

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ide bisnis Younite diawali dengan kesamaan *interest* setiap anggota kelompok, yaitu minat pada budaya Korea Selatan terutama K-Pop. Pada awalnya, kelompok melakukan *brainstorming* melalui aplikasi LINE CALL dan menjabarkan setiap ide yang terpikirkan ke dalam Google Docs sebagai berikut: <https://bit.ly/idebisnismbkm>

Berikut ini adalah hasil dari *brainstorming* yang telah dilakukan:

1. Membuat sebuah platform *digital* untuk membantu penggemar K-Pop agar mudah bersosialisasi satu dengan yang lain, baik untuk memberi informasi maupun mencari teman konser.
2. Membuat sebuah platform *digital* untuk dapat membantu mengembangkan bisnis UMKM K-Pop *fan merchandise* di Indonesia agar dapat memasarkan produk mereka.
3. Membuat sebuah platform *digital* untuk membantu pendaurulangan sampah dengan memberi informasi mengenai tempat pembuangan sampah. Namun ide ini tidak berhubungan dengan K-Pop dan tidak dapat dimonetisasi.
4. Membuat sebuah platform *digital* untuk menjual *preloved merchandise* atau album K-Pop yang dikarenakan pemilik lama sudah tidak tertarik lagi dengan K-Pop, tidak memiliki cukup ruang untuk menyimpan koleksi, memiliki stok terlalu banyak, serta merasa jenuh atas koleksi tersebut. Ide ini belum maksimal karena hanya memiliki satu fitur, yaitu jual beli.

Dari ide-ide tersebut, anggota kelompok berdiskusi untuk menentukan ide *final* yang memungkinkan untuk digunakan di dalam aplikasi.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan *brainstorming*, kelompok mendapatkan beberapa ide yang merupakan perpaduan ide-ide yang telah dijabarkan. Selanjutnya, kelompok memasukan ide bisnis pada *Cluster* MBKM Kewirausahaan yang melalui proses arahan serta menjalankan segala alur bimbingan yang telah dibuat oleh Cluster MBKM Kewirausahaan.



Gambar 2.1 Ide/ Pilihan Nama Bisnis

Gambar diatas merupakan beberapa ide untuk nama platform yang akan dirancang. Pembuatan serta penentuan nama dilakukan menggunakan *website* Canva dan didiskusikan melalui aplikasi LINE. Ide yang dipaparkan memiliki artinya masing-masing dan nama yang terpilih adalah Younite. Nama Younite mengartikan persatuan dari sebuah komunitas. Kata “Younite” mempunyai pelafalan yang sama dengan kata “*unite*” dalam bahasa Inggris diartikan bersatu. Oleh karena itu, nama “Younite” terpilih menjadi nama untuk platform K-Pop.

2.2 Business Model Canvas

Dalam perencanaan cara mendapatkan pemasukan untuk Younite, kelompok menggunakan *Business Model Canvas* yang berisi sembilan elemen sebagai berikut:

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*)

Younite adalah sebuah aplikasi untuk membangun relasi antar

penggemar K-Pop. Oleh sebab itu, segmen pelanggan diperlukan untuk mendapat gambaran perilaku pengguna aplikasi.

1. Umur: 15-25 tahun
2. Gender: Perempuan dan Laki-laki
3. Status sosial: SES C-A2
4. Pekerjaan: Mahasiswa, pelajar, pemilik UMKM *fan merchandise*, pekerja seni, pekerja pada umumnya
5. Gaya hidup: Gemar dan mengikuti perkembangan dunia K-Pop, gemar untuk mengumpulkan album atau *merchandise* K-Pop, senang untuk bergabung dalam sebuah komunitas, gemar *streaming* lagu atau *Music Video* K-Pop, pernah atau sering datang ke konser atau acara K-Pop.

2. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Sebuah usaha harus dapat menjalin ikatan yang baik dengan pelanggannya sehingga pelanggan akan merasa puas dengan menggunakan produk atau jasa secara terus menerus. Dalam hal ini, Younite menawarkan komunitas secara daring dan *community support*.

3. Saluran Distribusi (*Channels*)

Berbagai saluran distribusi untuk mendistribusikan produk dan jasa kepada konsumen yang merupakan penggemar K-Pop, diantaranya adalah aplikasi yang dapat diakses melalui ponsel, media sosial seperti Instagram dan Tiktok, *website* dan *email*, serta Whatsapp.

4. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

Perusahaan wajib mempunyai proposisi nilai untuk menjadi nilai keunikan dari perusahaan tersebut. Berikut ini adalah nilai-nilai yang dimiliki oleh Younite:

1. Pengalaman penggemar K-Pop untuk berinteraksi dengan setiap komunitas K-Pop
2. Kesempatan penggemar K-Pop untuk berinteraksi melalui satu aplikasi yang dilengkapi dengan berbagai fitur.
3. Menyediakan fasilitas berupa bantuan untuk penggemar K-Pop agar dapat menjumpai teman baru dan menghadiri konser bersama.
4. Menyediakan fasilitas layanan berita mengenai dunia K-Pop serta penjualan *fan merchandise* dan *preloved merchandise*.

Nilai yang dimiliki/ditawarkan oleh Younite akan memberikan pengalaman bersifat holistik bagi penggunanya, yaitu menghadirkan pengalaman untuk berinteraksi antara penggemar K-Pop, baik untuk memberikan informasi atau kegiatan jual beli.

5. Kegiatan Utama (*Key Activities*)

Kegiatan utama diperlukan untuk keberlangsungan serta keberlanjutan usaha. Kegiatan utama yang dimiliki oleh Younite adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan desain aplikasi
2. Halaman toko *online* (*Fan Merchandise & Preloved Merchandise*)
3. Mengadakan *event* serta *workshop*
4. Proyek yang diadakan oleh Komunitas penggemar
5. Promosi/iklan

6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)

Sumber daya utama perlu dijaga agar dapat terus memajukan kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkan. Berikut ini adalah sumber daya utama yang dimiliki oleh Younite:

1. *App Developer Specialist*

2. *E-Commerce Specialist*
3. *Active K-Pop Fanbase admin*
4. *Customer Service admin*

7. Mitra Kunci (Key Partners)

Partners sangat diperlukan demi berjalannya sebuah usaha bisnis. Mitra kunci yang dimiliki oleh Younite adalah sebagai berikut:

1. *K-Pop Fan Merchandise Vendor*
2. *K-Pop Fan Artist*
3. *Program collaborator*
4. *K-Pop Fanbase Community*
5. *Event Organizer*
6. *Event KOL / micro content creator*
7. Penyedia jasa antar barang

8. Struktur Biaya (Cost Structure)

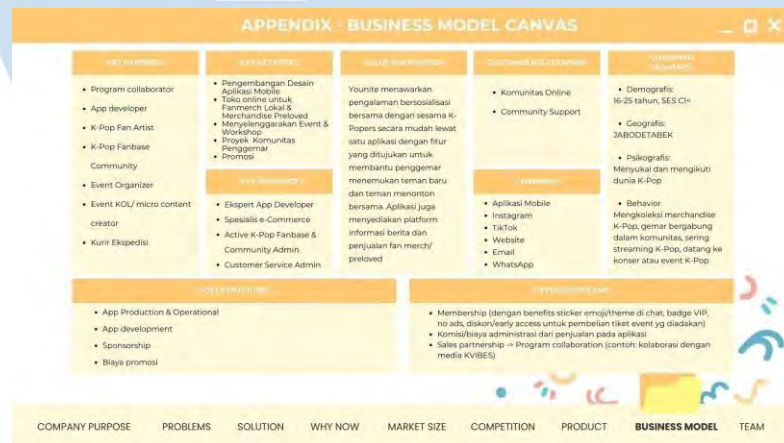
Struktur biaya diperlukan ketika menjalankan sebuah usaha. Biaya yang dimiliki oleh Younite, antara lain, biaya produksi, biaya operasional, *app development*, *sponsorship*, dan biaya promosi. Selanjutnya, bisnis model yang digunakan oleh Younite adalah C2C (*Customer to Customer*), dimana Younite akan menjadi penengah antara pengguna, menjaga keamanan untuk transaksi jual beli, dan memudahkan pengguna untuk menemukan dan menggunakan fitur yang disediakan.

Untuk menjalankan usahanya, Younite membutuhkan struktur biaya yang hemat serta efisien. Ini mencakup biaya produksi fitur aplikasi, alokasi sumber daya tenaga kerja untuk menjaga operasional platform, memberikan layanan yang terbaik kepada pengguna, serta anggaran untuk *sponsor* dan promosi guna memperkenalkan bisnis kepada potensi pengguna.

9. Sumber Pendapatan (*Revenue Streams*)

Sumber pendapatan diperlukan agar sebuah usaha dapat berjalan dengan lancar. Sumber pendapatan yang dimiliki oleh Younite adalah sebagai berikut:

1. *Membership* (mendapat manfaat berupa *sticker pack* dan *theme chat*, *badge VIP*, *no ads*, *early access* untuk proyek acara)
2. Biaya administrasi dari hasil penjualan di dalam aplikasi
3. *Program Collaboration* (contoh: kolaborasi dengan KVibes)



Gambar 2.2 Business Model Canva

2.3 Deskripsi Perusahaan

Sejak tahun 2020, budaya K-Pop di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia. Survei yang dilakukan oleh Jakpat pada tahun 2021 menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia menunjukkan minat tinggi terhadap K-Pop. Namun, platform yang dapat memenuhi kebutuhan terkait penggemar K-Pop masih belum memadai. Melihat peluang ini, kelompok membuat Younite, sebuah aplikasi yang terinspirasi dari budaya Korea, yaitu K-Pop.

Younite dirancang khusus untuk penggemar K-Pop yang memiliki tujuan sebagai aplikasi *all-in-one* yang memenuhi segala kebutuhan penggemar K-Pop. Nama Younite diciptakan dengan penggabungan dari kata “*you*” dan “*unite*”, yang

mengartikan bahwa “*You and I unite as one*”. Konsep ini mulai dirancang sejak 13 November 2023 dan proses perancangannya dimulai pada 29 Januari 2024.

Asal-usul K-Pop yang berasal dari Korea Selatan menjadi inspirasi untuk menciptakan logo Younite yang mengadopsi elemen-elemen khas tersebut. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan ilustrasi bendera Korea, Taeguk, yang menampilkan motif *yin* dan *yang* dalam warna biru dan merah. Logo Younite menampilkan ambigram manusia yang terbentuk dari huruf “y” dengan dua warna utama, yaitu biru toska dan merah muda. Logo yang dibuat memiliki dua jenis, yaitu *Logotype* dan Abstrak.



Gambar 2.3 Logo Younite

Visi dan misi Younite sebagai label adalah untuk melayani komunitas penggemar K-Pop di Indonesia. Visi Younite adalah menjadi platform bagi penggemar K-Pop untuk bersatu dan menciptakan kenangan bersama, tidak hanya dengan idolanya tetapi juga dengan sesama penggemar K-Pop. Selanjutnya, misi Younite adalah menciptakan lingkungan yang aman bagi penggemar K-Pop untuk bersosialisasi, mempererat hubungan dan membuat kenangan dengan sukacita dan kasih sayang.

U 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

2.4 Struktur Perusahaan

Dalam memastikan keberlangsungan Younite, kerjasama dari berbagai pihak diperlukan yang dijelaskan dalam struktur perusahaan berikut:



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Younite

1. **Chrysantha Edeline Widjaja (CFO), UI Designer 2 & Copywriter:** Menyusun desain tampilan antarmuka (UI) untuk aplikasi atau *website*, Menyusun teks untuk aplikasi dan *website*, serta menulis teks dan *caption* untuk keperluan konten media sosial yang digunakan dalam pemasaran ide bisnis kelompok.
2. **Jacqueline Juliana Sjarief (COO), Art & Creative Designer:** Mencari inspirasi dan merancang konsep visual untuk keperluan brand, membuat dan menghasilkan elemen dan grafik visual, membantu menyesuaikan perkembangan desain agar sesuai dengan jadwal kerja, memberikan arahan serta mengawasi pembuatan konten visual untuk memastikan konsistensinya.
3. **Janice Dwi Augustine (CEO), Creative Marketing Director & Social Media Specialist:** Memimpin untuk pembahasan ide-ide kreatif bersama anggota tim, merencanakan konsep desain dan konten bersama anggota tim, menganalisis data untuk mengamati tren, mengawasi proses desain, memberikan arahan kepada tim selama proses pelaksanaan, menetapkan jadwal kerja, mengambil keputusan tentang ide-ide kreatif, serta memberikan *feedback* kepada anggota tim.
4. **Michelle Vannesa Theodora (CMO), UI Designer 1 & Content Marketing:** Membuat rangkaian desain tampilan antarmuka (*layout interface*) aplikasi ataupun *website*. Merencanakan, membuat, serta

membagikan konten pada media sosial tertentu yang dapat menjangkau audiens serta meningkatkan *brand awareness* dari ide bisnis.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pelaksanaan MBKM Kewirausahaan dibagi menjadi dua alur. Alur yang pertama melibatkan koordinasi dengan pihak Skystar Ventures, sementara alur yang kedua melibatkan dosen pembimbing internal yang telah ditentukan oleh Koordinator Kewirausahaan MBKM. Kedua alur ini dilakukan secara bersamaan selama jam kerja harian dengan alokasi waktu selama 640 jam untuk *supervisor* dan 207 jam untuk *advisor*. Pertemuan bimbingan dilakukan minimal delapan kali sebelum Ujian Akhir Semester, empat kali sebelum Ujian Tengah Semester dan empat kali sebelum Ujian Akhir Semester. Rincian alur pelaksanaan MBKM Kewirausahaan dapat dilihat dalam diagram pada Gambar 2.5.



Gambar 2.5 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Kelompok memperoleh bimbingan dan pendampingan utama dalam program MBKM Kewirausahaan dari *supervisor*, yang diwakili oleh Skystar Ventures yang dikoordinasikan oleh Ibu Michelle Greysianti dan Bapak Hoky Nanda. Dalam pelaksanaannya melibatkan komunikasi dua arah dengan menggunakan Google Classroom dan Grup LINE, yang terdapat kegiatan pembelajaran asinkron, pemberian tugas, serta tanggung jawab mahasiswa untuk mengisi dan menyelesaikan tugas harian setiap hari di *website* Kampus Merdeka UMN, serta melakukan *progress review* kelompok. Tugas harian yang telah selesai akan diberikan kepada Skystar Ventures untuk diverifikasi, diterima, atau ditolak penugasannya. Proses diterima atau penolakan tugas dilakukan berdasarkan *progress review*, dimana kelompok diminta untuk mempresentasikan tugas

tersebut. Jika ada perubahan yang diperlukan, kelompok harus melakukan revisi sesuai dengan kriteria penerimaan dan tugas akan kembali dievaluasi.

Selain mendapat bimbingan dari Skystar Ventures untuk pengembangan usaha, mahasiswa juga memiliki tanggung jawab untuk menyusun laporan MBKM yang akan diserahkan kepada Koordinator MBKM pada saat evaluasi. Laporan tersebut disusun secara berkala sesuai dengan panduan yang diberikan oleh Koordinator MBKM, dan mahasiswa diharuskan untuk memenuhi tugas harian bagian *advisor* serta melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing internal, yaitu Bapak Airbah Tulus Makmud, yang bertanggung jawab sebagai *advisor* untuk mengevaluasi penulisan laporan. Proses bimbingan dengan dosen pembimbing internal serupa dengan bimbingan dari dosen pembimbing eksternal, yaitu laporan yang diterima dapat diberikan dan laporan yang masih belum benar harus direvisi terlebih dahulu hingga disetujui.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha Younite ini berdasarkan *Break Even Point* (BEP), sebelum itu diperlukan adanya biaya investasi awal, dan biaya operasional awal dalam melakukan pembentukan Younite sebagai aplikasi *middleman*. Biaya investasi awal untuk fitur yang disediakan oleh Younite, yaitu *e-Commerce*, *Chat*, *find concert buddy* dan biaya *hosting*. Selain itu, biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran, yaitu biaya promosi untuk media sosial, biaya *KOL/influencer endorsement*, dan *sales collaboration* dengan *media partner* untuk sebuah acara serta gaji karyawan.

Tabel 2.1 Tabel Biaya Awal Younite

No.	Deskripsi	Biaya per Bulan	Total per Tahun
Biaya Investasi Awal			
1	Fitur <i>e-Commerce</i>	Rp500.000,00	Rp6.000.000,00
2	Fitur Chat	Rp166.667,00	Rp2.000.124,00

3	Fitur <i>Find Concert Buddy</i>	Rp333.333,00	Rp4.999.996,00
4	<i>Hosting</i> (App Store & Google Play)	RP166.667,00	Rp2.000.124,00
			Rp14.000.244
Biaya Marketing			
5	<i>Marketing - Media sosial</i> (Instagram & Tiktok Ads)	Rp500.000,00	Rp6.000.000,00
6	<i>Marketing - KOL/ Influencer Endorsement</i>	Rp1.500.000,00	Rp18.000.000,00
7	<i>Marketing - Media Partner (Sales Collaboration)</i>	Rp500.000,00	Rp6.000.000
8	Gaji Karyawan (4 orang)	Rp2.500.000,00/orang	Rp120.000.000,00
9	IT Maintenance	Rp3.000.000	Rp36.000.000
Total			Rp200.000.244,00

Younite menganalisa Break Even Point (BEP) dengan membagi ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya operasional yang tidak pernah berubah. Dalam Younite, biaya tetap yang diperlukan adalah biaya domain aplikasi, biaya marketing, serta gaji karyawan. Sementara, biaya variabel adalah biaya yang akan berubah sesuai dengan jumlah penjualan. Dalam Younite, biaya variabel yang diperlukan adalah biaya promosi dan biaya pengiriman. Kedua biaya ini diperlukan untuk menghitung BEP sebagai berikut:

Tabel 2.2 Tabel *Break Even Point*

Biaya Tetap	Rp200.000.244
Biaya Jual Per Unit	Rp550.000
Variable Cost Per Unit (Harga dari Seller)	Rp500.000
BEP (Unit)	4.000

Contoh perhitungan BEP Younite terlihat melalui proyeksi keuangan. Biaya tetap selama satu tahun sebesar Rp200.000.244,00, dengan margin keuntungan sebesar 10% dari rata-rata transaksi sebesar Rp500.000,00. Menurut contoh tersebut, BEP Younite dihitung sebagai berikut:

1. Perhitungan BEP (Revenue Stream)

$$\text{BEP} = \text{Revenue} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Biaya Jual Per Unit} - \text{Variable Cost})}$$

a. Per tahun

$$\text{BEP} = \text{Revenue} = \frac{\text{Rp200.000.244}}{(\text{Rp550.000} - \text{Rp500.000})} = 4.000/\text{Unit per tahun}$$

b. Per bulan

$$\text{BEP} = \text{Revenue} = \frac{4.000}{12} = 333/\text{Unit per bulan}$$

Hasil perhitungan BEP memperlihatkan bahwa Younite perlu memperoleh minimal 4.000 transaksi per tahunnya atau sekitar 333 transaksi per bulan untuk memenuhi biaya tetap dan variabelnya, serta mencapai BEP dan *profit* tanpa mengurangi pendapatan yang didapat melalui *membership* dan biaya administrasi tiket konser *secondhand*.

2. *Other Revenue Stream*

a. Membership

Misal: 1 bulan 100 orang subscribe membership,
Keuntungan sekali membership dengan harga Rp19.000,00

per bulan dari biaya administrasi 10% adalah

Rp1.900,00/membership

Income Membership = Rp1.900,00 x 100 orang =
Rp190.000,00/bulan

b. Tiket konser *secondhand*

Misal: 1 bulan 10 tiket, Keuntungan 1 tiket dengan minimal
harga Rp2.000.000 dari biaya administrasi 10% adalah
Rp200.000/tiket

Income Tiket Konser = Rp200.000,00 x 10 tiket =
Rp2.000.000,00/bulan

Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan memperhitungkan biaya tetap dan variabel mempengaruhi BEP Younite yang memiliki perhitungan yang dapat berubah secara berkala. Berdasarkan contoh perhitungan finansial di atas, agar mencapai BEP dan memperoleh keuntungan, Younite sebagai aplikasi perantara (*middleman*) perlu memperoleh transaksi penjualan sebesar 300 per bulan dengan pendapatan yang diperoleh melalui penjualan *membership* sebesar Rp190.000,00 per bulan dan tiket konser *secondhand* sebesar Rp 2.000.000,00 per bulan. Dari perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Younite berpotensi menjadi bisnis yang menguntungkan.

