

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ide bisnis untuk Younite terinspirasi dari *interest* atau kesukaan setiap anggota kelompok terhadap K-Pop, baik dari segi lagu, estetika, atau budaya Korea Selatan. Proses *brainstorming* dilakukan tidak lama setelah kelompok sudah mendapatkan gambaran bisnis yang ingin dibuat. *Brainstorming* dilakukan menggunakan aplikasi LINE CALL dan penjabaran ide bisnis dilakukan menggunakan Google Docs yang dapat diakses dengan tautan berikut (<https://bit.ly/idebisnismbkm>). Berikut beberapa hasil *brainstorming*:

1. Sebuah platform yang berhubungan dengan K-Pop dimana pengguna dapat berinteraksi dengan sesama penggemar K-Pop lainnya untuk berteman, menghadiri konser dan *workshop*. Ide ini dianggap belum maksimal dan diperbaharui pada finalisasi ide.
2. Sebuah platform digital yang bertujuan membantu UMKM K-Pop *fanmerch* untuk dapat mempromosikan dan menjual produk mereka.
3. Sebuah aplikasi yang dibuat untuk mempermudah proses daur ulang sampah dimana aplikasi dapat menunjukkan tempat pembuangan tempat-tempat pembuangan sampah. Ide ini tidak digunakan akibat tidak ada hubungan dengan K-Pop serta mengalami hambatan pada proses monetisasi.

4. Sebuah aplikasi yang terinspirasi dari penjualan baju *thrift* yang semakin populer. Aplikasi difokuskan pada penjualan album K-Pop *secondhand* karena pemilik/*user* memiliki stok yang berlebihan atau merasa bosan dengan koleksi yang ada, hilang ketertarikan dengan K-Pop, dan membutuhkan uang serta keterbatasan ruang untuk menyimpan koleksi K-Pop. Ide ini dianggap belum mencapai potensi maksimal karena hanya sebagai wadah jual beli.

Setelah melakukan *brainstorming*, seluruh anggota kelompok berunding kembali pada ide-ide yang dipaparkan lalu membuat kesimpulan final untuk pembuatan aplikasi nantinya.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Hasil dari *brainstorming* tersebut menghasilkan berbagai macam ide dimana pada akhirnya, kelompok berunding kembali dan menghasilkan ide yang merupakan penggabungan dari ide-ide yang dipaparkan. Kelompok pun mendaftarkan ide bisnis pada *Cluster* MBKM Kewirausahaan, melewati proses *briefing*, dan menjalankan alur bimbingan yang dirancang oleh *Cluster* MBKM.

IDE JUDUL APP

- Woorina (Uri Hana = Kita satu, Uri + Na = Kita + Saya)
- KForm (K-Platform, K-Information)
- Fan Invitation
- Fusion (Perpaduan beberapa fandom, everything in one)
- **Younite (You n I Unite as One, Youth Unite)**
- Youniverse (You n I Unite in Diverse)
- Fandomship (All Fandom Relationship)
- Fandomize
- K-Fam (Kpop Family)

Gambar 2.1 Ide Judul App

Pada gambar 2.1 dapat dilihat bahwa kelompok memiliki beberapa ide nama untuk bisnis atau aplikasi yang dirancang. Perancangan nama dan pemilihan dilakukan menggunakan menggunakan platform Canva dan dikomunikasikan menggunakan menggunakan LINE. Ide nama terinspirasi dari pencampuran bahasa Korea dan bahasa Inggris. Semua ide memiliki artinya masing-masing dan pada akhirnya, nama Younite terpilih karena melambangkan persatuan dari sebuah kelompok. Kata “Younite” memiliki pelafalan serupa dengan kata “unite” dalam bahasa Inggris yang berarti bersatu. Maka dari itu, nama “Younite” terpilih menjadi nama untuk bisnis platform K-Pop.

2.2 *Business Model Canvas*

Dalam perencanaan sebuah bisnis, tentunya bisnis tersebut ingin menghasilkan sebuah pendapatan. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah perencanaan agar tujuan tersebut tercapai yakni *business model canvas* (BMC). Berikut merupakan sembilan elemen dalam *business model canvas*.

1. Segmen Pelanggan (Customer Segments)

Younite sebagai bisnis berfokus menjadi aplikasi yang dapat memenuhi kebutuhan para penggemar K-Pop di Indonesia. Oleh karena itu, pengelompokan yang dilakukan untuk menghasilkan segmentasi yang sesuai untuk Younite yakni sebagai berikut.:

- a. Umur : 15-25 tahun
- b. Gender : Perempuan dan Laki-laki
- c. Status sosial : SES A2, SES A3, SES B, dan SES C
- d. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, pemilik UMKM *fanmerch*, seniman, pekerja kantoran, pekerja pada umumnya.
- e. Gaya hidup : Selalu *up to date* terhadap perkembangan di K-Pop, memiliki kegemaran untuk mengumpulkan *merchandise* K-

Pop, sering bersosialisasi dengan penggemar lainnya,, memiliki kegemaran untuk mengonsumsi konten K-Pop, memiliki keinginan atau pernah mendatangi konser.

2. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen, pelanggan atau pengguna produk atau jasa, sebuah bisnis perlu menyediakan sebuah media dalam menjalin sebuah komunikasi dan memberi transparansi agar membangun kepercayaan. Dalam bisnis Younite, disediakan dua metode untuk menjalin hubungan dengan para pengguna yakni komunitas *online* dan *community support*.

3. Saluran Distribusi (*Channels*)

Sebuah bisnis baik yang menyediakan produk atau jasa tentunya membutuhkan sebuah media untuk mendistribusikan produk atau jasa tersebut kepada para pelanggannya. Bagi Younite, untuk menyalurkan jasa yang diberikan disediakan sebuah aplikasi yang dapat diakses secara mudah di setiap *smartphone* atau gawai dimiliki. Selain itu Younite juga hadir dalam bentuk media sosial seperti *Tiktok*, *Instagram*, *email*. dan *Whatsapp*.

4. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

Proposisi nilai dalam sebuah perusahaan atau bisnis dapat membantu membangun nilai-nilai yang ingin diberikan kepada para pelanggannya. Hal ini dapat memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan atas apa yang didapatkan. Younite sendiri memiliki nilai-nilai yang dibentuk dan diberikan kepada para penggunanya yakni.

- a. Kesempatan untuk bertemu, berkumpul, dan bersosialisasi bersama sesama penggemar K-Pop.

- b. Cara yang efektif dan efisien untuk berinteraksi melalui satu aplikasi yang menyediakan segala kebutuhan seorang penggemar K-Pop.
- c. Memberikan segala layanan untuk mempertemukan dan membantu membangun sebuah hubungan pertemanan antar penggemar.
- d. *Platform* yang hadir untuk memberikan segala informasi terkait dunia K-Pop dan terbuka untuk segala pemilik UMKM baik *fan merch* atau barang-barang *preloved*.

Nilai-nilai yang ditawarkan oleh Younite dirancang untuk memberikan para pengguna kemudahan dalam segala pengalaman yang akan dialami selama menjadi pengguna Younite. Dengan menggunakan Younite, pengguna dapat secara mudah bertemu dan membangun sebuah pertemanan dengan penggemar lainnya. Dari sebuah pertemanan tersebut, Younite membantu dalam membangun segala memori bahagia sebagai penggemar K-Pop seperti menonton konser bersama, menghadiri acara-acara K-Pop bersama, mendapatkan topik pembicaraan dengan informasi yang didapatkan melalui Younite, hingga menjual atau membeli barang-barang yang berhubungan dengan K-Pop.

5. Kegiatan Utama (Key Activities)

Demi sebuah bisnis berjalan dengan baik, bisnis tersebut wajib memiliki sebuah kegiatan utama sebagai pelaksanaan atau daya keberlanjutan dari bisnis tersebut. Dalam bisnis Younite, berikut merupakan serangkaian kegiatan utama:

- a. Promosi.
- b. Perancangan, Pengembangan, dan Optimalisasi Desain Aplikasi.
- c. Mengadakan *Event & Workshop* K-Pop.
- d. Proyek Komunitas Penggemar K-Pop
- e. *Online shop* untuk UMKM K-Pop dan *re-sellers*.

6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)

Demi menjaga dan meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, sebuah bisnis perlu mempertahankan atau memperbaharui sumber daya yang digunakan. Berikut merupakan sumber daya utama yang terdapat dalam bisnis Younite:

- a. Pemeliharaan Kualitas Aplikasi.
- b. Optimalisasi Toko *Online*.
- c. Peningkatan Pelayanan / *Community Support*.

7. Mitra Kunci (*Key Partners*)

Pihak yang terlibat dalam keberlangsungan bisnis tak hanya pihak internal saja seperti saja, keterlibatan pihak eksternal terkadang dibutuhkan untuk membantu dalam meningkatkan dan mengembangkan bisnis. Mitra eksternal yang bekerja sama dengan Younite yakni sebagai berikut:

- a. *Program collaborator*
- b. *App developer*
- c. *K-Pop Fan Artist*
- d. *K-Pop Fanbase Community*
- e. *Event Organizer*
- f. *Event KOL/ micro content creator*
- g. *Mobile Banking*
- h. Kurir Ekspedisi

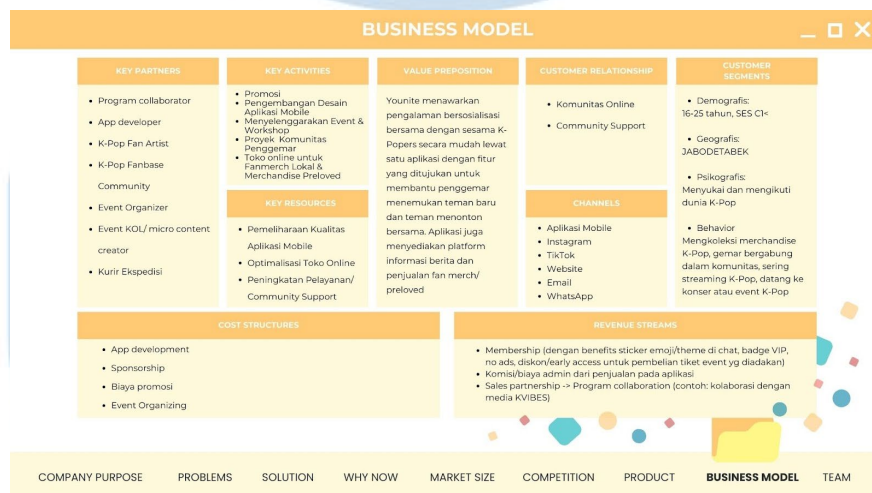
8. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Struktur biaya diperlukan oleh sebuah bisnis agar dapat menyusun rencana biaya yang akan digunakan dalam menjalankan bisnis. Dalam keberlangsungan Younite, terdapat struktur biaya yang dirancang yakni *app development, sponsorship, promotion cost, dan event organizing*.

9. Sumber Pendapatan (*Revenue Streams*)

Tujuan dalam membangun sebuah bisnis salah satunya adalah untuk mendapatkan keuntungan dan pendapatan dari apa yang ditawarkan oleh bisnis tersebut. Hal ini dapat menentukan kesuksesan dan keberlangsungan dari sebuah bisnis. Dalam bisnis Younite, terdapat beberapa sumber pemasukan dalam aplikasi tersebut yakni.

- a. *Membership* (bersifat opsional dan pengguna aplikasi yang membeli ini mendapatkan keuntungan berupa paket stiker *emoji/theme* di *chat*, *badge* VIP, penggunaan aplikasi tanpa iklan, *diskon/early access* untuk pembelian tiket *event* yang diadakan)
- b. Biaya administrasi atau biaya layanan aplikasi dari penjualan *online*.
- c. *Partnership* atau *program collaboration* (melakukan kolaborasi dengan pihak eksternal yang bergerak di bidang yang serupa seperti KVIBES)



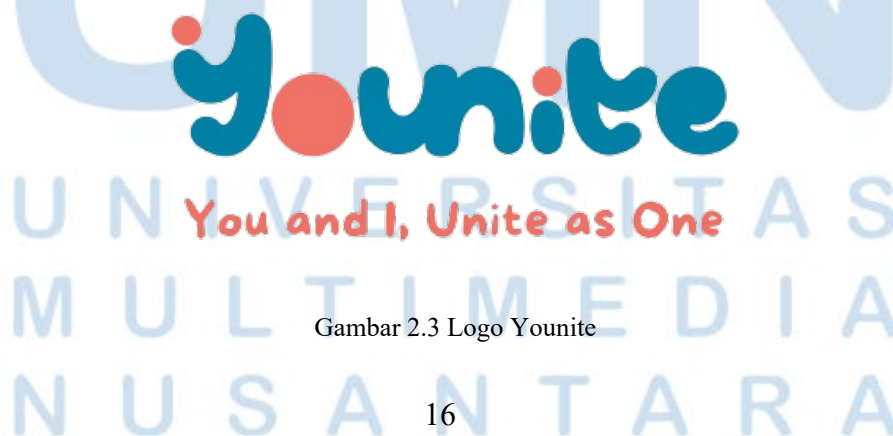
Gambar 2.2 *Business Model Canvas*

2.3 Deskripsi Perusahaan

Budaya K-Pop telah berkembang pesat di Indonesia sejak 2020. Menurut survei Jakpat (2021), mayoritas masyarakat Indonesia memiliki *interest* tinggi terhadap K-Pop. Namun, ketersediaan platform yang dapat memenuhi kebutuhan K-Pop masih belum dikembangkan. Maka dari itu, melihat kesempatan yang tersedia, kami membentuk Younite yaitu aplikasi yang terinspirasi dari budaya K-Pop.

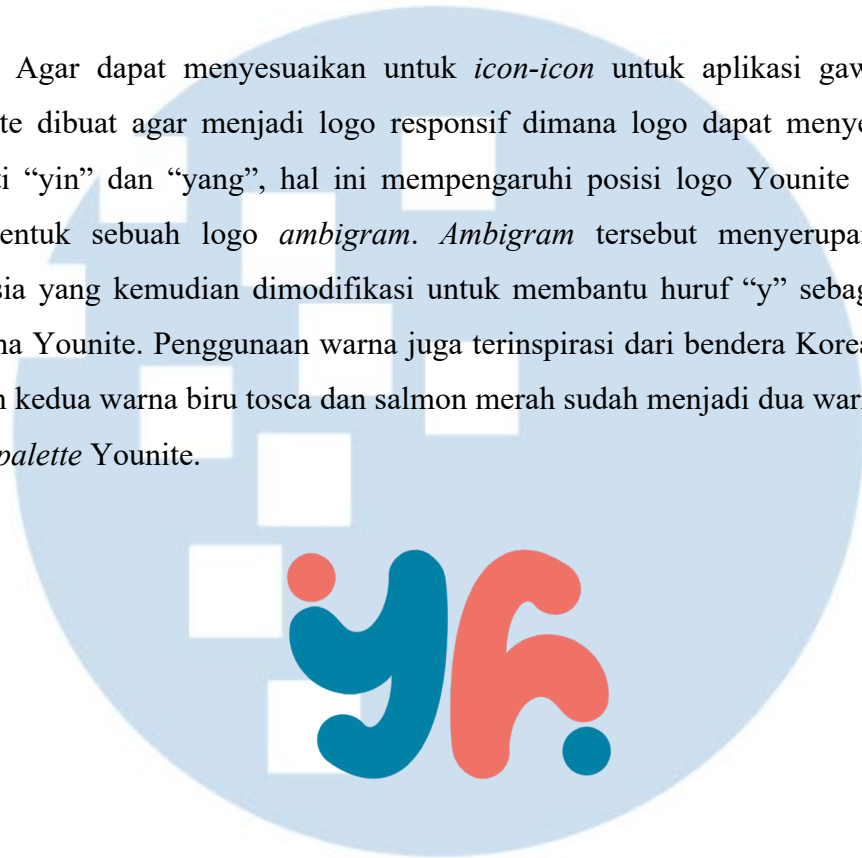
Younite merupakan aplikasi yang dirancang untuk penggemar K-Pop dengan tujuan sebagai aplikasi *all-in-one* yang memiliki segala kebutuhan seorang penggemar K-Pop. Nama Younite dihasilkan dari gabungan kata “*you*” dan “*unite*” sehingga dapat diartikan sebagai “*You and I unite as one*”. Konsep aplikasi ini mulai direncanakan pada 13 November 2023 dan mulai dirancang pada 29 Januari 2024.

Karena terinspirasi dari budaya K-Pop yang berasal usul dari Korea Selatan, budaya ini yang menjadi keunikan dalam ilustrasi logo dalam Younite. Penggunaan inspirasi “*yin*” dan “*yang*” yang berada pada tengah bendera Korea Selatan. Perancangan *logotype* diawali dengan menggunakan *typeface serif* yang menggunakan tulisan tangan atau *handwriting*. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan sisi keramahan dan santai untuk *brand* Younite.



Gambar 2.3 Logo Younite

Agar dapat menyesuaikan untuk *icon-icon* untuk aplikasi gawai, logo Younite dibuat agar menjadi logo responsif dimana logo dapat menyesuaikan. Seperti “yin” dan “yang”, hal ini mempengaruhi posisi logo Younite sehingga membentuk sebuah logo *ambigram*. *Ambigram* tersebut menyerupai bentuk manusia yang kemudian dimodifikasi untuk membantu huruf “y” sebagai huruf pertama Younite. Penggunaan warna juga terinspirasi dari bendera Korea Selatan namun kedua warna biru tosca dan salmon merah sudah menjadi dua warna dalam *color palette* Younite.



Gambar 2.4 Logo *Icon* Younite

Visi dan misi Younite sebagai *brand* adalah untuk melayani para penggemar K-Pop di Indonesia. Visi Younite yaitu menjadi wadah bagi para pecinta K-POP untuk bergabung bersama dan membuat memori-memori, tak hanya dengan idolanya tetapi juga dengan sesama. Kemudian misi Younite adalah membentuk tempat aman bagi pecinta K-POP di Indonesia untuk bertemu, bersosialisasi, memperkuat hubungan dan memenuhi memori dengan kesenangan dan kasih sayang.

2.4 Struktur Perusahaan

Kerja sama antara beberapa pihak dalam keberlangsungan sebuah bisnis sudah terjamin terjadi dalam semua bisnis. Begitu pula dengan Younite dimana terdapat beberapa pihak yang tercantum dalam struktur perusahaan untuk bekerja

sama untuk membangun kesuksesan Younite. Berikut merupakan struktur perusahaan Younite.



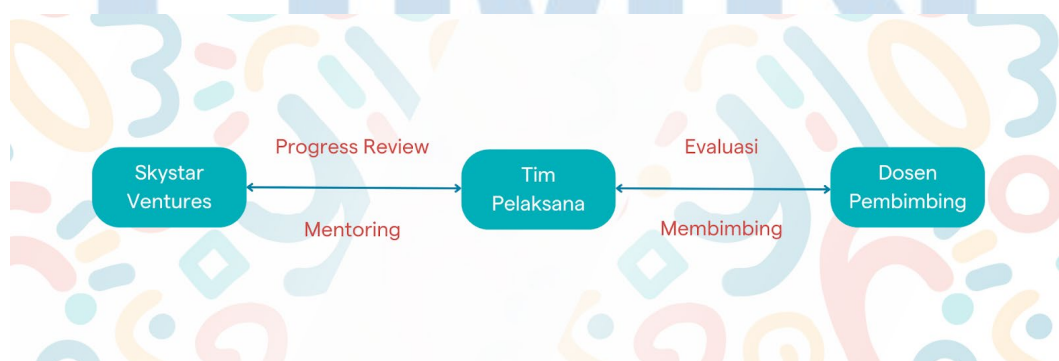
Gambar 2.5 Struktur Perusahaan Younite

1. **Chrysantha Edeline Widjaja (CFO), *UI Designer 2 & Copywriter*:** Merancang desain *interface* aplikasi atau *website*, membuat draf dan finalisasi penulisan *copywriting* dan *content writing* yang akan digunakan dalam aplikasi atau *website* serta konten-konten media sosial untuk keperluan *marketing*.
2. **Jacqueline Juliana Sjarief (COO), *Art & Creative Designer*:** Mencari inspirasi serta menyusun konsep visual yang akan digunakan dalam aplikasi atau *website*, membuat elemen dan grafik visual yang sesuai, membantu menyesuaikan progres desain agar masuk dalam *timeline* pengerjaan, dan melakukan *directing* dan memantau pembuatan konten visual agar tetap konsisten.
3. **Janice Dwi Augustine (CEO), *Creative Marketing Director, Social Media Specialist*:** Berperan sebagai ketua kelompok dengan memimpin semua diskusi yang terkait perencanaan aplikasi atau *website*, merencanakan konsep yang akan digunakan pada aplikasi serta konten *marketing* bersama kelompok, menganalisis riset terkait informasi perkembangan atau tren di K-Pop, dan memberikan arahan, *feedback*, *timeline* pada setiap pengerjaan kelompok.

4. **Michelle Vannesa Theodora (CMO), UI Designer 1 & Content Marketing:** Merancang desain *interface* aplikasi atau *website*, merencanakan dan merancang konten-konten yang akan digunakan di media sosial dalam rangka meningkatkan *brand awareness* target pasar pada aplikasi atau *website* yang akan dirancang.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

MBKM *Cluster* Kewirausahaan mulai berlangsung pada tanggal 29 Januari 2024. Proses pelaksanaan MBKM *Cluster* Kewirausahaan diawali dengan briefing oleh koordinator dan dijelaskan bahwa MBKM ini memiliki dua alur pelaksanaan. Pertama bersama pihak eksternal Skystar Venture dan kedua bersama pihak internal Universitas Multimedia Nusantara sebagai dosen pembimbing yang ditentukan. Keduanya dilaksanakan bersama kelompok dan secara bersamaan dan dilakukan berdasarkan waktu jam dan hari-hari aktif kerja. Kepada pihak Skystar Ventures yang berperan sebagai *Supervisor*, diperlukan laporan *daily task* sebanyak 640 jam. Sedangkan untuk dosen pembimbing yang berperan sebagai *Advisor*, memerlukan minimal 207 jam pada laporan *daily task*-nya. 207 jam bersama *advisor* sudah termasuk minimal pertemuan bimbingan yang diperlukan yakni minimal 4 kali sebelum UTS dan 8 kali sebelum UAS. Berikut merupakan alur pelaksanaan MBKM *Cluster* Kewirausahaan.



Gambar 2.6 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Pihak Skystar Ventures yang menjadi *Supervisor* dalam pelaksanaan MBKM *Cluster* Kewirausahaan diwakili oleh Bapak Hoky Nanda sebagai salah satu koordinator MBKM, Bapak Andrew Henderson, dan Ibu Michelle Greysianti. Pelaksanaan MBKM *Cluster* Kewirausahaan dilakukan menggunakan berbagai macam media termasuk penggunaan aplikasi LINE, website Google Classroom, serta *website* Merdeka. Google Classroom digunakan oleh para *supervisor* untuk memberikan materi baru sebagai pembelajaran asinkron serta tugas-tugas terkait hasil yang akan digunakan dalam sidang akhir. LINE digunakan sebagai media komunikasi yang menghubungkan para *supervisor* dan peserta MBKM *Cluster* Kewirausahaan. Terakhir untuk penggunaan *website* Merdeka merupakan media dimana para peserta MBKM diwajibkan dan ditugaskan untuk menginput tugas harian atau *daily task* setiap harinya. Isi yang tertulis dalam *daily task* berupa apa yang dikerjakan pada hari itu dan laporan progress pada bisnis yang dibangun. *Daily task* yang diinput pada *website* Merdeka akan melewati tahap validasi oleh para *supervisor* dimana pihak *supervisor* memiliki hak untuk menerima atau menolak input atau progres tugas yang dilaksanakan. Penerimaan dan penolakan dari *daily task* ini dilakukan secara bersama dengan bimbingan terhadap laporan progres atau *progress review* dimana setelahnya kelompok melakukan revisi terhadap masukan yang diberikan agar tugas yang diberikan dapat memasuki kriteria penerimaan.

Selain melakukan bimbingan bersama *supervisor*, kelompok juga diwajibkan untuk melakukan bimbingan bersama dosen pembimbing atau *advisor* terhadap progres penulisan laporan yang wajib dilakukan oleh masing-masing mahasiswa. Laporan yang ditulis dilakukan secara mandiri dan dibuat sesuai panduan yang diberikan oleh Koordinator MBKM. Pada setiap pengerjaan pada laporan, mahasiswa perlu melaporkan progres dalam *website* Merdeka untuk memenuhi minimal jam yang ditentukan. Begitu juga saat melakukan bimbingan,

kelompok melakukan bimbingan bersama *advisor* yakni Pak Airbah Tulus Makmud untuk melakukan evaluasi pada setiap progres penulisan pada laporan. Proses pengerjaan bersama *advisor* serupa dengan pengerjaan *supervisor* dimana untuk setiap selesai bimbingan, kelompok atau mahasiswa diwajibkan untuk melakukan revisi terlebih dahulu hingga diterima atau disetujui sebelum melanjutkan tahap selanjutnya.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Dalam rangka menganalisis kelayakan usaha Younite, diperlukan informasi terkait biaya investasi awal serta biaya operasional awal pembentukan Younite agar dapat di analisa berdasarkan *Break Even Point* (BEP). Biaya investasi awal Younite mencakup jasa-jasa yang digunakan seperti *app developer* dan beberapa fitur seperti *e-commerce*, *chatroom*, *find concert buddy*, serta *hosting*. Sedangkan untuk biaya operasional awal merupakan kumpulan biaya yang digunakan untuk kegiatan pemasaran terkait Younite seperti biaya atau gaji karyawan, biaya promosi di media sosial melalui kolaborasi bersama *brand* lain atau *influencer endorsement*.

Tabel 2.1 Tabel Biaya Awal Younite

No.	Deskripsi	Biaya per Bulan	Total per Tahun
Biaya Investasi Awal			
1	Fitur <i>e-Commerce</i>	Rp500.000,00	Rp6.000.000,00
2	Fitur Chat	Rp166.667,00	Rp2.000.124,00
3	Fitur <i>Find Concert Buddy</i>	Rp333.333,00	Rp4.999.996,00
4	<i>Hosting</i> (App Store & Google Play)	RP166.667,00	Rp2.000.124,00
			Rp14.000.244

Biaya Marketing			
5	<i>Marketing - Media sosial (Instagram & Tiktok Ads)</i>	Rp500.000,00	Rp6.000.000,00
6	<i>Marketing - KOL/ Influencer Endorsement</i>	Rp1.500.000,00	Rp18.000.000,00
7	<i>Marketing - Media Partner (Sales Collaboration)</i>	Rp500.000,00	Rp6.000.000
8	Gaji Karyawan (4 orang)	Rp2.500.000,00/orang	Rp120.000.000,00
9	IT Maintenance	Rp3.000.000	Rp36.000.000
Total			Rp200.000.244,00

Perhitungan biaya operasional aplikasi Younite dilakukan dengan pembagian analisa BEP Younite menjadi dua yakni biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya untuk segala sesuatu yang tidak dapat berubah. Hal-hal yang termasuk biaya tetap adalah biaya domain aplikasi, *marketing*, dan gaji karyawan. Melainkan untuk biaya variabel merupakan biaya yang berubah sesuai dengan kuantitas. Contohnya adalah biaya promosi dan pengiriman. Perhitungan BEP menggunakan kedua biaya ini yakni sebagai berikut:

$$\text{BEP} = \text{Revenue} = \text{Biaya Tetap (Harga Jual per Produk)}$$

Sebagai contoh perhitungan BEP Younite, diambil perhitungan untuk proyeksi keuangan dimana biaya tetap selama tahun tercatat Rp. 200.000.244,00

bersama persentase keuntungan 10%. Dari contoh ini, perhitungan BEP dilihat sebagai berikut:

$$\text{BEP} = \text{Revenue} = \text{Biaya Tetap}(\text{ Harga Jual per Produk})$$

1. Per tahun

$$\text{BEP} = \text{Revenue} = \text{Rp}200.000.244(\text{Rp}500.000 \times 10\%) = 4.000/\text{Unit per tahun}$$

2. Per bulan

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

Dari perhitungan di atas, dihasilkan *revenue* yang harus didapatkan 4.000 transaksi per tahunnya atau 333 transaksi per bulan. Angka ini merupakan jumlah pemasukan yang Younite butuh dapatkan per tahunnya untuk memenuhi pengeluaran biaya tetap dan variabel.

Other Revenue Stream

1. Membership

Misal: 1 bulan 100 orang subscribe membership, Keuntungan sekali membership dengan harga Rp19.000,00 per bulan dari biaya admin 10% adalah Rp1.900,00/membership

$$\text{Income Membership} = \text{Rp}1.900,00 \times 100 \text{ orang} = \text{Rp}190.000,00/\text{bulan}$$

2. WTS tiket konser

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

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

Perhitungan BEP Younite akan dapat berubah sesuai dengan strategi pemasaran yang dilakukan di masa depan dalam rangka meningkatkan penjualan yang mempengaruhi perubahan biaya tetap dan biaya variabel yang dihitung. Dari contoh perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa Younite yang berperan sebagai aplikasi perantara atau *middleman* perlu menghasilkan transaksi sebesar 300 per bulannya untuk mencapai BEP dan mendapatkan penjualan membership sebanyak Rp. 190.000,00 per bulan dan WTS tiket sebanyak Rp. 2.000.000,00. Melihat perhitungan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Younite berpotensi untuk menjadi bisnis yang sukses dan membawa untung.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA