

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Validasi bisnis merupakan proses krusial dalam pembentukan ide bisnis. Dengan melakukan proses ini, maka penulis dapat memastikan bahwa produk maupun jasa yang ditawarkan telah memenuhi kebutuhan pasar, hingga dapat memastikan bahwa solusi yang ditawarkan mampu menjawab permasalahan dan kebutuhan target secara tepat.

Pengembangan ide bisnis dimulai ketika penulis dan tim menemukan fenomena kehidupan perkotaan yang saat ini terbilang serba cepat, dengan kecenderungan setiap keluarga untuk memiliki pemasukan *dual income*. Menurut Retnosari (2024) data dari Badan Pusat Statistik (2022), pada saat ini terdapat 54,4% penduduk Indonesia yang tinggal di daerah perkotaan. Gaya hidup urban ini mendorong masyarakat perkotaan untuk mencari bantuan secara profesional untuk membantu kebutuhan rumah tangga secara cepat dan efisien. Menurut data dari BP2MI (2026) mencatat bahwa terdapat sebanyak 296.948 pekerja Indonesia yang ditempatkan di berbagai negara pada tahun 2025, melalui data ini disimpulkan bahwa pekerja rumah tangga menjadi profesi terbesar dengan total individu 76.773 jiwa. Pada perkotaan khususnya daerah Jabodetabek, pencarian dan perekrutan ART masih sulit dilakukan karena masih dilakukan dari rekomendasi kerabat atau kenalan sehingga umumnya kerap ditemukan tenaga kerja yang kurang sesuai dengan pemberi pekerja (majikan). Menurut data dari *International Labour Organization* (2025) pekerjaan rumah tangga didominasi oleh sektor informal yang tinggi, dengan lebih dari 81% pekerja tidak memiliki status pekerjaan formal.



Gambar 2.1 Jala PRT Menggelar aksi Damai di depan Gedung DPR RI
Sumber: CNN Indonesia/Ummah(2023)

Melalui berita CNN Indonesia (2023) Jaringan Nasional Advokasi Pekerja Rumah Tangga juga kerap melaporkan bahwa terdapat perlakuan kekerasan dari pekerja pada asisten rumah tangga berjumlah sekitar 600 aduan sepanjang tahun 2023. Hal ini membuktikan bahwa tanpa adanya perjanjian kerja yang jelas, dapat menyebabkan rentannya posisi asisten rumah tangga.

Selain kurangnya status pekerja formal yang jelas, kurangnya transparansi skill dan background dari asisten rumah tangga pun menyebabkan tingginya *mismatch* antara ART dan pengguna. Melalui latar belakang tersebut penulis dan tim menemukan solusi untuk menciptakan aplikasi berbasis teknologi untuk menyewa dan mempekerjakan asisten rumah tangga.

Melalui penjabaran fenomena tersebut penulis dan tim ingin merancang sebuah media layanan digital yang menyediakan layanan jasa kebutuhan rumah tangga hingga pengasuh profesional bagi keluarga di perkotaan. Aplikasi ini menyediakan kemudahan pengguna untuk menyewa asisten secara *instant* (cepat) ataupun kontrak, dengan tujuan agar pengguna dapat menyesuaikan kebutuhan mereka dengan jasa yang ditawarkan. Aplikasi ini juga menyediakan transparansi data, baik data pribadi, pengalaman, hingga kemampuan yang mereka miliki, untuk menjawab kebutuhan dan membangun kepercayaan atas kebutuhan yang pengguna butuhkan.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Alur pengembangan ide bisnis dimulai ketika salah satu anggota memaparkan fenomena sulitnya mencari asisten rumah tangga yang terpercaya dan transparan. Melalui pernyataan tersebut penulis dan tim meriset lebih dalam terkait tingginya kebutuhan asisten rumah tangga di perkotaan, karena kepadatan dan gaya hidup serba cepat masyarakat. Namun dibalik tingginya kebutuhan asisten rumah tangga tersebut, mencari asisten rumah tangga merupakan tantangan yang sulit karena masih menggunakan sistem perekrutan konvensional (*word of mouth*). Selain itu eksploitasi terhadap asisten rumah tangga juga kerap terjadi sistem perekrutan yang tidak aman dan transparan menimbulkan bahaya akan keselamatan para asisten rumah tangga. Melalui sudut pandang ini penulis dan tim melihat peluang untuk membuat perancangan aplikasi yang aman dan transparan tidak hanya bagi asisten rumah tangga namun juga bagi pemberi pekerja (pengguna).

Penulis dan tim pada awalnya menemukan solusi untuk membangun agen untuk menyalur asisten rumah tangga dengan sistem kantor fisik namun adanya sistem kurasi dan pengecekan data. Namun solusi tersebut memiliki kekurangan, dimana pada saat ini jika penulis dan tim hendak membangun agen penyalur maka akan kurang fleksibel dan akan sangat sulit untuk menjangkau pasar secara luas. Lalunya, penulis dan tim membangun platform *website* sebagai *marketplace* jasa rumah tangga. Lalu selanjutnya terkait *website*, penggunaan *website* akan kurang praktis jika pengguna membutuhkan layanan secara instan. Selanjutnya, penulis dan tim juga mengajukan solusi untuk membangun komunitas bagi pengguna untuk menyediakan *membership* tertutup yang menguntungkan bagi pengguna. Namun sistem komunitas, akan sangat beresiko dengan keterbatasan transparansi. Selanjutnya penulis juga mengajukan solusi ini memperbanyak dan memperluas layanan sehingga pelanggan dapat memiliki opsi yang beragam. Layanan ini meliputi pembersihan gedung, disinfektan rumah dari serangga yang dapat menyebabkan gangguan kesehatan, hingga layanan lainnya. Namun setelah melihat kecenderungan kompetitor untuk menambahkan berbagai layanan

guna untuk menarik perhatian pelanggan maka dengan berbagai pertimbangan, kami memutuskan untuk tidak melanjutkan ide tersebut dengan pertimbangan bahwa konsep ide layanan penulis dan tim akan berfokus kepada layanan *home care* yang berpusat hanya pada bantuan di dalam rumah. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga relevansi dan kejelasan positioning untuk memastikan bahwa kualitas pelayanan benar-benar relevan dengan kebutuhan utama pengguna.

Namun setelah melakukan riset pasar, fenomena, hingga perilaku konsumen, dapat ditetapkan bahwa pengembangan aplikasi digital merupakan solusi yang paling tepat baik untuk menjawab permasalahan ketidakcocokan antara pengguna dan asisten rumah tangga, kurangnya transparansi data, hingga layanan yang fleksibel dan beragam baik secara instan, infal (harian), hingga kontrak permanen.

Melalui pemaparan tersebut, akhirnya penulis dan tim memutuskan untuk melakukan perancangan terhadap aplikasi **BANTOO** yang merupakan layanan jasa berbasis aplikasi, yang menyediakan jasa asisten rumah tangga, *caregiver*, hingga *babysitter* secara instan bagi keluarga yang memiliki tingkat kesibukan tinggi namun tetap mengutamakan kenyamanan maupun kualitas kehidupan rumah tangga. BANTOO dirancang sebagai aplikasi yang menjadi penghubung penyedia jasa asisten rumah tangga dengan pencari kerja secara aman, terverifikasi, dan efisien. Aplikasi ini menyediakan fitur pencarian tenaga kerja berdasarkan kebutuhan pengguna. Layanan yang penulis dan tim sediakan mencakup layanan asisten rumah tangga, *babysitter*, *caregiver*, homecare seperti *home ironing*. Melalui aplikasi ini diharapkan dapat mempermudah keluarga untuk menemukan tenaga kerja yang sesuai secara cepat, terpercaya, dan transparan.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan brainstorming dan riset yang telah dilakukan, penulis dan tim melakukan finalisasi ide bisnis BANTOO yang merupakan layanan jasa berbasis aplikasi yang menyediakan jasa asisten rumah tangga, *caregiver*,

dan *babysitter*. Layanan yang disediakan termasuk kebersihan rumah, *homelaundry*, hingga penjagaan anak bekebutuhan khusus maupun lansia yang berada di dalam rumah. BANTOO juga merupakan platform yang dirancang untuk menjaga kenyamanan dan kebersihan rumah tangga dengan menjadikan rumah sebagai ruang utama yang aman, nyaman, dan bersih. Berikut merupakan penjabaran mengenai ide aplikasi BANTOO:



Gambar 2.2 Mindmapping Ide Bisnis BANTOO

Melalui mindmap tersebut, berikut merupakan penjabaran ide aplikasi yang akan dirancang:

1. Aplikasi BANTOO

Aplikasi merupakan aplikasi digital yang mengintegrasikan unsur *Information and Communication Technology* (ICT) melalui sistem aplikasi digital yang akan dirancang dalam bentuk Android dan IOS, sebagai penghubung antara pemberi pekerja dengan asisten rumah tangga. Aplikasi penulis dan tim dirancang sebagai sistem digital terintegrasi yang menghubungkan tenaga kerja terlatih dengan keluarga yang membutuhkan layanan domestik secara cepat, fleksibel, dan terpercaya.

2. Inovasi

Inovasi BANTOO terletak pada standarisasi kualitas tenaga kerja melalui proses seleksi, pelatihan, dan sertifikasi sebelum terdaftar dalam sistem. Tenaga kerja dibekali keterampilan dasar pekerjaan rumah tangga, pemahaman penggunaan teknologi dan peralatan kebersihan, serta pengetahuan mengenai prosedur keselamatan dasar. Selain itu, fitur pencarian berbasis spesifikasi memungkinkan pengguna memilih tenaga kerja sesuai kebutuhan tertentu, termasuk untuk penanganan anak berkebutuhan khusus. Bentuk ini memberikan nilai diferensiasi dibandingkan layanan konvensional yang umumnya belum terintegrasi secara digital dan belum memiliki sistem standarisasi kompetensi yang terstruktur.

3. Fitur Aplikasi

a) Fitur Unggulan

Fitur unggulan yang dimiliki aplikasi BANTOO mencakup asisten rumah tangga, *babysitter*, *caregiver*, *cleaning service*, dan *home ironing*. Dengan bentuk layanan jasa harian (pulang pergi), menginap dan kontrak permanen

b) Fitur Pendukung

Fitur pendukung untuk memudahkan alur penggunaan aplikasi meliputi filter kebutuhan, sistem peringkat dan *database* tenaga kerja, mekanisme pemesanan, hingga sistem *rating* dan ulasan pengguna.

c) Fitur Keamanan

Fitur keamanan yang dimiliki aplikasi BANTOO mencakup layanan *customer service* untuk melayani calon pengguna dalam menghadapi keluhan, maupun memenuhi kebutuhan mereka. Fitur keamanan lainnya adalah garansi, maupun jaminan yang diberikan kepada pemberi kerja, dan

asisten rumah tangga untuk memastikan kelancaran layanan hingga kualitas layanan yang diberikan.

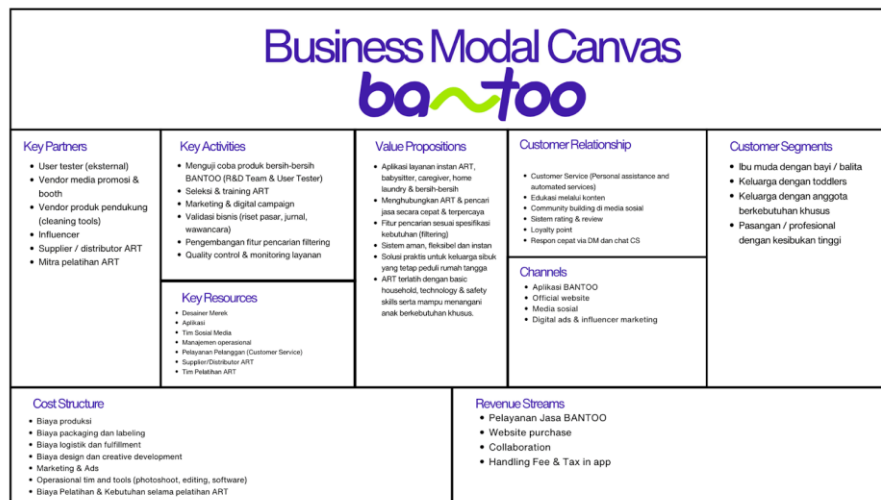
Aplikasi ini dirancang sebagai sistem digital terintegrasi yang menghubungkan tenaga kerja terlatih dengan keluarga yang membutuhkan layanan domestik secara cepat, fleksibel, dan terpercaya.

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) sebuah strategi dalam manajemen bisnis yang berupa visual chart yang terdiri dari sembilan elemen untuk dapat menentukan strategi bersaing yang tepat di perusahaan (Wahyuni, 2021). Di dalam BMC terdapat *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Tujuan dirancangnya BMC, adalah sehingga penulis dan tim dapat memahami dan merancang bisnis secara terstruktur dan menyeluruh. BMC dirancang untuk memvisualisasikan serta mengomunikasikan inti model bisnis sehingga lebih mudah dipahami oleh seluruh tim pengembang.

Melalui BMC, penulis dan tim dapat menciptakan ruang lingkup serta arah pengembangan ide bisnis secara lebih jelas dan terarah. Selain menjadi landasan utama dalam proses finalisasi ide bisnis, BMC juga berperan sebagai alat evaluasi strategis yang dikonsultasikan secara berkala kepada dosen pembimbing internal maupun eksternal. Proses konsultasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa strategi yang dirancang tetap relevan, terukur, dan selaras dengan tujuan pengembangan bisnis.

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



Gambar 2.3 Business Model Canvas BANTOO

Business Model Canvas (BMC) BANTOO merepresentasikan model bisnis berbasis aplikasi yang menyediakan layanan instan meliputi asisten rumah tangga (ART), *babysitter*, *caregiver* anak berkebutuhan khusus (AKB), *home ironing*, serta jasa kebersihan. BANTOO berfungsi sebagai platform digital yang mempertemukan tenaga kerja terlatih dengan keluarga yang membutuhkan layanan domestik secara cepat, fleksibel, dan terpercaya.

- 1) **Customer Segments:** *Target customer segments* adalah ibu muda dengan bayi maupun toddlers (anak berusia 1-3 tahun), keluarga dengan anggota yang disabilitas atau berkebutuhan khusus, dan pasangan ataupun individu yang memiliki tingkat kesibukan tinggi.
- 2) **Value Propositions:** *Value proposition* yang ditawarkan mencakup sistem pencarian berbasis spesifikasi kebutuhan pengguna, tenaga kerja yang telah melalui proses seleksi, pelatihan, dan sertifikasi, serta pembekalan keterampilan dasar pekerjaan rumah tangga, penggunaan teknologi dan peralatan kebersihan, serta prosedur keselamatan kerja. Layanan dirancang secara instan dan adaptif untuk menjawab kebutuhan keluarga dengan mobilitas tinggi, termasuk keluarga dengan bayi, balita, anggota keluarga berkebutuhan khusus, maupun lansia.

- 3) **Channels:** *Channels* yang ditawarkan mencakup saluran distribusi layanan dilakukan melalui aplikasi, situs resmi, media sosial, serta didukung oleh kampanye digital dan kolaborasi dengan *influencer* untuk meningkatkan jangkauan pasar.
- 4) **Customer Relationship:** *Customer relationship* yang ditawarkan mencakup hubungan dengan pelanggan dibangun melalui layanan *customer service* yang responsif, penyediaan konten edukatif, sistem ulasan dan penilaian, serta program loyalitas pengguna.
- 5) **Revenue Streams:** *Revenue streams* BANTOO bersumber dari biaya layanan jasa, *service fee* atau *handling fee* dalam aplikasi, kerja sama kemitraan, serta dukungan pendanaan dari investor.
- 6) **Key Resources:** *Key resources* terdiri atas platform teknologi, tim pengembang dan operasional, layanan pelanggan (*customer service*), sistem verifikasi tenaga kerja, serta mitra pelatihan bagi ART.
- 7) **Key Activities:** *Key activities* BANTOO dalam aspek operasional meliputi pengembangan dan pemeliharaan aplikasi, proses validasi model bisnis melalui riset pasar, analisis literatur ilmiah, serta wawancara, dan pengelolaan kualitas layanan melalui sistem monitoring dan rating pengguna.
- 8) **Key Partnerships:** *Key partnership* mencakup *user tester* (eksternal), vendor media promosi dan booth, vendor produk untuk *cleaning tools*, *influencer* untuk mempromosikan BANTOO secara menyeluruh, *supplier* maupun distributor asisten rumah tangga, hingga mitra yang melakukan pelatihan asisten rumah tangga.
- 9) **Cost Structure:** *Cost structure* mencakup pengembangan dan pemeliharaan teknologi, pelatihan serta sertifikasi tenaga kerja, kegiatan pemasaran, operasional tim, dan infrastruktur pendukung lainnya.

Secara keseluruhan, model bisnis ini mencerminkan pendekatan terintegrasi yang menggabungkan validasi kebutuhan pasar, penguatan kualitas

sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi digital dalam menghadirkan layanan rumah tangga yang terstandarisasi, efisien, dan terpercaya.

2.3 Deskripsi Perusahaan

BANTOO merupakan perusahaan startup berbasis teknologi yang bergerak di bidang platform layanan domestik digital untuk pemberdayaan tenaga kerja rumah tangga. Perusahaan ini didirikan pada 2 Februari 2026 dengan tujuan memberikan solusi sebagai penghubung profesional antara pekerja domestik dan masyarakat pengguna jasa, khususnya di wilayah perkotaan Indonesia secara lebih mudah, aman, dan profesional.

BANTOO hadir karena fenomena peningkatan kebutuhan masyarakat perkotaan terhadap layanan bantuan domestik yang kompeten, terpercaya, hingga mampu memahami dengan perkembangan teknologi. Gaya hidup masyarakat yang serba cepat karena tingginya aktivitas kerja, dan keterbatasan waktu untuk mengelola pekerjaan rumah mendorong masyarakat untuk membutuhkan layanan jasa asisten rumah tangga. BANTOO menyediakan layanan tenaga kerja domestik, dalam platform digital yang meliputi asisten rumah tangga, *babysitter*, *caregiver* anak berkebutuhan khusus, *caregiver* lansia, maupun layanan bantuan yang relevan dengan kebersihan rumah. Melalui integrasi sistem digital, program pelatihan asisten rumah tangga terstandarisasi, serta mekanisme verifikasi tenaga kerja yang terstruktur, BANTOO berupaya membangun ekosistem layanan domestik yang profesional dan inklusif.

Dengan pendekatan tersebut, BANTOO berkomitmen untuk membangun platform yang profesional dan inklusif. BANTOO tidak hanya memberi kemudahan bagi calon pengguna untuk mendapatkan layanan *domestic*, namun juga layanan yang aman, terverifikasi dan berkualitas. Bagi sisi pemberdayaan tenaga kerja, BANTOO juga mendukung pemberdayaan melalui peningkatan kompetensi hingga akses pada peluang kerja yang lebih baik.

2.3.1 Visi

Visi aplikasi BANTOO adalah:

Menjadi platform penghubung terpercaya antara asisten rumah tangga dan pengguna jasa di Indonesia melalui sistem yang transparan, profesional, serta berbasis pengembangan kompetensi dan teknologi.

2.3.2 Misi

Adapun misi aplikasi BANTOO adalah:

- 1) Menyediakan platform digital yang aman, transparan, dan mudah diakses untuk mempertemukan asisten rumah tangga dengan pengguna jasa secara efektif.
- 2) Mengembangkan program pelatihan dan kelas peningkatan kompetensi bagi ART, termasuk pemahaman dasar dalam menghadapi anak berkebutuhan khusus.
- 3) Meningkatkan literasi teknologi tenaga kerja domestik agar mampu beradaptasi dengan perkembangan peralatan rumah tangga modern dan sistem digital.
- 4) Membangun sistem verifikasi, evaluasi, dan penilaian yang objektif untuk meningkatkan kepercayaan serta kualitas layanan.

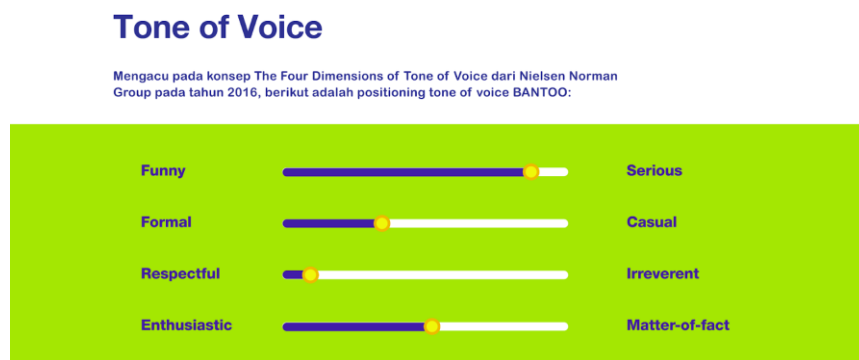
2.3.3 Core Values

BANTOO menganut pada tiga nilai utama, yaitu pemberdayaan (*empowerment*), *professionalism*, serta inklusivitas (*inclusivity*) dan *adaptabilitas* (*adaptability*). Melalui nilai *empowerment*, BANTOO berkomitmen untuk meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan asisten rumah tangga (ART) melalui program pelatihan, sertifikasi, serta penyediaan akses kerja yang lebih layak dan terstruktur. Lalu untuk *professionalism* dilaksanakan dengan melatih setiap tenaga kerja yang tergabung dalam BANTOO dengan keterampilan teknis, etika kerja, serta pemahaman tugas dan tanggung jawab yang jelas. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan potensi kesenjangan ekspektasi antara pekerja dan pengguna jasa. Sementara itu, nilai

inclusivity and adaptability tercermin dalam upaya BANTOO mendorong tenaga kerja domestik untuk mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan keluarga modern, termasuk memiliki pemahaman dasar dalam penanganan anak berkebutuhan khusus serta kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari ketentuan kerja.

2.3.4 *Tone of Voice*

Tone of voice merupakan karakter yang dimiliki sebuah merek ataupun brand, mengenai bagaimana mereka mengkomunikasikan dirinya kepada audiens. Berikut merupakan *tone of voice* BANTOO:



What is tone of voice? (definition, comparisons & examples). (n.d.). CopyStyleGuide.com. <https://www.copystyleguide.com/what-is-tone-of-voice>

Gambar 2.4 *Tone of Voice* BANTOO

Berdasarkan teori *The Four Dimension of Tone of Voice* dari Nielsen Norman Group (2016), BANTOO merupakan perusahaan yang serius (*serious*), formal, penuh hormat (*respectful*), dan seimbang antara sangat bersemangat (*enthusiastic*) dan datar atau faktual (*matter of fact*). Di dalam perusahaan BANTOO, tim dan penulis membangun karakter profesional, terpercaya (*trustworthy*), dan peduli (*caring*). Melalui 3 komponen karakter ini, BANTOO menggarap karakter *trustworthy* sebagai karakter utama dan yang ingin disampaikan kepada audies. Hal ini karena layanan yang BANTOO diberikan berkaitan dengan lingkungan rumah hingga pengasuhan anak yang membutuhkan kepercayaan lebih. Harapannya melalui *tone of voice* ini, komunikasi dapat tersampaikan dengan baik, dan calon pengguna dapat merasakan rasa aman, profesional, dan transparansi dari aplikasi ini.

2.3.5 Logo BANTOO

Logo merupakan salah satu asset penting yang wajib dimiliki oleh perusahaan. Logo merupakan sebuah identitas visual, yang menjadi perwakilan atas brand, perusahaan, produk, maupun organisasi. Berikut merupakan logo perusahaan BANTOO, yang akan diterapkan pada semua media visual perusahaan:



Gambar 2.5 Logo BANTOO

Logo BANTOO dirancang dengan seluruh huruf yang saling terhubung tanpa terpisah dengan huruf 'n' membentuk hubungan kesatuan visual yang utuh. Konsep dari logo ini melambangkan BANTOO sebagai penghubung antara asisten rumah tangga dan pengguna jasa, yang membangun hubungan kerja yang saling membutuhkan, saling mendukung, serta berorientasi pada keberlanjutan. Elemen khas logo terletak pada huruf 'n' karena direpresentasikan sebagai garis yang bergelombang. Makna dari huruf 'n' yang berbentuk garis gelombang ini menyampaikan fleksibilitas tenaga kerja dalam menyesuaikan diri dalam berbagai kebutuhan khususnya di dalam kehidupan rumah tangga. Hal ini juga mencakup kebutuhan keluarga dalam mengasuh anak berkebutuhan khusus, lansia, maupun anak secara general hingga adaptasi asisten rumah tangga terhadap peralatan hingga media teknologi yang semakin berkembang

Logo BANTOO memiliki 5 alternatif warna sehingga dapat dengan mudah di implementasikan di dalam berbagai media. Berikut merupakan alternatif warna dari logo BANTOO:

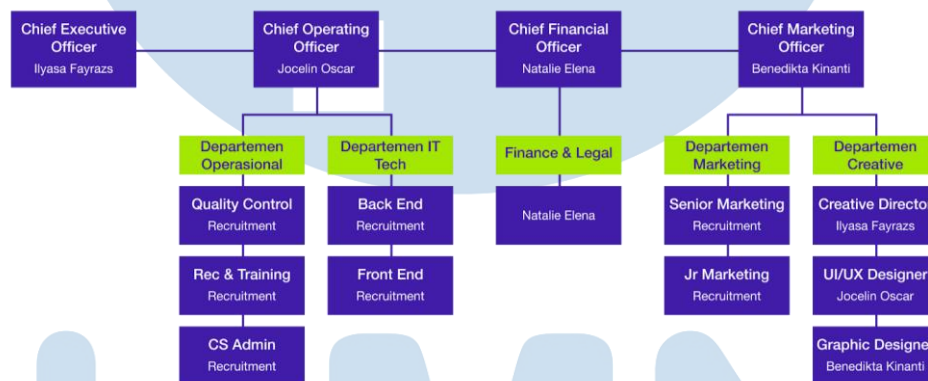


Gambar 2.6 Alternatif Logo BANTOO

Logo BANTOO memiliki 2 warna yang berperan sebagai identitas visual perusahaan. Warna ungu pada logo melambangkan kreativitas, inovasi, hingga profesionalitas dalam mengembangkan layanan domestik digital yang berbasis teknologi. Warna ungu tua, seperti ungu plum atau ungu terong, dikaitkan dengan kemewahan, kecanggihan, menjadikannya pilihan populer untuk branding kelas atas dan dekorasi elegan (Ghatraj, 2025). Warna ungu juga menjadi representasi semangat tim BANTOO dalam menghadirkan solusi yang modern, hingga mencerminkan kepercayaan hingga kualitas layanan yang dijanjikan oleh perusahaan. Warna hijau di lain sisi melambangkan kepeduluan dan pertumbuhan BANTOO untuk menciptakan lingkungan yang menguntungkan antara asisten rumah tangga dengan pemberi kerja. Hijau adalah kesuburan, pertumbuhan, kesuksesan, natural, harmoni dan kejujuran (Monica, 2024). Jika kedua warna ini digabung memberikan perpaduan antara inovasi kepeduluan sosial sebagai dasar perancangan platform aplikasi ini. Melalui kedua warna ini BANTOO ingin menampilkan identitas yang tidak hanya memberikan solusi praktis, namun juga tetap berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan domestik di Indonesia.

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan BANTOO dirancang untuk menciptakan sistem kerja yang terarah, efisien, dan dapat mendukung kelancaran operasional perusahaan. Struktur perusahaan disusun secara strategis guna membangun koordinasi yang jelas antara penulis dan tim. Hal ini bertujuan sehingga BANTOO dapat kerja secara optimal dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas organisasi merupakan atribut penting yang terbentuk dari struktur yang terkoordinasi dengan baik, sehingga memungkinkan perusahaan mencapai tujuan serta target kinerja yang telah ditetapkan, baik dari segi kualitas, kuantitas, maupun ketepatan waktu (Kusumaningrum et al., 2024). Adapun struktur organisasi BANTOO adalah sebagai berikut:



Gambar 2.7 Struktur Perusahaan

Dalam upaya mencapai visi dan tujuan perusahaan, BANTOO menerapkan struktur yang terdiri dari empat anggota tim inti, dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang disesuaikan dengan kompetensi serta keahlian masing-masing. Berikut merupakan tanggung jawab dan jobdesk masing-masing anggota:

1. Ilyasa Fayrazs (*Creative Director*)

Bertanggung jawab dalam mengarahkan serta mengawasi keseluruhan konsep branding dan visual merek BANTOO. Perannya

meliputi penetapan identitas merek, penentuan arah visual dan konsep kreatif secara konsisten, serta koordinasi tim kreatif (*designer* dan *illustrator*) agar seluruh output selaras dengan visi dan positioning brand. Selain itu, melakukan proses persetujuan dan evaluasi terhadap hasil desain sebelum dipublikasikan, serta memastikan konsistensi identitas merek di seluruh media dan platform komunikasi

2. Natalie Elena (*Social Media Marketing Designer*)

Bertanggung jawab merancang konten visual untuk kebutuhan media sosial dan kampanye digital BANTOO. Mengembangkan strategi konten yang sejalan dengan identitas merek dan karakteristik target audiens. Mengelola tampilan *visual feed*, *story*, serta *campaign* agar konsisten dan mampu meningkatkan engagement. Berkolaborasi dengan tim kreatif dalam menghasilkan konten yang komunikatif dan relevan, serta melakukan analisis performa konten guna meningkatkan efektivitas komunikasi merek.

3. Jocelin Oscar (*UI/UX Designer*)

Bertanggung jawab dalam merancang tampilan antarmuka (*user interface*) serta pengalaman pengguna (*user experience*) pada produk digital BANTOO. Tugasnya meliputi penyusunan *wireframe*, *user flow*, dan *prototype* sebagai dasar pengembangan produk. Selain itu, melakukan riset pengguna guna memahami kebutuhan, preferensi, serta perilaku pengguna aplikasi. Berkolaborasi secara aktif dengan tim produk dan tim kreatif dalam proses pengembangan, serta memastikan konsistensi desain antarmuka agar tetap intuitif, fungsional, dan berorientasi pada kenyamanan pengguna.

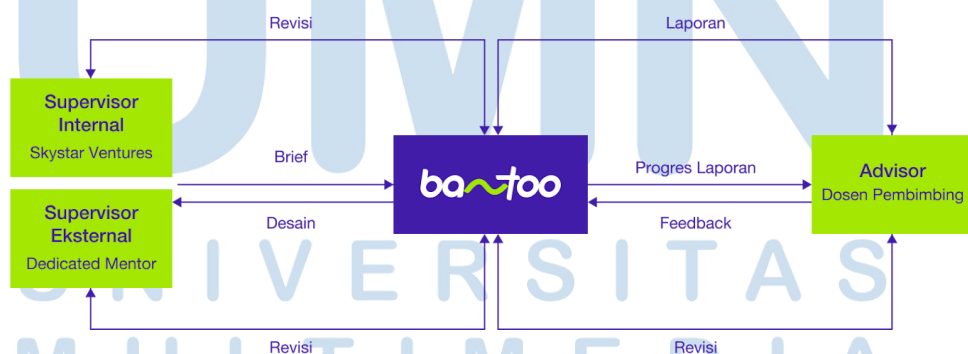
4. Benedikta Eufrasia Kinanti Sasongko (*Illustrator*)

Bertanggung jawab dalam pembuatan ilustrasi dan aset visual sesuai kebutuhan *brand* dan produk. Mengembangkan gaya ilustrasi yang konsisten dengan identitas visual BANTOO, serta menyediakan aset untuk media sosial, aplikasi, dan materi promosi. Berkolaborasi dengan *designer* untuk mendukung *visual storytelling*,

serta menyesuaikan hasil ilustrasi dengan konsep kreatif dan arahan branding yang telah ditetapkan.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pelaksanaan MBKM yang dilakukan oleh penulis tidak akan berjalan tanpa adanya bantuan dari *supervisor*, *advisor*, hingga *supervisor* eksternal. *Supervisor* merupakan pembimbing dari pihak Skystar Ventures yang membimbing dari segi perancangan ide bisnis hingga perumusan nilai bisnisnya. *Advisor* merupakan dosen dari program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) yang bertanggung jawab untuk membimbing dari segi perancangan laporan akademik. Beda halnya dengan *supervisor* eksternal yang memberikan pendampingan berdasarkan pengalaman dalam mengelola bisnis, khususnya dalam bentuk masukan, saran, maupun arahan strategis untuk bisnis penulis. Alur kerja perusahaan berjalan di antara ketiga belah pihak dengan penulis dalam bentuk bimbingan. Setelah melakukan bimbingan dari ketiga belah pihak, perancangan akan dijalankan sesuai dengan masukan dan saran yang diberikan. Proses bimbingan ini dilakukan secara bergantian dari *week* 1 hingga *week* 14, dengan *timeline* yang terstruktur. Walaupun ketiga pembimbing tersebut berasal dari *background* yang berbeda, namun ketiganya dapat memberikan bimbingan maupun *feedback* yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam perancangan aplikasi BANTOO.



Gambar 2.8 Alur Koordinasi Tim BANTOO

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha ide bisnis dapat dianalisa dalam bentuk analisa *Break Event Point* (BEP). BEP merupakan kondisi ketika jumlah pendapatan dan pengeluaran perusahaan berada pada titik yang sama alias impas, titik ini menjadi indikator penting untuk mengetahui apakah usaha sudah berada di jalur yang tepat menuju keuntungan (Tim Bank Mega Syariah. 2025). Sebelum menghitung titik impas tersebut, penulis dan tim telah membuat tabel perancangan biaya operasional yang meliputi kantor, furnitur, karyawan, pengembangan dan pemeliharaan aplikasi infrastruktur teknologi, hingga branding dan strategi pemasaran perusahaan BANTOO dalam 1 tahun kedepan. Berikut merupakan tabel. Perancangan biaya perusahaan BANTOO:

Tabel 2.1 Biaya Operasional dan Biaya Set Up Awal per Tahun

No	Kategori	Spesifikasi	Jenis	QTY	Biaya Per-Bulan	Biaya Tetap	Total Perbulan	Total Tetap (1thn)	
1	Kantor	Cost Sewa	RUKO Hampton 3 Lt. (https://www.ruko.com)	1	Rp12.500,000	Rp150,000,000	Rp12.500,000	Rp150,000,000	
		Listrik (Pasca Bayar)		1	Rp3.500,000		Rp3.500,000	Rp0	
		PAM		1	Rp500,000		Rp500,000	Rp0	
		Pantry (Kopi, dll)		1	Rp500,000		Rp500,000	Rp0	
		Toilet Duduk		3		Rp2,500,000		Rp0	Rp7,500,000
		Tissue Toilet (See U)	1 pack isi 10	1	Rp20,000		Rp20,000	Rp0	
		Sabun Cuci Tangan		2	Rp35,900		Rp71,800	Rp0	
		Bidet		1	Rp340,000		Rp340,000	Rp0	
		Tissue Meja		4	Rp30,000		Rp120,000	Rp0	
		Internet		1	Rp1,000,000		Rp1,000,000	Rp0	
2	Furniture	Komputer		2		Rp4,200,000	Rp0	Rp8,400,000	
		Meja (staff)		12		Rp500,000	Rp0	Rp6,000,000	
		Kursi (staff)		14		Rp150,000	Rp0	Rp2,100,000	
		Meja (resepsionis)		1		Rp2,500,000	Rp0	Rp2,500,000	
		Meja (direksi)		1		Rp2,000,000	Rp0	Rp2,000,000	
		Kursi (direksi)		4		Rp2,000,000	Rp0	Rp8,000,000	
		Printer		1		Rp3,500,000	Rp0	Rp3,500,000	
		AC (daikin 1 PK)		3		Rp5,459,000	Rp0	Rp16,377,000	
		Papan Tulis		2		Rp80,000	Rp0	Rp160,000	
		Proyektor		2		Rp5,000,000	Rp0	Rp10,000,000	
		Penghapus Papan Tulis		8		Rp5,000	Rp0	Rp40,000	
		Spidol	1 kotak isi 12	3	Rp85,000		Rp255,000	Rp0	
		Karpet		2		Rp150,000	Rp0	Rp300,000	
		Sofa		1		Rp3,000,000	Rp0	Rp3,000,000	
3	Karyawan	D. Marketing	S. Mkt	1	Rp6,500,000		Rp6,500,000	Rp0	
			Jr. Mkt	1	Rp4,000,000		Rp4,000,000	Rp0	
		D. Operasional	Quality Control	1	Rp5,500,000		Rp5,500,000	Rp0	
			Rekrutmen and Training	1	Rp4,000,000		Rp4,000,000	Rp0	
		D. Creative	Creative Director	1	Rp8,000,000		Rp8,000,000	Rp0	
			UI/UX Designer	1	Rp8,000,000		Rp8,000,000	Rp0	
			Graphic Designer	1	Rp5,500,000		Rp5,500,000	Rp0	
		D. Finance & Legal		1	Rp6,000,000		Rp6,000,000	Rp0	
		D. IT. Tech	Backened End	1	Rp10,000,000		Rp10,000,000	Rp0	
			Front end	1	Rp8,000,000		Rp8,000,000	Rp0	
	CS (Admin)	2	Rp3,000,000		Rp6,000,000	Rp0			
4	Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi	QA / Tester		1	Rp1,000,000		Rp1,000,000	Rp0	
		Maintenance & Bug Check		1	Rp1,000,000		Rp1,000,000	Rp0	
		Apple Store Fee		1	Rp1,600,000		Rp1,600,000	Rp0	
5	Infrastruktur Teknologi	Cloud Hosting		1	Rp1,000,000		Rp1,000,000	Rp0	
		Database Server		1	Rp300,000		Rp300,000	Rp0	
		Domain & SSL		1	Rp100,000	Rp500,000	Rp100,000	Rp500,000	
		SMS OTP		1	Rp200,000		Rp200,000	Rp0	
		Legalitas UMKM		1		Rp500,000	Rp0	Rp500,000	
7	Branding & Pemasaran	Promo Launching		1	Rp10,000,000		Rp10,000,000	Rp0	
TOTAL							Rp105,506,800	Rp220,877,000	
							Bulan	12	
								Rp1,266,081,600	

N U S A N T A R A

Tabel berikut merupakan tabel biaya operasional dan biaya tetap Perusahaan dalam kurun waktu 1 tahun. Total biaya yang BANTOO butuhkan untuk beroperasi merupakan Rp 1.266.081.600, dengan pertimbangan BANTOO memiliki kantor untuk bekerja, karyawan, pembelian mebel, pengembangan hingga pemeliharaan aplikasi, hingga pemasaran. Di lain sisi karena adanya fitur *add-on* aplikasi, penulis juga membuat tabel biaya peralatan *add-on* untuk rentang waktu 1 tahun kedepan. Berikut merupakan tabel biaya *add-on*:

Tabel 2.2 Biaya *Add-On* Aplikasi

No	Kategori	Biaya Tetap	qty	rentang waktu	Biaya Tetap	Biaya Tahun
1.	Alat Add On	Sapu Lantai	5	6 bulan (x2)	40.000	400.000
2.		Vacuum Cleaner	2	4 tahun (:4)	2.500.000	1.250.000
3.		Ember Pel	2	4 tahun (:4)	120.000	60.000
4.		Kain Lap	5	1 minggu (x52)	10.000	2.600.000
5.		Kemoceng	3	1 tahun	35.000	105.000
6.		Cairan pembersih lantai (500ml)	1	1 botol per 3 hari	10.000	1.200.000
7.		Pengharum ruangan (225ml)	1	3 botol per per hari (asumsin ya untuk 30 order dengan asumsi 1 botol 10 rumah abis)	40.000	43.800.000
8/		Cairan pembersih toilet (500ml)	1	1 botol 3 per hari	50.000	54.750.000

Total Modal ADD ON BANTOO (1 tahun)

Rp. 104.165.000

Setelah diketahui tabel biaya modal add on BANTOO, ditentukan pula tabel biaya transportasi BANTOO. Tabel biaya transportasi BANTOO dirancang sebagai ongkos perjalanan asisten rumah tangga menuju lokasi pengguna. Berikut merupakan perhitungan tabel biaya transportasi BANTOO:

Tabel 2.3 Biaya *Add-On* Aplikasi

Hitungan Ongkir	
Ongkir <u>BANTOO</u> /Km	Rp2,800
Jumlah Km (Max jarak)	4
Biaya /Km	Rp12,200
Biaya Perhari (Subsidi <u>BANTOO</u>)	Rp1,329,800
<u>Perbulan</u> (30 hari)	Rp25,254,000
<u>Pertahun</u> (365 hari)	Rp 485,377,000

Perhitungan tabel biaya ini dirancang berdasarkan tarif GoRide zona II yang merupakan kawasan sekitar Jabodetabek, dengan harga Rp2.800 /km (Onlinejek, 2023). Melalui pernyataan ini maka ditetapkan biaya /Km merupakan Rp12.000, dengan jumlah total biaya perhari Rp1.329.800 dan pertahun Rp485.377.000.

Tabel 2.4 Tabel Total Biaya Operasional Satu Tahun

Jenis Biaya Kebutuhan	Nominal	Durasi (bulan)	Total
Biaya Perbulan	Rp105,506,800	12	Rp1,266,081,600
Biaya Tetap Tahunan Operasional	Rp220,877,000	1	Rp220,877,000
Biaya Add-on	Rp104,165,000	1	Rp104,165,000
Biaya Transaksi Tahunan Transportasi	<u>Rp485,377,000</u>	1	<u>Rp485,377,000</u>
		Total <u>Pertahun</u>	Rp2,076,500,600

Melalui pemaparan tersebut, dapat ditetapkan biaya operasional BANTOO dalam kurun waktu 1 tahun sebesar Rp 2.076.500.600. Melalui total biaya operasional BANTOO, penulis dan tim turut menghitung jumlah transaksi yang harus di dapatkan penulis untuk balik modal, maka harus ditentukan terlebih dahulu harga jasa *customer, fee* asisten rumah tangga, dan *payment gateway*. Berikut merupakan perhitungan asumsi harga jasa *customer, fee* asisten rumah tangga, dan *payment gateway* untuk mendapatkan jumlah transaksi yang harus didapatkan pertahun untuk mendapatkan modal kembali. Berikut merupakan tabel

harga jasa asisten rumah tangga per jam dan per 2 jam sebagai minimal waktu jasa bersih-bersih di dalam aplikasi BANTOO:

Tabel 2.5 Biaya Jasa Asisten Rumah Tangga

No.	Kategori	Per Transaksi
1.	Harga Jasa Pengguna (per 2 jam)	Rp 212.900
	<i>Fee</i> ART (per 2 jam)	Rp. 160.000
2.	<i>Fee</i> ART (per 1 jam)	Rp 80.000
3.	<i>Payment Gateway</i> (2,5%)	Rp 3.750

Setelah ditetapkannya modal operasional dan harga jasa customer, *fee* asisten rumah tangga, dan *payment gateway*. Berikut merupakan rumus BEP untuk menentukan titik tengah dari kelayakan bisnis. Biaya tetap produksi merupakan biaya total operasional dan set up awal. Sedangkan *Average Revenue per User* (ARPU) adalah pendapatan rata rata yang dihasilkan dari tiap pengguna selama periode waktu yang telah ditentukan untuk menunjukkan sebesar apa kontribusi pendapatan yang didapat dari tiap individu saat menggunakan layanan maupun produk yang ditawarkan. Untuk menghitung BEP diperlukan ARPU sehingga penulis dapat mencari revenue atau keuntungan tiap transaksi di dalam aplikasi. Berikut merupakan rumus BEP:

$$\text{RUMUS BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap Produksi}}{\text{ARPU}}$$

Gambar 2.9 Rumus BEP
Sumber: Mekari (2025)

Dari rumus ini ditetapkan bahwa untuk menemukan BEP maka Biaya Tetap Produksi yang merupakan biaya operasional keseluruhan aplikasi, harus dibagi dengan ARPU transaksi aplikasi BANTOO. Untuk menentukan BEP,

penulis menggunakan harga minimal yaitu harga jasa asisten rumah tangga yang akan digunakan di dalam aplikasi. Berikut merupakan perhitungan BEP untuk aplikasi BANTOO.

BEP UNIT PER TAHUN

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap Produksi}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit} - \text{Payment Gateway}} \\
 \text{BEP Unit} &= \frac{2.076.500.600}{212.900 - 160.000 - 3.750} \\
 \text{BEP Unit} &= 39.253 \\
 \text{BEP Unit (per bulan)} &= 3271 \\
 \text{BEP Unit (per hari)} &= 109
 \end{aligned}$$

Gambar 2.10 Perhitungan BEP BANTOO

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa aplikasi BANTOO membutuhkan setidaknya 39.253 transaksi pertahun untuk mencapai titik impas atau kondisi dimana pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan sama. Jumlah ini setara dengan jumlah 3.271 per bulan, dan 109 transaksi per hari. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat transaksi yang harus BANTOO capai harus berada di atas 109 transaksi per hari sehingga BANTOO dapat balik modal dalam 1 tahun.

