

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ketika melakukan proses *brainstorming* dan riset, penulis bersama tim menemukan adanya tren memelihara anjing dan kucing (CNN, 2020). Hal ini juga didukung dengan data dari Euromonitor mengenai peningkatan jumlah peliharaan kucing dari tahun 2017 sebanyak 2.290.000 ekor menjadi 2.959.000 ekor di tahun 2021. Sedangkan untuk peliharaan anjing dari tahun 2017 sebanyak 477.500 ekor meningkat hingga 556.800 ekor (PT. Unicharm Indonesia Tbk, 2021).

Berdasarkan situasi tersebut, tim kemudian menemukan adanya masalah mengenai kurangnya tingkat *pet grooming* karena pemilik hewan peliharaan sibuk, malas menunggu, jarak yang jauh, dsb. Masalah ini dapat menyebabkan kondisi hewan peliharaan menjadi kurang terawat dan dapat mengakibatkan terjangkit penyakit. Oleh sebab itu, penulis dan tim menemukan ide bisnis layanan antar jemput hewan peliharaan.

Kemudian dari riset, ditemukan media yang cocok untuk mengimplementasikan ide bisnis ini adalah aplikasi. Hal ini disebabkan karena penggunaan *smartphone* di Indonesia yang tinggi. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2022 terdapat 167 juta orang atau 89% dari total penduduk Indonesia yang menggunakan *smartphone* (Adisty, 2022). Oleh sebab itu, tim memutuskan akan menyediakan layanan antar jemput hewan peliharaan berbasis aplikasi. Hal ini dikarenakan dapat mudah diakses oleh masyarakat Indonesia secara luas.

Dalam mengembangkan ide bisnis tersebut, penulis melakukan diskusi dan *brainstorming* secara lebih lanjut. Berikut merupakan beberapa hal yang dipertimbangkan:

1. Lingkup Bisnis

Aplikasi antar jemput hewan peliharaan awalnya ingin dapat diakses oleh pengguna di beberapa kota besar di Indonesia secara khusus di daerah Jabodetabek yaitu DKI Jakarta, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Depok, Kota Bogor, Kabupaten Bogor, Kota Bekasi, dan Kabupaten Bekasi. Namun, tergantung kesiapan bisnis di tahap awal dalam menjangkau jarak tertentu.

2. Layanan

Dalam menentukan layanan, tim melakukan riset mengenai beberapa layanan yang terkait dalam pemeliharaan hewan yaitu seperti *pet shop*, *pet adoption*, *pet hotel*, dan *pet clinic*.

3. Fitur

Fitur-fitur dalam aplikasi dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan target pengguna dan fitur kompetitor dimana tim berusaha membuat fitur yang berbeda sebagai *unique selling point*. Beberapa fitur yang dipertimbangkan yaitu biodata hewan, *live tracking*, *e-wallet*, *story*, *customer service*, navigasi, dsb.

4. Platform dan Model Bisnis

Untuk platform bisnis ini terdapat opsi Playstore untuk android dan App Store untuk iOS. Kemudian untuk model bisnis ini akan berfokus pada model bisnis B2C (*Business to Consumer*) dan B2B (*Business to Business*).

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan *brainstorming* dan riset ide bisnis, penulis bersama tim memutuskan untuk mengembangkan bisnis layanan antar

jemput hewan peliharaan berbasis aplikasi. Berikut merupakan penjabaran lengkap mengenai konsep bisnis aplikasi ini.

1. Lingkup Bisnis

Ide bisnis ini termasuk dalam bidang jasa dan transportasi karena berfokus dalam menyediakan jasa pemindahan hewan peliharaan dengan menggunakan mobil dan motor. Untuk permulaan, bisnis antar jemput ini hanya mencakup di wilayah Tangerang Selatan yaitu Gading Serpong, BSD, dan Alam Sutera. Diperkirakan seiring berjalannya waktu setelah bisnis telah berjalan stabil maka Pawmisi akan melakukan ekspansi jangkauan antar jemputnya ke daerah Jabodetabek.

2. Layanan

Fokus utama dari bisnis ini adalah mengantar jemput ke beberapa layanan pemeliharaan hewan yaitu ke *pet salon*, *pet hotel*, dan adopsi. Sistem layanan antar jemput ini bekerja dimulai ketika pengguna memesan pada aplikasi Pawmisi yaitu dengan memilih *pet salon* atau *pet hotel* yang ingin dituju sesuai dengan hari dan jam yang tersedia. Kemudian kurir akan menjemput hewan di alamat yang telah dicantumkan oleh pemilik hewan dan mengantarkannya ke *pet salon* atau *pet hotel* tujuan. Sedangkan untuk layanan adopsi, Pawmisi bekerja sebagai sebuah *platform* terpercaya yang menghubungkan pembuka adopsi dan pengadopsi dimana mereka dapat berkomunikasi secara aman. Setelah adanya kesepakatan maka kurir Pawmisi akan menjemput hewan dari pembuka adopsi dan diantarkan ke pengadopsi.

3. Fitur

Perancangan aplikasi ini akan menitikberatkan dalam membuat fitur sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pawmisi akan memiliki beberapa fitur utama yaitu sebagai berikut.

- **Pawprofile:** fitur dimana pengguna dapat memasukkan profil atau biodata dari hewan peliharaannya yaitu dari nama, foto, usia, gender, jenis, kondisi kesehatan, berat, dsb.
- **Pawpay:** fitur *e-wallet* tersendiri dari Pawmisi yang memudahkan pengguna dalam melakukan pembayaran dalam aplikasi. Pengisian Pawpay ini dapat dilakukan melalui *mobile banking*, GoPay, ShopeePay.
- **Pawstory:** fitur dimana pengguna dapat membuat postingan dengan menampilkan foto terkait hewan peliharaannya. Kemudian pengguna Pawmisi lainnya dapat *like*, *share*, dan komen postingan tersebut. Sehingga dapat menghubungkan sesama pengguna aplikasi Pawmisi.
- **Live Tracking:** dengan fitur ini, pengguna dapat memantau proses secara langsung ketika hewan peliharaannya berada dalam perjalanan serta prosesnya ketika di *pet salon* dan atau *pet hotel*.
- **Pawbuddy:** fitur ini memberikan keuntungan berupa poin yang dapat dikumpulkan dan mendapatkan keuntungan promo per bulan.

4. Visual

Dalam merancang visual dari *brand* Pawmisi, tim menggunakan visual berupa *flat design* dan *digital imaging* yang sederhana dengan tujuan agar tampilan *User Interface* (UI) memiliki navigasi yang baik dan dapat mudah dicerna oleh pengguna aplikasi. Kemudian konsep yang diambil adalah *playful* dan *friendly* dengan tujuan untuk memberikan kesan ramah dan mendekatkan *brand* dengan pengguna. Kesan tersebut ditunjukkan melalui permainan supergrafis dan penggunaan warna yang kontras berupa merah, kuning, putih, dan abu-abu.

5. Platform dan Model Bisnis

Aplikasi Pawmisi dapat diunduh melalui App Store dengan minimal sistem iOS 8 dan Playstore dengan minimal sistem android 8 secara gratis. Model bisnis yang digunakan adalah B2C (*Business to Consumer*) dimana Pawmisi menjual dan menyalurkan jasanya secara langsung ke pengguna.

Selain itu, Pawmisi juga menerapkan model bisnis B2B (*Business to Business*) karena bekerjasama dengan mitra *pet salon* dan *pet hotel* tertentu.

2.2 Business Model Canvas

Menurut Osterwalder & Yves Pigneur (2014), *Business Model Canvas* merupakan kanvas visual berisi bagian-bagian penting yang membantu perusahaan dalam merancang, menjabarkan, dan menganalisis cara perusahaan membuat value untuk pelanggan. *Business Model Canvas* terdiri dari *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure*. Berikut merupakan penjabaran dari *Business Model Canvas* Pawmisi.



Gambar 2.1 Business Model Canvas Pawmisi

1. Customer Segment

Customer Segment merupakan kumpulan orang yang memiliki kebutuhan sehingga menggunakan jasa atau produk dari suatu organisasi (Sultan & Hasbi, 2018). Untuk *customer segment* dari Pawmisi ditargetkan

pada pemilik hewan anjing dan atau kucing berdomisili di Tangerang Selatan dengan umur 25-34 tahun. Aplikasi ini ditargetkan kepada pekerja yang sibuk dengan status sosial menengah ke atas dan merupakan *pet lover*.

2. Value Propositions

Value Propositions adalah keunikan dan keunggulan dari produk atau jasa yang dipasarkan oleh sebuah perusahaan sehingga lebih berkualitas daripada produk atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan lain (Osterwalder & Pigneur dalam Sukarno & Ahsan, 2021). *Value Propositions* yang ditawarkan oleh aplikasi Pawmisi yaitu:

- *Convenience*: aplikasi Pawmisi akan memudahkan para pemilik hewan peliharaan yang sibuk dan tidak sempat mengantar sekaligus menunggu hewan peliharaannya ketika melakukan *grooming* di *pet salon*.
- *Accessibility*: layanan antar jemput Pawmisi berbasis aplikasi sehingga dapat diakses dengan mudah oleh pemilik hewan peliharaan.
- *Performance*: Pawmisi menawarkan layanan antar jemput yang cepat, aman, dan nyaman.
- *Newness*: terdapat kebaruan yaitu fitur *tracking* sehingga pengguna dapat memantau proses antar jemput dan proses hewan peliharaannya di *pet salon* atau *pet hotel*.

3. Channels

Menurut Osterwalder & Pigneur dalam Sukarno & Ahsan (2021), *Channels* merupakan upaya perusahaan dalam mendistribusikan produk/jasa yang ditawarkan sehingga dapat diketahui dan dibeli oleh pelanggan. Dalam menjalankan bisnis, Pawmisi menggunakan *channels* berupa platform aplikasi yaitu Apps Store untuk iOS dan Playstore untuk android. Kemudian terdapat *channels* sosial media berupa Instagram dan Facebook sebagai media promosi. Terdapat juga media konvensional untuk promosi seperti *billboard*, *banner*, poster, *flyer*, dan *vehicle advertising*.

4. *Customer Relationships*

Customer Relationships adalah perencanaan dalam mempertahankan suatu ikatan emosional yang baik dengan pelanggan agar tetap membeli produk/jasa perusahaan (Osterwalder & Pigneur dalam Sukarno & Ahsan, 2021). Terdapat beberapa upaya yang dilakukan oleh Pawmisi dalam membangun hubungan yang baik bersama penggunanya yaitu

- ***Personal assistance***: dengan menyediakan customer service sehingga pengguna dapat berkomunikasi secara langsung ketika mengalami kendala
- ***Automated services***: dengan memberikan notifikasi secara berkala yang membantu mengingatkan pengguna untuk melakukan *pet grooming* kembali.
- ***Promo***: memberikan *voucher* diskon ketika pengguna telah menggunakan jasa Pawmisi sehingga membuat mereka tertarik untuk membeli jasa Pawmisi kembali.
- ***Review pelayanan***: menyediakan fitur *review* bagi pengguna setelah pemesanan selesai sehingga kepuasan mereka dapat tersuarakan dan menjadi acuan bagi pengguna lainnya.
- ***Online community***: menyediakan fitur komunitas yaitu Pawstory dimana para pengguna dapat saling terkoneksi satu sama lain.
- ***Loyalty status***: menyediakan program loyalitas dimana pengguna akan mendapatkan poin tertentu yang menguntungkan mereka.

5. *Revenue Streams*

Pendapatan utama yang diperoleh dari Pawmisi adalah penjualan dari jasa antar jemput dan biaya layanan dari transaksi antar jemput tersebut. Untuk pendapatan sekunder yaitu komisi dari mitra *pet salon*, *pet hotel*, dan penyedia adopsi yang bekerja sama.

6. *Key Resources*

Key Resources adalah sumber daya yang digunakan oleh perusahaan untuk mengoperasikan bisnisnya agar dapat terlaksana dengan lancar

(Osterwalder & Pigneur dalam Sukarno & Ahsan, 2021). Untuk menjalankan bisnis Pawmisi memerlukan beberapa sumber daya yaitu:

- *Physical*: berupa *PC, smartphone*, kendaraan yaitu mobil dan motor
- *Human*: terdiri dari kurir, *admin, programmer, UI/UX designer, graphic designer, marketer*
- *Financial*: bisnis ini ditanggung oleh aset personal

7. Key Activities

Key activities merupakan semua aktivitas yang harus dilaksanakan oleh perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan (Osterwalder & Pigneur dalam Sukarno & Ahsan, 2021). Aktivitas yang dilakukan oleh Pawmisi adalah mengembangkan aplikasi Pawmisi (*app development*), menghubungkan antara pengguna dengan kurir, melakukan proses antar jemput, melaksanakan promosi, dan mempertahankan kualitas pelayanan.

8. Key Partners

Key partners adalah pihak atau mitra tertentu yang diajak bekerja sama untuk mengembangkan bisnis (Aliwinoto et al, 2022). Pawmisi direncanakan akan bekerja sama dengan mitra *pet salon, pet hotel*, dan penyedia adopsi yang menggunakan aplikasi Pawmisi sebagai *platform* yang dapat meningkatkan penjualan bisnis mereka. Kemudian bekerja sama dengan *payment platforms* untuk memudahkan pengguna Pawmisi dalam membayar jasa antar jemput. Pada bagian pemasaran, Pawmisi bekerjasama dengan *vendor* kolateral dan *selebgram* yang merupakan *pet lovers*.

9. Cost Structures

Cost structures merupakan biaya yang dikeluarkan dibutuhkan dalam kegiatan operasional perusahaan agar bisnis dapat berjalan (Osterwalder & Pigneur dalam Sukarno & Ahsan, 2021). *Cost structures* dari bisnis ini terdiri dari biaya tetap yaitu gaji kurir dan admin, biaya lisensi aplikasi, biaya promosi, biaya sewa ruko, biaya *maintenance* aplikasi dan biaya variabel yaitu biaya bensin.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Pawmisi merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan jasa antar jemput hewan peliharaan anjing dan kucing ke *pet salon*, *pet hotel*, dan adopsi. Nama Pawmisi berasal dari gabungan dari kata dalam bahasa Inggris “paw” yang berarti tapak kaki hewan dan kata “misi” yang menurut KBBI memiliki arti perutusan, tugas, atau kegiatan. Jika digabungkan, kata “pawmisi” merupakan plesetan yang terinspirasi dari kata “permisi” dimana kata ini biasanya diucapkan oleh kurir ketika ingin mengantarkan paket. Sehingga penggabungan kedua kata tersebut menjadi “pawmisi” memiliki makna yang melambangkan bahwa jasa dari bisnis ini membawa misi yaitu memudahkan penjemputan dan pengantaran hewan peliharaan secara hati-hati dan aman sampai tujuan.

Visi dari perusahaan Pawmisi adalah menjadi *brand* terpercaya bagi para pemilik hewan peliharaan dalam memastikan kesejahteraan dan kebahagiaan hewan kesayangan mereka melalui layanan antar jemput yang berkualitas dan berkelanjutan. Dalam mewujudkan visi tersebut, Pawmisi memiliki misi-misi sebagai berikut:

1. Memberikan layanan antar jemput yang aman, nyaman, dan dapat diandalkan di setiap perjalanan hewan peliharaan dengan kurir yang terlatih dan berpengalaman
2. Menjadikan proses perjalanan hewan peliharaan menuju *pet salon*, *pet hotel*, dan proses adopsi menjadi lebih mudah dan efisien.
3. Bekerjasama dengan mitra-mitra *pet salon* dan *pet hotel* dalam menyediakan jasa antar jemput hewan peliharaan yang terbaik
4. Memastikan proses adopsi berjalan lancar dengan menjadi penghubung yang aman antara pembuka adopsi dan pengadopsi hewan peliharaan
5. Menyediakan fitur canggih dalam memantau proses hewan peliharaan di *pet salon*, *pet hotel*, dan perjalanan.
6. Menawarkan pilihan layanan yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pemilik hewan peliharaan.

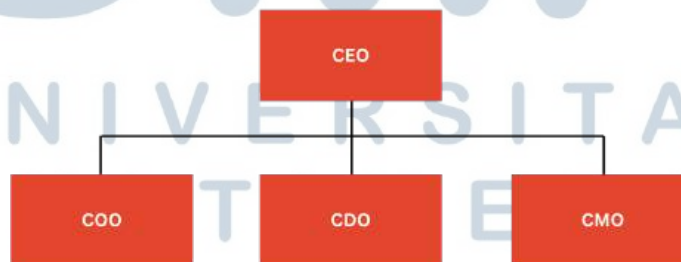


Gambar 2.2 Logo Pawmisi

Logo Pawmisi merupakan logo jenis *wordmark*. *Wordmark* adalah logo dengan elemen yang berasal dari nama *brand*, singkatan, dan nama pendiri perusahaan (Pierre, 2020). Oleh sebab itu digunakan nama brand yaitu Pawmisi sebagai logo. Huruf “P” dirancang sedemikian rupa sehingga terlihat seperti jalan yang berliku. Dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa Pawmisi akan mengantarkan hewan peliharaan di perjalanan secara aman meskipun melewati jalan yang berliku. Pada huruf “W” dibentuk seperti mulut hewan anjing dan kucing saat sedang tersenyum. Selain itu terdapat lingkaran kecil di tengah sehingga terlihat seperti *pin location*. Penggambaran tersebut melambangkan bahwa bisnis Pawmisi ini akan menjemput dan mengantarkan ke lokasi tujuan dengan aman dan nyaman. Huruf “W” tersebut sekaligus digunakan sebagai *logogram* untuk Pawmisi.

Penggambaran dari logo ini menggunakan banyak lengkungan dengan tujuan untuk memberikan kesan yang *playful*. Kemudian untuk warna merah yang digunakan pada logo memiliki makna energi dan semangat yang mewakili dalam menggambarkan semangat dari Pawmisi dalam menjemput dan mengantarkan hewan peliharaan.

2.4 Struktur Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan Pawmisi

Pawmisi merupakan perusahaan yang terdiri dari empat anggota utama yang bertanggung jawab dalam aspek bisnis dan desain dari perusahaan. Penjabaran dari peran masing-masing anggota adalah sebagai berikut.

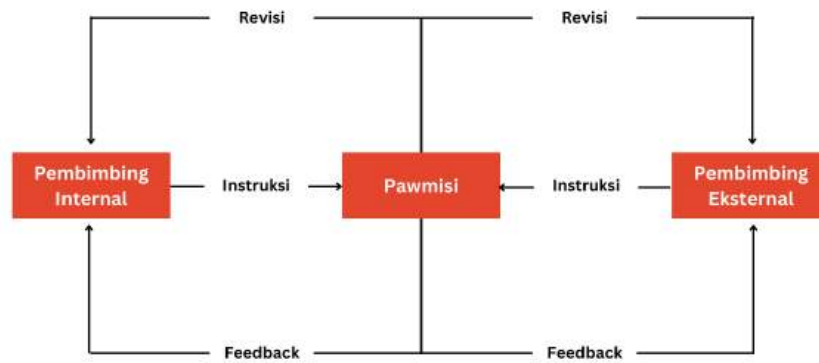
1. **Jasmine Zafirah, CEO (*Chief Executive Officer*)**: bertanggung jawab dalam menjaga visi dan misi perusahaan agar dapat tercapai.
2. **Agnes Angelica, COO (*Chief Operational Officer*)**: memiliki tanggung jawab dalam mengurus alur operasional secara internal dari Pawmisi
3. **Rasya Salsabila, CMO (*Chief Marketing Officer*)**: memiliki tanggung jawab dalam mengelola strategi pemasaran.
4. **Kayla Abigail, CPO (*Chief Product Officer*)**: memiliki tanggung jawab dalam menjaga kualitas dan interaktivitas dari aplikasi Pawmisi berjalan dengan lancar.

Dalam mengembangkan bisnis Pawmisi, keempat anggota tim masing-masing memiliki kontribusi dalam merancang desain dan visual dari bisnis Pawmisi. Berikut merupakan pembagian peran setiap anggota dalam pengembangan dan publikasi Pawmisi:

1. **Jasmine Zafirah**
 - a. *Mascot Designer*: Mendesain karakter maskot Pawmisi.
 - b. *Graphic Designer*: Mendesain media kolateral Pawmisi.
2. **Agnes Angelica**
 - a. *Graphic Designer*: Mendesain media kolateral Pawmisi.
 - b. *UI Designer*: Mendesain tampilan, interaktivitas, dan *prototype* dari aplikasi Pawmisi
3. **Kayla Abigail**
 - a. *UI/UX Designer*: Mendesain tampilan, interaktivitas, dan *prototype* aplikasi
 - b. *Graphic Designer*: Mendesain media kolateral Pawmisi.
4. **Rasya Salsabila**
 - a. *Graphic Designer*: Mendesain logo, konten publikasi, dan promosi Pawmisi

- b. *UI Designer*: Mendesain tampilan pada *onboarding page* aplikasi Pawmisi

2.5 Alur Kerja Perusahaan



Gambar 2.4 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Dalam merencanakan dan mengembangkan ide bisnis Pawmisi, penulis bersama tim melakukan koordinasi dengan dosen pembimbing internal dan Skystar Ventures sebagai pembimbing eksternal. Dari pembimbing internal, penulis menerima instruksi untuk laporan secara akademis. Sedangkan pembimbing eksternal memberikan instruksi mengenai pengembangan bisnis Pawmisi. Setelah mengerjakan instruksi-instruksi yang diberikan, maka penulis kemudian melaksanakan bimbingan secara berkala bersama dua pihak tersebut. Dari bimbingan tersebut, penulis akan mendapatkan masukan yang kemudian didiskusikan kembali bersama tim untuk melakukan revisi.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Dalam menganalisis kelayakan bisnis Pawmisi untuk jangka panjang, penulis menganalisis dengan menghitung BEP (*Break Even Point*) dari penjualan produk. *Break Even Point* adalah suatu keadaan ketika perusahaan tidak merugi dan tidak mendapatkan laba. Suatu perusahaan akan dianggap impas jika pengeluaran dan pendapatan memiliki jumlah yang sama, atau ketika laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap (Maruta, 2018).

Dalam menghitung BEP (*Break Even Point*), penulis menghitung harga pokok produksi yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan jumlah biaya yang tidak akan mendapatkan pengaruh dari peningkatan atau penurunan aktivitas bisnis sehingga jumlahnya tetap konstan. Biaya variabel merupakan biaya dengan jumlah yang akan berubah sesuai dengan meningkat atau menurunnya kegiatan bisnis (Winarko, 2018).

Tabel 2.1 Tabel Biaya Investasi Pawmisi

Biaya Investasi			
Perlengkapan	Harga	Qty	Jumlah
Motor	Rp 18.000.000	3	Rp 54.000.000
Mobil van	Rp 173.000.000	2	Rp 346.000.000
Pet carrier	Rp 500.000	5	Rp 2.500.000
Kandang hewan	Rp 3.000.000	2	Rp 6.000.000
Seragam kurir	Rp 120.000	6	Rp 720.000
Jaket kurir	Rp 140.000	4	Rp 560.000
Helm kurir	Rp 500.000	4	Rp 2.000.000
Jumlah investasi			Rp 411.780.000

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah investasi yang dimiliki oleh Pawmisi adalah Rp 411.780.000. Harga yang tertera dari barang-barang pada tabel tersebut kemudian digunakan untuk menghitung biaya penyusutan pada tabel 2.2

Tabel 2.2 Tabel Harga Pokok Produksi dan Penjualan Pawmisi

Harga Pokok Produksi				
Pengeluaran	Waktu	Qty	Biaya/bulan	Jumlah
Biaya Tetap				
Jasa Programmer	-	1	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
Biaya Pendaftaran App Store	Lifetime	1	Rp 1.565.190	Rp 1.565.190

Biaya pendaftaran Play Store	<i>Lifetime</i>	1	Rp 395.250	Rp 395.250
Gaji kurir motor	1 tahun	3	Rp 3.500.000	Rp 126.000.000
Gaji kurir mobil	1 tahun	2	Rp 6.000.000	Rp 144.000.000
Gaji admin	1 tahun	2	Rp 5.000.000	Rp 120.000.000
Biaya sewa kantor	1 tahun	1	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
Biaya promosi	1 tahun	-	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
Biaya penyusutan mobil <i>van</i>	1 tahun	2	1/10 *Rp 346.000.000	Rp 34.600.000
Biaya penyusutan motor	1 tahun	3	1/10*Rp 54.000.000	Rp 5.400.000
Biaya penyusutan <i>pet carrier</i>	1 tahun	5	1/2*Rp 2.500.000	Rp 1.250.000
Biaya penyusutan kandang hewan	1 tahun	2	1/2*Rp 6.000.000	Rp 3.000.000
Biaya penyusutan seragam kurir	1 tahun	6	1/2*Rp 720.000	Rp 360.000
Biaya penyusutan jaket kurir	1 tahun	4	1/2*Rp 560.000	Rp 280.000
Biaya penyusutan helm kurir	1 tahun	4	1/2*Rp 2.000.000	Rp 1.000.000
Total Biaya Tetap				Rp 737.850.440
Biaya Variabel				
Bensin 3 motor	1 tahun	6 liter/hari	Rp 1.800.000	Rp 21.900.000
Bensin 2 mobil	1 tahun	6 liter/hari	Rp 1.800.000	Rp 21.900.000
Biaya listrik	1 tahun	-	Rp 500.000	Rp 6.000.000
Biaya air	1 tahun	-	Rp 300.000	Rp 3.600.000

Total Biaya Variabel	3600	Rp 14.833	Rp 53.400.000
Harga Pokok Penjualan			Rp 791.250.440
Laba Diharapkan (per tahun)	20%		Rp 158.250.088
Harga Jual	3600	Rp 80.000	Rp 288.000.000

Berdasarkan tabel di atas, maka biaya tetap yang didapatkan yaitu sebesar Rp 637.850.440 sedangkan biaya variabel per transaksi sebesar Rp 14.833, dan harga jual senilai Rp 80.000 dengan laba 20%. Dari data tersebut, penulis kemudian melakukan perhitungan *BEP (Break Even Point)* dari penjualan produk sebagai berikut:

1. $BEP \text{ Unit} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}) = \text{Rp } 737.850.440 / (\text{Rp } 80.000 - \text{Rp } 14.833) = 11.322 \text{ unit}$
2. $BEP \text{ Rupiah} = \text{Harga Jual} \times BEP \text{ unit} = \text{Rp } 80.000 \times 9.788 \text{ unit} = \text{Rp } 905.796.418$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa Pawmisi akan mulai mendapatkan laba setelah menjual 9.788 unit produk atau memiliki total penjualan di atas Rp 905.796.418

