

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Sebagai dasar pengembangan ide bisnis, penulis memilih industri teknologi dengan fokus pada bidang aplikasi. Pemilihan tersebut didasari atas minat dan keahlian dari anggota tim serta pertumbuhan teknologi aplikasi jasa antar jemput di Indonesia. Memilih fokus pada bidang aplikasi karena menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (2022), 167 juta orang atau setara dengan 89% penduduk Indonesia menggunakan *smartphone*. Selaras dengan itu, menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2022, 66,48% Masyarakat Indonesia memiliki akses internet.

Dalam tahap diskusi mengenai alternatif ide dan konsep, penulis mempertimbangkan sejumlah faktor yang meliputi lingkup bisnis, layanan yang ditawarkan, fitur pada aplikasi, platform dan model bisnis. Berikut ini merupakan pertimbangan yang didiskusikan pada tahap tersebut:

1. Lingkup Bisnis

Penulis menganalisis secara cermat terkait aspek ruang lingkup bisnis, seperti mengidentifikasi kawasan yang berpotensi untuk di jelajahi dan menentukan wilayah geografis yang akan menjadi fokus pada tahap awal, dengan mempertimbangkan kesiapan infrastruktur pada tahap awal pengembangan bisnis. Tim memutuskan bahwa negara Indonesia merupakan wilayah geografis untuk bisnis ini.

2. Layanan

Penekanan khusus diberikan pada layanan yang diberikan khususnya layanan transportasi untuk perawatan hewan peliharaan. Layanan yang dipertimbangkan meliputi *pet salon*, *pet hotel*, adopsi, dan *pet clinic*.

Proses pemilihan layanan yang paling sesuai ditujukan untuk memenuhi potensi kebutuhan pasar.

3. Fitur Aplikasi

Saat memetakan fitur apa saja yang akan ditawarkan, penulis dan tim menilai kebutuhan pengguna target market secara menyeluruh. Analisis fitur juga mencakup pemeriksaan fitur-fitur yang sudah dipakai oleh aplikasi *competitor*. Fitur aplikasi yang akan menjadi fokus pada bisnis ini adalah, biodata hewan, *live tracking*, *e-wallet*, *chat*, *customer service*, *GPS*, *Pet Timeline*.

4. Aspek Visual

Aspek visual merupakan bagian yang sangat penting dalam tahap perencanaan. Penulis menentukan elemen desain yang digunakan untuk membuat UI/UX yang menarik dan fungsional. Konsep visual yang akan dipakai campuran antara ilustrasi dan *digital imaging*.

5. Platform

Platform distribusi juga dipertimbangkan, dimana terdapat opsi Google Playstore untuk para pengguna Android dan App Store untuk pengguna iOS.

6. Model Bisnis

Pada awalnya, bisnis ini berfokus pada model bisnis B2C (*Business to Consumer*) Tidak hanya itu, penulis dan tim juga mempertimbangkan *business model* dalam memperoleh pendapatan yaitu secara transaksi, komisi ataupun *subscription*.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan proses riset dan diskusi yang dalam, penulis bersama tim memutuskan untuk mengembangkan Pawmisi, yaitu sebuah aplikasi *mobile* yang menawarkan layanan antar jemput hewan peliharaan ke *pet salon*, *pet hotel*, dan adopsi. Di dalam aplikasi Pawmisi terdapat fitur-

fitur pendukung yang akan mempermudah pengguna untuk memesan dan memakai jasa antar jemput, yaitu fitur *GPS*, *live tracking*, biodata hewan peliharaan, *e-wallet*, *chat*, *customer service*, dan *Timeline*. Pawmisi juga akan menggunakan gaya visual campuran *vector* dan *digital imaging*. Kemudian, model bisnis yang digunakan adalah B2C dan B2B, dengan mengambil keuntungan pada transaksi antar jemput, komisi aplikasi dan *subscription*.

Secara lebih terperinci, berikut merupakan penjabaran dari konsep bisnis Pawmisi yang telah di finalisasi:

1. Lingkup Bisnis

Lingkup bisnis Pawmisi bergerak pada bidang jasa dan transportasi. Setelah proses diskusi, penulis dan tim sepakat untuk wilayah Tangerang Selatan sebagai wilayah geografis untuk memulai bisnis ini. Wilayah Tangerang Selatan dipilih berdasarkan survey yang dijalani oleh penulis dan tim menemukan bahwa di daerah ini banyak pemilik hewan peliharaan dan terdapat banyak *pet salon* dan *pet hotel*. Namun seiring perkembangan waktu, adanya rencana untuk memperluas jangkauan geografis.

2. Layanan

Layanan yang akan ditawarkan dalam aplikasi Pawmisi yaitu layanan antar jemput hewan ke *pet hotel*, *pet salon*, dan Adopsi karena tempat-tempat ini dianggap tempat yang paling dibutuhkan para *pet owner*. Layanan antar jemput hewan ke *pet clinic* tidak jadi diambil karena diperlukannya kehadiran *pet owner* untuk berkonsultasi secara langsung di tempat.

3. Fitur Aplikasi

Fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna target market secara menyeluruh adalah biodata hewan (*MyPaw*), *live tracking*, *e-wallet* (*PayPaw*), *chat*, dan *customer service*.

4. Aspek Visual

Untuk menyesuaikan target market, digunakannya gaya visual campuran antara *vector* dan *digital imaging*. Dengan sentuhan kesan *playful* dan *friendly* membuat *image* dari aplikasi ini ramah untuk para *target market* dan mudah digunakan dan/atau dimenegerti.

5. Platform

Platform aplikasi Pawmisi dapat diunduh melalui Google Playstore untuk para pengguna Android dengan minimal *operating system* Android 8 maupun App Store untuk pengguna iOS dengan minimal *operating system* 11.

6. Model Bisnis

Setelah proses diskusi, bisnis ini akan menggunakan model bisnis B2C (*Business to Consumer*) dan B2B (*Business to Business*). Proses *Business to Comsumer* melibatkan penjualan langsung produk dan layanan dari badan usaha ke konsumen tanpa perantara (Wardhana, 2015). Sedangkan *Business to Business* adalah jenis transaksi yang terjadi anantara dua Perusahaan baik secara elektronik maupun fisik (Umar, *et al.* 2016). Selain itu, bisnis ini akan memperoleh keuntungan dari komisi para pemilik *pet salon*, *pet hotel*, dan mitra adopsi pada setiap pemesanan.

2.2 Business Model Canvas

Penulis memaparkan ide bisnis melalui *Business Model Canvas* sebelum benar-benar memulai Perusahaan Pawmisi. *Business Model Canvas* merupakan sebuah gambaran kerangka pemikiran perencana strategi dalam Menyusun strategi bisnis baru yang dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan Perusahaan dalam mencapai targetnya (Soekarno, 2021). *Business Model Canvas* akan menjadi dasar strategi bisnis yang akan diterapkan.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas*

Business Model Canvas dapat digambarkan melalui 9 *building blocks* (Soekarno, 2021). Berikut ini merupakan penjabaran dari *Business Model Canvas* Pawmisi :

1. *Customer Segments*

Pawmisi menargetkan masyarakat yang berusia 25 – 34 tahun sebagai target primer dan 35 – 45 tahun sebagai target sekunder yang berdomisili di Tangerang Selatan. *Target market* Pawmisi merupakan para pekerja/pemilik usaha yang memiliki hewan peliharaan dan mempunyai sifat penyayang terhadap hewan.

2. *Value Propositions*

Terdapat empat aspek utama yang ditawarkan Pawmisi kepada para pengguna, dengan fokus pada aspek *Accesibilty*, *Performance*, *Newness*, dan *Confinient*. Aspek *Accesibilty* ditunjukkan dari kemudahan pemesanan jasa antar jemput pada aplikasi. Aspek *performance* ada pada kecepatan penjemputan oleh kurir ke rumah pengguna dan kenyamanan hewan peliharaan saat menuju tempat tujuan. Aspek *newness* terletak pada fitur *tracking* yang akan memantau semua perkembangan dan status kegiatan hewan peliharaan. Untuk aspek *convenient*, Pawmisi akan menyediakan layanan pembayaran secara digital untuk memudahkan para pengguna dalam pembayaran jasa dan lain-lain.

3. *Channels*

Terdapat 3 *Channels* yang digunakan oleh Perusahaan Pawmisi, diantaranya adalah :

- Sosial Media (Instagram dan Facebook)
- *App Platform* (App store dan Playstore)
- Media konvensional (*Billboard, Banner, Mobile Vision*)

4. *Customer Relationship*

Pawmisi membangun hubungan kepada para pelanggan dengan jenis hubungan *personal assistance, automated services*, dan komunitas. Pengguna Pawmisi juga dapat menikmati berbagai promosi yang ditawarkan. Promosi ini mencakup diskon khusus, penawaran *bundle*, atau *voucher* bonus. Untuk memastikan pengalaman yang lancar dan menyenangkan bagi seluruh pengguna, layanan *Customer service* Pawmisi memberikan respon cepat dan layanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Selain itu, Pawmisi memfasilitasi interaksi antar pengguna dengan menciptakan komunitas online, memungkinkan pengguna untuk bertukar informasi, pengalaman dan dukungan. Melalui program loyalitas, Pawmisi dapat meningkatkan loyalitas pengguna dan memperkuat hubungan jangka Panjang dengan memberikan penawaran diskon dan layanan tambahan.

5. *Revenue Streams*

Pendapatan utama akan diperoleh dari hasil penjualan jasa antar jemput, biaya layanan dari transaksi antar jemput dan komisi mitra *pet salon* dan *pet hotel* yang bekerja sama dengan Pawmisi.

6. *Key Resources*

Untuk memenuhi *Value propotion* yang ditawarkan Perusahaan, dibutuhkan sumber daya fisik, manusia dan finansial. Sumber daya fisik yang diperlukan adalah *Smartphone* dan kendaraan sebagai alat utama antar jemput hewan peliharaan. Sumber daya manusia yang diperlukan adalah

Kurir/supir, UI/UX Designer, Graphic Designer, dan Marketer. Yang terakhir, sumber daya finansial juga dibutuhkan untuk mendukung kelangsungan perkembangan produk dari asset-aset pribadi.

7. **Key Activities**

Aktivitas utama Pawmisi adalah antar jemput hewan peliharaan melalui aplikasi. Pengembangan aplikasi diperlukan agar pengguna bisa terhubung oleh kurir saat proses antar jemput tersebut. Selain itu, Upaya pemasaran untuk meningkatkan kesadaran dan penerimaan aplikasi kepada masyarakat. Hal ini mencakup strategi kampanye periklanan baik online maupun offline, promosi media sosial dan kemitraan. Selanjutnya, menjaga kualitas layanan, keamanan, dan kemudahan aplikasi menjadi prioritas utama dalam operasional sehari-hari.

8. **Key Partners**

Dalam melaksanakan *Key Activities*, Pawmisi bekerja sama dengan beberapa pihak eksternal. Untuk penjualan, Pawmisi akan menggandeng mitra *pet salon* dan *pet hotel* di Tangerang Selatan dan *platform* pembayaran. Untuk proses periklanan dan pemasaran akan bekerja sama dengan *selebgram* yang mempunyai hewan peliharaan. lalu untuk proses produksi media kolateral yang dibutuhkan, Pawmisi akan bekerja sama dengan vendor-vendor percetakan.

9. **Cost Structure**

Cost Structure dibagi menjadi 2 bagian, yaitu :

- *Variable* (Biaya bensin)
- *Fixed* (Gaji pegawai, lisensi aplikasi, biaya promosi, sewa ruko, dan *maintenance app*)

2.3 **Deskripsi Perusahaan**

Pawmisi merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang Jasa dan Teknologi dan didirikan pada tahun 2024. Perusahaan ini dibangun oleh empat mahasiswa dari Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Nama Pawmisi berasal dari penggabungan kata “Paw” dan “Misi”. “Paw” yang

diartikan sebagai telapak kaki hewan dan kata “Misi” yang menurut KBBI adalah peruntusan, tugas, atau kegiatan. Jika kedua kata tersebut digabungkan, Pawmisi juga merupakan permainan kata (homofom) yang terinspirasi dari kata “permisi” yang biasanya diucapkan oleh kurir ketika berada di depan rumah sambil mengantarkan paket yang dipesan. Sehingga, “Pawmisi” memiliki makna yang melambangkan bahwa jasa dari perusahaan ini membawa sebuah misi yang memudahkan antar-jemput hewan peliharaan secara hati-hati, aman dan nyaman sampai tujuan.

Secara lebih terperinci, berikut merupakan penjabaran dari Visi & Misi Perusahaan Pawmisi yang telah di finalisasi:

1. Visi

Menjadi brand yang terpercaya bagi para pemilik hewan peliharaan dalam memastikan kesejahteraan dan kebahagiaan hewan kesayangan mereka melalui layanan antar jemput yang berkualitas dan berkelanjutan.

2. Misi

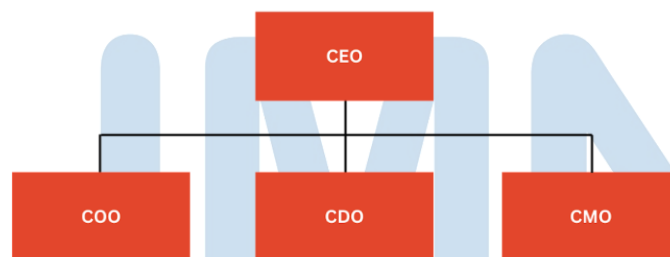
1. Memberikan layanan antar jemput yang aman, nyaman, dan dapat diandalkan di setiap perjalanan hewan peliharaan dengan kurir yang terlatih dan berpengalaman.
2. Menjadikan proses perjalanan hewan peliharaan menuju *pet salon*, *pet hotel*, dan proses adopsi menjadi lebih mudah dan efisien.
3. Bekerjasama dengan mitra *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 berkelanjutan dalam memantau proses hewan peliharaan di *pet salon*, *pet hotel*, dan di perjalanan.
6. Menawarkan pilihan layanan yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pemilik hewan peliharaan.



Gambar 2.2 Logo 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 mengantarkan hewan peliharaannya ke tujuan dengan cepat, aman dan nyaman. Kesan *playful* ditunjukkan 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).

2.4 Struktur Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Pawmisi

Terdapat empat anggota Pawmisi yang menangani urusan bisnis dan desain. Berikut adalah rincian *jobdesk* utama yang dikerjakan oleh setiap anggota :

1. **Jasmine Zafirah Azade Ciptono, CEO:** Jasmine memiliki posisi menjadi *Chief Executive Officer* yang mengatasi sebuah masalah, menetapkan visi dan misi, serta mengembangkan inovasi produk ataupun layanan strategi bisnis.

2. **Anges Angelica, COO** : Agnes memiliki posisi menjadi *Chief Operational Officer* yang bertanggung jawab untuk mengatur alur pelaksanaan aktivitas antar jemput dan operasional aplikasi internal.
3. **Kayla Abigail Utama, CPO** : Sebagai *Chief Product Officer*, Kayla bertanggung jawab untuk memastikan kualitas dan konsistensi desain produk serta dengan kaitannya pengalaman pengguna.
4. **Rasya Salsabila Haffaf, CMO** : Sebagai *Chief Marketing Officer*, Rasya 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 Azade Ciptono

- a. *Mascot Designer* : Mendesain karakter maskot Pawmisi beserta *Brand Macot Guideline*.
- b. *Graphic Designer* : Mendesain media kolateral dan media pemasaran Pawmisi.

2. Agnes Angelica

- a. *Graphic Designer* : Mendesain media promosi Pawmisi.
- b. *UI/UX Designer* : Mendesain tampilan dan interaktivitas aplikasi Pawmisi.

3. Kayla Abigail Utama

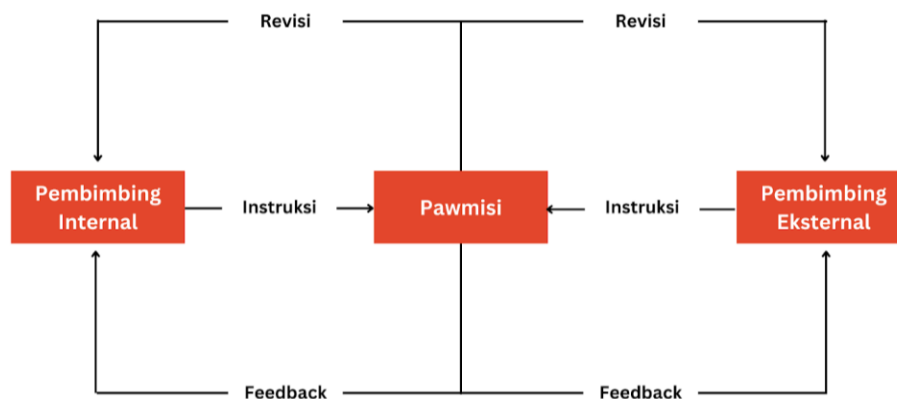
- a. *UI/UX Designer* : Mengkonsep, mendesain tampilan, dan membuat *prototype* aplikasi secara garis besar.
- b. *Graphic Designer* : Mendesain Media Kolateral Pawmisi

4. Rasya Salsabila Haffaf

- a. *Graphic Designer* : Mendesain keperluan publikasi dan pemasaran lewat media sosial dan media konvensional.
- b. *Logo Designer* : Mengkonsep brand identity dengan mendesain logo dan *supergraphic* beserta *Graphic Standard Manual*-nya.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pada proses pelaksanaan program MBKM Kewirausahaan ini, penulis dan tim bekerjasama dengan dua pihak yaitu dosen pembimbing internal dari Program Studi Desain Komunikasi Visual dan dosen pembimbing eksternal dari Skystar Ventures. Pembimbing Internal akan memberikan bimbingan serta arahan terhadap penulisan laporan, sedangkan untuk dosen pembimbing eksternal bertugas untuk memberikan arahan terhadap rancangan bisnis penulis. Setelah melaksanakan instruksi yang diberikan, penulis dan tim melaksanakan konsultasi dan menerima masukan dari kedua belah pihak. Tahap selanjutnya, penulis berdiskusi dengan tim internal dan melakukan revisi berdasarkan masukan dan pertimbangan yang ada.



Gambar 2.4 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Untuk menganalisis kelayakan jangka panjang bisnis, penulis menghitung BEP (*Break Even Point*) dari penjualan produk. *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 Investasi

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

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

Tabel 2.2 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi				
Pengeluaran	Waktu	Qty	Biaya/bulan	Jumlah
Biaya Tetap				
Biaya Pendaftaran App Store	<i>Lifetime</i>	1	Rp 1.565.190	Rp 1.565.190
Biaya Pendaftaran Play Store	<i>Lifetime</i>	1	Rp 395.250	Rp 395.250
Jasa Programmer	-	1	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
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 van	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 didapatkan biaya tetap sebesar Rp 737.850.440 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:

1. **BEP Unit** = Biaya Tetap / (Harga Jual – Biaya Variabel) = Rp 737.850.440 / (Rp 80.000 – Rp 14.833) = 11.322 unit
2. **BEP Rupiah** = Harga Jual x BEP unit = Rp 80.000 x 11.322 unit =

Rp 905.760.000

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan akan mulai mendapatkan keuntungan setelah menjual 11.322 unit produk atau memiliki total penjualan di atas Rp 905.760.000.