

**PROPOSAL KEGIATAN
KOMPETISI MAHASISWA BIDANG INFORMATIKA
NASIONAL POLITEKNIK NEGERI BATAM 2022**



KMIPN IV

**“INOVASI BISNIS PENYEDIA JASA SERVIS
BERBASIS APLIKASI MOBILE”**

Kategori Lomba :

PERANCANGAN BISNIS TIK

NAMA ANGGOTA :

BRILIAN FAQIH (2005006)

LUKMAN HAKIM (2005013)

MUHAMMAD HAITSAM AZH ZHARFANI (2103048)

POLITEKNIK NEGERI INDRAMAYU

Jl. Lohbener Lama No 08 Kec. Lohbener Kab. Indramayu Jawa Barat 45252

EXECUTIVE SUMMARY

Jasa servis termasuk salah satu jasa yang cukup populer digunakan oleh masyarakat, Sehingga Jasa servis banyak dicari oleh hampir seluruh kalangan masyarakat.

Untuk itu Jarvis hadir sebagai platform yang menghubungkan antara masyarakat dengan penyedia jasa servis.

Jarvis dibangun dengan melibatkan kerja sama dengan penyedia jasa servis. Dan memiliki visi dan misi seperti berikut:

- Visi :

Menjadi platform penyedia jasa servis yang terbaik dalam layanan servis dan mensejahterkan penyedia jasa servis.

- Misi :

Memberikan layanan jasa servis yang cepat, lengkap dan kompeten meningkatkan volume pendapatan bagi penyedia jasa servis mengoptimalkan sumber daya penyedia jasa servis di lingkungan sekitar.

- Prospek Pengembangan Usaha

Jarvis memiliki prospek cerah di masa depan karena menjadi salah satu servis yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan jasa servis mampu menjangkau seluruh kalangan masyarakat, untuk itu jasa servis yang kami tawarkan sangat lengkap, sehingga bisa memenuhi kebutuhan jasa servis untuk masyarakat.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| EXECUTIVE SUMMARY..... | i |
| DAFTAR ISI..... | ii |
| DAFTAR GAMBAR..... | iii |
| DAFTAR TABEL..... | iii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Justifikasi Pemilihan Obyek Usaha..... | 1 |
| C. Tujuan..... | 2 |
| D. Rumusan Masalah..... | 2 |
| E. Batasan Masalah..... | 2 |
| BAB 2 GAMBARAN UMUM RENCANA BISNIS..... | 3 |
| A. Analisis Produk | 3 |
| B. Analisis Pasar | 5 |
| C. Analisis Produksi atau Operasi..... | 7 |
| D. Analisis Keuangan..... | 9 |
| E. Analisis Sumber Daya Manusia | 13 |
| F. Strategi Bisnis..... | 18 |
| G. Informasi Lainnya | 21 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----------|
| <i>Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan.....</i> | <i>7</i> |
| <i>Gambar 2. Metode Agile.....</i> | <i>8</i> |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----------|
| <i>Tabel 1.Target Penjualan.....</i> | <i>6</i> |
| <i>Tabel 2 proses Produksi.....</i> | <i>9</i> |
| <i>Tabel 3. Investasi yang diperlukan.....</i> | <i>10</i> |
| <i>Tabel 4 Harga Pokok Penjualan.....</i> | <i>11</i> |
| <i>Tabel 5 Neraca Akhir Tahun.....</i> | <i>12</i> |
| <i>Tabel 6 Rencana laporan Laba/Rugi.....</i> | <i>12</i> |
| <i>Tabel 7. Sistem Penggajian dan Kompensasi.....</i> | <i>17</i> |
| <i>Tabel 8. Cash Flow.....</i> | <i>19</i> |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kondisi sekarang ini dimana semua serba cepat. Masyarakat ingin kebutuhannya dapat terpenuhi dengan cepat, Jasa service dianggap sangat dibutuhkan dikala kita mendapati apa yang kita gunakan yang menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari itu tidak berfungsi dan perlu diperbaiki.

Saat ini masyarakat biasanya masih menggunakan jasa service panggilan yang jaraknya jauh dari pengguna atau mungkin tidak tahu keberadaan jasa service di sekitarnya, yang dimana itu akan membutuhkan waktu lebih lama untuk menunggu kedatangan penyedia jasa service.

Berdasarkan pengalaman pribadi yang sudah dialami, yaitu menunggu jasa service mobil yang kedatangannya memakan waktu yang cukup lama, yaitu kurang lebih satu jam lamanya, untuk menservice mesin kendaraan mobil. Selain itu, service yang diberikan juga tidak profesional yang mengakibatkan mesin mobil rusak kembali.

Dari permasalahan di atas, kami melihat suatu peluang usaha yang dapat dikembangkan. Sehingga kami berniat untuk membuat sebuah usaha di bidang jasa dalam menyediakan jasa service yang cepat dan profesional. Dalam membangun usaha tersebut, kami akan bekerjasama dengan para penyedia jasa service sekitar, dalam penyediaan layanan tersebut kami akan menggunakan teknologi informatika. Diharapkan dengan begitu, dapat memberikan dampak yang baik bagi pengguna aplikasi ini dan juga para penyedia jasa service.

B. Justifikasi Pemilihan Obyek Usaha

Jasa Service merupakan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dikala mendapati apa yang digunakan tidak berfungsi dengan baik. Jasa Service dipilih karena bisa membuat sesuatu yang kita gunakan tidak berfungsi supaya dapat berfungsi kembali tanpa perlu membeli sesuatu yang baru yang pastinya akan memakan banyak biaya.

Di Kabupaten Indramayu terdapat banyak jasa service baik itu jasa service toko maupun jasa service individu. Hampir di setiap titik di daerah indramayu terdapat jasa service baik yang sudah memiliki nama ataupun yang hanya pada saat mendapat panggilan saja. Jumlah tersebut tentunya cukup untuk melayani servis yang ada pada daerah tsb dengan cepat.

C. Tujuan

1. Membuat aplikasi layanan jasa service yang dibutuhkan oleh pengguna, penyedia jasa service yang di butuhkan.
2. Membantu penyedia jasa servis dalam menemukan pelanggan yang sedang membutuhkan jasa servis.
3. Mempermudah para pengguna dalam mencari penyedia jasa servis.
4. Membantu para pengguna dalam memenuhi kebutuhan jasa servis yang sedang dibutuhkan.
5. Membuat para penyedia jasa servis tertarik untuk bermitra dengan kami.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana jasa servis datang tepat pada saat kita membutuhkannya?
2. Bagaimana cara agar mendapat servis yang cepat pada saat kita membutuhkannya?
3. Bagaimana cara agar customer dapat mengetahui budget yang harus dibayar untuk mendapat servis?
4. Bagaimana cara agar customer mendapatkan servis yang terbaik?

E. Batasan Masalah

1. Aplikasi mobile berbasis Android yang dibuat adalah aplikasi untuk pencarian penyedia jasa service yang dekat dengan jarak pengguna.
2. Terdapat fitur pencarian jasa service terdekat.
3. Terdapat fitur cari lokasi terdekat.
4. Data lokasi tersebut nantinya akan menghubungkan dengan penyedia jasa service terdekat.

BAB II

GAMBARAN UMUM RANCANGAN BISNIS

A. Analisis Produk

a) Deskripsi produk

Dalam memberikan solusi atas seluruh permasalahan penyedia jasa service dan customer yang membutuhkan yang telah dibahas sebelumnya, kami berencana membuat sebuah sistem aplikasi yang mempunyai layanan-layanan yang dapat memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Aplikasi tersebut kami bernama **Jarvis**.

Jarvis merupakan aplikasi penyedia layanan informasi dan penyewaan jasa service, serta kebutuhan penyewa berbasis website dan mobile. Jarvis mempunyai beberapa fitur atau layanan yang dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang dialami oleh penyedia jasa service dan customer yang membutuhkan. Berikut beberapa fitur atau layanan tersebut.

Fitur untuk penyedia jasa servis

1. Pengelolaan servis

Pada fitur ini, penyedia servis dapat melakukan penambahan dan perubahan terhadap data dan harga servis yang dimilikinya.

2. Penerimaan servis

Pada fitur ini, pemilik servis dapat melakukan konfirmasi atas pengajuan servis yang dilakukan oleh pencari jasa servis.

3. Live Chat

Fitur ini untuk mempermudah komunikasi antara pencari jasa servis dengan penyedia jasa servis secara real time.

4. Notifikasi

Pada fitur ini, penyedia jasa servis akan segera menerima informasi apabila terdapat aktivitas yang dilakukan oleh pencari jasa servis terhadap jasa servis miliknya, seperti melakukan pemesanan dan chat. Selain itu penyedia jasa servis juga dapat menerima informasi-informasi terbaru mengenai aplikasi Jarvis.

5. Diskusi

Pada fitur ini, para penyedia jasa servis dapat saling berinteraksi satu dengan

yang lainnya.

1. Fitur Temukan Jarvis

Pada fitur ini, pencari jarvis dapat mencari jasa servis berdasarkan jarak terdekat dari posisi pencari saat ini.

2. Fitur Keluhan Customer

Pada fitur ini, pencari jasa servis dapat memberikan masukan terkait jasa servis yang dia terima.

3. Fitur Pemberian Rating

Pada fitur ini, pencari jasa servis dapat memberikan penilaian terkait jasa servis yang dia terima.

4. Fitur Transaksi

- Transaksi dilakukan melalui ovo,dana dan linkaja
- Transaksi langsung

Dibayarkan langsung kepada penyedia jasa servis di tempat

5. Fitur Live Chat

Pada fitur ini, pencari dan penyedia jasa servis dapat berkomunikasi untuk mengetahui keadaan dari penyedia jasa servis.

6. Notifikasi

Pada fitur ini,pencari jasa servis mendapatkan notifikasi jika pemesanan jasa servis telah di setujui danj ditanggapi.

7. Fitur cek kondisi

Pada fitur ini,jasa servis dapat melihat rentang waktu melakukan servis.

b) Keunggulan produk dibandingkan dengan kompetitor

Aplikasi informasi dan penyedia jasa service masih belum banyak dijumpai dan rata-rata aplikasi tersebut hanya menampilkan informasi dan tidak menyediakan layanan untuk semua jenis service, dan terkadang service yang di lakukan tidak profesional, sehingga pada saat customer membutuhkan service yang lain akan

kesulitan.

B. Analisis Pasar

a) Profil konsumen potensial

Penyedia jasa service merupakan orang yang memiliki keahlian dalam bidang sevicenya. Penyedia jasa service merencanakan pemasaran dan pengelolaan tempat service miliknya supaya jasa servicenya diketahui banyak kalangan masyarakat. dalam melakukan pemasaran dan pengelolaan jasa service, penyedia jasa service dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh Jarvis supaya pemasaran dan pengelolaan tempat service dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Ibu rumah tangga adalah seorang ibu yang mengurus segala keperluan rumah dan tentu kebutuhannya cukup banyak, sehingga ibu rumah tangga kesulitan untuk menangani segala kebutuhan rumah tangganya, Sehingga untuk mempermudah menangani segala kebutuhan itu, ibu rumah tangga bisa memanfaatkan aplikasi Jarvis untuk menangani servis yang bisa membantu ibu rumah tangga.

b) Potensi dan segmentasi pasar

Berdasarkan yang telah kami paparkan di atas, Jarvis memiliki potensi yang sangat besar. Hampir di setiap daerah/kota terdapat banyak tempat penyediaan jasa service. Dengan menyediakan platform yang menghubungkan penyedia jasa service dengan customer, layanan yang ditawarkan berpotensi akan banyak yang menggunakan, dengan banyaknya yang membutuhkan jasa penyedia servis tersebut, maka akan semakin besar pula potensi pendapatan yang akan diperoleh.

Target pasar kami terbagi menjadi 2 segmen yaitu Penyedia jasa servis dan customer yang membutuhkan jasa servis.

c) Pesaing dan peluang pasar

Aplikasi penyedia jasa servis telah banyak beredar. Sebagai contoh yang sekarang banyak digunakan yaitu aplikasi TukangServis, Goteknisi, dan Sejasa.com. Setelah melakukan penelusuran mengenai aplikasi-aplikasi tersebut, aplikasi-aplikasi tersebut hanya berfokus untuk memberikan informasi penyedia jasa servis dan melakukan pemesanan jasa servis. Apabila konsumen telah melakukan pencarian dan pemesanan jasa servis, konsumen akan cenderung untuk sementara tidak menggunakan aplikasi tersebut beberapa waktu sampai membutuhkannya kembali.

Jarvis berbeda dengan para pesaing, Jarvis bukan hanya menyediakan informasi penyedia jasa servis,akan tetapi Jarvis juga menyediakan layanan pendukung lainnya yang sangat dibutuhkan oleh penyedia jasa servis dan customer,.Sehingga customer akan lebih banyak berinteraksi dengan aplikasi bukan hanya pada saat mencari jasa penyedia service.

d) Media Promosi yang akan digunakan

Berikut merupakan media promosi yang akan digunakan :

- | | |
|-----------------|----------------------------|
| 1) Koran | 6) Televisi |
| 2) Reklame | 7) Merchandise |
| 3) Media Sosial | 8) Brosur |
| 4) Google Ads | 9) Poster |
| 5) Banner | 10) Kegiatan Kemahasiswaan |

e) Target atau rencana penjualan jasa satu tahun

Berikut target penjualan jasa dalam satu bulan.

| Jasa | Target |
|---|-----------------------|
| Penyewaan Kost | 1000 Transaksi |
| Pengiklanan Berbayar (dalam aplikasi Jarvis) | 1300 Transaksi |
| Total | 6226 transaksi |

Tabel 1.Target Penjualan

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan. Apabila kami berhasil mencapai target tersebut, kami akan mendapatkan laba sebesar Rp.68.486.000 per bulan.

f) Strategi pemasaran

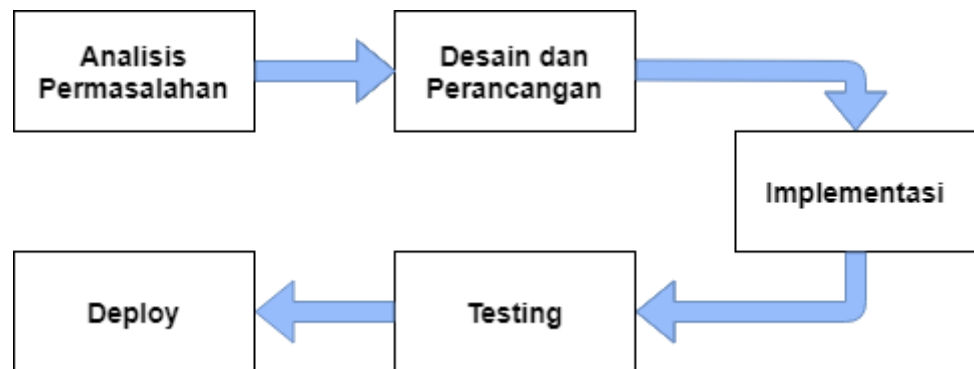
Berikut beberapa strategi pemasaran yang akan kami terapkan :

- 1) Memasang iklan di dalam aplikasi Jarvis
- 2) Memasang iklan di Koran
- 3) Memasang iklan di reklame
- 4) Memasang iklan di media sosial (foto dan video)
- 5) Memasang iklan di Google Ads

- 6) Iklan di Televisi
- 7) Memasang banner promosi
- 8) Masuk ke media pemberitaan untuk promosi
- 9) Menyebarkan brosur kepada mahasiswa dan karyawan
- 10) Berpartisipasi dalam kegiatan kemahasiswaan
- 11) Mengadakan kegiatan-kegiatan rutin yang menyertakan para mahasiswa dan karyawan
- 12) Penawaran dari pintu ke pintu (kepada pemilik kost dan mitra usaha lainnya).

C. Analisis Produksi atau Operasi

1. Alur Produksi



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan

a. Analisis Permasalahan

Pada tahapan ini, akan dilakukan analisis permasalahan yang meliputi :

- Kebutuhan Fungsional
- Kebutuhan Non Fungsional

b. Desain dan Perancangan

Pada tahap ini, akan dilakukan desain pemodelan dari perancangan perangkat lunak tersebut untuk memudahkan pembuatan aplikasi tersebut.

c. Implementasi

Pada tahapan ini akan dilakukan proses pembuatan kode program dari

desain yang telah di rancang.

d. Testing/Pengujian

Pada tahap ini akan dilakukan percobaan aplikasi yang telah kami buat agar aplikasi yang kami buat berjalan dengan baik dan tidak ada eror.

e. Deploy/publikasi

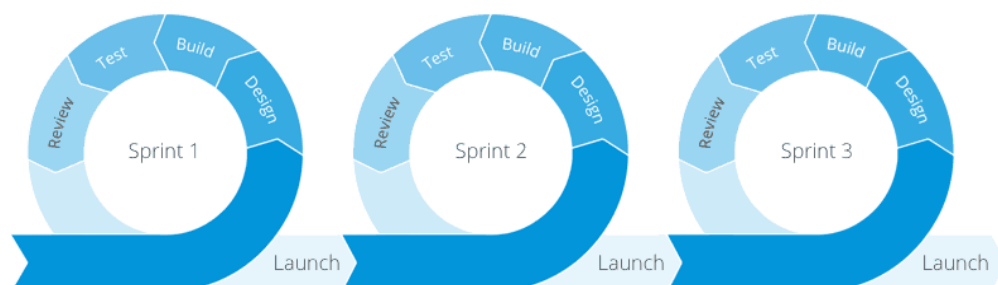
Pada tahap ini akan dilakukan pemasaran aplikasi agar aplikasi yang kami buat bisa digunakan oleh banyak orang.

2. Alat dan Bahan

- Software Visual Studio Code
- Software Corel Draw 2018
- Software Android Studio
- Microsoft Office Word 2019
- Software Adobe XD 2019
- PC atau Laptop

3. Metode Pembuatan

Dalam metode pembuatannya kami menggunakan Software Development Life Cycle **Agile**. **Agile** adalah suatu metode pola pikir untuk menyelesaikan permasalahan yang bersifat flexible terhadap perubahan suatu masalah, sehingga pola penyelesaian masalah menggunakan metode agile menyesuaikan perubahan.



Gambar 2. Metode Agile

4. Proses Produksi

Dalam proses pembuatan aplikasi Jarvis(Jasa Sevis) memerlukan waktu kurang lebih 4 bulan. Berikut jadwal yang telah kami susun :

| Sprint | Judul Tugas | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|--------------------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | | Bulan Ke-1 | | | | Bulan Ke-2 | | | | Bulan Ke-3 | | | | Bulan Ke-4 | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengelolaan Service | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Mencari Jasa Service | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Detail informasi service | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Penerimaan Service | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Notifikasi | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Livechat | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Diskusi | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Keluhan Customer | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Pemberian Rating | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Transaksi | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Cek kondisi | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabel 2 proses Produksi

D. Analisis Keuangan

Analisis Keuangan

a. Investasi yang diperlukan

Investasi yang diperlukan dalam pengembangan aplikasi ini yaitu sebesar Rp. 111.880.000 . Sebesar 79% dari total investasi yang diperlukan, digunakan untuk membayar SDM dalam pembuatan aplikasi, apabila aplikasi sudah selesai, besar kemungkinan anggaran untuk SDM akan berkurang. Adapun untuk rincian anggarannya yaitu sebagai berikut :

| Kebutuhan | | Volume | | Harga satuan | | Nilai |
|---------------------------------|---|--------|--------|--------------|-----------|----------------|
| 1. Perlengkapan yang diperlukan | | | | | | |
| - | Banner 3x4 | 50 | buah | Rp | 200.000 | Rp 10.000.000 |
| - | X- Banner | 50 | buah | Rp | 100.000 | Rp 5.000.000 |
| - | Dokumentasi Video Tutorial | 5 | video | Rp | 50.000 | Rp 250.000 |
| - | Dokumentasi Manual Book | 1 | buah | Rp | 50.000 | Rp 50.000 |
| - | Playstore | 1 | buah | Rp | 380.000 | Rp 380.000 |
| Sub Total 1 | | | | | | Rp 15.680.000 |
| 2. Bahan Habis Pakai | | | | | | |
| - | ATK | 2 | set | Rp | 200.000 | Rp 400.000 |
| - | Brosur | 1000 | lembar | Rp | 2.000 | Rp 2.000.000 |
| - | Biaya Internet | 6 | bulan | Rp | 400.000 | Rp 2.400.000 |
| Sub Total 2 | | | | | | Rp 4.800.000 |
| 3. Perjalanan | | | | | | |
| | | | | | | |
| - | Sosialisasi dan promosi ke masyarakat | 30 | liter | Rp | 10.000 | Rp 300.000 |
| Sub Total 3 | | | | | | Rp 300.000 |
| 4. Sewa | | | | | | |
| - | Pengiklanan di media sosial, dan Google Ads | 6 | bulan | Rp | 100.000 | Rp 600.000 |
| - | Domain Server | 1 | tahun | Rp | 200.000 | Rp 200.000 |
| - | Server | 1 | tahun | Rp | 2.000.000 | Rp 2.000.000 |
| Sub Total 4 | | | | | | Rp 2.800.000 |
| 5. SDM | | | | | | |
| - | Mobile Developer | 4 | bulan | Rp | 3.500.000 | Rp 14.000.000 |
| - | Frontend Developer | 4 | bulan | Rp | 3.500.000 | Rp 14.000.000 |
| - | Backend Developer | 4 | bulan | Rp | 3.500.000 | Rp 14.000.000 |
| - | Business Analyst (1 orang) | 4 | bulan | Rp | 4.000.000 | Rp 16.000.000 |
| - | Network Administrator (1 orang) | 4 | bulan | Rp | 2.500.000 | Rp 10.000.000 |
| - | Marketing dan Advertising (1 orang) | 4 | bulan | Rp | 3.000.000 | Rp 12.000.000 |
| - | Desainer (1 orang) | 4 | bulan | Rp | 2.000.000 | Rp 8.000.000 |
| Sub Total 5 | | | | | | Rp 88.000.000 |
| Total Biaya Kebutuhan | | | | | | Rp 111.580.000 |

Tabel 3. Investasi yang diperlukan

b. Harga Pokok Penjualan

| | | | | |
|------------------------|------------------------|--|---------------|--------------|
| Biaya Operasional | Rp 14,700,000.00/Bulan | | opex per hari | Rp588,000.00 |
| Beban Gaji | Rp 7,000,000.00 | | opex per jam | Rp 73,500.00 |
| Beban marketing | Rp 500,000.00 | | | |
| Beban Keperluan kantor | | | | |
| internet | Rp 350,000.00 | | | |
| telepon | Rp 350,000.00 | | | |
| biaya sewa | Rp 6,500,000.00 | | | |

| | |
|-------------------------------|----------------|
| HPP Jasa Servis (satu jam) | Rp. 73,500.00 |
| Action Replace | Avanza |
| sale price | Rp. 678,000.00 |
| HPP Sparepart | Rp. 450,000.00 |
| HPP Jasa Servis (dua jam) | Rp. 147,000.00 |
| TOTAL | Rp. 81,000.00 |

Tabel 4 Harga Pokok Penjualan

d. Rencana Neraca Awal dan Neraca Akhir Tahun

Berikut Rencana Neraca selama 1 tahun :

| NERACA | | | |
|----------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------|
| KostKita | | | |
| Per 31 Desember 2022 | | | |
| Aktiva/Harta/Asset | Nominal | Pasiva/Liabilities | Nominal |
| Aktiva Lancar | | Kewajiban | |
| Kas | Rp109.315.200,00 | Hutang Usaha | Rp0,00 |
| Piutang | Rp0,00 | | |
| Total Aktiva Lancar | Rp89.315.200,00 | Modal | |
| | | Modal | Rp111.580.000,00 |
| Aktiva Tetap | | Laba Ditahan | Rp98.815.200,00 |
| Total Investasi | Rp111.580.000,00 | | |
| (-) Depresiasi | Rp500.000,00 | | |
| Total Aktiva Tetap | Rp111.080.000,00 | | |
| | | | |
| Total Aktiva | Rp200.695.200,00 | Total Pasiva | Rp200.695.200,00 |

Tabel 5 Neraca Akhir Tahun

e. Rencana Laporan Laba/Rugi

| Tahun | Penjualan | Harga Pokok Penjualan | Biaya Operasional | Besar Pajak | | Laba bersih/tahun | Laba bersih/Bulan |
|-------|-------------|-----------------------|-------------------|-------------|------------|-------------------|-------------------|
| 1 | 480.000.000 | 172.200.000 | 176.400.000 | 5% | 17.430.000 | 113.970.000 | 9.497.500 |
| 2 | 560.000.000 | 194.500.000 | 182.000.000 | 5% | 18.825.000 | 164.675.000 | 13.722.977 |
| 3 | 610.000.000 | 220.200.000 | 190.000.000 | 5% | 20.510.000 | 179.290.000 | 14.940.833 |

Tabel 6 Rencana laporan Laba/Rugi

E. Analisis Sumber Daya Manusia

a. Pemanfaatan SDM

Untuk Sumber Daya Mahasiswa yang di gunakan, kami akan memberdayakan potensi yang dimiliki teman-teman Mahasiswa Politeknik Negeri Indramayu. Selain dapat menjadikan sebagai pembelajaran, teman-teman mahasiswa juga dapat mendapatkan penghasilan dari aplikasi ini. Mahasiswa Politeknik Negeri Indramayu telah banyak yang mempunyai kompetensi yang mumpuni dalam mengembangkan suatu aplikasi. Maka dari itu, teman-teman Mahasiswa Politeknik Negeri Indramayu sangat potensial untuk dijadikan sebagai tim pengembangan aplikasi ini.

b. Kualifikasi SDM yang dibutuhkan

Berikut beberapa kualifikasi SDM yang kami perlukan :

1. Programmer

a) Programming Mobile

Mampu memahami dan familiar terhadap Bahasa pemrograman Dart dengan framework flutter serta dapat berkolaborasi secara tim menggunakan tools Git.

b) Backend Developer

Mampu memahami dan familiar terhadap Bahasa pemrograman Google Language (Golang), dapat membuat dokumentasi API dan dapat berkolaborasi secara tim menggunakan tools Git.

c) Frontend Developer

Mampu memahami dan familiar terhadap framework Laravel serta dapat berkolaborasi secara tim menggunakan tools Git.

2. Business analyst

a) Pengembangan produk

Beberapa syarat yang masuk dalam pengembangan produk adalah product requirements, product analysis, dan engineering requirements.

Pengetahuan dalam tiga aspek tersebut harus mendalam. Karena, selain saling berkaitan dalam pengembangan produk, tiga hal tersebut adalah ilmu dasar untuk duduk di posisi tersebut.

- b) Berpikir analitis dan mampu menyelesaikan setiap masalah

Orang yang bekerja di posisi ini pasti akan menghadapi banyak masalah. Untuk mengatasi itu, diperlukan kemampuan memproses beragam informasi, mengevaluasi, dan menemukan solusi hingga mendalam.

- c) Kemampuan hitung-hitungan beserta perangkat lunaknya

Mayoritas masalah yang akan dihadapi oleh business analyst adalah angka. Entah itu mengukur prospek keuntungan sebuah produk atau margin antara pengembangan dan pemasukan dari produk yang dimaksud.

Kemampuan hitung-hitungan saja tidak akan cukup. Mereka juga dituntut untuk memahami perangkat lunak yang akan rutin digunakan, seperti spreadsheet, program database, dan perangkat lunak lain yang berhubungan dengan keuangan.

3. Network Administrator

- a) Dapat melakukan konfigurasi jaringan
- b) Dapat mendesign topologi jaringan
- c) Mengerti loadbalancing
- d) Dapat melakukan keamanan jaringan, seperti melakukan konfigurasi Firewall, VPN, IPSec, SSL, IPS/IDS, proxy server dan lain sebagainya
- e) Dapat menganalisis traffic pada jaringan
- f) Faham protokol jaringan TCP/IP HTTP, DHCP, DNS, SMTP, SSH
- g) dan lain sebagainya

4. Graphic Designer

Graphic Designer yang kami perlukan merupakan desainer yang dapat membuat UI/UX desain, Desain Poster, Brosur, Banner, dan lain sebagainya. serta dapat membuat desain konten untuk promosi di media pemasaran.

5. Marketing & Advertising

- a) Komunikasi interpersonal

Menjadi perantara antara perusahaan dan publik, kamu diwajibkan untuk terampil dalam hal berkomunikasi.

Kamu harus mampu berkomunikasi dengan berbagai macam klien maupun customer dan melalui berbagai media.

b) Public speaking

Public speaking membutuhkan rasa percaya diri yang lebih tinggi lagi dibandingkan komunikasi interpersonal.

Dengan menjadi marketing yang menguasai public speaking kamu dapat mengenalkan produk atau pun jasa dengan lebih efektif.

c) Kemampuan menulis

Selain kemampuan komunikasi dan public speaking yang baik, tentu saja marketing wajib memiliki kemampuan menulis yang baik. Tanpa kemampuan ini, kamu akan kesulitan untuk mempromosikan barang dan jasa melalui tulisan.

d) Detail-oriented

Sebagai representasi dari perusahaan, marketing akan berhubungan dengan banyak orang, jadi tentu saja teliti itu sangat diperlukan.

e) Cermat dan memiliki kemampuan analisis

Kemampuan yang satu ini sangat dibutuhkan ketika kamu harus menentukan target pasar yang tepat.

Selain itu, kemampuan ini juga berguna agar kamu dapat mengetahui keinginan pasar, sehingga kamu dapat mengembangkan produk atau jasmu sesuai dengan keinginan tersebut.

f) Kreatif dan inovatif

Dengan kreativitas kamu dapat berkomunikasi, menulis, menganalisa dan membuat strategi dengan cara yang lebih efektif atau lebih efisien lagi.

Dengan adanya rasa kreativitas yang tinggi, akan semakin banyak kemungkinan kamu menciptakan sebuah inovasi.

g) Persuasif dan negosiatif

Tentu saja seorang marketing executive harus memiliki kemampuan persuasif dan negosiasi.

Marketing tidak hanya sekedar memperkenalkan sebuah produk atau jasa melainkan juga harus sebisa mungkin mengajak orang-orang untuk membeli produk atau memakai jasa perusahaannya. Selain persuasi,

kemampuan negosiasi juga penting agar sebuah transaksi dapat memuaskan dan memenuhi standar kedua belah pihak yaitu konsumen dan produsen.

h) Technology-savvy

Di zaman yang serba digital ini, tentu sangat dibutuhkan seorang Marketing yang technology savvy.

c. Spesifikasi Posisi (Job Description)

Berikut spesifikasi posisi yang kami perlukan beserta tugas-tugasnya:

1. Programmer

Programmer bertugas untuk membangun aplikasi dan melakukan perbaikan saat terjadi masalah atau keluar dari fungsional yang seharusnya pada sistem aplikasi Jarvis, serta dapat terus berinovasi mempelajari hal-hal baru untuk diterapkan ke sistem agar lebih baik dan bermanfaat mengikuti kebutuhan di masyarakat luas.

2. Business Analyst

Membaca dan menganalisis peluang pasar untuk dijadikan pengembangan aplikasi Jarvis.

Business Analyst adalah orang yang bertugas menganalisa, memvalidasi persyaratan untuk perubahan proses bisnis, atau kebijakan suatu perusahaan/organisasi. Analisis bisnis berperan besar dalam menggerakkan organisasi ke arah efisiensi, produktivitas, dan profitabilitas.

Seorang bisnis analis akan mengidentifikasi sebuah masalah dan menemukan solusi dari permasalahan tersebut agar manajemen dapat beroperasi dengan lebih efisien dan efektif, serta dapat mengembangkan bisnisnya.

3. Network Administrator

Seorang network administrator bertugas untuk melakukan deployment terhadap aplikasi dan melakukan pengamanan sistem dari serangan - serangan hacker serta terus memantau traffic masuk pada server sehingga dapat segera dilakukan penanganan jika terjadi overload.

4. Marketing & Advertising

Melakukan promosi dan sosialisasi mengenai aplikasi Jarvis agar dikenal oleh masyarakat termasuk juga melakukan posting iklan di media sosial.

5. Designer

Membuat desain yang berhubungan dengan bagaimana meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi yang dilihat dari nilai guna, manfaat, juga kesenangan yang didapatkan si pengguna dari suatu aplikasi. Dalam hal ini designer juga mendesain UI, UX, Poster dan media pengeiklanan lainnya.

d. Sistem Penggajian dan Kompensasi

Pada penggajian karyawan dibayarkan pada setiap akhir bulan. Besaran gaji tergantung pada pengalaman masing-masing karyawan. Berikut rician dari besaran penggajian di setiap posisi.

| | Posisi | Besaran Gaji |
|--|---------------------------|---------------|
| | Mobile Developer | 3,5 jt – 7 jt |
| | Frontend Develover | 3,5 jt – 7 jt |
| | Backend Develover | 3,5 jt – 7 jt |
| | Bussiness Analyst | 4 jt – 9 jt |
| | Network Administrator | 2,5 jt – 5 jt |
| | Marketing dan Advertising | 3 jt – 6 jt |
| | Graphic Design | 2 jt -5 jt |

Tabel 7. Sistem Penggajian dan Kompensasi

F. Strategi Bisnis

a. Strategi Penjualan dan marketing

Strategi pemasaran/promosi telah kami paparkan pada bagian Analisis Pasar point f (Strategi Pemasaran). Selain itu kami mempunyai strategi untuk meningkatkan Revenue, yaitu sebagai berikut :

1) Pop Up Penawaran

Kami akan menawarkan jasa yang paling dibutuhkan oleh banyak pengguna.

Misalnya para pengguna lebih banyak membutuhkan jasa pembelian sparepart automotif atau elektronik, maka kami akan mengiklankan jasa servis kepada seluruh pengguna untuk ditambahkan ke daftar pembelian sparepart.

2) Pop Up Chat

Kami akan menawarkan bantuan chat pada para pelanggan yang ingin mendapatkan pendampingan dalam melakukan transaksi. Dengan ini kami dapat mensugesti pelanggan untuk menggunakan layanan lebih banyak.

Misalnya pelanggan telah melakukan login pada aplikasi, kami akan langsung menawarkan bantuan kepada para pelanggan yang ingin mendapatkan untuk melakukan penyewaan jasa servis. Dengan cara ini juga member baru dapat terbantu, biasanya member baru akan kebingungan apabila pertama kali melakukan penyewaan lewat platform yang baru.

3) Member Only

Kami akan mewajibkan pelanggan untuk melakukan pendaftaran member sebelum penyewaan/membeli. Hal ini akan sangat berguna bagi kami dalam meningkatkan revenue yang didapatkan dengan cara mengelola datanya untuk diberikan Email Promosi, dan whatsapp Promosi.

Misalnya apabila ada informasi terbaru terkait produk dan promosi, kami akan sangat mudah untuk memberi informasi melalui email, dan whatsapp kepada pelanggan/member.

4) Followup

Kami akan melakukan followup baik via email atau sms mengenai pending order yang dimiliki pelanggan. Bisa saja pelanggan lupa bahwa

telah melakukan pemesanan, sehingga followup dapat membantu mereka untuk melakukan pembayaran.

5) Kode Voucher

Kami akan memberikan kode voucher kepada beberapa pengguna yang memiliki waktu terbatas setelah diterima. Dengan cara ini, kami dapat memicu pemesanan/pembelian agar lebih meningkat lagi.

Rata-rata para pelanggan pada platform penyewaan dan pembelian online akan lebih tertarik apabila platform tersebut membagikan kode voucher, misalnya kode voucher untuk potongan harga, dengan masa pemakaian terbatas setelah diterima. Dengan cara ini akan memicu pemesanan/pembelian agar lebih meningkat lagi.

b. Strategi Keuangan

1) Jumlah dana investasi yang dibutuhkan

Jumlah dana investasi yang kami butuhkan yaitu sebesar Rp. 111.580.000

2) Cash flow

Berikut proyeksi pendapatan dalam 3 tahun.

| Year | Cash Out | Cash In | | Net Cash Flow | Commulative Net Cash Flow |
|------|----------------|----------------|-------------|-----------------|---------------------------|
| | | NetProfit | Depreiation | | |
| 0 | Rp 111.580.000 | Rp - | Rp - | -Rp 111.580.000 | Rp - |
| 1 | Rp - | Rp 98.815.200 | Rp 500.000 | Rp 99.315.200 | -Rp 12.564.800 |
| 2 | Rp - | Rp 144.415.200 | Rp 600.000 | Rp 145.015.200 | Rp 244.330.400 |
| 3 | Rp - | Rp 190.015.200 | Rp 700.000 | Rp 190.715.200 | Rp 335.730.400 |

Tabel 8. Cash Flow

c. Strategi untuk Mitigasi Risiko

Berikut beberapa strategi kami untuk melakukan mitigasi risiko :

1) Perencanaan Manajemen Risiko

Untuk membuat perencanaan manajemen risiko, ada beberapa hal yang diperlukan yakni 1) Project Charter, yakni dokumen yang dikeluarkan oleh

manajemen senior yang secara formal menyatakan adanya suatu proyek. Dokumen ini memberi otorisasi kepada manajer proyek untuk menggunakan sumberdaya organisasi untuk melaksanakan aktivitas proyek. 2) Kebijakan manajemen risiko, 3) Susunan peran dan tanggung jawab 4) Toleransi stakeholder terhadap risiko 5) Template untuk rencana manajemen risiko organisasi 6) Work Breakdown Structure (WBS)

2) Identifikasi Risiko

Untuk dapat mengidentifikasi risiko setidaknya ada empat metode yang digunakan, yakni 1) Identifikasi risiko berdasarkan tujuan. Yaitu risiko diidentifikasi berdasarkan sejauh mana suatu peristiwa dapat membahayakan pencapaian tujuan secara perbagian atau secara keseluruhan pekerjaan proyek. 2) Identifikasi Risiko berdasarkan Skenario. Yakni risiko diidentifikasi berdasarkan skenario yang dibuat berdasarkan perkiraan terjadinya sebuah peristiwa. 3) Identifikasi risiko berdasarkan Taksonomi. Yakni risiko dibreakdown berdasarkan sumber risiko dengan menggunakan pengetahuan praktik yang ada melalui daftar pertanyaan yang telah disusun yang jawabannya akan menunjukkan risiko yang ada. 4) Common risk check. Yakni risiko yang sudah biasa terjadi didaftar dan dilakukan pemilihan mana risiko yang sesuai dengan proyek yang sedang dikerjakan.

3) Analisis Risiko Kualitatif

Analisis kualitatif dalam manajemen risiko adalah proses menilai dampak dan kemungkinan risiko yang sudah diidentifikasi. Proses ini dilakukan dengan menyusun risiko berdasarkan dampaknya terhadap tujuan proyek. Analisis ini merupakan cara prioritasasi risiko sehingga membentuk gambaran risiko yang harus mendapat perhatian khusus dan cara merespon risiko tersebut seandainya terjadi

4) Analisis Risiko Kuantitatif

Analisis ini dilakukan dengan mengaplikasikan formula matematis yang dikaitkan dengan nilai finansial. Secara matematis penghitungan risiko dilakukan dengan mengalikan tingkat kemungkinan kejadian dengan dampak yang ditimbulkan. Hasil analisis ini dapat digunakan

untuk mengambil langkah strategis dalam mengatasi risiko yang teridentifikasi.

5) Penangan Risiko

Teknik yang digunakan untuk menangani risiko dikelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu 1) Menghindari risiko yakni dengan tidak melakukan aktivitas yang beresiko dan memilih melakukan kegiatan yang tidak memiliki risiko. 2) Mitigasi/ Reduksi/ Mengurangi risiko yakni dengan melakukan tindakan untuk mengurangi peluang terjadinya peristiwa yang tidak diharap. Misalnya dengan memilih orang-orang yang kompeten untuk dipekerjakan di proyek. 3) Menerima risiko yakni tetap melakukan pekerjaan yang mengandung risiko dengan tidak melakukan perubahan apapun namun menyiapkan rencana kontingensi jika risiko terjadi. 4) Tranfer Risiko yakni dengan mengalihkan risiko ke pihak lain misalnya dengan membeli asuransi.

G. Informasi Lainnya



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brilian Faqih
NIM : 2005006
Tempat/Tanggal Lahir : Indramayu, 12 Agustus 2002
Prodi dan Jurusan : D4 Rekayasa Perangkat Lunak
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Indramayu
Alamat Rumah : Jl. Ahmad Yani No. 32 RT 36 RW 05 Kec.Jatibarang
Kab.Indramayu

Dengan ini menyatakan bahwa karya dengan judul "**Jarvis**" belum pernah dipublikasikan dan belum pernah diikutsertakan dalam perlombaan lainnya serta tidak mengandung unsur SARA dan plagiat. Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia didiskualifikasi dari perlombaan ini.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Indramayu, 27 Mei 2022

Yang menyatakan



Brilian Faqih