

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Mula awal dari terbentuknya tim MBKM Kewirausahaan berasal dari kepekaan penulis dan anggota tim terhadap lingkungannya yang masih memendam perasaan mereka, observasi pun dilakukan dengan mengamati sekitar seperti di area kampus dan teman seumuran anggota tim. Tentunya pada awalnya penulis dan anggota tim melakukan *research* dan *brainstorming* bersama secara *offline*, apa solusi yang tepat untuk permasalahan yang sedang dihadapi saat ini.

Memendam dan mengabaikan perasaan atau emosi negatif juga bisa menyebabkan *toxic positivity* terhadap diri sendiri. *Toxic positivity* sendiri merupakan kepercayaan bahwa seberapa sulit dan mengerikannya keadaan yang ada, seseorang harus mempertahankan pikiran positif. *Toxic positivity* adalah hal yang berfokus pada sisi positif dan mengabaikan emosi negatif, memaksakan seseorang untuk tetap positif di keadaan yang tidak baik-baik saja (Geaby, 2021). Ketika seseorang sedang dihadapkan dengan masalah, mereka akan berusaha untuk menutupi masalahnya dengan orang lain. Oleh karena itu banyak orang yang lebih memilih diam daripada menceritakan masalahnya dengan orang lain, karena mereka tidak ingin dianggap remeh dan tidak dihargai (Jati, 2022).

Analogi balon yang banyak dimasuki udara selama sehari-hari, berminggu-minggu, hingga tahun lamanya yang dapat membuat balon itu semakin membesar hingga suatu hari tidak sanggup lagi menampung dan meledak. Sama halnya seperti perasaan yang terus dipendam oleh remaja, jika terus-terusan dipendam, maka pada akhirnya akan dikeluarkan juga oleh mereka, namun biasanya akan dikeluarkan ke perilaku destruktif yang dapat merugikan remaja.

Tidak dengan hanya itu, anggota tim juga melakukan penyebaran kuesioner secara *online* di Jabodetabek untuk memperkuat alasan permasalahan yang sedang dihadapi. Setelah mendapat hasil jawaban yang cukup kuat, anggota tim juga melakukan sebuah wawancara dengan psikolog. Kami memilih narasumber kami yaitu Ellyana Dwi, M.Psi, seorang Psikolog klinis yang sedang aktif di media sosial untuk menyebarkan tentang kesehatan mental.

Saat seseorang merasa tertekan atau gugup, membuat jurnal dapat membantu seseorang memahami dan mengelola perasaan. Berapapun usianya, semua orang dapat menulis sebuah jurnal. Selain menjadi cara bagi orang dewasa untuk melepas penat, menulis bisa menjadi kegiatan yang mendorong pertumbuhan dan remaja (Ratih, 2024). Berikut adalah beberapa keuntungan remaja dalam menulis jurnal secara fisik:

- a Menjadi cerdas secara emosional.
- b Dapat mengakui perasaan sulit termasuk kesedihan, penyesalan, dan kemarahan di antara emosi lainnya.
- c Membuat remaja lebih mudah untuk mengidentifikasi dirinya.

Setelah mencari data primer, data sekunder dan beberapa data tambahan lain, penulis dan anggota tim dapat menemukan jawaban solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh remaja yaitu membuat ide bisnis buku jurnal yang berisikan beberapa *prompt*, *quest*, dan juga pertanyaan yang akan memandu konsumen untuk menulis jurnal keseharian mereka. Selain produk utama buku jurnal, penulis dan anggota tim juga akan membuat *website* di mana mereka dapat membeli produk juga dapat berinteraksi di *website* interaktif kami di mana mereka dapat secara *anonym* menulis perasaan mereka pada laman yang telah disediakan sesuai dengan aturan norma yang berlaku.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

254 Days: My Feelings adalah sebuah produk *self-journaling* yang membantu konsumennya dalam mengungkapkan perasaannya dan sebagai

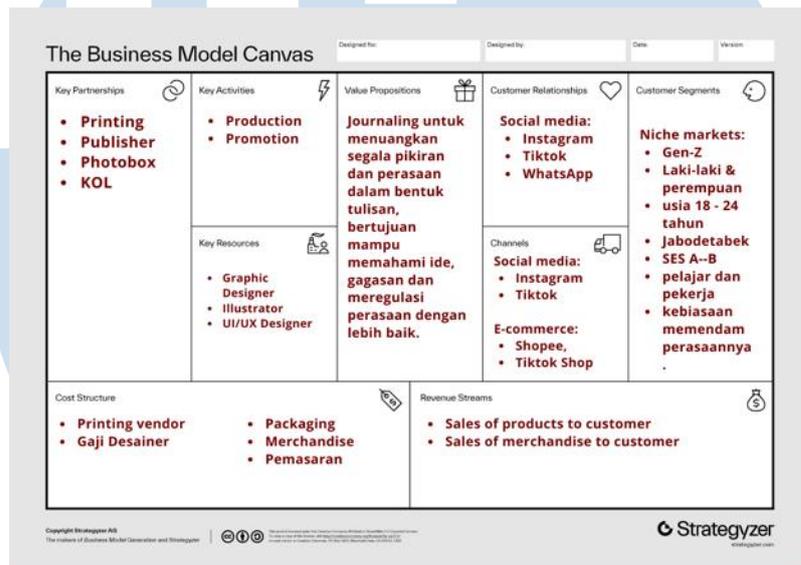
wadah ekspresi diri. Melalui produk jurnal *254 Days: My Feelings*, diharapkan konsumen mampu untuk membangun kebiasaannya dalam mengungkapkan perasaan selama 254 hari. Jurnal *254 Days: My Feelings* ini berisi beberapa pertanyaan, *prompt*, dan juga *quest*. *254 Days: My Feelings* juga menggabungkan seluruh jenis jurnal dalam satu buku jurnal mulai dari *reflective journaling* (untuk refleksi terhadap diri sendiri), *diary journaling* (untuk menuliskan keseharian sehari-hari), dan *gratitude journaling* (untuk bersyukur). Buku jurnal ini didesain khusus untuk umur 18-24 tahun yang sudah ditetapkan sebagai target pasar dari *254 Days: My Feelings*. Seperti ditentukan dari gaya bahasa, model buku, dan juga gaya penyampaian. Tim berusaha dengan baik agar target pasar dapat menggunakan buku jurnal ini dengan sebaik-baiknya.

Menulis jurnal dapat mengurangi gejala kecemasan dan depresi serta meningkatkan hubungan antar manusia, seperti yang telah diungkapkan oleh psikolog dan pakar penulisan ekspresif terkemuka Dr. James Pennebaker, yang penelitiannya dimuat di situs Kementerian Keuangan Indonesia (Sinaga, 2023) Dalam rencana tim penulis, media interaktif buku jurnal *254 Days: My Feelings* ini akan memberikan tempat dan ruang bagi generasi muda Indonesia untuk lebih leluasa mengungkapkan pikiran, perasaan, dan emosinya terkait pengalaman yang telah terjadi dalam hidupnya. Selain itu, buku jurnal *254 Days: My Feelings* mungkin dapat berguna dalam mengelola pola dan kemajuan penting dalam hidup mereka, serta dapat membantu mengatasi tantangan dan perubahan yang terjadi pada transisi remaja ke dewasa.

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

2.2 Business Model Canvas

Berikut adalah gambar dari *Business Model Canvas* dari Perusahaan PT. Dua Lima Empat.



Gambar 2. 1 Business Model Canvas 254 Days: My Feelings

Yang pertama terdapat *key partnership* (mitra utama dalam bisnis seperti pemasok) dari Perusahaan PT. Dua Lima Empat beserta penjelasannya, yaitu:

1. *Printing*: vendor *printing* untuk kelangsungan perusahaan dan produk dari perusahaan.
2. *Publisher*: *publisher* buku untuk mempublish buku dari perusahaan menuju klien.
3. *Photobox*: vendor *photobox* untuk kelangsungan promosi dari perusahaan dan produk perusahaan.
4. KOL (*Key Opinion Leader*): KOL terpilih untuk ikut serta melangsungkan promosi terhadap klien dari perusahaan dan produk perusahaan.

Kemudian selanjutnya adalah *key activities* (kegiatan yang diberlangsungkan demi keberhasilan perusahaan) dari Perusahaan PT. Dua Lima Empat beserta penjelasannya, yaitu:

1. *Production*: tahap aktivitas pembuatan produk dari perusahaan yaitu buku jurnal. Mulai dari *research*, *brainstorming*, pembuatan buku dan bagaimana buku itu akan dibuat.
2. *Promotion*: tahap aktivitas promosi saat buku tersebut sudah siap untuk diluncurkan dan dijual ke klien tertuju, mulai dari promosi konvensional dan promosi digital.

Kemudian selanjutnya adalah *key resources* (sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan) dari Perusahaan PT. Dua Lima Empat beserta penjelasannya, yaitu:

1. *Graphic designer*: dibutuhkan untuk membuat rancangan desain untuk identitas visual brand dari perusahaan yang menggambarkan citra perusahaan.
2. *Illustrator*: dibutuhkan untuk kelangsungan rancangan desain produk buku yang membutuhkan ilustrasi yang sesuai dengan target pasar perusahaan.
3. *UI/UX designer*: dibutuhkan untuk membuat rancangan *website* yang akan digunakan untuk kegiatan promosi perusahaan dalam mempromosi produk.

Selanjutnya berisikan value proposition dari produk Perusahaan PT. Dua Lima Empat yaitu “*Journaling* untuk menuangkan segala pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan, bertujuan mampu memahami ide, gagasan dan meregulasi perasaan dengan lebih baik” yang sama dengan visi misi perusahaan dari PT Dua Lima empat. Selanjutnya ada *cost structure* (total keseluruhan biaya yang dikeluarkan) dimana cost dari Perusahaan PT. Dua Lima Empat akan berjalan, yaitu pada aspek berikut:

1. *Printing vendor*: untuk printing produk dari perusahaan.
2. Gaji desainer: desainer untuk mendesain produk dari perusahaan.
3. *Packaging*: untuk *packaging* yang digunakan untuk produk dari perusahaan.

4. *Merchandise*: untuk pembuatan *merchandise* produk dari perusahaan.
5. Pemasaran: untuk pembuatan promosi berbayar maupun non berbayar untuk mempromosikan produk dari perusahaan.

Kemudian berisikan *customer relationship* (strategi bisnis membangun hubungan dengan customer) dimana Perusahaan PT. Dua Lima Empat dapat berkomunikasi langsung dengan *customer*:

1. Instagram: dapat melakukan interaksi dalam *feeds*, *story*, *highlight*, *direct message* dan beberapa fitur interaktif dari Instagram.
2. TikTok: dapat melakukan interaksi dalam video TikTok, *photo* TikTok dan *direct message*.
3. Whatsapp: dapat menggunakan *broadcast* mingguan untuk menjadi reminder agar klien tetap mengingat produk dan perusahaan.

Selanjutnya ada *channels* (saluran komunikasi dengan calon *customer*) dimana Perusahaan PT. Dua Lima Empat dapat menjual produk mereka, berikut beberapa *channels* yang perusahaan gunakan:

1. Social media: Instagram dan TikTok.
2. *E-commerce*: Shopee dan TikTok.

Dan yang terakhir ada pada *revenue streams* (keuntungan finansial bagi perusahaan) Perusahaan PT. Dua Lima Empat, yaitu sebagai berikut:

1. *Sales of products to customer*: hasil jual dari barang produk utama perusahaan kepada klien.
2. *Sales of merchandise to customer*: hasil jual dari barang *merchandise* kepada klien.

2.3 Deskripsi Perusahaan

PT. Dua Lima Empat adalah perusahaan yang bekerja di bidang lingkungan dan sosial untuk kesehatan mental remaja. Hadirnya PT. Dua Lima Empat berawal dari ide bersama tim yang melihat bahwa lingkungan di sekitar tim banyak sekali remaja yang sering memendam perasaan mereka karena tidak tahu ingin mencurahkan perasaan mereka karena tidak mempunyai tempat untuk bercerita.

Tidak hanya dengan observasi, namun hasil *Focus Group Discussion* (FGD), kuesioner, dan hasil wawancara dengan ahli psikolog semua menyatakan bahwa remaja sulit untuk menemukan tempat untuk bercerita.

PT Dua Lima Empat juga memiliki visi menjaga kesehatan mental remaja dari hal sekecil apapun mulai dari perasaan mereka dan misi memberikan tempat untuk mencurahkan perasaan mereka. Dua Lima Empat atau 254 berasal dari studi 2009 yang diterbitkan dalam *European Journal of Social Psychology*, pembentukan kebiasaan dapat memakan waktu antara 18 hingga 254 hari (Liputan 6, 2023).



Gambar 2. 2 Logo Perusahaan PT Dua Lima Empat

Logo perusahaan PT Dua Lima Empat dirancang seperti kalender karena berdasarkan arti dari perusahaan adalah 254 (dua lima puluh empat). Hari dilambangkan dengan kalender di mana tanggal dan hari dapat dilihat di dalam sebuah kalender. Bertuliskan Dua Lima Empat karena diambil dari studi yang sudah disebutkan sebelumnya. Dilansir dari situs *YourTango*, merah adalah warna yang diasosiasikan dengan antusiasme, keberanian, dominasi, dan kreativitas (Mufida, 2023). Dengan warna merah, PT Dua Lima Empat sebagai perusahaan mengharapkan produk dari Perusahaan ini dapat mengimplementasi warna merah ke dalam kehidupan pengguna.

2.4 Struktur Perusahaan



Gambar 2. 3 Struktur Perusahaan PT. Dua Lima Empat

Struktur tim dari PT. Dua Lima Empat terdiri atas 4 orang dengan fungsi dan tugas yang telah diberikan dan akan dilaksanakan selama MBKM Kewirausahaan berlangsung, berikut adalah struktur tim dari PT. Dua Lima Empat:



Gambar 2. 4 Struktur Perusahaan PT. Dua Lima Empat

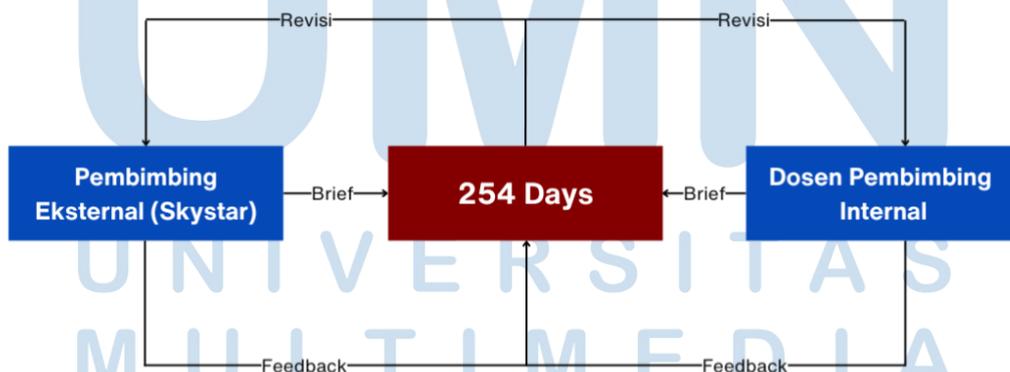
Berikut adalah penjabaran dari setiap *jobdesk* yang telah dibagi kepada setiap seluruh anggota tim:

1. Malika Putri Aeranty selaku *Chief Executive Officer* (CEO) dari PT. Dua Lima Empat, yang berfungsi sebagai pembuat keputusan dan strategi internal tim agar produksi bisnis dapat berjalan sesuai visi misi perusahaan.

2. Jessica Angelin sebagai *Chief Design Officer* (CDO) dari PT. Dua Lima Empat, yang berfungsi dan bertugas untuk melakukan hal-hal yang berkaitan dengan desain visual, baik cetak maupun digital seperti website 254 Days.
3. Felicia Elsa Daniswara sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) dari PT. Dua Lima Empat, yang berfungsi untuk membuat strategi pemasaran produk PT. Dua Lima Empat baik secara digital maupun konvensional.
4. El Myrell Aubrey A.P sebagai *Chief Financial Officer* (CFO) dari PT. Dua Lima Empat, yang berfungsi untuk mengatur dan mengelola kegiatan keuangan perusahaan, seperti arus keuangan, kas, perencanaan, melaporkan, hingga mengobservasi kondisi finansial PT. Dua Lima Empat.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja perusahaan dari tim 254 Days: *My Feelings* adalah dimulai dari pembimbing eksternal (Skystar Ventures) dan dosen pembimbing internal memberikan brief yang harus dikerjakan dan dilaksanakan oleh tim 254 Days: *My Feelings*. Setelah melaksanakan *brief* yang telah diberikan, tim 254 Days: *My Feelings* pun melakukan bimbingan terhadap dua pihak pembimbing dan diberikan *feedback* untuk melakukan revisi, sehingga revisi dilaksanakan dan diteruskan oleh tim dan dikembalikan ke dua pihak pembimbing untuk dicek kembali.



Gambar 2. 5 Alur Koordinasi tim PT. Dua Lima Empat

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Untuk menjamin kelancaran operasional jurnal *254 Days: My Feelings*, juga telah disusun rencana *cash flow* yang dapat mencapai *Break Even Point* (BEP). Karena hal tersebut, tabel di bawah ini merupakan penjabaran tentang kelayakan usaha produk buku jurnal *254 Days: My Feelings* dari PT. Dua Lima Empat, dalam bentuk penyajian analisis *cash flow* selama 1 tahun ke depan:

Tabel 2. 1 Penjabaran tentang kelayakan usaha produk buku jurnal *254 Days: My Feelings*.

Fixed Cost (Biaya Tetap)			
No.	Jenis Biaya	Biaya per Bulan	Biaya per Tahun
1.	Gaji Desainer (4 Orang)	Rp4.000.000	Rp48.000.000
2.	Maintenance Website	Rp600.000	Rp7.200.000
3.	Admin E-commerce (6%) (<i>Tiktok Shop dan Shopee</i>)	Rp10.000	Rp120.000
4.	Perpajakan (5%)	Rp79.000	Rp948.000
5.	Pemasaran: Open Booth (Dekorasi Booth dan Transportasi)	Rp1.000.000	Rp12.000.000
6.	Pemasaran: KOL (<i>Influencer</i>)	Rp1.500.000	Rp18.000.000
7.	Pemasaran: Media Partner (<i>Photobox Vendor Collaboration</i>)	Rp6.000.000	Rp72.000.000
8.	Kurir Pengiriman	Rp500.000	Rp6.000.000
	TOTAL	Rp13.689.000	Rp164.268.000
Variable Cost (Biaya Tidak Tetap)			
No.	Jenis Biaya	Biaya	

1.	Percetakan Buku	Rp48.000
2.	Percetakan Kemasan	Rp56.000
3.	Percetakan <i>Merchandise</i>	Rp30.000
4.	Pengepakan	Rp11.500
	TOTAL	Rp145.500

Selain itu, PT. Dua Lima Empat telah memberikan contoh perhitungan BEP penjualan produk buku jurnal *254 Days: My Feelings*. Perhitungan ini berdasarkan perhitungan total biaya tetap perusahaan yang berjumlah Rp 164.268.000. Selanjutnya hasil penghitungan biaya variabel (tidak tetap) yang berjumlah Rp 145.500 dihitung menggunakan rumus BEP

Tabel 2. 2 Hasil Perhitungan Break Even Point (BEP)

Break Even Point (Unit) per Tahun		
$FC / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel})$	$164.268.000 / (79.000 - 145.500)$	2470 Unit
Break Even Point (Unit) per Bulan		
$\text{Unit per Tahun} / 12 \text{ Bulan}$	$2470 / 12$	205 Unit

Break Even Point (BEP) dihitung berdasarkan biaya tetap perusahaan yang terdiri dari gaji individu desainer grafis dan UI/UX sebesar Rp 1.000.000,- 6% biaya administrasi *e-commerce*, 5% pajak (pph) dari harga jual Rp 79.000, biaya pemeliharaan *website* bulanan Rp 600.000, biaya pemasaran dan jasa kurir pengiriman. Jumlah seluruh biaya tetap adalah Rp 164.268.000. Setelah mengidentifikasi biaya-biaya variabel perusahaan seperti pencetakan, pengepakan, dan pembuatan kemasan, maka seluruh jumlah biaya variabel tersebut berjumlah Rp 145.500.

Berdasarkan perhitungan yang terdapat pada tabel di atas, perusahaan harus menjual setidaknya 2470 unit jurnal *254 Days: My Feelings* setiap tahunnya, atau minimal 205 unit per bulan. Jika dirupiahkan, total pendapatan perseroan adalah sebesar Rp195.130.000,- yang merupakan *Break Even Point* (BEP) atau titik di mana biaya operasional sama dengan pendapatan per tahun.

