

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Meningkatnya jumlah keluarga dual income turut mendorong kebutuhan akan bantuan profesional dalam pekerjaan rumah tangga dikehidupan urban saat ini. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa lebih dari separuh populasi Indonesia tinggal di wilayah perkotaan pada tahun 2022 (BPS, 2022). Kondisi ini meningkatkan kebutuhan terhadap layanan domestik, termasuk pekerja rumah tangga. Fenomena tersebut juga terlihat dalam data penempatan pekerja migran Indonesia, di mana pekerja rumah tangga menjadi profesi dengan jumlah penempatan terbesar pada tahun 2025 (BP2MI, 2025). Namun demikian, sektor ini masih menghadapi berbagai permasalahan struktural. Laporan *International Labour Organization* menyebutkan bahwa sekitar 84% pekerja rumah tangga masih bekerja dalam sektor informal tanpa perlindungan kerja yang memadai (ILO, 2024).



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

Selain itu, belum adanya status pekerjaan formal yang kuat serta keterbatasan transparansi mengenai keterampilan dan latar belakang pekerja turut menyebabkan terjadinya ketidaksesuaian antara ART dan pengguna layanan. Berdasarkan kondisi tersebut, dirancang solusi berbasis teknologi berupa aplikasi

untuk memfasilitasi proses perekrutan dan penyewaan asisten rumah tangga secara lebih terstruktur. Dalam prosesnya untuk memastikan aplikasi dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan target audiens, terdapat proses validasi yang dilakukan melalui riset pasar, analisa jurnal ilmiah dan wawancara. Validasi ide bisnis dilakukan untuk memastikan bahwa ide tersebut memiliki potensi pasar yang jelas, layak untuk dikembangkan, serta mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan target market.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Pengembangan ide bisnis layanan pencarian asisten rumah tangga dalam perancangan ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan bantuan domestik di masyarakat perkotaan. Tingginya mobilitas dan kesibukan pekerjaan membuat banyak keluarga kesulitan mengelola pekerjaan rumah tangga secara mandiri, sehingga membutuhkan tenaga bantuan seperti asisten rumah tangga, pengasuh anak, maupun tenaga kebersihan. Namun, proses pencarian tenaga kerja domestik hingga saat ini masih banyak dilakukan secara informal melalui rekomendasi pribadi atau perantara tidak resmi. Kondisi tersebut sering kali menimbulkan berbagai kendala, seperti keterbatasan informasi mengenai pengalaman kerja, kurangnya transparansi, serta ketidakpastian dalam proses perekrutan.

Permasalahan tersebut juga berkaitan dengan dominasi sektor informal dalam struktur ketenagakerjaan di Indonesia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2025), sebagian besar tenaga kerja di Indonesia masih berada dalam sektor informal yang belum terintegrasi dalam sistem kerja yang terstruktur. Hal ini menyebabkan banyak jenis pekerjaan, termasuk pekerjaan rumah tangga, belum memiliki mekanisme perekrutan yang profesional maupun sistem perlindungan kerja yang jelas. Akibatnya, hubungan kerja antara pengguna jasa dan pekerja domestik sering kali hanya bergantung pada kepercayaan personal tanpa didukung sistem yang transparan.

Dalam tahap eksplorasi ide bisnis, beberapa alternatif solusi dipertimbangkan untuk menjawab permasalahan tersebut, yaitu mendirikan agen penyalur asisten rumah tangga secara konvensional, membangun

platform marketplace berbasis website, serta mengembangkan layanan berbasis komunitas. Meskipun ketiga alternatif tersebut memiliki potensi, masing-masing memiliki keterbatasan. Model agen konvensional dinilai kurang fleksibel dan membutuhkan biaya operasional yang besar, sementara platform berbasis website kurang praktis untuk kebutuhan layanan yang bersifat cepat. Adapun sistem komunitas memiliki keterbatasan dari segi transparansi serta jangkauan pengguna yang relatif sempit.

Berdasarkan analisis kebutuhan target audiens, yaitu keluarga urban dengan mobilitas tinggi yang mengutamakan efisiensi waktu dan kemudahan akses layanan, platform berbasis aplikasi dinilai sebagai solusi yang paling relevan. Aplikasi memungkinkan integrasi berbagai fitur seperti verifikasi identitas, sistem rating dan ulasan, serta pencocokan kebutuhan antara pengguna dan tenaga kerja. Oleh karena itu, solusi yang dikembangkan dalam perancangan ini berupa aplikasi layanan pencarian asisten rumah tangga yang bertujuan untuk menghubungkan pencari jasa dan tenaga kerja domestik secara lebih aman, transparan, dan efisien.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melalui proses eksplorasi dan analisis ide bisnis, tim menetapkan BANTOO sebagai ide bisnis final yang akan dikembangkan selama program Entrepreneurship dan Innovation. BANTOO merupakan platform layanan berbasis aplikasi yang menyediakan jasa asisten rumah tangga (ART), *babysitter*, *caregiver*, layanan bersih-bersih, dan *home ironing* secara instan dan terverifikasi. Platform ini dirancang untuk menghubungkan tenaga kerja terlatih dengan keluarga yang membutuhkan layanan rumah tangga secara cepat, fleksibel, dan terpercaya melalui sistem digital terintegrasi.

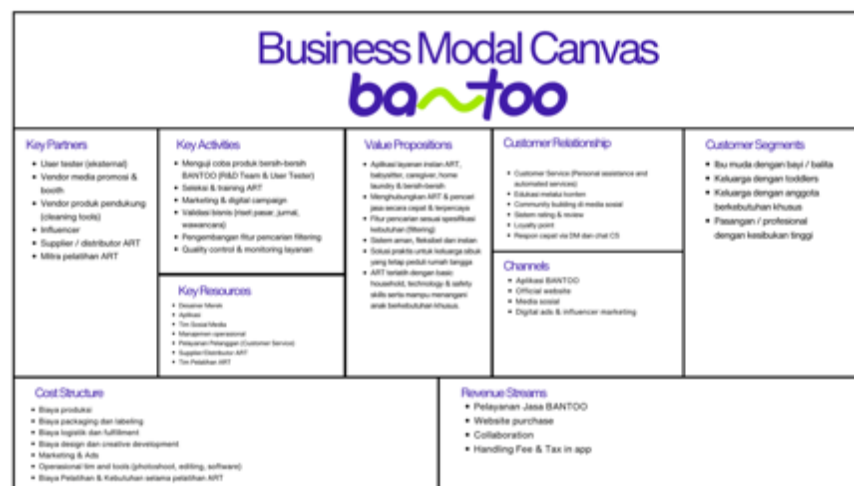
satu aplikasi digital mampu menjawab kebutuhan masyarakat urban yang mengutamakan kecepatan dan efisiensi (Deri, 2023). Perkembangan tersebut sejalan dengan temuan bahwa ekonomi digital Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dan didukung oleh peningkatan adopsi teknologi serta layanan berbasis aplikasi dalam kehidupan sehari-hari (Irawan, 2025; Meidyasari, 2024). Ekosistem layanan digital, termasuk sektor *on-demand services*, menjadi bagian penting dalam transformasi ekonomi berbasis teknologi di Indonesia (Budiman, 2025).

Dalam konteks tersebut, BANTOO memiliki unsur *Information and Communication Technology* (ICT) karena seluruh proses layanan dilakukan melalui sistem aplikasi digital, mulai dari pencarian tenaga kerja berbasis *filter* kebutuhan, sistem ranking BANTOO dan *database* tenaga kerja, mekanisme pemesanan, hingga sistem rating dan ulasan pengguna. Platform ini memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama dalam mempertemukan penyedia dan pengguna jasa secara efisien serta transparan. Unsur inovasi dalam BANTOO terletak pada standarisasi kualitas tenaga kerja melalui proses seleksi dan pelatihan sebelum terdaftar dalam sistem. Tenaga kerja dibekali keterampilan dasar rumah tangga, pemahaman penggunaan teknologi dan peralatan kebersihan, serta pengetahuan dasar prosedur keselamatan. Selain itu, tersedia fitur pencarian berbasis spesifikasi atau *filtering* yang memungkinkan pengguna memilih tenaga kerja sesuai kebutuhan tertentu, termasuk dalam penanganan anak berkebutuhan khusus. Model ini memberikan diferensiasi dibandingkan layanan konvensional yang umumnya belum terintegrasi secara digital dan belum memiliki sistem standarisasi kompetensi yang terstruktur (Meidyasari, 2024; Budiman, 2025).

Selama satu semester pengembangan, luaran yang ditargetkan meliputi prototype aplikasi, validasi pasar melalui pengujian pengguna, pengembangan *minimum viable product* (MVP), serta laporan evaluasi model bisnis. Dengan pendekatan berbasis teknologi dan validasi kebutuhan pasar, BANTOO ditetapkan sebagai ide bisnis yang memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan kerangka manajemen strategis yang merangkum sembilan komponen inti bisnis dalam satu halaman untuk memetakan target konsumen, infrastruktur, dan aspek keuangan secara sederhana. Penerapan BMC bertujuan untuk memvisualisasikan serta mengkomunikasikan elemen kunci model bisnis agar lebih mudah dipahami, sehingga penulis dan tim dapat memperjelas cakupan ide bisnis yang ingin dicapai. Selain berfungsi sebagai pijakan utama dalam merealisasikan ide bisnis final, BMC juga menjadi instrumen evaluasi yang wajib dikonsultasikan secara berkala kepada dosen pembimbing internal maupun eksternal guna memastikan strategi yang disusun tetap relevan dan terarah.



Gambar 2.3 Business Model Canvas BANTOO

Business Model Canvas (BMC) BANTOO menggambarkan model bisnis berbasis aplikasi yang menyediakan layanan instan asisten rumah tangga (ART), *babysitter*, *caregiver* AKB, *home ironing*, dan jasa bersih-bersih. BANTOO berperan sebagai platform yang menghubungkan tenaga kerja terlatih dengan keluarga yang membutuhkan layanan rumah tangga secara cepat dan terpercaya. Nilai utama yang ditawarkan meliputi sistem pencarian berbasis spesifikasi kebutuhan, tenaga kerja yang telah melalui proses seleksi, pelatihan, dan sertifikasi, serta pemahaman dasar mengenai keterampilan rumah tangga, penggunaan teknologi dan peralatan kebersihan, serta prosedur keselamatan. Layanan dirancang

fleksibel dan instan untuk menjawab kebutuhan keluarga dengan tingkat kesibukan tinggi, termasuk keluarga dengan bayi, balita, anggota berkebutuhan khusus, maupun lansia.

Dalam operasionalnya, BANTOO didukung oleh aktivitas utama berupa pengembangan dan pemeliharaan aplikasi, proses validasi bisnis melalui riset pasar, analisis literatur ilmiah, dan wawancara, serta pengelolaan kualitas layanan melalui monitoring dan sistem rating. Sumber daya utama mencakup platform teknologi, tim pengembang, tim operasional, *customer service*, sistem verifikasi tenaga kerja, serta mitra pelatihan ART. Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui layanan *customer service* responsif, edukasi berbasis konten, sistem ulasan, serta program loyalitas. Distribusi layanan dilakukan melalui aplikasi, situs resmi, media sosial, serta dukungan kampanye digital dan kolaborasi *influencer*.

Struktur pendapatan BANTOO berasal dari biaya layanan jasa, *service fee* atau *handling fee* dalam aplikasi, kerja sama kemitraan, serta dukungan investor. Struktur biaya mencakup pengembangan dan pemeliharaan teknologi, pelatihan dan sertifikasi tenaga kerja, kegiatan pemasaran, operasional tim, serta infrastruktur pendukung. Model bisnis ini menunjukkan pendekatan terintegrasi antara validasi kebutuhan pasar, penguatan kualitas sumber daya manusia, dan pemanfaatan teknologi digital untuk menyediakan solusi layanan rumah tangga yang terstandar dan terpercaya.

2.3 Deskripsi Perusahaan

BANTOO merupakan perusahaan rintisan berbasis teknologi yang berfokus pada layanan domestik serta penguatan kapasitas tenaga kerja rumah tangga. Didirikan secara resmi pada 2 Februari 2026, perusahaan ini berperan sebagai penghubung profesional antara Asisten Rumah Tangga (ART) dan pengguna jasa di wilayah perkotaan Indonesia, Jabodetabek. Kehadiran BANTOO didasarkan pada meningkatnya kebutuhan masyarakat urban terhadap tenaga bantuan domestik yang kompeten, terpercaya, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Melalui integrasi sistem digital, program pelatihan, serta mekanisme verifikasi yang terstruktur, BANTOO mengembangkan sistem layanan

domestik yang profesional dan inklusif, dengan tujuan memberikan manfaat berkelanjutan bagi tenaga kerja maupun keluarga pengguna jasa.

2.3.1 Visi

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 dari 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 berlandaskan pada tiga nilai utama, yaitu *empowerment*, *professionalism*, serta *inclusivity and adaptability*. Perusahaan ini berupaya meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan Asisten Rumah Tangga (ART) melalui penyediaan pelatihan, sertifikasi, dan akses terhadap peluang kerja yang lebih layak. Setiap tenaga kerja yang bergabung mendapatkan pembekalan keterampilan, etika profesional, serta pemahaman tugas yang terstruktur untuk mengurangi kesenjangan ekspektasi antara pekerja dan pengguna jasa. Selain itu, BANTOO mendorong pengembangan tenaga kerja

domestik yang responsif terhadap kebutuhan keluarga modern, termasuk kemampuan dasar dalam menangani anak berkebutuhan khusus dan penguasaan teknologi digital.

2.3.4 Tone of Voice

Dalam pengembangan identitas komunikasi merek, BANTOO menerapkan *tone of voice* yang menggabungkan karakter *professional*, *trustworthy*, serta *caring*. Unsur *trustworthy* ditempatkan sebagai fokus utama karena layanan yang ditawarkan berkaitan langsung dengan lingkungan rumah tangga dan pengasuhan anak yang memerlukan tingkat kepercayaan tinggi. Strategi komunikasi dirancang untuk menghadirkan kesan aman, transparan, dan konsisten guna membangun keyakinan antara pengguna jasa dan tenaga asisten rumah tangga. Untuk memperkuat kredibilitas, BANTOO menekankan aspek *professional* melalui penyampaian informasi yang jelas, sistematis, dan mengacu pada standar layanan yang terverifikasi. Sementara itu, pendekatan *caring* dihadirkan sebagai elemen pendukung agar komunikasi tetap menunjukkan empati dan kedekatan dengan kebutuhan keluarga modern.



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 menggabungkan karakter profesional, trustworthy, dan caring, dengan fokus utama pada unsur *trustworthy*. Hal ini selaras dengan kebutuhan pengguna yang menempatkan keamanan dan

kepercayaan sebagai prioritas dalam memilih layanan asisten rumah tangga dan pengasuhan anak. Strategi komunikasi dirancang untuk membangun persepsi aman, transparan, dan konsisten melalui penyampaian informasi yang jelas, terstruktur, serta berbasis standar layanan terverifikasi. Di sisi lain, pendekatan *caring* dihadirkan melalui bahasa yang empatik dan memahami dinamika keluarga modern, sehingga komunikasi tidak hanya informatif, tetapi juga terasa suportif dan humanis.

2.3.5 Logo BANTOO

Logo merupakan salah satu elemen visual utama dalam identitas merek yang berfungsi untuk membangun citra serta membedakan suatu brand dari kompetitor. Melalui elemen desain seperti bentuk, tipografi, dan warna, logo dapat menyampaikan pesan visual yang memengaruhi persepsi serta asosiasi konsumen terhadap suatu merek. Oleh karena itu, perancangan logo perlu dilakukan secara strategis agar mampu merepresentasikan nilai, karakter, dan tujuan dari brand yang dibangun (Wheeler, 2018; Henderson & Cote, 1998).



Gambar 2.5 Logo Perusahaan BANTOO

Logo BANTOO dirancang dengan seluruh huruf yang saling terhubung tanpa terpisah, melambangkan fungsi perusahaan sebagai penghubung antara asisten rumah tangga dan pengguna jasa dalam relasi kerja yang berkelanjutan. Penggantian huruf “n” dengan garis bergelombang (*fluid*) menjadi elemen visual khas yang merepresentasikan fleksibilitas tenaga kerja dalam menyesuaikan diri terhadap beragam kebutuhan rumah tangga, termasuk pemahaman dasar terhadap anak berkebutuhan khusus serta kemampuan beradaptasi dengan teknologi dan sistem digital modern.

Logo BANTOO dirancang dengan lima alternatif warna agar dapat diterapkan secara fleksibel pada berbagai media komunikasi visual. Variasi warna ini memungkinkan logo tetap terlihat konsisten dan mudah dikenali baik pada media digital maupun media cetak.



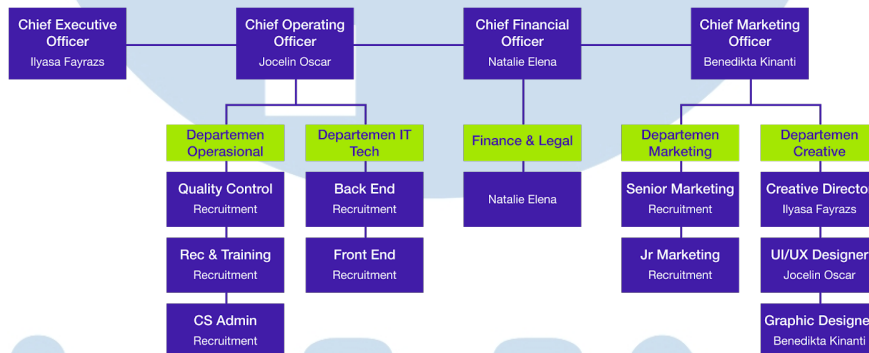
Gambar 2.6 Alternarif Logo BANTOO

Warna ungu pada logo BANTOO merepresentasikan inovasi, kreativitas, serta profesionalitas dalam menghadirkan solusi berbasis teknologi. Dalam psikologi warna, ungu tua seperti plum atau terong sering dikaitkan dengan kesan kemewahan dan kecanggihan, sehingga kerap digunakan dalam branding yang ingin menampilkan citra elegan dan modern (Ghatraj, 2025). Oleh karena itu, penggunaan warna ungu pada logo BANTOO mencerminkan semangat perusahaan dalam menghadirkan pendekatan baru yang lebih modern dibandingkan sistem konvensional dalam proses pencarian asisten rumah tangga.

Selain itu, warna hijau diasosiasikan dengan alam, kesuburan, pertumbuhan, harmoni, serta kejujuran (Monica, 2024). Pada logo BANTOO, warna hijau melambangkan kepedulian, keseimbangan, serta perkembangan ekosistem layanan domestik yang saling mendukung antara pengguna jasa dan tenaga kerja rumah tangga.

2.4 Struktur Perusahaan

Perancangan struktur organisasi perusahaan disusun secara sistematis untuk memastikan operasional yang efisien dan efektif. Struktur yang terorganisasi dengan baik menjadi faktor penting dalam mendukung efektivitas organisasi, sehingga perusahaan mampu mencapai target kinerja dari segi kualitas, kuantitas, maupun ketepatan waktu (Kusumaningrum et al., 2024). Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, BANTOO membentuk struktur perusahaan yang terdiri dari empat anggota tim, masing-masing memiliki peran dan tanggung jawab sesuai dengan kompetensi dan keahlian yang dimiliki. Adapun struktur organisasi BANTOO adalah sebagai berikut;



Gambar 2.7 Struktur Perusahaan BANTOO

Struktur organisasi BANTOO dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) yang bertanggung jawab dalam menentukan visi, strategi, serta arah pengembangan perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, CEO didukung oleh tiga posisi eksekutif utama, yaitu Chief Operating Officer (COO), Chief Financial Officer (CFO), dan Chief Marketing Officer (CMO). COO bertanggung jawab atas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan, termasuk Departemen Operasional dan Departemen IT Tech. Departemen Operasional mencakup fungsi Quality Control, Recruitment and Training, serta Customer Service Admin, sementara

Departemen IT Tech berfokus pada pengembangan dan pemeliharaan sistem aplikasi melalui tim Back-End dan Front-End developer.

CFO mengelola aspek keuangan dan legal perusahaan melalui divisi Finance and Legal untuk memastikan pengelolaan keuangan berjalan efektif dan transparan. Sementara itu, CMO bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi pemasaran dan identitas merek melalui *Departement Marketing* dan *Departement Creative*, yang mencakup peran *Creative Director*, *UI/UX Designer*, serta *Graphic Designer*.

Adapun pembagian tugas anggota PRO STEP dalam perusahaan BANTOO adalah sebagai berikut:

1. Ilyasa Fayrazs, *Creative Director*: Mengarahkan dan mengawasi keseluruhan konsep branding dan visual brand, Menentukan *brand identity*, *tone visual*, dan arah kreatif secara konsisten, Mengkoordinasikan tim kreatif (*designer & illustrator*) agar selaras dengan visi brand, Menyetujui dan mengevaluasi hasil desain sebelum dipublikasikan, dan Menjaga konsistensi brand di seluruh media dan platform.
2. Natalie Elena, *Social Media Marketing Designer*: Merancang konten visual untuk kebutuhan media sosial dan kampanye digital, Mengembangkan strategi konten yang selaras dengan branding dan target audiens, Mengelola visual *feed*, *story*, dan *campaign* agar konsisten dan engaging, Berkolaborasi dengan tim kreatif untuk menciptakan konten yang komunikatif dan relevan, Menganalisis performa konten untuk meningkatkan efektivitas komunikasi brand.
3. Jocelin Oscar, *UI/UX Designer*: Merancang *user interface* dan *user experience* pada produk digital, Membuat *wireframe*, *user flow*, dan *prototype* untuk pengembangan produk, Melakukan riset pengguna untuk memahami kebutuhan dan perilaku *user*, Berkolaborasi dengan tim produk dan kreatif dalam proses pengembangan, dan Menjaga konsistensi desain antarmuka agar tetap *user-friendly* dan fungsional.

4. Benedikta Eufrasia Kinanti Sasongko, *Illustrator*: Membuat ilustrasi dan aset visual sesuai kebutuhan brand dan produk, Mengembangkan gaya ilustrasi yang konsisten dengan identitas visual brand, Menyediakan aset ilustrasi untuk media sosial, aplikasi, dan materi promosi, Berkolaborasi dengan *designer* untuk mendukung *visual storytelling*, dan Menyesuaikan ilustrasi dengan konsep kreatif dan arahan branding.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pelaksanaan program MBKM yang dijalankan penulis tidak terlepas dari dukungan *supervisor*, *advisor*, serta *supervisor eksternal*. *Supervisor* dari pihak Skystar Ventures berperan dalam membimbing proses pengembangan ide bisnis hingga perumusan nilai dan model bisnis. Sementara itu, *advisor* yang merupakan dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) memberikan arahan dalam penyusunan dan pengembangan laporan akademik. Berbeda dengan keduanya, *supervisor eksternal* memberikan pendampingan berdasarkan pengalaman praktis dalam mengelola bisnis, terutama melalui masukan strategis, saran, dan evaluasi terhadap pengembangan usaha penulis.



Gambar 2.8 Alur Kerja Perusahaan Tim BANTOO

Alur kerja pengembangan BANTOO dalam Program PRO-STEP melibatkan dua bentuk pendampingan utama, yaitu *supervisor* dan *advisor*, yang memiliki peran berbeda dalam pengembangan bisnis serta penyusunan laporan akademik. Pada tahap pengembangan bisnis, BANTOO didampingi oleh *supervisor* yang terdiri dari *supervisor* internal dari Skystar Ventures dan *supervisor* eksternal sebagai *dedicated mentor*. *Supervisor* memberikan arahan awal berupa *brief* terkait

pengembangan ide bisnis, strategi, dan implementasi desain. Berdasarkan arahan tersebut, penulis dan tim BANTOO mengembangkan konsep desain, strategi bisnis, serta kebutuhan pengembangan produk, yang kemudian dikonsultasikan kembali kepada supervisor untuk memperoleh masukan dan revisi. Proses ini berlangsung secara iteratif hingga menghasilkan konsep bisnis dan desain yang optimal. Seluruh proses kerja didokumentasikan melalui pengisian *Supervisor Daily Task* pada website PROSTEP dengan rentang waktu kerja pukul 08.00-18.00, dengan total durasi minimal 640 jam sebagai syarat mengikuti Sidang Evaluasi PROSTEP.

Pada sisi akademik, BANTOO juga didampingi oleh *advisor* yang berperan sebagai dosen pembimbing dalam penyusunan laporan PROSTEP. *Advisor* memberikan arahan terkait struktur dan penulisan laporan, sementara tim BANTOO menyusun serta mengirimkan progres laporan secara berkala untuk mendapatkan evaluasi dan revisi. Setelah menerima masukan, penulis dan tim melakukan perbaikan hingga laporan memenuhi standar akademik yang ditetapkan. Proses ini juga didokumentasikan melalui pengisian *Advisor Daily Task* pada platform PROSTEP dengan durasi kerja pukul 19.00-22.00 dan total minimal 207 jam. Dengan pembagian alur kerja ini, proses pengembangan bisnis dan penyusunan laporan dapat berjalan secara terstruktur, terpantau, serta sesuai dengan ketentuan program PROSTEP.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan ide bisnis dapat dianalisis melalui perhitungan *Break Even Point* (BEP). BEP merupakan kondisi ketika total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan sehingga perusahaan berada pada titik impas. Titik ini menjadi indikator penting untuk menilai apakah suatu usaha telah berada pada jalur yang tepat menuju keuntungan (Tim Bank Mega Syariah, 2025).

Sebelum melakukan perhitungan BEP, penulis bersama tim terlebih dahulu menyusun perancangan biaya operasional perusahaan. Perancangan tersebut mencakup kebutuhan kantor, furnitur, tenaga kerja, pengembangan dan pemeliharaan aplikasi, infrastruktur teknologi, serta kegiatan branding dan strategi pemasaran perusahaan BANTOO untuk periode satu tahun ke depan. Berikut merupakan tabel perancangan biaya operasional perusahaan BANTOO:

No	Kategori	Spesifikasi	Jenis	QTY	Biaya Per-Bulan	Biaya Tetap	Total Perbulan	Total Tetap (1thn)	
1	Kantor	Cost Sewa	RUKO Hampton 3 Lt. (http	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	
			Backened End	1	Rp10,000,000		Rp10,000,000	Rp0	
		D. IT. Tech	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		

Gambar 2.9 Tabel Biaya Operasional Perusahaan BANTOO

Tabel berikut menyajikan rincian biaya operasional dan biaya tetap perusahaan. Selain itu, karena BANTOO memiliki fitur tambahan (*add-on*) dalam aplikasi, penulis juga menyusun tabel biaya peralatan *add-on* untuk periode satu tahun ke depan. Berikut merupakan tabel rincian biaya *add-on* tersebut.

Tabel 2.1 Tabel Rincian Biaya *Add-on*.

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 (asumsinya 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, telah dihitung kembali total BEP transportasi BANTOO. Berikut merupakan perhitungan tabel biaya transportasi yang diperlukan untuk memperkirakan kebutuhan modal:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.2 Hitungan Ongkir Transportasi

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

Hitungan tabel ini dirancang berdasarkan tarif GoRide zona II yang dijadikan patokan untuk hitungan ongkir transportasi jasa BANTOO Kawasan sekitar Jabodetabek, dengan harga Rp2.800/km (Onlinejek, 2023). Setelah ditetapkan biaya /Km merupakan Rp12.000 dengan jumlah total biaya perhari adalah Rp1.329.800 dan pertahun Rp485.377.000.

Tabel 2.3 Asumsi Biaya Operasional BANTOO Pertahun

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	Rp485,377,000	1	Rp485,377,000
		Total Pertahun	Rp2,076,500,600

Berdasarkan Berdasarkan hasil perhitungan biaya operasional tahunan, biaya *add-on*, serta biaya lainnya, diperoleh total kebutuhan modal sebesar Rp2.076.500.600. Untuk menentukan jumlah transaksi yang diperlukan agar modal yang telah dikeluarkan dapat kembali (*Break Even Point*), perlu ditetapkan terlebih dahulu asumsi mengenai harga jasa yang dibayarkan pelanggan, besaran *fee* yang diterima asisten rumah tangga, serta biaya *payment gateway*. Berdasarkan asumsi tersebut, dilakukan perhitungan untuk mengetahui jumlah transaksi yang harus diperoleh dalam satu tahun agar biaya investasi awal dapat

tertutupi sepenuhnya. Berikut merupakan tabel harga jasa asisten rumah tangga per jam dan per 2 jam sebagai minimal waktu pembersihan di dalam aplikasi BANTOO:

Tabel 2.4 Jumlah Transaksi Balik Modal Pesanan

Jumlah Transaksi Balik Modal Pesanan	
Biaya ART (perjam)	Rp80,000
Asumsi Komisi	40%
Jam	2
Biaya ART	Rp160,000
Harga Komisi	Rp52,900
Biaya Total App (2 jam)	Rp212,900
Payment Getaway (NET)	Rp3,750
Laba Total Bersih / Order	Rp49,150

Setelah menentukan kebutuhan modal operasional serta menetapkan harga layanan bagi pelanggan, fee untuk asisten rumah tangga, dan biaya *payment gateway*, langkah selanjutnya adalah menghitung *Break-Even Point* (BEP) untuk menilai kelayakan bisnis. Perhitungan BEP dilakukan dengan mempertimbangkan biaya tetap yang mencakup total biaya operasional dan biaya awal (*setup cost*). Selain itu, diperlukan nilai *Average Revenue per User* (ARPU), yaitu rata-rata pendapatan yang diperoleh dari setiap pengguna dalam periode tertentu. ARPU digunakan untuk mengukur kontribusi pendapatan yang dihasilkan oleh masing-masing pengguna melalui penggunaan layanan atau produk yang ditawarkan. Dengan mengetahui nilai ARPU, penulis dapat menghitung pendapatan yang diperoleh dari setiap transaksi dalam aplikasi, sehingga jumlah transaksi yang diperlukan untuk mencapai BEP dapat ditentukan. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung BEP.

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

ARPU

Gambar 2.10 Rumus BEP

Sumber: <https://mekari.com/blog/cara-menghitung-bep/>

Dari rumus tersebut, perhitungan BEP dilakukan dengan membagi total biaya tetap produksi, yang merupakan keseluruhan biaya operasional aplikasi, dengan nilai ARPU dari transaksi pada aplikasi BANTOO. Dalam menentukan BEP, penulis menggunakan asumsi harga layanan minimal, yaitu harga jasa asisten rumah tangga yang akan diterapkan dalam aplikasi. Berikut merupakan hasil 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 2.11 Perhitungan BEP BANTOO

Setelah muncul hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa aplikasi BANTOO memerlukan minimal 39.253 transaksi per tahun, sekitar 3.271 transaksi per bulan, atau sekitar 109 transaksi per hari untuk dapat menutupi biaya operasional yang dikeluarkan.