

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN BISNIS DIGITAL “BANTUS.ID” SEBAGAI
PLATFORM LAYANAN HARIAN DAN MANAJEMEN
INDEKOS UNTUK MAHASISWA PERANTAU DI
YOGYAKARTA



Disusun Oleh:

Chalisun Firifqah

NIM. 21106050055

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1178/Un.02/DST/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : Perancangan Bisnis Digital "Bantus.id" Sebagai platform Layanan Harian dan Manajemen Indekos untuk Mahasiswa Perantau di Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : CHALISUN FIRIFQAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21106050055
Telah diujikan pada : Rabu, 11 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6852480b53368

Ketua Sidang

Prof. Dr. Ir. Shofwatul 'Uyun, S.T., M.Kom., IPM., ASEAN Eng.
SIGNED



Valid ID: 685200241e23b

Penguji I

Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.
SIGNED



Valid ID: 68523cd85fb32

Penguji II

Eko Hadi Gunawan, M.Eng.
SIGNED



Valid ID: 685278c90a11b

Yogyakarta, 11 Juni 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chalisun Firifqah
NIM : 21106050055
Program Studi : Informatika
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“PERANCANGAN BISNIS DIGITAL “BANTUS.ID” SEBAGAI PLATFORM LAYANAN HARIAN DAN MANAJEMEN INDEKOS UNTUK MAHASISWA PERANTAU DI YOGYAKARTA”** merupakan penelitian saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Informatika pada Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Yogyakarta, 27 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Chalisun Firifqah
21106050055

SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalammu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama	: Chalisun Firifqah
NIM	: 21106050055
Judul Skripsi	: Perancangan Bisnis Digital "Bantus.id" sebagai Platform Layanan Harian dan Manajemen Indekos untuk Mahasiswa Perantau di Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudari dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalammu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 26 Mei 2025

Pembimbing

Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.

NIP. 198205112006042002

**PERANCANGAN BISNIS DIGITAL “BANTUS.ID” SEBAGAI
PLATFORM LAYANAN HARIAN DAN MANAJEMEN INDEKOS
UNTUK MAHASISWA PERANTAU DI YOGYAKARTA**

Chalisun Firifqah

21106050055

INTISARI

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam pemenuhan kebutuhan harian yang bersifat insidental. Namun, layanan seperti penitipan barang, pencarian indekos, dan bantuan harian masih belum banyak difasilitasi secara optimal oleh platform digital. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang bisnis digital Bantus.id sebagai platform layanan harian berbasis *on-demand* bagi mahasiswa perantau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendekatan perancangan bisnis yang digunakan mengacu pada prinsip *Design Thinking* yang mencakup tahapan empati, definisi masalah, ideasi, pembuatan prototipe, dan validasi awal. Strategi bisnis dikembangkan melalui analisis SWOT, TOWS Matrix, STP, dan bauran pemasaran 4P. Analisis kelayakan finansial dilakukan melalui estimasi biaya, struktur pendanaan, proyeksi pendapatan, serta perhitungan laba rugi, arus kas, *break even point*, *payback period*, dan *net present value* dengan dua skenario, yaitu optimis dan pesimis. Perancangan aplikasi dilakukan berdasarkan fitur minimum (MVP) yang esensial agar bisnis dapat beroperasi, kemudian diwujudkan dalam bentuk rancangan UI/UX dan prototipe interaktif. Hasil perancangan menunjukkan bahwa Bantus.id memiliki potensi bisnis yang layak serta dampak sosial melalui kemitraan lokal. Platform ini dinilai adaptif dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa dan masyarakat urban.

Kata kunci: perancangan bisnis digital, SWOT, analisis kelayakan finansial, platform on-demand, mahasiswa perantau.

**PERANCANGAN BISNIS DIGITAL “BANTUS.ID” SEBAGAI
PLATFORM LAYANAN HARIAN DAN MANAJEMEN INDEKOS
UNTUK MAHASISWA PERANTAU DI YOGYAKARTA**

Chalisun Firifqah

21106050055

ABSTRAK

The development of digital technology has transformed consumer behavior, including the fulfillment of incidental daily needs. However, services such as item storage, boarding house search, and daily assistance are still not optimally facilitated by existing digital platforms. This final project aims to design Bantus.id, a digital business platform that provides on-demand daily services for out-of-town students in the Special Region of Yogyakarta. The business design approach refers to the principles of Design Thinking, which include the stages of empathy, problem definition, ideation, prototyping, and initial validation. Business strategies are developed using SWOT analysis, TOWS Matrix, STP, and the 4P marketing mix. Financial feasibility is analyzed through cost estimation, funding structure, revenue projection, as well as calculations of profit and loss, cash flow, break-even point, payback period, and net present value under two scenarios: optimistic and pessimistic. The application design is based on essential Minimum Viable Product (MVP) features to ensure operational readiness and is realized in the form of UI/UX design and an interactive prototype. The design results indicate that Bantus.id has viable business potential and offers social impact through local partnerships. The platform is considered adaptive and relevant to the needs of students and urban communities.

Keywords: digital business design, SWOT, financial feasibility analysis, on-demand platform, out-of-town students.

HALAMAN MOTO

"*Lā ḥaula wa lā quwwata illā billāh*, Tiada daya dan kekuatan kecuali dengan pertolongan Allah"

"*Aslamtu li rabbil-'ālamīn*, aku berserah diri kepada Tuhan semesta alam."

"Aku melangkah pelan, meski langkah itu terasa berat. Bukan karena aku kuat, tapi karena aku percaya bahwa Allah mencintai hamba yang terus bergerak. Sebab usaha adalah bentuk doa, dan bergerak adalah bagian dari tawakal."

"*Kun Fayakun*, jika Allah berkehendak, maka terjadilah. Tak perlu risau akan hasilnya, karena tugas kita adalah berusaha, bukan menentukan akhir cerita"

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Segala puji bagi Allah SWT. Tanpa izin dan kehendak-Nya, bahkan satu langkah pun tidak akan mampu penulis gerakkan. Atas rahmat dan karunia-Nya, penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan fase penting dalam hidup: penyusunan tugas akhir berjudul *“Perancangan Bisnis Digital “Bantus.id” sebagai Platform Layanan Harian dan Manajemen Indekos untuk Mahasiswa Perantau di Yogyakarta”*. Tiada ungkapan syukur yang cukup untuk menggambarkan betapa besar nikmat-Nya dalam proses ini. Penulis juga menyampaikan rasa cinta dan terima kasih kepada Nabi Muhammad SAW, yang melalui teladan dan kelembutan ajarannya, menuntun penulis memahami makna hidup, kesabaran, dan cinta dengan cara yang damai dan meneduhkan.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut:

1. Untuk kedua orang tua, terutama Ibu tercinta yang telah berpulang. Terima kasih atas segala semangat dan doa. Kenangan tentang Ibu yang selalu mendampingi penulis dalam masa-masa penting akan selalu hidup dalam hati. Juga untuk Ayah tercinta, terima kasih atas dukungan, nasihat, dan warisan pemahaman Tauhid yang menjadi pilar batin penulis dalam menghadapi badai kehidupan.
2. Untuk kakak-kakak tercinta, Mbak Rista dan Mbak Otie, terima kasih atas dukungan finansial dan emosional yang tak ternilai yang terkadang gengsi menunjukkannya, tapi aku tahu kalian sayang sekali dengan adiknya yang sangat menggemaskan ini.
3. Untuk para kakak laki-laki: Mas Saipul, Mas Mail, dan Mas Obet, yang kadang tidak jelas kontribusinya, tapi entah bagaimana selalu hadir di saat penulis butuh wejangan arah hidup selanjutnya. Terima kasih untuk segala petuah, saran, perhatian, kepada penulis yang belum menemukan arah ini.

4. Untuk Bulek Khun dan Bulek Fida, terima kasih atas perhatian dan nasihat tulus yang tak pernah lelah disampaikan.
5. Kepada dosen pembimbing, Ibu Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom., terima kasih atas bimbingan dan arahannya yang begitu sabar dan penuh perhatian selama proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Kepada Ibu Dwi Otik Kurniawati, M.Eng., terima kasih atas semangat dan ketulusannya dalam membantu mahasiswa, termasuk penulis, yang terkadang membuat masalah tetapi tetap dibimbing dengan kesabaran.
7. Kepada Bapak Dr. Ir. M. Mustakim, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi, terima kasih atas Ilmu dan nilai hidup yang diberikan menjadi fondasi kuat dalam proses penyusunan karya ini.
8. Untuk keponakan-keponakan yang absurd dan menggemaskan: Alik, Abil, Aqil, Abid, dan Fafa. Kalian selalu berhasil membuat penulis tersenyum, bahkan hanya dengan melihat wajah kalian.
9. Untuk sahabat-sahabatku, Alisha dan Firda (Mb Wolu), terima kasih karena selalu menjadi tempat aman dan nyaman untuk penulis menjadi diri sendiri.
10. Untuk teman-teman KKN: Arul, Kinah, Rahman, Azka, Nining, Hasanah, Dea, Rini, dan Laras. Terima kasih telah membuat 45 hari terasa seperti festival penuh kenangan yang tak tergantikan.
11. Untuk semua teman-teman Informatika angkatan 2021 yang luar biasa.
12. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah mewarnai hari-hari penulis selama merantau menyelesaikan pendidikan di UIN Sunan Kalijaga, serta turut membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Kehadiran dan dukungan kalian, sekecil apa pun, sangat berarti bagi penulis.

13. Untuk diri sendiri, Chalisun Firifqah. Terima kasih sudah bertahan, bahkan ketika jalan hidup terasa seperti labirin gelap dengan peta robek. Terima kasih karena tidak berhenti. Ini hanyalah titik koma dari perjalanan panjang yang telah ditulis oleh Allah, dan penulis baru membaca sebagian kecil dari naskah-Nya. Mari buka bab berikutnya dengan semangat dan keyakinan baru.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa depan. Semoga tugas akhir ini bisa memberikan manfaat bagi siapa pun yang membaca, serta menjadi bentuk kecil kontribusi penulis terhadap ilmu pengetahuan dan masyarakat. Semoga Allah menerima semua usaha ini sebagai amal baik, dan semoga setiap langkah setelah ini lebih bermakna. Dengan berakhirnya proses ini, penulis berharap perjalanan berikutnya akan lebih matang, penuh makna, dan tetap berpijak pada semangat untuk belajar, berbagi, dan bertumbuh.

Yogyakarta, 29 Mei 2025

Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Chalisun Firifqah

NIM. 21106050055

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Proyek	3
1.5 Manfaat Proyek	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Konsep Dasar Inovasi Produk & Layanan Digital	6
2.2.2 Design Thinking (Perancangan Produk & Layanan)	7
2.2.3 Konsep One-Stop Solution (Value Proposition Bantus.id).....	7
2.2.4 Strategi Bisnis (Ansoff, SWOT-TOWS, STP & 4P)	7
2.2.4.1 Matriks Ansoff (Ansoff Matrix)	7
2.2.4.2 Analisis SWOT dan Matriks TOWS	8
2.2.4.3 Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	8
2.2.4.4 Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion).....	8
2.2.4.5 Sinergi Ansoff, SWOT-TOWS, STP & 4P dalam Perancangan Bisnis.....	9

2.2.5	Model Kemitraan Gig Economy & Etika.....	9
2.2.6	Microlearning sebagai Metode Pelatihan Mitra	9
2.2.7	Minimum Viable Product (MVP)	9
2.2.8	Perancangan UI/UX dalam Pengembangan Aplikasi Digital	10
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS.....		11
3.1	Tahap Penetapan Deskripsi Perusahaan.....	12
3.2	Tahap Analisis Industri	14
3.3	Tahap Analisis Pasar.....	15
3.4	Tahap Analisis Strategi	20
3.5	Tahap Analisis Strategi Pemasaran	21
3.6	Tahap Strategi Kemitraan dan Operasional Mitra	23
3.7	Tahap Analisis Perekonomian Bisnis	23
3.8	Analisis Kelayakan Bisnis.....	25
3.9	Rencana Operasi	29
3.10	Tahap Perancangan Aplikasi	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Deskripsi Perusahaan	33
4.2	Hasil Analisis Industri.....	35
4.3	Hasil Analisis Pasar	41
4.3.1	Analisis Matriks Ansoff	41
4.3.2	Analisis Siklus Hidup Produk	42
4.3.3	Pesaing dan Tolak Ukur (Competitor and Benchmark)	43
4.3.4	Keunggulan Kompetitif Bantus.id	44
4.3.5	Potensi Penerimaan Pasar.....	45
4.3.5.1	Wawancara dengan Calon Pengguna dan Calon Mitra.....	47
4.4	Hasil Analisis Strategi.....	50
4.5	Strategi Pemasaran.....	54
4.5.1	Strategi Segmentation Targeting dan Positioning.....	54
4.5.1.1	Segmentasi Pasar	54
4.5.1.2	Targeting	55
4.5.1.3	Positioning.....	55
4.5.2	Strategi Bauran Pemasaran 4P	55

4.5.2.1	Product (Produk)	55
4.5.2.2	Price (Harga)	56
4.5.2.3	Place (Saluran Distribusi)	57
4.5.2.4	Promotion (Promosi)	57
4.6	Strategi Kemitraan dan Operasional Mitra	62
4.6.1	Model Kemitraan Bantus.id	62
4.6.2	Proses Rekrutmen dan Seleksi Mitra	62
4.6.4	Skema Komisi dan Insentif Mitra	64
4.6.5	Monitoring dan Evaluasi Mitra	67
4.7	Hasil Analisis Perekonomian Bisnis	68
4.7.1	Biaya Awal Investasi	69
4.7.2	Biaya Operasional Tetap Bulanan	73
4.7.3	Biaya Operasional Tahunan	75
4.7.4	Modal Awal dan Struktur Pendanaan	82
4.7.5	Analisis Dampak Ekonomi terhadap Bisnis	84
4.7.5.1	Implikasi Biaya terhadap Operasional Awal	85
4.7.5.2	Potensi Efisiensi Biaya Jangka Panjang	85
4.7.5.3	Risiko dan Mitigasi Struktur Biaya	86
4.8	Hasil Analisis Kelayakan Bisnis	86
4.8.1	Proyeksi Pendapatan Bantus.id	89
4.8.2	Estimasi Laba Rugi	93
4.8.3	Proyeksi Arus Kas	96
4.8.4	Evaluasi Kelayakan Berdasarkan Indikator Finansial	98
4.8.4.1	Break Event Point (BEP)	99
4.8.4.2	Payback Periode	100
4.8.4.3	Net Present Value (NPV)	102
4.9	Perencanaan Operasi Bantus.id	105
4.9.1	Struktur Operasional Tahun Pertama	106
4.9.2	Perkembangan Operasional Tahun Kedua	107
4.9.3	Strategi Pengembangan Tahun Ketiga	108
4.9.4	Alur Layanan Operasional Bantus.id	110
4.9.5	Struktur Peran Tim Operasional Bantus.id	111

4.9.6	Jadwal Proyek Pengembangan Aplikasi Bantus.id	113
4.10	Perancangan Aplikasi Bantus.id	115
4.10.1	Rancangan Use Case dan Activity Diagram	117
4.10.2	Rancangan Antarmuka Pengguna (UI)	122
4.10.2.1	Halaman Beranda Sebelum Login	122
4.10.2.2	Halaman Daftar/Register Bantus.id	123
4.10.2.3	Halaman Masuk/Login Bantus.id	124
4.10.2.4	Halaman Beranda Layanan Bantus.id Setelah Login	125
4.10.2.5	Halaman Promo Setelah Login	126
4.10.2.6	Halaman Pengaturan/Setting Akun	127
BAB V	PENUTUP	129
5.1	Kesimpulan	129
5.2	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA		132



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Matriks TOWS untuk Bantus.id	51
Tabel 4.2 Harga Standar Layanan Bantus.id.....	56
Tabel 4.3 Rencana Pemasaran Tahun 1–3 Bantus.id	58
Tabel 4.4. Skema Pembagian Pendapatan Bantus.id Mitra dan Perusahaan.....	65
Tabel 4.5. Skema Bonus dan Insentif untuk Mitra Bantus.id	66
Tabel 4.6. Rincian Biaya Pengembangan Aplikasi Website Bantus.id.....	69
Tabel 4.7 Infrastruktur & Alat Operasional	70
Tabel 4.8 Branding & Pemasaran Awal.....	71
Tabel 4.9 Renovasi Kantor & Peralatan Operasional	71
Tabel 4.10 Total Investasi Awal	72
Tabel 4.11 Biaya Operasional Tetap Bulanan.....	73
Tabel 4.12 Biaya Operasional Tahun Pertama.....	75
Tabel 4.13 Biaya Operasional Tahun Kedua	76
Tabel 4.14 Biaya Operasional Tahun Ketiga	79
Tabel 4.15 Biaya Investasi Awal & Operasional Tahun Pertama.....	82
Tabel 4.16 Modal Awal dan Struktur Pendanaan	84
Tabel 4.17 Biaya Variabel Bantus.id	87
Tabel 4.18 Proyeksi Pendapatan Skenario Pesimis Bantus.id	89
Tabel 4.19 Proyeksi Pendapatan Skenario Optimis Bantus.id.....	90
Tabel 4.20 Proyeksi Laba Rugi Bantus.id.....	94
Tabel 4.21 Proyeksi Arus Kas Bantus.id 2026-2028	96
Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Break Event Point Bantus.id	99
Tabel 4.23 Payback Periode Bantus.id.....	102
Tabel 4.24 Perhitungan NPV Bantus.id	104
Tabel 4.25 Kegiatan Operasional Tahun Pertama.....	106
Tabel 4.26 Perkembangan Operasional tahun Kedua	107
Tabel 4.27 Strategi Perkembangan Tahun Ketiga.....	108
Tabel 4.28 Peran dan Tugas Tim Bantus.id	112
Tabel 4.29 Roadmap Pengembangan Aplikasi bantus.id.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Infografis Alur Perancangan Bisnis Bantus.id	12
Gambar 3.2 Riset Pasar dalam Siklus Hidup Produk/Jasa	16
Gambar 4.1 Logo Bantus.id	33
Gambar 4.2 Grafik Jumlah Mahasiswa Baru dan Mahasiswa Terdaftar DIY	36
Gambar 4.3 Total Kebutuhan Dana Operasional Tahun 1-3 Bantus.id	82
Gambar 4.4 Sumber Dana Awal Bantus.id	84
Gambar 4.5 Grafik Batang Proyeksi Pendapatan Bantus.id.....	92
Gambar 4.6 Estimasi Laba Operasional Bantus.id Tahun 2026-2028	95
Gambar 4.7 Proyeksi Arus Kas Bersih Bantus.id Tahun 2026-2028.....	98
Gambar 4.8 Break Event Point (BEP) Bantus.id tahun 2026-2028	100
Gambar 4.9 Flowchart Alur Pemesanan Layanan Bantus.id Tahun Pertama	111
Gambar 4.10 Jadwal Proyek Bantus.id	114
Gambar 4.11 Use Case Diagram Pengguna dan Pengunjung	118
Gambar 4.12 Use Case Diagram Admin.....	119
Gambar 4.13 Use Case Diagram Mitra	120
Gambar 4.14 Activity Diagram Bantus.id.....	121
Gambar 4.15 Home page Bantus.id sebelum login.....	122
Gambar 4.16 Home Page Bantus.id Sebelum Login.....	123
Gambar 4.17 Halaman Daftar/Register Bantus.id.....	124
Gambar 4.18 Halaman Masuk/Login Bantus.id.....	125
Gambar 4.19 Halaman Beranda Layanan Bantus.id Setelah Login.....	126
Gambar 4.20 Halaman Promo Setelah Login.....	127
Gambar 4.21 Halaman Pengaturan/Setting Akun	128

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara masyarakat memenuhi kebutuhan harian [1]. Layanan seperti Gojek, Grab, Alfabeta, Shopee, hingga Tokopedia telah memperkenalkan kemudahan dalam bentuk layanan yang cepat, mudah diakses, dan minim interaksi langsung. Aktivitas seperti memesan transportasi, makanan, hingga belanja kebutuhan pokok kini dapat dilakukan secara instan melalui aplikasi. Kondisi ini telah membentuk ekspektasi baru di masyarakat, yaitu penyelesaian urusan secara cepat, efisien, dan bebas kerumitan [2]. Namun, di balik kemudahan tersebut, masih terdapat kebutuhan sehari-hari yang belum terjangkau oleh layanan digital berskala besar, khususnya bantuan fisik yang bersifat insidental. Contohnya adalah kebutuhan seperti bantuan bersih-bersih rumah, penitipan barang, menjaga anak sementara, hingga bantuan untuk pindahan. Kebutuhan seperti ini masih sering mengandalkan jaringan informal, pencarian manual, atau komunikasi tidak terstruktur yang menyulitkan, terutama dalam kondisi mendesak.

Kesenjangan layanan tersebut saya temui secara langsung selama menjalani program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), di mana saya kerap menerima titipan barang dari teman yang pulang kampung, serta menjalankan pekerjaan bantu harian seperti bersih-bersih dan menjaga anak untuk menambah pemasukan. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan bantuan harian ini cukup umum, khususnya di kalangan mahasiswa, ibu rumah tangga, dan individu lain yang membutuhkan tenaga tambahan tanpa terikat komitmen penuh waktu.

Berdasarkan realitas tersebut, Bantus.id hadir sebagai platform digital berbasis on-demand yang menjawab kebutuhan bantuan harian yang bersifat insidental, praktis, dan berbasis lokasi. Layanan utama yang ditawarkan mencakup

penitipan barang, bantuan pengemasan dan pengangkutan saat pindahan, pencarian kos, serta berbagai bantuan fisik lainnya yang sulit diotomatisasi. Dengan sistem yang fleksibel dan pendekatan kemitraan berbasis kepercayaan, Bantus.id tidak hanya menyederhanakan proses pencarian tenaga bantuan, tetapi juga membuka peluang penghasilan tambahan bagi individu yang ingin bekerja secara fleksibel.

Pada tahap awal, fokus utama pemasaran ditujukan kepada mahasiswa perantau di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul. Berdasarkan data Statistik Pendidikan Tinggi tahun 2023, terdapat lebih dari 467 ribu mahasiswa di Yogyakarta [3]. Mahasiswa perantau sering menghadapi tantangan adaptasi di lingkungan baru, termasuk dalam hal kemandirian, pengelolaan waktu, serta penyelesaian urusan harian secara mandiri [4]. Kondisi ini dapat menimbulkan tekanan tersendiri, terutama ketika mereka membutuhkan bantuan praktis dalam situasi mendesak. Bantus.id hadir sebagai solusi yang dapat menjadi “teman” di perantauan, platform yang siap membantu kapanpun mereka membutuhkan bantuan fisik seperti pindahan, titip barang, mencari kos, hingga bantuan harian lainnya, sehingga mereka tidak harus menghadapi semuanya sendiri.

Seiring berkembangnya sistem internal dan infrastruktur aplikasi, pada tahun kedua dan ketiga strategi pengembangan akan difokuskan pada perluasan pasar ke kalangan masyarakat urban, termasuk ibu rumah tangga, pekerja dengan mobilitas tinggi, dan lansia yang membutuhkan bantuan praktis dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa tetap menjadi salah satu sasaran utama, namun ekspansi ini ditujukan untuk meningkatkan skala bisnis sekaligus memperluas dampak sosial melalui pemberdayaan tenaga kerja lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam pengembangan Bantus.id adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kelayakan finansial pengembangan Bantus.id ditinjau dari analisis ekonomi multi-skenario yang mencakup perhitungan investasi awal, biaya operasional tahunan, proyeksi arus kas, serta perhitungan Break Even Point (BEP), payback period, dan Net Present Value (NPV)?
2. Bagaimana perancangan model bisnis dan Minimum Viable Product (MVP) Bantus.id dilakukan berdasarkan pendekatan Design Thinking, strategi STP, SWOT, dan bauran pemasaran 4P untuk mendukung operasional awal platform?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terfokus dan terarah, batasan masalah dalam proyek ini adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan platform difokuskan pada versi web (website responsif) untuk tahap awal.
2. Wilayah operasional awal dibatasi di Kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul.
3. Segmentasi pengguna utama pada tahap awal adalah mahasiswa perantau di wilayah tersebut.

1.4 Tujuan Proyek

Tujuan dari pengembangan Bantus.id adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kelayakan finansial pengembangan Bantus.id melalui pendekatan analisis ekonomi multi-skenario yang mencakup perhitungan investasi awal, estimasi biaya operasional tahunan, proyeksi arus kas, serta analisis Break Even Point (BEP), payback period, dan Net Present Value (NPV).

2. Untuk merancang model bisnis dan Minimum Viable Product (MVP) Bantus.id dengan menggunakan pendekatan Design Thinking, strategi Segmenting, Targeting, and Positioning (STP), analisis SWOT, serta bauran pemasaran 4P guna mendukung operasional awal platform secara efektif.

1.5 Manfaat Proyek

Proyek pengembangan Bantus.id diharapkan memberikan berbagai manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat maupun ekosistem yang lebih luas. Bagi mahasiswa perantau, platform ini menyediakan akses yang lebih mudah terhadap layanan penitipan barang sementata, pencarian kos dan layanan harian yang relevan dengan kebutuhan hidup di tanah rantau, sekaligus membantu mereka menghemat waktu dan tenaga dalam mencari bantuan atau layanan tambahan.

Bagi mitra, termasuk tenaga lepas maupun mahasiswa yang bergabung sebagai penyedia layanan, proyek ini memberikan peluang kerja yang fleksibel melalui sistem kerja berbasis tugas (*gig-based*). Selain itu, keterlibatan dalam platform ini dapat meningkatkan literasi digital serta memberikan pengalaman kerja informal yang berharga dan aplikatif.

Dari perspektif perguruan tinggi dan lingkungan sekitar, Bantus.id dapat mendukung terbentuknya ekosistem digital yang lebih inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan mahasiswa, serta mendorong terwujudnya sinergi antara dunia pendidikan dan inovasi teknologi lokal.

Adapun dalam konteks pengembangan bisnis digital, Bantus.id berpotensi menjadi studi kasus dan prototipe awal yang bermanfaat dalam merancang layanan urban berbasis digital melalui pendekatan segmentasi bertahap. Selain itu, platform ini juga dapat memberikan dasar validasi pasar dan operasional yang penting untuk mendukung ekspansi layanan di masa depan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan bisnis dan aplikasi Bantus.id, serta analisis kelayakan finansial dalam dua skenario proyeksi, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Sistem Bantus.id dirancang menggunakan pendekatan *Design Thinking* dan strategi *Minimum Viable Product (MVP)* yang memungkinkan pengembangan layanan secara bertahap dan adaptif sesuai kebutuhan pengguna. Proses perancangan difokuskan pada penyelesaian masalah mahasiswa perantau di Yogyakarta, dengan layanan harian yang mudah diakses, praktis, dan relevan secara lokal.
2. Fitur utama yang dikembangkan meliputi layanan penitipan barang, pengemasan dan pickup, layanan bantuan harian, serta pencarian indekos. Sistem dirancang untuk dapat berjalan melalui skema semi-manual berbasis formulir digital dan komunikasi via WhatsApp, yang memungkinkan operasional tetap berlangsung meski pada tahap awal tanpa sistem backend yang kompleks.
3. Desain sistem digital telah disusun secara sistematis melalui pembuatan prototipe antarmuka (UI/UX), diagram use case, dan diagram aktivitas untuk menggambarkan alur interaksi dari tiga aktor utama: pengguna, admin, dan mitra. Prototipe MVP ini menjadi fondasi untuk pengembangan aplikasi versi awal, dengan fokus pengembangan lanjutan pada otomatisasi layanan, integrasi notifikasi, dan peningkatan pengalaman pengguna.
4. Berdasarkan hasil evaluasi keuangan yang mencakup tiga indikator utama Break Even Point (BEP), Payback Period, dan Net Present Value (NPV) diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kelayakan finansial

proyek Bantus.id. Dalam skenario optimis, BEP dapat dicapai pada kisaran tahun kedua, dengan estimasi transaksi sekitar 3.600–5.000 tergantung pada fluktuasi biaya tetap dan variabel. Payback Period diperkirakan tercapai dalam waktu sekitar **4,8 tahun**, menunjukkan bahwa proyek memerlukan horizon jangka menengah untuk mulai mengembalikan investasi awal.

5. Perhitungan NPV selama lima tahun menggunakan asumsi arus kas stabil menunjukkan nilai positif sebesar Rp 17.925.083 pada skenario optimis, menandakan bahwa proyek layak secara finansial dalam jangka menengah. Sebaliknya, pada skenario pesimis, NPV tetap negatif meskipun proyeksi diperpanjang hingga lima tahun, yang menandakan risiko finansial yang perlu dimitigasi secara strategis.
6. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa proyek belum layak secara finansial untuk jangka pendek, namun memiliki prospek positif apabila dijalankan dengan strategi pertumbuhan yang realistis, efisiensi operasional, dan validasi pasar yang berkelanjutan.

5.2 Saran

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang menjadi catatan penting untuk pengembangan Bantus.id ke tahap selanjutnya. Salah satu keterbatasan utama adalah prototipe aplikasi yang dikembangkan masih dalam bentuk Minimum Viable Product (MVP) dan belum melalui proses pengujian langsung kepada pengguna melalui metode usability testing atau survei kepuasan. Akibatnya, umpan balik yang diperoleh mengenai kualitas pengalaman pengguna masih bersifat asuntif dan belum berbasis data nyata. Selain itu, keterbatasan waktu dan sumber daya menyebabkan pengembangan sistem hanya berfokus pada perancangan fitur inti tanpa implementasi fungsional secara menyeluruh.

Meski demikian, fitur MVP yang telah dirancang dapat menjadi pondasi awal dalam pengembangan aplikasi versi perdana. Fokus pengembangan ke depan dapat diarahkan pada otomatisasi sistem layanan pasca-login, seperti penyajian

riwayat layanan, status pemesanan, dan notifikasi aktivitas. Walaupun komunikasi layanan saat ini masih difasilitasi melalui WhatsApp, integrasi fitur tambahan secara bertahap tetap memungkinkan sistem berkembang secara efisien sesuai kebutuhan pengguna.

Dari sisi antarmuka, pengembangan desain yang lebih informatif dan menarik perlu diperhatikan untuk meningkatkan daya tarik pengguna baru serta membangun loyalitas. Tampilan awal aplikasi sebaiknya menyajikan informasi layanan, promosi aktif, dan keunggulan kompetitif secara jelas, didukung dengan navigasi intuitif dan elemen visual seperti banner promosi. Penyempurnaan antarmuka ini berperan penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan memperkuat posisi Bantus.id sebagai layanan yang relevan untuk mahasiswa perantau.

Dari aspek finansial, hasil evaluasi menunjukkan bahwa proyek belum layak secara jangka pendek, namun memiliki potensi kelayakan dalam jangka menengah. Oleh karena itu, disarankan agar proyeksi keuangan diperluas hingga lima tahun, bukan hanya tiga tahun, guna menangkap estimasi balik modal secara lebih realistis. Perhitungan NPV lima tahun dalam skenario optimis menunjukkan nilai positif, dengan estimasi payback period sekitar 4,8 tahun. Hal ini mendukung perlunya strategi pertumbuhan yang terukur sejak awal, termasuk efisiensi biaya tetap melalui digitalisasi proses, pengendalian biaya variabel, dan promosi berbasis komunitas yang hemat biaya namun berdampak. Strategi peningkatan volume transaksi, misalnya melalui kolaborasi dengan institusi pendidikan dan program referral, menjadi krusial. Selain itu, pendekatan terhadap mitra investor idealnya diarahkan pada pihak yang memiliki visi jangka menengah-panjang dan perhatian terhadap model bisnis berbasis dampak sosial.

Dengan menyinergikan pengembangan teknis, validasi pasar, efisiensi operasional, dan perencanaan keuangan jangka menengah, Bantus.id memiliki peluang yang kuat untuk berkembang menjadi platform layanan harian yang tidak hanya layak secara bisnis, tetapi juga memberikan nilai sosial yang nyata bagi mahasiswa perantau sebagai segmen utama pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. B. Al-Kansa, M. L. Iswanda, N. Kamilah, and Y. T. Herlambang, "Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Pola Hidup Manusia," *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, vol. 4, no. 3, pp. 2966–2975, Dec. 2023, doi: 10.54373/imeij.v4i3.682.
- [2] N. Fatmawati, "GAYA HIDUP MAHASISWA AKIBAT ADANYA ONLINE SHOP," *JURNAL PENDIDIKAN ILMU SOSIAL*, vol. 29, no. 1, pp. 29–38, Jun. 2020, doi: 10.17509/jpis.v29i1.23722.
- [3] Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, *Statistik Pendidikan Tinggi Tahun 2023*. Jakarta: Sekretariat Ditjen Dikti, Kemendikbudristek, 2023.
- [4] B. R. Trinanda dan Selviana, "Culture shock: Tantangan penyesuaian diri mahasiswa rantau," *Buletin KPIN*, vol. 5, no. 18, Sep. 2019.
- [5] N. R. Izzati, M. W. Askar, dan M. Y. Permana, "Dari ojek hingga penerjemah: berapa banyak pekerja ekonomi gig di Indonesia dan bagaimana karakteristik mereka?," *The Conversation Indonesia*, 23 Agustus 2023. [Daring]. Tersedia: <https://theconversation.com/dari-ojek-hingga-penerjemah-berapa-banyak-pekerja-ekonomi-gig-di-indonesia-dan-bagaimana-karakteristik-mereka-211056>
- [6] S. Muntaha, "Diperdaya algoritma mesin pencari: Kerentanan mitra bisnis ekonomi berbagi pada media daring di Indonesia," dalam *Kemitraan Semu dalam Ekonomi Gig di Indonesia*, A. Hernawan, A. Novianto, dan A. D. Wulansari, Eds. Yogyakarta: IGPA Press, 2024, hlm. 93–114.
- [7] M. Arief, *Analisis komparatif strategi keunggulan Gojek dan Grab dalam meningkatkan pasar di Kabupaten Jember*, Tesis, Pascasarjana Ekonomi Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.
- [8] Ismeirita, "Dampak digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup generasi Z dan milenial (studi kasus pada mahasiswa Universitas Panca Sakti Bekasi)," *Prosiding FRIMA*, no. 6, 2023.
- [9] R. Rachman dan R. Oktavianti, "Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan sistem pembayaran online (Survei pengguna produk UniPin)," 2021.
- [10] P. Hague, N. Hague, dan C.-A. Morgan, *Business to Business Market Research*. London: Kogan Page Limited, 2004.
- [11] A. C. Widodo dan E. G. Wahyuni, "Penerapan metode pendekatan design thinking dalam rancangan ide bisnis kalografi," 2023.
- [12] Cambridge Dictionary, "One-stop," [Daring]. Tersedia: <https://dictionary.cambridge.org>

- [13] T. Boedi, A. Program, S. M. Stie, dan M. Malang, "Pengaruh dimensi kualitas pelayanan one stop service terhadap kepuasan mahasiswa (studi pada STIE Malangkecewara Malang)," 2019.
- [14] D. Sunarsi *et al.*, *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books, 2021.
- [15] P. G. Widjaya, "Analisis segmenting, targeting, positioning dan marketing mix pada PT Murni Jaya," *AGORA*, vol. 5, no. 1, 2017.
- [16] A. Zulfani, "Gig economy: Untung atau rugi?," *KIME FEB UNNES*, 2023.
- [17] S. H. Hasibuan, W. A. Charos, S. F. A. Tambunan, K. Syahputri, dan R. Amelia, "Analisis penerapan hubungan kemitraan antara perusahaan Gojek dan driver," *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni (JISHS)*, vol. 1, no. 3, hlm. 542–546, Apr.–Jul. 2023.
- [18] R. N. Santi, R. Situmorang, T. Iriani, dan Universitas Negeri Jakarta, "Potensi model microlearning sebagai strategi pembelajaran inovatif untuk bahan pembelajaran: Systematic review," *Jurnal Didaktika*, vol. 13, no. 4, 2024. [Daring]. Tersedia: <https://jurnaldidaktika.org>
- [19] N. Azhar, "MVP: Senjata rahasia startup untuk menaklukkan pasar," *IDS Digital College*, 2023.
- [20] Prasatya, "Mengenal UI/UX adalah: Pentingnya desain digital industri modern," *CodePolitan*, 2023.
- [21] A. Fakhrudin, M. V. Roellyanti, dan A. Awan, *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- [22] A. Moedasir, "NPV adalah: Rumus, contoh, dan cara menghitung," *Majoo*, 2023.
- [23] Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, *Statistik Pendidikan Tinggi Tahun 2021*. Jakarta: Sekretariat Ditjen Dikti, 2021.
- [24] Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, *Statistik Pendidikan Tinggi Tahun 2022*. Jakarta: Sekretariat Ditjen Dikti, 2022.
- [25] Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Statistik Pendidikan Tinggi Tahun 2020*. Jakarta: Sekretariat Ditjen Dikti, 2020.