

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Langkah selanjutnya dalam mengembangkan ide bisnis Bersinar adalah dengan menguji apakah ide bisnis ini dapat direalisasikan atau tidak. Berikut validasi ide bisnis Bersinar:

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Langkah awal dalam membangun sebuah bisnis adalah menemukan peluang usaha melalui riset permasalahan yang sedang terjadi dan solusinya diharapkan dapat membantu mengatasi atau menyelesaikan masalah tersebut. Melalui Program MBKM Kewirausahaan ini penulis dan kelompok perlu mencari ide bisnis yang akan dijalankan selama program ini berlangsung. Hal ini tidak mudah karena penulis dan kelompok perlu melakukan proses riset data terlebih dahulu dan menjadikannya beberapa alternatif yang pada akhirnya akan di tentukan satu permasalahan yang solusinya memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sebuah bisnis dan memiliki nilai jual.

Pada riset awal ditemukan tiga permasalahan yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi usaha. Ide pertama adalah “Surplus” yang diangkat dari permasalahan *food waste* bahwa Indonesia adalah negara kedua di dunia dengan sampah makanan terbanyak setiap tahunnya yaitu kurang lebih sebanyak 300 kg (Kementan RI, 2019). Surplus ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan tersebut dengan cara menyediakan platform yang dapat membantu restoran atau usaha *food & beverages* menjual “sisa makanan” yang masih layak di konsumsi oleh konsumen dengan cara menurunkan harganya. Namun ide ini tidak jadi dikembangkan karena hal ini dapat menurunkan kualitas merek dari usaha *food & beverages* yang menjual makanan dengan diskon di *closing hour*. Ide kedua adalah “Hello

University” yang diambil dari permasalahan siswa dan siswi yang sulit memilih jurusan atau program studi yang tepat pada perguruan tinggi. Faktanya 87 persen mahasiswa di Indonesia salah mengambil jurusan dan hal ini membuat para mahasiswa tidak minat melanjutkan perkuliahan mereka (detik.com, 2021). Akan tetapi, penulis dan kelompok mendapatkan masukan bahwa ide ini memiliki banyak kendala jika ingin dikembangkan seperti hambatan dari kebiasaan sikap dari orang tua mereka ataupun kondisi keluarga mereka.

Pada akhirnya, penulis dan kelompok memutuskan untuk menggunakan ide terakhir, yaitu “Bersinar” sebagai ide yang akan dikembangkan selama Program MBKM Kewirausahaan berlangsung. Dalam pembuatan ide bisnis tersebut, penulis bersama dengan kelompok melihat adanya fakta melalui survei MSME Empowerment Report yang dilakukan oleh DSInnovate bahwa terdapat 70% UMKM di Indonesia dari 1.500 pelaku UMKM memiliki kesulitan dalam memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, Bersinar hadir untuk membantu mengoptimalkan usaha para pelaku UMKM terkait *branding* dan strategi pemasarannya. Jika usaha mereka tidak dikembangkan dengan optimal maka dapat menyebabkan usaha mereka kalah saing dengan pelaku UMKM lainnya yang memiliki *branding* serta strategi pemasaran yang baik ditengah perkembangan zaman ini.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan fakta dan permasalahan yang dialami oleh UMKM, penulis dan kelompok melihat adanya potensi ide bisnis yang baik pada Bersinar. Hal ini disebabkan pelaku UMKM memiliki tantangan terhadap *branding* dan strategi dalam mengembangkan bisnis kecil mereka. Tantangan ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap *branding* dan pandangan mereka bahwa logo dan label untuk bisnis mereka saja sudah cukup sebagai “*branding*” (Hidayat, 2021). Faktanya *branding* dalam sebuah usaha digunakan sebagai tanda atau ciri khas dari usaha itu sendiri

yang akan diingat oleh pelanggan. Agar *branding* dalam sebuah usaha memiliki fungsi, makna, dan keunikannya sendiri maka diperlukannya seorang grafis desainer atau *creative agency* untuk mengerjakannya. Namun masalah lain yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah kurangnya modal dan pengetahuan terkait desain sehingga lebih baik mereka menggunakan logo atau label seadanya daripada harus *custom* dari grafis desainer dan *creative agency*. Hal ini diketahui melalui survei PwC pada tahun 2019 yang mengatakan bahwa sebanyak 74% pelaku UMKM tidak memiliki modal (Kurnia, 2020). Selain itu, berdasarkan survei MSME *Empowerment Report* kepada 1,500 pelaku UMKM, diketahui bahwa 70% dari mereka tidak dapat mengembangkan strategi pemasaran dan *branding* pada usaha yang dijalankan. Penulis dan kelompok melakukan riset terkait *market size* dari Bersinar. Diketahui bahwa total *available market* dari Bersinar adalah jumlah dari UMKM yaitu, 64,2 juta pada tahun 2021 (Kompas, 2023). Kemudian *serviceable available market* berjumlah 243,972 pelaku UMKM yang berada di Jabodetabek (Kompas, 2023). Yang terakhir adalah *serviceable obtainable market* Bersinar berjumlah 50,000 pelaku UMKM yang diambil dari 20% SAM dengan perkiraan *user* yang akan menggunakan aplikasi dan layanan dari Bersinar.

Melalui permasalahan tersebut penulis dan kelompok melihat adanya potensi ide bisnis Bersinar yang dapat dikembangkan untuk membantu pelaku UMKM. Bersinar akan fokus dalam memberikan pelayanan kepada pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan terhadap pengetahuan dan biaya untuk mengoptimalkan bisnis mereka yang terhambat dengan identitas merek dan pemasarannya. Bentuk ide bisnis ini berupa aplikasi yang di dalamnya menawarkan beberapa fitur seperti konsultasi personal untuk memberikan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh pelaku UMKM, jaringan kolaboratif UMKM dengan *influencer* dan pusat oleh-oleh guna meningkatkan penjualan mereka, artikel untuk memberikan edukasi, penawaran khusus sebagai paket desain yang bisa dipilih sesuai dengan

keuangan pelaku UMKM, dan rekomendasi *page* yang di dalamnya berisikan ide-ide konten promosi usaha.

Inovasi Bersinar untuk para UMKM adalah adanya pilihan paket desain yang bisa disesuaikan dengan *budget* masing-masing sehingga tidak perlu khawatir lagi dengan masalah finansial mereka. Paket desain tersebut dibagi menjadi tiga, yaitu paket *bronze*, *silver*, dan *gold* dengan detail *benefit* dan penawaran harga yang berbeda. Selain itu terdapat pula *collab-hub* atau kolaborasi dengan *influencer* untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM dan pusat oleh-oleh untuk meningkatkan penjualan mereka dengan cara menitipkan produk yang dijual pada pusat oleh-oleh yang dipilih. Namun, dalam proses *collab-hub* ini dimulai dari konsultasi produk terlebih dahulu kepada pihak Bersinar dan pusat oleh-oleh dengan tujuan produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan sesuai. Tujuan Bersinar memberikan inovasi ini adalah untuk membantu usaha-usaha kecil ini meraih impian mereka. Oleh karena itu, ide bisnis ini dapat meningkatkan *awareness* usaha UMKM terhadap pelanggannya dan strategi pemasaran yang sesuai dengan target marketnya. Jika sudah dioptimalkan dengan baik maka usaha mereka memiliki kualitas dan nilai usaha yang baik juga di pandangan pembeli.

2.2 *Business Model Canvas*

Pada tahapan ini, penulis dan kelompok mulai merancang *business model canvas* terkait bisnis yang akan dikembangkan. Hal ini disebabkan ketika akan mengembangkan sebuah ide bisnis diperlukan sebuah persiapan yang matang agar bisnis yang akan dijalankan tersebut dapat berjalan secara profesional dan baik. Perancangan ini penting dalam sebuah usaha rintisan karena dapat menjadi sebuah gambaran atau alat strategis yang efektif serta tepat sasaran kepada target yang dituju, yaitu pelaku UMKM. Alat ini berbentuk tabel peta konsep dengan sembilan kotak di dalamnya yang berisikan sembilan fundamental bisnis. Dengan adanya peta konsep ini akan membantu penulis dan kelompok dalam memvisualisasikan manajemen ide bisnis Bersinar dalam bentuk nyatanya dengan

cepat. Berikut adalah *business model canvas* yang sudah dirancang oleh penulis dan kelompok:

Key Partners 1. <i>Investors</i> 2. <i>In-house Graphic Designer</i> 3. <i>Freelance Designer</i> (untuk <i>partnership</i>) 4. Pusat Oleh-oleh 5. <i>Influencer</i> 6. UMKM	Key Activities 1. Membantu UMKM untuk mengoptimalkan bisnis mereka dengan menyediakan jasa konsultasi terkait desain, <i>branding</i> , <i>marketing</i> dan kolaborasi dengan <i>influencer</i> /pusat oleh-oleh. 2. Menyediakan beberapa pilihan paket desain yang dipilih bagi para UMKM.	Value Propositions Menyediakan jasa <i>branding</i> , <i>promotion</i> , dan konsultasi untuk UMKM sehingga memiliki daya saing dan kompetitif. Memberikan layanan untuk mengembangkan strategi <i>branding</i> dan pemasaran yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.	Customer Relationships 1. <i>Assistance</i> (jasa konsultasi) 2. Konten media sosial (promosi maupun informasi) 3. <i>Bundling</i> (paket desain untuk UMKM)	Customer Segments Geografis 1. Kota: JaBoDeTaBek 2. Ibukota: DKI Jakarta, Cibinong, Depok, Tangerang, Cikarang 3. Bahasa: Indonesia Demografis 1. Usia: 18-35 tahun 2. SES: B 3. Jenis Kelamin: Perempuan dan laki-laki Psikografis 1. Aktif & ambisius 2. Ingin mengembangkan strategi pemasaran dan <i>branding</i> dari bisnisnya 3. Menyukai tantangan dan ingin mencoba hal baru Behavior Mendapatkan layanan jasa <i>branding</i> dan marketing yang sesuai dengan target dari usaha mereka
	Key Resources Physical Asset Booth untuk melakukan promosi. Human 1. <i>Creative Director</i> 2. <i>Social Media Specialist</i> 3. <i>UI/UX Designer</i> 4. <i>Brand Designer</i>		Channels 1. <i>Application</i> 2. <i>Social media</i> (Instagram) 3. <i>Pop Up Booth</i>	
Cost Structure Gaji untuk <i>human resources</i> (<i>Creative Director</i> , <i>Social Media Specialist</i> , <i>UI/UX & Brand Designer</i>), <i>Social Media ads & promotion</i> .		Revenue Streams 1. Dana dari UMKM yang membutuhkan jasa desain 2. Dana dari UMKM yang melakukan konsultasi 3. Dana dari UMKM yang melakukan kolaborasi		

Gambar 2. 1 *Business Model Canvas*
 Sumber: Data Riset Penulis (2024)

Fundamental bisnis yang pertama dalam Bersinar adalah *key partners* (kemitraan), yang melibatkan *investor* sebagai pihak yang menginvestasikan dana, *in-house graphic designer* yang mendukung proses *branding* serta strategi pemasaran dalam penawaran paket desain Bersinar kepada pelaku UMKM, *freelance designer* untuk mengerjakan pesanan dengan konsep *partnership* seperti Gojek, pusat oleh-oleh serta *influencer* yang akan melakukan kerja sama dengan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dan yang terakhir adalah UMKM sebagai pihak yang melakukan transaksi atas pembelian jasa dan pengguna dari aplikasi Bersinar. Yang kedua adalah *key activities* atau kegiatan yang ditawarkan oleh Bersinar melalui *platform* berbasis aplikasi, yaitu membantu UMKM dalam mengoptimalkan bisnis mereka dengan menyediakan jasa konsultasi terkait desain, *branding* dengan kualitas yang baik, dan strategi pemasaran untuk usaha mereka. Selain itu, salah satu inovasi dari Bersinar adalah adanya paket desain dengan tiga tingkatan penawaran yang dapat dipilih oleh pelaku UMKM sesuai dengan keuangan mereka dan *collab-hub* atau kolaborasi dengan *influencer* untuk mempromosikan produk dan pusat oleh-oleh untuk meningkatkan penjualan.

Yang ketiga adalah *key resources* atau sumber daya utama dari bisnis Bersinar yang terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama adalah *physical asset* Bersinar yaitu *booth* untuk melakukan proses promosi dan bagian kedua adalah *human* yang melibatkan *creative director, social media specialist, UI/UX designer, dan brand designer*. Yang keempat adalah *value proposition* atau bagian utama dari sebuah bisnis yang akan dijalankan. Bersinar memberikan layanan *branding, promosi, dan konsultasi* untuk membantu meningkatkan daya saing dan kompetitif pelaku UMKM serta memberikan layanan untuk mengembangkan strategi *branding dan marketing* dengan kualitas yang bagus dengan harga terjangkau. Kemudian terdapat periklanan atau kolaborasi dengan *influencer* untuk mempromosikan produk yang mereka tawarkan dan pusat oleh-oleh untuk meningkatkan penjualan mereka. Selain itu ada layanan konsultasi kepada pelaku UMKM agar permasalahan yang ada terkait desain dalam usaha yang dijalankan mendapatkan solusi yang sesuai. Yang kelima adalah *customer relationship* Bersinar dengan pelaku UMKM sebagai jasa konsultasi permasalahan yang sedang dihadapi, promosi bisnis ataupun informasi melalui konten di *social media*, dan penawaran paket desain sesuai dengan yang diinginkan oleh pelaku UMKM. Keenam adalah *channels* atau metode Bersinar dalam menyampaikan layanan yang ditawarkan kepada UMKM dengan menggunakan aplikasi, media sosial, dan *pop-up booth* sebagai interaksi secara langsung. Yang ketujuh adalah *customer segments* atau penentuan target segmentasi yang terdiri dari geografis, demografis, psikografis, dan *behavior*. Bersinar menargetkan para pelaku UMKM yang berjenis kelamin pria dan wanita dengan usia 18 hingga 35 tahun yang bertempat tinggal di daerah Jabodetabek dan berstatus sosial ekonomi B (menengah). Dengan adanya aplikasi Bersinar diharapkan dapat membantu mereka dalam bertindak lebih aktif, ambisi, dan inovatif dalam menjalankannya. Kedelapan terdapat *cost structure* yang berisikan pengeluaran biaya dari Bersinar adalah gaji untuk pengelola di dalamnya seperti CEO (*Chief Executive Officer*), COO (*Chief Operating Officer*), CPO (*Chief Product Officer*), dan CMO (*Chief Marketing Officer*), *creative director, social media specialist, UI/UX, brand designer, social media ads, promotion* dan biaya pembuatan aplikasi. Namun

dalam perjalanan pembangunan bisnis Bersinar dapat memungkinkan biaya yang dikeluarkan berbeda dari yang ada di dalam *business model canvas*. Yang terakhir adalah *revenue stream* atau keuntungan yang bisa didapatkan melalui bisnis Bersinar yaitu, dana dari UMKM yang memesan jasa desain, konsultasi, dan kolaborasi dengan *influencer*/pusat oleh-oleh.

Melalui *Business Model Canvas* (BMC) yang sudah penulis jelaskan di atas, dapat diketahui bahwa Bersinar akan mengembangkan ide bisnis di bidang kreatif dan jasa. Fokus utama dari Bersinar adalah untuk membantu mengoptimalkan usaha yang dimiliki pelaku muda UMKM. Harapan dari adanya *business model canvas* ini, penulis dan kelompok memiliki panduan dalam mengembangkan atau mengeksekusi ide bisnis Bersinar tanpa adanya keliruan. Dengan begitu Bersinar dapat lebih fokus pada tujuannya untuk membantu para pelaku UMKM menggapai cita-citanya memiliki usaha yang stabil.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Bersinar merupakan sebuah perusahaan rintisan yang dibangun melalui Program MBKM Kewirausahaan berdasarkan ide solusi dari permasalahan yang penulis dan kelompok temukan. Awal mula berdirinya Bersinar adalah pada bulan Januari tahun 2024 yang dibangun oleh Silvia Theresia Onggo, Renata Nimashita Poetri Birowo, Brigita Beatrice Bonggo, dan Dwifa Yulian. Makna dari Bersinar (Bersama UMKM Pintar) adalah sebuah harapan bagi para UMKM untuk meraih impian mereka dalam mengembangkan usaha kecil mereka menjadi besar.



Gambar 2. 2 Logo Bersinar
Sumber: Dokumen pribadi, 2024

Dalam pembuatan logo Bersinar, terdapat filosofi di dalamnya yang sesuai dengan arti dari nama “Bersinar” itu sendiri. Logo tersebut terbagi menjadi dua bagian yaitu, *logogram* dan *logotype*. *Logogram* tersebut digambarkan dengan bentuk lampu dengan potongan simbol hati dan bintang di bagian kanan atas. Desain tersebut ditujukan untuk mengilustrasikan konsep yang dibangun dari Bersinar itu sendiri yaitu sinar atau cahaya dan hati yang menjadi simbol dari perasaan yang tulus berkaitan dengan kebahagiaan atau sebuah dukungan terhadap Bersinar dalam membantu meningkatkan usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Sedangkan *logotype* tersebut mempresentasikan nama dari bisnis Bersinar serta *tagline* yang diharapkan dapat menyampaikan kepada target/audiens bahwa logo tersebut melambangkan Bersinar.

Logo Bersinar mengambil dua warna di dalamnya yaitu warna kuning dan oranye. Warna kuning melambangkan kreativitas, ceria, sinar, dan rasa optimis. Sedangkan warna oranye memberikan gambaran atau bentuk energi yang bahagia (Adams, 2017). Perancangan logo tersebut disesuaikan dengan *tone of voice*, *brand personality*, dan *brand mantra* yang dimiliki oleh Bersinar. *Tone of voice* dari Bersinar adalah *bubbly* dan *welcoming*. *Brand personality* yang dimiliki Bersinar adalah *passionate accessible friendly*. Kemudian *brand mantra* dari Bersinar yaitu *support*, *optimistic*, dan *bright*. Fungsi dari adanya ketiga hal ini adalah untuk membangun karakteristik dari Bersinar di benak audiens. Penulis dan kelompok memutuskan untuk merancang *mascot* dengan tujuan menggambarkan *brand mantra* tersebut. Terdapat lima *mascot* yang dirancang berjenis *terramorphic* dengan *flat design*.

Bersinar hadir dengan bentuk platform aplikasi yang dapat memberikan solusi desain dan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM agar bisnis mereka dapat berkembang dengan baik. Terdapat beberapa fitur di dalamnya yang meliputi *consultation*, *collab-hub*, *articles*, *offers*, dan *on trending*. Fitur *consultation* memiliki fungsi sebagai konsultasi terkait *branding*, strategi pemasaran, dan analisis market. Fitur *collab-hub* yang memiliki fungsi untuk membantu pelaku UMKM berkolaborasi atau bekerja sama dengan *influencer*

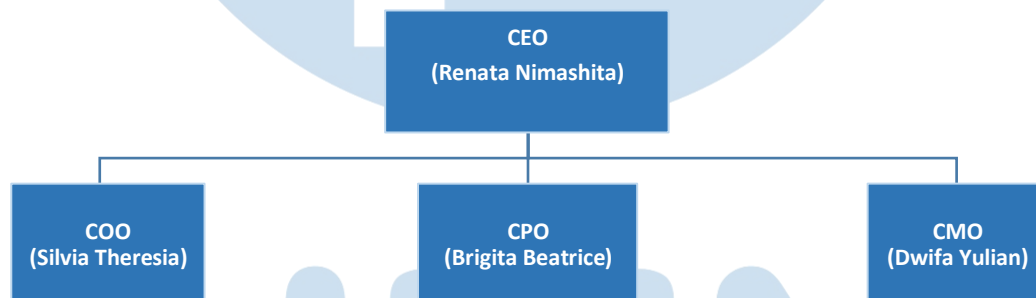
yang akan membantu mempromosikan usaha mereka serta pusat oleh-oleh untuk meningkatkan penjualan produk. Fitur *articles* yang menyediakan beragam artikel edukasi yang disediakan untuk membantu para pelaku UMKM mempelajari lebih dalam terkait strategi bisnis dan *branding*. Fitur *offers* menyediakan macam-macam paket desain yang bisa disesuaikan dengan finansial dan kebutuhan mereka seperti paket *bronze*, paket *silver*, paket *gold*, dan *add on*. Penawaran yang diberikan paket *bronze* adalah logo dan kemasan, paket *silver* yang menawarkan logo, kemasan, dan katalog, serta paket *gold* yang di dalamnya terdapat logo, kemasan, katalog, *feeds* dan *story* sosial media. Pada masing-masing paket dan *add on* juga diberikan keterangan *benefit* apa saja yang akan di dapatkan, seperti sketsa, hasil akhir berupa PNG, JPG, PDF, dan *mockup 3D*. Kemudian yang terakhir adalah fitur *on trending* yang berfungsi sebagai rekomendasi hal-hal terkait *content ideas* yang sedang *trending* seperti lagu, gaya desain, dan isi konten. Dalam proses pengerjaannya Bersinar akan bekerja sama dengan *investor*, *brand and marketing agency* sebagai tim yang membantu pengerjaan fitur paket desain, UMKM sebagai pelaku yang akan menggunakan aplikasi, serta *freelance designer* jika diperlukan. Selain itu, terdapat pula perjalanan *user* dalam menggunakan aplikasi Bersinar. Hal pertama *user* memiliki keinginan dalam mengembangkan *branding* dan pemasaran, kemudian *user* mengunduh aplikasi Bersinar, dalam aplikasi tersebut mereka mencari *graphic designer* yang sesuai dengan keinginan, memilih metode pembayaran, lalu melakukan pembayaran, setelah itu *user* dapat melakukan proses konsultasi kepada desainer, dilanjutkan dengan penerimaan hasil akhir oleh *user*.

Adapun acuan yang dimiliki Bersinar dalam mencapai tujuan yang terdiri dari visi dan misi. Visi atau rencana dari Bersinar adalah membuat UMKM semakin berkembang, meningkatkan daya saing UMKM, mengembangkan UMKM dari segi *branding* dan strategi pemasaran, serta mendorong pertumbuhan usaha UMKM yang berkelanjutan. Sedangkan misi dari Bersinar adalah menjadi solusi bagi usaha-usaha kecil untuk meraih impian mereka, mengutamakan layanan terbaik dan terjangkau bagi para usaha kecil, berkomitmen untuk memberikan kesempatan bagi para usaha kecil untuk bertumbuh dan berkembang,

meningkatkan penjualan secara efektif melalui strategi *branding* yang inovatif dan terjangkau, serta membangun hubungan baik dengan pelanggan dan berfokus memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan adanya visi dan misi dari perusahaan ini diharapkan Bersinar dapat terus berkembang lebih baik dengan tetap tulus membantu pelaku UMKM mengoptimalkan usaha kecilnya.

2.4 Struktur Perusahaan

Dalam membangun sebuah bisnis maka penting untuk memperhatikan pembuatan atau pembagian struktur perusahaannya. Dengan adanya struktur perusahaan dapat memperjelas sebuah perusahaan baik secara tugas yang ideal, jelas, dan tanggung jawab masing-masing individu yang bekerja di dalamnya. Fungsi dari adanya struktur perusahaan bagi Bersinar adalah agar dapat beroperasi dengan baik, efektif, dan memiliki tujuan yang jelas. Dari gambar struktur di bawah, perusahaan Bersinar terdiri dari CEO, COO, CPO, dan CMO.



Gambar 2. 3 Struktur Perusahaan Bersinar
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Peran CEO (*Chief Executive Officer*) pada perusahaan Bersinar dipegang oleh Renata Nimashita Poetri Birowo. Tanggung jawab yang dimiliki oleh CEO adalah mengkoordinasi dari keseluruhan tugas yang dijalankan oleh anggota kelompok, membuat keputusan atas keberlangsungan Bersinar, dan berkomunikasi dengan pihak eksternal untuk menjalin hubungan yang baik. Selain menjadi CEO, *brand designer* juga menjadi bagian dari tanggung jawabnya di perusahaan Bersinar. Tugasnya adalah membantu dalam mengkomunikasikan segala pesan yang ingin disampaikan ke audiens secara efektif dalam bentuk desain visual.

Peran COO (*Chief Operation Officer*) pada perusahaan Bersinar dipegang oleh Silvia Theresia Onggo. Tanggung jawab yang dipegang oleh COO adalah pengambilan keputusan terkait administrasi dan operasional di dalam perusahaan Bersinar. Peran ini yang akan berinteraksi secara langsung dengan CEO terkait operasional perusahaan. Selain memegang peran COO, *creative director* juga bagian dari tugas yang menjadi tanggung jawabnya di perusahaan Bersinar. Membuat iklan, karya, membimbing, serta mengawasi proses pengerjaan kelompok kreatif menjadi tugasnya.

Peran CPO (*Chief Product Officer*) di perusahaan Bersinar merupakan bagian Brigita Beatrice Bonggo. Bagian ini bertanggung jawab dalam pelaksanaan strategis mengenai produk yang akan di luncurkan oleh Bersinar. Tugas diantaranya adalah yang menetapkan keputusan terkait produk, melakukan inovasi atau pengembangan produk dan memastikan produk yang akan diluncurkan sesuai dengan kebutuhan target Bersinar. Selain menjadi CPO, *UI/UX Designer* merupakan peran yang menjadi tanggung jawabnya. Peran ini memiliki tugas dalam merancang tampilan dari visual aplikasi Bersinar agar menarik dan mudah dipahami oleh *user*/target yang dituju.

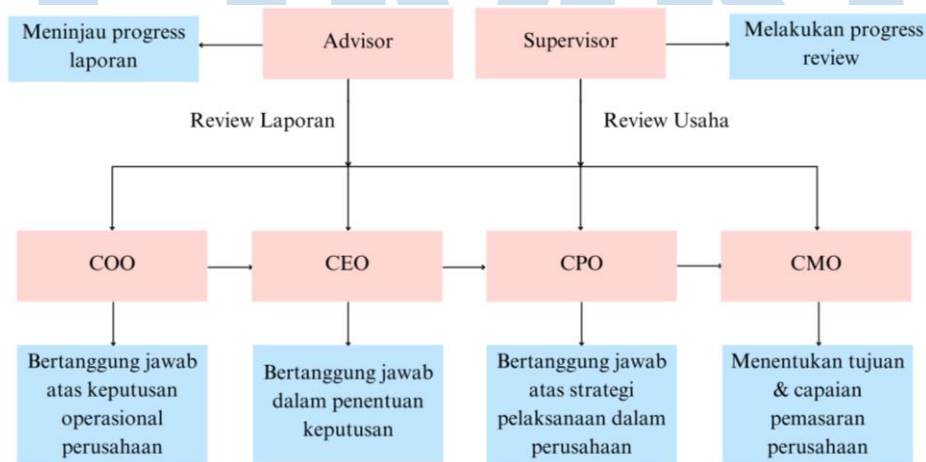
Peran CMO (*Chief Marketing Officer*) yang ada di perusahaan Bersinar menjadi tanggung jawab Dwifa Yulian. Memiliki tanggung jawab dalam *marketing* dan periklanan yang ada di dalam perusahaan Bersinar. Urusan pemasaran tersebut meliputi riset, analisis, perhitungan, dan pembuatan strategi yang tepat untuk Bersinar. Selain CMO, *social media specialist* juga menjadi bagian dari tanggung jawabnya. Fungsinya dalam perusahaan adalah membantu pembuatan konten yang menarik, interaktif, dan kreatif di dalam platform sosial media sebagai bentuk dari promosi Bersinar.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Hal lainnya yang perlu dipersiapkan dalam pembuatan bisnis untuk mencapai tujuannya dengan cepat dan tepat adalah alur kerja. Adanya alur kerja dalam sebuah perusahaan dapat membantu proses koordinasi antar anggota dengan kelompok, meningkatkan produktivitas, membantu keefektifan waktu,

serta pengerjaan tugas dan pengelolaan yang jelas. Dengan begitu segala proses yang ada di dalam perusahaan akan memiliki kualitas yang baik. Alur kerja dari Bersinar meliputi proses pembangunan bisnis yang didampingi dengan *supervisor* dari Skystar Ventures dan laporan yang didampingi dengan *advisor*.

Alur kerja dalam proses pengembangan ide bisnis Bersinar diawali dengan penentuan rekan kerja selama program *Cluster MBKM Kewirausahaan* berlangsung, yaitu sebanyak empat orang dalam satu kelompok. Dalam pengembangannya diperlukan pembagian atau penentuan tugas masing-masing anggota. Bersinar memiliki seorang CEO (*Chief Executive Officer*), COO (*Chief Operating Officer*), CPO (*Chief Product Officer*), dan CMO (*Chief Marketing Officer*). Tanggung jawab masing-masing anggota tidak hanya sampai disitu, penulis dan kelompok memiliki bagiannya lagi sebagai *creative director*, *brand designer*, *UI/UX designer*, dan *social media specialist*. Selama proses pengembangan Bersinar, COO yang ditugaskan dan akan bertanggung jawab dalam mengkomunikasikan rencana bimbingan atau *progress review* dengan *supervisor*. Begitu pula sebaliknya, *supervisor* akan memberikan intruksi secara langsung kepada COO. Intruksi serta segala informasi yang sudah diberikan kepada COO akan diteruskan kepada CEO, CMO, dan CPO. Intruksi yang diterima akan dilanjutkan dengan proses eksekusi dan masing-masing anggota akan bertanggung jawab penuh atas tugas yang sudah ditentukan dari awal.



Gambar 2. 4 Alur Koordinasi Tim MBKM *Cluster Kewirausahaan*
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Sesuai dengan bagan alur koordinasi kelompok Bersinar di atas, masing-masing anggota memegang tiga tugas dan tanggung jawab utama. COO bertanggung jawab dalam mengatur jadwal bimbingan, operasional perusahaan, dan membantu perancangan konsep yang kreatif untuk *marketing* Bersinar (*Creative Director*). CEO bertanggung jawab dalam mengarahkan anggota untuk fokus dengan tujuan perusahaan, menentukan segala keputusan yang berkaitan dengan perusahaan, dan memegang tanggung jawab dalam pembuatan desain visual (*Brand Designer*). CPO bertanggung jawab dalam mengembangkan jasa serta layanan dari bisnis Bersinar, membuat strategi pelaksanaan perusahaan, dan merancang *UI/UX* aplikasi Bersinar (*UI/UX Designer*). CMO bertanggung jawab dalam teknik memasarkan jasa dan layanan yang ditawarkan Bersinar, menentukan *goals* pemasaran Bersinar, dan pembuatan *content planning* (*Social Media Specialist*).

Selanjutnya adalah alur kerja kelompok Bersinar dalam pengerjaan laporan yang dibimbing oleh *advisor*. Diawali dengan penyampaian *brief* melalui *advisor* kepada kelompok melalui *e-mail* yang selanjutnya berkomunikasi melalui *group line* untuk mempermudah proses komunikasi. Laporan yang bersifat individu ini akan dikerjakan selama satu semester sesuai dengan informasi dan instruksi yang sudah diberikan. Pembuatan laporan dilengkapi dengan bimbingan yang bersifat wajib dilakukan oleh kelompok dengan *advisor*. Jadwal bimbingan terkait laporan ditentukan oleh *advisor* dan disepakati secara bersama.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Dalam membangun sebuah bisnis diperlukan sebuah analisis kelayakan usaha guna menemukan keuntungan dan kerugian dari perusahaan yang akan dikembangkan. Hal ini seperti melakukan penelitian yang lebih detail terkait layak atau tidaknya bisnis Bersinar dijalankan dalam jangka waktu tertentu. Analisis ini terdiri dari pengeluaran (*fixed cost & variable cost*) dan harga jual per *unit*. Dalam hal ini penulis dan kelompok menggunakan perhitungan *BEP unit*. Dengan begitu bisnis Bersinar bisa tetap fokus di tujuan awal dan menghindari kerugian yang ada di depan. Berikut adalah rincian pengeluaran Bersinar sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Rincian Pengeluaran Bersinar

No	Deskripsi	Biaya per Bulan	Total per Tahun
Biaya Operasional			
1	Gaji tim Bersinar	Rp20.000.000,00	Rp240.000.000,00
2	Gaji Karyawan (<i>Account Manager & In House Designer</i>)	Rp25.000.000,00	Rp306.000.000,00
3	Perawatan sistem aplikasi	Rp1.000.000,00	Rp12.000.000,00
Total Fixed Cost			Rp558.000.000,00
Variable Cost			
1	<i>Advertising & Marketing</i>	Rp5.000.000,00	Rp60.000.000,00
Total Variable Cost			Rp60.000.000,00

Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Berdasarkan tabel rincian di atas, diketahui bahwa total *fixed cost* sebesar Rp558.000.000,00 yang di dalamnya terdiri dari gaji tim Bersinar, gaji karyawan, dan perawatan sistem aplikasi. Selain itu total *variable cost* dari Bersinar sebesar Rp60.000.000,00 yang di dalamnya terdapat *advertising* dan *marketing* dari Bersinar selama setahun. Berikut adalah perhitungan *fixed cost* dari Bersinar per bulan:

$$\text{Fixed Cost} = \frac{\text{Total fixed cost}}{12 \text{ bulan}}$$

$$\text{Fixed Cost} = \frac{558.000.000}{12 \text{ bulan}}$$

$$\text{Fixed Cost} = 46.500.000/\text{bulan}$$

Melalui perhitungan tersebut, diketahui bahwa *fixed cost* Bersinar dalam per bulan sebesar Rp46.500.000,00. Selain itu, terdapat pula perhitungan *variable cost per unit* dari Bersinar yang diperlukan dalam perhitungan BEP sebagai berikut:

$$\text{Variable Cost} = \frac{\text{Variable Cost per Bulan}}{\text{Jumlah unit yang harus dijual}}$$

$$\text{Variable Cost} = \frac{5.000.000}{175 \text{ Unit}}$$

$$\text{Variable Cost} = 66,666 \text{ unit/bulan}$$

Setelah ditemukan angka dari *variable cost*, penulis dan kelompok melanjutkan perhitungan *BEP unit* sebagai berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Variable Cost}}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{46.500.000}{4.523.800 - 66,666}$$

$$\text{BEP (unit)} = 10,43 \text{ Unit}$$

$$\text{BEP (unit)} = 11 \text{ unit}$$

Ditemukan bahwa *BEP unit* dari Bersinar sebesar 11 *unit*. Dengan begitu, Bersinar perlu menjual 11 *unit* dari setiap layanan yang ditawarkan setiap bulannya untuk memperoleh *BEP*. Dalam hal ini proses Bersinar untuk mendapatkan balik modal adalah dengan jangka waktu selama satu tahun. Bersinar memutuskan untuk menstabilkan target penjualan perbulannya sepanjang satu tahun agar tetap konsisten karena perusahaan Bersinar masih dalam tahap perintisan. Melalui perhitungan di atas, penulis dan kelompok dapat menyimpulkan bahwa bisnis Bersinar memiliki potensi perkembangan dan keuntungan yang baik.

U M M N
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