinggi, dan modal ventura. Kedua, aktivitas utama dari AyoIntern meliputi pencarian bakat, pelatihan bakat, dan kerja sama.

U M I N  
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



bulanan dan biaya pemasaran. *Revenue streams* terdiri dari langganan, tarif layanan perusahaan, dan kursus pendidikan dan pelatihan.

### 2.3 Deskripsi Perusahaan

Perusahaan AyoIntern lahir sebagai respons terhadap masalah yang dihadapi oleh mahasiswa dan perusahaan *startup*, terutama di lingkungan kampus UMN (Universitas Multimedia Nusantara). Melihat tantangan ini, AyoIntern berinisiatif untuk menawarkan solusi yang menguntungkan bagi kedua pihak. Tujuan utama pendirian AyoIntern adalah untuk memberikan solusi bagi mahasiswa dalam mencari kesempatan magang dan bagi perusahaan *startup* dalam mencari SDM. AyoIntern beroperasi dalam sektor pendidikan dan ekonomi. Di bidang pendidikan, AyoIntern memiliki fitur yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada mahasiswa tentang magang dan lingkungan kerja. Di sisi ekonomi, AyoIntern bertujuan untuk membantu generasi muda dalam mencari pengalaman kerja, dengan harapan dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

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.

Maka dari itu, cakupan bisnis AyoIntern adalah menyediakan informasi tentang kesempatan magang di perusahaan *startup* kepada mahasiswa, sekaligus menyediakan sumber daya manusia (SDM) bagi perusahaan *startup* tersebut.

Fitur pertama yang dimiliki oleh AyoIntern adalah personalisasi, yang disesuaikan dengan preferensi pengguna untuk memudahkan pencarian lowongan magang yang sesuai. Fitur kedua adalah filter pencarian, yang memungkinkan pengguna menyaring kategori pekerjaan sesuai preferensi mereka. Selanjutnya, fitur unggah perusahaan memungkinkan *startup* untuk menjadi mitra AyoIntern. Fitur keempat, yaitu Ayobelajar, menyediakan berbagai pilihan seminar, *workshop*, *CV builder*, dan sertifikasi untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mahasiswa. Sedangkan fitur kelima AyoTanya, memfasilitasi komunikasi langsung

antara pengguna dan perusahaan *startup* untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang perusahaan tersebut. AyoIntern menerapkan batasan pada beberapa fitur untuk pengguna yang tidak berlangganan, seperti pembatasan akses harian untuk fitur AyoTanya, serta keuntungan revisi *CV* dan portofolio pengguna sesuai kebutuhan perusahaan yang akan mereka lamar.

Target pasar AyoIntern berfokus pada generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, serta *startup* di Indonesia yang sedang dalam tahap perkembangan. Fokus pada segmen ini menjadi titik penjualan unik (*Unique Selling Point*) AyoIntern karena memiliki target yang spesifik dan difokuskan untuk menghubungkan mahasiswa dengan *startup* di Indonesia.

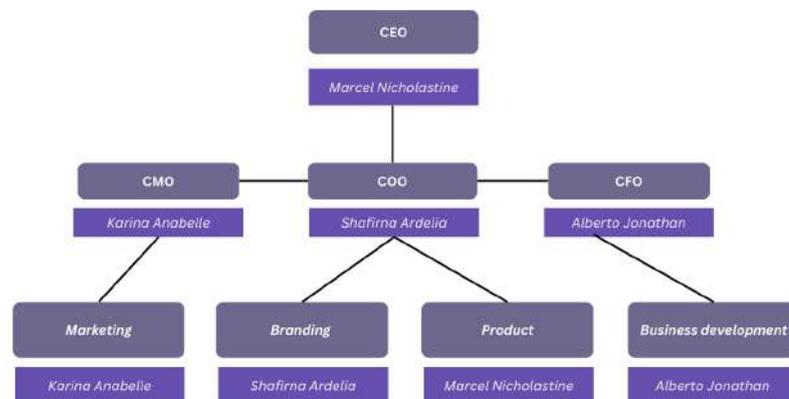


Gambar 2. 3 Logo Perusahaan

Logo AyoIntern menampilkan filosofi yang dapat dilihat dari penggunaan jenis huruf tanpa kait (*sans serif*) yang memberikan kesan *brand* yang modern dan fleksibel. Penggunaan warna ungu terang bertujuan untuk menyesuaikan dengan target pasar AyoIntern, yaitu generasi Z yang cenderung memiliki kepribadian yang unik dan nyentrik.

#### 2.4 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan berfungsi untuk membagi tanggung jawab setiap anggota sehingga jalannya sebuah perusahaan dapat sistematis dan struktural. Terdapat 4 bagian utama yakni, *CEO*, *CMO*, *COO*, *CFO*. Berikut fungsi dan jabatan masing-masing anggota:



Gambar 2. 4 Struktur Perusahaan

- 1) Marcel Nicholastine, *CEO* dan departemen produk : Sebagai *Chief Executive Officer (CEO)*, tanggung jawab utama adalah merumuskan rencana strategis dan mengimplementasikan visi serta misi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu, *CEO* juga bertanggung jawab untuk memantau kinerja tim dan departemen lain guna memastikan pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan. Sementara itu, sebagai kepala departemen produk, tanggung jawabnya meliputi merancang *roadmap* produk, mengarahkan pengembangan produk, dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar serta visi perusahaan. Ini termasuk melakukan penelitian pasar, berkolaborasi dengan tim pengembangan produk, dan berkomunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan untuk memastikan kesesuaian produk dengan strategi perusahaan.
- 2) Karina Anabelle Putri Yusman, Sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* atau kepala departemen pemasaran, tanggung jawab utama adalah mengatur dan mengawasi seluruh strategi pemasaran dan promosi untuk AyoIntern. Ini meliputi penentuan strategi pemasaran, penetapan tujuan, dan pencapaian hasil pemasaran yang diinginkan. Selain itu, departemen pemasaran memiliki tugas merencanakan dan melaksanakan berbagai kegiatan pemasaran, promosi, serta manajemen media sosial dan periklanan. Ini termasuk merumuskan strategi kampanye, mengelola

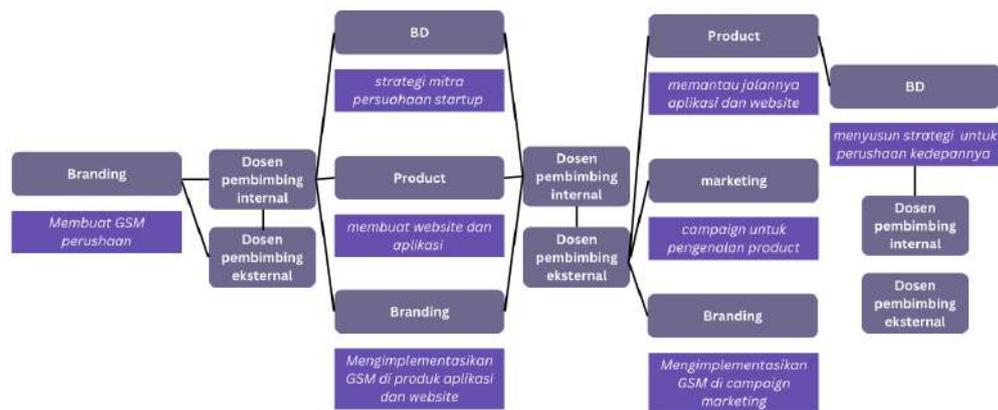
konten pemasaran, mengatur iklan, dan berinteraksi dengan audiens melalui berbagai *platform* media sosial dan saluran promosi lainnya.

- 3) Shafirna Ardelia, *COO* dan departemen *branding*: memberikan dukungan kepada peran *CEO* dalam menjalankan visi dan misi perusahaan. Ini termasuk mengkoordinasikan kegiatan operasional, memastikan efisiensi dalam proses kerja, dan berkolaborasi dengan berbagai departemen untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, sebagai kepala departemen *branding*, tanggung jawabnya meliputi pengembangan dan pemeliharaan citra merek yang sesuai dengan visi, misi, dan target pasar perusahaan. Ini termasuk merancang strategi *branding*, mengelola identitas merek, dan mengawasi implementasi strategi *branding* dalam berbagai aspek komunikasi dan promosi perusahaan.
- 4) Alberto Jonathan, *CFO* dan departemen *business development*: Penciptaan dan pemeliharaan peluang bisnis baru, ekspansi pasar, dan peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Ini termasuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan, menjalin kemitraan strategis, dan mengembangkan strategi penetrasi pasar untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

## 2.5 Alur Kerja Perusahaan

Untuk memastikan kelancaran dan kontinuitas kegiatan perusahaan, penting untuk memiliki alur kerja yang kompleks dan terstruktur. Kompleksitas ini diperlukan untuk menjaga efisiensi operasional dan koordinasi yang harmonis di antara berbagai divisi dan kegiatan internal perusahaan. Dengan demikian, sistem alur kerja yang terorganisir dengan baik menjadi dasar yang krusial dalam meningkatkan kinerja perusahaan, sekaligus memastikan bahwa setiap bagian dari organisasi dapat berkontribusi sesuai dengan tujuan dan visi misi yang telah ditetapkan. Memastikan kelancaran dan kesinambungan kegiatan perusahaan, diperlukan adanya alur kerja yang kompleks dan terorganisir. Kompleksitas alur kerja ini menjadi esensial dalam menjaga efisiensi operasional serta koordinasi yang harmonis di antara berbagai divisi dan kegiatan internal perusahaan. Dengan

demikian, sistem alur kerja yang terstruktur dengan baik menjadi landasan yang krusial dalam mengoptimalkan kinerja perusahaan, seiring dengan memastikan bahwa setiap bagian dari organisasi dapat berjalan seiring dengan tujuan dan visi misi yang telah ditetapkan.



Gambar 2. 5 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Dari gambar yang diberikan, AyoIntern mengikuti alur kerja yang dimulai dengan pembuatan *Graphic Standard Manual (GSM)* oleh departemen *branding*. *GSM* ini berfungsi sebagai panduan desain dan citra merek perusahaan yang telah disesuaikan dengan target dan visi misi yang dimiliki. Proses selanjutnya melibatkan bantuan dari dosen pembimbing internal dan eksternal untuk memastikan kualitas *GSM*. Setelah *GSM* disetujui, langkah berikutnya adalah pembagian tugas di antara departemen, dimana departemen produk bertanggung jawab atas pengembangan *UIUX website* AyoIntern. Sementara itu, departemen pengembangan bisnis fokus pada merancang strategi kerja sama dan kemitraan AyoIntern dengan perusahaan *startup*. Dalam tahap ini, departemen *branding* bertanggung jawab untuk mengimplementasikan *GSM* ke dalam produk *website* dan aplikasi setelah keduanya dirancang oleh departemen produk. Perusahaan juga akan melaksanakan kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan produknya. Selain itu, dalam pengembangan bisnis, fokus akan diberikan pada perancangan strategi bisnis masa depan dan kerja sama dengan mitra seperti perusahaan *startup* dan universitas.

## 2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Untuk mengevaluasi kelayakan jangka panjang dari usaha AyoIntern, dapat dilakukan analisis *Break Even Point (BEP)* dan *cash flow* minimal selama 1 tahun ke depan. *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). *Break Even Point* memerlukan komponen penghitungan dasar seperti berikut ini:

### 1) *Fixed Cost*.

Merupakan biaya yang tetap atau konstan tanpa memperhitungkan volume produksi atau kegiatan perusahaan. Contoh biaya ini termasuk biaya tenaga kerja, biaya penyusutan mesin, dll.

### 2) *Variabel Cost*.

Biaya per unit yang berubah sesuai dengan volume produksi atau aktivitas perusahaan. Jika volume produksi meningkat, biaya variabel juga akan meningkat. Contoh biaya ini termasuk biaya bahan baku, biaya listrik, dll.

### 3) *Selling Price*.

Harga jual per unit barang atau jasa yang telah diproduksi. Rumus *BEP* digunakan untuk menentukan jumlah pendapatan yang harus diterima agar perusahaan mencapai titik impas. Ini dapat dihitung dengan membagi total *Fixed Cost* dengan selisih antara *Selling Price per Unit* dan *Variable Cost per Unit*, kemudian hasilnya dikalikan dengan harga per unit lagi. Berikut ini adalah persamaan atau Rumus *BEP* tersebut :

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

Gambar 2. 6 Rumus BEP

## 2.6.1 BEP Tahunan Untuk AyoIntern

Dalam sebuah bisnis, tentu diperlukan untuk mengeluarkan biaya tetap setiap tahunnya. Berikut adalah biaya yang harus dikeluarkan setiap merupakan penjabaran dari tujuh tahapan tersebut.

### 2.6.1.1 Biaya Tetap Tahunan:

Biaya tetap tahunan akan dijabarkan berdasarkan biaya server per bulan hingga biaya operasional per bulan dengan total yang dihitung menggunakan rumus BEP sebagai berikut:

- 1) Biaya *Hosting* per bulan: Rp 324.000
- 2) Biaya *Domain* per bulan: Rp 20.000
- 3) Biaya *Marketing* per bulan: Rp 3.000.000
- 4) Biaya Operasional per bulan: Rp 4.500.000
- 5) Biaya *Marketing Office* per bulan: Rp 3.000.000

Total Biaya tetap per tahun: (Biaya *hosting* per bulan  $\times$  12) + Biaya *domain* + (Biaya *Marketing* per bulan  $\times$  12) + (Biaya Operasional per bulan  $\times$  12) = Rp 130.608.000

### 2.6.1.2 Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per bulan akan didapatkan dari *membership*, biaya admin dan *online course*. Berikut ini adalah pendapatan perbulan dari AyoIntern:

- 1) Pendapatan per *Membership*: Rp 50.000
- 2) Pendapatan per *curated talent*: Rp 150.000
- 3) Pendapatan per *Online course*: Rp 30.000

Total pendapatan per bulan:  
(200  $\times$  50.000) + (9  $\times$  150.000) + (50  $\times$  30.000) = Rp15.350.000

### 2.6.1.3 Biaya Variabel Per Unit:

Dari perhitungan BEP dan pendapatan per bulan, terdapat biaya variabel per unit yang dapat dihitung dari beberapa pendapatan dari fitur maupun *membership* dari AyoIntern. Berikut ini adalah rinciannya:

- 1) Pendapatan per *membership*: Rp 50.000
- 2) Pendapatan per *curated fee*: Rp 150.000
- 3) Pendapatan per *online course*: Rp 30.000

Dengan demikian, jumlah minimum unit yang perlu dijual per tahun agar bisnis AyoIntern mencapai titik impas adalah sekitar 9 untuk *curated talent* dan 190 untuk *membership*.

