

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Validasi ide bisnis penting dilakukan untuk memastikan bisnis yang akan diimplementasikan memiliki potensi yang nyata di pasar. Melalui validasi ide bisnis, penulis menjabarkan konsep dasar serta strategi yang digunakan untuk menjalankan bisnis Pawmisi secara komperhensif. Dengan melakukan validasi dapat diketahui kelayakan usaha sehingga mengurangi risiko kegagalan bisnis.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ide bisnis layanan antar jemput hewan peliharaan Pawmisi terbentuk ketika penulis bersama dengan tim melakukan sesi *brainstorming* secara *online*. Pada kegiatan ini, salah satu anggota tim memiliki keresahan di mana kesibukan sehari-hari membuatnya tidak memiliki waktu untuk melakukan *grooming* kepada hewan peliharaannya sementara *grooming* merupakan aktivitas penting dalam menjaga hewan tetap terawat.

Untuk menentukan apakah masalah ini dapat dijadikan peluang bisnis, penulis bersama dengan tim melakukan riset lanjutan. Melalui riset ini penulis menemukan bahwa tren kepemilikan hewan peliharaan terutama kucing dan anjing mengalami peningkatan yang signifikan di Indonesia. Dalam jurnal *Pusat Perawatan Anjing dan Kucing di Kota Semarang* (2023) oleh Michael Nugroho menyatakan bahwa dari tahun 2017-2021, jumlah kepemilikan kucing meningkat sebanyak 129% dan anjing 117% (Rahayu & Laoli, 2021). Dalam memelihara hewan diperlukan komitmen dan tanggung jawab. Namun, kesibukan pemilik hewan menjadi faktor yang menyebabkan hewan peliharaan tidak terawat dengan baik.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dan 80% penduduk Indonesia yang semakin familier dengan *smartphone* (Data Adjust, 2022), maka penulis memutuskan untuk merancang sebuah aplikasi

antar jemput hewan peliharaan. Dalam perencanaan lebih lanjut, penulis dan tim telah membuat berbagai ide dan alternatif ide bisnis sebagai bahan pertimbangan dalam proses perancangan dan pelaksanaan bisnis.

1. Lingkup bisnis

Lingkup bisnis merupakan cakupan dari bisnis yang akan dikembangkan. Pawmisi bergerak di bidang jasa transportasi. Pada awal perencanaan, Pawmisi ingin menyasar seluruh Indonesia sebagai wilayah cakupannya. Tetapi, perlu pertimbangan lebih lanjut mengenai kesiapan tahap awal pengembangan bisnis.

2. Layanan

Dalam pembentukan bisnis Pawmisi, penulis dan tim mempertimbangkan layanan yang akan ditawarkan kepada *customer*. Pemilihan layanan ini juga mempertimbangkan kebutuhan target *market*. Pada tahap ide awal, Pawmisi berencana untuk menawarkan layanan antar jemput hewan peliharaan ke jasa *pet care* seperti *pet salon*, *pet clinic*, *pet adoption*, dan *pet hotel*. Namun, dibutuhkan validasi bahwa layanan ini benar-benar diperlukan oleh target sasaran. Salah satu cara penulis melakukan validasi dan menentukan kebutuhan target *market* adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada target sasaran untuk melihat kebutuhan dan permintaan target.

3. Platform & Model Bisnis

Melihat mayoritas penduduk Indonesia banyak menggunakan *smartphone*, maka penulis memutuskan untuk menggunakan platform aplikasi *mobile* sebagai media untuk mendistribusikan jasa antar jemput Pawmisi kepada *customer*. Model bisnis yang digunakan adalah *business to business*, yaitu komisi dari penjualan jasa *merchant* yang bekerja sama dan *business to consumer*, yaitu dari penjualan jasa antar jemput serta biaya layanan transaksi dalam aplikasi. Selain itu, Pawmisi berencana untuk mengambil komisi dari kegiatan adopsi antar *user* dalam aplikasi.

4. Fitur

Selain fitur utama, dalam membuat aplikasi penting untuk mempertimbangkan mengenai fitur yang dapat memberikan fungsionalitas tambahan kepada *user*. Penambahan fitur ini dilakukan dengan pendekatan *user-centered*. Untuk menentukan fitur yang akan ditambahkan, penulis melakukan pratinjau dan fokus kepada kebutuhan target.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan riset dan diskusi lebih lanjut, penulis dan tim memutuskan untuk merancang sebuah aplikasi bernama Pawmisi, yaitu aplikasi antar jemput hewan peliharaan khususnya anjing dan kucing ke *pet salon*, *pet hotel*, dan adopsi. Target wilayah Pawmisi berada di Tangerang Selatan dengan model bisnis *business to business* dan *business to consumer*.

Berikut ini merupakan detail konsep final dari bisnis Pawmisi.

1. Lingkup bisnis:

Pawmisi bergerak di bidang jasa transportasi dan sosial. Pada tahap awal, Pawmisi menargetkan wilayah Tangerang Selatan sebagai wilayah cakupannya. Hal ini dikarenakan melihat perencanaan tahap awal Pawmisi belum memiliki kesiapan yang cukup untuk target wilayah yang luas sehingga penulis memutuskan untuk memfokuskan bisnis Pawmisi pada satu wilayah terlebih dahulu dan melihat perkembangan bisnis ke depannya untuk perluasan bisnis. Keputusan untuk memilih kota Tangerang Selatan sebagai target wilayah Pawmisi dikarenakan kota Tangerang Selatan telah memiliki sumber daya yang mencukupi seperti *pet salon* dan *pet hotel*. Selain itu, daerah-daerah di kota Tangerang Selatan juga sudah mulai menjadi daerah yang *pet friendly* dilihat dari banyaknya masyarakat kota yang memelihara hewan dan mulai bermunculan fasilitas seperti *dog park*, *pet cafe*, dan sebagainya.

2. Layanan

Pawmisi fokus menawarkan layanan antar jemput ke *pet salon*, *pet hotel*, dan antar jemput untuk adopsi. Pada tahap ideasi awal, Pawmisi berencana mengantarkan ke *pet clinic*, tetapi setelah beberapa pertimbangan, *pet owner* lebih memilih berkonsultasi secara langsung di tempat bersama dengan hewan peliharaannya. Tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan adanya penambahan layanan setelah Pawmisi mulai berjalan dan berkembang.

3. Platform dan model bisnis

Dalam sistem penjualannya, Pawmisi menerapkan model *Business to Consumer* (B2C) dan *Business to business* (B2B). Dalam *Business to Consumer*, Pawmisi menjual dan menyalurkan jasanya secara langsung ke *consumer* melalui media aplikasi yang dapat diperoleh melalui platform distribusi aplikasi seperti Appstore dan Playstore dengan minimal *operating system* untuk Android 8 dan iOS 11. Sedangkan dalam sistem *Business to Business*, Pawmisi bekerja sama dengan pihak *pet salon* dan *pet hotel* sebagai penyedia layanan *grooming* dan penginapan hewan kepada *consumer*. Model bisnis Pawmisi berdasarkan transaksi dari pemesanan layanan antar jemput hewan ke *pet salon*, *pet hotel*, dan adopsi. Selain dari transaksi pemesanan layanan, penghasilan juga didapatkan dari komisi mitra *pet salon*, *pet hotel*, dan biaya layanan aplikasi.

4. Fitur

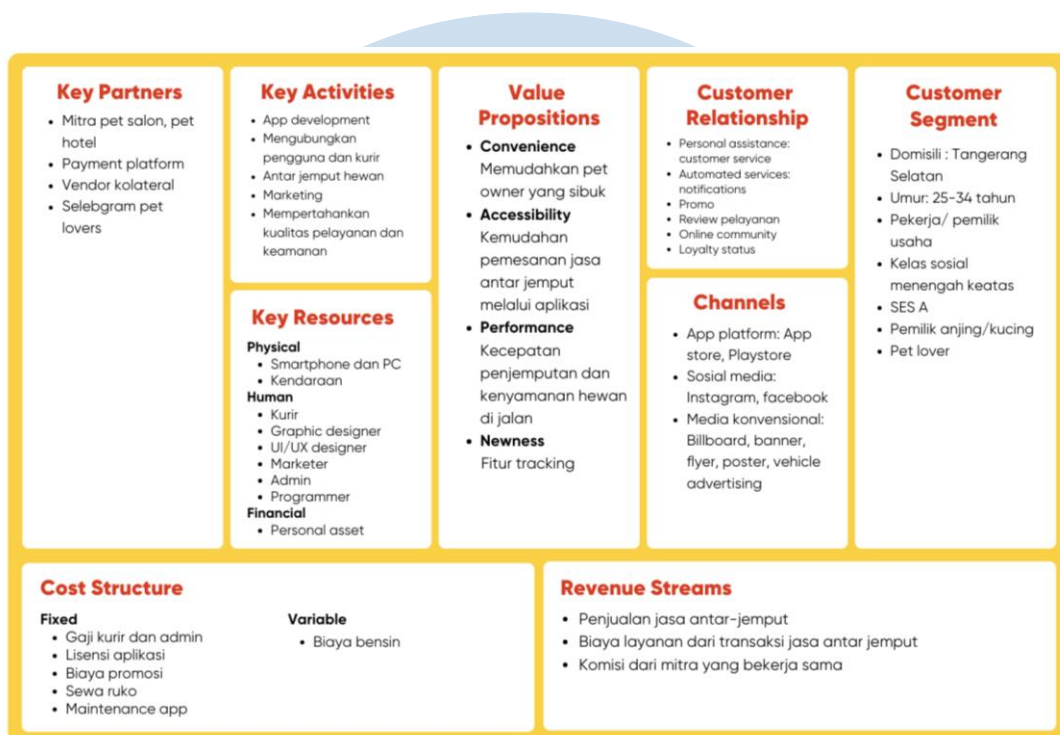
Terdapat beberapa fitur lainnya yang akan ditambahkan dalam aplikasi Pawmisi. Fitur ini ditentukan dengan setelah melakukan riset terlebih dahulu. Penulis dan tim melakukan riset pada aplikasi kompetitor dan riset kepada target melalui kuesioner. Berikut merupakan fitur-fitur yang akan ditambahkan untuk pengembangan aplikasi tahap awal:

- a. **MyPaw**, yaitu fitur yang menampilkan biodata hewan peliharaan seperti nama, jenis kelamin, jenis hewan, riwayat kesehatan, vaksinasi, dan lain sebagainya.

- b. **Live-tracking** dan status, yaitu fitur yang dapat melakukan *tracking* hewan peliharaan berupa status dan foto ketika hewan sedang berada di *pet salon* atau *pet hotel*.
- c. **Paypaw** merupakan fitur *e-wallet* milik Pawmisi yang dapat mempermudah proses pembayaran pemesanan.
- d. **Private chat** antara *customer* dengan *assigned-driver* dan antar *customer* untuk keperluan proses adopsi melalui aplikasi.
- e. **Customer service** merupakan asisten *user* dari pihak Pawmisi yang bertugas membantu *user* dalam seluruh proses penggunaan aplikasi dan layanan Pawmisi.
- f. **Rating & review** yang dapat *customer* berikan kepada *assigned-driver* dan mitra *pet hotel* atau *pet salon* setelah menggunakan jasa Pawmisi. Sistem *rating & review* ini berguna bagi Pawmisi untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan.
- g. **Pawbuddy** merupakan program *loyalty* yang disediakan oleh Pawmisi untuk pengguna. Ketika *user* berhasil menyelesaikan misi, *user* akan mendapatkan *experience point* yang jika dikumpulkan dapat meningkatkan level *pawbuddy user* dan dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah seperti stiker dan *voucher* bulanan.

2.2 *Business Model Canvas*

Dalam membangun sebuah bisnis, penting untuk memiliki strategi bisnis yang jelas dan terarah. Salah satu alat untuk membuat perencanaan bisnis adalah dengan menggunakan kerangka *business model canvas*. *Business Model Canvas* merupakan sebuah kerangka panduan yang efisien dalam menciptakan nilai yang akan ditawarkan, mengidentifikasi kebutuhan *costumer*, memanfaatkan kesempatan yang ada, menentukan sumber daya yang dibutuhkan, cara menghasilkan laba, dan perencanaan dalam waktu dekat dan jangka panjang (Murray & Scuotto, 2016). *Business model canvas* membantu mempermudah perencanaan bisnis dengan menguraikan elemen kunci dari konsep bisnis yang ingin dibuat. Berikut merupakan *business model canvas* Pawmisi.



Gambar 2.1 Business Model Canvas Pawmisi

Dalam *Business Model Canvas* terdapat sembilan elemen untuk membangun rencana realisasi bisnis. Berikut ini merupakan penjelasan *business model canvas* Pawmisi:

1. *Customer Segments*

Customer segments merupakan sekelompok orang yang menjadi target pasar dari sebuah bisnis. Pawmisi menasar sekelompok orang yang berada di usia 25-34 tahun, dengan target sekunder berada di kelompok usia 35-45 tahun. Target sasaran Pawmisi berdomisili di daerah Tangerang Selatan terutama di daerah perkotaan dan berasal dari kelas sosial menengah ke atas. Dalam aspek penghasilan, target sasaran merupakan seorang pekerja yang memiliki penghasilan dalam kategori kelas atas (ses a). Selain itu, target merupakan seorang pemilik hewan peliharaan yang peduli, bertanggung jawab, serta berkomitmen untuk merawat hewan peliharaannya.

2. *Value Propositions*

Value Proposition menjelaskan nilai yang ditawarkan kepada *customer* melalui produk dan jasa. Melalui layanan antar jemput, Pawmisi menawarkan nilai aksesibilitas dan *convenient* melalui kemudahan dalam pemesanan jasa antar jemput serta metode pembayaran yang beragam. Nilai performa ditawarkan melalui jasa antar jemput hewan peliharaan dari rumah ke pet salon dan pet hotel serta layanan adopsi hewan yang aman dan nyaman. Melalui layanan ini, *customer* tidak perlu mengurus tenaga dan waktu untuk mengantar hewan melakukan grooming. Selain itu, Pawmisi juga menawarkan nilai kebaruan yaitu transparansi melalui sistem status *tracking* di mana *customer* dapat memantau hewan peliharaan dari rumah ketika sedang berada di pet salon atau pet hotel mitra perusahaan.

3. *Channels*

Channels menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan media komunikasi untuk menjangkau target pasar. Pawmisi menggunakan dua jenis media untuk melakukan promosi hingga peluncuran aplikasi yaitu media konvensional dan media digital. Media digital yang digunakan adalah sosial media seperti Instagram dan facebook untuk melakukan promosi produk. Selain itu aktivitas promosi juga dilakukan dengan menggunakan iklan billboard, banner, dan iklan pada kendaraan. Aplikasi Pawmisi dapat diunduh melalui App Store dan Playstore.

4. *Customer Relationship*

Customer Relationship adalah hubungan yang ingin dibangun oleh perusahaan dengan *customer-nya*. Hubungan yang ingin dibangun oleh Pawmisi dengan *customer* adalah hubungan *personal assistance*, *automated services*, dan komunitas. Hubungan ini dapat dijalin melalui *assigned driver* dengan *customer*, review pelanggan, interaksi dengan sesama pengguna (komunitas), *customer service*, hingga promo untuk pengguna Pawmisi.

5. *Revenue Streams*

Revenue Streams adalah penghasilan yang diperoleh perusahaan. Penghasilan Pawmisi berasal dari penjualan jasa antar jemput hewan peliharaan, biaya layanan dari transaksi antar jemput, serta komisi dari mitra *pet hotel* dan *pet salon* yang bekerja sama.

6. *Key Resources*

Key Resources merupakan sumber daya atau aset yang diperlukan agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Pawmisi memerlukan sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya finansial untuk kelancaran bisnis. Sumber daya manusia yang diperlukan adalah kurir antar jemput hewan peliharaan, grafik desainer, UI/UX desainer, dan *marketer*. Sedangkan sumber daya fisik yang dibutuhkan adalah *smartphone* dan kendaraan. Sumber daya finansial yang dibutuhkan demi berjalannya bisnis adalah *personal asset*.

7. *Key Activities*

Key Activities adalah aktivitas yang harus dilakukan oleh perusahaan agar bisnis dapat berjalan. Aktivitas utama yang dilakukan oleh Pawmisi adalah menghubungkan pengguna dengan kurir melalui layanan antar jemput hewan peliharaan. Selain itu, *marketing* diperlukan untuk menarik *customer* untuk menggunakan jasa Pawmisi. Pengembangan aplikasi dan manajemen kualitas, keamanan dan kemudahan juga diperlukan untuk meningkatkan kepuasan *customer*.

8. *Key Partnership*

Key Partnership merupakan pihak eksternal yang memiliki peran penting dalam berjalannya bisnis. Dalam menjalankan bisnis, Pawmisi menjalin kerja sama dengan *pet salon* dan *pet hotel* sebagai penyedia layanan *grooming* dan penitipan hewan. Untuk memberikan kemudahan dalam metode pembayaran, Pawmisi bekerja sama dengan *payment platform*. Vendor kolateral dibutuhkan untuk memproduksi media dan materi yang digunakan untuk memperkenalkan *brand*. Dalam aktivitas promosi,

Pawmisi bekerja sama dengan *influencer* dan selebgram yang merupakan seorang *pet owner*.

9. *Cost Structure*

Cost Structure merupakan biaya yang dibutuhkan untuk mengoperasikan bisnis. Biaya dibagi menjadi tiga jenis yaitu biaya intelektual, biaya tetap dan biaya variabel. Biaya intelektual meliputi biaya untuk pendaftaran HKI merek. Biaya tetap mencakup gaji pegawai, lisensi aplikasi dan *software*, biaya promosi, biaya sewa ruko, dan biaya *maintenance* aplikasi. Sedangkan biaya variabel mencakup biaya operasional lainnya.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Pawmisi merupakan perusahaan yang didirikan di Tangerang Selatan oleh empat orang mahasiswa desain komunikasi visual. Pawmisi bergerak di bidang jasa transportasi. Nama Pawmisi berasal dari gabungan kata "*paw*" yang berarti tapak kaki hewan dan kata "*misi*" yang menurut KBBI memiliki arti peruntusan, tugas, atau kegiatan. Jika digabungkan, kata "*pawmisi*" merupakan permainan kata yang terinspirasi dari kata "*permisi*" di mana kata ini biasanya diucapkan oleh kurir ketika ingin mengantarkan paket. Sehingga "*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. Pawmisi memiliki visi untuk menjadi *brand* terpercaya bagi para pemilik hewan peliharaan dalam memastikan kesejahteraan dan kebahagiaan hewan kesayangan mereka melalui layanan antar jemput yang berkualitas dan berkelanjutan. Sedangkan misi dari perusahaan Pawmisi adalah 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. Bekerja sama 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.

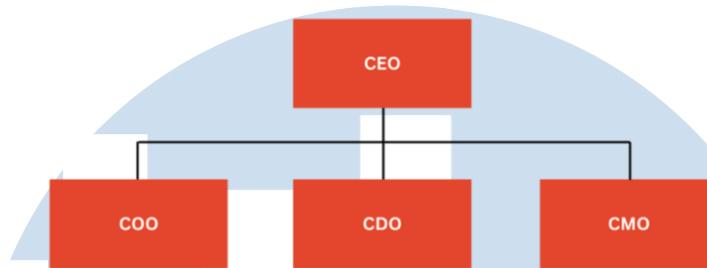
The logo for Pawmisi features the word "Pawmisi" in a bold, red, rounded font. The letter "P" is stylized to resemble a paw print. The letter "W" is also stylized, with a circular shape inside it that suggests a dog's snout. The logo is set against a light blue circular background.

Gambar 2.2 Logo Perusahaan Pawmisi

Logo Pawmisi menggunakan jenis logo *wordmark*. Huruf “P” dirancang membentuk sebuah jalan yang berliku. Menandakan bahwa Pawmisi siap menghadapi tantangan di masa depan dan selalu menemukan jalan keluar. Di Tengah terdapat huruf “W” yang dirancang seperti membentuk bagian hidung dan mulut hewan, baik kucing maupun anjing. Bentuk ini sekaligus menjadi logogram. Di tengah huruf “W” terdapat lingkaran dan dikelilingi bentuk *pin location* yang menandakan bahwa jasa ini akan menemukan lokasi para *customer* dan mengantar hewan peliharaannya ke tujuan dengan cepat, aman dan nyaman. Kesan *playful* ditujukan dalam *style typography* yang dipakai dengan banyak menggunakan *curve* pada logo. Kesan tersebut didukung oleh penggunaan warna merah yang ada pada logo menggambarkan energi dan kegembiraan (Zainudin, A. 2022).

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

2.4 Struktur Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Pawmisi

Pawmisi terdiri dari empat orang anggota yang masing-masing memiliki tanggung jawab dan peran penting dalam perusahaan. Berikut ini merupakan penjelasan dari tugas dan peran masing-masing anggota:

1. Jasmine Zafirah Azade Ciptono, CEO: Berlaku sebagai *founder* yang memiliki tanggung jawab untuk mengatasi sebuah masalah, menetapkan visi dan misi, serta mengembangkan inovasi produk ataupun layanan.
2. Agnes Angelica, COO: memiliki posisi sebagai *Chief Executive Officer* yang memberi keputusan dan mengamati perkembangan bisnis dalam tim MBKM Cluster Kewirausahaan.
3. Kayla Abigail, CPO: Kayla Abigail memiliki peran menjadi *Chief Product Officer* bertanggung jawab untuk memastikan kualitas dan konsistensi desain produk serta dengan kaitannya pengalaman pengguna.
4. Rasya Salsabila, CMO: Rasya Salsabila memiliki peran menjadi *Chief Marketing Officer* yang memiliki tanggung jawab atas strategi pemasaran aplikasi dan mengelola media sosial.

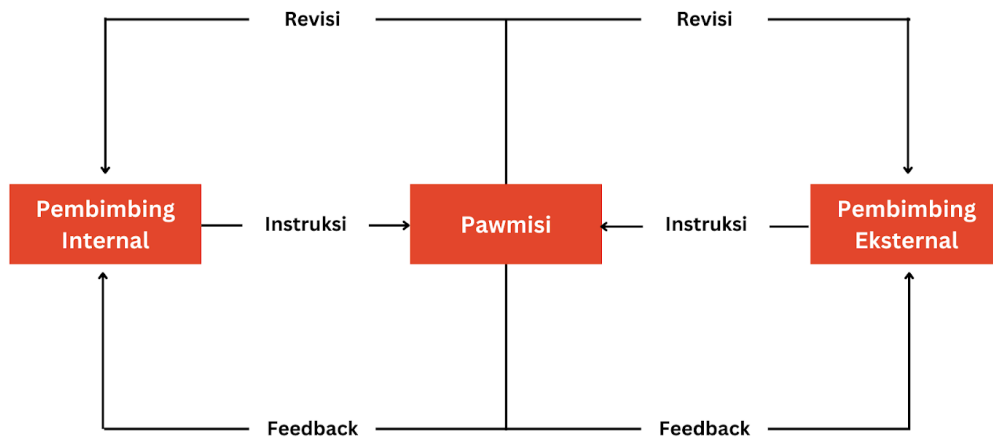
Brand Pawmisi dikembangkan dengan bantuan empat anggota yang berkontribusi dan berkolaborasi pada desain visualnya. Berikut adalah pembagian masing-masing peran dalam pengembangan dan penerbitan aplikasi:

1. Jasmine Zafirah
 - a. *Mascot Designer*: Mendesain karakter maskot Pawmisi beserta GSM maskot.
 - b. *Graphic Designer*: Mendesain media kolateral Pawmisi.
 - c. *UI Designer*: Mendesain tampilan pada aplikasi
2. Agnes Angelica
 - a. *Graphic Designer*:
 - b. *UI/UX Designer*: Mendesain tampilan dan interaktivitas aplikasi
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, publikasi, dan pemasaran lewat media sosial dan media konvensional
 - b. *UI Designer*: Mendesain tampilan pada aplikasi

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pelaksanaan kegiatan MBKM Kewirausahaan tidak terlepas dari peran berbagai pihak yang membantu agar kegiatan ini berjalan dengan lancar. Dalam proses pengembangan ide bisnis dan perancangan bisnis, penulis melakukan koordinasi dengan dosen pembimbing internal dan pembimbing eksternal, yaitu Skystar Venture. Pada proses pelaksanaan kegiatan, pembimbing eksternal membantu memberikan pendampingan dalam proses perancangan bisnis. Selain itu, pembimbing eksternal juga memberikan materi yang dapat membantu dalam perancangan bisnis. Pembimbing internal memberikan bimbingan dalam proses pembuatan laporan akademis. Dalam prosesnya, pembimbing eksternal dan internal akan memberikan instruksi mengenai pelaksanaan MBKM. Kemudian tim akan melaksanakan proses MBKM sesuai dengan instruksi. Tim akan melakukan proses bimbingan dengan pembimbing eksternal dan internal. Dari bimbingan ini akan diterima *feedback* mengenai proses perancangan bisnis dan laporan yang kemudian

akan didiskusikan oleh tim Pawmisi. Dari *feedback* yang telah didapatkan, tim akan melakukan revisi untuk menyempurnakan perancangan bisnis dan laporan.



Gambar 2.4 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Sebelum mengimplementasikan perencanaan bisnis yang telah dibuat, penting untuk melakukan analisis untuk memperkirakan apakah bisnis dapat berjalan secara realistis dan menghasilkan keuntungan. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan analisis kelayakan usaha untuk memperkirakan keberhasilan suatu usaha. Salah satu cara untuk menganalisis kelayakan usaha adalah dengan menghitung *Break Even Point* (BEP). *Break Even Point* merupakan suatu keadaan ketika perusahaan tidak mengalami kerugian dan tidak mendapatkan pendapatan. Suatu perusahaan akan dianggap impas ketika jumlah pendapatan memiliki jumlah yang sama dengan biaya yang dikeluarkan, atau jika laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja (Maruta, 2018).

Dalam menghitung BEP (*Break Even Point*), penulis menghitung harga pokok produksi yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang tidak akan dipengaruhi oleh meningkat atau menurunnya aktivitas bisnis sehingga jumlahnya tetap konstan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya akan berubah sesuai dengan meningkat atau menurunnya kegiatan bisnis (Winarko, 2018).

Tabel 2.1 Tabel Biaya Investasi

Biaya Investasi			
Perlengkapan	Harga	Qty	Jumlah
Motor	Rp 18.000.000	3	Rp 54.000.000
Mobil <i>van</i>	Rp 173.000.000	2	Rp 346.000.000
Pet <i>carrier</i>	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

Tabel 2.2 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi				
Pengeluaran	Waktu	Qty	Biaya/bulan	Jumlah
Biaya Tetap				
Jasa <i>Programmer</i>	-	1	Rp 100.000.000	Rp. 100.000.000
Biaya Pendaftaran App Store	<i>Lifetime</i>	1	Rp 1.537.880	Rp 1.537.880
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 pet <i>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 4 motor	1 tahun	6 liter/h ari	Rp 1.800.000	Rp 21.900.000
Bensin 2 mobil	1 tahun	6 liter/h ari	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 didapatkan biaya tetap sebesar Rp 637.857.440, biaya variabel per transaksi sebesar Rp 14.833, dan harga jual senilai Rp 80.000 dengan laba 20%.

Dengan data tersebut, penulis dapat menghitung BEP (*Break Even Point*) dari penjualan produk sebagai berikut:

1. $BEP \text{ Unit} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}) = \text{Rp } 737.857.440 / (\text{Rp } 80.000 - \text{Rp } 14.833) = 11,322 \text{ unit}$
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 perusahaan akan mulai mendapatkan keuntungan setelah menjual 9,781 unit produk atau memiliki total penjualan di atas Rp 905.796,418

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA