

# **BAB I**

## **EXECUTIVE SUMMARY**

### **1.1 Perkenalan**

I-Job merupakan sebuah bisnis yang bergerak di industry jasa dengan layanan yang menawarkan pekerja part-time bagi para pebisnis terutama dalam lingkup UMKM di Indonesia. I-Job hadir tidak hanya sebagai solusi bagi para pebisnis dalam menemukan calon pekerja part-time yang berkualitas, namun I-Job juga turut hadir menjadi solusi bagi para pencari lowongan kerja part-time terutama dalam lingkup mahasiswa yang menginginkan uang saku tambahan di kala kesibukan perkuliahan mereka.

### **1.2 Deskripsi Perusahaan**

I-Job muncul pertama kali melalui sebuah proses brainstorming pada mata kuliah Technopreneurship bersama dengan salah satu team yang berjumlah enam orang di Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2021. Kemunculan I-Job yang awalnya hadir sebagai sebuah ide bisnis dalam konteks pengerjaan tugas semata akhirnya berhasil dikembangkan lebih lanjut bersama dengan team pada mata kuliah lain di tahun ajaran selanjutnya yaitu mata kuliah Managing Lean Startup dan Business Plan. Dikarenakan team dan dosen melihat peluang yang besar atas ide bisnis yang ada, maka team berusaha untuk melanjutkan ide bisnis ini lebih lanjut ketahap yang lebih serius dibawah bimbingan Skystar Ventures selaku inkubasi bisnis yang ada di Universitas Multimedia Nusantara.

I-Job memiliki visi untuk menjadikan platform ini sebagai sebuah solusi bagi para pebisnis mendapatkan calon pekerja part-time berkualitas dalam waktu yang cepat, disertai dengan solusi bagi para pencari lowongan kerja paruh waktu agar dapat mengatur sela kesibukannya dengan menjadi produktif sebagai pekerja part-time.

Untuk menggapai visi tersebut, tentunya I-Job juga memiliki misi sebagai strategi untuk mencapai visi yang sudah ditetapkan diantara lainnya yaitu; (1) Menjadi platform aplikasi penyedia pekerja part-time terpercaya dan berkualitas, (2) Menjadi platform aplikasi penyedia lowongan pekerja part-time yang variatif dan terpercaya, (3) Menjadi solusi penyerapan tenaga kerja yang tinggi terutama di Indonesia.

### **1.3 Analisis Industri**

Berdasarkan hasil analisis industri yang sudah kami lakukan, team I-Job menemukan bahwa masih terdapat celah atau gap yang masih bisa diisi untuk I-Job masuk ke dalam industry. Celah ini muncul karena I-Job hadir sebagai pembeda dibanding banyaknya kompetitor di industri yang sejenis. Perbedaan yang berusaha untuk ditunjukkan oleh I-Job adalah fokusnya yang mengkhususkan jenis pekerjaan paruh waktu/*part time* sebagai segmen utama yang ditawarkan bagi para pebisnis selaku *customer*, serta pelayanan yang diberikan bukan hanya bergerak sebagai *job portal* namun juga menawarkan layanan pengelolaan karyawan bagi para customer yang sudah menjadi user.

Inovasi ini kami buat dan bangun dengan alasan untuk memberikan solusi dari *pain customer* yaitu tidak ingin repot dalam mengatur jadwal kerja karyawan yang berubah-ubah dan sering mengalami kekosongan shift yang diakibatkan oleh miskomunikasi. Selain itu juga, perubahan zaman dan bonus demografi yang dimiliki Indonesia juga menjadi peluang bagi I-Job untuk melancarkan visi serta misi agar perusahaan dapat berkembang dengan lebih baik dan cepat dikarenakan ekosistem yang mendukung.

### **1.4 Analisis Pasar**

Dalam proses pengumpulan data, salah satu aspek yang dianalisa oleh team I-Job untuk memberikan dukungan dalam melaksanakan program kerja ialah menganalisis segmentasi market yang mengarah kepada dua segmen yaitu seorang wirausaha dan seorang pencari lowongan kerja yang mengarah kepada lingkup mahasiswa. Penentuan segmentasi market ini sudah menjadi konsep ide

bisnis sedari awal yang memang merasakan pain dari hipotesis awal I-Job didirikan. Proses pengumpulan data atas segmentasi market sendiri sudah dilakukan dan sekarang team sedang berfokus untuk mencari feedback untuk menganalisa hasil program marketing I-Job dari para *join user* I-Job (Jobbies dan Pemilik Bisnis).

### **1.5 Analisis Pemasaran**

Setelah team I-Job memahami dan menentukan segmentasi pasar yang dituju, selanjutnya team harus memikirkan terkait strategi terbaik untuk melakukan marketing agar jasa yang ditawarkan dapat secara maksimal diketahui, dan juga diharapkan akan digunakan oleh para customer yang tepat. Dengan menggunakan metode *pricing* yaitu *value-based pricing*, I-Job berusaha menawarkan sebuah jasa yang pelayanannya tidak bisa dinilai dengan angka yang spesifik karena menyelesaikan *pain* atau *problem* yang memang tidak memiliki solusi yang absolut. Dengan memahami kebutuhan pasar dan penetapan posisi pada pasar, diharapkan I-Job bisa menjadi solusi bagi para pebisnis kedepannya dalam layanan pengelolaan karyawan dari hulu hingga ke hilir terutama dalam fokus pekerja paruh waktu.

### **1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan**

Selama pelaksanaan bisnis bersama dengan team, tentunya setiap dari anggota team memiliki latar belakang serta skill yang berbeda-beda juga dalam mengemban tanggung jawab dan kewajiban pembagian kerja. Dengan team yang beranggotakan tujuh orang, pembagian struktur dibagi menjadi tiga divisi penting yaitu marketing sebanyak dua orang, finansial sebanyak satu orang, operasional sebanyak tiga orang, serta dipimpin oleh seorang CEO. Struktur yang ditetapkan ini menjadi patokan dalam pembagian tugas dalam melaksanakan kewajiban sebagai anggota team demi melancarkan proses bisnis tetap berjalan. Selain itu juga, terdapat mentor yang disediakan sebagai salah satu benefit dari program magang yang disediakan oleh Skystar Ventures yaitu Aland Sinduartha selaku Marketing Consultant dari Dreambox, dan team

Skystar Ventures yaitu Andrew Henderson beserta Michelle Greysianti selaku program Officer Skystar Ventures.

### **1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk**

Team dari I-Job sudah melakukan riset yang diperlukan terkait kebutuhan para calon customer, lalu juga sudah membuat prototype yang kiranya dapat diterapkan dalam perjalanannya dengan berbagai fitur penting dengan dua manifestasi yaitu dalam bentuk aplikasi dan konvensional. Hasil riset sendiri sudah diterapkan dan sudah dijalankan dengan hasil positif serta diterima oleh para stakeholder yang terlibat di dalamnya mulai dari mahasiswa pekerja part time itu sendiri hingga pebisnis yang menggunakan jasa I-Job. Hasil tersebut tidak lepas dari riset yang dilakukan dengan metode yang digunakan sendiri merupakan teknik survei berupa penyebaran angket bagi para talent serta menggali informasi dari sisi pemilik bisnis melalui wawancara.

### **1.8 Proyeksi Keuangan**

I-Job menargetkan proyeksi keuangan untuk dapat BEP (*Break Event Point*) pada tahun ke-3 pada bulan ke-36 dengan melewati beberapa proses penting seperti peralihan sistem menggunakan website, serta penerapan bisnis model subscription bagi para customer yaitu pemilik bisnis yang bekerja sama/mitra. Penerapan bisnis model ini sendiri akan mulai dilaksanakan semenjak tahun ketiga proses bisnis berjalan dikarenakan untuk tahun pertama I-Job bergerak masih dengan motivasi untuk melakukan *trial & error*. Namun, setelah tahun kedua terjadi peningkatan drastis dari sisi revenue dikarenakan penerapan sistem subscription yang telah berjalan sehingga I-Job dapat memperoleh laba sebesar Rp501.815.000 pada tahun ketiga dan mencapai BEP-nya.

### **1.9 Pendanaan**

I-Job sendiri sampai dengan sekarang tidak menerima maupun mencari sumber dana hibah dari pemerintah maupun pihak eksternal, segala bentuk tanggungan finansial berasal dari kantong bersama mengingat secara operasional pengeluaran yang ditujukan untuk berjalannya bisnis tidaklah

banyak dan masih dapat ditanggung secara mandiri. Angka yang diperlukan untuk modal sendiri dan terutama lebih banyak dikeluarkan untuk operasional seperti biaya print dan bensin kurang lebih sebesar Rp 1.325.000.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA