

## BAB II

### PEMBENTUKAN IDE BISNIS

#### 2.1 Validasi Ide Bisnis

Kehidupan perkotaan urban saat ini telah bertransformasi menjadi serba cepat, dengan kecenderungan setiap keluarga untuk memiliki pemasukan *dual income*. Khususnya para perempuan yang bekerja formal dan memiliki anak. Gaya hidup urban ini mendorong masyarakat perkotaan untuk memiliki bantuan secara profesional dalam membantu kebutuhan rumah tangga secara cepat dan efisien. Hasil pra wawancara yang dilakukan penulis terhadap 3 ibu rumah tangga menyatakan bahwa para ibu membutuhkan asisten rumah tangga karena harus bekerja untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Kehidupan urban yang serba cepat dengan dominasi keluarga *dual income* turut mendorong tingginya permintaan akan tenaga bantuan profesional untuk mengelola pekerjaan rumah tangga. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), lebih dari 39 juta penduduk Indonesia tercatat berdomisili di wilayah perkotaan, sementara BP2MI (2026) mencatat bahwa pekerja rumah tangga merupakan pekerjaan yang diminati terbesar di luar negeri sepanjang tahun 2025. Di sisi lain, International Labour Organization (2024) mengungkapkan bahwa lebih dari 84% pekerja rumah tangga di Indonesia masih beroperasi di sektor informal tanpa kejelasan status ketenagakerjaan yang memadai. Kondisi ini diperkuat dengan data dari Jaringan Nasional Advokasi Pekerja Rumah Tangga (2023) yang mencatat sekitar 600 laporan kasus kekerasan terhadap pekerja rumah tangga dalam kurun waktu satu tahun.



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

Kondisi ini menunjukkan masih lemahnya sistem perekrutan, perlindungan, serta transparansi kompetensi ART, sehingga mendorong perancangan aplikasi layanan jasa asisten rumah tangga yang lebih aman, terverifikasi, dan profesional untuk mempermudah proses pencarian serta meminimalkan risiko mismatch antara pengguna dan pekerja.

### **2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis**

Dalam pengembangan ide bisnis, terdapat gagasan dalam pencarian asisten rumah tangga yang berasal dari permasalahan mendasar di wilayah urban, yaitu tingginya kebutuhan akan bantuan rumah tangga yang tidak diimbangi dengan sistem perekrutan yang terstruktur, transparan, dan memberikan perlindungan yang memadai. Menurut Badan Pusat Statistik (2022) populasi di Kawasan urban sangat besar, ditengah lonjaknya populasi tersebut, International Labour Organization (2024) menyoroti bahwa masih terdapat sektor informal dalam ekosistem pekerjaan rumah tangga. Kondisi ini membuka peluang nyata untuk menghadirkan sistem yang lebih terorganisir dan profesional sebagai alternatif solusi.

Dalam proses eksplorasi ide, terdapat beberapa model solusi yang menjadi pertimbangan oleh tim. Ide pertama adalah mendirikan agen penyalur ART konvensional yang beroperasi melalui kantor fisik dengan menyediakan tenaga kerja yang telah dikurasi. Kemudian yang kedua adalah membangun platform berbasis *website* sebagai wadah *marketplace* jasa rumah tangga. Selanjutnya, ide ketiga adalah mengembangkan layanan berbasis komunitas atau membership tertutup yang di dalamnya terdapat kurasi dan rekomendasi dari jaringan internal. Namun, masing-masing alternatif tersebut memiliki keterbatasan yang cukup signifikan. Agen konvensional dinilai kurang fleksibel dan sulit menjangkau pasar secara luas dalam waktu singkat. Kemudian untuk platform berbasis *website* kurang praktis dalam memenuhi kebutuhan yang bersifat instan dan *real-time*. Selanjutnya, sistem berbasis komunitas masih rentan terhadap persoalan transparansi pekerja seperti kemampuan dan metode pembayaran.

Berdasarkan analisis terhadap kebutuhan target audiens, di mana keluarga urban memiliki mobilitas yang tinggi, membutuhkan dan mengutamakan kecepatan, keamanan, serta kemudahan akses, platform berbentuk aplikasi memiliki pilihan yang paling relevan. Aplikasi memiliki keamanan yang terintegrasi dalam berbagai fitur unggulan seperti verifikasi identitas, sistem penilaian dan ulasan, kemudian *matching system* berbasis kebutuhan, transparansi profil dan keahlian tenaga kerja, serta perjanjian kerja digital yang lebih baik. Di samping itu, model aplikasi juga lebih efisien, dan selaras dengan perilaku digital target audiens dan masyarakat urban.

Melalui proses validasi yang dilakukan penulis dari riset pasar, jurnal ilmiah, serta wawancara dengan calon pengguna, diperoleh kesimpulan bahwa solusi berbasis aplikasi memiliki potensi pasar yang layak dan mampu menjawab persoalan ketidakcocokan, transparansi, serta kebutuhan layanan yang instan. Maka berdasarkan hal tersebut, penulis memutuskan untuk mengembangkan sebuah aplikasi yang menyediakan layanan jasa asisten rumah tangga hingga pengasuh secara instan bagi keluarga yang memiliki kesibukan tinggi maupun keluarga yang memiliki berkebutuhan khusus.

Perancangan aplikasi ini adalah sebagai *platform* untuk mempertemukan pencari jasa dengan asisten rumah tangga secara lebih aman, terverifikasi, dan efisien. Berbagai fitur pencarian berbasis spesifikasi kebutuhan tersedia dalam platform ini, mulai dari layanan kebersihan, *cleaning*, hingga caregiver ABK dan Lansia, sehingga keluarga dapat menemukan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan yang dialami secara cepat dan terpercaya.

### **2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis**

Setelah melalui proses eksplorasi dan analisis terhadap ide bisnis, penulis menetapkan BANTOO sebagai ide bisnis akhir yang akan dikembangkan selama program *Entrepreneurship and Innovation*. BANTOO merupakan *platform* layanan berbasis aplikasi yang menyediakan berbagai jasa asisten rumah tangga (ART) seperti *babysitter*, *caregiver*, *home cleaning*, dan *home laundry* dengan instan dan terpercaya.

Penetapan ide bisnis ini dilandasi pada perubahan kehidupan masyarakat perkotaan dengan ditandai meningkatnya partisipasi perempuan dalam dunia kerja serta tingginya mobilitas keluarga. Perubahan tersebut mendorong kebutuhan terhadap layanan domestik yang praktis dan efisien. Selain itu, perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam penggunaan layanan berbasis aplikasi, khususnya pada sektor *on-demand service*, sehingga menjadi peluang pasar yang relevan untuk pengembangan *platform* aplikasi layanan rumah tangga berbasis teknologi.

Beberapa aplikasi layanan berbasis teknologi telah hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap layanan domestik dan *on-demand service* seperti Rewang, bTaskee, dan Go Clean (Gojek). Rewang Indonesia merupakan aplikasi yang menghubungkan pencari jasa dengan asisten rumah tangga melalui sistem digital, menjawab kebutuhan bagi para orang tua pekerja tanpa ada biaya makelar mahal yang membebani (Masduki, 2020). Rewang memiliki kualifikasi tahap *interview* oleh pengguna jasa untuk membantu hal dalam mencocokkan kompetensi dengan kebutuhan. bTaskee menyediakan layanan kebersihan dan rumah tangga berbasis aplikasi dengan sistem pemesanan fleksibel sesuai waktu dan lokasi pengguna (Zesariana, 2024). Sementara itu, Gojek sebagai platform *on-demand* berskala nasional menunjukkan bahwa integrasi berbagai layanan dalam satu aplikasi digital mampu memenuhi kebutuhan masyarakat perkotaan yang menuntut kecepatan dan efisiensi (Deri, 2023). Perkembangan digitalisasi tersebut konsisten dengan temuan yang menunjukkan ekonomi digital Indonesia juga mengalami pertumbuhan signifikan yang didorong oleh peningkatan dalam pemakaian teknologi serta layanan berbasis aplikasi dalam kehidupan sehari-hari (Irawan, 2025; Meidyasari, 2024). Berdasarkan hal tersebut layanan *on-demand* menjadi Langkah yang tepat untuk mengatasi kebutuhan Masyarakat.

BANTOO mengintegrasikan unsur *Information and Communication Technology* (ICT) dalam seluruh proses operasionalnya melalui sistem aplikasi digital. Proses tersebut mencakup pencarian tenaga kerja berbasis filter

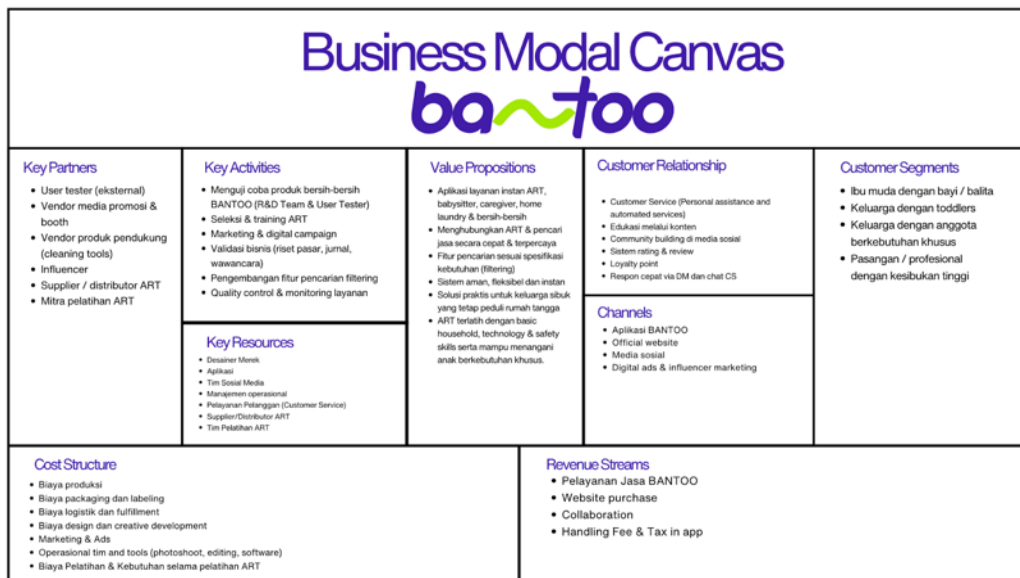
kebutuhan, sistem ranking BANTOO dan *database* tenaga kerja, mekanisme pemesanan, hingga *rating system* dan ulasan pengguna. Platform ini memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama dalam mempertemukan penyedia dan pengguna jasa secara efisien serta transparan. Unsur inovasi dalam BANTOO terletak pada standarisasi kualitas tenaga kerja melalui proses seleksi, pelatihan, dan sertifikasi dalam menggunakan teknologi dan tanggap serta memiliki pengetahuan mendasar untuk tanggap pada anak dan anak berkebutuhan khusus. 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 agar pengguna dapat memilih tenaga kerja sesuai kebutuhan tertentu, termasuk dalam penanganan anak berkebutuhan khusus. Model ini memberikan diferensiasi dengan layanan konvensional yang umumnya tidak terintegrasi secara digital dan tidak memiliki sistem standarisasi kompetensi yang terstruktur (Meidyasari, 2024; Budiman, 2025).

Selama 6 bulan perancangan, luaran yang ditargetkan penulis mencakup prototipe aplikasi dengan *branding* dan pemasaran sosial media, proses validasi pasar melalui uji coba kepada pengguna, pengembangan *minimum viable product* (MVP), serta penyusunan laporan evaluasi model bisnis. Dengan pendekatan berbasis teknologi dan validasi kebutuhan pasar, BANTOO ditetapkan sebagai ide bisnis yang memiliki prospek untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

## **2.2 Business Model Canvas**

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan kerangka strategis yang merangkum sembilan komponen inti bisnis dalam satu halaman untuk memetakan target konsumen hingga aspek keuangan secara sederhana. Penerapan BMC bertujuan untuk memvisualisasikan serta mengkomunikasikan elemen *key model* bisnis agar lebih mudah dipahami dan dapat memperjelas 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 dan supervise internal maupun eksternal guna memastikan strategi yang disusun tetap relevan dan terarah.



Gambar 2.2 Business Model Canvas BANTOO

*Business Model Canvas* (BMC) BANTOO menggambarkan model bisnis berbasis aplikasi yang menyediakan layanan instan asisten rumah tangga (ART), *babysitter*, *Caregiver* ABK dan Lansia, *Home Laundry*, dan *Home Cleaning*. BANTOO berperan sebagai *platform* penghubung tenaga kerja yang 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 yaitu pengembangan dan pemeliharaan aplikasi dan pengelolaan kualitas layanan melalui sistem rating. Selain itu juga proses validasi bisnis melalui riset pasar, analisis literatur ilmiah, dan wawancara. 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 (*startup*) berbasis teknologi yang bergerak di bidang layanan domestik dan pemberdayaan tenaga kerja rumah tangga. Perusahaan ini resmi didirikan pada 2 Februari 2026 dengan tujuan menjadi penghubung profesional antara asisten rumah tangga (ART) dan pengguna jasa di wilayah perkotaan Indonesia. BANTOO hadir sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat perkotaan terhadap tenaga kerja asisten rumah tangga yang kompeten, terpercaya, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan mengintegrasikan teknologi, sistem pelatihan, dan mekanisme verifikasi yang terstruktur, BANTOO berkomitmen menciptakan ekosistem layanan domestik yang profesional, inklusif, serta 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 memiliki landasan pada 3 nilai utama yaitu *empowerment*, *professionalism*, dan *inclusivity and adaptability*. BANTOO berkomitmen meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan ART melalui pelatihan, sertifikasi, dan akses kerja yang lebih layak. Setiap tenaga kerja yang tergabung dalam BANTOO dibekali keterampilan, etika kerja, dan pemahaman tugas yang jelas guna meminimalkan kesenjangan ekspektasi antara pekerja dan pengguna jasa. BANTOO juga mendorong tenaga kerja domestik yang mampu memahami kebutuhan keluarga modern, termasuk penanganan dasar anak berkebutuhan khusus serta penguasaan teknologi digital.

### **2.3.4 Tone of Voice**

Dalam merancang identitas komunikasi BANTOO, penentuan *tone of voice* menjadi salah satu elemen penting dalam strategi *branding*. Pendekatan yang digunakan mengacu pada kerangka *Four Dimensions of Tone of Voice* yang dikembangkan oleh Nielsen Norman Group, dengan empat dimensi utama sebagai acuan, yaitu *funny vs. serious*, *formal vs. casual*, *respectful vs. irreverent*, dan *enthusiastic vs. matter-of-fact*. Melalui kerangka ini, BANTOO dapat menentukan cara berkomunikasi yang paling sesuai dengan karakter *brand* serta relevan oleh keluarga urban modern yang

mengutamakan kepercayaan, kenyamanan, dan profesionalisme dalam setiap interaksi layanan.



Gambar 2.3 *Tone of Voice* BANTOO  
Sumber: (Nielsen Norman, 2016)

Dalam membangun identitas komunikasi merek, BANTOO mengusung *tone of voice* yang memadukan karakter *professional*, *trustworthy*, dan *caring*. BANTOO menempatkan *trustworthy* sebagai *tone of voice* utama, mengingat layanan yang ditawarkan berkaitan langsung dengan lingkungan rumah tangga dan pengasuhan anak yang membutuhkan tingkat kepercayaan tinggi. Komunikasi yang disampaikan dirancang untuk memberikan rasa aman, transparan, dan konsisten, sehingga mampu membangun keyakinan antara pengguna jasa dan tenaga asisten rumah tangga. Untuk memperkuat kredibilitas tersebut, BANTOO juga mengedepankan karakter *professional* melalui penyampaian informasi yang jelas, terstruktur, dan berbasis standar layanan yang terverifikasi. Selain itu, pendekatan *caring* turut dihadirkan sebagai elemen pendukung agar komunikasi tetap terasa hangat, empatik, dan dekat dengan kebutuhan keluarga modern.

### 2.3.5 Logo

Logo sebagai salah satu elemen utama yang berperan penting dalam membangun citra serta menjadi hal yang mewakili sifat-sifat dalam perusahaan. Elemen visual seperti bentuk, tipografi, dan warna dalam logo memiliki pengaruh psikologis terhadap persepsi pengguna terhadap sebuah

merek (Gupta et al., 2025). Oleh karena itu, perancangan logo perlu dilakukan agar mampu merepresentasikan nilai, karakter, serta tujuan dari brand yang dibangun.



Gambar 2.4 Logo Perusahaan BANTOO

BANTOO memiliki logo dengan seluruh huruf pada logo tidak terpisah dan dirancang saling terhubung satu sama lain. Elemen ini melambangkan peran BANTOO sebagai penghubung antara asisten rumah tangga dan pengguna jasa, yang membangun relasi kerja yang saling membutuhkan, saling membantu, dan berkelanjutan. Huruf “n” yang digantikan dengan garis *fluid* (bergelombang) menjadi elemen khas dalam logo. Bentuk *fluid* juga merepresentasikan ART yang fleksibel dalam menghadapi berbagai kebutuhan rumah tangga, termasuk pemahaman dasar terhadap anak berkebutuhan khusus serta kemampuan beradaptasi dengan peralatan dan sistem digital modern.

Warna ungu pada logo BANTOO melambangkan inovasi, kreativitas, serta profesionalitas dalam menghadirkan solusi berbasis teknologi. Warna ungu tua, seperti ungu plum atau ungu terong, dikaitkan dengan kemewahan dan kecanggihan, menjadikannya pilihan untuk branding kelas atas (ghatraj, 2025). Kecanggihan pada warna ungu dapat mendorong lahirnya ide dan pendekatan baru. Penggunaan warna ungu merepresentasikan semangat BANTOO dalam menghadirkan pendekatan modern yang berbeda (inovatif) dari sistem konvensional dalam proses pencarian asisten rumah tangga. Sementara itu, warna hijau diasosiasikan dengan lingkungan. Hijau adalah kesuburan, pertumbuhan, kesuksesan, natural, harmoni dan kejujuran (Monica, 2024). Pada logo BANTOO melambangkan kepedulian, keseimbangan, serta pertumbuhan. Warna hijau

merepresentasikan keterhubungan ekosistem layanan domestik yang saling menguntungkan antara pengguna jasa dan asisten rumah tangga.



Gambar 2.5 Alternatif Logo Perusahaan BANTOO

Logo BANTOO memiliki 5 alternatif warna sehingga dapat dengan mudah dan meningkatkan keterbacaan pada media yang implementasiakan. Jika memiliki latar belakang yang bertabrakan dengan warna hijau dan ungu, logo berwarna hitam atau putih. Jika berada pada latar ungu atau gelap, dapat menggunakan logo berwarna hijau dan putih hijau. Jika berada pada latar hijau atau terang, logo berwarna ungu.

#### **2.4 Struktur Perusahaan**

Struktur perusahaan dirancang dengan cermat karena dapat menjamin tercapainya sebuah organisasi yang efisien dan efektif. Efektivitas organisasi merupakan sebuah hal yang muncul dari struktur yang terkoordinasi dengan baik, memungkinkan perusahaan untuk memenuhi tujuan dan sasaran kinerjanya dalam hal kualitas, kuantitas, dan ketepatan waktu (Kusumaningrum et al, 2024). Untuk mencapai tujuan, BANTOO memiliki struktur perusahaan yang terdiri dari 4 orang anggota dengan bertanggung jawab sesuai keahlian masing-masing.



Gambar 2.6 Struktur Perusahaan BANTOO

*Chief Executive Officer* (CEO) yang bertanggung jawab dalam menetapkan visi, strategi, serta arah pengembangan perusahaan secara keseluruhan. CEO didukung oleh tiga posisi eksekutif utama untuk mengkoordinasikan kerja antar divisi serta memastikan setiap fungsi organisasi berjalan selaras dengan tujuan bisnis yang telah ditetapkan. *Chief Operating Officer* (COO) bertanggung jawab atas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan, termasuk pengawasan terhadap Departemen Operasional dan Departemen *IT Tech*. Departemen Operasional berfokus pada pengelolaan kualitas layanan melalui fungsi *Quality Control*, proses rekrutmen dan pelatihan tenaga kerja melalui bagian *Recruitment and Training*, serta pengelolaan komunikasi dan pelayanan pengguna melalui *Customer Service Admin*. Sementara itu, Departemen *IT Tech* berada di bawah koordinasi COO karena berkaitan langsung dengan operasional platform digital yang digunakan dalam layanan BANTOO, yang meliputi pengembangan dan pemeliharaan sistem aplikasi melalui tim *Back-End* dan *Front-End developer*. *Chief Financial Officer* (CFO) bertanggung jawab dalam mengelola aspek keuangan dan legal perusahaan melalui divisi *Finance and Legal*. Posisi ini berperan dalam memastikan pengelolaan keuangan perusahaan dilakukan secara efektif dan transparan. *Chief Marketing Officer* (CMO) bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pengelolaan identitas merek BANTOO melalui Departemen *Marketing* dan Departemen *Creative*. Departemen *Marketing* berfokus pada perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran yang dijalankan oleh tim Senior

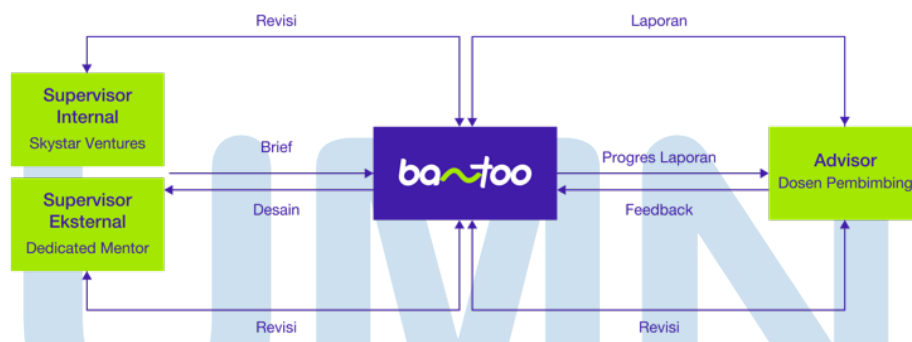
Marketing dan Junior Marketing. Sementara itu, Departemen *Creative* bertanggung jawab dalam pengembangan identitas visual serta pengalaman pengguna aplikasi melalui peran *Creative Director*, *UI/UX Designer*, dan *Graphic Designer*. Adapun pembagian pekerjaan dalam anggota PRO STEP pada perusahaan BANTOO adalah:

1. Ilyasa Fayrazs CEO *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* dan *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, CFO dan *Graphic Designer* spesifik *Social Media 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, COO dan *UI/UX Designer*: Merancang *user interface* dan *user experience* pada produk digital, Membuat *wireframe*, *user flow*, dan prototipe untuk pengembangan produk, melakukan riset pengguna untuk memahami kebutuhan dan perilaku pengguna, 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, CMO dan *Graphic Designer* spesifik *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 *Entrepreneurship and Innovation* yang dijalankan oleh penulis tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, seperti , serta *supervisor* eksternal. *Supervisor* berasal dari pihak Skystar Ventures berperan dalam membimbing terkait perancangan dan pengembangan ide bisnis hingga perumusan nilai dan model usaha. *Advisor* merupakan dosen dari Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) yang bertanggung jawab dalam memberikan pendampingan dalam menyusun laporan akademik agar sesuai dengan kaidah ilmiah. Adapun supervisor eksternal membimbing berdasarkan pengalaman praktis dalam pengelolaan bisnis, khususnya melalui pemberian masukan, saran, dan arahan strategis terhadap pengembangan usaha yang dirintis penulis.



Gambar 2.7 Alur Koordinasi Tim *Entrepreneurship and Innovation Program*

Alur kerja pengembangan BANTOO dalam Program PROSTEP melibatkan dua bentuk pendampingan utama, yaitu *supervisor* dan *advisor*, yang memiliki peran berbeda dalam proses pengembangan bisnis serta penyusunan laporan akademik. Pada sisi pengembangan bisnis, BANTOO didampingi oleh *supervisor* yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu supervisor internal dari Skystar Ventures dan *supervisor* eksternal yang berperan sebagai *dedicated mentor*. Dalam alur kerja ini, *supervisor* memberikan arahan awal berupa *brief* terkait

pengembangan ide bisnis dan strategi. Berdasarkan brief tersebut, tim BANTOO kemudian mengembangkan konsep desain serta strategi bisnis. Hasil pengembangan tersebut selanjutnya dikonsultasikan kembali kepada *supervisor* untuk memperoleh masukan dan revisi. Proses ini berlangsung secara iteratif hingga konsep bisnis dan desain yang dikembangkan mencapai hasil yang optimal. Proses tersebut didokumentasikan melalui pengisian *logbook Supervisor Daily Task* pada *website* PROSTEP dengan rentang waktu kerja yang dimulai dari pukul 08.00 hingga 18.00. *Supervisor Daily Task* harus memenuhi durasi kerja 640 jam sebagai syarat mengikuti Sidang Evaluasi PROSTEP.

Pada sisi akademik, proses kerja BANTOO juga melibatkan *advisor* yang berperan sebagai dosen pembimbing dalam penyusunan laporan PROSTEP. *Advisor* memberikan arahan terkait struktur dan penulisan laporan akademik. Penulis kemudian menyusun laporan berdasarkan arahan tersebut dan secara berkala mengirimkan progres laporan kepada *advisor* untuk mendapatkan evaluasi dan umpan balik. Setelah menerima revisi dari *advisor*, penulis melakukan perbaikan dan penyempurnaan laporan hingga mencapai hasil akhir yang sesuai dengan standar akademik yang ditetapkan. Selain itu, peserta juga harus secara berkala mengisi *Advisor Daily Task* pada platform yang sama, yang disesuaikan dengan durasi pengerjaan laporan PROSTEP dalam satu hari. Pengisian *Advisor Daily Task* tidak diperbolehkan dilakukan pada jam yang sama dengan *Supervisor Daily Task*, sehingga pengisiannya dilakukan pada rentang waktu pukul 19.00 hingga 22.00. Pengisian *Advisor Daily Task* harus memenuhi durasi kerja selama 207 jam sebagai syarat mengikuti sidang evaluasi. Dengan adanya pembagian alur kerja yang dimiliki, proses pengembangan bisnis dan penyusunan laporan dapat berjalan secara terstruktur, terpantau, serta memenuhi ketentuan pelaksanaan program PROSTEP.

## **2.6 Analisis Kelayakan Usaha**

Kelayakan usaha ide bisnis dapat dianalisis melalui *Break Event Point* (BEP). BEP merupakan kondisi ketika jumlah pendapatan dan pengeluaran perusahaan berada pada posisi impas. Posisi tersebut menjadi indikator penting untuk mengetahui bahwa usaha sudah berada di jalur yang tepat menuju

keuntungan (Tim Bank Mega Syariah, 2025). Sebelum melakukan perhitungan posisi impas tersebut, penulis 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:

No	Kategori	Spesifikasi	Jenis	QTY	Biaya Per-Bulan	Biaya Tetap	Total Perbulan	Total Tetap (1thn)		
1	Kantor	Cost Sewa	RUKO Hampton 3 Lt. (https://w	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		
Projektor				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		
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		
		Cloud Hosting		1	Rp1,000,000		Rp1,000,000	Rp0		
5	Infrastruktur Teknologi	Database Server		1	Rp300,000		Rp300,000	Rp0		
		Domain & SSL		1	Rp100,000	Rp500,000		Rp500,000		
		SMS OTP		1	Rp200,000		Rp200,000	Rp0		
		Legalitas UMKM		1		Rp500,000		Rp500,000		
7	Branding & Pemasaran	Promo Launching		1	Rp10,000,000		Rp10,000,000	Rp0		
<b>TOTAL</b>							Rp105,506,800	Rp220,877,000		
Bulan							12	Rp1,266,081,600		

Gambar 2.8 Biaya Modal BANTOO

Tabel tersebut berisi kategori demikian dengan perhitungan biaya per bulan, biaya tetap, total perbulan, dan tetap 1 tahun. Kemudian pada table selanjutnya memaparkan rincian biaya operasional dan biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan. Mengingat adanya fitur tambahan (*add on*) dalam aplikasi, penulis turut menyusun tabel khusus yang merinci biaya peralatan untuk mendukung fitur tersebut dalam proyeksi satu tahun ke depan. Rincian biaya tambahan dimaksud dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Total Modal *Add On* BANTOO

No	Kategori	Biaya Tetap	qty	rentang waktu	Biaya Tetap	Biaya Tahun
1.	Alat <i>Add On</i>	Sapu Lantai	5	6 bulan (x2)	Rp40.000	Rp400.000
2.		Vacuum Cleaner	2	4 tahun (:4)	Rp2.500.000	Rp1.250.000
3.		Ember Pel	2	4 tahun (:4)	Rp120.000	Rp60.000
4.		Kain Lap	5	1 minggu (x52)	Rp10.000	Rp2.600.000
5.		Kemoceng	3	1 tahun	Rp35.000	Rp105.000
6.		Cairan pembersih lantai (500ml)	1	1 botol per 3 hari	Rp10.000	Rp1.200.000
7.		Pengharum ruangan (225ml)	1	3 botol per per hari (asumsinya untuk 30 order dengan asumsi 1 botol 10 rumah abis)	Rp40.000	Rp43.800.000

8		Cairan pembersih toilet (500ml)	1	1 botol 3 per hari	Rp50.000	Rp54.750.000
Total modal <i>Add On</i> BANTOO (1 tahun)						Rp104.165.000

Berdasarkan perhitungan dalam biaya operasional per tahun, biaya *set up* awal, dan biaya *add on* aplikasi didapatkan jumlah modal sebesar Rp1.266.081. Untuk menentukan jumlah transaksi yang diperlukan agar mencapai balik modal, penulis menentukan harga jasa *customer, fee* asisten rumah tangga, dan *payment gateway* terlebih dahulu. Perhitungan tersebut digunakan untuk mengetahui estimasi jumlah transaksi yang perlu dicapai pertahun agar modal dapat kembali. Berikut merupakan tabel asumsi harga jasa asisten rumah tangga per jam dan per dua jam sebagai durasi minimal layanan pembersihan yang tersedia dalam aplikasi.

Tabel 2.2 Harga Layanan BANTOO

No.	Hitungan Ongkir	
1.	Ongkir BANTOO/ Km	Rp2.800
2.	Jumlah Km (max Jarak)	4
3.	Biaya/ Km	Rp12.200
3.	Biaya/ hari (Subsidi BANTOO)	Rp1.329.800
4.	Perbulan (30 Hari)	Rp25.254.000
5.	Pertahun (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 sebesar Rp485.377.000.

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
		<b>Total Pertahun</b>	<b>Rp2,076,500,600</b>

Gambar 2.9 Biaya Total per Tahun

Berdasarkan perhitungan biaya operasional per tahun, biaya *add on*, dan biaya hitungan didapatkan jumlah modal sebesar Rp 2.076.500.600. Untuk 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 pembersihan di dalam aplikasi BANTOO:

Tabel 2.3 Jumlah Transaksi Balik Modal

No.	Jumlah Transaksi Balik Modal	
1.	Biaya ART per Jam	Rp80.000
2.	Asumsi Komisi	40%
3.	Jam	2
3.	Biaya ART	Rp160.000
4.	Harga Komisi	Rp52.900
5.	Biaya Total App (2 jam)	Rp212.900

6.	Payment Gateway (NET)	Rp3.750
7.	Laba Total Bersih/ Order	Rp49.150

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 (Whello, 2023). 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 3.1 Rumus *Break Event Point*  
Sumber: (Athallah, 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.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### BEP UNIT PER TAHUN

$$\text{BEP Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap Produksi}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit} - \text{Payment Gateway}}$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{2.076.500.600}{212.900 - 160.000 - 3.750}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP Unit} &= 39.253 \\ \text{BEP Unit (per bulan)} &= 3271 \\ \text{BEP Unit (per hari)} &= 109 \end{aligned}$$

Gambar 2.10 Rumus *Break Event Point*  
Sumber: (Athallah, 2025)

ARPU merupakan harga layanan BANTOO yang terdiri dari harga jual ke pengguna per jam dikurangi *fee* ART per jam kemudian dikurangi dengan *payment gateway*. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa aplikasi BANTOO membutuhkan setidaknya 39.253 jumlah transaksi pertahun, 3271 per bulan, dan 109 transaksi per hari. Hal tersebut agar dapat menutup biaya operasional.

