

BAB III

MARKET AND PRODUCT VALIDATION

3.1 Market Research Validation

3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning

Penulis dan anggota tim sudah melakukan pengerucutan target market. Berikut dibawah ini tabel yang menjadi sasaran segmentasi target market dari bisnis buku jurnal *254 Days: My Feelings* yang akan dijalankan.

Tabel 3.1 Tabel *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*

Variabel Segmentasi	Keterangan
Demografis	
▪ Usia	: 18 - 24 tahun
▪ Gender	: Perempuan dan laki-laki
▪ Pekerjaan	: Pelajar dan pekerja
▪ Penghasilan	: Rp4.000.001 - Rp6.000.000
▪ Pendapatan	: Rp4.000.001 - Rp6.000.000
▪ SES	: A - B
Geografis	
▪ Area	: Jabodetabek
▪ Tingkat kepadatan penduduk	: 16.158 orang per km ² .
Psikografis	

▪ Attitude	:	Memiliki rasa cemas, takut, tidak percaya diri, atau tidak adanya teman sebagai tempat untuk bercerita atau tempat untuk mencurahkan perasaannya
▪ Lifestyle	:	<ul style="list-style-type: none"> - Sering berpikir bahwa memendam perasaan itu lebih baik - Sulit untuk mengungkapkan perasaan mereka di lingkungan mereka - Cukup konsumtif dalam membeli sesuatu

Berdasarkan yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa target yang ingin dicapai dari produk buku jurnal yang akan dikembangkan adalah remaja laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun, khususnya mereka yang berada di wilayah Jabodetabek, sebagai target primer. Namun, terdapat pula target sekunder, yakni mereka yang berada di luar rentang usia primer, serta orang-orang yang berada di luar wilayah Jabodetabek. Target pasar juga memiliki status *middle class*, yang memiliki kebiasaan untuk memendam perasaannya.

Positioning Statement

For teens that need place to express their feelings, 254 Days: My Feelings is a Journal Book that combine 3 types of journal (gratitude, diary, reflection) in one book .

Unlike another journal book like "Wreck This Journal", our product is not destructive

Gambar 3.1 Brand Positioning Statement 254 Days: My Feelings

Dengan menggunakan buku ‘254 Days: My Feelings’, diharapkan user mendapatkan *experience* yang berupa ruang untuk mencurahkan atau meluapkan perasaan dan isi hati mereka tanpa perlu memendamnya lagi. Terdapat juga beberapa bentuk perintah atau arahan, juga media-media interaktif yang mampu menciptakan rasa senang dalam membangun suatu bentuk kebiasaan.

3.1.2 Market Persona

Pada tahap ini penulis bersama dengan anggota tim MBKM *cluster* Kewirausahaan telah menyusun sebuah market persona yang diharapkan dapat memudahkan dalam merancang strategi pelaksanaan ide bisnis *254 Days: My Feelings*.

Berikut dibawah ini adalah gambaran target market persona:



Gambar 3.2 Target Market Persona *254 Days: My Feelings*

Seorang gadis muda berusia 19 tahun yang bernama Windy Andara, merupakan seorang mahasiswi yang tinggal di wilayah sekitar Tangerang, Indonesia. Ia sangat memprioritaskan pendidikan dan sangat menyukai aktivitas kemahasiswaan sehingga sulit untuk beristirahat dengan cukup. Sangat pekerja keras dan terorganisir, namun sayangnya bisa menimbulkan

dampak yang buruk dimana ia merasa kelelahan dan *burnout*, oleh karena keseharian yang terlalu padat dan numpuk.

Dampak lain yang disebabkan oleh keseharian yang padat dan emosi yang menumpuk, gadis itu merasa dirinya menjadi sangat sensitif, dan berusaha untuk semakin memendam perasaannya sebagai pemikiran bahwa memendam itu lebih baik. Maka dari itu, Windy membutuhkan tempat yang tepat untuk mencurahkan atau menumpahkan keluh kesahnya yang terpendam, sebelum pada akhirnya meledak seperti bom waktu.

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis

3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif

Langkah yang dilakukan dalam proses pengumpulan data yang pertama adalah dengan melakukan wawancara bersama narasumber. Penulis dan anggota tim tentunya telah melakukan riset terkait isu masalah yang melatar belakangi pemendaman perasaan dan bagaimana tanggapannya menurut para ahli. Narasumber yang telah dipilih merupakan seorang ahli Psikolog klinis, Ellyana Dwi, M.Psi, yang aktif menyebarkan edukasi mengenai kesehatan mental anak dan remaja, baik secara *online* lewat media sosialnya, dan juga sebagai relawan Psikolog gratis ke sekolah-sekolah.

Psikolog Ellyana mengatakan bahwa, banyak kasus remaja yang ditemukan terkait dengan *coping mechanism*; masa remaja sama dengan masa peralihan, dimana *identity vs identity confusion*. Remaja sering menghadapi masalah dengan pengelolaan emosi, masalah hormonal dan perubahan fisik. Banyak dari mereka yang ketika memiliki pengalaman atau masalah yang buruk kemudian dibagikan kepada orang lain mendapat respon yang negatif dari orang-orang disekitarnya, sehingga remaja tersebut pun ikut mengalami perasaan negatif.



Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara Psikolog Ellyana Dwi, M.Psi.

Dibandingkan dengan balon, ketika udara dipompa hingga tekanan tinggi selama berminggu-minggu atau bertahun-tahun, akan terus mengembang dan akhirnya pecah karena tidak dapat menahan tekanan yang lebih besar. Jika perasaan dipendam terus-menerus, akan seperti balon, ia akan meledak. Oleh karena itu, masalah menahan perasaan remaja akan berdampak tidak hanya kepada kesehatan mental, tetapi juga fisik dimana ia akan melampiaskannya kepada sesuatu yang destruktif, entah itu kepada dirinya sendiri maupun kepada orang disekitarnya.

Walaupun ketika sedang berada di ruang konseling psikolog, masih banyak pula remaja yang kesulitan memahami emosi mereka. Salah satu tindakan yang baik untuk meregulasi emosi atau perasaan remaja adalah dengan memberi jeda untuk mengakses emosi mereka. Setelah mereka mengetahui dan memahami apa yang mereka rasakan, mereka dapat kembali melakukan atau melanjutkan aktivitas yang mereka sukai, tanpa mengabaikan perasaan mereka yang sebelumnya.

Ada pula teknik journaling, sebagai salah satu cara yang efektif dalam menyampaikan perasaan atau emosi yang tidak dapat diungkapkan

melalui penulisan kata-kata atau gambar. Meskipun orang lain tidak dapat mengetahui perasaan atau masalah apa yang sedang disembunyikan, setidaknya perasaan yang terpendam itu dapat diutarakan dan disimpan dalam buku jurnal. Jurnal bersyukur, keseharian, dan refleksi diri adalah tiga jenis jurnal, yang melalui tanggapan Kak Ellyana terhadap konsep bisnis tim, bahwa *254 Days: My Feelings* sudah cukup baik dan sangat bagus untuk menggabungkan ketiga jenis *journaling* menjadi satu, sehingga bisa membangun kreativitas yang lebih lagi terhadap penggunaannya.

Karena menulis dengan pulpen ataupun pensil adalah kegiatan yang dapat melatih motorik seseorang, sehingga menulis jurnal dalam buku fisik dipercaya dapat lebih efektif daripada menulis dengan *gadget* atau ponsel. Sehingga selain menimbulkan kesan yang berbeda dan dapat membantu pengguna untuk lebih mampu menyampaikan emosi dan perasaannya lebih baik lagi, kegiatan menulis ataupun menggambar pada buku jurnal mampu meningkatkan kreativitas seseorang.



3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif

Kuesioner dibuat dan telah disebar, pada tanggal 2 Februari 2024 dalam kurun waktu minimal 2 minggu, khusus untuk target pasar rentang usia 18-24 tahun dan disebar di daerah Jabodetabek, sesuai dengan penentuan target yang telah ditetapkan tim sebelumnya. Seluruh sudut pandang responden sangat dibutuhkan dan sangat penting untuk keberhasilan bisnis buku jurnal *254 Days: My Feelings* yang tim rancang sedemikian rupa agar dapat membantu para remaja yang mengalami kesulitan bercerita dan sering kali memendam perasaannya.

Berikut ini merupakan penjabaran hasil data kuesioner yang telah terkumpul:



Gambar 3.4 Grafik Kuesioner Pertanyaan 1, *254 Days: My Feelings*

Berdasarkan tabel grafik kuesioner di atas, pertanyaan pertama yang tertera yaitu, “Dari angka 1-5 seberapa kenal kamu dengan perasaanmu?”, semakin besar angka yang dipilih, maka semakin yakin responden mengenali perasaan mereka masing-masing. Sedangkan bar yang tertera pada grafik membuktikan bahwa, jawaban terbanyak dari responden ada di angka 4 dengan total 21 responden yang mengenali baik perihal perasaan mereka.



Gambar 3.5 Grafik Kuesioner Pertanyaan 2, 254 Days: *My Feelings*

Kemudian berdasarkan tabel grafik kuesioner di atas, pertanyaan kedua yang tertera yaitu, “Di antara ‘meluapkan perasaan’ atau ‘memendam perasaan’, mana yang lebih sering kamu lakukan?”, dapat dinyatakan bahwa sebanyak 69.2% responden lebih memilih untuk memendam perasaan mereka daripada meluapkannya.

Jika pilihanmu 'meluapkan perasaan' silahkan tulis bagaimana atau dengan cara apa kamu meluapkannya?

17 responses

- Langsung mengatakan apa yang dirasa secara spontan.
- Berteriak dengan menutup bantal ketika marah/kesal, menangis ketika kesal dan sedih, tertawa ketika senang
- mengutarakan perasaan.
- Dengan cara mengomel atau curhat ke orang terdekat
- Bercerita ke teman
- bercerita dengan teman
- Bercerita apapun yang saya rasakan ke orang terdekat dan menurut saya bisa dipercaya.
- Menulis perasaan di jurnal atau di notes handphone

Gambar 3.6 Jawaban Kuesioner Pertanyaan 3, 254 Days: *My Feelings*

Lalu, berdasarkan jawaban kualitatif kuesioner pertanyaan ketiga yang tertera, yaitu “Jika pilihanmu 'meluapkan perasaan' silahkan tulis

bagaimana atau dengan cara apa kamu meluapkannya?”. Terdapat beragam jawaban yang ada, dimulai dari responden yang langsung mengutarakannya, ada pula yang memilih untuk berteriak namun ditutupi bantal, ada yang menceritakannya ke teman, hingga responden yang suka menulis jurnal atau lewat memo ponsel mereka.



Gambar 3.7 Jawaban Kuesioner Pertanyaan 4, *254 Days: My Feelings*

Kemudian berdasarkan jawaban kuesioner pertanyaan keempat, yang isi pertanyaannya adalah “Jika pilihanmu 'memendam perasaan' silahkan tulis alasan apa yang membuat kamu memendamnya.”. Terdapat beragam jawaban pula, yaitu responden yang tidak memiliki tempat bercerita, jawaban responden yang seakan dapat merugikan orang lain, responden merasa tidak didengar saat meluapkan, hingga mereka yang merasa malu dan tidak ingin membuat sekitarnya menjadi tidak nyaman.

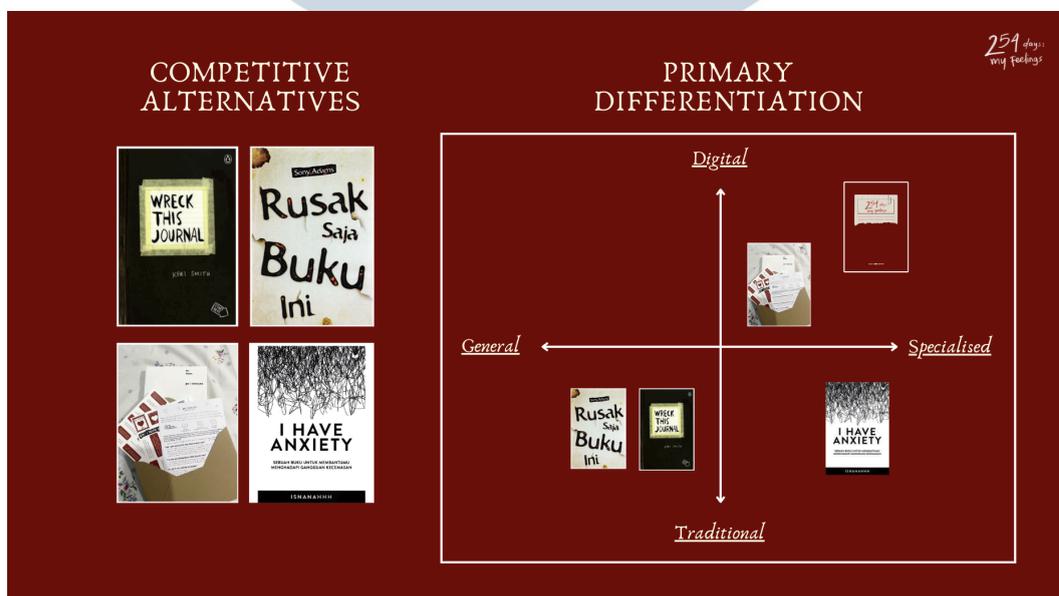
Sehingga dari jawaban para responden kuesioner, dapat ditarik kesimpulan bahwa masih banyak dari mereka, para remaja yang beranggapan bahwa meluapkan perasaan itu dapat berpengaruh ke arah

yang negatif sehingga mereka memutuskan kalau lebih baik dipendam alih-alih mengutarakannya.

Adapun kesimpulan lainnya, yang menjadi masukan dan referensi baru terhadap produk buku jurnal, sesuai dengan anggapan para target mengenai meluapkan perasaan adalah sesuatu yang negatif, yang mana diperlukannya persuasi berupa media promosi yang tepat dan sesuai. Media promosi yang tidak hanya berisikan promosi mengenai produk, namun juga mengangkat isu permasalahan dan dampak dari memendam perasaan, hingga cara dalam mengatasinya lewat teknik *journaling* berupa sebuah buku jurnal.

3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor

Berikut analisa produk dimana bisnis PT. Dua Lima Empat berada (*Brand Positioning Map*) dalam peta persaingan dengan para kompetitor:



Gambar 3.8 Brand Positioning Map 254 Days: My Feelings

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa variabel pembandingan dalam bentuk garis horizontal dan vertikal, yang diantaranya adalah *differentiator* atau yang menunjukkan sisi pembeda terhadap produk pesaing

dalam bentuk *digital*, *general*, *traditional*, dan *specialize*. Sementara itu, kedudukan produk buku jurnal *254 Days: My Feelings* berada di sebelah kanan atas, yang menunjukkan bahwa buku jurnal memiliki keunikan atau yang menjadi *unique selling point* (USP) dimana buku jurnal ini adalah gabungan dari tiga tipe jurnal yaitu *reflective*, *diary*, dan *gratitude*, juga disertai dengan kombinasi digital interaktif berupa *website*.

Tabel 3.2 Tabel *Brand Positioning Map*

Variabel Pembanding	“ <i>Wreck This Journal</i> ” karya Kerri	“ <i>PS: I Love You</i> ”	“ <i>I Have Anxiety</i> ” karya Isnanahhh	“ <i>254 days: My Feelings</i> ” karya Dua Lima Empat
Industri	Lingkungan sosial	Komunitas	Kesehatan mental	Lingkungan sosial
Topik	Aktivitas	Cerita romantis	Kesehatan mental	Kesehatan mental
Media	Buku	Buku	Buku	Buku dan media interaktif
Merchandise	Tidak ada	Stiker, amplop, kartu pos	Pensil mewarnai	Stiker, kalender, pensil, <i>memo pad</i>
Differentiator	Bersifat destruktif atau merusak	Tidak bersifat merusak	Tidak bersifat merusak	Tidak bersifat merusak

Berdasarkan tabel *brand positioning* diatas, semakin jelas bahwa *254 Days* menjual produk buku jurnalnya tidak hanya berupa buku fisik, namun juga terdapat media interaktif yang menjadi diferensiasi diantara para kompetitornya. Juga penjualan merchandise yang berisikan stiker, kalender, pensil, dan *memo pad* sebagai media pendukung para penggunanya dalam menuliskan jurnal. Hal ini menjadi tanda bahwa *254 Days* sangat mementingkan dan mempertimbangkan kebutuhan para konsumennya ketika menuliskan buku jurnal.

3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi

3.4.1 Studi Eksisting

Pada studi Eksisting, penulis menganalisa salah satu brand kompetitor, yaitu ‘Rusak Saja Buku Ini’ oleh Sony Adams, yang dirilis pada tahun 2019. Dikarenakan brand buku terpilih memiliki kesamaan level ide bisnis, maka dari itu diberlakukannya analisa melalui tabel SWOT, yang hasilnya dijabarkan seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.3 Tabel Analisa SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki berbagai instruksi unik dan menarik yang mengajak pengguna untuk mengekspresikan emosi secara langsung ▪ Memiliki misi dan tujuan hebat pada bagian akhir buku ▪ Menjadi wadah untuk mengurangi stress sambil bermain ▪ Memiliki nama yang cukup dikenal oleh masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak memiliki akun media sosial aktif ▪ Paduan warna pada <i>cover</i> setiap seri bukunya terlihat kurang menarik ▪ Beberapa halaman memiliki <i>font</i> yang kurang tepat untuk digunakan ▪ Sebagian orang kurang mau mengikuti instruksi yang diminta karena merasa ‘sayang’ apabila buku yang mereka beli dirusak
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Brand</i> dapat dikenal masyarakat karena memiliki <i>social media</i> yang aktif dan <i>up to date</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat kemungkinan apabila <i>brand</i> kompetitor atau <i>brand</i> baru menghasilkan produk dan media-media serupa ▪ Penjualan dapat terhambat atau berhenti apabila <i>brand 254 Days</i>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Brand</i> mampu diingat oleh khalayak luas karena memiliki desain yang seragam dengan warna eye catching ▪ Memiliki kesempatan bagi 254 <i>Days</i> untuk membuat seri ke 2 atau seri selanjutnya ▪ Dapat memiliki <i>income</i> tambahan dari penjualan <i>merchandise</i> menarik 	<p>tidak terus berkembang dan berinovasi</p>
--	--

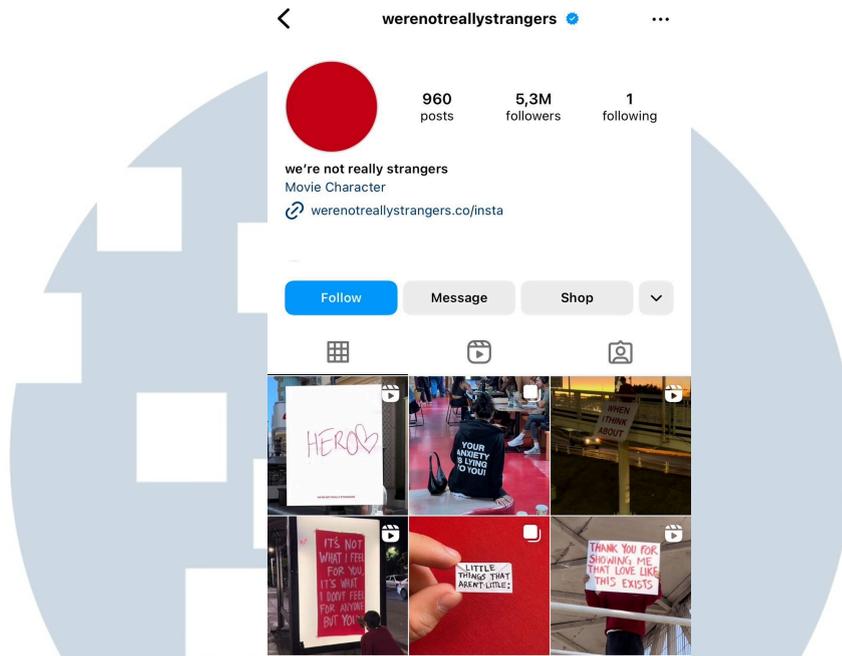
3.4.2 Studi Referensi

Referensi adalah komponen yang sangat penting dalam proses penyajian data atau argumen yang dapat digunakan oleh perusahaan penulis. Definisi dari referensi sendiri adalah sumber, acuan, atau petunjuk yang dapat digunakan untuk mendukung atau memperkuat suatu topik tertentu. Terdapat beberapa referensi dari berbagai merek yang mungkin tidak sesuai dengan konsep bisnis penulis, namun buku jurnal *254 Days: My Feelings* memiliki aspek unik dan menarik yang dapat dijadikan inspirasi dan dikembangkan. Berikut ini adalah beberapa sumber referensi untuk produk tersebut:

3.4.2.1 Referensi Strategi Promosi Media Sosial

Adapula referensi yang dilakukan ketika merancang strategi promosi di media sosial, yang akan dijabarkan dibawah ini.

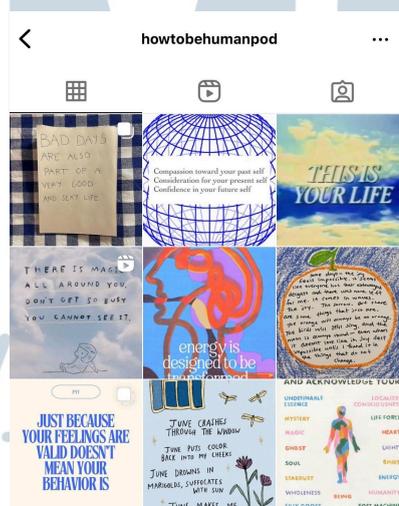
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.9 Referensi Akun Instagram *Werenotreallystrangers*

Sumber: <https://www.instagram.com/werenotreallystrangers/>

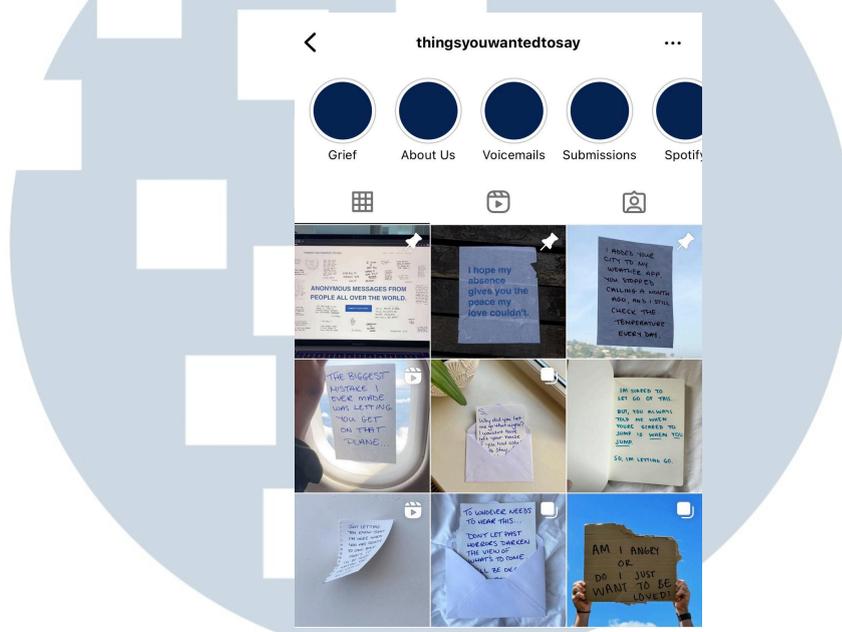
Dalam melakukan pemasaran melalui media sosial, penulis memperhatikan bahwa *feeds Instagram* akun *@werenotreallystrangers*, *@howtobehumanpod*, dan *@thingsyouwantedtosay* memiliki fitur unik yang dapat diidentifikasi dan diingat oleh publik dengan mudah.



Gambar 3.10 Referensi Akun Instagram *Howtobehumanpod*

Sumber: <https://www.instagram.com/howtobehumanpod/>

Hampir setiap konten yang diunggah pada masing-masing referensi akun Instagram, mengandung kalimat-kalimat pengingat, kata-kata motivasi, atau kutipan menarik yang memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang merek.



Gambar 3.11 Referensi Akun Instagram *Thingsyouwantedtosay*

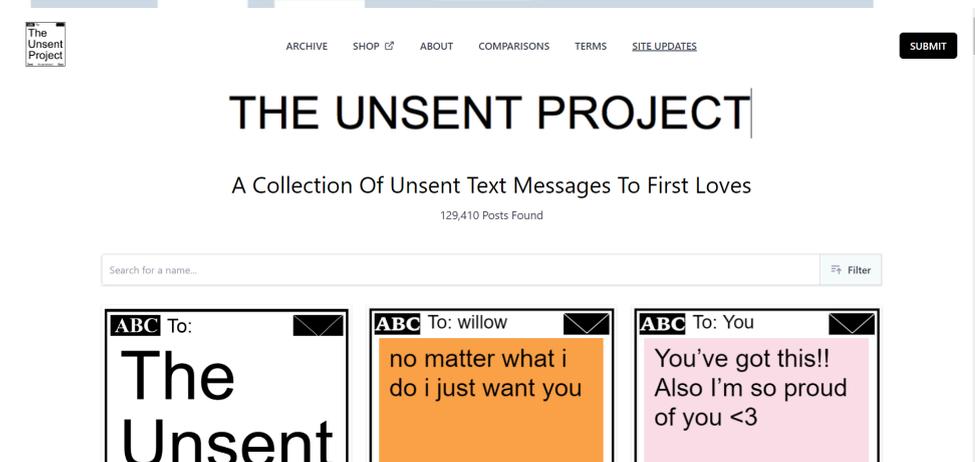
Sumber: <https://www.instagram.com/thingsyouwantedtosay/>

Tiga akun Instagram tersebut memiliki unggahan *feeds* dengan tema warna yang sama, dan ada benang merah khusus yang menyatukan unggahannya, meskipun desain dan jenis konten mereka berbeda. Akun-akun tersebut berhasil memperoleh banyak pengikut dan berinteraksi dengan para pengikutnya atau pelanggannya, karena sifat promosinya yang terkesan "halus" dan tetap interaktif.

Dengan menggunakan sumber referensi akun *Instagram* yang telah disebutkan, penulis mengambil beberapa aspek unik yang ada dan dapat diperluas, seperti adanya "benang merah" dan tema warna tertentu yang dapat menghasilkan keseragaman dalam setiap unggahan atau konten. Selain itu, penulis memutuskan untuk tidak mempromosikan atau menjual buku jurnal *254 Days: My Feelings* secara *hard-selling* melalui media sosial.

3.4.2.2 Referensi Website

Tidak hanya strategi pemasaran melalui media sosial, terdapat pula sebuah referensi situs atau *website* menarik yang memiliki kemungkinan untuk dikembangkan sesuai dengan keperluan PT. Dua Lima Empat dalam memasarkan produk buku jurnalnya. Terdapat sebuah situs bernama ‘*Unsent Project Archive*’ (theunsentproject.com), yakni sebuah *website* yang menyediakan wadah bagi seluruh orang untuk membuat dan mengirimkan pesan secara anonim untuk seseorang yang ingin dituju.



Gambar 3.12 Referensi Website *The Unsent Project* (1)

Sumber: <https://theunsentproject.com/#>

Pesan yang ditulis pun beragam dan dapat disampaikan pada siapa pun, seperti teman, sahabat, pasangan, mantan kekasih, orang tua, saudara, bahkan hewan peliharaan. Kemudian, pesan tersebut akan terunggah dan disimpan secara *online* pada situs tersebut, sehingga memberi kemungkinan bagi setiap pengunjung situs untuk mencari dan membaca pesan-pesan anonim melalui fitur pencarian berdasarkan nama dan warna pesan.



THE UNSENT PROJECT

A COLLECTION OF UNSENT TEXT MESSAGES TO FIRST LOVES

The Unsent Project is a collection of over 5,000,000 unsent text messages to first loves. Messages are submitted anonymously from people all over the world. Rora Blue started the Unsent Project in 2015 to figure out what color people see love in. To investigate this, submissions are displayed on the color the submitter associates with their first love. The content of the submissions are wide ranging, encompassing just about every emotion. The term first love is open to interpretation and messages have been submitted to lovers, best friends, exes, parents, siblings, and even pets. All texts are submitted and stored digitally in an online archive which can be sorted by name and color. The Unsent Project aims to provide an emotional outlet for those that need it.



Gambar 3.13 Referensi Website *The Unsent Project* (2)

Sumber: <https://theunsentproject.com/#>

Melalui referensi *website* tersebut, penulis beserta rekan setimnya memiliki ide dan keinginan untuk menambahkan fitur *online archive* pada situs *website 254 Days: My Feelings*. *Website* yang sebelumnya menjadi tempat berisi informasi dan penjualan produk, kini dikembangkan sehingga memiliki wadah bagi para pengunjung situs untuk melampiaskan seluruh perasaan dan emosi yang ingin disampaikan bagi mereka yang membutuhkannya.

3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa

Penetapan harga produk buku jurnal *254 Days: My Feelings* didasari oleh harga modal cetak buku, biaya jasa desain, dan ditambah *revenue* dari total modal. Produk buku jurnal memiliki harga modal cetak sebesar Rp48.500/pcs, kemudian ditambah biaya jasa desain sebesar Rp4.400/pcs, sehingga jika ditotalkan seluruh biaya modal produksi berada di angka sebesar Rp52.900, dan seluruh anggota tim perusahaan PT. Dua Lima Empat sepakat menetapkan pengambilan *revenue* atau keuntungan sebesar 50% atau Rp26.200/produk, sehingga penetapan harga jual per bukunya sebesar Rp79.000.

Perusahaan juga menawarkan paket spesial *journaling*, dimana para pelanggan nantinya bisa mendapatkan buku jurnal *254 Days: My Feelings*, stiker A5, kertas memo, pulpen, pin, gantungan kunci, lengkap bersama *special box packaging* dari harga modal Rp115.000/paket, sehingga keputusan penetapan harga jual paket spesial *journaling* sebesar Rp149.000/paket.

3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa

Penulis dan anggota tim internal menggunakan metode perancangan produk *254 Days: My Feelings*, yang ditulis oleh Robin Landa dalam buku "*Graphic Design Solutions*" pada tahun 2014. *Orientation, Analysis, Concepts, Design, dan Implementation* adalah tahapan-tahapan yang ada dalam metode tersebut. Setiap langkah dalam proses perancangan oleh Robin Landa akan dijelaskan di bawah ini:

3.6.1 Orientation

Menurut Robin Landa, tahap orientasi adalah tahap pertama dari metode perancangan. Ini adalah langkah di mana penulis dan rekan setim menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan sesuai dengan tujuan desain. Oleh karena itu, pada tanggal 2 Februari 2024, penulis dan anggota tim mengirimkan kuesioner melalui sosial media kepada sejumlah remaja berusia antara 18 hingga 24 tahun, yang termasuk dalam segmentasi target pasar *254 Days: My Feelings*. Selain itu, penulis melakukan wawancara dengan Ellyana Dwi, M.Psi, seorang ahli psikolog, yang membahas masalah kebiasaan remaja untuk menyimpan perasaan.

3.6.2 Analysis

Pada tahap ini, penulis melakukan proses analisis dan identifikasi setiap data yang mereka temukan. Ini membantu mereka menemukan solusi yang tepat dan akurat. Sebab, sangat penting bagi perancang untuk memahami perspektif dan sudut pandang target sasaran desain saat membuat solusi. Dengan cara ini, penulis sebagai perancang dapat

membuat dan membuat desain yang bermanfaat dan berguna sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.6.3 Concept

Tahap selanjutnya adalah tahap konsep, yang memberikan perancang desain kesempatan untuk menentukan konsep rancangan desain mereka. Untuk mencapai rancangan terbaik, penulis akan mengambil beberapa langkah, seperti mencari ide, merancang *moodboard*, dan memilih warna, gaya desain, dan jenis font yang paling cocok untuk konsep yang ingin disampaikan.

3.6.4 Design

Setelah memilih strategi, ide, dan konsep terbaik, langkah selanjutnya adalah membuat dan merancang visualisasi desain. Tahapan ini dapat dimulai dengan membuat sketsa kasar dan sketsa komprehensif, sebelum konsep terpilih di digitalisasi. Selanjutnya, proses pembuatan *mock-up* desain juga diperlukan agar perancang dan calon pengguna dapat membayangkan hasil visualisasi desain yang dirancang.

3.6.5 Implementation

Setiap desain yang dirancang akan diuji untuk menentukan tingkat keberhasilannya. Beberapa media yang akan diuji secara langsung termasuk buku *254 Days: My Feelings*, media pemasaran yang digunakan, dan media digital berupa *website*. Selain itu, juga akan diberlakukannya proses evaluasi, di mana seluruh anggota tim secara langsung akan menerima penilaian, komentar, saran, dan kritik dari para target. Bertujuan supaya perusahaan dapat segera mengembangkan dan menghasilkan kembali produk yang lebih baik di masa depan.

BAB IV

PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA

4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa

Berikut merupakan *timeline* pengerjaan prototipe buku *self-journal 254 Days* yang dilaksanakan oleh penulis dan seluruh anggota tim, selama melaksanakan program MBKM *cluster* kewirausahaan:

Tabel 4.1 Tabel *Timeline* Produksi *Prototype* Produk

Kegiatan		Jan	Februari				Maret				April				Mei			
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Orientation</i>	Identifikasi masalah																	
	Penentuan target audiens																	
	Pengumpulan data																	
<i>Analysis & Strategy</i>	Analisis data																	
	Penentuan creative brief																	
<i>Conception</i>	Brainstorming																	
	Mindmapping																	
	Penentuan konsep																	
<i>Design Development</i>	Moodboard																	
	Sketsa																	
	Visualisasi																	
<i>Implementation</i>	Produksi																	
	Finalisasi																	
	Evaluasi																	

Kemudian, terdapat pula tahapan perancangan mengenai detail pengerjaan yang seluruh anggota tim jalankan. Berikut tahapan pekerjaan yang dilakukan penulis:

Tabel 4.2 Tabel Tahapan Perancangan *Prototype* Produk

No	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (1 Februari - 8 Februari 2024)	Membuat perancangan ide bisnis bersama tim	Membuat perancangan melalui latar belakang isu yang ingin diangkat, dan mendaftarkan ide bisnis tersebut ke dalam program MBKM Kewirausahaan.
2	2 (11 Februari - 16 Februari 2024)	Membuat pitch deck terhadap ide bisnis	Membuat <i>pitch deck</i> bersama tim untuk mempresentasikan ide bisnis pada eksternal secara baik dan menarik.
3	3-4 (19 Februari - 29 Februari 2024)	Melakukan riset terkait perancangan buku <i>self-journaling</i> (FGD, kuesioner, dan wawancara)	Melakukan riset FGD dan kuesioner dengan target pasar dan melakukan wawancara dengan ahli Psikolog.
4	5-7 (1 Maret - 15 Maret 2024)	Mempersiapkan strategi marketing terhadap ide bisnis <i>254 Days: My Feelings</i>	Membuat strategi pemasaran dengan baik secara <i>online</i> maupun <i>onsite</i> .
5	7-8 (18 Maret-26 Maret 2024)	Evaluasi 1	Tim PT. Dua Lima Empat melakukan <i>pitching</i> sebagai syarat penilaian UTS.
6	9-10 (1 April - 30 April 2024)	Perancangan isi konten buku	Melakukan <i>brainstorming</i> isi & desain konten buku dengan memadukan tiga jenis jurnal (<i>reflective</i> , <i>diary</i> , dan <i>gratitude</i>) sebanyak 254 (dua ratus lima

			puluh empat) halaman konten.
7	11-12 (1 Mei - 25 Mei 2024)	Survey vendor dan percetakan	Survey vendor dilakukan dengan melalui proses <i>test-print</i> pada setiap media yang dibutuhkan hingga mendapatkan vendor yang berkualitas dan dapat disesuaikan dengan <i>budget</i> tim.
8	13-14 (27 Mei - 28 Mei 2024)	<i>Exhibition & Prototyping</i>	Membuka <i>booth exhibition</i> yang diselenggarakan oleh pihak SkyStar Venture untuk melakukan uji coba terhadap <i>prototype</i> produk dan media <i>254 Days: My Feelings</i> .
9	14-15 (13 Juni 2024)	Evaluasi 2	Melakukan sidang terkait perancangan ide bisnis sebagai syarat kelulusan <i>cluster</i> MBKM Kewirausahaan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa

Berikut dibawah ini merupakan uraian perancangan *prototype* produk buku *254 Days: My Feelings*, yang dimulai dari tahap perancangan hingga finalisasi buku:

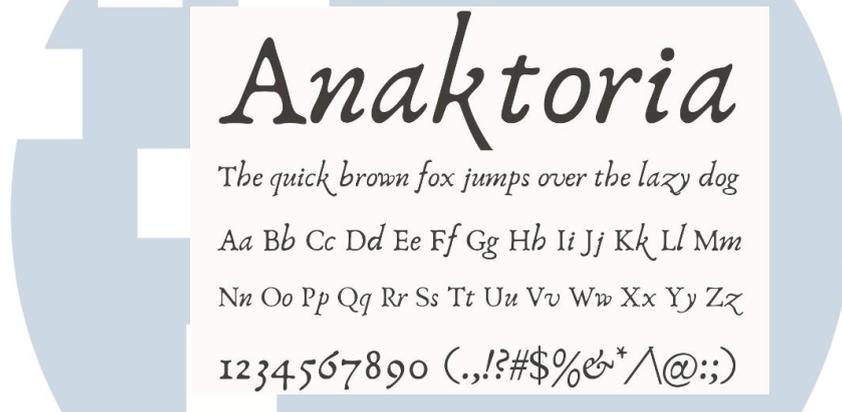
4.2.1 Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa

Sebuah produk adalah segala sesuatu yang dapat diakses oleh masyarakat untuk diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi dan memenuhi kebutuhan atau keinginan memenuhi syarat, menurut definisi Kotler dan Armstrong (2000). Produk bisnis PT. Dua Lima Empat adalah sebuah buku jurnal fisik yang dapat dibeli baik di toko buku maupun di toko *online*. Ditujukan kepada remaja berusia 18 hingga 24 tahun, yang memilih untuk menyimpan perasaan mereka, mulai dari ide tim yang berasal dari observasi dan diskusi fokus grup (FGD).

Jurnal *254 Days: My Feelings* berukuran A5 dengan sampul *hard cover* dan isi halaman dari jenis kertas *bookpaper*. Buku jurnal *254 Days: My Feelings* berisi sekitar 250 halaman dan memenuhi cakupan untuk membangun kebiasaan menulis jurnal selama 254 hari. Di dalam buku terdapat berbagai macam panduan, *quest*, dan pertanyaan untuk membantu pelanggan dalam menulis jurnal setiap hari. Di setiap halaman akan ada campuran dari *diary journaling*, *reflective journaling*, dan *gratitude journaling*.

Selain itu, PT. Dua Lima Empat juga menawarkan paket jurnal yang berisi buku jurnal *254 Days: My Feelings*, serta *merchandise* yang akan membantu pelanggan dalam mengisi buku jurnal mereka. Produk *merchandise* yang ada pada paket jurnal termasuk stiker, *memo pad*, pulpen, pin, dan gantungan kunci, yang dirancang untuk menarik pelanggan.

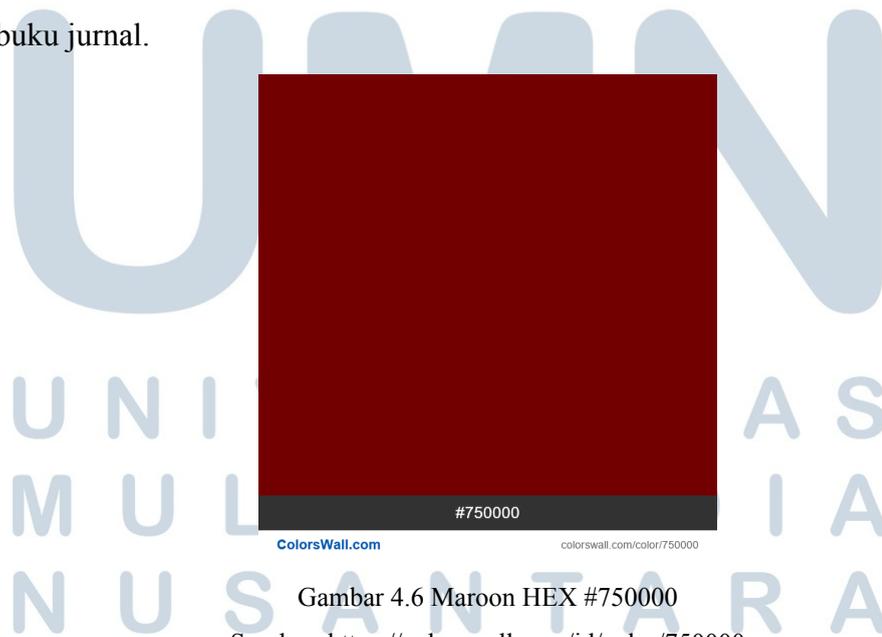
Meskipun isi konten tidak sepenuhnya mengandung gambar, namun juga ada yang berupa perintah dan arahan dalam bentuk teks kalimat. Maka dari itu, buku jurnal menggunakan font Helvetica Now berukuran 12pt, agar setiap arahan dan kalimat dapat mudah untuk dibaca.



Gambar 4.5 Font Anaktorria

Sumber: George Douros; 2016

Ada pula jenis font lain yaitu Anaktorria berukuran 12-15pt, yang terdapat dalam isi konten buku. Selain sebagai aksent tambahan agar penggunaanya tidak merasa bosan atau monoton ketika membaca perintah, juga sebagai penambah kesan *vintage*, gaya identik yang diberikan oleh tiap buku jurnal.



Gambar 4.6 Maroon HEX #750000

Sumber: <https://colorswall.com/id/color/750000>

Selain pemilihan font, ada juga pemilihan warna yaitu merah tua atau biasa disebut dengan *maroon*. Menurut psikologi warna, merah dilambangkan sebagai keberanian, kekuatan, gairah, energi, serta melambangkan kegembiraan dalam melakukan sesuatu hal. Tidak hanya itu, merah juga biasa diartikan sebagai darah dan kehangatan, sebuah arti kehidupan. Dengan warna merah *maroon*, diharapkan bahwa arti dari warna dapat terwujud di kehidupan para pelanggan, untuk lebih berani dalam mencurahkan perasaan mereka.

4.2.5 Draft Desain

Sebelum memasuki bagian draft desain per halamannya, ada yang dinamakan katern buku. Katern diperlukan agar susunan per halaman buku dapat tersusun sesuai nomor halamannya.

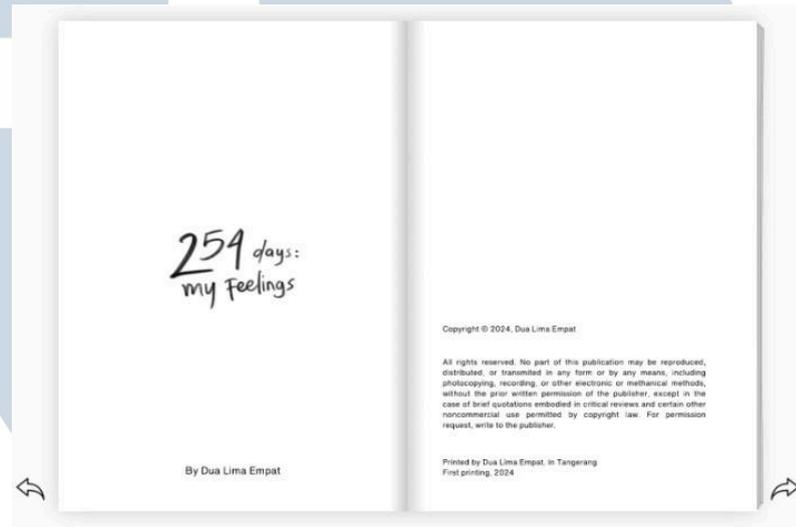


Gambar 4.7 Katern Buku Jurnal

Katern pada buku jurnal *254 Days* akan mengikuti arahan katern buku seperti pada gambar diatas. Katern buku berdasarkan halaman judul buku, halaman logo buku, halaman *copyright*, halaman pemilik buku,

hingga isi konten dari buku. Katern seperti pada gambar adalah panduan bagi tim 245 Days dalam melakukan tahap *layouting* per halamannya.

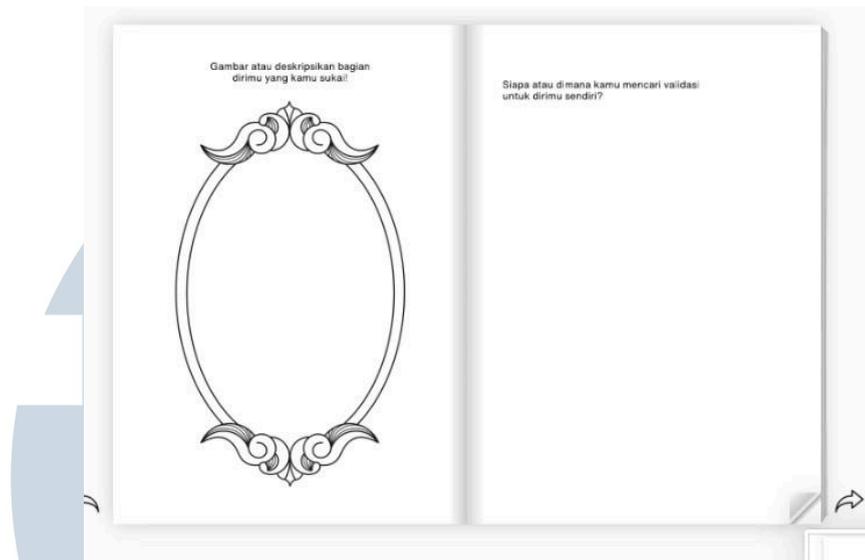
Setelah itu, berikut dibawah ini merupakan beberapa draft desain buku jurnal *254 Days: My Feelings*, yang dirancang oleh setiap anggota tim, sesuai dengan tugas yang telah dibagi per bagiannya.



Gambar 4.8 Draft Desain Konten Halaman Buku Jurnal *254 Days: My Feelings* (1)

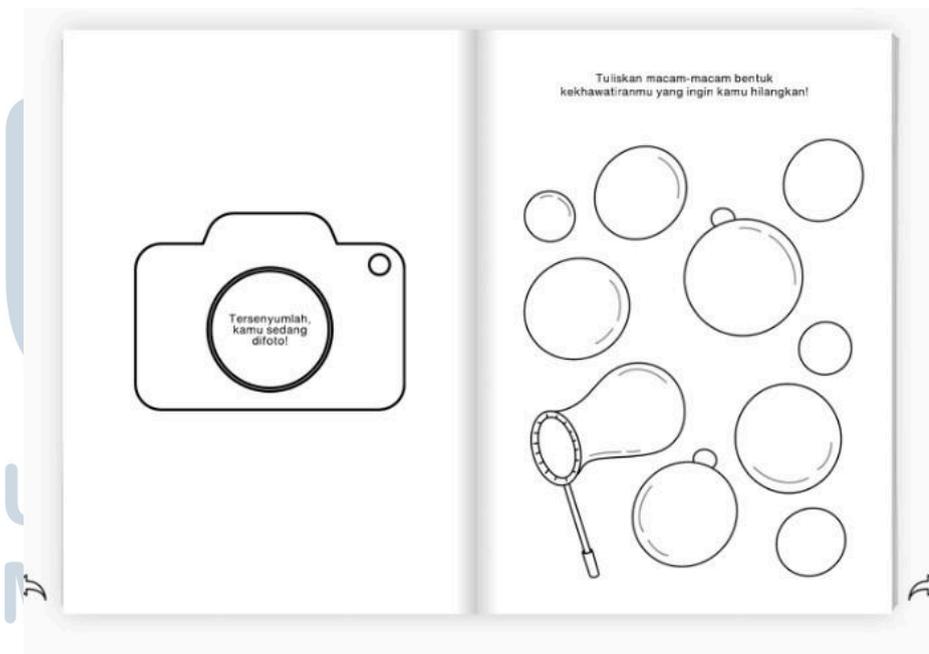
Draft desain buku jurnal *254 Days: My Feelings* dimulai dari perancangan halaman buku awal, dimana terdapat logo buku jurnal dan halaman copyright, sebagai penanda bahwa buku jurnal telah dilindungi dan tidak bisa diplagiasi maupun disebarluaskan tanpa seizin pemiliknya yaitu perusahaan *254 Days*.

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



Gambar 4.9 Draft Desain Konten Halaman Buku Jurnal *254 Days: My Feelings (2)*

Kemudian, ada draft desain buku jurnal mengenai bagaimana bentuk isi konten dari halaman buku, konten bisa berupa gambar dan kata arahan seperti pada halaman sebelah kiri, maupun perintah dalam bentuk kalimat seperti pada gambar sebelah kanan.



Gambar 4.10 Draft Desain Konten Halaman Buku Jurnal *254 Days: My Feelings (3)*

Contoh lain dari *draft* desain isi konten buku jurnal, yang mana bisa dilihat pada gambar halaman sebelah kiri, pengguna diperintahkan untuk tersenyum seolah seperti akan benar-benar difoto. Hal ini sebagai penanda bahwa pengguna buku harus tetap tersenyum, tidak peduli apapun yang sedang dilalui di kesehariannya, sebagai ajaran bahwa selalu ada yang patut disyukuri atau di ambil sisi positifnya.

Sementara pada gambar halaman sebelah kanan, terdapat ilustrasi berupa balon yang ditiup menggunakan air sabun, seperti mainan anak-anak pada umumnya. Pengguna disuruh untuk menuliskan kekhawatiran mereka dalam balon agar apapun yang mereka khawatirkan suatu saat dapat menghilang bersama dengan bagaimana balon air itu dapat pecah.

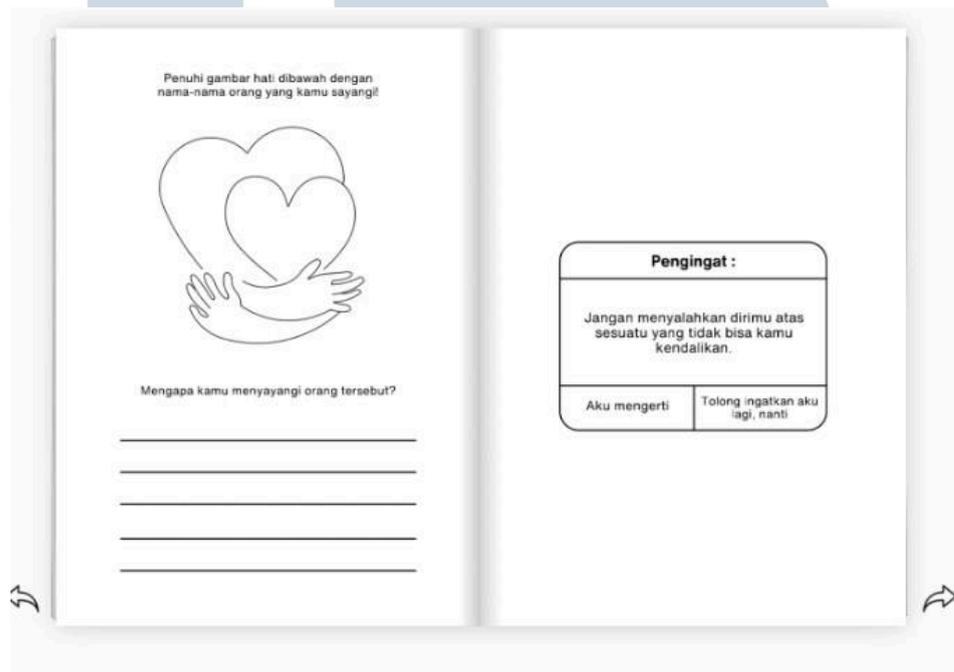
4.2.6 Revisi

Akan tetapi, *draft* desain buku jurnal *254 Days: My Feelings* yang telah dirancang, tentunya mendapatkan banyak pertimbangan yang mengharuskan penulis dan anggota tim berdiskusi kembali mengenai perbaikan-perbaikan yang harus dilakukan pada konten buku.



Gambar 4.11 Isi Konten Halaman *Quotes* Setelah Direvisi

Jika pada bagian *draft*, desain isi konten sebelumnya terlalu banyak *prompt* dan *quest*, maka anggota tim sepakat memutuskan untuk menambahkan konten buku berjenis kata-kata penyemangat atau motivasi. Hal ini ditujukan agar pengguna tidak hanya menulis, tetapi juga bisa meresapi kata-kata dukungan yang diberikan kepada mereka.

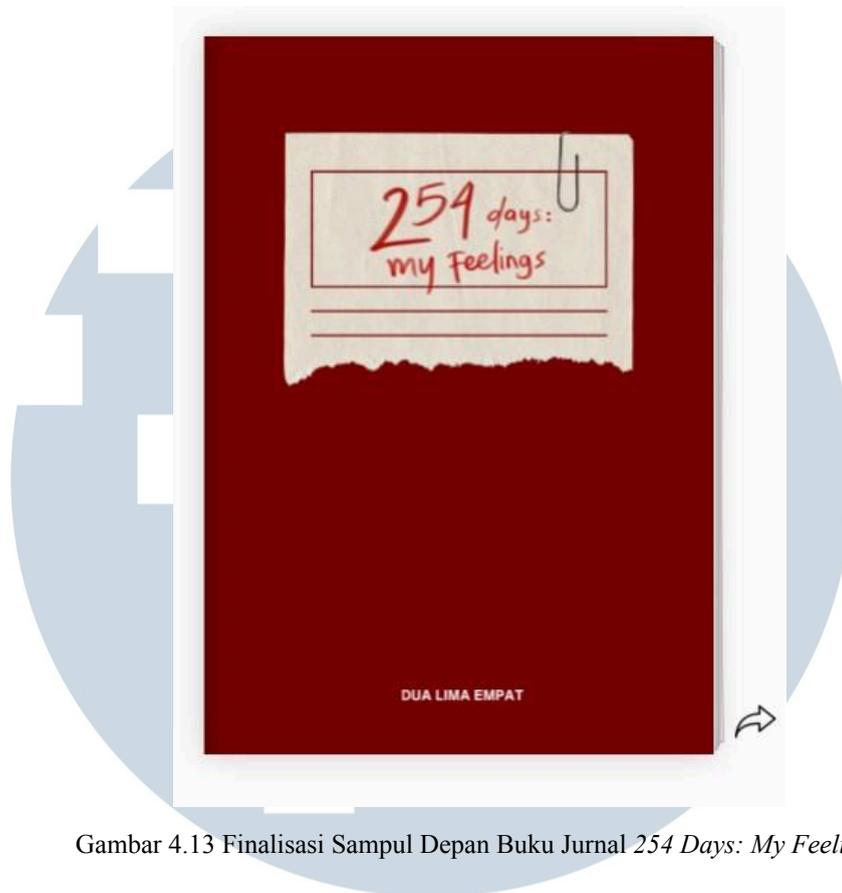


Gambar 4.12 Isi Konten Halaman Ilustrasi Setelah Direvisi

Selain itu, ada pertimbangan lain mengenai ilustrasi pada buku jurnal yang terlihat seolah seperti gambar pada buku anak-anak, sehingga tidak terkesan dewasa. Maka dari itu, penulis dan anggota tim menambahkan beberapa ilustrasi yang terkesan *trendy*, atau sesuai dengan apa yang familiar ketika dikaitkan dengan soal anak-anak remaja.

4.2.7 Finalisasi

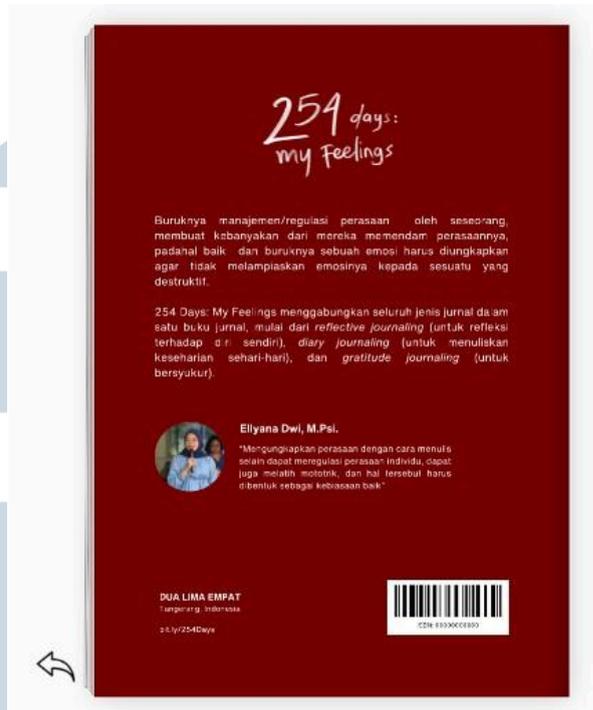
Setelah melewati pelaksanaan *draft* desain, juga beberapa perbaikan yang dilakukan terhadap produk buku jurnal *254 Days: My Feelings* yang telah dirancang, selanjutnya adalah tahap finalisasi sebagai tahap akhir sebelum produk buku jurnal di uji coba cetak melalui vendor percetakan.



Gambar 4.13 Finalisasi Sampul Depan Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

Finalisasi desain yang dilakukan pertama kali adalah mengenai sampul depan dan belakang buku jurnal *254 Days: My Feelings*. Sampul dengan warna merah *maroon* yang mendominasi, beserta desain sederhana berupa robekan kertas berwarna krem atau khaki yang dihiasi logo buku berwarna merah di atasnya. yang telah dirancang, selanjutnya adalah tahap finalisasi sebagai tahap akhir sebelum produk buku jurnal di uji coba cetak melalui vendor percetakan.

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 4.14 Finalisasi Sampul Belakang Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

Sedangkan pada bagian sampul belakang buku, berisikan teks mengenai isu permasalahan pada kesehatan mental emosional remaja di Indonesia. Isu yang menjadi alasan hadirnya produk buku jurnal selama 254 hari, beserta fungsi dari buku jurnal. Ada juga profil seorang narasumber yaitu dokter psikolog anak dan remaja, sebagai sumber data dan juga pemandu tim dalam merancang buku jurnal.



Gambar 4.15 Finalisasi *Mockup* Sampul Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

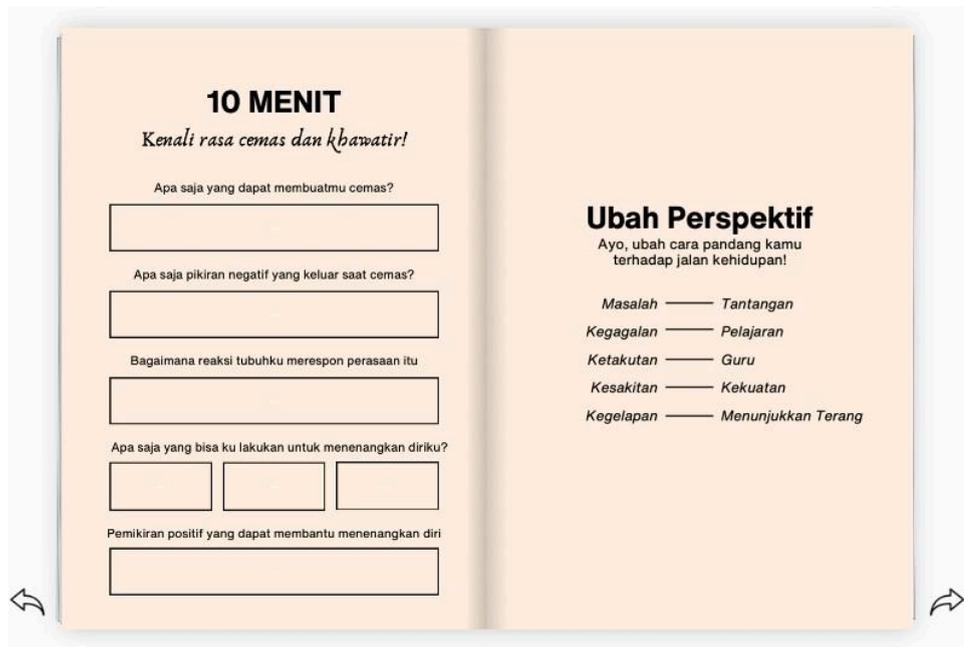
Lalu, ketika dimasukkan ke dalam bentuk *mockup* buku, maka gambar di atas ini adalah bentuk visualisasi dalam bentuk digital, bagaimana wujud asli produk buku jurnal yang akan diluncurkan oleh 254 Days.



Gambar 4.16 Finalisasi Konten Buku Jurnal 254 Days: *My Feelings*

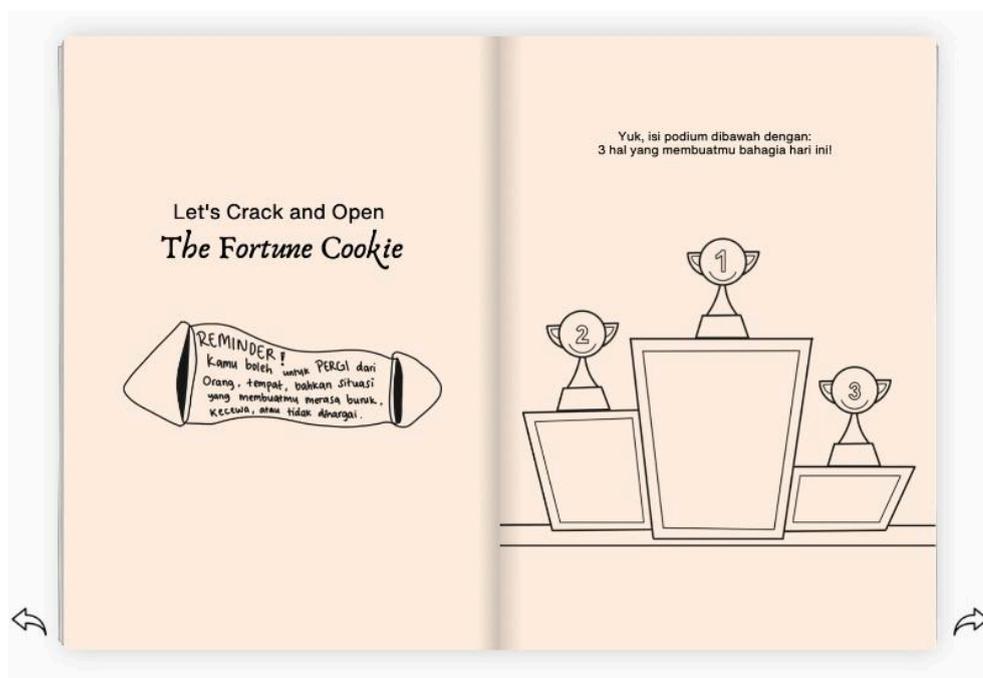
Ada juga bentuk finalisasi berupa *mockup* halaman buku jurnal yang telah dicantumkan pada gambar di atas. Dimana perbaikan yang telah disarankan dan dilaksanakan sebelumnya, benar-benar direalisasikan. Pada halaman sebelah kiri terdapat kata-kata motivasi agar pengguna dapat merasakan semangatnya dibangkitkan, dan pada halaman sebelah kanan merupakan *prompt* yang harus ditulis oleh pengguna.

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 4.17 Finalisasi Isi Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

Dari finalisasi ini pun, dapat dilihat pada gambar bahwa kertas isi buku yang berwarna krem, sebagai tanda warna kertas yang berjenis *bookpaper*, tidak seperti kertas berjenis HVS yang berwarna putih bersih.



Gambar 4.18 Finalisasi Ilustrasi Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

Kemudian yang terakhir, adalah finalisasi buku jurnal mengenai ilustrasi konten pada buku yang tidak seperti kekanak-kanakan. Dimana ilustrasi ini tidak terlalu banyak dan terkesan *simple*, bahkan didominasi oleh kalimat dibandingkan ilustrasi. Juga perintah dan arahan pada isi konten buku adalah hasil kombinasi dari 3 jenis jurnal, yaitu *reflective* (untuk refleksi terhadap diri sendiri), *diary* (untuk menuliskan/menceritakan keseharian), dan juga *gratitude* (untuk selalu bersyukur atas segala sesuatu).

4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa

Mengemban tugas sebagai *Chief Financial Officer* (CFO), penulis juga merancang strategi finansial bisnis *254 Days: My Feelings*, yang dimulai dari penentuan harga modal cetak, jasa desain, berapa revenue yang bisa didapatkan, menentukan perancangan *Break Even Point* (BEP) bisnis, yang tentunya setiap angka yang dirancang telah didiskusikan dan atas persetujuan setiap anggota tim internal. Selain itu, penulis juga ikut andil bagian dalam membantu tugas anggota tim lainnya, baik dalam perancangan ide konsep, ide desain, bahkan pendapat atau pun masukan-masukan yang dibutuhkan anggota tim.

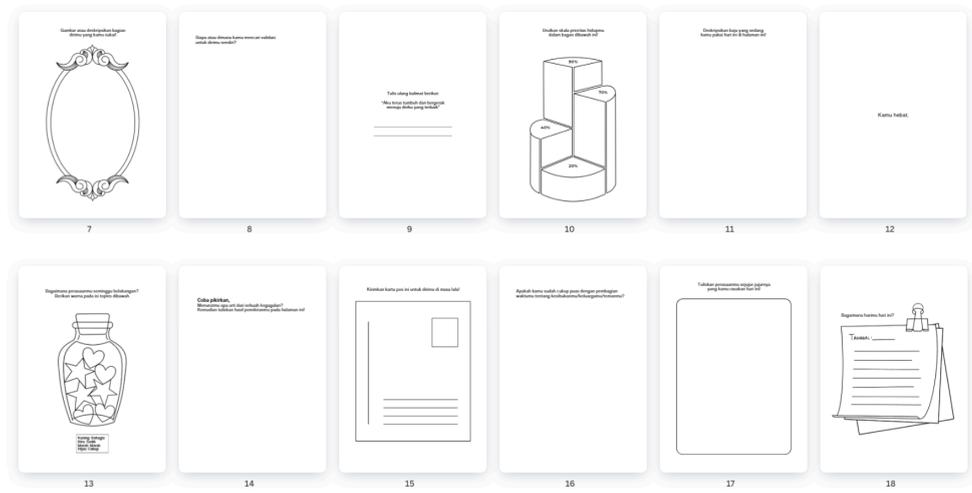
Selama program akademik MBKM *cluster* Kewirausahaan berlangsung, penulis mengikuti dan melakukan segala proses mengenai perancangan ide bisnis produk *254 Days: My Feelings* yang akan diuraikan sebagai berikut:

4.3.1 Perancangan Desain Konten Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

Buku jurnal *254 Days: My Feelings*, memiliki ketentuan format buku berukuran A5, dengan sampul *hardcover*, dan isi halaman buku bertotal 250 lembar, dengan jenis kertas *bookpaper*. Buku jurnal ini bertujuan untuk membangun kebiasaan menulis jurnal selama 254 hari, yang di dalam buku terdapat berbagai macam panduan, *quest*, dan pertanyaan untuk membantu pelanggan dalam menulis jurnal setiap hari.

Di setiap halaman akan ada campuran dari *diary journaling*, *reflective journaling*, dan *gratitude journaling*.

Maka dari itu, penulis dan anggota tim membagi-bagi tugas untuk merancang per halamannya sebanyak 60 lebih halaman per anggota tim. Penulis pun turut andil mengambil bagian dalam merancang konten isi buku, salah satu contoh desainnya seperti pada gambar yang dicantumkan dibawah:



Gambar 4.19 Contoh Desain Konten Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

Penulis merancang desain konten sesuai dengan arahan dan *briefing* yang telah disepakati bersama seluruh anggota tim. Dimana selain memasukkan *prompt* maupun *quest*, seperti yang ada pada halaman buku sebelah kiri. Penulis juga memasukkan kata-kata yang positif dan diharapkan mampu memotivasi para pengguna, seperti pada halaman buku sebelah kanan pada gambar.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4.3.2 Perancangan Media Promosi Instagram *254 Days: My Feelings*

Selain merancang konten pada buku jurnal, adapula proyek individu berupa perancangan konten sebagai media promosi produk pada sosial media, Instagram. Konten yang disajikan tidak secara terang-terangan menjual produk, namun mempromosikan produk secara *soft selling*.



Gambar 4.20 Konten Media Promosi Instagram *Reels* (1)

Konten seperti pada gambar, diambil secara langsung lewat pendekatan video atau yang biasa disebut dengan *reels*, dari sudut pandang pengguna ketika menulis dalam buku jurnal yang menjadi *main product* dari perusahaan *254 Days*.



Gambar 4.21 Konten Media Promosi Instagram Reels (2)

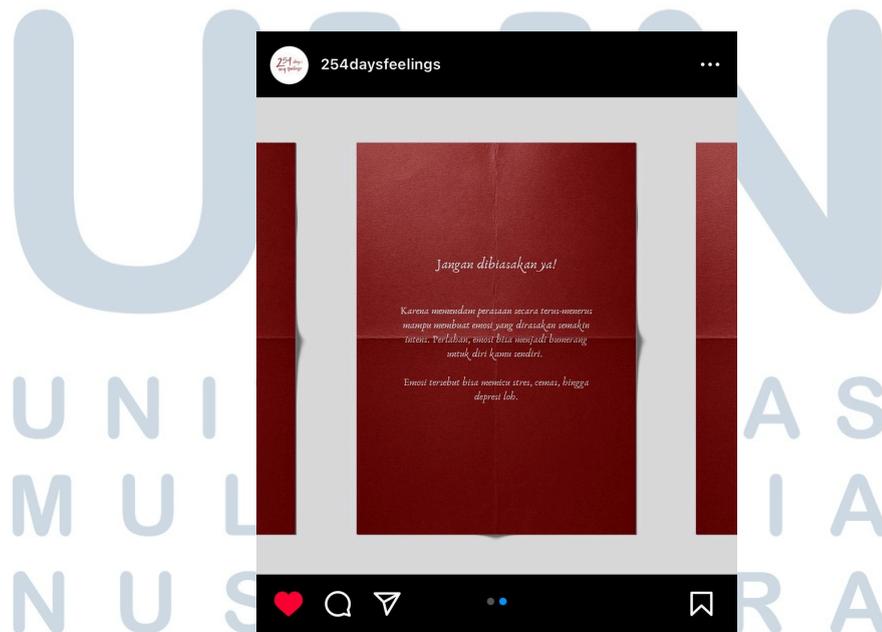
Ada juga konten *reels* lainnya, seperti pada gambar, yang juga diambil secara langsung lewat pendekatan video. Dimana anggota tim melakukan kampanye yang disebar ke seluruh mahasiswa dan mahasiswi kampus Universitas Multimedia Nusantara, lewat secarik kertas berbentuk *memo pad* yang juga di desain oleh tim 254 Days.

Kampanye ini bertujuan untuk menyebarkan *awareness* kepada para remaja di sekitaran universitas, kepada 254 Days dan produk yang akan diluncurkan nantinya. Gerakan ini mendorong para target untuk menuliskan atau menggambarkan perasaan mereka pada secarik kertas tersebut, yang kemudian di dokumentasikan, dan hasilnya telah diunggah pada akun resmi 254 Days: *My Feelings*.



Gambar 4.22 Konten Media Promosi Instagram *Feeds* (1)

Selain konten video *reels*, untuk menyebarkan *awareness* kepada para remaja, ada pula konten *feeds carousel* pada Instagram yang diawali dengan sebuah pertanyaan mengenai seberapa sering mereka memendam perasaannya. Konten ini diharapkan sebagai konten interaktif dimana para pengikut bisa menaruh jawaban mereka pada kolom komentar.



Gambar 4.23 Konten Media Promosi Instagram *Feeds* (2)

Selain bisa berkomentar, para pengikut akun Instagram *254 Days* juga bisa menggeser kesamping (*swipe*) unggahan foto. Disana terdapat foto lainnya yang berisikan kalimat teks, yang menganjurkan bahwa memendam perasaan itu tidak baik dan seharusnya tidak boleh dipendam, juga bagaimana dampaknya jika memendam.

Kesimpulannya adalah, hasil dari perancangan konten tidak semata-mata mempromosikan produk mengenai buku jurnal *254 Days: My Feelings*. Namun, juga sebagai media informasi kepada para pengikut Instagram mengenai dampak buruk dalam isu memendam perasaan, dan bagaimana penanganan secara lebih baik dan tepat.

4.3.3 Penentuan Harga Jual Buku Jurnal *254 Days: My Feelings*

Penentuan penetapan harga produk buku jurnal *254 Days: My Feelings* didasari oleh harga modal cetak buku, biaya jasa desain, dan ditambah *revenue* sebesar 50% dari total modal. Produk buku jurnal memiliki harga modal cetak sebesar Rp48.500/pcs, kemudian ditambah biaya jasa desain sebesar Rp4.400/pcs, sehingga jika ditotalkan seluruh biaya modal produksi berada di angka sebesar Rp52.900, dan seluruh anggota tim perusahaan PT. Dua Lima Empat sepakat menetapkan pengambilan *revenue* atau keuntungan sebesar 50% atau Rp26.200/produk, sehingga penetapan harga jual per bukunya sebesar Rp79.000.

Perusahaan juga menawarkan paket spesial *journaling*, dimana para pelanggan nantinya bisa mendapatkan buku jurnal *254 Days: My Feelings*, stiker A5, kertas memo, pulpen, pin, gantungan kunci, lengkap bersama *special box packaging* dari harga modal Rp115.000/paket, sehingga keputusan penetapan harga jual paket spesial *journaling* sebesar Rp149.000/paket.

4.3.4 Penentuan *Break Even Point* (BEP) Perusahaan PT. Dua Lima Empat

Setelah menentukan harga jual, penulis pun menghitung perencanaan *cash flow* perusahaan PT. Dua Lima Empat yang mampu mencapai titik impas, yang diawali dengan menentukan biaya tetap (*fixed cost*) perusahaan. Biaya tersebut meliputi; gaji tenaga kerja desainer grafis dan UI/UX, 6% biaya administrasi *e-commerce Shopee*, 5% biaya perpajakan (pph) dari harga jual, biaya *maintenance website*, pemasaran dan kurir pengiriman.

Setelah itu, ada pula identifikasi biaya variabel perusahaan sebesar Rp145.500, yang rinciannya dijabarkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.3 Tabel 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 4.4 Tabel 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 mengenai pembiayaan tetap 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 4.5 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

Seperti yang tertera pada tabel, maka perusahaan perlu menjual sebanyak 2470 unit buku jurnal per tahunnya, atau minimal sebanyak 205 unit buku per bulannya. Dan jika 2470 unit buku per tahun, dikalikan dengan harga produk sebesar Rp79.000/pcs, maka PT. Dua Lima Empat akan mendapatkan dengan total pendapatan per tahun sebesar Rp195.130.000 untuk mencapai *Break Even Point* (BEP) atau titik impas dalam operasionalnya.

4.3.5 Pelaksanaan *Exhibition* MBKM *Cluster* Kewirausahaan oleh Skystar Ventures

Pada tanggal 27-28 Mei 2024, termasuk sebagai penilaian akhir dari program MBKM Kewirausahaan, Skystar Ventures mengadakan *Exhibition* untuk memamerkan dan mempresentasikan prototipe bisnis-bisnis yang telah dibangun oleh para mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara, yang mengikuti program MBKM *cluster* Kewirausahaan.



Gambar 4.24 Booth 254 Days: My Feelings pada *Exhibition* MBKM Kewirausahaan

Selain dengan tujuan agar tim bisnis 254 Days: My Feelings dan tim bisnis lainnya dapat menjalankan *alpha testing* ataupun *beta testing*, juga

agar mampu menarik banyak klien dengan produk bisnis yang anggota tim tawarkan.



Gambar 4.25 Hari Pertama *Exhibition* MBKM Kewirausahaan

Sebelumnya, penulis dan anggota tim diberikan jangka waktu sekitar 2 minggu dalam mempersiapkan apa saja yang diperlukan dalam *booth*, seperti untuk mencetak *banner*, *flyer*, membeli perlengkapan alat tulis atau *standee* untuk memajang buku, dan tentunya seluruh produk utama bisnis dipersiapkan dalam jangka waktu tersebut.

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 4.26 Hari Kedua *Exhibition* MBKM Kewirausahaan

Tidak hanya itu, pada hari kedua pelaksanaan *exhibition*, penulis dan anggota tim mendapatkan kesempatan untuk *pitching* ide bisnis beserta prototipe produk, kepada tiga orang *mentor panelist* yang diundang oleh Skystar Ventures, diantaranya Jessica Elvina, Beatrix Lungidita, dan Sri Rembulan. Para mentor memberikan *feedback* yang sangat membangun, hingga mengaku tertarik dengan produk buku jurnal yang tim *254 Days: My Feelings* tawarkan.

4.4 Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa

Penulis bersama anggota tim internal telah berdiskusi panjang, dan akhirnya mencapai keputusan untuk menggunakan jasa vendor percetakan buku yang bernama Only Print, untuk mendukung proses perancangan prototipe produk sebuah buku *self-journal 254 Days: My Feelings*.



Gambar 4.27 Website Vendor Percetakan Only Print
 Sumber: <https://only-print.com/>

Percetakan Only Print merupakan vendor cetak buku yang berbasis *offline* maupun *online*, berlokasi di Jakarta dengan sistem cetak *Print On Demand*, mengutamakan kualitas dengan harga terjangkau, dan tidak ada ketentuan jumlah cetak. Seperti yang tertera pada gambar di atas, yang merupakan situs web dari vendor percetakan Only Print, dimana penulis mendapatkan seluruh informasi terkait vendor dan bagaimana cara menghubungi vendor.



Gambar 4.28 Lokasi Toko Percetakan Only Print
 Sumber: <https://maps.app.goo.gl/tgnEZBxteGungm438>

Vendor percetakan ini telah berdiri sejak tahun 2009 di industri percetakan buku. Alasan lain mengapa terpilihnya vendor ini, dikarenakan Only Print berfokus pada kebutuhan cetak skala kecil, sehingga tidak perlu menunggu hingga jumlah buku terpenuhi, untuk bisa memenuhi syarat cetak *offset*. Dimana keuntungan ini sangat dibutuhkan oleh penulis dan tim bisnis MBKM ketika ingin membuka sistem pembelian buku secara *Pre-Order*.

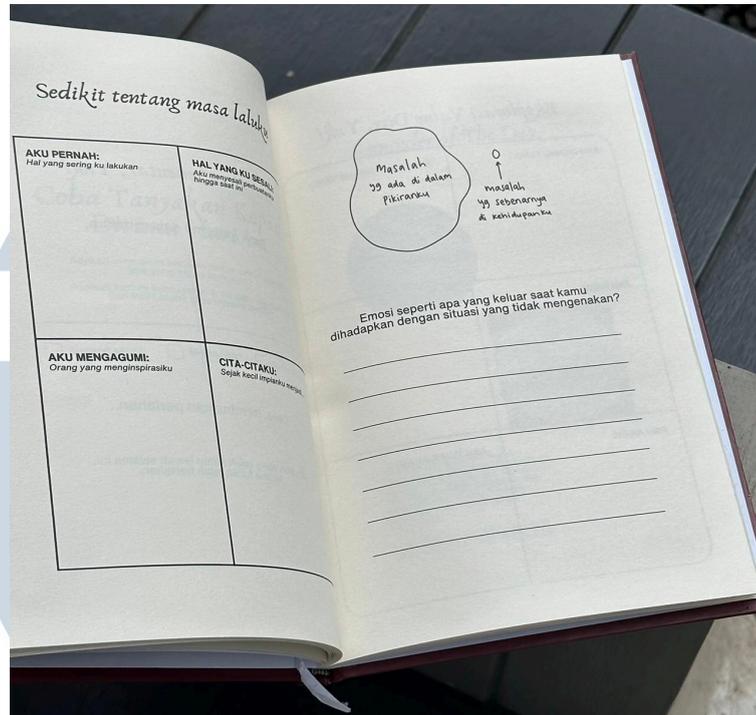
4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa

Penulis dan anggota tim juga sudah melakukan uji coba cetak prototipe buku jurnal, melalui vendor percetakan yang terpilih, yaitu Only Print.



Gambar 4.29 Hasil Uji Cetak *Hard Cover* Vendor Only Print Buku *254 Days: My Feelings*

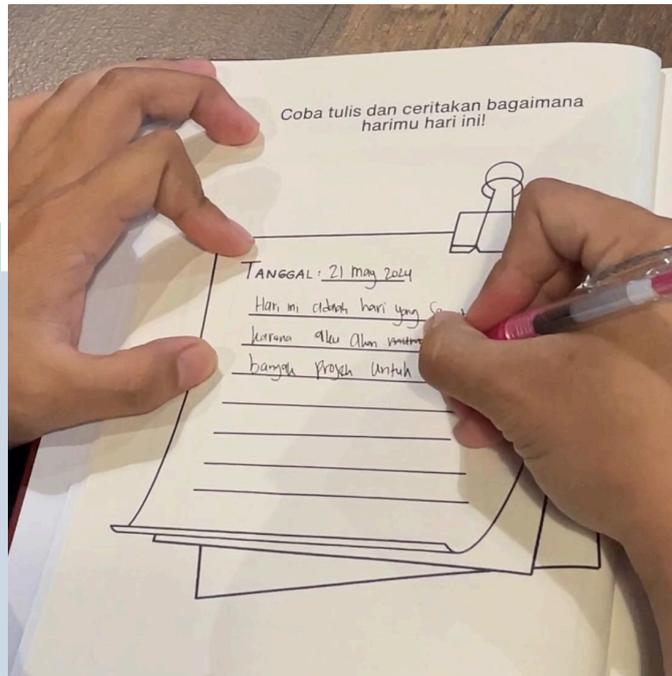
Pada gambar yang dicantumkan, merupakan gambar asli buku jurnal yang diambil secara langsung oleh tim PT. Dua Lima Empat, dimana buku pada gambar merupakan hasil cetak asli dari jasa vendor percetakan Only Print. Sampul buku berjenis *hardcover* yang dihasilkan sangat menjanjikan dan sesuai dengan harapan seluruh anggota tim.



Gambar 4.30 Hasil Uji Cetak Isi Halaman Vendor Only Print Buku *254 Days: My Feelings*

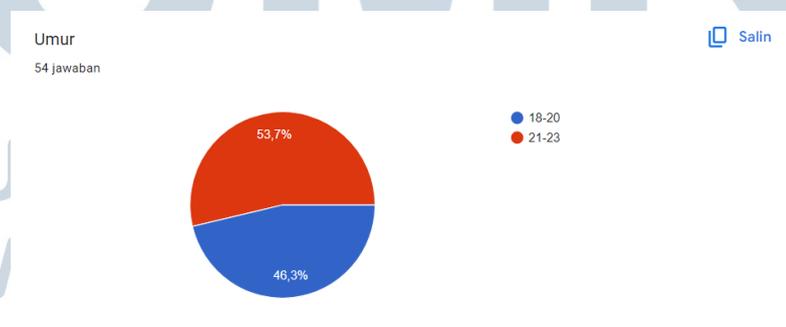
Sebelumnya, penulis dan anggota tim sepakat untuk menguji cetak sebanyak 160 halaman terlebih dahulu. Hasil uji coba cetak buku melalui vendor percetakan Only Print menunjukkan bahwa dengan harga yang cukup terjangkau, bisa menghasilkan cetakan yang bagus dan sesuai ekspektasi seluruh anggota tim internal PT. Dua Lima Empat. Hasil cetak baik pada sampul buku maupun halaman buku, sangat bagus, tidak buram, dan warna yang dihasilkan pun sesuai dengan *file softcopy* yang dikirimkan kepada vendor percetakan.

Begitu pula dengan lem buku yang sangat rekat dan tidak lepas, meskipun lembar halaman telah berulang kali dibalikkan. Halaman isi buku yang berjenis kertas *bookpaper* 72 gsm pun cukup tebal, sehingga ketika uji coba tulis menggunakan pulpen oleh para target di sekitar kampus, tidak menembus pada halaman kertas di belakangnya, seperti yang telah ditampilkan oleh gambar di atas.



Gambar 4.31 Hasil Uji Coba Tulis Halaman Buku *254 Days: My Feelings*

Selanjutnya, penulis bersama seluruh anggota tim telah melaksanakan *beta testing* dan penyebaran kuesioner terkait hasil uji coba produk, dimana para target dapat membaca, memahami, dan menulis pada hasil cetakan buku jurnal. Beta testing dimulai pada saat penyelenggaraan *Exhibition MBKM cluster Kewirausahaan* oleh Skystar Ventures, yang berlangsung selama dua hari pada tanggal 27-28 Mei 2024, dimana hasilnya mendapatkan total 54 responden. Sebanyak 90,7% responden adalah perempuan dari pada laki-laki, dan 98,1% nya merupakan pelajar dibandingkan pekerja.



Gambar 4.32 Grafik Hasil Responden terhadap *Beta Testing Prototype* Buku Jurnal (1)

Dari grafik pada kuesioner yang disebarakan kepada responden, yang berhasil diraih sebesar 53,7% nya adalah responden yang berumur 21 hingga 23 tahun, dan 46,3% nya merupakan responden dari umur 18 hingga 20 tahun.



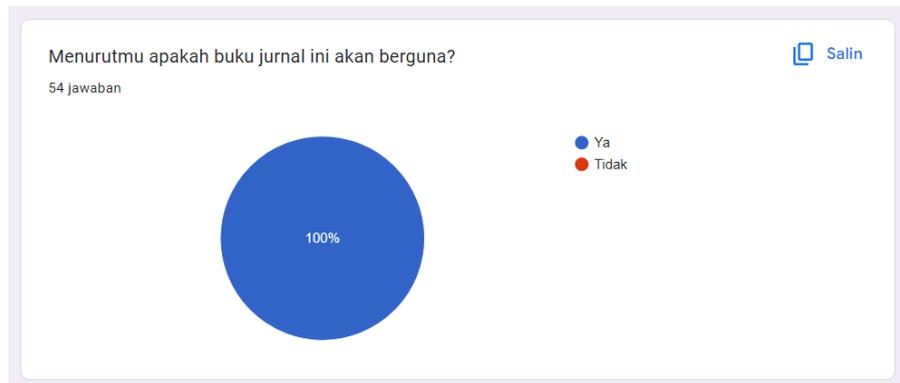
Gambar 4.33 Grafik Hasil Responden terhadap *Beta Testing Prototype* Buku Jurnal (2)

Grafik kuesioner juga menunjukkan bahwa, responden 100% menjawab bahwa buku jurnal *254 Days: My Feelings* berhasil membantu mereka dalam menuliskan ataupun menumpahkan perasaan para responden melewati produk buku jurnal.



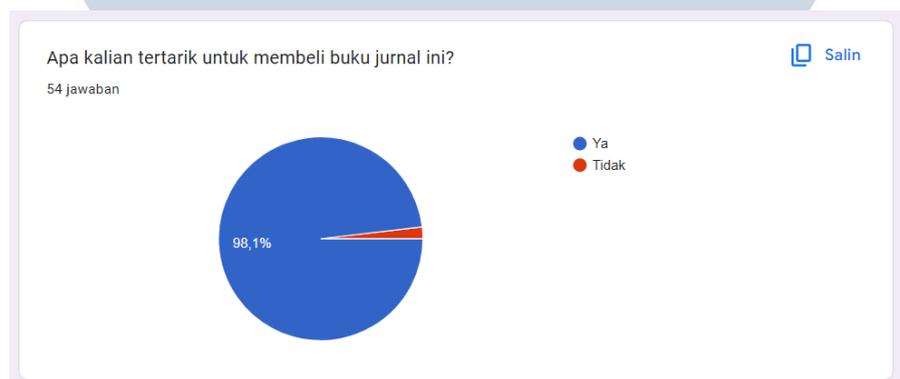
Gambar 4.34 Grafik Hasil Responden terhadap *Beta Testing Prototype* Buku Jurnal (3)

Responden juga 100% menjawab bahwa konten yang disajikan pada buku jurnal *254 Days: My Feelings*, sudah cukup bervariasi dan menarik sehingga tidak membuat penggunaanya bosan ketika menulis jurnal, dan membantu mereka dalam *venting*.



Gambar 4.35 Grafik Hasil Responden terhadap *Beta Testing Prototype* Buku Jurnal (4)

Lewat hasil kuesioner, jawaban yang diberikan oleh responden sebanyak 100%, semakin meyakinkan tim *254 Days* bahwa produk buku jurnal ini akan sangat berguna dan membantu remaja Indonesia dalam meluapkan perasaannya.



Gambar 4.36 Grafik Hasil Responden terhadap *Beta Testing Prototype* Buku Jurnal (5)

Dan melalui jawaban responden sebanyak 98,1%, menyatakan bahwa target yang ingin dicapai dan juga telah melakukan *testing* prototipe baik buku fisik dan situs web *254 Days: My Feelings*, mengaku sangat terhibur dengan buku jurnal, terlebih dengan harga yang masuk akal, sehingga mereka tertarik untuk membeli.

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

Jika ada masukan dan saran lainnya, boleh tuliskan dibawah ini

54 jawaban

Lucuu banget

Buku sudah sangat interaktif, walau tdk ad warna tapi tetep menarik. Sangat engaging dan membuat kt tertarik untuk mencurahkan perasaan

Bagus banget aku tertarik banget

Sudah keren

KEREEEN

sah lucu

tidak ada

Udah bagusss, tertarik banget buat beli biar bisa venting

Gaada uda bagus dan unik banget

Gambar 4.37 Grafik Hasil Responden terhadap *Beta Testing Prototype* Buku Jurnal (6)

Hasil kuesioner *beta testing prototype* yang terakhir, dimana para target yang mengisi kuesioner dapat menuliskan sepatah dua kata saran ataupun masukan yang ditujukan kepada ide bisnis berupa produk buku jurnal tim 254 *Days*. Banyak dari mereka yang mengatakan bahwa buku jurnal sangat interaktif dan unik, sehingga mereka tertarik untuk membeli agar bisa *venting* atau bercerita banyak mengenai keseharian maupun perasaan mereka lewat buku jurnal 254 *Days: My Feelings*.

4.6 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dialami penulis sebagai *Chief Financial Officer* (CFO) selama perancangan buku 254 *Days: My Feelings* adalah tentunya mengenai pemaparan mengenai sisi buku keuangan atau finansial perusahaan. Karena penulis berada di bidang studi akademik seni dan desain, tentunya mengelola dan merencanakan keuangan suatu usaha sangatlah melenceng dari apa yang selama ini penulis pelajari selama duduk di bangku perkuliahan.

Semua bermula dari pencarian vendor percetakan dengan harga *budget* yang sesuai dengan kesepakatan bersama, menentukan seluruh biaya tetap dan variabel perusahaan, bagaimana cara menentukan *revenue* perusahaan, hingga akhirnya menghitung dan menyusun laporan *Break Even Point* (BEP) unit perusahaan. Namun terlepas dari kendala yang dialami selama menjalankan MBKM *cluster* Kewirausahaan, penulis semakin tertantang untuk mempelajari dan menambah wawasan mengenai keuangan, walaupun penulis mengakui masih memiliki banyak kekurangan.

4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala, penulis bersama tim anggota internal diberikan kesempatan untuk mengadakan bimbingan baik bersama *Advisor*, sebagai dosen pembimbing, juga bersama *Supervisor* dan *dedicated mentor* yang disediakan oleh *Skystar Ventures*. Lewat berbagai macam bantuan dan arahan yang telah diberikan, baik secara tatap muka ketika bimbingan sedang berlangsung, maupun penjelasan secara *digital*, yaitu berbagai video materi yang diberikan oleh pihak *Skystar Ventures* pada *Google Classroom*.

Semua arahan dan bimbingan yang diberikan sangatlah membantu penulis dalam perhitungan *Break Even Point* (BEP) perusahaan, juga dalam pemaparan sisi keuangan PT. Dua Lima Empat. Sehingga prosesnya dapat berjalan secara jelas dan terstruktur, dan penulis pun mampu mendapatkan banyak masukan, pendapat, atau wawasan luas terkait perencanaan dan penyusunan pembiayaan perusahaan yang lebih baik dan tertata, sehingga kendala yang dialami pun dapat terminimalisir.

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

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

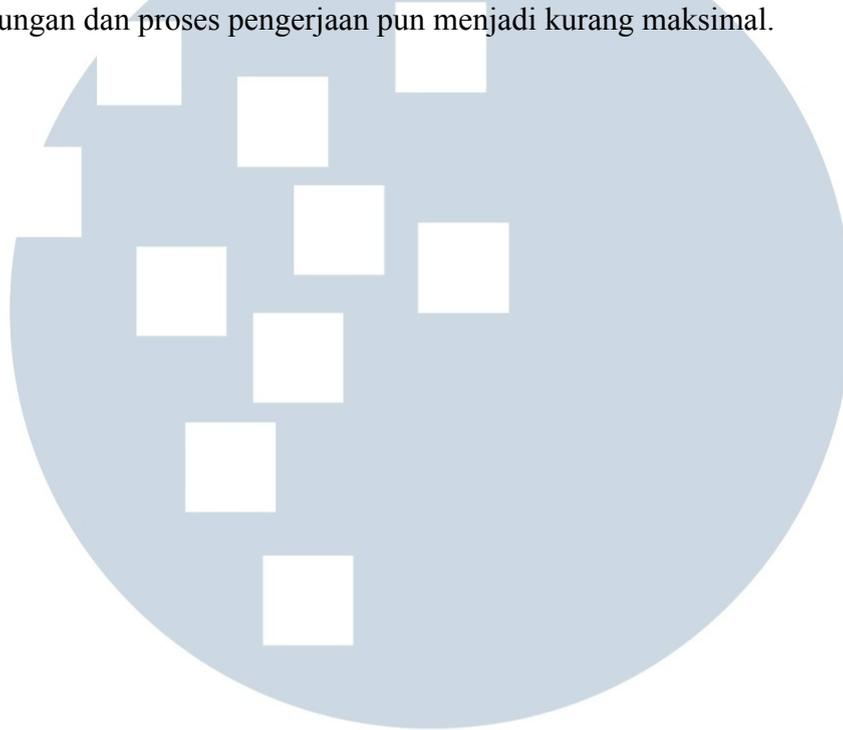
Kesimpulan akhir dari ide bisnis PT. Dua Lima Empat selama program MBKM *cluster* Kewirausahaan, yang berlangsung selama kurang lebih 4 bulan. Isu sosial yang terjadi pada remaja Indonesia, mengenai masih banyaknya orang-orang yang memendam perasaannya serta adanya keinginan untuk membantu sesama, agar bisa mencurahkan perasaannya kepada sesuatu yang positif, yaitu dalam bentuk buku *self-journaling*. Maka setiap perancangan desain buku, mulai dari konten yang dibuat dengan sangat memperhatikan gaya bahasa dan pemilihan kata-kata yang sekiranya dapat membantu meluapkan atau bahkan menyemangati keseharian pelanggan.

Adapun kesimpulan lain mengenai pemaparan sisi keuangan, dimana program MBKM Kewirausahaan ini dapat membantu penulis dalam mempelajari bidang finansial perusahaan dan mengaplikasikannya kepada bisnis perusahaan, dengan tujuan mempersiapkan penulis dan para mahasiswa/i yang berkeinginan untuk menjadi pengusaha yang sukses di masa depan. Program ini sangat membantu para mahasiswa/i dalam mengembangkan bisnisnya yang dimulai dari perancangan ide konsep bisnis, bagaimana *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*-nya, perancangan *business model canvas*, perancangan kelayakan usaha dalam *break even point*, perancangan produk, prototipe hingga implementasinya.

5.2 Saran

Saran untuk kedepannya pelaksanaan program MBKM *cluster* Kewirausahaan, agar mahasiswa/i nya diberikan arahan lebih detail tentang keberlangsungan program, supaya bisa mempersiapkan segala sesuatunya termasuk dimulai dari persyaratan, berkas-berkas yang akan ditandatangani, dan sebagainya dari jauh-jauh hari. Selanjutnya untuk kegiatan pembelajaran secara

online atau daring, yang berupa video lewat Google Classroom, yang sebaiknya perlu diadakan sesi tanya jawab, dikarenakan adanya mahasiswa di luar jurusan manajemen yang benar-benar memulai memahami dari nol, sehingga seringkali kebingungan dan proses pengerjaan pun menjadi kurang maksimal.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA