

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Ide bisnis yang kami sediakan berupa aplikasi berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan furniture bekas affordable dan terpercaya bagi perantau dan keluarga muda di wilayah Jabodetabek. Aplikasi ini berfungsi sebagai platform yang memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli melalui sistem yang aman dan transparan, sehingga proses jual beli menjadi lebih praktis dan dapat dipercaya.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Pada tahap awal, tim mengidentifikasi permasalahan utama di wilayah Jabodetabek, yaitu tingginya mobilitas penduduk yang berdampak pada meningkatnya kebutuhan perabotan rumah tangga yang bersifat sementara. Berdasarkan Data Survei Biaya Hidup (SBH) BPS tahun 2022, rata-rata pengeluaran rumah tangga di Jakarta mencapai Rp14,88 juta per bulan, dengan sekitar Rp940.042 dialokasikan untuk perlengkapan dan peralatan rumah tangga. Data tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan perabot menjadi salah satu komponen biaya hidup yang cukup signifikan.

Tingginya perpindahan penduduk juga berkontribusi pada munculnya hunian sementara yang berdampak pada peningkatan sampah rumah tangga, termasuk kategori *bulky waste* seperti perabotan (Putranto, 2023). Kondisi ini diperkuat oleh Desajagapati (2022) yang menyatakan bahwa sampah anorganik sulit terurai dan memerlukan penanganan yang serius.

Berdasarkan analisis tersebut, penulis melihat adanya peluang bisnis yang dapat dikembangkan melalui penerapan prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*), khususnya pada aspek *reuse*. Rosmala (2020, p.166) menjelaskan bahwa penerapan prinsip 3R memiliki potensi pemanfaatan sebesar 30-40% serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya peluang pasar sekaligus kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan. Selanjutnya, tim melakukan analisis pasar digital melalui website Smartscrapers yang menunjukkan

bahwa terdapat puluhan toko perabot bekas di Jakarta. Namun, hanya sebagian kecil yang memasarkan produknya melalui media sosial, dan belum tersedia platform digital yang secara khusus memfasilitasi jual beli perabot rumah tangga bekas.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim merumuskan ide bisnis berupa aplikasi Loaket, yaitu platform digital yang memfasilitasi distribusi perabot rumah tangga bekas di wilayah Jabodetabek. Pada semester Entrepreneurship & Innovation Program, fokus pengembangan diarahkan pada perancangan aplikasi *marketplace* perabot bekas yang *user friendly*, informatif, intuitif, serta mendukung proses transaksi yang praktis.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melalui proses analisis permasalahan dan pemetaan potensi pasar, tim akhirnya menetapkan ide bisnis berupa pengembangan aplikasi Loaket, sebuah platform digital berbasis mobile yang dirancang untuk mempertemukan penjual dan pembeli perabotan rumah tangga bekas di kawasan Jabodetabek.

Keputusan ini tidak diambil tanpa alasan. Mobilitas penduduk Jabodetabek yang tinggi menciptakan permintaan perabotan rumah tangga yang terus berputar, sekaligus menghasilkan tumpukan sampah berukuran besar yang sulit dikelola atau biasa disebut bulky waste (Putranto, 2023). Di sisi lain, data Survei Biaya Hidup BPS 2022 menunjukkan bahwa masyarakat rata-rata menghabiskan Rp940.042 per bulan hanya untuk perlengkapan rumah tangga (Nadira, 2025) angka tersebut mencerminkan betapa besarnya potensi pasar di segmen ini. Kini belum ada platform digital yang benar-benar fokus menjawab kebutuhan jual beli perabotan bekas secara spesifik (Smartscrapers, 2025).

Loaket dikembangkan sebagai solusi berbasis ICT dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menghubungkan penjual dan pembeli dalam satu ekosistem digital. Unsur inovasi terletak pada fokus khusus pada perabotan rumah tangga bekas serta penerapan prinsip

keberlanjutan melalui konsep *reuse*, sehingga tidak hanya berorientasi pada transaksi ekonomi, tetapi juga pada pengurangan limbah dan pemanfaatan ulang barang layak pakai. Proses pengembangan direncanakan selama satu semester yang meliputi riset pengguna, perancangan UI/UX, pembuatan prototype, hingga tahap pengujian.

Secara visual, desain Loaket dirancang dengan tampilan yang menarik dan mudah dipahami guna menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif. Identitas aplikasi diperkuat melalui penggunaan warna dominan yang merepresentasikan keberlanjutan, kepercayaan, dan kenyamanan. Struktur navigasi disusun secara sederhana agar pengguna dapat membaca informasi dengan jelas dan berpindah antar fitur secara efisien. Elemen visual seperti ikon, kategori, dan highlight produk digunakan untuk membantu pengguna dalam mengidentifikasi informasi penting secara cepat.

Loaket menghadirkan sejumlah fitur utama seperti *bundle package (based on life event)*, *nearby location*, *negotiation*, *safer transaction*, and *verification*. Halaman *home* berfungsi sebagai *call to action page* yang memberikan gambaran umum aplikasi, menampilkan kategori populer, serta produk terbaru. Fitur *bundle package* menyajikan produk yang sesuai dengan kategori kebutuhan spesifik, seperti pindah kos, baru menikah, atau menempati rumah kontrakan sehingga memungkinkan pembelian beberapa perabot dalam satu paket, sehingga lebih praktis dan efisien dalam pengiriman. Fitur *nearby location* menyajikan pilihan toko dan barang yang tersedia disekitar user sehingga bisa mengestimasi pengiriman yang lebih cepat dan lokasi terdekat perabot dan toko. Fitur *negotiation* memfasilitasi proses tawar-menawar harga antara pembeli dan penjual untuk barang satuan. Fitur *safer transaction* sebagai alat tolak ukur dan nilai jual aplikasi karena beberapa *e-commerce* lain mengalihkan transaksi ke tempat lain, selain itu terdapat sistem *back end* yang memastikan menjaga pembayaran 3 hari terakhir setelah penerimaan guna mencegah scam dari pembeli atau penjual. Terakhir, *verification* untuk akun, toko, dan setiap produk yang diupload untuk menjaga keamanan pembelian produk di aplikasi sebagai citra keamanan dan menjamin pilihan lebih aman.

2.2 Business Model Canvas

Menurut Bisnis Canvas (Harahap et al., 2024, p.16), *Business Model Canvas* adalah alat inovatif yang membantu perusahaan dalam merumuskan proposisi nilai, menentukan segmen pasar yang tepat, merancang saluran distribusi, serta mengelola hubungan dengan pelanggan berbasis teknologi.

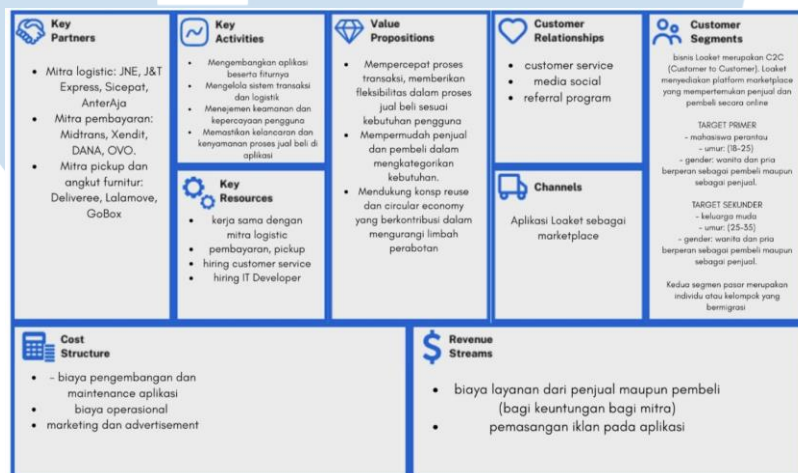
1. Segmen Pasar adalah langkah penting dalam membangun model bisnis yang solid. Loaket mengadopsi model C2C (*Customer to Customer*), di mana platform mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung. Target primer Loaket adalah mahasiswa perantau berusia 20-30 tahun yang bisa berperan sebagai penjual maupun pembeli. Sementara target sekundernya adalah keluarga muda berusia 31-40 tahun dengan peran serupa. Kedua segmen ini memiliki kesamaan, yaitu merupakan individu atau kelompok yang sedang dalam proses perpindahan tempat tinggal.
2. *Value Proposition* adalah manfaat atau keunggulan yang ditawarkan untuk menjawab kebutuhan, permasalahan, atau keinginan pelanggan. Loaket menawarkan kemudahan berupa percepatan proses transaksi, fleksibilitas dalam jual beli sesuai kebutuhan pengguna, serta kemudahan dalam mengategorikan barang. Di samping itu, Loaket juga mendukung konsep *reuse* dan *circular economy* sebagai upaya nyata dalam mengurangi limbah perabotan rumah tangga.
3. *Channels* adalah saluran yang digunakan untuk menyampaikan produk atau layanan kepada pelanggan. Loaket menggunakan aplikasi Loaket itu sendiri sebagai satu-satunya marketplace untuk mempertemukan penjual dan pembeli.
4. *Customer Relationship* bertujuan membangun hubungan yang kuat sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan. Loaket menjalin hubungan dengan penggunanya melalui layanan customer service

yang responsif, interaksi aktif di media sosial, serta program referral yang dirancang untuk mendorong loyalitas jangka panjang.

5. *Revenue Streams* adalah sumber-sumber pendapatan yang dihasilkan bisnis. Loaket memperoleh pendapatan dari biaya layanan sebesar 5% dari nilai transaksi yang dikenakan kepada penjual, serta biaya layanan sebesar Rp1.500 per transaksi untuk pembeli. Selain itu, Loaket juga membuka peluang pendapatan dari iklan dalam aplikasi dan kolaborasi dengan pihak eksternal dengan bagi hasil sebesar 10-20%
6. *Key Resources* adalah sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan seluruh aktivitas bisnis. Loaket memerlukan kemitraan dengan pihak logistik, layanan pembayaran, serta jasa pickup dan pengangkutan furnitur. Selain itu, dibutuhkan pula tim *customer service* untuk menangani keluhan pengguna, serta *IT Developer* untuk menjaga keamanan sistem, mengembangkan fitur aplikasi, dan mendorong inovasi berkelanjutan.
7. *Key activities* merupakan aktivitas yang mencakup proses persiapan dan pengembangan produk atau layanan hingga dapat disampaikan kepada pelanggan akhir. Loaket menjalankan *key activities* secara bertahap, dimulai dari:
 - a. Tahap persiapan yang dilakukan melalui kegiatan riset dan analisis.
 - b. Pengembangan aplikasi beserta fitur-fiturnya, termasuk pengelolaan sistem transaksi dan logistik.
 - c. Pengelolaan keamanan serta upaya membangun kepercayaan pengguna.
 - d. Evaluasi yang dilakukan untuk memastikan proses jual beli di dalam aplikasi berjalan lancar dan memberikan kenyamanan bagi pengguna.
8. *Key Partnership* adalah hubungan kerja sama dengan pihak luar yang mendukung jalannya bisnis. Loaket bermitra dengan penyedia

layanan logistik seperti JNE, J&T Express, SiCepat, dan AnterAja. Untuk sistem pembayaran, Loaket bekerja sama dengan Midtrans, Xendit, DANA, dan OVO. Sementara untuk layanan pickup dan pengangkutan furnitur, Loaket menggandeng Deliverree, Lalamove, dan GoBox.

9. *Cost Structure* mencakup seluruh pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Bagi Loaket, biaya utama meliputi pengembangan dan pemeliharaan aplikasi, biaya operasional *customer service*, serta pengeluaran untuk kegiatan pemasaran, promosi, dan periklanan.



Gambar 2.1 Contoh Gambar *Business Model Canvas*

Pada bagian ini, terdapat informasi mengenai *key partners*, *activities*, *resources*, *value propositions*, *customer relationships*, *customer segments*, *channels*, *cost structure* & *revenue streams*. Bisnis *canvas* Loaket ditentukan atas penggambaran kemana bisnis akan berjalan dan mampu memberikan lebih dalam *target business*.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Loaket (*Loak Market*) merupakan ide bisnis yang mulai dirumuskan pada tahun 2025 dan resmi diimplementasikan pada tahun 2026 oleh Natasya Herawati Geong bersama Amanda Isabell Patryce Zora, Evelyn Magdalena Irianto, dan Jenice Aurelia Samsie dalam program *Entrepreneurship & Innovation*. Ide ini lahir dari pengalaman pribadi salah satu anggota tim sebagai mahasiswa perantau yang

kesulitan mengelola dan menjual barang bekas ketika harus berpindah tempat tinggal. Perabotan berukuran besar seperti lemari, dipan, kasur, dan meja sering kali sulit dijual karena keterbatasan informasi pasar, jaringan pembeli, serta belum adanya platform yang secara khusus mewadahi jual beli perabotan rumah tangga bekas.

Nama Loaket berasal dari gabungan kata “loak” dan “*market*”, yang mencerminkan fungsi utamanya sebagai pasar barang bekas berbasis digital. “Loak” merujuk pada barang bekas sebagai objek utama transaksi, sedangkan “*market*” menunjukkan tempat terjadinya aktivitas jual beli. Melalui Loaket, pengguna dapat menjual dan mencari perabotan bekas secara lebih praktis hanya dalam satu aplikasi, tanpa perlu mencari pembeli secara manual.

Berdasarkan riset tim, wilayah Jabodetabek memiliki tingkat mobilitas penduduk yang tinggi, baik untuk kebutuhan pendidikan maupun pekerjaan. Kondisi ini mendorong munculnya hunian sementara seperti kos dan kontrakan yang meningkatkan kebutuhan perabotan rumah tangga. Namun, ketika terjadi perpindahan tempat tinggal, banyak barang yang akhirnya tidak terpakai dan berpotensi menjadi sampah, khususnya sampah berukuran besar yang sulit terurai. Oleh karena itu, penerapan prinsip 3R, khususnya *reuse*, menjadi pendekatan yang relevan untuk memperpanjang siklus penggunaan perabotan yang masih layak pakai sekaligus memberikan nilai ekonomis pada barang bekas.

Hasil analisis kompetitor menunjukkan bahwa memang sudah terdapat beberapa platform jual beli barang bekas seperti Carousel, OLX, Preloved, dan Bekasku. Namun, *platform* tersebut masih bersifat umum dan tidak secara spesifik berfokus pada furniture bekas. Sebagian menggunakan sistem penawaran dan negosiasi manual, bahkan ada yang mengarahkan transaksi ke luar aplikasi. Hal ini membuka peluang bagi Loaket untuk hadir sebagai *marketplace* yang lebih terfokus pada kategori perabotan rumah tangga bekas.

Secara konsep, Loaket merupakan *platform e-commerce* berbasis aplikasi mobile yang dirancang untuk memberikan pengalaman transaksi yang mudah, aman, dan cepat. Loaket mempertemukan penjual yang ingin melepas perabotan tidak terpakai dengan pembeli yang membutuhkan furniture bekas layak

pakai dengan harga lebih ekonomis. Tidak hanya menjadi solusi bagi mahasiswa dan masyarakat urban, Loaket juga mendukung terciptanya ekonomi sirkular melalui praktik keberlanjutan.

Visi Loaket adalah menjadi *platform* digital yang memfasilitasi transaksi perabotan rumah tangga bekas yang praktis, terpercaya, dan berkelanjutan. Untuk mewujudkan visi tersebut, Loaket memiliki beberapa misi, sebagai berikut:

1. Menyediakan platform yang mudah digunakan dan terintegrasi untuk transaksi furniture bekas.
2. Menghubungkan penjual dan pembeli secara efisien melalui sistem yang transparan dan aman.
3. Mendukung penerapan prinsip reuse dalam ekonomi sirkular guna mengurangi limbah furniture rumah tangga.
4. Memberi solusi ekonomis bagi masyarakat urban, mahasiswa dan perantau dalam memenuhi kebutuhan perabotan rumah tangga bekas.

Loaket adalah *platform* perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang berfokus pada perabotan rumah tangga bekas. Loaket dikembangkan dalam bentuk aplikasi mobile untuk memberikan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan efisien. *Platform* ini mempertemukan penjual yang ingin menjual perabot tidak terpakai dengan pembeli yang membutuhkan furnitur layak pakai dengan harga yang lebih terjangkau. Loaket menghadirkan fitur berbasis life event yang mengelompokkan kebutuhan sesuai momen dan tahap kehidupan pengguna. Contohnya mahasiswa perantau yang tinggal di kos, pasangan yang baru menikah, maupun individu yang baru bekerja dan memerlukan perabot untuk hunian sementara. Fitur ini membantu pengguna menemukan barang yang relevan dengan kebutuhannya secara lebih cepat dan praktis.

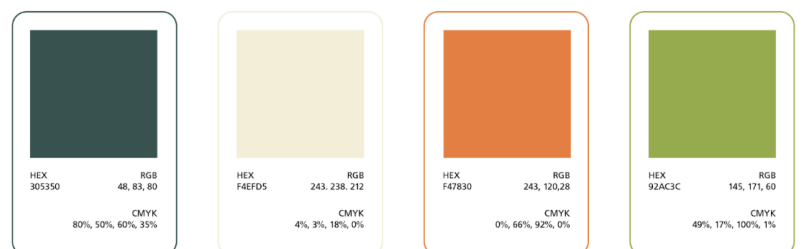
Loaket tidak hanya memfasilitasi transaksi jual beli furnitur bekas, tetapi juga mendorong gaya hidup yang lebih berkelanjutan, hemat, dan praktis. Melalui pendekatan ini, Loaket berkontribusi dalam memperpanjang masa pakai barang sehingga lebih ramah terhadap lingkungan. Loaket memiliki identitas visual yang mencerminkan karakter aplikasinya sebagai marketplace perabot rumah tangga bekas yang efektif, terpercaya, dan fungsional, namun tetap dikemas secara

menarik agar terasa dekat dengan target pengguna. Identitas visual tersebut mencakup elemen logo, palet warna, tipografi, serta *supergraphic* yang dirancang secara konsisten.



Gambar 2.2 Contoh Logo Perusahaan Loaket

Loaket memiliki dua jenis logo, yaitu *logo mark* sebagai logo utama dan *Combination Mark* sebagai logo pendukung. Pada *logo mark*, terdapat bentuk siluet kursi dan meja yang menggambarkan fokus utama Loaket pada perabotan rumah tangga. Di sisi huruf “L” terdapat elemen panah yang mengarah ke atas. Panah ini melambangkan perpindahan serta keberlanjutan barang bekas dari satu pemilik ke pemilik berikutnya, sekaligus mencerminkan kecepatan dan transisi. Secara konseptual, logo ini terinspirasi dari nama Loaket, di mana huruf “L” merepresentasikan “Loak” dan elemen panah sebagai bagian dari huruf “K” merepresentasikan “ket”. Bentuk yang tegas namun tetap dinamis, logo Loaket menggambarkan sistem yang terstruktur dan praktis, serta memberikan kesan modern dan ramah sesuai gaya hidup urban yang aktif.



Gambar 2.3 Contoh *Color pallete*

Palet warna utama Loaket menggunakan oranye (#F47830) sebagai warna dominan, yang kemudian dipadukan dengan *deep teal* (#305350), krem

(#F4EFD5), dan hijau (#92AC3C) untuk merepresentasikan karakter brand yang aktif, ramah, dan berorientasi pada keberlanjutan. Warna oranye memberikan kesan hangat dan mudah didekati, *deep teal* menumbuhkan rasa percaya, krem menghadirkan nuansa ringan dan nyaman, sementara hijau memperkuat nilai reuse yang diusung Loaket. Perpaduan warna ini dirancang untuk membentuk citra Loaket sebagai platform yang dinamis, praktis, dan approachable bagi penggunanya.



Gambar 2.4 *Typhography*

Loaket mengadopsi jenis huruf *sans-serif* sebagai bagian dari identitas visualnya. Font utama yang digunakan adalah Zain, yang memiliki karakter santai, sederhana, dan dinamis namun tetap terlihat tegas. Pemilihan font ini bertujuan untuk menampilkan kesan *bold*, menonjol, sekaligus ramah terhadap pengguna. Selain itu, Loaket juga menggunakan CartoGothic Std sebagai font pendukung yang bersifat *clean* dan netral, terutama untuk teks berukuran kecil seperti *body text* agar tetap terbaca jelas dan terlihat profesional.

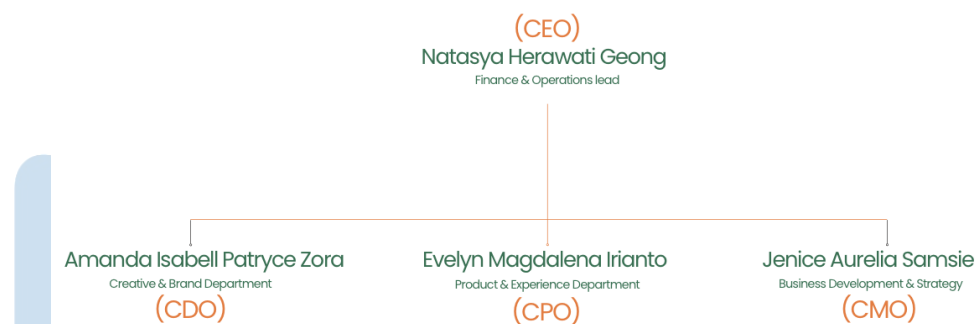


Gambar 2.5 *Supergraphic*

Supergraphic Loaket menggunakan elemen ikon berbentuk batu bata. Bentuk ini dikembangkan dari kombinasi huruf “L” dan elemen panah yang terdapat pada *logo mark*, sehingga tercipta kesinambungan visual yang tetap konsisten dengan identitas utama brand. Pemilihan batu bata sebagai elemen utama melambangkan fondasi sebuah tempat tinggal. Makna tersebut sejalan dengan peran Loaket dalam menyediakan perabotan rumah tangga bekas yang turut menunjang kenyamanan dan kelayakan hunian. Melalui konsistensi antara *supergraphic* dan logo, identitas visual Loaket diharapkan semakin kuat dan mudah diingat oleh pengguna.

2.4 Struktur Perusahaan

Bisnis bisa berjalan dengan optimal apabila memiliki struktur perusahaan yang baik. Oleh karena itu Loaket turut menerapkan sistem pembagian struktur sehingga kinerja tim bisa terorganisir dan mampu membagi tugas dengan jelas sesuai arahan. Berikut adalah struktur perusahaan dari tim Loaket:



Gambar 2.6 Struktur Perusahaan

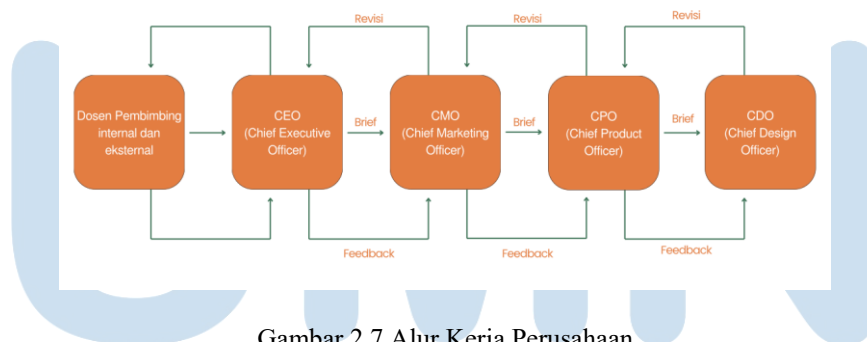
1. Natasya Herawati, CEO: Bertanggung jawab untuk memimpin dan mengarahkan visi serta misi perusahaan, menyusun strategi bisnis jangka panjang, dan mengawasi operasional secara keseluruhan. CEO juga berkoordinasi dengan CDO, CPO, dan CMO dalam menganalisis, merencanakan, serta mengimplementasikan strategi bisnis perusahaan.
2. Amanda Isabell Patryce Zora, CDO: Bertanggung jawab untuk mengelola identitas dan citra brand perusahaan, termasuk pengembangan logo, sistem

desain, serta seluruh kebutuhan visual agar konsisten dan sesuai dengan positioning brand.

3. Evelyn Magdakena Irianto, CPO: Bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola produk, termasuk perencanaan fitur, perancangan pengalaman pengguna (UI/UX), serta memastikan produk berjalan sesuai kebutuhan target market dan visi perusahaan, mulai dari tahap riset, pengembangan, hingga evaluasi dan pengembangan berkelanjutan.
4. Jenice Aurelia Samsie, CMO: Bertanggung jawab untuk menyusun strategi pemasaran, mengembangkan brand awareness, serta meningkatkan pertumbuhan user dan penjualan melalui strategi promosi.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Dalam program MBKM kewirausahaan ini, tim Loaket berkoordinasi dengan dosen pembimbing internal serta supervisor eksternal untuk mengembangkan bisnis Loaket. Berikut alur kerja bisnis Loaket adalah sebagai berikut:



Gambar 2.7 Alur Kerja Perusahaan

1. Susunan Ide Bisnis dan Rencana Pengembangan Bisnis
Bisnis Loaket diintegrasikan oleh CEO, CMO, CPO dan CDO menyusun ide bisnis dengan strategi dan rencana yang didiskusikan bersama *supervisor* dan pembimbing eksternal. Bersama penulisan laporan struktur bisnis yang dibicarakan dengan dosen pembimbing internal bantu mengoptimalkan pengerjaan strategi bisnis ini.

2. Implementasi Rencana Bisnis

Ditahapan implementasi, CEO memimpin strategi dan perencanaan bisnis yang telah dibuat dibantu dengan CMO yang merencanakan strategi pemasaran, serta promosi bisnis secara menyeluruh. CDO membuat visualisasi bisnis dan mengembangkan desain kreatif, bersama CPO yang melakukan pengelolaan produk & jasa. Langkah yang dilakukan selalu melakukan pembimbingan dengan dosen pembimbing internal dan *supervisor* eksternal menemukan peluang bisnis kedepannya.

3. Pengembangan Aplikasi

Tahap pengembangan aplikasi dikerjakan oleh CPO dan CDO. Dalam konteks pembuatan *prototype* dan alur kerja aplikasi, pengembangan dilakukan oleh CPO. Sementara dalam konteks visual dan kreatif, dari perancangan hingga *prototype*, pengembangan dipimpin oleh CDO. Untuk pengecekan fitur *prototype* agar sesuai dengan kebutuhan target pengguna, dosen pembimbing internal dan *supervisor* eksternal turut meninjau proses tersebut.

4. Tahap Evaluasi

Seluruh tim melakukan evaluasi terhadap proses bisnis mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Proses evaluasi ini juga melibatkan dosen pembimbing internal dan *supervisor* eksternal untuk mendapatkan masukan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan bisnis ke depannya.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha merupakan bagian yang disusun untuk menunjukkan potensi keberlanjutan bisnis dalam periode satu tahun ke depan. Pada bagian ini dilakukan beberapa perhitungan, meliputi analisis BEP (*Break Even Point*), arus kas, serta durasi proyeksi keuangan. Berikut merupakan perhitungan pengeluaran atau total cost (*fixed cost + variable cost*) untuk loaket dalam setahun:

HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)						
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun	Keterangan
FIXED COST						
SDM (sumber daya manusia)						
Tim inti (CEO, CPO, CM)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Rp.6.000.000 (tidak untuk 6 bulan awal)	Rp. 12.000.000	Founder tidak memperoleh untuk 6 bulan awal untuk menekan biaya produksi
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000	Rp.36.000.000	WFH dan koordinasi lewat online
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000	Rp.24.000.000	WFH dan koordinasi lewat online
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000	Rp.24.000.000	WFH dan koordinasi lewat online
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000	Rp.30.000.000	WFH dan koordinasi lewat online
Teknologi & Maintenance Sistem						
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000	Rp.6.000.000	
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000	Rp.12.000.000	
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000	Rp.6.000.000	
Total Biaya				Rp.11.500.000	Rp150.000.000	
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)						
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun	Keterangan
VARIABLE COST						
Payment gateway fee	Rp3.000	Per Transaksi	T	T	T	Tergantung transaksi
Total Biaya			T	Rp. 3000 x T	Rp. 3000 x T	
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)						
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun	Keterangan
FIXED COST						
Marketing Bulanan (Online)						
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000	Rp.7.200.000	Iklan bulanan
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000	Rp180.000	Iklan bulanan
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000	Rp. 3.600.000	Iklan bulanan
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000	Rp.24.000.000	Iklan bulanan
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000	Rp.13.380.000	
Marketing Offline						
Influencer marketing	Rp. 2.000.000	Per Video	1	Rp. 2.000.000	Rp.4.000.000	2 video
Banner	Rp. 200.000		2	Rp. 200.000	Rp.2.400.000	
Billboard	Rp. 5.000.000	Kampanye	1	Rp. 5.000.000	Rp.5.000.000	1 kali dalam setahun
Poster	Rp. 200.000	Kampanye	1 rim	Rp. 200.000	Rp400.000	2 kali dalam setahun
Merchandise (totebag, s	Rp.4.000.000	Kampanye	1	Rp.4.000.000	Rp. 8.000.000	2 kali produksi dalam setahun
Booth	Rp.1.000.000	Kampanye	1	Rp.1.000.000	Rp. 1.000.000	1 kali dalam setahun
Voucher	10.000/orang		100	Rp.10.000.000	Rp. 10.000.000	untuk 100 konsumen yang mengajak teman menggunakan Loaket
Total Variable cost	Rp. 12.410.000			Rp. 12.410.000	Rp.32.600.000	
Biaya Operasional						
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun	Keterangan
VARIABLE COST						
Coworking space (meet	Rp100.000	Per meeting	4	Rp.100.000/meeting	Rp400.000	4 kali meeting
Transportasi operasional	Rp. 1.000.000	Bulanan	1	RP.1.000.000	Rp. 12.000.000	Transportasi operasional
Total Biaya	Rp.13.500.000			Rp.1.100.000	Rp.12.400.000	
TOTAL BIAYA PENGELUARAN				Rp. 27.925.000 + (Rp. 3000 x T)	Rp. 208.380.000 + (Rp. 3000 x T)	Biaya setahun untuk operasional

Gambar 2.8 Harga Total Pengeluaran Loaket

Biaya yang dikeluarkan oleh Loaket terdiri dari *fixed cost* dan *variable cost* dengan total sebesar $Rp208.380.000 + (Rp3.000 \times T)$. Nilai $(Rp3.000 \times T)$ merupakan biaya yang harus dikeluarkan Loaket untuk setiap transaksi yang terjadi di dalam aplikasi. Biaya ini muncul ketika pembeli melakukan pembayaran menggunakan metode transaksi seperti *transfer* bank, OVO, atau GoPay. Setiap transaksi dikenakan biaya sebesar Rp3.000 kepada Loaket, sehingga biaya variabel tersebut dihitung dengan rumus $(Rp3.000 \times T)$, di mana T menunjukkan jumlah transaksi yang terjadi. Kemudian dilakukan perhitungan *Break Even Point* (BEP) untuk mengetahui kelayakan usaha. BEP merupakan kondisi ketika pendapatan yang diperoleh bisnis sama dengan total biaya yang dikeluarkan, yaitu *fixed cost* dan *variable cost*. Melalui perhitungan BEP, dapat diketahui jumlah unit yang harus terjual oleh Loaket dalam satu bulan agar mencapai titik impas. Dengan

demikian, perhitungan ini digunakan untuk menentukan batas penjualan yang menunjukkan kondisi usaha berada pada posisi tidak mengalami keuntungan maupun kerugian setiap bulannya.

Januari-Juni	Juli-Desember
$\text{BEP}_{(\text{unit})} = \frac{\text{FC}}{\text{P-VC}}$	$\text{BEP}_{(\text{unit})} = \frac{\text{FC}}{\text{P-VC}}$
$\text{BEP}_{(\text{unit})} = \frac{14.415.000}{16.000}$	$\text{BEP}_{(\text{unit})} = \frac{20.415.000}{16.000}$
$\text{BEP}_{(\text{unit})} = 900 \text{ unit}$	$\text{BEP}_{(\text{unit})} = 1275 \text{ unit}$

Gambar 2.9 Rumus BEP

Perhitungan BEP pada analisis di atas dibagi menjadi dua periode, yaitu BEP pada bulan Januari hingga Juni dan BEP pada bulan Juli hingga Desember. Pembagian ini dilakukan karena selama enam bulan pertama operasional perusahaan, tim inti tidak menerima gaji sebagai upaya untuk menekan biaya operasional. Oleh karena itu, nilai *fixed cost* pada periode tersebut sebesar Rp14.415.000 yang merupakan biaya tetap tanpa komponen gaji tim inti. Sementara itu, pada periode Juli hingga Desember, *fixed cost* meningkat menjadi Rp20.415.000 karena perusahaan mulai memberikan gaji kepada tim inti. Perhitungan tersebut didasarkan pada beberapa komponen, yaitu FC (*fixed cost*) yang merupakan total biaya tetap seperti gaji, operasional, dan biaya pemasaran bulanan. Selanjutnya P (*price*) merupakan pendapatan yang diperoleh dari biaya layanan sebesar 5% dari nilai transaksi. Loaket menetapkan rata-rata nilai transaksi sebesar Rp350.000, sehingga biaya layanan yang dikenakan adalah Rp17.500 kepada penjual dan Rp1.500 kepada pembeli. Selain itu, terdapat VC (*variable cost*) yaitu biaya yang timbul pada setiap transaksi sebesar Rp3.000. Dengan demikian, P-VC menunjukkan margin yang diperoleh pada setiap transaksi, yaitu Rp17.500 ditambah Rp1.500 kemudian dikurangi Rp3.000 sehingga menghasilkan margin sebesar Rp16.000 per transaksi.

Pada bulan Januari, Loaket menargetkan penjualan minimal sebanyak 700 transaksi serta minimal 5 iklan, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp -3.115.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	700	Rp.12.250.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	700	Rp.1.050.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	5	Rp100.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	0	0
Total Biaya	Rp. 13.400.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Rp.6.000.000 (tidak untuk 6 bulan awal)
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.11.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 14.415.000			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	700	Rp.2.100.000
Total Biaya	Rp. 2.100.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 3.115.000 (rugi)			

Gambar 2.10 Perhitungan pendapatan bulan Januari

Dibulan Febuari Loaket menetapkan angka penjualan minimal sebanyak 750 unit transaksi dan minimal iklan sebanyak 7, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebanyak Rp. -2.275.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	750	Rp.13.125.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	750	Rp.1.125.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	7	Rp. 140.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	0	0
Total Biaya	Rp. 14.390.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Rp.6.000.000 (tidak untuk 6 bulan awal)
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.11.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 14.415.000			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	750	Rp.2.250.000
Total Biaya	Rp. 2.250.000			
Pendapatan Bersih	Rp.2.275.000 (rugi)			

Gambar 2.11 Perhitungan pendapatan bulan Februari

Pada bulan Maret Loaket menetapkan angka penjualan minimal sebanyak 800 unit transaksi dan minimal iklan sebanyak 9, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebanyak Rp. -1.435.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	800	Rp.14.000.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	800	Rp.1.200.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	9	Rp. 180.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	0	0
Total Biaya	Rp. 15.380.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Rp.6.000.000 (tidak untuk 6 bulan awal)
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.11.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 14.415.000			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	800	Rp.2.400.000
Total Biaya	Rp. 2.400.000			
Pendapatan Bersih	Rp.1.435.000(rugi)			

Gambar 2.12 Perhitungan pendapatan bulan Maret

Pada bulan April Loaket menetapkan angka penjualan minimal sebanyak 900 unit transaksi dan minimal iklan sebanyak 12, dan adanya kolaborasi dengan toko furniture sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebanyak Rp. 4.225.000 (BEP).

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	900	Rp.15.750.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	900	Rp.1.350.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	12	Rp. 240.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	1	Rp. 4.000.000
Total Biaya	Rp. 21.340.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Rp.6.000.000 (tidak untuk 6 bulan awal)
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.11.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 14.415.000			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	900	Rp.2.700.000
Total Biaya	Rp. 2.700.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 4.225.000 (untung)			

Gambar 2.13 Perhitungan pendapatan bulan April

Pada bulan Mei Loaket menetapkan angka penjualan minimal sebanyak 900 unit transaksi dan minimal iklan sebanyak 15, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebanyak Rp 285.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	900	Rp.15.750.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	900	Rp.1.350.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	15	Rp. 300.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	0	0
Total Biaya	Rp. 17.400.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Rp.6.000.000 (tidak untuk 6 bulan awal)
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.11.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 14.415.000			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	900	Rp.2.700.000
Total Biaya	Rp. 2.700.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 285.000 (untung)			

Gambar 2.14 Perhitungan pendapatan bulan Mei

Pada bulan Juni Loaket menetapkan angka penjualan minimal sebanyak 950 unit transaksi, minimal iklan sebanyak 20, dan melakukan marketing offline berupa booth dan merchandise serta promosi melalui influencer, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebanyak Rp.-5.815.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	950	Rp.16.625.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	950	Rp.1.425.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	20	Rp. 400.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	0	0
Total Biaya	Rp. 18.450.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Rp.6.000.000 (tidak untuk 6 bulan awal)
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.11.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 14.415.000 + 7.000.000 (marketing offline)			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp.3.000	Per Transaksi	950	Rp.2.850.000
Total Biaya	Rp. 2.850.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 5.815.000 (rugi)			

Gambar 2.15 Perhitungan pendapatan bulan Juni

Pada bulan Juli, Loaket menargetkan penjualan sebanyak 1.100 transaksi dengan minimal 30 iklan serta kolaborasi dengan toko furniture, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp 1.785.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	1.100	Rp.19.250.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	1.100	Rp.1.650.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	30	Rp. 600.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	1	Rp. 4.000.000
Total Biaya	Rp. 25.500.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Founder mulai digaji
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.17.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 20.415.000			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	1.100	Rp3.300.000
Total Biaya	Rp3.300.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 1.785.000 (untung)			

Gambar 2.17 Perhitungan pendapatan bulan Juli

Pada bulan Agustus, target penjualan meningkat menjadi 1.200 transaksi dengan minimal 35 iklan serta kolaborasi dengan toko furniture, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp 3.485.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	1.200	Rp.21.000.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	1.200	Rp.1.800.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	35	Rp. 700.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	1	Rp. 4.000.000
Total Biaya	Rp. 27.500.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Founder mulai digaji
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.11.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 20.415.000			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	1.200	Rp.3.600.000
Total Biaya	Rp.3.600.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 3.485.000 (untung)			

Gambar 2.18 Perhitungan pendapatan bulan Agustus

Pada bulan September, Loaket menetapkan target penjualan sebanyak 1.600 transaksi dengan minimal 40 iklan, sehingga menghasilkan pendapatan bersih sebesar Rp 5.985.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	1.800	Rp.31.500.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	1.800	Rp.2.700.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per iklan	45	Rp. 900.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	0	0
Total Biaya	Rp. 35.100.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Founder mulai digaji
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.17.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 20.415.000 + Rp.5.000.000 (marketing offline)			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	1.800	Rp.3.600.000
Total Biaya	Rp.5.400.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 4.285.000 (untung)			

Gambar 2.19 Perhitungan pendapatan bulan September

Pada bulan Oktober, target penjualan meningkat menjadi 1.800 transaksi dengan minimal 45 iklan serta adanya aktivitas marketing offline melalui billboard, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp 4.285.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	1.800	Rp.31.500.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	1.800	Rp.2.700.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	45	Rp. 900.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	0	0
Total Biaya	Rp. 35.100.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Founder mulai digaji
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.17.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 20.415.000 + Rp.5.000.000 (marketing offline)			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	1.800	Rp.3.600.000
Total Biaya	Rp.5.400.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 4.285.000 (untung)			

Gambar 2.20 Perhitungan pendapatan bulan Oktober

Pada bulan November, Loaket menargetkan 2.100 transaksi dengan minimal 50 iklan, serta melakukan kolaborasi dengan toko furniture dan promosi

melalui *influencer*, poster, dan *merchandise*, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp 11.785.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	2.100	Rp.36.750.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	2.100	Rp.3.150.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per iklan	50	Rp. 1.000.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	1	Rp. 4.000.000
Total Biaya	Rp. 44.900.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Founder mulai digaji
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.17.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 20.415.000 + Rp.6.400.000 (marketing offline)			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	2.100	Rp3.300.000
Total Biaya	Rp.6.300.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 11.785.000 (untung)			

Gambar 2.21 Perhitungan pendapatan bulan November

Pada bulan Desember, target penjualan ditetapkan sebanyak 2.600 transaksi dengan minimal 60 iklan, disertai kolaborasi dengan toko furniture serta pembagian voucher senilai Rp 10.000, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp 16.385.000.

REVENUE STREAMS (Pendapatan)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
Fee transaksi penjual	5% dari harga	Per Transaksi	2.600	Rp.45.500.000
Fee layanan pembeli	Rp. 1.500	Per Transaksi	2.600	Rp.3.900.000
Iklan produk di platform	Rp. 20.000	Per Iklan	60	Rp. 1.200.000
Kerja sama / Kolaborasi	Rp.4.000.000	Kolaborasi	1	Rp. 4.000.000
Total Biaya	Rp. 54.600.000			
HARGA POKOK PRODUKSI (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
SDM (sumber daya manusia)				
Tim inti (CEO, CPO, CMO, CDO)	Rp. 1.500.000	6 bulan setelah	4 orang	Founder mulai digaji
IT Developer	Rp. 3.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 3.000.000
Admin Operasional	Rp.2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
Customer Service	Rp. 2.000.000	Bulanan	1 orang	Rp. 2.000.000
UI/UX designer	Rp.2.500.000	Bulanan	1 orang	Rp.2.500.000
Teknologi & Maintenance Sistem				
Server Aplikasi	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Maintenance sistem	Rp.1.000.000	Bulanan	1	Rp.1.000.000
Database server	Rp. 500.000	Bulanan	1	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp.17.500.000
BIAYA PEMASARAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
FIXED COST				
Marketing Bulanan (Online)				
Instagram ads	Rp. 600.000	Bulanan	1	Rp. 600.000
Tiktok ads	Rp.15.000	Harian	1	Rp.15.000
Facebook ads	Rp. 300.000	Bulanan	1	Rp. 300.000
Web-banner digital	Rp. 2.000.000	Bulanan	1	Rp. 2.000.000
Total Fixed cost	Rp. 2.915.000			Rp. 2.915.000
Total seluruh pengeluaran	Rp. 20.415.000 + Rp.10.000.000 (voucher spesial desember)			
HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rupiah)				
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan
VARIABLE COST				
Payment gertaway fee	Rp3.000	Per Transaksi	2.600	Rp.7.800.000
Total Biaya	Rp.7.800.000			
Pendapatan Bersih	Rp. 16.385.000 (untung)			

Gambar 2.22 Perhitungan pendapatan bulan Desember

Berikut merupakan hasil pendapatan Loaket dalam setahun:

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

	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Pendapatan	Rp. 13.400.000	Rp. 14.390.000	Rp. 15.380.000	Rp. 21.340.000	Rp. 17.400.000	Rp. 18.450.000
Pengeluaran	Rp. 16.515.000	Rp.16.665.000	Rp.16.815.000	Rp. 17.115.000	Rp. 17.115.000	Rp. 24.265.000
Jumlah Transaksi	700	750	800	900	900	950
Total Pendapatan Bulanan	Rp. -3.115.000	Rp.-2.275.000	Rp.-1.435.000	Rp. 4.225.000	Rp. 285.000	Rp. -5.815.000
Akumulasi (laba/rugi)	Rp. -3.115.000	Rp. -5.390.000	Rp.-6.825.000	Rp.-2.600.000	Rp.-2.315.000	Rp.- 8.130.000
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Pendapatan	Rp. 25.500.000	Rp. 27.500.000	Rp. 31.200.000	Rp. 35.100.000	Rp. 44.900.000	Rp. 54.600.000
Pengeluaran	Rp. 23.715.000	Rp. 24.015.000	Rp.25.215.000	Rp. 30.815.000	Rp.33.115.000	Rp. 38.215.000
Jumlah Transaksi	1.100	1.200	1.600	1.800	2.100	2.600
Total Pendapatan Bulanan	Rp. 1.785.000	Rp. 3.485.000	Rp. 5.985.000	Rp. 4.285.000	Rp. 11.785.000	Rp.16.385.000
Akumulasi (laba/rugi)	Rp. - 6.345.000	R. -2.860.000	Rp. 3.125.000	Rp.7.410.000	Rp.19.195.000	Rp.35.580.000
			BEP			

Gambar 2.23 Perhitungan pendapatan setahun

Secara keseluruhan, dalam satu tahun operasional Loaket diproyeksikan memperoleh total pendapatan bersih sebesar Rp 35.580.000.

