

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

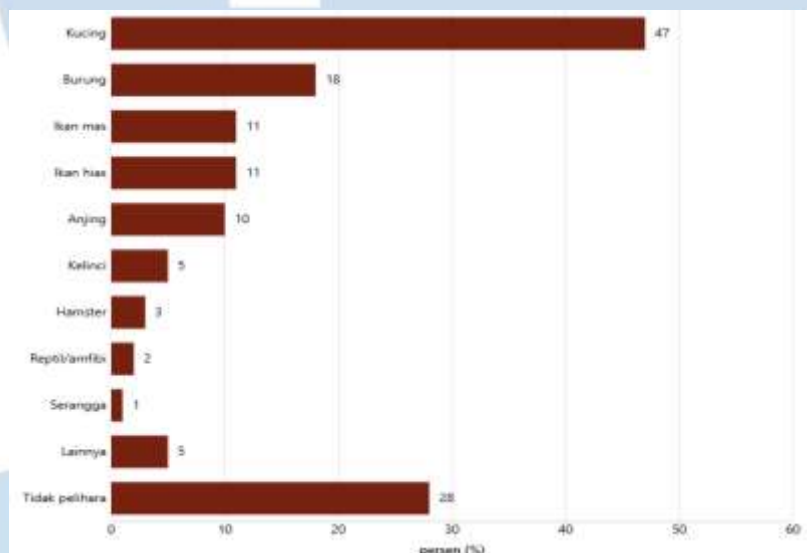
2.1 Validasi Ide Bisnis

Validasi ide bisnis PetoBowl dilakukan melalui eksplorasi, pengujian asumsi, dan iterasi konsep untuk memastikan solusi yang dirancang relevan dengan kebutuhan pasar, mengacu pada prinsip *business idea validation* sebagai evaluasi sistematis terhadap relevansi, urgensi, dan potensi keberlanjutan suatu konsep bisnis (Cote, 2020). Pada tahap awal, ide PetoBowl berangkat dari observasi terhadap meningkatnya jumlah pemilik hewan peliharaan, khususnya kucing dan anjing, di kawasan urban Indonesia. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin memandang hewan peliharaan sebagai bagian dari keluarga (*pet humanization*). Seiring dengan perubahan tersebut, industri makanan hewan peliharaan di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan laporan Mordor Intelligence (2025), industri makanan hewan peliharaan di Indonesia diproyeksikan memiliki tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (*Compound Annual Growth Rate / CAGR*) sebesar 7,35% pada periode 2026–2031, dengan nilai pasar yang diperkirakan meningkat hingga mencapai 1,83 miliar USD pada tahun 2030.



Gambar 2.1 Data Ukuran dan Pangsa Makanan Hewan Peliharaan Indonesia
Sumber: <https://www.mordorintelligence.com/industry-report...>

Data sekunder dari Katadata (2023) juga menunjukkan bahwa kucing dan anjing merupakan 5 besar hewan peliharaan dengan populasi terbanyak di Indonesia. Pertumbuhan ini diperkuat oleh fenomena *pet humanization* yang mendorong pemilik semakin peduli terhadap kesehatan dan nutrisi hewan peliharaan mereka. Selain itu, data dari Winner Research (2024) menunjukkan tingginya volume impor makanan kucing dan anjing di Indonesia, dengan tingkat konsumsi terbesar berada di kota-kota besar seperti Jakarta. Kondisi ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk makanan hewan terus meningkat seiring pertumbuhan kelas menengah urban dan meningkatnya kesadaran pemilik terhadap kesejahteraan hewan peliharaan.



Gambar 2.2 Data Proporsi Responden Indonesia yang Memelihara Hewan
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro...>

Meskipun peluang pasar tersebut cukup besar, terdapat permasalahan mendasar yang dihadapi oleh pemilik hewan peliharaan, yaitu rendahnya literasi nutrisi dan kesulitan memahami komposisi bahan pada produk makanan hewan. Label makanan hewan sering kali menggunakan istilah teknis yang sulit dipahami oleh konsumen awam, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan interpretasi dalam pengambilan keputusan pembelian (Aschemann-Witzel et al., 2013). Selain itu, kebutuhan nutrisi hewan yang berbeda-beda berdasarkan usia, ras, berat badan, aktivitas, serta kondisi kesehatan membuat proses pemilihan makanan menjadi semakin kompleks (Silva et al., 2023).

Permasalahan tersebut diperparah oleh maraknya informasi yang pada media sosial mengenai pola makan hewan peliharaan. Informasi yang tidak terpersonalisasi ini dapat menimbulkan *information overload* bagi pemilik hewan peliharaan sehingga mereka mengalami kesulitan dalam menentukan produk makanan yang sesuai dengan kebutuhan hewan mereka (Lai et al., 2021). Permasalahan ini menjadi penting karena keputusan nutrisi yang dilakukan secara berulang setiap hari memiliki dampak langsung terhadap kesehatan hewan dalam jangka panjang. Ketika pemilik tidak mampu memverifikasi informasi yang diterima atau memahami komposisi produk secara mandiri, keputusan pembelian cenderung didasarkan pada asumsi, tren, atau klaim pemasaran dibandingkan kebutuhan nutrisi aktual hewan peliharaan. Akibatnya, proses pengambilan keputusan menjadi tidak efisien dan rentan terhadap bias informasi. Oleh karena itu, proses validasi ide bisnis dilakukan untuk memastikan bahwa solusi yang dirancang benar-benar dapat menjawab kebutuhan utama pengguna serta memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk digital yang relevan dengan kondisi pasar saat ini.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Pada tahap pengembangan ide bisnis, penulis bersama anggota tim melakukan eksplorasi terhadap berbagai kemungkinan solusi yang dapat menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Proses ini dilakukan melalui metode perancangan *Human Centered Design* (HCD) yang berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna secara mendalam sebelum merancang solusi. Kerangka kerja HCD umumnya terdiri dari tiga fase utama: *Inspiration, Ideation, and Implementation* (IDEO, 2015). Metodologi ini memastikan bahwa solusi didasarkan pada wawasan pengguna nyata dan disempurnakan melalui umpan balik berulang.

Tahapan pertama dalam proses ini adalah melakukan observasi terhadap perilaku dan kebiasaan pemilik hewan peliharaan dalam memberikan makanan kepada hewan mereka. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan pengguna, penulis melakukan serangkaian

wawancara informal dengan beberapa pemilik anjing dan kucing di wilayah urban. Wawancara ini bertujuan untuk memahami kebiasaan pemberian makanan, pertimbangan dalam memilih produk makanan hewan, serta kesulitan yang dialami oleh pemilik hewan dalam memahami informasi nutrisi. Pada tahap awal pengembangan ide, tim sempat mempertimbangkan konsep aplikasi yang menyediakan rekomendasi resep makanan rumahan (*homemade pet food*) yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan hewan peliharaan sebagai fitur utama. Ide ini bertujuan membantu pemilik hewan dalam menyiapkan makanan yang lebih sehat dan terkontrol secara nutrisi.



Gambar 2.3 Ide Awal Aplikasi Resep Makanan Hewan
Sumber: <https://azestfor.com/blogs/recipes/dog-food-home...>

Namun setelah dilakukan proses validasi melalui wawancara dengan pengguna, ditemukan bahwa sebagian besar responden tidak tertarik untuk memasak makanan sendiri bagi hewan peliharaan mereka. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih membeli makanan komersial karena dinilai lebih praktis dan tidak memerlukan proses persiapan yang rumit. Salah satu narasumber, Ratni, pemilik anjing Husky bernama Winter, menyatakan bahwa ia lebih sering memberikan makanan berupa *kibble* karena dinilai praktis serta memiliki panduan takaran yang jelas pada kemasan produk. Ratni juga menyampaikan kekhawatiran mengenai kemungkinan kesalahan dalam meracik nutrisi apabila memasak makanan sendiri untuk hewan peliharaan.



Gambar 2.4 Wawancara Bersama Ratni

Temuan serupa juga disampaikan oleh Ilham, pemilik anjing Teckel bernama Pickle, yang sebelumnya sempat memberikan makanan rumahan berupa nasi dan daging rebus kepada anjingnya. Namun setelah berkonsultasi dengan dokter hewan dan mengetahui bahwa anjingnya mengalami obesitas, ia beralih menggunakan makanan komersial untuk membantu mengontrol pola makan dan berat badan hewan peliharaannya.



Gambar 2.5 Wawancara Bersama Ilham

Beberapa responden lain juga menyampaikan bahwa mereka jarang memasak makanan khusus untuk hewan peliharaan karena prosesnya dianggap cukup rumit dan memerlukan waktu tambahan. Seorang responden bernama Stev yang memiliki empat ekor kucing menyatakan bahwa ia lebih memilih menggunakan *dry food* karena lebih praktis dibandingkan memasak makanan sendiri untuk hewan peliharaan. Ia juga mengungkapkan bahwa salah satu kesulitan yang sering dialami adalah memahami kandungan nutrisi pada

produk makanan hewan, seperti istilah BHA (*butylated hydroxyanisole*), *Propyl gallate*, serta kandungan mineral tertentu.



Gambar 2.6 Wawancara Bersama Stev

Selain itu, beberapa pemilik hewan juga mengungkapkan kekhawatiran terkait kualitas dan transparansi bahan makanan yang tercantum pada label produk. Michelle, pemilik kucing bernama Kali, menyatakan bahwa ia sering merasa ragu apakah komposisi bahan yang tercantum pada kemasan benar-benar mencerminkan kualitas produk yang sebenarnya, terutama terkait kemungkinan adanya *filler* seperti tepung atau bahan tambahan lainnya.



Gambar 2.7 Wawancara Bersama Michelle

Kekhawatiran serupa juga disampaikan oleh Cynthia, pemilik kucing bernama Nox, yang menyatakan bahwa ia sering mencari informasi mengenai kandungan bahan makanan hewan melalui media sosial maupun internet untuk memastikan bahwa produk yang dipilih aman dan sesuai bagi hewan peliharaannya. Namun demikian, ia mengakui bahwa informasi yang tersedia

sering kali tersebar di berbagai sumber dan tidak selalu mudah dipahami oleh pemilik hewan awam.



Gambar 2.8 Wawancara Bersama Cynthia

Selain wawancara dengan pemilik hewan, penulis juga melakukan wawancara dengan tenaga profesional di bidang kesehatan hewan untuk memperoleh perspektif ahli terkait nutrisi hewan peliharaan. Salah satu narasumber yang diwawancarai adalah Dr. Hani, seorang dokter hewan. Dalam wawancara tersebut, ia menjelaskan bahwa makanan hewan yang diproduksi secara komersial umumnya telah melalui proses *quality control* dan memiliki formulasi nutrisi tertentu, sehingga lebih terstandarisasi dibandingkan makanan rumahan yang dibuat tanpa panduan nutrisi yang jelas. Ia juga menambahkan bahwa pemberian makanan rumahan tanpa perhitungan nutrisi yang tepat dapat menyebabkan ketidakseimbangan nutrisi, seperti kelebihan protein yang dapat berdampak pada kesehatan ginjal hewan.

Selain itu, Dr. Hani juga menjelaskan bahwa beberapa pemilik hewan memberikan makanan mentah (*raw food*) tanpa penanganan yang tepat, yang berpotensi menimbulkan risiko kontaminasi bakteri seperti *salmonella*. Oleh karena itu, ia menekankan pentingnya panduan nutrisi yang jelas apabila pemilik hewan ingin memberikan makanan alternatif selain makanan komersial.



Gambar 2.9 Wawancara Bersama Dr. Hani

Wawancara tambahan juga dilakukan dengan Valerie, sebagai profesional dibidang *pet nutritionist*, yang menjelaskan bahwa nutrisi hewan peliharaan yang seimbang harus mencakup enam komponen utama, yaitu protein, lemak, karbohidrat, vitamin, mineral, dan air. Ia juga menekankan bahwa kebutuhan nutrisi hewan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti usia, tingkat aktivitas, kondisi kesehatan, serta berat badan hewan peliharaan. Selain itu, ia menjelaskan bahwa banyak pemilik hewan kesulitan dalam menafsirkan informasi yang terdapat pada label makanan hewan, seperti urutan bahan, sumber protein, serta jenis pengawet yang digunakan.

Valerie juga memberikan wawasan terkait cara mengevaluasi label makanan hewan (*pet food label*), yang menurutnya sering kali disalahpahami oleh pemilik hewan. Ia menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek utama yang perlu diperhatikan ketika membaca label makanan hewan. Pertama adalah urutan bahan pada daftar komposisi, di mana bahan yang tercantum pada posisi pertama menunjukkan bahan dengan proporsi terbesar dalam produk tersebut. Kedua adalah memahami istilah seperti *meat by-product*, *meat meal*, atau *meat derivatives*, yang memiliki arti dan kualitas bahan yang berbeda. Ketiga adalah memperhatikan posisi bahan tambahan pada label, karena bahan yang tercantum setelah garam biasanya memiliki komposisi di bawah satu persen dan sering kali lebih bersifat sebagai elemen pemasaran dibandingkan komponen nutrisi utama.

Dalam konteks pengembangan fitur digital untuk pemantauan nutrisi, Valerie juga menekankan pentingnya penggunaan pendekatan ilmiah dalam menentukan porsi makan hewan peliharaan. Ia menjelaskan bahwa perhitungan kebutuhan energi hewan biasanya menggunakan formula *Resting Energy Requirement* (RER) dan *Daily Energy Requirement* (DER), yang mempertimbangkan berat badan, usia, serta tingkat aktivitas hewan. Dengan menggunakan pendekatan ini, pemilik hewan dapat menentukan jumlah kalori harian yang lebih akurat dibandingkan hanya mengikuti perkiraan atau kebiasaan pemberian makan.

Secara keseluruhan, wawancara dengan Valerie memberikan wawasan penting bahwa pemilik hewan peliharaan membutuhkan akses terhadap informasi nutrisi yang lebih mudah dipahami, ilmiah, dan terstruktur.



Gambar 2.10 Wawancara Bersama Valerie

Berdasarkan wawancara bersama narasumber dan para profesional, dapat disimpulkan bahwa pemilik hewan peliharaan masih mengalami kesulitan dalam memahami komposisi makanan hewan serta menentukan kebutuhan nutrisi dan porsi makan yang sesuai. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan alat bantu yang dapat menyajikan informasi nutrisi secara lebih sederhana dan mudah dipahami. *Insight* tersebut menjadi salah satu dasar dalam pengembangan konsep aplikasi PetoBowl sebagai platform yang membantu pemilik hewan memahami makanan hewan serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat terkait nutrisi hewan peliharaan mereka.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan hasil eksplorasi dan validasi ide yang telah dilakukan pada tahap 2.1.1, tim kemudian memfinalisasi konsep bisnis PetoBowl sebagai aplikasi *mobile* berbasis teknologi yang berfokus pada analisis komposisi makanan hewan peliharaan. Konsep ini merupakan hasil dari proses iterasi ide yang dilakukan berdasarkan masukan narasumber (pemilik hewan peliharaan) dan hasil wawancara dengan *pet nutritionist*.

PetoBowl dirancang sebagai aplikasi berbasis *Software as a Service* (SaaS) yang memiliki fitur utama berupa *ingredient scanning*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memindai komposisi bahan yang tercantum pada label makanan hewan menggunakan teknologi pengenalan teks (*Optical Character Recognition / OCR*). Setelah proses pemindaian dilakukan, sistem akan menganalisis komposisi bahan tersebut dengan memanfaatkan basis data nutrisi hewan untuk memberikan informasi yang lebih sederhana, mudah dipahami, serta relevan dengan kondisi hewan peliharaan pengguna.



Gambar 2.11 Referensi Konsep Final Aplikasi PetoBowl
Sumber: <https://apps.apple.com/us/app/pawdi-pet-food-scan...>

Selain fitur pemindaian bahan makanan, aplikasi PetoBowl juga dirancang untuk menyediakan fitur analisis nutrisi yang disesuaikan dengan profil hewan peliharaan, seperti usia, berat badan, tingkat aktivitas, serta kondisi kesehatan tertentu. Dengan pendekatan ini, PetoBowl diharapkan dapat

membantu pemilik hewan dalam mengambil keputusan pembelian makanan secara lebih rasional, terinformasi, dan terpersonalisasi.

Pengembangan ide bisnis PetoBowl juga memanfaatkan perkembangan teknologi digital serta meningkatnya adopsi aplikasi *mobile* di masyarakat urban. Dengan mengintegrasikan teknologi pemindaian bahan, analisis nutrisi berbasis data, serta sistem rekomendasi yang dipersonalisasi, PetoBowl berpotensi menjadi solusi inovatif dalam sektor *pet-tech* yang mendukung kesehatan hewan peliharaan secara preventif dan berkelanjutan.

Platform *mobile* dipilih karena memungkinkan penggunaan dalam konteks pembelian secara langsung di toko maupun saat menjelajahi *marketplace*. Karakteristik perangkat *mobile* yang selalu tersedia menjadikan proses akses informasi lebih cepat dibandingkan pendekatan berbasis desktop.

PetoBowl sebagai *platform* digital yang membantu pemilik hewan peliharaan dalam memahami nutrisi, memantau kesehatan, serta mengelola pola makan hewan secara lebih terstruktur, merancang berbagai layanan dan fitur utama pada aplikasinya. Fitur-fitur ini dirancang untuk membantu *pet owners* dalam mengambil keputusan nutrisi yang lebih tepat serta memantau kondisi kesehatan hewan peliharaan secara berkelanjutan. Berikut merupakan beberapa fitur utama yang terdapat dalam aplikasi PetoBowl:

a. *Ingredient Scanner* dan *Food Analysis*

Fitur *analyze* merupakan fitur utama dalam aplikasi PetoBowl yang berfungsi untuk membantu pengguna memahami kandungan nutrisi dari makanan hewan peliharaan secara lebih transparan. Melalui fitur ini, pengguna dapat melakukan pemindaian label komposisi makanan menggunakan teknologi *Optical Character Recognition* (OCR).

Teknologi OCR digunakan untuk mengurangi kebutuhan input manual yang berpotensi meningkatkan waktu interaksi dan risiko kesalahan pengetikan. Dengan OCR, informasi pada kemasan

dapat diekstraksi secara otomatis sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih efisien. Teknologi AI juga digunakan bukan hanya untuk menampilkan data nutrisi, tetapi untuk menginterpretasikan hubungan antara komposisi bahan makanan dan kebutuhan spesifik hewan berdasarkan profil yang dimiliki pengguna secara terpersonalisasi.

Setelah proses pemindaian dilakukan, sistem PetoBowl akan menganalisis daftar bahan makanan. Data nutrisi makanan hewan memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi karena banyak istilah industri yang sulit dipahami oleh konsumen umum, seperti *by-product*, *grain-free*, *meat meal*, maupun berbagai jenis *preservative*. Untuk mengatasi hal tersebut, sistem dirancang menggunakan *knowledge base* yang mengelompokkan istilah berdasarkan kategori bahan, fungsi nutrisi, serta persepsi konsumen yang umum ditemukan dalam industri *pet food*. Pendekatan ini memungkinkan sistem tetap relevan terhadap perkembangan terminologi dan tren yang terus berubah.

b. *Personalized Feeding Plan*

Fitur *feeding plan* dirancang untuk membantu pengguna dalam menentukan kebutuhan nutrisi serta porsi makan yang sesuai dengan kondisi hewan peliharaan mereka. Sistem ini bekerja dengan mengumpulkan informasi mengenai profil hewan seperti jenis hewan, ras, usia, berat badan, serta tingkat aktivitas harian.

Berdasarkan data tersebut, aplikasi akan menghasilkan *personalized feeding recommendation* yang mencakup kebutuhan kalori harian, pembagian porsi makanan, serta rekomendasi jenis diet yang sesuai dengan kondisi kesehatan hewan. Dalam fitur ini juga tersedia beberapa kategori diet khusus seperti *weight management diet*, *medical feeding*, *homemade diet*, dan *special diet* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu hewan.

Fitur ini membantu mengurangi praktik pemberian makan yang bersifat perkiraan atau *trial and error*, sehingga pemilik hewan dapat memberikan makanan dengan jumlah yang lebih tepat dan terukur.

c. *Feeding Tracker dan Daily Activity Monitoring*

Fitur *feeding track* berfungsi sebagai sistem pemantauan aktivitas dan pola makan hewan peliharaan secara berkelanjutan. Melalui fitur ini, pengguna dapat mencatat berbagai aktivitas penting yang berkaitan dengan kesehatan hewan, seperti jadwal makan, berat badan, aktivitas fisik, serta kondisi kesehatan harian.

Salah satu fungsi utama dalam fitur ini adalah *food log*, yaitu catatan harian yang memungkinkan pengguna merekam jenis makanan yang diberikan kepada hewan serta jumlah porsi. Data tersebut kemudian akan disimpan dalam sistem sehingga pengguna dapat memantau pola makan hewan dalam jangka waktu tertentu.

Selain itu, fitur ini juga menyediakan *weight tracker* yang membantu pemilik hewan memantau perubahan berat badan secara berkala. Informasi ini penting karena perubahan berat badan sering kali menjadi indikator awal dari masalah kesehatan pada hewan peliharaan.

Dalam pengembangannya, fitur *tracking* ini juga dirancang untuk dapat terintegrasi dengan perangkat *wearable pet devices* yang memungkinkan pemantauan aktivitas fisik hewan secara lebih akurat di masa depan.

d. *Smart Portion Calculator*

PetoBowl juga menyediakan fitur *smart portion calculator* yang berfungsi untuk membantu pengguna menghitung porsi makan yang tepat bagi hewan peliharaan mereka. Perhitungan ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti berat badan, usia, serta tingkat aktivitas hewan.

Melalui sistem ini, pengguna dapat mengetahui estimasi kebutuhan kalori harian hewan serta pembagian porsi makanan dalam satu hari. Fitur ini dirancang untuk membantu mencegah masalah *overfeeding* maupun *undernutrition* yang sering terjadi akibat kesalahan estimasi porsi makanan oleh pemilik hewan.

e. *Nutrition Education dan Knowledge Hub*

Selain menyediakan fitur analisis dan *monitoring*, PetoBowl juga berperan sebagai *platform* edukasi yang membantu meningkatkan literasi nutrisi hewan peliharaan. Melalui fitur *nutrition education*, pengguna dapat mengakses berbagai artikel dan informasi yang berkaitan dengan kesehatan hewan, nutrisi makanan, serta praktik pemberian makan yang aman.

Konten edukasi ini disusun dengan tujuan untuk membantu pemilik hewan memahami konsep nutrisi dasar, mengenali bahan makanan yang berpotensi berbahaya, serta memahami kebutuhan nutrisi spesifik dari hewan dengan kondisi kesehatan tertentu.

Dengan adanya fitur edukasi ini, PetoBowl tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang membantu pemilik hewan menjadi lebih sadar dan terinformasi dalam merawat hewan peliharaan mereka.

f. *Pet Profile dan User Account Management*

Fitur *account* memungkinkan pengguna untuk mengelola profil hewan peliharaan serta preferensi penggunaan aplikasi. Dalam fitur ini, pengguna dapat membuat dan mengelola beberapa *pet profile*, yang masing-masing berisi informasi mengenai nama hewan, jenis, ras, usia, berat badan, serta kondisi kesehatan khusus seperti alergi atau penyakit tertentu.

Data profil ini menjadi dasar bagi sistem PetoBowl dalam menghasilkan rekomendasi nutrisi yang lebih personal. Selain itu, pengguna juga dapat mengatur preferensi notifikasi, mengelola

pengaturan akun, serta menyimpan riwayat analisis makanan dan catatan aktivitas hewan peliharaan.

g. *Feeding History dan Data Monitoring*

Seluruh aktivitas yang dilakukan pengguna dalam aplikasi akan tersimpan dalam sistem *feeding history*, sehingga pengguna dapat melihat kembali riwayat pemberian makanan, hasil analisis *ingredient*, serta catatan aktivitas hewan peliharaan. Data ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pemilik hewan untuk mengevaluasi pola makan serta perkembangan kesehatan hewan dalam jangka panjang.

2.2 Business Model Canvas

Dengan menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC), bagian ini menjelaskan komponen utama dari model bisnis PetoBowl. Analisis ini menggambarkan bagaimana aplikasi PetoBowl menciptakan nilai bagi pemilik hewan peliharaan melalui teknologi digital sekaligus membangun model bisnis yang berkelanjutan melalui berbagai aktivitas operasional, sumber daya, serta strategi monetisasi.



Gambar 2.12 Gambar *Business Model Canvas* PetoBowl

2.2.1 Customer Segments

PetoBowl menargetkan segmen pasar yang spesifik yaitu pemilik hewan peliharaan (*pawrents*) dari generasi Milenial dan Gen Z berusia 22–40 tahun yang tinggal di wilayah urban dan suburban di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Tangerang, Surabaya, dan Bali. Segmen ini umumnya berasal dari kelas sosial ekonomi menengah ke atas (SES B+) dan memiliki pandangan bahwa perawatan hewan peliharaan merupakan investasi jangka panjang yang penting.

Target utama PetoBowl adalah pemilik hewan peliharaan baru atau calon pemilik hewan peliharaan yang memiliki pengalaman kurang dari dua tahun. Kelompok ini biasanya masih mencari informasi yang terpercaya mengenai nutrisi, pola makan, serta kesehatan hewan peliharaan mereka.

Selain itu, PetoBowl juga menargetkan pemilik hewan peliharaan yang lebih berpengalaman, yaitu mereka yang telah memelihara hewan selama lebih dari tiga tahun. Kelompok ini umumnya ingin meningkatkan kualitas perawatan hewan peliharaan mereka, misalnya dengan beralih dari makanan komersial biasa ke makanan premium, *carb* diet, atau makanan yang lebih dipersonalisasi sesuai kebutuhan nutrisi hewan.

2.2.2 Value Propositions

PetoBowl menawarkan nilai utama berupa informasi nutrisi hewan peliharaan yang kredibel, mudah diakses, dan dipersonalisasi melalui aplikasi digital. Platform ini membantu pemilik hewan peliharaan memahami kandungan makanan yang diberikan kepada hewan mereka sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait nutrisi.

Target utama PetoBowl adalah pemilik hewan peliharaan baru atau calon pemilik hewan peliharaan yang memiliki pengalaman kurang dari dua tahun. Kelompok ini biasanya masih mencari informasi yang terpercaya mengenai nutrisi, pola makan, serta kesehatan hewan peliharaan mereka.

Functional Value:

- a. Mudah memahami kandungan bahan dalam makanan hewan peliharaan
- b. Menghitung porsi makan yang tepat sesuai kebutuhan hewan secara terpersonalisasi
- c. Melacak aktivitas harian hewan peliharaan secara terpersonalisasi
- d. Memantau berat badan hewan peliharaan secara terpersonalisasi
- e. Memantau tingkah laku hewan peliharaan secara terpersonalisasi
- f. Mendapatkan rekomendasi aktivitas fisik yang sesuai secara terpersonalisasi
- g. Mendapatkan *insight* kesehatan hewan peliharaan melalui *stool* data secara terpersonalisasi
- h. Mencegah risiko obesitas dan masalah kesehatan jangka panjang pada hewan peliharaan

Emotional Value:

- a. Mengurangi rasa khawatir terhadap kesehatan hewan peliharaan
- b. Membantu pemilik merasa lebih bertanggung jawab dan terinformasi
- c. Memberikan pemilik rasa senang karena sudah memberikan yang terbaik pada hewan peliharaan

2.2.3 Channels

Untuk menjangkau dan melayani penggunanya, PetoBowl menggunakan beberapa saluran distribusi utama, baik secara digital maupun melalui kolaborasi dengan acara-acara hewan. Beberapa channel utama yang digunakan antara lain:

- a. Aplikasi *mobile* (iOS dan Android) sebagai platform utama layanan PetoBowl
- b. Media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi
- c. Kolaborasi dengan influencer di bidang pet care dan nutrisi hewan
- d. Acara atau event komunitas hewan peliharaan

- e. Klinik hewan dan pet shop sebagai titik interaksi dengan pengguna potensial
- f. Komunitas pecinta hewan sebagai media penyebaran informasi dan edukasi

Melalui kombinasi *channel* ini, PetoBowl dapat membangun kesadaran merek sekaligus menjangkau pengguna secara langsung.

2.2.4 Customer Relationships

PetoBowl membangun hubungan dengan pengguna melalui pendekatan yang berbasis *personalized digital experience* dan edukasi berkelanjutan. Strategi hubungan pelanggan yang digunakan meliputi:

- a. *Freemium onboarding*, dimana pengguna dapat mencoba fitur dasar secara gratis sebelum beralih ke layanan premium
- b. *Insight* yang dipersonalisasi, berdasarkan data profil dan kebiasaan hewan peliharaan
- c. Notifikasi berbasis data, seperti pengingat pemberian makan atau aktivitas
- d. Konten edukasi mengenai nutrisi dan kesehatan hewan
- e. Pengembangan komunitas pengguna yang dapat berbagi pengalaman dan informasi mengenai perawatan hewan peliharaan

Pendekatan ini membantu meningkatkan keterlibatan pengguna sekaligus membangun loyalitas terhadap platform.

2.2.5 Revenue Streams

PetoBowl menghasilkan pendapatan melalui beberapa sumber yang saling melengkapi, dengan fokus utama pada layanan digital berbasis aplikasi serta kolaborasi dengan berbagai pihak dalam industri *pet care*. Model pendapatan ini dirancang untuk memastikan keberlanjutan platform sekaligus menjaga kredibilitas informasi yang diberikan kepada pengguna. Oleh karena itu, strategi monetisasi PetoBowl tidak hanya bergantung pada satu sumber

pendapatan, melainkan memanfaatkan kombinasi layanan premium, kemitraan industri, serta dukungan komunitas.:

- a. *Advertisements* dari brand atau produk *pet care* selain *pet food* untuk mengurangi bias dan meningkatkan kredibilitas. Iklan yang ditampilkan dalam aplikasi dapat berupa promosi produk perawatan hewan seperti vitamin, *grooming tools*, aksesoris hewan, atau layanan kesehatan hewan. Strategi ini memungkinkan brand terkait untuk menjangkau komunitas pemilik hewan peliharaan secara lebih spesifik, sekaligus menjaga objektivitas PetoBowl dalam memberikan rekomendasi nutrisi makanan.
- b. *Subscriptions* untuk fitur lanjutan dalam aplikasi. Pengguna yang berlangganan premium dapat menikmati pengalaman aplikasi yang bebas iklan serta mendapatkan akses ke fitur eksklusif, seperti analisis nutrisi yang lebih mendalam, pemantauan kesehatan hewan secara lebih detail, serta laporan perkembangan kesehatan hewan peliharaan secara berkala.
- c. *Merchandise selling* terkait brand PetoBowl, seperti stiker, boneka maskot, tote-bag, pin, dan produk koleksi lainnya. *Merchandise* ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan tambahan, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk memperkuat identitas *brand* dan membangun kedekatan emosional dengan komunitas pengguna. Produk-produk tersebut dapat mencakup *collectible mascot-themed merchandise* seperti stiker karakter, boneka maskot, atau desain tampilan aplikasi eksklusif yang dapat dikoleksi oleh pengguna.
- d. *Collaboration* atau kerjasama dengan merek *pet care*, *influencer*, ataupun *veterinary professional*. Bentuk kerja sama ini dapat berupa kampanye edukasi mengenai nutrisi hewan peliharaan, konten kolaboratif di media sosial, ataupun program promosi bersama yang melibatkan komunitas pecinta hewan. Kolaborasi tersebut membantu meningkatkan visibilitas platform sekaligus membuka peluang monetisasi melalui kampanye berbayar.

- e. *Brand partnership* dengan perusahaan yang bergerak di industri hewan peliharaan. PetoBowl dapat menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan yang bergerak di bidang *pet care*, seperti produsen aksesoris hewan, layanan *grooming*, klinik hewan, atau *offline store* maupun *platform e-commerce pet supplies*. Kemitraan ini dapat berbentuk integrasi layanan dalam aplikasi, program promosi bersama, maupun *sponsorship* untuk berbagai fitur atau kampanye edukasi yang diselenggarakan oleh PetoBowl.

Pengguna umumnya bersedia membayar untuk layanan bebas iklan, mempunyai fitur lebih, dan lebih banyak personalisasi bagi hewan peliharaan mereka. Sistem pembayaran yang digunakan juga dirancang *cashless* untuk memudahkan transaksi digital.

2.2.6 Key Resources

Untuk dapat menjalankan layanan secara optimal, PetoBowl membutuhkan berbagai sumber daya utama yang mendukung pengembangan teknologi, pengolahan data nutrisi, serta operasional platform secara keseluruhan. Sumber daya ini menjadi fondasi penting agar aplikasi dapat memberikan informasi nutrisi yang akurat, terpercaya, dan mudah diakses oleh para pemilik hewan peliharaan.

Beberapa sumber daya utama yang dimiliki oleh PetoBowl meliputi:

- a. *Nutrition database*. PetoBowl memanfaatkan database nutrisi yang berisi informasi mengenai kandungan bahan makanan, komposisi nutrisi, serta kebutuhan gizi berbagai jenis dan berat hewan peliharaan. Database ini menjadi dasar bagi sistem untuk menganalisis makanan hewan, memberikan rekomendasi nutrisi, serta membantu pengguna memahami kualitas makanan yang diberikan kepada hewan peliharaan mereka.
- b. *UI/UX system*. Antarmuka pengguna yang intuitif dan mudah digunakan merupakan salah satu sumber daya penting bagi

PetoBowl. Desain UI/UX yang baik memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengakses fitur-fitur seperti pemindaian bahan makanan, pelacakan kesehatan hewan, serta rekomendasi nutrisi. Selain itu, pengalaman pengguna yang nyaman juga membantu meningkatkan tingkat penggunaan aplikasi dan loyalitas pengguna.

- c. *Veterinary & pet nutrition experts*. PetoBowl bekerja sama dengan tenaga ahli seperti dokter hewan dan ahli nutrisi hewan untuk memastikan bahwa informasi serta rekomendasi yang diberikan kepada pengguna memiliki dasar ilmiah yang kuat. Para ahli ini berperan dalam proses validasi data nutrisi, pengembangan model rekomendasi makanan, serta penyusunan konten edukasi yang berkaitan dengan kesehatan hewan peliharaan.
- d. *Algorithm engine & local price data integration*. Sistem algoritma yang dikembangkan oleh PetoBowl berfungsi untuk mengolah berbagai data yang tersedia, seperti kandungan nutrisi makanan, profil hewan peliharaan, serta pola konsumsi pengguna. Melalui algoritma ini, aplikasi dapat memberikan rekomendasi makanan yang lebih personal dan relevan. Integrasi dengan data harga lokal juga membantu pengguna mempertimbangkan pilihan makanan yang sesuai dengan kebutuhan nutrisi sekaligus kemampuan finansial.
- e. *Brand identity & visual assets*. Elemen branding seperti logo, maskot, serta berbagai aset visual menjadi sumber daya penting dalam membangun identitas PetoBowl sebagai platform digital di bidang nutrisi hewan peliharaan. Maskot dan identitas visual ini juga digunakan dalam berbagai materi komunikasi, konten edukasi, serta merchandise untuk memperkuat hubungan emosional antara platform dengan komunitas pengguna.
- f. *Anonymized user data*. PetoBowl juga memanfaatkan data pengguna yang telah dianonimkan, seperti kebiasaan pemberian

makan, preferensi makanan hewan peliharaan, serta pola aktivitas pengguna dalam aplikasi. Data ini digunakan untuk meningkatkan kualitas algoritma rekomendasi, memahami kebutuhan pengguna secara lebih mendalam, serta mengembangkan fitur-fitur baru yang lebih relevan bagi komunitas pemilik hewan peliharaan.

Melalui pemanfaatan berbagai sumber daya tersebut, PetoBowl dapat mengembangkan platform yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu memberikan solusi yang praktis dan personal bagi para pemilik hewan peliharaan dalam mengelola nutrisi serta kesehatan hewan mereka.

2.2.7 Key Activities

Untuk menjalankan model bisnisnya secara efektif, PetoBowl melakukan berbagai aktivitas utama yang berfokus pada pengembangan teknologi, pengolahan data nutrisi, serta penyediaan informasi yang kredibel bagi pemilik hewan peliharaan. Aktivitas-aktivitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa platform dapat memberikan layanan yang akurat, relevan, serta mudah digunakan oleh pengguna.

Beberapa aktivitas utama yang dilakukan oleh PetoBowl meliputi:

- a. *Data labeling, nutrition modeling & algorithm development* untuk menghasilkan rekomendasi yang lebih personal, PetoBowl mengolah berbagai data terkait kandungan nutrisi makanan hewan, kebutuhan gizi hewan peliharaan, serta pola konsumsi pengguna. Proses ini melibatkan pelabelan data bahan makanan, pengembangan model nutrisi, serta pembuatan algoritma yang mampu mengolah data tersebut menjadi rekomendasi yang mudah dipahami oleh pengguna.
- b. *App development & maintenance*, dimana tim pengembang secara berkelanjutan melakukan pengembangan fitur, perbaikan sistem, serta pemeliharaan aplikasi agar platform tetap stabil dan mudah digunakan. Aktivitas ini mencakup pembaruan sistem operasi,

peningkatan performa aplikasi, perbaikan bug, serta pengembangan fitur baru seperti sistem pemindaian bahan makanan, pelacakan kesehatan hewan, dan rekomendasi nutrisi yang dipersonalisasi. Insight yang dipersonalisasi, berdasarkan data profil dan kebiasaan hewan peliharaan

- c. *User research & recipe validation cycles* sangat diperlukan. PetoBowl melakukan penelitian terhadap kebutuhan dan perilaku pengguna untuk memahami kebiasaan pemberian makan hewan peliharaan. Selain itu, platform juga melakukan validasi terhadap rekomendasi nutrisi dengan melibatkan dokter hewan atau ahli nutrisi hewan, sehingga informasi yang diberikan kepada pengguna tetap akurat dan terpercaya.
- d. *Content creation, curation & safety compliance*, dimana selain menyediakan fitur teknologi, PetoBowl juga berperan sebagai sumber edukasi mengenai nutrisi dan kesehatan hewan peliharaan. Tim konten secara rutin membuat dan mengkurasi informasi yang berkaitan dengan bahan makanan hewan, pola makan sehat, serta tips perawatan hewan peliharaan. Seluruh konten yang disajikan juga melalui proses verifikasi agar sesuai dengan standar keamanan dan kesehatan hewan.
- e. *Marketing, community & user engagement* untuk meningkatkan jumlah pengguna dan mempertahankan keterlibatan mereka, PetoBowl melakukan berbagai aktivitas pemasaran melalui media sosial, kampanye digital, serta kolaborasi dengan komunitas pecinta hewan. Aktivitas ini juga mencakup pengelolaan komunitas pengguna, penyelenggaraan diskusi atau edukasi daring, serta interaksi dengan pengguna untuk membangun hubungan jangka panjang dengan platform.
- f. *Partnership management*, dimana PetoBowl menjalin dan mengelola kerja sama dengan berbagai mitra strategis, seperti dokter hewan, ahli nutrisi hewan, serta merek di industri *pet care*.

Kemitraan ini mendukung pengembangan layanan PetoBowl sekaligus membantu meningkatkan kredibilitas platform sebagai sumber informasi nutrisi hewan peliharaan yang terpercaya.

Melalui berbagai aktivitas tersebut, PetoBowl dapat memastikan bahwa platformnya terus berkembang, memberikan informasi yang akurat, serta mampu menjawab kebutuhan pemilik hewan peliharaan dalam mengelola nutrisi dan kesehatan hewan mereka.

2.2.8 Key Partners

Untuk mendukung operasional dan pengembangan platform secara berkelanjutan, PetoBowl menjalin kerja sama dengan berbagai mitra strategis. Kemitraan ini berperan penting dalam meningkatkan kredibilitas informasi, memperluas jangkauan pasar, serta memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada pengguna tetap relevan dan berkualitas. Dengan adanya kolaborasi dengan berbagai pihak, PetoBowl dapat mengintegrasikan pengetahuan ahli, teknologi, serta jaringan distribusi yang lebih luas dalam ekosistem platform.

Beberapa mitra utama PetoBowl meliputi:

- a. *Veterinary & pet nutrition experts.* PetoBowl bekerja sama dengan dokter hewan serta ahli nutrisi hewan untuk memastikan bahwa informasi nutrisi, rekomendasi makanan, dan konten edukasi yang disediakan dalam aplikasi memiliki dasar ilmiah yang valid. Para ahli ini berperan dalam memverifikasi database nutrisi, memberikan masukan terhadap pengembangan algoritma rekomendasi makanan, serta memastikan bahwa seluruh informasi yang disampaikan kepada pengguna tetap aman bagi kesehatan hewan peliharaan.
- b. *Cloud service providers & app developers.* Untuk memastikan aplikasi dapat berjalan dengan stabil dan mampu mengelola data pengguna secara aman, PetoBowl bekerja sama dengan penyedia layanan *cloud* serta pengembang teknologi. Infrastruktur ini mendukung penyimpanan data, pengolahan algoritma, serta

- performa aplikasi agar tetap optimal ketika jumlah pengguna terus bertambah. Pengembangan komunitas pengguna yang dapat berbagi pengalaman dan informasi mengenai perawatan hewan peliharaan
- c. *Digital payment providers*. PetoBowl juga bekerja sama dengan penyedia layanan pembayaran digital untuk memfasilitasi sistem transaksi dalam aplikasi. Melalui integrasi pembayaran cashless, pengguna dapat dengan mudah melakukan pembayaran untuk layanan premium, pembelian *merchandise*, atau layanan lainnya dengan proses yang cepat dan aman.
 - d. *Pet care brands, influencers & content creators*. Kolaborasi dengan merek maupun *influencer* serta kreator konten yang memiliki minat pada dunia hewan peliharaan membantu meningkatkan visibilitas platform PetoBowl. Para merek/*influencer* ini dapat membantu menyebarkan edukasi mengenai nutrisi hewan peliharaan, memperkenalkan fitur aplikasi kepada audiens yang lebih luas, serta membangun kepercayaan terhadap brand.

Melalui kemitraan dengan berbagai pihak tersebut, PetoBowl dapat memperkuat ekosistem bisnisnya sekaligus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada para pemilik hewan peliharaan.

2.2.9 Cost Structure

Dalam menjalankan operasional platform, PetoBowl memerlukan berbagai komponen biaya yang mendukung pengembangan teknologi, pengolahan data nutrisi, serta kegiatan pemasaran dan operasional lainnya. Struktur biaya ini dirancang untuk memastikan bahwa aplikasi dapat terus berkembang, memberikan layanan yang berkualitas, serta mempertahankan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Beberapa komponen biaya utama dalam operasional PetoBowl meliputi:

- a. *App development & maintenance*. Salah satu biaya terbesar dalam operasional PetoBowl adalah pengembangan serta pemeliharaan aplikasi. Biaya ini mencakup pengembangan fitur baru, perbaikan *bug*, pembaruan sistem agar kompatibel dengan sistem operasi terbaru, serta peningkatan performa aplikasi. Selain itu, tim pengembang juga terus melakukan pembaruan terhadap sistem algoritma dan pengalaman pengguna agar aplikasi tetap relevan dan mudah digunakan.
- b. *Veterinary & nutrition expert consultation*, untuk memastikan kredibilitas informasi yang disediakan, PetoBowl bekerja sama dengan dokter hewan serta ahli nutrisi hewan yang berperan sebagai konsultan. Biaya ini mencakup proses validasi *database* nutrisi, pengembangan rekomendasi makanan, serta verifikasi konten edukasi yang disajikan dalam aplikasi agar tetap aman dan sesuai dengan standar kesehatan hewan.
- c. *Nutrition database licensing*. PetoBowl memerlukan akses terhadap berbagai sumber data nutrisi yang digunakan sebagai dasar analisis makanan hewan peliharaan. Biaya ini mencakup lisensi penggunaan database nutrisi, pengelolaan data bahan makanan, serta pembaruan informasi nutrisi agar sistem rekomendasi tetap akurat dan relevan.
- d. *Content production & digital marketing*, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap aplikasi PetoBowl, diperlukan berbagai aktivitas pemasaran melalui media sosial, kampanye digital, serta kolaborasi dengan *influencer*. Biaya ini mencakup pembuatan konten edukasi, desain visual, pengelolaan media sosial, serta promosi digital yang bertujuan untuk menarik pengguna baru sekaligus mempertahankan keterlibatan pengguna yang sudah ada.
- e. *Cloud infrastructure & data storage*. Sebagai platform digital, PetoBowl membutuhkan infrastruktur cloud yang stabil untuk menyimpan serta mengelola data pengguna dan *database* nutrisi. Biaya ini meliputi layanan *server*, penyimpanan data, keamanan

sistem, serta pengelolaan performa aplikasi agar tetap responsif dan mampu menangani peningkatan jumlah pengguna.

- f. *AI algorithm maintenance & development*. Algoritma yang digunakan untuk menganalisis data nutrisi serta memberikan rekomendasi makanan memerlukan proses pengembangan dan pemeliharaan secara berkala. Biaya ini mencakup pengolahan data, pengujian model algoritma, serta peningkatan akurasi sistem agar rekomendasi yang diberikan kepada pengguna menjadi semakin personal dan relevan.

Dengan pengelolaan struktur biaya yang terencana, PetoBowl dapat memastikan bahwa seluruh aktivitas operasional dan pengembangan teknologi berjalan secara efektif sekaligus mendukung keberlanjutan platform dalam jangka panjang.

2.3 Deskripsi Perusahaan

PetoBowl merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang *pet health and wellness technology*, dengan fokus pada pengelolaan nutrisi serta kesehatan hewan peliharaan, khususnya kucing dan anjing. Platform ini dikembangkan dalam bentuk aplikasi *mobile* yang bertujuan untuk membantu pemilik hewan peliharaan dalam memahami, memantau, dan mengelola pola makan hewan secara lebih terstruktur, transparan, dan berbasis data. Pengembangan PetoBowl dilakukan sebagai bagian dari program *Entrepreneurship & Innovation Program*, dengan pendekatan riset berbasis kebutuhan pengguna serta metode *Human-Centered Design (HCD)*.

Secara konseptual, PetoBowl mengintegrasikan beberapa fitur utama dalam satu ekosistem digital, antara lain *ingredient transparency scanner*, *personalized feeding recommendation*, *portion calculator*, *homemade recipes*, serta *nutritional education system*. Melalui integrasi fitur tersebut, PetoBowl tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang membantu meningkatkan literasi kesehatan hewan di kalangan masyarakat. Platform ini diharapkan mampu menjadi pendamping digital yang membantu

pemilik hewan memahami kebutuhan nutrisi unik terpersonalisasi setiap hewan peliharaan mereka.

Nama PetoBowl merupakan gabungan dari dua kata, yaitu *pet* yang berarti hewan peliharaan dan *bowl* yang berarti mangkuk makanan. Secara literal, nama ini merujuk pada tempat makan hewan peliharaan. Namun secara filosofis, istilah bowl memiliki makna yang lebih mendalam. Mangkuk makanan merupakan titik akhir dari seluruh proses pengambilan keputusan nutrisi, mulai dari pemilihan bahan makanan, evaluasi kandungan nutrisi, hingga penentuan porsi yang tepat. Dengan demikian, PetoBowl dimaknai sebagai “wadah digital” yang membantu memastikan bahwa setiap makanan yang masuk ke dalam mangkuk hewan peliharaan telah melalui proses pertimbangan nutrisi yang tepat dan terinformasi.

Selain itu, konsep “*bowl*” juga merepresentasikan gagasan mengenai perawatan, perhatian, serta tanggung jawab pemilik terhadap kesejahteraan hewan peliharaan mereka. Dalam konteks ini, PetoBowl tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi teknologi, tetapi juga sebagai simbol komitmen pemilik hewan untuk memberikan kehidupan yang lebih sehat dan berkualitas bagi hewan kesayangannya.

2.3.1 Visi & Misi

Sebagai sebuah platform digital yang berfokus pada pengelolaan nutrisi dan kesehatan hewan peliharaan, PetoBowl memiliki arah pengembangan yang didasarkan pada tujuan jangka panjang serta prinsip operasional yang jelas. Perumusan visi dan misi perusahaan menjadi landasan strategis dalam menentukan arah pengembangan produk, layanan, serta kontribusi yang ingin diberikan kepada para pemilik hewan peliharaan di Indonesia.

Visi:

- a. Menjadi platform digital terpercaya di Indonesia yang mendukung pengelolaan nutrisi dan gaya hidup sehat hewan peliharaan secara terintegrasi, transparan, dan berbasis data.

Misi:

- a. Menyediakan fitur terpadu yang menggabungkan panduan nutrisi personal, pemantauan aktivitas, serta transparansi bahan makanan dalam satu aplikasi digital.
- b. Meningkatkan literasi kesehatan hewan peliharaan melalui penyediaan informasi nutrisi yang mudah dipahami dan berbasis prinsip ilmiah.
- c. Membantu pemilik hewan peliharaan dalam membuat keputusan pemberian makanan yang lebih aman dan terinformasi melalui sistem rekomendasi berbasis data.
- d. Mengembangkan ekosistem kolaboratif dengan dokter hewan, komunitas pecinta hewan, serta pelaku industri pet care untuk meningkatkan kualitas layanan kesehatan hewan di Indonesia.

Melalui visi dan misi ini, PetoBowl berupaya membangun sebuah ekosistem digital yang tidak hanya menyediakan solusi teknologi, tetapi juga mendorong peningkatan kesadaran dan literasi masyarakat mengenai pentingnya nutrisi yang tepat bagi kesehatan hewan peliharaan.

2.3.2 Identitas Visual dan Filosofi Logo

Identitas visual merupakan elemen penting dalam membangun citra dan positioning sebuah perusahaan. Logo PetoBowl dirancang untuk merepresentasikan nilai inti perusahaan, yaitu kesehatan, keseimbangan nutrisi, transparansi informasi, serta hubungan emosional antara manusia dan hewan peliharaan.



Gambar 2.13 Logo PetoBowl

Logo PetoBowl menampilkan ilustrasi anjing dan kucing yang berada di dalam sebuah mangkuk makanan (*bowl*) dengan komposisi visual yang menyerupai simbol yin-yang. Komposisi ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga mengandung makna simbolis yang menggambarkan filosofi bisnis PetoBowl.



Gambar 2.14 Logo PetoBowl Representasi Kucing dan Anjing

Penggunaan ilustrasi anjing dan kucing dalam logo memiliki fungsi representasional yang kuat karena kedua hewan tersebut merupakan jenis hewan peliharaan yang paling umum di Indonesia. Dengan menampilkan kedua ikon ini secara eksplisit, logo secara langsung mengkomunikasikan target utama layanan PetoBowl, yaitu pemilik anjing dan pemilik kucing.

Secara emosional, ekspresi wajah hewan yang tersenyum melambangkan kondisi hewan yang sehat, nyaman, dan bahagia. Hal ini juga mencerminkan tujuan utama platform PetoBowl, yaitu membantu pemilik hewan memastikan bahwa makanan yang diberikan kepada hewan peliharaan mereka aman dan sesuai dengan kebutuhan nutrisi.

Dalam perspektif branding, elemen ini juga memperkuat konsep “*pets as family members*”, yaitu pandangan bahwa hewan peliharaan bukan sekadar hewan domestik, melainkan bagian dari keluarga yang layak mendapatkan perhatian dan perawatan terbaik.



Gambar 2.15 Logo PetoBowl Representasi Mangkok

Elemen mangkuk (*bowl*) merupakan simbol utama yang merepresentasikan inti bisnis PetoBowl. Dalam kehidupan sehari-hari, mangkuk makanan merupakan tempat di mana seluruh makanan hewan peliharaan disajikan. Dengan demikian, mangkuk menjadi simbol yang sangat relevan untuk menggambarkan proses pengambilan keputusan nutrisi dalam aplikasi PetoBowl.

Dalam konteks aplikasi PetoBowl, mangkuk melambangkan hasil akhir dari proses kurasi nutrisi yang cerdas, di mana setiap makanan yang diberikan kepada hewan telah melalui proses evaluasi kandungan bahan, perhitungan porsi, serta pertimbangan kebutuhan kesehatan hewan. Hal ini menunjukkan bahwa makanan yang direkomendasikan tidak dipilih secara sembarangan, melainkan melalui proses analisis yang terstruktur.

Secara konseptual, mangkuk juga dapat dimaknai sebagai metafora dari prinsip utama PetoBowl, yaitu memastikan bahwa hanya makanan yang aman, sehat, dan sesuai kebutuhan yang akhirnya diberikan kepada hewan peliharaan. Dengan demikian, simbol mangkuk juga merepresentasikan komitmen PetoBowl dalam membantu pemilik hewan mengambil keputusan nutrisi yang lebih tepat dan bertanggung jawab.



Gambar 2.16 Logo PetoBowl Representasi Yin-Yang

Komposisi visual dalam logo PetoBowl membentuk pola menyerupai simbol Yin-Yang, yang secara filosofis melambangkan keseimbangan dan harmoni. Konsep ini sangat relevan dengan filosofi nutrisi yang diusung oleh PetoBowl.

Dalam ilmu nutrisi hewan, keseimbangan merupakan prinsip yang sangat penting karena setiap hewan memiliki kebutuhan nutrisi yang berbeda-beda tergantung pada usia, berat badan, aktivitas, serta kondisi kesehatan tertentu. Ketidakseimbangan nutrisi dapat berdampak pada berbagai masalah kesehatan seperti obesitas, alergi makanan, gangguan pencernaan, hingga penyakit metabolik.

Melalui simbol Yin-Yang, PetoBowl ingin menyampaikan gagasan bahwa kesehatan hewan peliharaan bergantung pada keseimbangan antara berbagai faktor, seperti komposisi nutrisi, jumlah porsi makanan, aktivitas fisik, serta kondisi kesehatan individu hewan.

Selain itu, simbol ini juga menggambarkan keseimbangan antara teknologi dan empati, di mana PetoBowl memanfaatkan teknologi digital untuk membantu pemilik hewan membuat keputusan yang lebih rasional, tanpa menghilangkan unsur kepedulian emosional terhadap kesejahteraan hewan peliharaan.

2.3.3 Color Palette

Color palette PetoBowl dirancang untuk menciptakan kesan visual yang cerah, ramah, dan mudah dikenali oleh pengguna. Kombinasi warna yang digunakan mencerminkan karakter *brand* yang bersahabat namun tetap profesional sebagai aplikasi yang berfokus pada kesehatan hewan peliharaan.



Gambar 2.17 *Color Palette* PetoBowl

Warna utama pertama yang digunakan dalam identitas visual PetoBowl adalah biru dengan kode warna (#13429F). Warna biru dipilih karena secara psikologis melambangkan kepercayaan, stabilitas, dan profesionalitas. Dalam konteks aplikasi PetoBowl, warna ini merepresentasikan peran aplikasi sebagai sumber informasi nutrisi yang terpercaya bagi pemilik hewan peliharaan.

Selain warna biru, PetoBowl juga menggunakan warna kuning (#FFBF00) sebagai warna utama kedua yang memberikan kesan hangat, energik, dan bersahabat. Warna ini membantu menciptakan nuansa positif dan optimis yang menggambarkan hubungan emosional antara pemilik dengan hewan peliharaan mereka.

Beberapa warna pendukung lainnya seperti merah (#E32808), pink (#F692AD), biru muda (#B5E8E8), dan hijau muda (#BDEC B5) digunakan untuk memperkaya tampilan visual aplikasi serta membantu membangun hierarki visual dalam desain antarmuka pengguna. Warna-warna tersebut juga

memberikan kesan *playful* dan ramah, sehingga sesuai dengan karakter aplikasi yang berhubungan dengan hewan peliharaan.

Selain itu, warna hitam (#000000) dan abu terang (#FBF6F3) digunakan sebagai warna netral untuk menjaga keterbacaan teks serta menciptakan keseimbangan visual dalam desain keseluruhan.

2.3.4 Typeface

PetoBowl menggunakan dua jenis *typeface* utama yaitu Baloo Thambi Bold dan Baloo Tamma 2. Kedua *typeface* ini termasuk dalam kategori *rounded sans-serif*, yaitu jenis huruf dengan bentuk ujung yang membulat dan karakter visual yang lebih ramah dibandingkan *typeface* sans-serif konvensional.

Baloo Thambi Bold

ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklmno

NOPQRSTUVWXYZ pqrstuvwxyz

1234567890

Baloo Tamma 2

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Gambar 2.18 *Typeface* PetoBowl

Typeface Baloo Thambi Bold digunakan sebagai *font* utama untuk judul, *heading*, serta elemen penting dalam tampilan aplikasi. Bentuk huruf yang tebal dan membulat memberikan kesan kuat namun tetap *playful*, sehingga mampu menciptakan identitas visual yang mudah dikenali serta relevan dengan tema aplikasi yang berhubungan dengan hewan peliharaan.

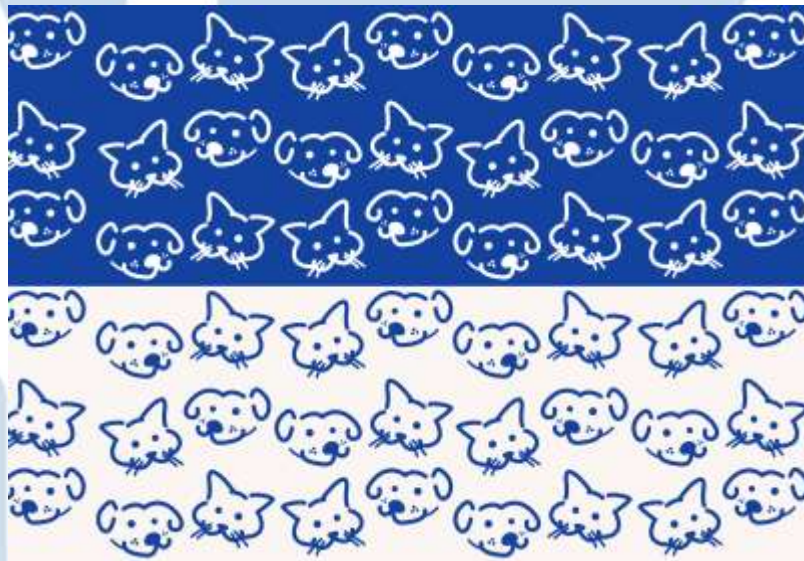
Sementara itu, Baloo Tamma 2 digunakan sebagai *font* pendukung untuk teks isi, informasi, serta elemen antarmuka pengguna lainnya. *Typeface*

ini memiliki karakter yang lebih ringan dan mudah dibaca, sehingga membantu meningkatkan keterbacaan teks terutama pada tampilan aplikasi *mobile*.

Penggunaan kedua *typeface* ini secara konsisten bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara keterbacaan, karakter *brand* yang ramah, serta tampilan visual yang modern dan profesional.

2.3.5 Supergraphic

Supergraphic PetoBowl terdiri dari ilustrasi wajah anjing dan kucing yang digambar dengan gaya garis sederhana (*line illustration*). Elemen grafis ini digunakan sebagai pola visual yang memperkuat identitas *brand* serta menciptakan tampilan yang lebih menarik dan komunikatif dalam berbagai media visual.



Gambar 2.19 *Supergraphic* PetoBowl

Pemilihan ilustrasi anjing dan kucing secara langsung merepresentasikan target utama pengguna aplikasi PetoBowl, yaitu pemilik anjing dan kucing. Gaya ilustrasi yang sederhana dan minimalis membuat elemen grafis ini mudah diaplikasikan dalam berbagai konteks desain, seperti latar belakang aplikasi, materi promosi, maupun elemen dekoratif dalam tampilan antarmuka.

Penggunaan pola berulang (*pattern*) dalam *supergraphic* juga membantu menciptakan konsistensi visual dalam identitas *brand*. Pola ini memberikan kesan *playful*, ramah, serta memperkuat karakter *brand* PetoBowl sebagai aplikasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari pemilik hewan peliharaan.

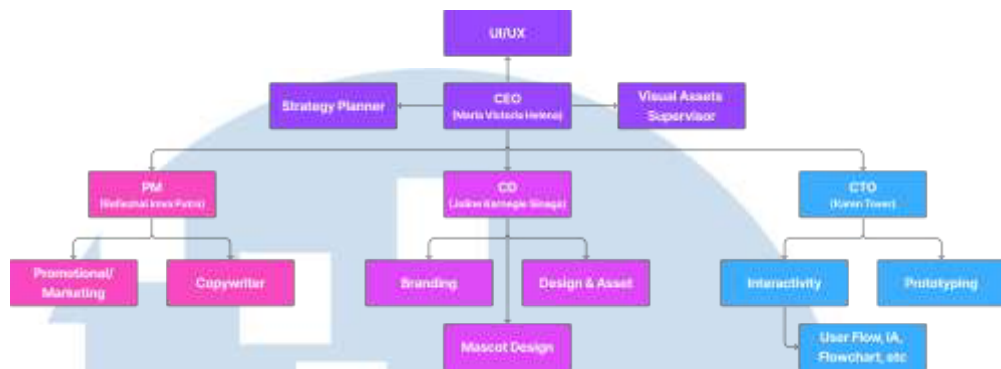
Selain itu, penggunaan warna biru sebagai latar belakang dalam *supergraphic* membantu menjaga konsistensi dengan warna utama *brand*, sehingga seluruh elemen visual tetap terasa harmonis dan mudah dikenali oleh pengguna.

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan PetoBowl disusun untuk memastikan setiap aspek pengembangan bisnis dan produk dapat berjalan secara terarah dan terkoordinasi dengan baik. Pembagian peran dalam tim dirancang berdasarkan kompetensi masing-masing anggota sehingga setiap individu memiliki tanggung jawab yang jelas dalam mendukung pengembangan PetoBowl sebagai platform digital di bidang pet health and wellness.

Dalam pelaksanaan *Entrepreneurship & Innovation Program*, setiap anggota tim memegang peran strategis yang saling melengkapi, mulai dari perumusan strategi bisnis, pengembangan produk digital, pengelolaan proyek, hingga pengembangan identitas visual dan komunikasi brand. Pembagian peran ini juga didiskusikan bersama dosen pembimbing internal dan eksternal untuk memastikan bahwa struktur organisasi tim mendukung proses pengembangan bisnis secara efektif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.20 Struktur Perusahaan PetoBowl

Adapun struktur peran dalam tim PetoBowl adalah sebagai berikut:

a. Maria Victoria Helena

Business Lead (UI/UX & Visual Assets Supervisor)

Sebagai *Business Lead*, anggota pertama bertanggung jawab atas arah strategis bisnis serta pengembangan konsep utama PetoBowl sebagai bisnis yang bergerak di bidang kesehatan dan nutrisi hewan peliharaan. Peran ini mencakup identifikasi peluang pasar, perumusan *value proposition*, penyusunan *Business Model Canvas*, serta pengembangan strategi awal monetisasi dan positioning produk di pasar *pet care* digital.

Selain berperan dalam perencanaan bisnis, *Business Lead* juga bertanggung jawab terhadap pengembangan desain pengalaman pengguna (*User Experience*) dan aset visual utama dalam aplikasi. Tanggung jawab ini meliputi penyusunan *wireframe*, perancangan *high-fidelity mockup*, serta memastikan bahwa desain antarmuka aplikasi selaras dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis yang ingin dicapai.

Business Lead memastikan bahwa seluruh fitur utama aplikasi terintegrasi dalam sistem yang berorientasi pada pengguna (*user-centered design*). Selain itu, posisi ini juga berperan dalam melakukan koordinasi lintas tim, pengambilan keputusan strategis, serta

menyampaikan laporan perkembangan proyek kepada dosen pembimbing selama berlangsungnya program.

b. Rafiezhal Imva Putra

Project Manager (Promotional & Branding Materials Supervisor)

Sebagai *Project Manager*, anggota kedua bertanggung jawab atas perencanaan, pengelolaan, serta pengawasan jalannya proyek pengembangan PetoBowl secara keseluruhan. Tanggung jawab utama dalam posisi ini meliputi penyusunan *timeline* proyek, pembagian tugas antar anggota tim, pemantauan progres setiap divisi, serta memastikan bahwa seluruh *deliverables* dapat diselesaikan sesuai dengan target waktu dan standar kualitas yang telah ditetapkan.

Dalam aspek komunikasi dan promosi, *Project Manager* juga berperan sebagai penanggung jawab pengembangan materi promosi dan *branding* perusahaan. Hal ini mencakup pembuatan pitch deck, perancangan konten media sosial, pengembangan materi kampanye, serta penyusunan strategi komunikasi brand yang efektif.

Peran ini bertujuan untuk memastikan bahwa identitas PetoBowl tersampaikan secara konsisten kepada *target market*, baik dari segi *visual branding*, *tone of voice* komunikasi, maupun pesan utama mengenai transparansi nutrisi dan kesehatan hewan peliharaan. Selain itu, *Project Manager* juga bertindak sebagai penghubung administratif antara tim pengembang dengan dosen pembimbing dalam hal dokumentasi proyek, laporan berkala, serta validasi perkembangan program.

c. Joline Karnegie Sinaga

Creative Director (Branding & Visual Design Lead)

Sebagai *Creative Director*, anggota keempat bertanggung jawab atas pengembangan identitas visual dan arah kreatif brand PetoBowl secara menyeluruh. Peran ini mencakup perancangan logo, sistem warna, tipografi, ilustrasi visual, maskot brand, serta

penyusunan pedoman visual (*brand guideline*) yang mendukung *positioning* PetoBowl sebagai platform kesehatan hewan peliharaan yang modern dan terpercaya.

Creative Director juga berperan dalam memastikan konsistensi visual antara desain aplikasi, materi promosi, serta berbagai aset komunikasi brand lainnya. Dalam kolaborasi dengan *Business Lead*, *Creative Director* memastikan bahwa elemen visual yang digunakan dalam desain UI/UX selaras dengan identitas *brand* serta mampu menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif, profesional, dan menarik.

Peran ini memiliki kontribusi penting dalam membangun diferensiasi visual PetoBowl di tengah pertumbuhan industri *pet care* digital di Indonesia, sehingga *brand* memiliki karakter visual yang kuat dan mudah dikenali oleh target pengguna.

d. Karen Tover

Chief Technology Officer (CTO) – Prototyping & Technical Development

Sebagai *Chief Technology Officer (CTO)*, anggota ketiga bertanggung jawab atas aspek teknis serta pengembangan struktur sistem aplikasi PetoBowl. Tugas utama dalam posisi ini meliputi penyusunan *information architecture*, perancangan *user flow*, pemetaan logika antar fitur (*logic mapping*), serta pengembangan *interactive prototype* yang merepresentasikan alur penggunaan aplikasi secara realistis.

CTO memastikan bahwa fitur utama dalam aplikasi seperti *ingredient scanner*, *calorie calculation system*, *pet profiling*, serta *activity logging* memiliki alur sistem yang terstruktur, efisien, dan memungkinkan untuk diimplementasikan secara teknis pada tahap pengembangan produk selanjutnya.

Selain itu, CTO juga bertanggung jawab dalam melakukan analisis kebutuhan sistem, perencanaan integrasi database nutrisi,

a. Penyusunan Ide Bisnis dan Perencanaan Pengembangan Produk

Pada tahap awal, tim PetoBowl melakukan proses eksplorasi dan perumusan ide bisnis yang berfokus pada permasalahan nutrisi hewan peliharaan di Indonesia. *Business Lead* bersama anggota tim lainnya menyusun konsep awal produk, menentukan *value proposition*, serta merancang kerangka *Business Model Canvas* sebagai dasar pengembangan bisnis.

Proses ini dilakukan melalui diskusi internal tim serta konsultasi dengan dosen pembimbing internal untuk memastikan bahwa konsep bisnis yang dirancang memiliki dasar akademis yang kuat. Selain itu, tim juga melakukan diskusi dengan dosen pembimbing eksternal atau *supervisor* untuk memperoleh perspektif praktis mengenai peluang pasar, potensi pengembangan produk, serta relevansi solusi yang ditawarkan.

b. Perencanaan dan Pengelolaan Proyek Pengembangan

Setelah konsep bisnis dirumuskan, tahap selanjutnya adalah menyusun rencana kerja pengembangan proyek secara lebih terstruktur. Pada tahap ini, *Project Manager* bertanggung jawab dalam menyusun *timeline* proyek, membagi tugas kepada setiap anggota tim, serta memantau progres pengembangan produk.

Project Manager juga memastikan bahwa setiap tahapan pengembangan (mulai dari riset pengguna, perancangan konsep aplikasi, hingga pembuatan *prototype*) dapat berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Selama proses ini berlangsung, tim secara berkala melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing internal dan eksternal untuk memperoleh masukan mengenai arah pengembangan produk serta strategi bisnis yang diterapkan.

c. Pengembangan Identitas Visual dan Komunikasi *Brand*

Selain pengembangan konsep produk, tim PetoBowl juga melakukan proses pengembangan identitas visual dan strategi

komunikasi *brand*. Pada tahap ini, *Creative Director* bertanggung jawab dalam merancang elemen visual *brand* seperti logo, sistem warna, tipografi, ilustrasi, serta berbagai aset visual yang digunakan dalam aplikasi dan materi promosi.

Proses ini dilakukan dengan mempertimbangkan *positioning* PetoBowl sebagai platform digital yang modern, informatif, dan terpercaya dalam bidang kesehatan hewan peliharaan. *Creative Director* bekerja sama dengan *Business Lead* dan *Project Manager* untuk memastikan bahwa identitas visual *brand* selaras dengan konsep bisnis serta pesan yang ingin disampaikan kepada target pengguna.

Masukan dari dosen pembimbing internal dan eksternal juga menjadi bagian penting dalam proses ini, terutama dalam memastikan bahwa desain visual yang dihasilkan mampu merepresentasikan nilai serta tujuan dari bisnis PetoBowl.

d. Perancangan Sistem dan Pengembangan *Prototype* Aplikasi

Setelah identitas visual dan konsep *brand* dirumuskan, tahap berikutnya adalah proses perancangan sistem aplikasi dan pengembangan *prototype* PetoBowl. Pada tahap ini, CTO bertanggung jawab atas penyusunan *information architecture*, perancangan *user flow*, serta pengembangan *interactive prototype* yang menggambarkan alur penggunaan aplikasi secara menyeluruh.

Dalam proses ini, CTO bekerja sama dengan *Business Lead* dan *Creative Director* untuk memastikan bahwa desain pengalaman pengguna (*user experience*) serta tampilan visual aplikasi dapat mendukung fungsi utama PetoBowl sebagai platform pengelolaan nutrisi hewan peliharaan. Fitur utama seperti *ingredient scanner*, *feeding recommendation system*, *portion calculator*, *homemade recipes*, serta *activity tracking* dirancang agar memiliki alur penggunaan yang jelas dan mudah dipahami oleh pengguna.

Selama tahap pengembangan *prototype*, dosen pembimbing internal dan eksternal turut memberikan masukan terkait struktur sistem, kelayakan fitur, serta kesesuaian solusi yang dirancang dengan kebutuhan pengguna.

e. Tahap Evaluasi dan Penyempurnaan Konsep Bisnis

Tahap akhir dalam alur kerja perusahaan adalah proses evaluasi terhadap seluruh tahapan pengembangan bisnis yang telah dilakukan. Pada tahap ini, seluruh anggota tim melakukan peninjauan terhadap konsep bisnis, desain sistem aplikasi, serta strategi pengembangan produk yang telah dirancang.

Evaluasi dilakukan secara bersama-sama dengan dosen pembimbing internal dan eksternal untuk mendapatkan masukan terkait aspek bisnis, desain pengalaman pengguna, serta potensi pengembangan produk di masa depan. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk melakukan penyempurnaan konsep bisnis PetoBowl agar lebih matang dan siap untuk dikembangkan lebih lanjut di tahap berikutnya.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha pada bisnis PetoBowl dilakukan dengan menghitung estimasi biaya operasional yang diperlukan untuk mengembangkan serta menjalankan platform digital dalam periode satu tahun pertama. Perhitungan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kebutuhan investasi awal yang diperlukan agar aplikasi dapat beroperasi secara optimal serta mendukung pengembangan fitur-fitur utama yang dirancang. Komponen biaya yang dihitung meliputi biaya infrastruktur teknologi, sumber daya manusia, kegiatan operasional, serta aktivitas pemasaran yang diperlukan untuk memperkenalkan platform kepada pengguna.

Biaya operasional PetoBowl dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu *fixed cost* dan *variable cost*. *Fixed cost* merupakan biaya tetap yang dikeluarkan

untuk mendukung infrastruktur teknologi dan kebutuhan legalitas platform, seperti layanan *cloud server*, penyimpanan *database*, sistem keamanan data, serta pengembangan sistem analisis nutrisi dan kesehatan hewan. Sementara itu, *variable cost* mencakup biaya yang berkaitan dengan operasional bisnis sehari-hari, seperti sumber daya manusia, kegiatan pemasaran digital dan *offline*, pengembangan konten, serta berbagai kebutuhan operasional lainnya yang mendukung pertumbuhan pengguna aplikasi.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, total biaya operasional yang dibutuhkan untuk menjalankan platform PetoBowl dalam satu bulan diperkirakan sebesar Rp116.850.000, sedangkan total biaya operasional dalam satu tahun mencapai sekitar Rp1.330.200.000. Estimasi biaya ini mencakup pengembangan teknologi aplikasi, pengelolaan *database* nutrisi, kolaborasi dengan ahli nutrisi hewan, serta aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap platform PetoBowl. Berikut merupakan perhitungan *cost* atau pengeluaran yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis PetoBowl pada tahap awal pengembangan platform:

NANGA POKOK PRODUK (dalam Rp...)						
Pengeluaran	Biaya	Waktu	Jumlah	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun	Keterangan
FIXED COST						
Cloud Infrastructure						
AWS Hosting (EC2 + RDS)	2.000.000	1 bulan	1	2.000.000	24.000.000	
Database Storage	1.000.000	1 bulan	1	1.000.000	12.000.000	
API Gateway	750.000	1 bulan	1	750.000	9.000.000	
Security & Backup	750.000	1 bulan	1	750.000	9.000.000	
AI Health Pattern Engine & Symptom Checker System	3.500.000	1 bulan	1	3.500.000	42.000.000	
Regulatory & Legal						
Pendirian PT	12.000.000	1 tahun	1	1.000.000	12.000.000	
HRI/Merek	3.000.000	1 tahun	1	300.000	3.600.000	
Data Privacy Audit	7.000.000	1 tahun	1	600.000	7.200.000	
Sumber Daya Manusia (SDM)						
Fullstack Developer	6.000.000	1 bulan	1	6.000.000	72.000.000	
Frontend Developer	5.000.000	1 bulan	1	5.000.000	60.000.000	
Backend Developer	5.000.000	1 bulan	1	5.000.000	60.000.000	
CEO (6 bulan pertama hanya biaya operasional)	2.500.000	1 bulan	1	2.500.000	30.000.000	Operasional costs
CTO (6 bulan pertama hanya biaya operasional)	2.500.000	1 bulan	1	2.500.000	30.000.000	1. Transportasi
CCO (6 bulan pertama hanya biaya operasional)	2.500.000	1 bulan	1	2.500.000	30.000.000	2. Makan
PM (6 bulan pertama hanya biaya operasional)	2.500.000	1 bulan	1	2.500.000	30.000.000	3. Sewa
Operasional						
Coworking Space	3.000.000	1 bulan	1	3.000.000	36.000.000	
Software Tools (Slack, Notion, etc.)	1.500.000	1 bulan	1	1.500.000	18.000.000	
				TOTAL FIXED COST	29.300.000	471.600.000
VARIABLE COST						
Sumber Daya Manusia (SDM)						
QA Tester	300.000/Per		1	1.500.000	18.000.000	Freelance/project (estimasi 1 minggu/bulan)
Marketing Online						
Meta advertising (Instagram)	3.000.000	1 bulan	1	3.000.000	36.000.000	
Youtube ads (Banner & Video)	3.000.000	1 bulan	1	3.000.000	36.000.000	
Per influencer (maks)	1.000.000/Per	1 bulan	8	8.000.000	96.000.000	
Google Ads (Display & Search)	3.000.000	1 bulan	1	3.000.000	36.000.000	
Marketing Offline						
Print Paper	1.000.000		1	1.000.000	12.000.000	
Banner	200.000		1	200.000	2.400.000	
Brochure	150.000		1	150.000	1.800.000	
Acrylic Tent Care/A5	20.000		50	1.000.000	12.000.000	
Merchandise (Tote Bag, Sticker, Pin, Keychain, Flushe)	4.500.000		1	4.500.000	54.000.000	
Collaboration with pet shops and brands	300.000		30	9.000.000	108.000.000	
				TOTAL VARIABLE COST	40.310.000	484.200.000
				TOTAL COST (Fixed & Variable)	70.610.000	955.800.000

Gambar 2.22 Perhitungan Pengeluaran PetoBowl

Pendapatan PetoBowl diperoleh dari beberapa sumber utama yang berasal dari layanan digital dalam aplikasi serta aktivitas komersial yang mendukung ekosistem platform. Sumber pendapatan tersebut meliputi layanan *subscription premium*, konsultasi nutrisi hewan, penjualan *merchandise*, serta kerja sama promosi melalui Petobowl *Banner Ads*. Proyeksi pendapatan ini dihitung berdasarkan estimasi jumlah transaksi pengguna setiap bulan yang diperkirakan meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah pengguna aplikasi, peningkatan aktivitas pemasaran digital, serta kolaborasi dengan komunitas pecinta hewan peliharaan.

Dengan menggunakan pendekatan proyeksi pertumbuhan pengguna dan transaksi tersebut, estimasi pendapatan PetoBowl selama satu tahun pertama dapat digambarkan melalui perhitungan pendapatan bulanan sebagai berikut:

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp. -) BULAN 1 JANUARI					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	300%	49.000	100	4.900.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	25	1.125.000
Merchandise					
Blind Box	320.000	-	50.000	50	2.500.000
Flushie	350.000	-	50.000	30	500.000
Tote Bag	370.000	-	120.000	30	1.200.000
Keychain	35.000	-	15.000	40	600.000
Sticker	20.000	-	8.000	60	480.000
Petobowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	1	6.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	1	3.500.000
TOTAL PENDAPATAN					20.805.000
TARGET BULAN 1 JANUARI: 100 subscribers					

Gambar 2.23 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 1 Januari

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan pertama dengan target 100 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Pendapatan diperoleh dari beberapa sumber utama, yaitu layanan *subscription*, konsultasi nutrisi hewan, penjualan *merchandise*, serta kerja sama iklan melalui Petobowl *Banner Ads*. Berdasarkan proyeksi transaksi tersebut, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp20.805.000 pada bulan Januari.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 2 FEBRUARI					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	120	5.880.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	30	1.350.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	60	3.000.000
Plushie	150.000	-	50.000	15	750.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	15	1.800.000
Keychain	35.000	-	15.000	50	750.000
Sticker	20.000	-	8.000	75	600.000
PetoBowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	4	8.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	2	7.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	29.130.000
TARGET BULAN 2 FEBRUARI: 120 subscribers					

Gambar 2.24 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 2 Februari

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan kedua dengan target 120 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Peningkatan jumlah pengguna ini diikuti dengan bertambahnya transaksi pada layanan konsultasi nutrisi serta penjualan *merchandise* dalam aplikasi. Dengan adanya peningkatan aktivitas pengguna tersebut, PetoBowl diproyeksikan memperoleh total pendapatan sebesar Rp29.130.000 pada bulan Februari.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 3 MARET					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	150	7.350.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	38	1.620.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	75	3.750.000
Plushie	150.000	-	50.000	20	1.000.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	20	2.400.000
Keychain	35.000	-	15.000	60	900.000
Sticker	20.000	-	8.000	80	640.000
PetoBowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	5	10.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	3	10.500.000
				TOTAL PENDAPATAN	38.160.000
TARGET BULAN 3 MARET: 150 subscribers					

Gambar 2.25 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 3 Maret

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan ketiga dengan target 150 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Pertumbuhan jumlah pengguna yang terus meningkat turut mendorong peningkatan transaksi pada berbagai layanan yang tersedia di platform. Berdasarkan proyeksi tersebut, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp38.160.000 pada bulan Maret.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 4 APRIL					
Layanan	Harga	Komis	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	180	8.820.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	45	2.025.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	90	4.500.000
Plushie	150.000	-	50.000	25	1.250.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	25	3.000.000
Keychain	35.000	-	15.000	75	1.125.000
Sticker	20.000	-	8.000	90	720.000
PetoBowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	6	12.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	4	14.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	47.440.000
TARGET BULAN 4 APRIL: 180 subscribers					

Gambar 2.26 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 4 April

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan keempat dengan target 180 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Seiring meningkatnya kesadaran pengguna terhadap pentingnya nutrisi hewan peliharaan, jumlah transaksi pada layanan konsultasi, *merchandise*, serta kerja sama iklan juga mengalami peningkatan. Oleh karena itu, PetoBowl diproyeksikan memperoleh total pendapatan sebesar Rp47.440.000 pada bulan April.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 5 MEI					
Layanan	Harga	Komis	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	220	10.780.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	55	2.475.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	110	5.500.000
Plushie	150.000	-	50.000	30	1.500.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	30	3.600.000
Keychain	35.000	-	15.000	80	1.200.000
Sticker	20.000	-	8.000	100	800.000
PetoBowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	7	14.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	5	17.500.000
				TOTAL PENDAPATAN	57.355.000
TARGET BULAN 5 MEI: 220 subscribers					

Gambar 2.27 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 5 Mei

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan kelima dengan target 220 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Pada tahap ini, pertumbuhan pengguna mulai menunjukkan tren yang stabil, didukung oleh strategi pemasaran digital serta kolaborasi dengan komunitas pecinta hewan peliharaan. Berdasarkan proyeksi transaksi yang ada, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp57.355.000 pada bulan Mei.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 6 JUNI					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	260	12.740.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	65	2.925.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	130	6.500.000
Plusfie	150.000	-	50.000	75	1.750.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	35	4.200.000
KeyChain	35.000	-	15.000	90	1.350.000
Sticker	20.000	-	8.000	110	880.000
B					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	8	16.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	6	21.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	67.345.000
TARGET BULAN 6 JUNI: 260 orang					

Gambar 2.28 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 6 Juni

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan keenam dengan target 260 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Pertumbuhan jumlah pengguna ini diperkirakan turut meningkatkan transaksi pada layanan konsultasi nutrisi, penjualan *merchandise*, serta kerja sama iklan dalam aplikasi. Dengan demikian, PetoBowl diproyeksikan memperoleh total pendapatan sebesar Rp67.345.000 pada bulan Juni.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 7 JULI					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	310	15.190.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	75	3.375.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	150	7.500.000
Plusfie	150.000	-	50.000	40	2.000.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	40	4.800.000
Keychain	35.000	-	15.000	100	1.500.000
Sticker	20.000	-	8.000	120	960.000
Petobowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	30	30.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	7	24.500.000
				TOTAL PENDAPATAN	79.825.000
TARGET BULAN 7 JULI: 310 orang					

Gambar 2.29 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 7 Juli

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan ketujuh dengan target 310 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Peningkatan jumlah pengguna ini didorong oleh kegiatan pemasaran digital, kolaborasi dengan *influencer* di bidang *pet care*, serta meningkatnya kepercayaan pengguna terhadap platform. Berdasarkan proyeksi transaksi tersebut, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp79.825.000 pada bulan Juli.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp ,-) BULAN 8 AGUSTUS					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	380	18.620.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	90	4.050.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	170	8.500.000
Plushie	150.000	-	50.000	45	2.250.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	45	5.400.000
Keychain	35.000	-	15.000	110	1.650.000
Sticker	20.000	-	8.000	140	1.120.000
PetoBowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	12	24.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	8	28.000.000
TOTAL PENDAPATAN					93.590.000
TARGET BULAN 8 AGUSTUS: 380 orang					

Gambar 2.30 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 8 Agustus

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan kedelapan dengan target 380 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Dengan semakin berkembangnya jumlah pengguna serta meningkatnya aktivitas transaksi pada berbagai layanan dalam aplikasi, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp93.590.000 pada bulan Agustus.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp ,-) BULAN 9 SEPTEMBER					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	450	22.050.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	105	4.725.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	180	9.000.000
Plushie	150.000	-	50.000	50	2.500.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	50	6.000.000
Keychain	35.000	-	15.000	120	1.800.000
Sticker	20.000	-	8.000	150	1.200.000
PetoBowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	14	28.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	9	31.500.000
TOTAL PENDAPATAN					107.275.000
TARGET BULAN 9 SEPTEMBER: 450 orang					

Gambar 2.31 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 9 September

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan kesembilan dengan target 450 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Peningkatan jumlah pengguna ini diikuti dengan meningkatnya transaksi pada layanan konsultasi nutrisi, penjualan *merchandise*, serta kerja sama promosi dengan *brand* di industri *pet care*. Berdasarkan proyeksi tersebut, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp107.275.000 pada bulan September.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 10 OKTOBER					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	550	26.950.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	125	5.625.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	210	10.500.000
Plushie	150.000	-	50.000	55	2.750.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	55	6.600.000
Keychain	35.000	-	15.000	130	1.950.000
Sticker	20.000	-	8.000	170	1.360.000
Petobowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	16	32.000.000
Priority	2.500.000	-	3.000.000	10	30.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	122.735.000
TARGET BULAN 10 OKTOBER: 550 orang					

Gambar 2.32 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 10 Oktober

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan kesepuluh dengan target 550 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Pada tahap ini, pertumbuhan pengguna diperkirakan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya eksposur platform melalui media sosial dan komunitas pecinta hewan peliharaan. Oleh karena itu, PetoBowl diproyeksikan memperoleh total pendapatan sebesar Rp122.735.000 pada bulan Oktober.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp.) BULAN 11 NOVEMBER					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	670	32.830.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	135	6.075.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	230	11.500.000
Plushie	150.000	-	50.000	60	3.000.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	60	7.200.000
Keychain	35.000	-	15.000	140	2.100.000
Sticker	20.000	-	8.000	180	1.440.000
Petobowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	18	36.000.000
Priority	2.500.000	-	3.000.000	12	42.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	142.145.000
TARGET BULAN 11 NOVEMBER: 670 orang					

Gambar 2.33 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 11 November

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan kesebelas dengan target 670 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Dengan bertambahnya jumlah pengguna aktif serta meningkatnya transaksi pada berbagai layanan dalam aplikasi, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp142.145.000 pada bulan November.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp ...) BULAN 12 DESEMBER					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	800	39.200.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	150	7.200.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	250	12.500.000
Plushie	150.000	-	50.000	70	3.500.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	70	8.400.000
Keychain	35.000	-	15.000	150	2.250.000
Sticker	20.000	-	8.000	200	1.600.000
Petobowl Banner Ads					
Basic	1.500.000	-	2.000.000	21	42.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	14	49.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	165.650.000
TARGET BULAN 12 DESEMBER: 800 orang					

Gambar 2.34 Perhitungan Pendapatan PetoBowl Bulan 12 December

Berikut merupakan perhitungan pendapatan pada bulan kedua belas dengan target 800 *subscribers* pada layanan *premium subscription*. Pada akhir tahun, pertumbuhan pengguna diperkirakan mencapai tingkat yang lebih tinggi seiring dengan meningkatnya popularitas platform serta kepercayaan pengguna terhadap layanan yang ditawarkan. Berdasarkan proyeksi transaksi tersebut, PetoBowl diperkirakan memperoleh total pendapatan sebesar Rp165.650.000 pada bulan Desember.

PENDAPATAN DALAM 1 TAHUN PERTAMA			
Bulan	Pendapatan	Pengeluaran	Keuntungan
Januari	20.805.000	79.650.000	-58.845.000
Februari	29.130.000	79.650.000	-50.520.000
Maret	38.160.000	79.650.000	-41.490.000
April	47.440.000	79.650.000	-32.210.000
Mei	57.355.000	79.650.000	-22.295.000
Juni	67.345.000	79.650.000	-12.305.000
Juli	79.825.000	79.650.000	175.000
Agustus	93.590.000	79.650.000	13.940.000
September	107.275.000	79.650.000	27.625.000
Oktober	122.735.000	79.650.000	43.085.000
November	142.145.000	79.650.000	62.495.000
Desember	165.650.000	79.650.000	86.000.000
TOTAL	971.455.000	955.800.000	15.655.000

→ BEP pada bulan 12

Gambar 2.35 Perhitungan Pendapatan dalam 1 Tahun Pertama

Berdasarkan proyeksi pendapatan dan pengeluaran selama satu tahun operasional, PetoBowl menunjukkan tren pertumbuhan pendapatan yang konsisten setiap bulannya. Pada awal periode, yaitu bulan Januari hingga Juni, perusahaan masih mengalami kerugian karena pendapatan yang diperoleh belum mampu menutupi total pengeluaran operasional bulanan sebesar Rp79.650.000. Kerugian tertinggi terjadi pada bulan Januari sebesar Rp58.845.000 dan secara bertahap menurun seiring peningkatan pendapatan pada bulan-bulan berikutnya.

Memasuki bulan Juli, pendapatan PetoBowl mulai melampaui biaya operasional sehingga perusahaan mulai memperoleh keuntungan sebesar Rp175.000. Tren keuntungan ini terus meningkat hingga akhir tahun, dengan keuntungan terbesar pada bulan Desember sebesar Rp86.000.000. Secara keseluruhan, total pendapatan selama satu tahun mencapai Rp971.455.000 dengan total pengeluaran sebesar Rp955.800.000, sehingga menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp15.655.000. Berdasarkan perhitungan tersebut, titik impas atau *Break Even Point* (BEP) PetoBowl diproyeksikan tercapai pada bulan ke-12, yaitu saat akumulasi pendapatan telah mampu menutup seluruh biaya operasional yang dikeluarkan selama satu tahun.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA