

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

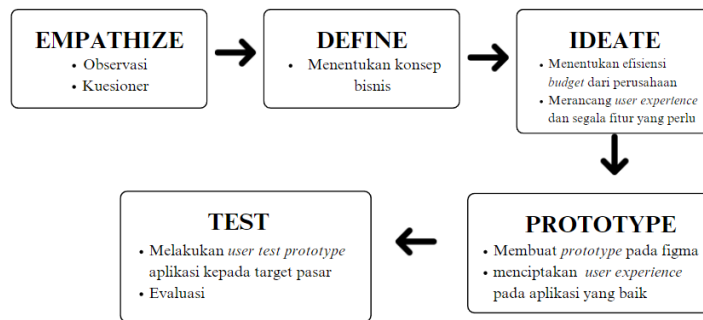
2.1 Validasi Ide Bisnis

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Dalam perancangan *SKINTEREST*, ada tahapan sebelum menuju ke pembuatan desain. Dalam setiap ide bisnis yang akan direalisasikan, maka dibutuhkan sebuah validasi ide bisnis. Dikutip dari UKMINDONESIA.ID, validasi ide bisnis merupakan sebuah proses untuk mencari apakah ide bisnis yang kita memiliki mempunyai target pasarnya atau pembelinya (Amal, 2023). Menurut *HARVARD BUSINESS SCHOOL*, dengan melakukan validasi ide bisnis maka kita dapat memprediksi dengan jelas apakah seseorang akan membeli atau mengonsumsi produk kita (hbs.edu, 2020). Validasi ide bisnis ini membutuhkan sebuah metode dan salah satu metode yang kita gunakan adalah metode *design thinking*.

Menurut KEMENTERIAN KEUANGAN, secara garis besar *design thinking* ini adalah cara berfikir seperti desainer atau seorang yang merancang (kemenkeu.go.id, 2022). Gagasan mengenai metode *design thinking* ini sudah sejak lama diterapkan, dan yang pertama kali menemukan konsep ini yaitu John E. Arnold yang ditulis dalam bukunya yang berjudul “Creative Engineering”. Metode ini mengikuti cara kerja seorang desainer yaitu merancang sesuai pesanan dari pelanggan atau konsumennya, kemudian membuat rancangan dan memberikan hasilnya setelah disepakati oleh konsumen. Berikut terdapat bagan mengenai proses dari metode *design thinking* ini.

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 Kerangka Berfikir dan Tahapan Penelitian Design Thinking

Bagan dari metode design thinking John E. Arnold ini terdapat tahapan empathize, dimana penulis dan kelompok melakukan observasi menyeluruh berdasarkan jurnal yang didapatkan dan data-data lainnya beserta penyebaran kuisisioner yang diserahkan kepada calon target market. Tahapan Define, penulis menentukan konsep bisnis yang ingin direalisasikan dan sesuai dengan apa yang target market butuhkan untuk bisa mencapai tujuan penulis dan kelompok. Pada tahapan *Ideate*, penulis akan menentukan budget yang akan dibutuhkan untuk menjalankan proyek bisnis ini dan juga mengatur agar mendapatkan efisiensi budget yang diharapkan dan hasil yang maksimal. Penulis juga akan merancang *user experience* dari aplikasi SKINTEREST agar dapat dengan mudah digunakan oleh user dan juga melengkapi semua fitur yang bermanfaat bagi para user. Pada tahapan *Prototype*, penulis akan terlebih dahulu membuat sebuah prototipe aplikasi pada *Figma* yang bisa digerakan dan dioperasikan secara kasar

Penulis dan kelompok menyebarkan formulir berbentuk pertanyaan seputar perawatan kulit kepada 51 responden yang sesuai target. Target pasar yang dituju yaitu remaja putri berusia 17-19 tahun (primer) dan 20-24 tahun (sekunder).

Menurut para responden, merawat kesehatan kulit wajah adalah hal yang penting. Dengan rata-rata responden menjawab dari skala 4 hingga 6

yang berarti penting hingga sangat penting. Masalah-masalah yang umum dihadapi oleh remaja saat ini yaitu kurangnya pengetahuan tentang kulit khususnya kulit wajah mereka.

Kurangnya pengetahuan mengenai produk-produk apa yang sesuai untuk setiap masalah-masalah di kulitnya.

Hal ini menjadi sebuah masalah atau *problem* yang cukup memperhatikan karena dapat menyebabkan semakin memburuknya kondisi kulit seorang remaja tersebut. Ditambah dengan faktor lainnya seperti perubahan iklim, polusi yang semakin banyak, perubahan hormon dan faktor lainnya yang bisa mempengaruhi kulit wajah. Ketidapahaman ini juga membuat para remaja akhirnya jarang melakukan perawatan terhadap kulitnya dan tidak menjalani perawatan apapun meskipun memiliki permasalahan kulit.

Dapat terlihat dari data diatas bahwa cukup banyak remaja yang melakukan perawatan kulit wajah, dengan frekuensi yang berbeda-beda dari para responden mengenai seberapa sering mereka melakukan perawatan terhadap wajahnya.

Frekuensi yang jarang melakukan juga masih sangat banyak. Alasan berikutnya yaitu mengapa tidak melakukan perawatan terhadap kulit wajahnya karena beberapa hal berikut. Takut tidak cocok dengan produk menjadi jawaban terbanyak sebagai alasan untuk tidak melakukan perawatan kulit wajah. Pengetahuan mengenai berbagai produk-produk perawatan kulit muka menjadi salah satu hal yang penting agar bisa membuat para remaja untuk memulai merawat kulit mereka sendiri. Skinterest hadir sebagai aplikasi yang menawarkan berbagai edukasi mengenai perawatan kulit dan juga rekomendasi produk yang harus digunakan oleh para remaja untuk mengatasi masalah kulit di wajahnya. Jika masalah ada pada ketidaktahuan remaja mengenai masalah pada kulitnya, Skinterest membuat sebuah teknologi yang dapat melakukan

scanning pada wajah dan kemudian memperlihatkan hasil-hasil dari *scan* tersebut. *Scan* ini terfokuskan pada masalah-masalah kulit yang dideteksi berdasarkan tekstur, warna, dan pencahayaan. Hasil yang didapatkan kemudian diberikan penjelasan serta penanganannya. Rekomendasi produk-produk kecantikan juga terpampang dengan berbagai penjelasan dan spesifikasi sesuai dengan permasalahan kulit yang dialami user.

Berdasarkan survei yang sudah dilakukan oleh penulis, dapat diambil kesimpulan bahwa masih banyak remaja yang belum memahami pentingnya merawat kulit wajah mereka. Skinterest memberikan pengalaman yang berbeda dan interaksi yang menyenangkan untuk para user dalam menggunakannya. Dengan fitur-fitur ini diharapkan dapat membantu para user untuk lebih memahami mengenai kulit mereka dan perawatan apa saja yang sebenarnya harus dilakukan terhadap kulit user.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Ide bisnis aplikasi “Skinterest” ini menjadi salah satu solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan kulit wajah. Dengan berbagai edukasi mengenai perawatan kulit beserta rekomendasi produk-produk yang cocok dengan masalah kulit dan fitur-fitur yang terdapat di dalam aplikasi ini bisa membantu para user yang kesulitan dalam melakukan perawatan kulit. Mulai dari pengingat rutinitas untuk melakukan *skincare* hingga teknologi untuk mendeteksi foto yang mengeluarkan hasil-hasil mengenai masalah kulit user.

Keuntungan yang didapatkan oleh masyarakat dengan ide bisnis aplikasi penulis yaitu pembelajaran mengenai jenis-jenis kulit dan mendapatkan pengetahuan baru mengenai kondisi kulit wajah pengguna. Aplikasi ini juga dapat membantu para user untuk lebih bisa merawat kulitnya dengan rutin agar lebih memiliki kulit wajah yang sehat.

Core bisnis dari aplikasi *SKINTEREST* adalah dengan adanya fitur-fitur dalam aplikasi yang dapat membantu remaja dalam mengatasi berbagai

permasalahan kulitnya. *SKINTEREST* menyediakan berbagai fitur-fitur penting seperti *face-scanner*, *event*, *curcol*, *reviews*, *education*, dan *calendar*. Fitur-fitur tersebut menjadi fokus utama kami untuk menjangkau para calon target pengguna aplikasi yang ingin menganalisa berbagai permasalahan kulitnya dengan cara memotret dan mengupload foto muka untuk dideteksi oleh teknologi dari aplikasi.

Fitur *event* yang bertujuan untuk memberikan para pengguna berbagai acara-acara kecantikan yang sedang berlangsung di berbagai kota di Indonesia dan juga sebagai sarana untuk mempromosikan berbagai *beauty event*. Ketiga ada fitur *curcol* dimana fitur ini bertujuan sebagai forum untuk para user dapat berbagi pengalaman atau penggunaan berbagai produk-produk perawatan kulit yang direkomendasikan. Keempat ada fitur *reviews*, dimana fitur ini menampilkan berbagai produk unggulan untuk perawatan kulit beserta pengalaman-pengalaman yang seorang user sudah pernah mencoba dalam menggunakan produk tertentu. Fitur *Education* dan *Calendar* merupakan fitur yang memiliki fungsi yang sama yaitu untuk mengedukasi dan mengingatkan para user untuk selalu melakukan perawatan kulit demi mendapatkan kulit yang baik dan sehat.

Engagement yang diterapkan pada aplikasi *SKINTEREST* ini yaitu dengan menyediakan sistem langganan atau *subscription*. Sistem langganan ini akan disediakan dengan berbagai jenis harga dan layanan yang diberikan kepada para user, dengan satuan durasi yang dapat dipilih oleh para user untuk melakukan langganan dan harga yang menyesuaikan berdasarkan durasi yang dipilih oleh para user.

2.2 Business Model Canvas

Pada sub-bab ini penulis wajib menjabarkan BMC (Business Model Canvas) dari ide bisnis yang dijalankan. Secara definisi Business model Canvas memiliki artian adalah strategi manajemen dalam perusahaan untuk memetakan target konsumen, keuangan, dan infrastruktur secara sederhana dalam 1 dalam halaman saja.

BMC atau Business Model Canvas akan menjadi acuan atau pijakan penulis bersama dengan anggotanya dalam merealisasikan ide bisnis final/terpilih. BMC wajib diasistensikan secara berkala kepada dosen pembimbing eksternal dan internal.

Key Partnerships <ul style="list-style-type: none"> • Brand skincare produk • Komunitas beauty event 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas kesehatan kulit wajah • R&D - menciptakan fitur baru & meningkatkan fitur yang sudah ada 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Dengan kamera, mendeteksi permasalahan kulit wajah dan menyarankan produk yang sesuai • Cek kesesuaian produk dengan jenis kulit • Konsultasi online dengan bot ai yang auto reply • Tracking skincare routine • Mempromosikan beauty event skala besar 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Automation & self-service • Customer service 	Customer Segments DEMOGRAFI <ul style="list-style-type: none"> • Usia : 17-25 tahun • Gender : Perempuan (primer), Laki-laki (sekunder) • Pendidikan : SMA, S1 • Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa • SES : B ke A • Agama : Semua GEOGRAFI <ul style="list-style-type: none"> • Negara : Indonesia • Kota : Tangerang Selatan • Tipe : Perkotaan, Urban PSIKOGRAFI <ul style="list-style-type: none"> • Remaja yang memiliki permasalahan kulit terutama di daerah perkotaan yang disebabkan oleh cuaca yang ekstrim • Memiliki kebiasaan mencari rekomendasi produk perawatan kulit secara online
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • R&D sistem kamera AI & aplikasi • Advertising • Staff 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Endorsement dari promosi beauty event • Sistem subscription • Ad revenues 		

Gambar 2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan sebuah acuan bagi penulis dan kelompok dalam merancang sebuah bisnis yang berbasis aplikasi skin analyzer. Business Model Canvas ini terbagi menjadi 9 bagian yaitu.

1. Key Partnership

Key Partnership merupakan sebuah hubungan kunci antara bisnis penulis dengan bisnis penyokong sumber daya lainnya yang dibutuhkan agar bisnis penulis dapat berjalan dengan lancar. penulis melakukan kerjasama dengan brand produk skincare lokal untuk bantu mempromosikan berbagai produk perawatan kulit lokal dalam aplikasi penulis. Penulis juga melakukan kerjasama dengan komunitas beauty event, untuk mengetahui berbagai info mengenai event yang sedang diselenggarakan mengenai kecantikan dan perawatan kulit.

2. *Key Activities*

Key Activities merupakan aktivitas atau tujuan utama yang diberikan dari bisnis aplikasi *SKINTEREST* ini. Pertama aplikasi ini untuk meningkatkan kualitas kesehatan kulit wajah, dengan berbagai fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi dapat membantu para user untuk lebih bisa merawat kulitnya dengan rutin. Seiring berjalannya waktu juga *SKINTEREST* akan terus melakukan *r&d*, dimana setiap masukan yang diterima akan dijadikan *input* untuk dikembangkan kedepannya.

3. *Key Resources*

Key Resources adalah sebuah aset utama yang dibutuhkan agar *SKINTEREST* bisa berjalan dengan baik. Pada bagian ini, aset yang dibutuhkan yaitu seorang *application developer*. *Application developer* akan bertugas untuk merancang aplikasi ini agar dapat berjalan dengan baik dan memastikan dapat digunakan dengan nyaman. Aset berikutnya yaitu *Customer Service* yang dibutuhkan untuk menjawab semua kebutuhan dan kekurangan dari para calon *user*. *Customer Service* juga dapat membantu user untuk mendapatkan pengalaman menggunakan aplikasi yang lebih enak dan baik.

4. *Value Propositions*

Value Propositions merupakan nilai-nilai yang ingin diberikan atau disampaikan kepada calon user mengenai aplikasi *SKINTEREST* dan berbagai keuntungan yang didapatkan dibandingkan menggunakan produk lain. Pertama *value* yang ditawarkan dari *SKINTEREST* yaitu pemanfaatan kamera sebagai *skin analyzer* yang dapat mendeteksi berbagai permasalahan kulit hanya dengan memotret wajah user dengan kamera ponsel. *User* juga dapat melakukan pengecekan mengenai produk-produk apa saja yang cocok dengan jenis kulitnya setelah melakukan *skin analyzing*. *User* juga dapat melakukan konsultasi pada aplikasi *SKINTEREST* dengan

bot-chat yang disediakan, dan dapat direspon dengan cepat. Rutinitas perawatan kulit wajah juga dapat di kontrol melalui aplikasi *SKINTEREST* ini dengan adanya fitur kalender yang dapat terintegrasi dengan keseharian user. Terakhir juga adanya promosi seputar *beauty event* sehingga *user* tidak akan ketinggalan informasi mengenai *beauty event* yang sedang berlangsung atau yang akan diselenggarakan.

5. *Customer Relationship*

Customer Relationship adalah hubungan yang terjalin antara *SKINTEREST* dengan para calon user saat menggunakan aplikasi tersebut. *Automation dan self-service* menjadi salah satu relasi kita dengan semua fitur yang sudah disediakan, sehingga *user* bisa menggunakan aplikasi *SKINTEREST* secara mandiri. *Customer Service* juga berperan sebagai pembantu dari para *user* yang kebingungan atau menginginkan pengembangan pada aplikasi.

6. *Channels*

Channels merupakan cara pemasaran agar *SKINTEREST* dapat dikenal oleh banyak calon user. Cara yang dilakukan yaitu dengan promosi melalui media sosial, dengan menggunakan Instagram atau TikTok. Mulut ke mulut juga menjadi salah satu sarana pemasaran yang digunakan oleh *SKINTEREST* untuk dapat menarik banyak calon user. Promosi melalui *beauty event* juga dilakukan untuk meningkatkan pengguna pada aplikasi *SKINTEREST*.

7. *Customer Segments*

Customer Segments merupakan segmentasi calon user yang ditargetkan dari *SKINTEREST*.

DEMOGRAFI

Usia : 17-25 tahun

Gender : Perempuan (primer), Laki-laki (sekunder)

Pendidikan : SMA, S1 Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa

SES : B ke A

Agama : Semua

GEOGRAFI

Negara : Indonesia

Kota : Tangerang Selatan

Tipe : Perkotaan, Urban

PSIKOGRAFI

Remaja yang memiliki permasalahan kulit terutama di daerah perkotaan yang disebabkan oleh cuaca yang ekstrim Memiliki kebiasaan mencari rekomendasi produk perawatan kulit secara online

8. Cost Structure

Cost Structure adalah semua biaya yang akan dikeluarkan untuk menunjang keberlangsungan SKINTEREST. Adanya pengeluaran untuk melakukan R&D dan juga biaya untuk pembuatan aplikasi beserta sistem *skin analyzer*. Budget untuk advertising juga dibutuhkan agar dapat melakukan promosi pada berbagai media. Staff yang bekerja dalam SKINTEREST juga akan mendapatkan gaji sehingga akan masuk ke dalam pengeluaran perusahaan.

9. Revenue Streams

Revenue Streams merupakan sumber pendapatan dari SKINTEREST sendiri. Sumber utama berasal dari endorsement produk kecantikan dan perawatan, serta berbagai beauty event yang ingin meng sponsori. Adanya sistem subscription juga menjadi salah satu pendapatan yang utama dari SKINTEREST yang berasal dari aplikasi.

2.3 Deskripsi Perusahaan

SKINTEREST merupakan sebuah perusahaan yang berfokus pada perawatan kulit berbasis aplikasi dan *skin analyzer*. Dibentuk pada tanggal 29 Januari 2024 di

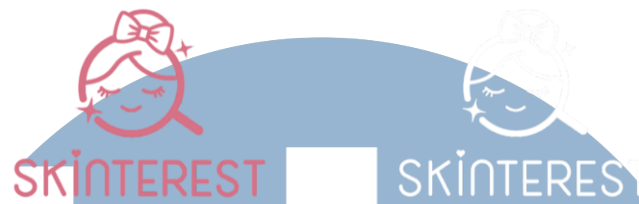
daerah Tangerang oleh 4 orang mahasiswa jurusan DKV Universitas Multimedia Nusantara. Ide bisnis ini muncul berdasarkan observasi sederhana yang dilakukan penulis dan rekan kelompoknya, dimana ditemukan kecenderungan para remaja untuk memiliki masalah pada kulit wajahnya. Aplikasi ini dirancang agar para remaja bisa memahami mengenai kulitnya dan bisa merawat kulitnya dengan benar.

SKINTEREST ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan target user dimana kesulitan dalam melakukan perawatan kulit karena takut untuk mencoba berbagai jenis produk perawatan atau kesalahan dalam menggunakan produk-produk tersebut, serta ketidaktahuan mengenai jenis kulit mereka. SKINTEREST terdiri dari 2 kata yaitu “Skin” yang berarti kulit, dan “interest” yang berarti ketertarikan sehingga penamaan ini sangat cocok dengan tujuan yang ingin disampaikan melalui pembuatan aplikasi SKINTEREST ini. Makna yang dapat diambil adalah ketertarikan akan kulit, sehingga ingin mempelajari lebih lanjut mengenai kulit masing-masing user.

Visi dari *SKINTEREST* yaitu, menjadi aplikasi *skincare* yang dapat memberikan solusi inovatif dan terdepan dalam perawatan kulit, serta memberi kontribusi yang positif bagi kesehatan kulit dan kepercayaan diri pengguna.

Misi dari *SKINTEREST* yaitu,

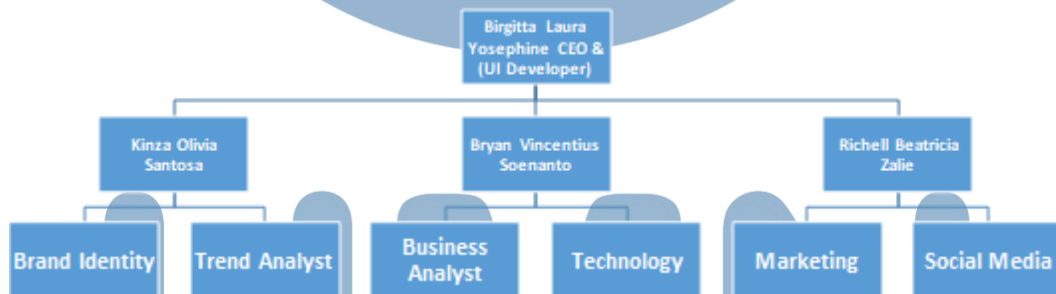
1. Inovasi berkelanjutan : Terus mengembangkan aplikasi *skincare* kami dengan teknologi terbaru untuk memastikan efektivitas penggunaan aplikasi
2. Edukasi yang mencerahkan : Memberikan edukasi yang mudah diakses mengenai perawatan kulit dan membantu pengguna untuk memahami kulit mereka dan memilih produk yang tepat.
3. Pelayanan pelanggan : Memberikan pelayanan kepada pelanggan yang ramah, responsif, dan terus meningkatkan pengalaman pengguna/



Gambar 2.3 Logo SKINTEREST

Logo SKINTEREST terdiri dari bentuk muka perempuan yang terkesan *glowing*. Dipadukan dengan bentuk kaca pembesar yang menyerupai muka, sehingga terdapat 3 kata utama dalam logo ini yaitu *beauty/face*, *glowing*, dan *interest/search*. Logo didesain minimalis dan tidak kaku untuk mengapai target user aplikasi SKINTEREST ini yaitu para remaja. Pembuatan logo ini juga sudah melalui riset yang dilakukan penulis dan kelompok mengenai selera desain para remaja.

2.4 Struktur Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan SKINTEREST

Berikut ini adalah *job desk* dari masing-masing anggota berdasarkan jabatannya masing-masing.

1. Birgitta Laura Yosephine, CEO (Chief Executive Officer) dan User Interface Developer: Chief Executive Officer atau direktur sebuah perusahaan adalah seorang yang memiliki kedudukan tertinggi dan mengatur seluruh kegiatan dari perusahaan, serta bertanggung jawab atas segala keputusan yang diambil. Kedudukan ini dipegang oleh Birgitta

Laura, sebagai *CEO* Birgitta bertanggung jawab untuk mengawasi proses berjalannya perusahaan serta sebagai *User Interface* Birgitta bertugas untuk merancang *user flow* serta desain *User Interface* pada aplikasi skinterest.

2. Bryan Vincentius Soenanto, *Business Analyst* dan *Technology*: Bryan memiliki tanggung jawab untuk mengawasi proses analisa bisnis dan perencanaan bisnis skinterest, serta Bryan bertugas untuk pengembangan fitur teknologi pada aplikasi skinterest.

3. Richell Beatricia Zalie, *Marketing*: Richell memiliki tanggung jawab untuk melakukan perancangan strategi pemasaran skinterest dan melakukan perancangan konten media sosial yang bisa menarik target pasar.

4. Kinza Olivia Santosa, *Brand Designer*: Kinza memiliki tanggung jawab untuk merancang identitas visual skinterest seperti logo dan asset desain yang akan dipakai pada aplikasi skinterest.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Berdasarkan hasil diskusi dengan anggota kelompok, didapatkan alur kerja perusahaan sebagai bagan berikut.



Gambar 2.5 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

CEO memiliki kedudukan tertinggi sehingga *CEO* akan mengawasi berjalannya perusahaan dan juga melakukan *briefing* mengenai *job desk* yang harus dilakukan oleh para anggota. Kemudian semua *job desk* yang telah dibagi kepada masing-masing divisi akan dikerjakan, setelah itu didiskusikan bersama yang dipimpin oleh *CEO*. Terakhir tim akan melanjutkan kepada pembimbing internal dan pembimbing eksternal untuk berdiskusi bersama kembali dan juga melakukan berbagai revisi yang diterima.

Maka dari hasil latar belakang tersebut, penulis dan tim akan merancang sebuah bisnis dalam bentuk aplikasi bernama SKINTEREST yang dapat membantu para remaja agar lebih memahami kondisi kulitnya dan lebih bisa merawat kulitnya dengan berbagai fitur yang telah disediakan pada aplikasi. Penulis akan berfokus pada pembuatan *UX* atau *User Experience* beserta berbagai fitur-fitur yang ada pada aplikasi yang dibutuhkan dan dapat berjalan dengan baik. Dengan *UI* yang baik akan dibutuhkan juga *UX* yang baik dan mudah dioperasikan sehingga memberikan pengalaman yang menyenangkan untuk semua user. Penulis akan membuat dalam format aplikasi dan juga pemograman yang akan dilakukan untuk menjalankan sebuah *skin analyzer* melalui foto wajah *user*.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Break Event Point merupakan posisi dimana perusahaan tidak mengalami kerugian namun juga tidak mengalami keuntungan *financial*. *BEP* merupakan kondisi yang dapat terjadi pada perusahaan, dimana perusahaan dalam operasionalnya tidak mengalami keuntungan dan juga tidak menderita kerugian. (Manubo et.al, 2021).

Tabel 2.1 Tabel Perhitungan *Break even point*

Modal Awal / Capital Investment					
Pengeluaran	Keterangan	Biaya	Freq	Jumlah	Biaya
Biaya Aplikasi	App Developer	Rp.30.000.000,00	1x	1	Rp.30.000.000,00
Biaya Publish	Play Store (Android) Sekali Bayar	Rp.387.000,00	1x	1	Rp.387.000,00
Modal Awal					Rp.30.387.000,00
Harga Pokok Produksi					
Pengeluaran	Keterangan	Biaya	Freq	Jumlah	Biaya/Bulan
Biaya Tetap					

Biaya Endorse	Micro II	Rp.1.500.000,00	Per Post	4/bulan	Rp.6.000.000,00
Biaya Publish	App Store (IOS) Membership	Rp.1.530.000,00	1 tahun	1	Rp.127.500,00
Biaya Server Hosting (private)	Untuk menyimpan berbagai keperluan data aplikasi dan AI (rumahweb)	Rp.50.000,00	1 bulan	1	Rp.50.000,00
Fixed Cost					Rp.6.177.500,00
Biaya Variabel					
Biaya Payment Gateway	Untuk berbagai metode pembayaran (midtrans)	Rp.4.400,00	1x transaksi berhasil	1	Rp.4.400,00
Biaya Variabel					Rp.4.400,00
Harga Pokok Penjualan (Subscription)					Rp.36.564.500,00
<i>Brand Partnership Dan+Dan</i>	Penggunaan aplikasi SKINTEREST yang dapat membawa pelanggan bagi Dan Dan	Rp.1.000.000.000,00	1 tahun	1	Rp.1.000.000.000,00
Harga <i>Subscription</i>	Per 1 bulan	Rp.30.000,00	1 bulan	20	Rp.600.000,00
	Per 6 bulan	Rp.150.000,00	6 bulan	15	Rp.2.250.000,00
	Per 12 bulan	Rp.280.000,00	12 bulan	10	Rp.2.800.000,00

Berdasarkan Tabel 2.7, didapatkan biaya variabel sebesar Rp4.400,00, hpp sebesar Rp36.564.500,00 dan harga *subscription* untuk 1 bulan sebesar Rp30.000,00, paket 6 bulan sebesar Rp150.000,00, dan paket 12 bulan sebesar Rp280.000,00. Kemudian harga *brand partnership* dengan *brand skincare* untuk menjadikan SKINTEREST sebagai aplikasi penghubung antar customer dengan

perusahaan *skincare* seperti Dan+Dan sebesar Rp1.000.000.000,00 per tahun. Dengan data diatas, penulis dan tim dapat

1. BEP Unit 1 bulan *subscription*
=Rp.36.564.500,00Rp. 30.000,00-Rp. 4.400,00
=1428 unit
2. BEP Unit 6 bulan *subscription*
=Rp.36.564.500,00Rp. 150.000,00-Rp. 4.400,00
=250 unit
3. BEP Unit 12 bulan *subscription*
=Rp.36.564.500,00Rp. 280.000,00-Rp. 4.400,00
=132 unit
4. BEP Unit *Brand Partnership*
=Rp.36.564.500,00Rp. 1.000.000.000,00-Rp. 4.400,00
=1 unit
5. BEP Rupiah = Harga Jual x BEP unit
=Rp. 30.000,00×1428 unit = Rp 42.840.000

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan akan dapat mulai menghasilkan keuntungan setelah berhasil menjual kepada 1428 user atau memiliki total penjualan di atas Rp42.840.000

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA