

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Proses validasi ide bisnis PetoBowl dilakukan melalui serangkaian wawancara dengan pemilik kucing dan anjing di wilayah Jabodetabek untuk menguji relevansi permasalahan dan solusi yang dirumuskan tim. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kecemasan utama pengguna bukan terletak pada kebutuhan resep makanan rumahan, melainkan pada kebingungan dalam memahami keamanan bahan pada label produk *commercial pet food* serta ketidakpastian dalam menentukan porsi yang sesuai. Temuan ini menjadi dasar pengambilan keputusan untuk memfokuskan kembali arah pengembangan produk.

Berdasarkan hasil validasi tersebut, tim memfinalisasi PetoBowl sebagai aplikasi *mobile* yang diposisikan sebagai nutrition decision-making tool. Aplikasi ini dirancang untuk membantu pemilik hewan dalam menerjemahkan informasi nutrisi yang kompleks pada kemasan produk menjadi pemahaman yang lebih sederhana dan edukatif. Fitur utama yang dikembangkan meliputi sistem pemindai bahan makanan yang memanfaatkan teknologi *Optical Character Recognition* (OCR), yaitu sebuah teknologi yang mampu mengenali dan mengonversi teks pada gambar, seperti foto label kemasan, menjadi data digital yang dapat diproses lebih lanjut. Melalui teknologi ini, pengguna cukup memindai kemasan produk untuk mendapatkan analisis keamanan bahan secara cepat. Fitur tersebut dilengkapi dengan *Ingredient Intelligence System* yang menerjemahkan komposisi bahan serta *Smart Feeding Calculator* yang merekomendasikan porsi makan personal berdasarkan karakteristik individual hewan.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ide bisnis PetoBowl awalnya berangkat dari pengamatan terhadap fenomena humanisasi hewan peliharaan yang semakin meningkat di Indonesia,

terutama di kalangan Milenial dan Gen Z. Banyak pemilik hewan yang menganggap kucing dan anjing sebagai anggota keluarga, sehingga mereka ingin memberikan makanan terbaik. Namun, di balik keinginan tersebut, tim menemukan adanya kecemasan dan kebingungan yang dialami para pet parents dalam memastikan keamanan bahan makanan serta ketepatan porsi untuk hewan kesayangan mereka. Penulis bersama tim mengembangkan ide bisnis PetoBowl yang diajukan dalam proposal agar lebih *visible* untuk dijalankan selama satu semester. Validasi ide bisnis menjadi langkah krusial untuk memastikan konsep menjawab kebutuhan pasar nyata dan memiliki potensi berkelanjutan.

Untuk mengembangkan dan memvalidasi ide bisnis, tim mengimplementasikan metodologi Human-Centered Design (HCD). Human-Centered Design merupakan pendekatan desain yang menempatkan manusia sebagai pusat proses, dengan berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, perilaku, serta konteks pengguna untuk menghasilkan solusi yang relevan dan bermanfaat. Pendekatan ini juga menekankan proses iteratif melalui riset, pembuatan prototipe, serta pengujian secara berulang agar solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pengguna (Interaction Design Foundation, 2023). Metodologi ini memastikan bahwa solusi yang dirancang benar-benar bertumpu pada wawasan mendalam dari pengguna dan disempurnakan melalui umpan balik yang berkelanjutan. Proses dimulai dengan wawancara mendalam kepada pemilik kucing dan anjing di wilayah Jabodetabek untuk memahami kebiasaan, tantangan, dan kebutuhan mereka terkait nutrisi hewan peliharaan.

Lebih lanjut, prinsip-prinsip HCD yang menjadi fondasi perancangan ini meliputi, pertama, berfokus pada orang yang menjalankan, di mana segala keputusan desain harus berpusat pada manusia nyata yang akan berinteraksi dengan produk, misalnya dengan memahami perjalanan pengguna (*user journey*). Kedua, mencari masalah yang sebenarnya, dengan

membedakan antara gejala dan akar permasalahan untuk memastikan solusi yang dihasilkan tepat sasaran. Ketiga, memahami bahwa semua bagian adalah bagian dari sistem, sehingga desainer tidak boleh hanya fokus pada satu aspek namun harus mempertimbangkan pengalaman pengguna secara holistik. Keempat, selalu melakukan uji coba terhadap rancangan, karena umpan balik dari pengguna nyata sangat penting untuk perbaikan berkelanjutan (Babich, 2017 dalam BINUS University, 2019).

Pada tahap awal pengembangan, tim sempat mempertimbangkan konsep aplikasi yang menyediakan rekomendasi resep makanan rumahan (*homemade pet food*) sebagai fitur utama. Ide ini bertujuan membantu pemilik hewan dalam menyiapkan makanan yang lebih sehat dan terkontrol secara nutrisi. Namun setelah dilakukan proses validasi melalui wawancara dengan pengguna, ditemukan bahwa mayoritas responden tidak tertarik untuk memasak makanan sendiri bagi hewan peliharaan mereka. Salah satu responden Ilham, pemilik Pickle (anjing peckle berusia 10 tahun), menceritakan bahwa selama enam tahun ia memberikan nasi campur daging sapi rebus dan labu rebus untuk Pickle. Namun setelah konsultasi dengan dokter hewan, Pickle didiagnosis mengalami obesitas. Dokter menyarankan untuk menghentikan pemberian nasi dan sayuran karena anjing merupakan hewan karnivora, dan merekomendasikan untuk beralih sepenuhnya ke *dog food* sebagai bagian dari program diet. Sejak saat itu, Pickle tidak lagi mendapatkan makanan rumahan dan fully bergantung pada kibble

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 2.1 Dokumentasi Wawancara dengan Karyawan Pet Kingdom

Temuan serupa juga diungkapkan oleh seorang staf di Pet Kingdom yang memelihara 20 kucing dan 9 anjing. Ia mengaku hanya memiliki waktu untuk memasak makanan rumahan sekitar dua minggu sekali karena kesibukannya. Pemberian cooked food dilakukan semata-mata agar hewan peliharaannya merasakan variasi makanan, bukan sebagai makanan utama. Ia lebih mengandalkan kibble merek Royal Canin yang direkomendasikan oleh breeder dan dianggap terpercaya. Dalam memilih produk, ia sangat memperhatikan urutan bahan pada label kemasan, seperti daging harus berada di urutan pertama, sedangkan jagung atau grain di urutan pertama dianggap tidak baik untuk hewan. Ia juga memiliki satu ekor kucing dengan masalah pencernaan khusus yang mengharuskan kucing tersebut dipisah makannya karena jika diberi makanan yang sama dengan kucing lain, kucing tersebut akan mencret.

Pola yang konsisten muncul dari para responden, yaitu pemilik hewan cenderung memilih kibble karena kepraktisannya, dan makanan rumahan hanya diberikan sesekali sebagai variasi. Bahkan ketika ada responden yang sempat rutin memberikan makanan rumahan, pengalaman negatif seperti obesitas pada hewan membuat mereka kembali sepenuhnya ke makanan komersial.

Validasi temuan ini diperkuat oleh wawancara dengan Dr. Hani, dokter hewan praktik. Beliau menekankan bahwa makanan rumahan seringkali tidak seimbang secara nutrisi karena pemilik memberi makan berdasarkan kebiasaan tanpa memahami komposisi yang tepat. Kelebihan protein, rasio mineral tidak tepat yang dapat mempengaruhi kesehatan ginjal, serta risiko kontaminasi bakteri pada makanan mentah menjadi bahaya potensial. Dr. Hani menegaskan bahwa panduan pemberian makan harus mencakup perhitungan porsi yang jelas dan didasarkan pada prinsip nutrisi yang benar secara ilmiah. Ia juga merekomendasikan agar platform yang menyediakan panduan nutrisi berkolaborasi dengan ahli nutrisi hewan bersertifikat untuk memastikan akurasi informasi, karena dokter hewan umumnya lebih berfokus pada penanganan penyakit dibandingkan spesialisasi nutrisi (wawancara pribadi, 2025). Pernyataan ini mengonfirmasi bahwa platform yang hanya menyediakan resep saja tidak akan cukup tanpa disertai panduan nutrisi yang terstruktur dan berbasis ilmiah.



Gambar 2.2 Dokumentasi Wawancara dengan Dr. Hani

Berdasarkan sintesis seluruh wawancara dan validasi ahli, tim merumuskan tiga kelompok masalah inti. Pertama, kesenjangan pengetahuan di mana pemilik hewan mengandalkan informasi terfragmentasi dari media sosial, influencer, dan label kemasan tanpa validasi ilmiah. Kedua, ketidakpastian porsi di mana banyak pemilik mengestimasi jumlah pakan tanpa perhitungan kalori terstruktur berdasarkan berat badan, usia, dan tingkat

aktivitas. Ketiga, kompleksitas manajemen medis di mana hewan dengan kondisi khusus seperti obesitas, gangguan saluran kemih, alergi, atau riwayat penyakit membutuhkan penyesuaian pola makan personal yang sulit dihitung mandiri oleh pemilik.

Berdasarkan temuan bahwa kebutuhan utama pengguna adalah memahami kandungan makanan dan menentukan porsi tepat, tim memprioritaskan dua fitur utama. Ingredient Intelligence System dirancang sebagai fitur pemindai/scanner bahan makanan yang membantu pengguna memahami keamanan, fungsi, dan dampak dari setiap bahan terhadap kesehatan hewan. Smart Feeding Calculator dikembangkan sebagai kalkulator porsi personal yang merekomendasikan jumlah pakan berdasarkan karakteristik individual hewan. Pada tahap selanjutnya, tim akan merancang visualisasi solusi dan mengujicobakannya kepada target pengguna untuk mendapatkan umpan balik dan penyempurnaan.

Selain pengembangan fitur utama, perancangan aplikasi juga mempertimbangkan aspek experience architecture atau pengalaman pengguna secara menyeluruh. Hal ini dilakukan karena kebutuhan pengguna tidak hanya sebatas memperoleh hasil analisis makanan atau rekomendasi porsi, tetapi juga rasa aman, percaya, dan yakin saat menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, alur pengalaman pengguna (user journey) dirancang agar pengguna dapat memahami proses penggunaan aplikasi secara bertahap, mulai dari proses onboarding, pemindaian bahan makanan, hingga menerima hasil rekomendasi nutrisi yang mudah dipahami.

Pendekatan ini juga mempertimbangkan emotional flow pengguna, khususnya kondisi ketika pemilik hewan merasa bingung, khawatir, atau takut salah dalam memberikan makanan kepada hewan peliharaan mereka. Dengan demikian, aplikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pemindai atau kalkulator berbasis AI, tetapi juga sebagai pendamping edukatif yang membantu pengguna merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan terkait nutrisi hewan peliharaan. Untuk mendukung hal tersebut, penyampaian informasi

dirancang menggunakan bahasa yang ramah, tidak menghakimi, serta memberikan penjelasan yang transparan mengenai alasan di balik setiap rekomendasi yang diberikan.

Melalui pendekatan tersebut, PetoBowl diharapkan mampu membangun kepercayaan pengguna (*trust building*) secara jangka panjang, sehingga aplikasi tidak hanya digunakan karena fitur teknologinya, tetapi juga karena pengalaman penggunaan yang terasa membantu, nyaman, dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari pemilik hewan peliharaan.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan eksplorasi yang tim lakukan di fase validasi data, tim merumuskan ulang pernyataan masalah bahwa pemilik hewan peliharaan kekurangan akses terhadap alat digital terintegrasi, terpercaya, dan personal yang dapat menerjemahkan prinsip nutrisi menjadi panduan pemberian makan harian praktis yang disesuaikan dengan profil unik hewan peliharaan mereka.

Sebagai konsekuensi logis dari seluruh proses validasi, tim penulis memutuskan untuk melakukan pivot pada aplikasi. Fokus utama aplikasi tidak lagi pada resep homemade, tetapi bergeser menjadi aplikasi nutrisi dan kesehatan untuk kucing dan anjing dengan resep homemade hanya sebagai fitur tambahan. Fitur utama yang paling diminati adalah *ingredients safety checker* atau *scanner* yang memberikan cara cepat mengecek keamanan produk makanan, sangat krusial bagi hewan dengan kondisi kesehatan khusus. Fitur *personalized feeding recommendations* dan *portion calculator* akan membantu mengatasi ketidakpastian porsi dengan rekomendasi berdasarkan data spesifik hewan. Fitur *nutrition education* menyediakan konten edukasi terpercaya untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan. Fitur *feeding tracker* dan *schedule* membantu pemilik mencatat dan memantau jadwal serta asupan makan. Dengan alur pengembangan yang telah melalui validasi ketat dan pivot berdasarkan kebutuhan nyata pengguna, PetoBowl diposisikan sebagai solusi digital yang relevan untuk menjawab tantangan nutrisi hewan peliharaan di

Indonesia, sehingga layak dan *possible* untuk dijalankan selama program *Entrepreneurship & Innovation Program*.

2.2 Business Model Canvas

Dalam menjalankan sebuah bisnis, diperlukan sebuah kerangka yang dapat menggambarkan secara menyeluruh bagaimana suatu perusahaan menciptakan nilai, menyampaikannya kepada pelanggan, dan menangkap nilai tersebut. Business Model Canvas (BMC) menjadi alat strategis yang digunakan tim PetoBowl untuk memetakan sembilan elemen kunci bisnis secara terintegrasi. BMC ini akan menjadi pedoman dalam mengembangkan dan merealisasikan ide bisnis PetoBowl selama program berlangsung, serta akan terus dikonsultasikan dengan dosen pembimbing internal maupun eksternal.

Customer Segments PetoBowl menasar para pemilik hewan peliharaan, khususnya kucing dan anjing, yang termasuk dalam generasi Milenial dan Gen Z berusia 22–35 tahun sebagai target utama. Mereka berada pada kelas sosial ekonomi B+ dan tinggal di wilayah perkotaan seperti Jabodetabek, Bandung, Surabaya, dan Bali. Kelompok ini didominasi oleh pemilik hewan baru (0–2 tahun) yang masih dalam tahap belajar dan sangat membutuhkan panduan terpercaya. Sebagai target sekunder, PetoBowl juga menjangkau pemilik hewan berpengalaman (lebih dari 3 tahun) yang mulai beralih ke pola makan rumahan atau premium demi menjaga kesehatan hewan kesayangan mereka dalam jangka panjang.

Value Propositions PetoBowl hadir untuk menjawab kebutuhan pemilik hewan akan informasi nutrisi yang kredibel dan mudah dipahami. Secara fungsional, aplikasi ini membantu pengguna memahami keamanan bahan makanan melalui fitur pemindai bahan, menghitung porsi makan yang tepat, memantau berat badan, serta melacak aktivitas harian hewan. Secara emosional, PetoBowl dirancang untuk meredakan kecemasan para pemilik hewan, membuat mereka merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan, serta membantu mencegah berbagai masalah kesehatan seperti obesitas dan gangguan ginjal melalui pola makan yang tepat.

Channels yang akan digunakan PetoBowl untuk menjangkau pengguna mencakup aplikasi *mobile* untuk iOS dan Android sebagai produk utama yang didistribusikan melalui app store. Media sosial seperti Instagram dan TikTok dimanfaatkan untuk menyebarkan konten edukasi seputar nutrisi hewan. Kerja sama dengan influencer di bidang pecinta hewan serta partisipasi dalam event dan pameran hewan menjadi strategi untuk membangun kesadaran merek. Selain itu, klinik dokter hewan, pet shops, dan komunitas pecinta hewan juga menjadi saluran penting untuk menjangkau calon pengguna secara lebih personal.

Customer Relationships dibangun melalui pendekatan yang personal dan berkelanjutan. PetoBowl menawarkan model freemium yang memungkinkan pengguna mencoba fitur dasar secara gratis. Seiring waktu, pengguna akan menerima wawasan personal berdasarkan data hewan mereka, notifikasi cerdas sebagai pengingat jadwal makan dan kesehatan, serta konten edukasi yang terus diperbarui. Ke depannya, PetoBowl juga berencana membangun komunitas pengguna untuk saling berbagi pengalaman dan tips seputar perawatan hewan.

Revenue Streams PetoBowl berasal dari beberapa sumber. Iklan dalam aplikasi menjadi salah satu pemasukan tetap, sementara model subscription berbayar menawarkan fitur premium bagi pengguna yang menginginkan akses tak terbatas dan analisis lebih mendalam. Penjualan merchandise bertema hewan peliharaan juga direncanakan sebagai sumber pendapatan tambahan. Ke depannya, PetoBowl membuka peluang untuk pendanaan melalui crowdfunding serta kerja sama dengan merek-merek terpercaya di industri hewan peliharaan, selama tidak menganggu kredibilitas dan kepercayaan pengguna.

Key Resources yang dibutuhkan PetoBowl untuk menjalankan operasional bisnis mencakup database nutrisi hewan yang akurat dan terus diperbarui sebagai fondasi utama aplikasi. Sistem *UI/UX* yang humanis dan mudah digunakan dirancang untuk memastikan kenyamanan pengguna. Tim juga menggandeng dokter hewan dan ahli nutrisi sebagai konsultan untuk menjaga kredibilitas informasi. Di sisi teknis, mesin algoritma digunakan untuk menghitung rekomendasi porsi secara personal. Identitas merek, mascot, dan aset visual menjadi

sumber daya kreatif yang memperkuat daya tarik aplikasi, sementara data pengguna yang dianonimasi digunakan untuk terus meningkatkan kualitas layanan.

Key Activities PetoBowl mencakup pengembangan dan pemeliharaan aplikasi secara berkelanjutan. Tim secara rutin melakukan riset pengguna dan validasi resep untuk memastikan fitur yang dikembangkan sesuai kebutuhan. Pelabelan data, pemodelan nutrisi, serta pengembangan algoritma menjadi kegiatan teknis yang krusial. Di sisi konten, tim memproduksi materi edukasi, melakukan kurasi informasi, dan memastikan kepatuhan terhadap standar keamanan. Aktivitas pemasaran, membangun komunitas, serta mengelola kemitraan dengan berbagai pihak juga menjadi bagian dari keseharian operasional PetoBowl.

Key Partners PetoBowl menjalin kemitraan dengan berbagai pihak untuk memperkuat ekosistem bisnis. Dokter hewan dan ahli nutrisi hewan menjadi mitra strategis dalam memastikan keakuratan informasi. Platform e-commerce diajak bekerja sama untuk memudahkan pengguna membeli bahan makanan yang direkomendasikan. Penyedia layanan cloud dan agensi pengembangan aplikasi mendukung kelancaran operasional teknis. Gateway pembayaran digital memungkinkan transaksi berlangsung dengan mudah, sementara para influencer dan kreator konten membantu memperluas jangkauan pemasaran secara organik.

Cost Structure PetoBowl meliputi beberapa komponen utama, antara lain pengembangan dan pemeliharaan aplikasi sebagai investasi terbesar, biaya konsultasi para ahli untuk memastikan kualitas konten, lisensi database nutrisi guna menjaga akurasi informasi, produksi konten pemasaran seperti video, artikel, dan grafik, serta infrastruktur cloud dan penyimpanan data yang tidak dapat

diabaikan, begitu pula dengan pemeliharaan dan pembaruan algoritma agar tetap relevan dengan kebutuhan pengguna. Seluruh komponen biaya tersebut selanjutnya akan dijabarkan secara lebih terperinci ke dalam Rencana Anggaran Biaya (Budgeting Plan) yang memuat estimasi nominal untuk masing-masing pos pengeluaran, dengan pendekatan lean budgeting selama masa pengembangan *Minimum Viable Product* (MVP) dalam program *Entrepreneurship and Innovation*

guna memastikan alokasi dana difokuskan pada aspek-aspek paling krusial seperti pengembangan fitur inti, validasi pengguna, serta penguatan kredibilitas konten melalui kolaborasi dengan para ahli.

Business Model Canvas di atas akan menjadi landasan bagi tim PetoBowl dalam mengembangkan bisnis secara terstruktur dan terarah. Setiap elemen akan terus dievaluasi dan disesuaikan berdasarkan masukan dari dosen pembimbing serta umpan balik dari calon pengguna selama proses pengembangan berlangsung.



Gambar 2.3 Business Model Canvas

Dengan demikian, kesembilan elemen dalam Business Model Canvas ini menjadi fondasi strategis yang akan memandu tim PetoBowl dalam menjalankan setiap tahap pengembangan bisnis secara terstruktur dan terarah. Setiap elemen saling terkait dan dirancang untuk mendukung terciptanya solusi yang tidak hanya relevan dengan kebutuhan pasar, tetapi juga berkelanjutan secara operasional dan finansial.

2.3 Deskripsi Perusahaan

PetoBowl merupakan startup digital yang bergerak di bidang kesehatan dan wellness hewan peliharaan, khususnya kucing dan anjing, melalui pendekatan teknologi berbasis aplikasi *mobile*. Perusahaan ini dikembangkan pada tahun 2025 sebagai bagian dari Program *Entrepreneurship & Innovation* oleh empat orang pendiri, yaitu Maria Victoria Helena (*Business Lead / UI/UX & Visual Assets*

Supervisor), Joline Karnege Sinaga (*Creative Director / Branding & Visual Design Lead*), Karen Tover (*Chief Technology Officer / Prototyping & Technical Development*), dan Rafiezhal Imva Putra (*Project Manager / Promotional & Branding Materials Supervisor*).

Ide bisnis PetoBowl bermula dari riset mendalam yang dilakukan oleh tim terhadap fenomena meningkatnya kepemilikan hewan peliharaan di Indonesia, terutama di kalangan Milenial dan Gen Z. Berdasarkan wawancara dengan puluhan pemilik kucing dan anjing di wilayah Jabodetabek, tim menemukan adanya keresahan yang hampir dialami oleh seluruh responden, yaitu kebingungan dalam memahami label dan kandungan bahan makanan hewan, kesulitan menentukan porsi makan yang tepat, serta tidak adanya sistem yang membantu memantau aktivitas dan berat badan hewan secara berkelanjutan. Selain itu, tim juga melihat bahwa kompetitor di bidang pet nutrition di Indonesia masih berfokus pada layanan umum seperti e-commerce atau layanan grooming, sementara kebutuhan akan pendamping nutrisi yang personal dan terpercaya masih belum terpenuhi. Hal ini menjadikan PetoBowl sebagai peluang pasar yang menjanjikan di Indonesia.

Nama "PetoBowl" berasal dari gabungan kata "Pet" yang berarti hewan peliharaan dan "Bowl" yang berarti mangkuk. Secara filosofis, "bowl" dipilih bukan sekadar sebagai tempat makan, tetapi sebagai simbol perawatan, perhatian, dan tanggung jawab pemilik terhadap hewan kesayangannya. Mangkuk merepresentasikan wadah di mana makanan yang telah melalui proses kurasi dan seleksi cerdas akan diberikan kepada hewan. Dengan demikian, PetoBowl ingin menjadi "wadah digital" yang membantu pemilik hewan membuat keputusan yang lebih sadar, terukur, dan berkelanjutan dalam merawat hewan kesayangannya.

Nama ini juga mudah diingat, sederhana, dan secara langsung merepresentasikan fokus bisnis pada kebutuhan pangan dan nutrisi hewan peliharaan. Visi PetoBowl adalah menjadi platform digital terpercaya di Indonesia yang mendukung pengelolaan nutrisi dan gaya hidup sehat hewan peliharaan secara terintegrasi, transparan, dan berbasis data. Visi ini mencerminkan ambisi perusahaan untuk menjadi leading platform dalam ekosistem pet health & wellness

di Indonesia, dengan mengedepankan kepercayaan dan transparansi sebagai nilai utama.

Selaras dengan visi tersebut, misi PetoBowl dijabarkan sebagai berikut:

1. Menyediakan fitur terpadu yang menggabungkan panduan nutrisi personal, pemantauan aktivitas, dan transparansi bahan makanan dalam satu aplikasi.
2. Meningkatkan literasi kesehatan hewan melalui edukasi yang terstruktur, mudah dipahami, dan berbasis prinsip ilmiah.
3. Membantu pemilik hewan membuat keputusan yang lebih aman dan terinformasi melalui sistem rekomendasi dan monitoring yang personal.
4. Membangun ekosistem kolaboratif dengan dokter hewan, komunitas, dan pelaku industri pet care di Indonesia.



Gambar 2.4 Logo PetoBowl

Logo PetoBowl dirancang oleh Joline Carnegie Sinaga sebagai *Creative Director* dengan pendekatan visual yang sarat makna dan filosofi bisnis. Logo ini menampilkan ilustrasi anjing dan kucing di dalam sebuah mangkuk (bowl) yang membentuk komposisi menyerupai simbol yin-yang. Setiap elemen visual dalam logo memiliki filosofi mendalam yang merepresentasikan core business dan nilai utama perusahaan.

Pertama, penggunaan ilustrasi anjing dan kucing secara eksplisit menunjukkan bahwa PetoBowl berfokus pada dua jenis hewan peliharaan paling umum di Indonesia, yaitu *dog owners* dan *cat owners*. Hal ini memperjelas

segmentasi pasar sejak pertama kali logo dilihat, tanpa menimbulkan ambiguitas mengenai siapa target utama platform ini. Ekspresi wajah kedua hewan yang tersenyum melambangkan hewan yang sehat dan bahagia, sekaligus mencerminkan perasaan tenang dan yakin yang dialami pemilik ketika membuat keputusan pemberian makan yang tepat. Ini menguatkan positioning brand sebagai solusi yang membantu pemilik membuat keputusan terbaik untuk anggota keluarga mereka (pet as family).

Kedua, elemen mangkuk merupakan simbol utama yang sangat strategis karena merepresentasikan wadah makanan sebagai titik akhir dari proses pemilihan makanan. Dalam konteks bisnis PetoBowl, mangkuk melambangkan kurasi makanan, tempat hasil seleksi nutrisi, serta representasi kualitas dan keamanan. Filosofi yang ingin disampaikan adalah "*Only good and verified ingredients go into this bowl,*" hanya bahan-bahan yang baik dan telah terverifikasi yang masuk ke dalam mangkuk hewan kesayangan. Karena itulah anjing dan kucing digambarkan berada di dalam mangkuk dan tersenyum, menandakan bahwa makanan yang masuk ke dalam bowl adalah makanan yang sudah melalui proses seleksi cerdas melalui fitur Ingredient Intelligence System milik PetoBowl.

Ketiga, komposisi visual hitam dan putih yang membentuk metafora simbol *yin-yang* menyampaikan konsep keseimbangan (*balance*). Filosofi ini sangat relevan dengan fitur lanjutan PetoBowl seperti *meal planning, tracking* nutrisi, monitoring pola makan, dan pengaturan porsi. *Balance* di sini mencakup keseimbangan nutrisi (protein, lemak, vitamin), keseimbangan antara kebutuhan anjing dan kucing, keseimbangan antara teknologi dan kepedulian emosional, serta

keseimbangan antara informasi dan keputusan. Simbol *yin-yang* juga memperkuat gagasan bahwa setiap hewan memiliki kebutuhan yang berbeda, tidak semua produk cocok untuk semua hewan, dan dibutuhkan sistem yang membantu menjaga keseimbangan jangka panjang. Hal ini sangat sejalan dengan positioning PetoBowl sebagai platform yang tidak hanya informatif, tetapi juga preventif.

PetoBowl beroperasi dalam sektor *digital pet health & wellness*, dengan model bisnis berbasis aplikasi *mobile* yang mengintegrasikan berbagai fitur dalam satu sistem terpadu. Adapun fitur utama yang dirancang dalam aplikasi PetoBowl meliputi:

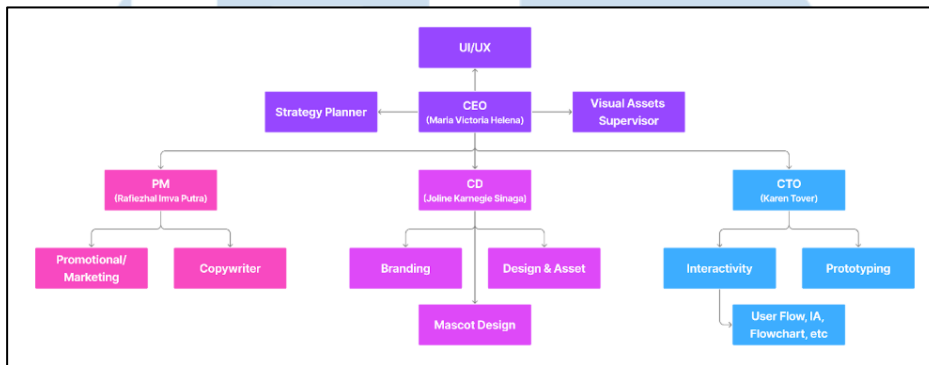
1. *Ingredient Intelligence System*: Fitur pemindai bahan makanan yang membantu pengguna memahami keamanan, fungsi, dan dampak dari setiap bahan terhadap kesehatan hewan. Smart
2. *Feeding Calculator*: Kalkulator porsi makan yang dipersonalisasi berdasarkan berat badan, usia, tingkat aktivitas, dan kondisi kesehatan hewan.
3. *Activity & Weight Monitoring*: Fitur pemantauan aktivitas harian dan berat badan untuk membantu pengguna melacak perkembangan kesehatan hewan secara berkelanjutan.
4. *Meal Planning & Tracking*: Fitur perencanaan dan pencatatan pola makan yang membantu pengguna menjaga konsistensi dan keseimbangan nutrisi.
5. *Educational Content*: Konten edukasi seputar nutrisi dan kesehatan hewan yang telah direview oleh dokter hewan untuk memastikan kredibilitas informasi.

Dengan demikian, PetoBowl hadir sebagai solusi atas permasalahan yang ditemukan melalui riset, yaitu kebingungan pemilik hewan dalam memahami label makanan, kesulitan menentukan porsi dan kebutuhan nutrisi yang tepat, serta kurangnya sistem pemantauan aktivitas dan berat badan secara berkelanjutan. Melalui pendekatan Human-Centered Design, PetoBowl merancang setiap fitur dengan mempertimbangkan kebutuhan, perilaku, dan keterbatasan pengguna, sehingga aplikasi tidak hanya bermanfaat secara fungsional tetapi juga memberikan pengalaman yang hangat dan menyenangkan bagi setiap penggunanya.

2.4 Struktur Perusahaan

Tim PetoBowl terdiri dari empat orang anggota dengan pembagian peran dan tanggung jawab yang saling melengkapi sesuai dengan latar belakang dan

kompetensi masing-masing. Struktur organisasi dirancang untuk memastikan efektivitas kerja sama, pembagian tugas yang jelas, serta pencapaian target yang telah ditetapkan dalam Program *Entrepreneurship & Innovation*. Berikut adalah peta peran dari masing-masing anggota tim:



Gambar 2.5 Struktur Perusahaan PetoBowl

1. Maria Victoria Helena, *Business Lead (UI/UX & Visual Assets Supervisor)*: Sebagai *Business Lead*, Maria Victoria Helena bertanggung jawab atas arah strategis bisnis dan pengembangan konsep utama PetoBowl sebagai startup digital di bidang *pet health & wellness*. Peran ini mencakup identifikasi peluang pasar, perumusan value proposition, pengembangan *Business Model Canvas*, serta perencanaan strategi awal monetisasi dan positioning produk. Selain itu, *Business Lead* juga berperan sebagai penanggung jawab utama dalam desain *UI/UX* dan pengembangan aset visual aplikasi. Tanggung jawabnya meliputi *wireframing*, *high-fidelity mockup*, serta memastikan bahwa desain antarmuka selaras dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis. Maria memastikan bahwa seluruh fitur, seperti *personalized feeding recommendation*, *ingredient scanner*, dan *activity tracking*, tersusun dalam sistem yang terintegrasi dan user-centered. Peran ini juga mencakup koordinasi lintas tim, pengambilan keputusan strategis, serta pelaporan perkembangan proyek kepada dosen pembimbing.
2. Rafiezhal Imva Putra, *Project Manager (Promotional & Branding Materials Supervisor)*: Sebagai *Project Manager*, Rafiezhal Imva Putra

bertanggung jawab atas perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan jalannya program secara keseluruhan. Tugasnya mencakup penyusunan timeline proyek, pembagian workload, monitoring progress setiap divisi, serta memastikan bahwa seluruh *deliverables* terselesaikan sesuai target waktu dan standar kualitas yang ditetapkan. Dalam aspek branding dan promosi, Project Manager bertanggung jawab atas pengembangan materi promosi seperti pitch deck, *mockup* media sosial, konten kampanye, serta strategi komunikasi brand. Peran ini memastikan bahwa identitas PetoBowl tersampaikan secara konsisten kepada target pasar, baik dari segi tone of voice, visual branding, maupun pesan utama terkait transparansi nutrisi dan kesehatan hewan. Rafiezhal juga menjadi penghubung administratif antara tim dan pembimbing akademik dalam hal dokumentasi, laporan berkala, dan validasi progres.

3. Karen Tover, *Chief Technology Officer (CTO), Prototyping & Technical Development*: Sebagai *Chief Technology Officer (CTO)*, Karen Tover bertanggung jawab atas aspek teknis dan struktur sistem aplikasi PetoBowl. Tugas utamanya meliputi penyusunan information architecture, perancangan user flow, logic mapping antar fitur, serta pengembangan interactive prototype yang merepresentasikan alur penggunaan aplikasi secara realistis. CTO memastikan bahwa fitur utama seperti ingredient scanner, calorie calculation system, pet profiling, dan activity logging memiliki alur yang sistematis, efisien, dan feasible untuk diimplementasikan secara teknis di tahap pengembangan lanjutan. Selain itu, Karen juga melakukan analisis kebutuhan sistem, perencanaan integrasi database nutrisi, serta eksplorasi kemungkinan pengembangan teknologi di masa depan, seperti integrasi dengan perangkat wearable atau smart devices. Peran ini menjembatani aspek desain dengan kelayakan teknis agar solusi yang dirancang tetap inovatif namun realistis untuk dikembangkan
4. Joline Carnegie Sinaga, *Creative Director (Branding & Visual Design Lead)*: Sebagai *Creative Director*, Joline Carnegie Sinaga bertanggung

jawab atas pengembangan identitas visual dan arah kreatif brand PetoBowl secara menyeluruh. Tugasnya meliputi perancangan logo, sistem warna, tipografi, ilustrasi, mascot, serta pedoman visual (brand guideline) yang mendukung positioning aplikasi sebagai platform kesehatan hewan yang modern, hangat, dan terpercaya. Creative Director juga berperan dalam memastikan konsistensi visual antara aplikasi, materi promosi, dan aset komunikasi lainnya. Dalam kolaborasi dengan *Business Lead*, Joline memastikan bahwa elemen visual *UI/UX* selaras dengan identitas brand dan menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif, profesional, dan engaging. Peran ini krusial dalam membangun diferensiasi brand di tengah pertumbuhan industri pet care digital di Indonesia, dengan pendekatan desain yang humanis dan relevan dengan karakteristik target pengguna Milenial dan Gen Z.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

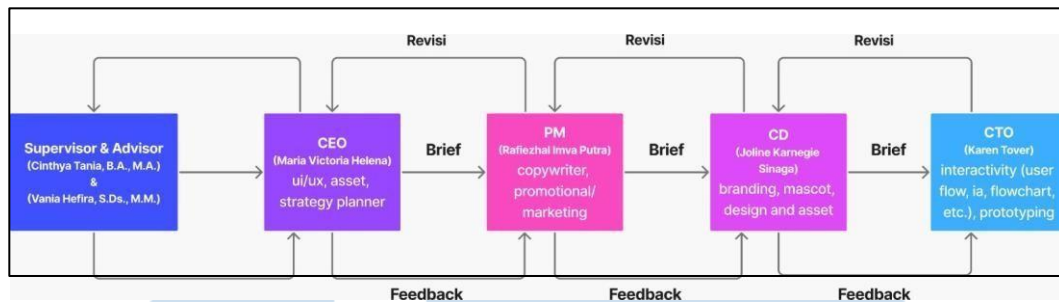
Dalam menjalankan Program *Entrepreneurship & Innovation*, tim PetoBowl membangun sistem koordinasi yang terstruktur bersama dosen pembimbing internal dan eksternal. Proses kerja diawali dari Supervisor & Advisor, yang bertindak sebagai pembimbing dan pemberi arahan utama. Mereka memberikan supervisi terhadap keseluruhan proses kerja tim, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan kaidah akademis sekaligus relevan dengan kebutuhan pasar. Arahan dari supervisor menjadi fondasi bagi tim dalam menyusun strategi dan rencana pengembangan bisnis.

Maria Victoria Helena sebagai CEO menerima arahan dari supervisor dan Advisor untuk bertanggung jawab menerjemahkannya ke dalam strategi bisnis yang konkret. Sebagai pemimpin tim, CEO mengelola perencanaan strategis, pengembangan aset, dan desain *UI/UX* secara keseluruhan. Dari sinilah alur brief dimulai dari CEO menyusun arahan teknis dan konseptual yang kemudian didistribusikan kepada anggota tim sesuai dengan bidang masing-masing. Tugas pertama diberikan kepada Rafiezhall Imva Putra selaku Project Manager yang bertugas mengelola aspek copywriting serta kegiatan promosi dan pemasaran.

Berdasarkan arahan dari CEO, Project Manager mengembangkan konsep komunikasi yang sesuai dengan identitas brand PetoBowl, merancang strategi marketing, dan menyusun materi promosi. Hasil kerjanya kemudian diteruskan dalam bentuk brief lanjutan kepada *Creative Director*.

Joline Karnegie Sinaga sebagai *Creative Director* menerima arahan dari Project Manager untuk memulai merancang aspek visual brand. Tanggung jawabnya meliputi pengembangan branding, desain mascot, serta pembuatan berbagai aset desain yang diperlukan, baik untuk aplikasi maupun materi promosi. Di sinilah peran strategis penulis sebagai *Creative Director* dijalankan dengan menerjemahkan konsep komunikasi menjadi bahasa visual yang hangat, humanis, dan membangun kepercayaan. Setelah elemen visual selesai dirancang, tugas selanjutnya diberikan kepada Karen Tover sebagai CTO untuk mengembangkan aspek interaktif produk, termasuk penyusunan *user flow*, *information architecture (IA)*, *flowchart*, serta proses prototyping yang merepresentasikan alur penggunaan aplikasi secara realistis.

Keunikan alur kerja PetoBowl terletak pada mekanisme feedback yang berjalan dua arah di setiap tahapan. Setelah CTO menyelesaikan prototype, masukan disampaikan kembali kepada *Creative Director* terkait aspek visual yang perlu disesuaikan dengan kelayakan teknis. *Creative Director* juga memberikan masukan kepada Project Manager mengenai konsistensi visual dengan konsep komunikasi. Project Manager menyampaikan umpan balik kepada CEO mengenai efektivitas strategi pemasaran. Seluruh masukan ini kemudian dikomunikasikan kepada supervisor dan Advisor untuk mendapatkan arahan lebih lanjut. Selain itu, terdapat proses revisi di setiap tahap yang memungkinkan setiap anggota tim melakukan perbaikan berdasarkan masukan yang diterima sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya. Proses bertahap ini memastikan bahwa setiap hasil kerja yang dihasilkan telah melalui evaluasi dan penyempurnaan secara berkelanjutan.



Gambar 2.6 Alur Koordinasi Tim *Entrepreneurship & Innovation Program*

Secara berkala, seluruh tim melakukan evaluasi bersama supervisor dan Advisor untuk memantau perkembangan proyek, membahas kendala yang dihadapi, serta mencari solusi atas permasalahan yang muncul. Hasil evaluasi ini menjadi bahan untuk menyusun laporan perkembangan dan merencanakan langkah selanjutnya dalam pengembangan bisnis. Dengan alur kerja yang terstruktur dan mekanisme feedback yang jelas, tim PetoBowl dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam mengembangkan aplikasi sesuai dengan arahan supervisor dan tujuan yang telah ditetapkan.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk mengevaluasi potensi keberlanjutan bisnis PetoBowl dalam jangka panjang, khususnya setelah program *Entrepreneurship & Innovation* berakhir. Analisis ini diawali dengan perhitungan biaya pembuatan aplikasi, dilanjutkan dengan proyeksi pendapatan dan pengeluaran selama satu tahun, serta uji kelayakan melalui metode *alpha test* dan *beta test* yang telah dijalankan selama masa pengembangan *Minimum Viable Product* (MVP).

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

HARGA POKOK PRODUKSI (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 Getaway	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	2.500.000	1 bulan	1	2.500.000	30.000.000	
Regulatory & Legal						
Pendaftaran PT	12.000.000	1 tahun	1	1.000.000	12.000.000	
HKI/Merek	3.000.000	1 tahun	1	300.000	3.600.000	
Data Privacy Audit	7.000.000	1 tahun	1	500.000	6.000.000	
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	Operational 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. Internet
Operational						
Coworking Space	3.000.000	1 bulan	1	3.000.000	36.000.000	
Software Tools (Figma, Slack, Notion, etc.)	1.500.000	1 bulan	1	1.500.000	18.000.000	
TOTAL FIXED COST				39.300.000	471.600.000	
VARIABLE COST						
Sumber Daya Manusia (SDM)						
QA Tester	300.000/hari		1	1.500.000	18.000.000	Freelance/project (estimasi 1 minggu/bulan)
Marketing Online						
Meta advertising (instagram)	5.000.000	1 bulan	1	5.000.000	60.000.000	
Youtube ads (Banner & Video)	5.000.000	1 bulan	1	5.000.000	60.000.000	
Pet influencer (makro)	1.000.000/vid	1 bulan	8	8.000.000	96.000.000	
Google Ads (Display & Search)	5.000.000	1 bulan	1	5.000.000	60.000.000	
Marketing Offline						
Pet Expo	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 Card AS	20.000		50	1.000.000	12.000.000	
Merchandise (Tote Bag, Sticker, Pin, Keychain, Plushie)	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				40.350.000	484.200.000	
TOTAL COST (Fixed & Variable)				79.650.000	955.800.000	

Gambar 2.7 Perhitungan Pengeluaran PetoBowl

Sebagai langkah awal, tim menghitung estimasi biaya yang diperlukan untuk membangun aplikasi PetoBowl versi MVP. Biaya pengembangan aplikasi meliputi beberapa komponen utama, yaitu desain antarmuka pengguna (*UI/UX design*), pengembangan *front-end* dan *back-end*, integrasi fitur Ingredient Intelligence System dan Smart Feeding Calculator, dan seterusnya.

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp. -) BULAN 1 JANUARI					
Layanan	Harga	Komisi	Keuntungan/Fee	Target Transaksi/Bulan	Keuntungan/Bulan
Subscription					
Premium Subscription	49.000	100%	49.000	100	4.900.000
Nutrition Consult	150.000	30,00%	45.000	25	1.125.000
Merchandise					
Blind Box	120.000	-	50.000	50	2.500.000
Plushie	150.000	-	50.000	10	500.000
Tote Bag	170.000	-	120.000	10	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	3	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 2.8 Alur Perhitungan Pendapatan Bulan Pertama

Berdasarkan perhitungan proyeksi keuangan selama satu bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan pertama (Januari), pendapatan ditargetkan sebesar Rp20.805.000 dengan target 100 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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 2.9 Perhitungan Pendapatan Bulan Kedua

Perhitungan selama dua bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan kedua (Februari), pendapatan ditargetkan sebesar Rp29.130.000 dengan target 120 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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	36	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 2.10 Perhitungan Pendapatan Bulan Ketiga

Perhitungan selama tiga bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan ketiga (Maret), pendapatan ditargetkan sebesar Rp38.160.000 dengan target 150 pengguna berlangganan (*subscribers*).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp,-) BULAN 4 APRIL					
Layanan	Harga	Komisi	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 2.11 Perhitungan Pendapatan Bulan Keempat

Perhitungan selama empat bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan keempat (Maret), pendapatan ditargetkan sebesar Rp47.440.000 dengan target 180 pengguna berlangganan (*subscribers*).

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp,-) BULAN 5 MEI					
Layanan	Harga	Komisi	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 2.12 Perhitungan Pendapatan Bulan Kelima

Perhitungan selama lima bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan kelima (Mei), pendapatan ditargetkan sebesar Rp57.335.000 dengan target 220 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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

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
Plushie	150.000	-	50.000	35	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
Petobowl Banner Ads					
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 2.13 Perhitungan Pendapatan Bulan Keenam

Perhitungan selama enam bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan keenam (Juni), pendapatan ditargetkan sebesar Rp67.345.000 dengan target 260 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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
Plushie	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	10	20.000.000
Priority	2.500.000	-	3.500.000	7	24.500.000
				TOTAL PENDAPATAN	79.825.000
TARGET BULAN 7 JULI: 310 orang					

Gambar 2.14 Perhitungan Pendapatan Bulan Ketujuh

Perhitungan selama tujuh bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan ketujuh (Juli), pendapatan ditargetkan sebesar Rp79.825.000 dengan target 310 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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

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 2.15 Perhitungan Pendapatan Bulan Kedelapan

Perhitungan selama delapan bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan kedelapan (Agustus), pendapatan ditargetkan sebesar Rp93.590.000 dengan target 380 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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	190	9.500.000
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 2.16 Perhitungan Pendapatan Bulan Kesembilan

Perhitungan selama sembilan bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan kesembilan (September), pendapatan ditargetkan sebesar Rp107.275.000 dengan target 450 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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

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	-	3.500.000	10	35.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	122.735.000
TARGET BULAN 10 OKTOBER: 550 orang					

Gambar 2.17 Perhitungan Pendapatan Bulan Kesepuluh

Perhitungan selama sepuluh bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan kesepuluh (Oktober), pendapatan ditargetkan sebesar Rp122.735.000 dengan target 550 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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	-	3.500.000	12	42.000.000
				TOTAL PENDAPATAN	142.145.000
TARGET BULAN 11 NOVEMBER: 670 orang					

Gambar 2.18 Perhitungan Pendapatan Bulan Kesebelas

Perhitungan selama sebelas bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan kesebelas (November), pendapatan ditargetkan sebesar Rp142.145.000 dengan target 670 pengguna berlangganan (*subscribers*).

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

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	160	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 DECEMBER: 800 orang					

Gambar 2.19 Perhitungan Pendapatan Bulan Keduabelas

Perhitungan selama duabelas bulan, PetoBowl menargetkan pertumbuhan jumlah pengguna dan transaksi secara bertahap. Pada bulan kesebelas (November), pendapatan ditargetkan sebesar Rp165.650.000 dengan target 800 pengguna berlangganan (*subscribers*).

HARGA POKOK PENJUALAN (dalam Rp,-) BULAN 12 DESEMBER			
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 2.20 Perhitungan Proyeksi Satu Tahun

Kelayakan bisnis PetoBowl dianalisis berdasarkan estimasi biaya operasional yang dikeluarkan setiap bulan. Berdasarkan perhitungan awal, total pengeluaran bulanan PetoBowl mencapai Rp79.650.000. Untuk mencapai titik impas (*break-even point*), diperlukan sedikitnya 163 pengguna premium setiap bulan. Namun, estimasi biaya tersebut masih dapat dievaluasi dan disesuaikan kembali, khususnya pada anggaran pemasaran yang digunakan untuk memperluas jangkauan pengguna melalui media sosial. Menurut Revopedia (2024), biaya pemasangan iklan pada platform Instagram berkisar antara Rp16.000 hingga Rp20.000 per hari. Oleh karena itu, dilakukan peninjauan ulang terhadap alokasi anggaran promosi guna memperoleh perhitungan biaya operasional yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan pengembangan PetoBowl.