

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Selama proses pengumpulan proposal, penulis dan anggota tim internal bekerja sama untuk mengembangkan dan menjabarkan ide bisnis yang telah diajukan. Ini dimulai dengan mengamati perasaan penulis dan anggota tim terhadap orang-orang di sekitar mereka, yang kemudian diikuti dengan mengamati lingkungan universitas dan orang-orang seumuran. Sebelumnya, penelitian dan diskusi tatap muka telah dilakukan dengan seluruh anggota internal untuk menentukan solusi terbaik untuk masalah yang dihadapi.

Banyak orang menunjukkan *toxic positivity* terhadap diri mereka, dengan cara menyembunyikan atau mengabaikan emosi dan perasaan negatif mereka sendiri. *Toxic Positivity* adalah definisi dari keyakinan bahwa situasi saat ini begitu mengerikan, sehingga sulit sehingga seseorang tidak mau mempertahankan pikiran positif. Selalu fokus pada sisi yang positif dan sengaja mengabaikan emosi negatifnya, memaksakan diri untuk tetap positif dalam situasi yang buruk (Geaby & Hendro, 2021). Saat seseorang menghadapi masalah, mereka cenderung berusaha menutupinya dengan orang lain. Jadi, banyak orang memilih untuk tetap diam daripada membahas masalah mereka dengan orang lain. Ini jelas disebabkan oleh keinginan mereka untuk tidak dipandang remeh dan tidak dihargai (Jati, 2021).

Jika sebuah balon diisi penuh dengan udara selama sehari-hari, berminggu-minggu, atau bertahun-tahun lamanya, itu pasti dapat membuat balon menjadi lebih besar hingga akhirnya tidak mampu menampung lagi dan meledak. Hal ini mirip dengan perasaan seseorang yang terus-menerus

dipendam; pada akhirnya, semuanya akan meledak, dan beberapa orang menggunakan perasaan itu untuk perilaku yang merugikan, baik untuk diri mereka sendiri maupun lingkungannya.

Anggota tim juga telah menyebarkan kuesioner di wilayah Jabodetabek melalui media sosial. Setelah itu, diberlakukannya wawancara bersama seorang psikolog anak dan remaja untuk memastikan bahwa jawaban yang diberikan akan mendukung data, bersama Ellyana Dwi, M.Psi, seorang psikolog klinis profesional, sebagai narasumber yang dipilih.

Setelah mengumpulkan seluruh data yang diperlukan untuk mendukung bisnis ini, penulis dan anggota tim dapat menemukan solusi, yaitu melalui buku jurnal yang menggabungkan buku jurnal dari tiga jenis jurnal: *diary*, *gratitude*, dan *reflective*. Jurnal ini pun berisi berbagai macam petunjuk yang akan membantu pelanggan dalam menulis jurnal. Produk utama bisnis ini tidak hanya terdiri dari buku jurnal, tetapi juga situs web di mana mereka dapat membeli produk dan dapat melakukan interaksi terkait produk, secara anonim dimana para calon pelanggan dapat menulis pendapat atau perasaan mereka, yang tentunya sesuai dengan peraturan dan ketentuan.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Jurnal *254 Days: My Feelings* adalah produk buku jurnal *self-journaling* yang dimaksudkan untuk membantu pelanggannya dalam mengungkapkan perasaannya dan sebagai wadah ekspresi diri. Selain itu, studi oleh Sohan juga ikut menekankan bahwa metode *journalingisme* adalah metode yang berhasil dalam mengatasi berbagai kelompok yang mengalami gangguan kesehatan mental (Sohal et al., 2022).

Produk buku jurnal ini berisi petunjuk berupa pertanyaan, *prompt*, dan *quest* yang menggabungkan tiga jenis jurnal dalam satu buku. Di antaranya adalah *reflective* (untuk berpikir tentang diri sendiri), *diary*

(untuk menulis tentang kesehariannya), dan *gratitude* (untuk selalu bersyukur). Buku jurnal ini ditujukan untuk usia 18 hingga 24 tahun, sehingga tim sudah berusaha keras untuk memastikan bahwa target pasar dapat menggunakan buku jurnal ini dengan sebaik mungkin, termasuk menentukan gaya bahasa yang tepat, model buku, dan gaya penyampaian.

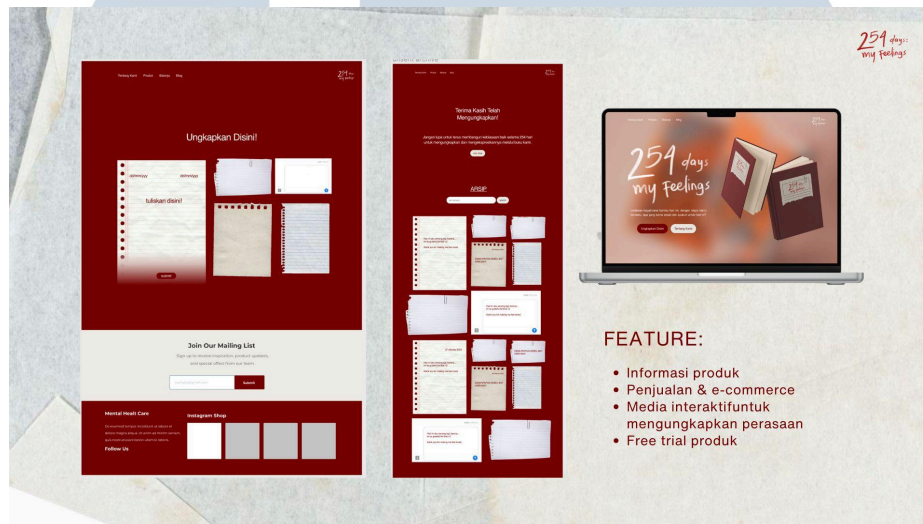
Kegiatan atau aktivitas menulis jurnal dapat mengurangi kecemasan dan depresi serta meningkatkan hubungan antar manusia (Sinaga, 2023). Media interaktif buku jurnal *254 Days: My Feelings* akan memberi generasi muda Indonesia tempat dan ruang untuk mengungkapkan pikiran, perasaan, dan emosi mereka tentang peristiwa yang telah mereka alami.



Gambar 2.1 Ide Bisnis Buku *Self-Journal 254 Days: My Feelings*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Selain itu, ada pula dirancangnya sebuah *website* sebagai media informasi terkait informasi perusahaan maupun produk, hingga pemesanan. Adapula finalisasi ide bisnis produk media interaktif berupa situs web dari *254 Days*, dimana dalam *website* terdapat berbagai macam fitur.



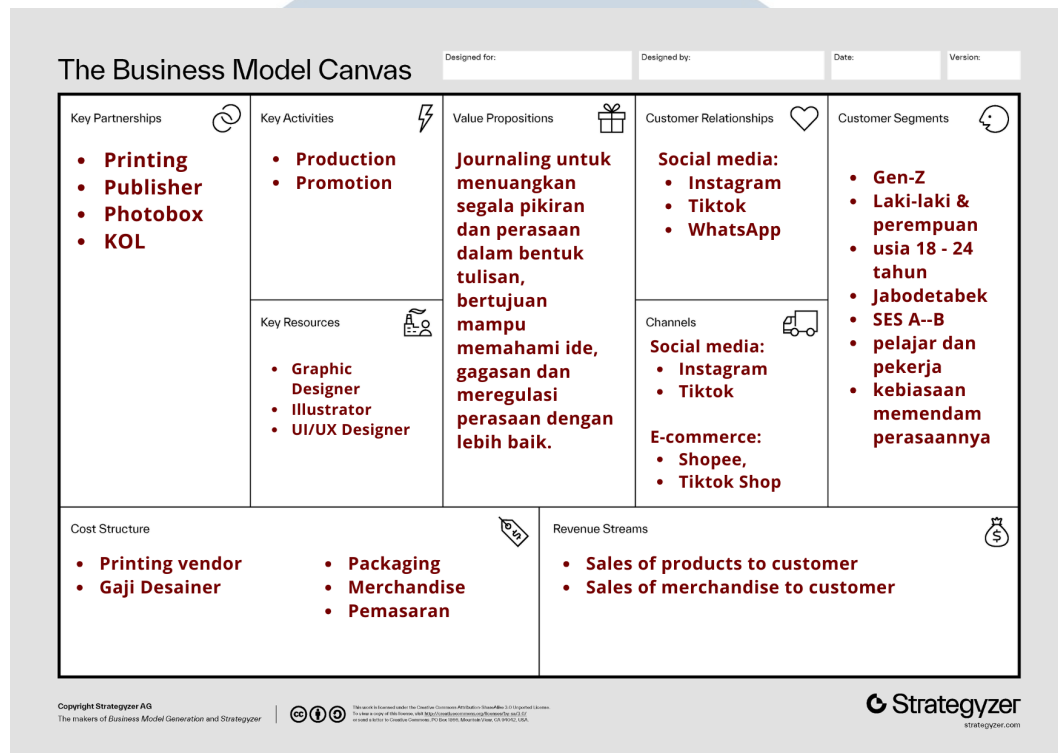
Gambar 2.2 Ide *Website 254 Days: My Feelings*

Fitur yang paling utamanya adalah sebagai media informasi mengenai kejelasan produk buku jurnal. Dimulai dari isu permasalahan apa yang melatarbelakangi tujuan dibuatnya buku jurnal, kemudian seperti apa *prompt* dan *quest* yang terdapat didalam buku, juga dampak positif apa yang diberikan ketika menuliskan buku jurnal. Selain itu, ada juga fitur interaktif dimana para target bisa memasukkan kata-kata yang mewakili perasaan mereka secara anonim, hingga fitur dalam pemesanan produknya.

2.2 Business Model Canvas

Penulis bersama anggota tim internal telah merencanakan sebuah *Business Model Canvas* dari ide bisnis yang dijalankan, yang merupakan penjabaran dari strategi manajemen dalam perusahaan untuk memetakan target konsumen, keuangan, dan infrastruktur secara sederhana. BMC (*Business Model Canvas*),

akan menjadi acuan bagi seluruh anggota tim dalam merealisasikan ide bisnis buku *self-journal*, sebagaimana telah dicantumkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 2.3 Business Model Canvas 254 Days: My Feelings

Key partnership dari perusahaan, diantaranya yaitu:

- *Printing*: vendor percetakan untuk kelangsungan produk bisnis perusahaan.
- *Publisher*: industri atau perusahaan yang dipercayai dalam mempublish buku dari perusahaan kepada toko buku dan klien.
- *Photobox*: vendor *photobox* sebagai bentuk kelangsungan promosi dan marketing untuk produk perusahaan.
- *KOL (Key Opinion Leader)*: KOL yang dipilih dan dipercayai untuk ikut serta dalam mempromosikan produk kepada klien.

Key activities dari perusahaan, diantaranya yaitu:

- *Production*: tahapan aktivitas perusahaan dalam membuat produk, yang dimulai dari riset, *brainstorming*, hingga perancangan pembuatan buku.

- *Promotion*: tahapan aktivitas perusahaan dalam mempromosikan produk yang akan diluncurkan, yaitu promosi konvensional dan promosi digital.

Key resources dari perusahaan, diantaranya yaitu:

- *Graphic designer*: ketenagaan yang diperlukan dalam merancang desain; identitas visual dan *branding* untuk perusahaan.
- *Illustrator*: ketenagaan yang diperlukan dalam merancang produk buku, yaitu ilustrasi yang sesuai dengan target pasar.
- *UI/UX designer*: ketenagaan yang diperlukan dalam merancang situs *website* mengenai informasi seputar produk perusahaan.

Value proposition dari perusahaan yaitu, “*Journaling* untuk menuangkan segala pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan, bertujuan mampu memahami ide, gagasan dan meregulasi perasaan dengan lebih baik”, adalah *value* yang isinya sama seperti visi dan misi perusahaan dari PT Dua Lima empat, yang dipercayai bahwa perusahaan mampu membantu menyelesaikan masalah para pelanggannya di masa depan, lewat produk bisnis yang dihasilkan.

Cost structure perusahaan yang akan berjalan, yaitu sebagai berikut:

- *Printing vendor*: biaya untuk percetakan buku sebagai produk perusahaan.
- Gaji desainer: biaya gaji para desainer yang dipercaya dalam merancang produk perusahaan.
- *Packaging*: biaya untuk kemasan maupun pengemasan yang digunakan selama penjualan produk perusahaan berjalan.
- *Merchandise*: biaya untuk pembuatan dan percetakan *merchandise* sebagai media kolateral atau pendukung untuk produk.
- Pemasaran: biaya yang digunakan dalam kegiatan promosi yang berbayar maupun non berbayar, untuk menyebarkan *awareness* produk dari perusahaan.

Customer relationship, komunikasi yang dilakukan sebagai berikut:

- *Instagram*: pelanggan dapat melakukan interaksi melalui postingan *feeds*, *story*, *highlight*, maupun fitur seperti *direct message*.

- *TikTok*: pelanggan dapat melakukan interaksi dalam video yang di unggah pada *TikTok*, *slide photo* dan *direct message*.
- *Whatsapp*: pelanggan dapat menggunakan *broadcast* mingguan sebagai pengingat, supaya klien tetap mengingat kembali fungsi dari produk.

Channels perusahaan supaya dapat menjual produk, sebagai berikut:

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

Revenue streams perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- *Sales of products to customer*: pendapatan dari hasil jual produk utama perusahaan kepada klien.
- *Sales of merchandise to customer*: pendapatan 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. PT. Dua Lima Empat hadir oleh karena ide bersama dengan para anggota tim yang melihat bahwa lingkungan di sekitar masih banyak remaja yang sering memendam perasaan, tidak tahu bagaimana cara mencurahkan perasaan mereka, atau bahkan tidak memiliki tempat untuk bercerita. Selain melalui observasi, adapula hasil *Focus Group Discussion* (FGD), kuesioner, dan juga wawancara dengan ahli Psikolog, dimana seluruh sumber data menyatakan bahwa remaja saat ini memang sulit menemukan tempat untuk bercerita.

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



**DUA
LIMA
EMPAT**

Gambar 2.4 Logo PT. Dua Lima Empat
Sumber: Dokumentasi PT. Dua Lima Empat (2024)

Karena isu permasalahan tersebut, tim berharap bersama dengan PT. Dua Lima Empat menjadi tempat bagi remaja mampu mencurahkan perasaan mereka, ke dalam produk sebuah buku *self-journaling* bernama *254 Days: My Feelings*, yang merupakan gabungan dari seluruh jenis jurnal, mulai dari *reflective journaling* (untuk refleksi terhadap diri sendiri), *diary journaling* (untuk menuliskan keseharian sehari-hari), dan *gratitude journaling* (untuk bersyukur).

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur tim dari PT. Dua Lima Empat sebagai berikut:



Gambar 2.5 Struktur Tim PT. Dua Lima Empat

Sumber: Dokumentasi PT. Dua Lima Empat (2024)



Gambar 2.6 Bagan Struktur Tim PT. Dua Lima Empat
Sumber: Dokumentasi PT. Dua Lima Empat (2024)

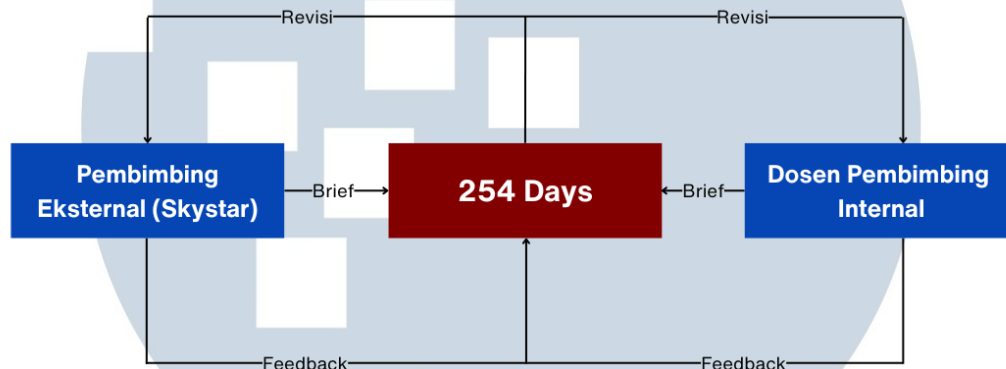
Struktur tim dari *254 Days* terdiri atas 4 orang dengan fungsi dan tugas sebagai berikut :

- **Malika Putri Aeranty** selaku *Chief Executive Officer (CEO)* dari *254 Days*, yang berfungsi sebagai pembuat keputusan dan strategi internal tim agar produksi bisnis dapat berjalan sesuai visi misi perusahaan.
- **Jessica Angelin** sebagai *Chief Design Officer (CDO)* dari *254 Days*, yang berfungsi dan bertugas untuk melakukan hal-hal yang berkaitan dengan desain visual, baik cetak maupun digital seperti website *254 Days*.
- **Felicia Elsa Daniswara** sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* dari *254 Days*, yang berfungsi untuk membuat strategi pemasaran produk *254 Days* baik secara digital maupun konvensional.
- **El Myrell Aubrey A P** sebagai *Chief Financial Officer (CFO)* dari *254 Days*, yang berfungsi untuk mengatur dan mengelola kegiatan keuangan perusahaan, seperti arus keuangan, kas, perencanaan, melaporkan, hingga mengobservasi kondisi finansial *254 Days*.

Adapula pengerjaan mengenai desain visual baik mengenai identitas visual logo, desain *UI/UX website*, desain halaman depan dan belakang buku, desain konten media promosi sosial media Instagram, yang dibagi-bagi tugasnya kepada seluruh tim *254 Days*. Begitu pula pengerjaan konten isi buku yang dibagi tugas secara rata, yaitu 60 lebih halaman per anggota tim agar mampu menghasilkan 250 halaman konten buku jurnal.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja perusahaan PT Dua Lima Empat dimulai dari pembimbing eksternal (*Skystar Ventures*), kemudian dari dosen pembimbing internal yang memberikan arahan mengenai apa saja yang harus dikerjakan selama berjalannya program MBKM *cluster* Kewirausahaan kepada anggota tim.



Gambar 2.7 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Anggota tim pun melakukan bimbingan kepada dua pihak pembimbing, secara bergiliran, yang kemudian diberikan *feedback* untuk melakukan perbaikan, sehingga proses perbaikan dapat dilaksanakan. Kemudian diteruskan oleh tim dan dikembalikan kepada kedua pihak pembimbing untuk dicek kembali.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Agar bisnis buku jurnal *254 Days: My Feelings* dapat berjalan dengan lancar dan layak, maka ada pula perancangan *cash flow* yang mampu mencapai *Break Even Point* (BEP). Oleh karena itu, berikut tabel dibawah ini merupakan penjabaran terkait kelayakan usaha produk buku jurnal dari PT. Dua Lima Empat, dalam bentuk penyajian analisis *cash flow* selama 1 tahun ke depan beserta rincian biaya :

Tabel 2.1 Tabel Perhitungan Biaya Tetap 254 Days

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

Setelah biaya tetap terhadap penjualan produk buku jurnal 254 Days: *My Feelings*, yang sebesar Rp164.268.000, ada pula hasil perhitungan biaya variabel (tidak tetap) sebesar Rp145.500, seperti yang telah dirincikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Tabel Perhitungan Biaya Tidak Tetap 254 Days

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

Kemudian hasil dari kedua biaya baik, *fixed cost* perusahaan sebesar Rp164.268.000 dan *variable cost* sebesar Rp145.500, yang kemudian dihitung melalui rumus BEP PT. Dua Lima Empat terhadap penjualan produk buku jurnal *254 Days: My Feelings*, mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2.3 Tabel Hasil Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (Unit) per Tahun		
<i>FC / (Harga Jual - Biaya Variabel)</i>	164.268.000 / (79.000 - 145.500)	2470 Unit
Break Even Point (Unit) per Bulan		
<i>Unit per Tahun / 12 Bulan</i>	2470 / 12	205 Unit

Break Even Point (BEP) yang ditentukan dari biaya tetap (*fixed cost*) perusahaan, disusul dengan identifikasi biaya variabel, maka berdasarkan hasil perhitungan melalui tabel di atas, perusahaan perlu menjual minimal sebanyak 2470 unit buku jurnal *254 Days: My Feelings* per tahun atau minimal 205 unit per bulannya. Jika kemudian dirupiahkan perusahaan mendapatkan total pendapatan sebesar Rp195.130.000, untuk mencapai titik impas dalam operasionalnya.