

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Pada tahap ini, penulis bersama tim memulai untuk membentuk ide bisnis berdasarkan masalah yang sering terjadi, seperti mahasiswa tingkat awal yang awam dalam perkuliahan DKV di Universitas Multimedia Nusantara yang dikarenakan masih belum memiliki keterampilan dasar dalam menggunakan aplikasi *software* untuk desain dan mengerjakan tugas-tugas mereka. Dalam menentukan validasi ide bisnis, penulis dan tim menyepakati untuk membuat *website E-learning* dan *gamification* kepada mereka yang ingin menjadi mentee serta diajarkan oleh mentor yang berpengalaman.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ide perancangan *website* berbasis *E-learning* UNITE ini muncul pada saat berdiskusi dengan kelompok serta berkonsultasi ide ini kepada pihak *Skystar Ventures*. Sebagian besar dari para mahasiswa jurusan DKV (Desain Komunikasi Visual) di UMN (Universitas Multimedia Nusantara) masih kurang memiliki keterampilan dasar di bidangnya. Sehingga mereka masih kesulitan dalam menyelesaikan tugas-tugas, khususnya bagi mahasiswa baru yang masih belum terbiasa untuk beradaptasi dengan lingkungan kampus.

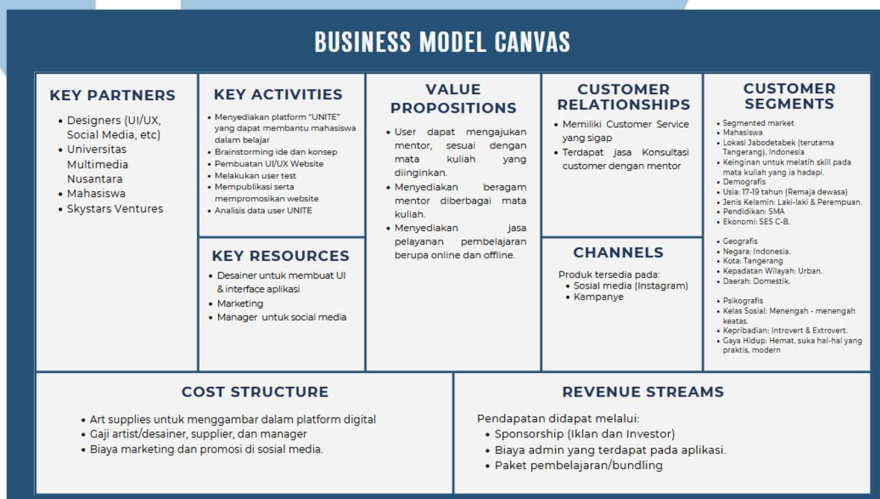
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Pada awal perancangan ide bisnis, penulis dan kelompok melakukan beberapa pertemuan diskusi tentang apa saja untuk perancangan ide dan diajukan ke pihak *Skystar*. Hasil dari diskusi, penulis dan kelompok memutuskan untuk merancang sebuah *website* yang akan digunakan untuk membantu mahasiswa baru belajar dalam mengasah keterampilan dalam menyelesaikan tugas-tugas mata kuliah jurusan DKV. *Website* ini memberikan pembelajaran mengenai teknik dasar seperti menggambar tradisional (teori warna, teknik menggambar, melukis), mendesain dengan

menggunakan software yang disarankan untuk DKV (*Adobe Photoshop, Adobe Illustrator*), membuat videografi (*Adobe Premiere*), 3D Modeling, dan sebagainya.

2.2 Business Model Canvas

Fungsi dari *Business Model Canvas (BMC)* yaitu sebagai alat bantu untuk menyampaikan ide bisnis yang telah ada agar dapat lebih dimengerti. Di dalam BMC ini menjelaskan *Key Partners, Key Activities, Key Resources, Value Propositions, Customer Relationships, Customer Segments, Channels, Cost Structure, dan Revenue Streams*. Berikut merupakan penjelasan ide bisnis UNITE yang dirangkai dalam BMC:



Gambar 2.1 Gambar *Business Model Canvas UNITE*

1. Key Partners

Kemitraan penting dalam operasi *platform website "UNITE"* meliputi desainer (*UI/UX, Social Media, illustrator, dll.*) yang bertanggung jawab atas desain berdasarkan pengalaman pengguna yang menarik. Universitas Multimedia Nusantara berperan dalam menyediakan akses koneksi dengan mahasiswa dalam menyediakan *platform website UNITE*, sementara Skystars Ventures mendukung dari strategi pengembangan dalam berbisnis.

2. Key Activities

Kegiatan inti platform "UNITE" mencakup penyediaan solusi pembelajaran untuk membantu mahasiswa dalam mengatasi kegiatan perkuliahan mereka. Aktivitas meliputi brainstorming ide dan konsep, pengembangan *UI/UX website* yang ramah pengguna, uji coba pengguna, promosi dan pemasaran *website*, serta analisis data pengguna untuk meningkatkan pengalaman.

3. Key Resources

Key resources termasuk desainer untuk mengembangkan UI & interface website yang menarik, tim pemasaran untuk mempromosikan platform UNITE, dan manajer media sosial untuk mengelola kehadiran *online platform*.

4. Value Propositions

Platform UNITE menawarkan beragam mentor dalam berbagai mata kuliah DKV, serta menyediakan layanan pembelajaran online yang fleksibel melalui *Zoom*.

5. Customer Relationships

Hubungan dengan pelanggan diperkuat dengan adanya layanan pelanggan yang responsif dan konsultasi langsung dengan mentor untuk membantu memecahkan masalah akademis mentee.

6. Customer Segments

Segmentasi pasar platform UNITE berfokus pada mahasiswa di wilayah Jabodetabek terutama Tangerang yang ingin meningkatkan keterampilan dalam mata kuliah yang mereka hadapi dalam perkuliahan DKV. Target audiens berusia 17-19 tahun, berasal dari latar belakang pendidikan SMA dengan kelas sosial menengah ke atas, dan memiliki berbagai kepribadian dari *introvert* hingga *extrovert* dengan gaya hidup yang praktis dan modern.

7. Channels

Produk dan layanan "UNITE" tersedia melalui platform sosial media seperti Instagram dan kampanye pemasaran yang direncanakan dengan baik.

8. Cost Structure

Struktur biaya platform mencakup pengeluaran untuk *art supplies* digital, gaji untuk artis/desainer, pemasok, dan manajer, serta biaya untuk pemasaran dan promosi di media sosial.

9. Revenue Streams

Pendapatan diperoleh dari sponsorship (iklan dan investor), biaya admin yang terkait dengan penggunaan aplikasi, serta penjualan paket pembelajaran dan bundling layanan tambahan. Dengan strategi ini, "UNITE" tidak hanya bertujuan untuk mendukung mahasiswa dalam pendidikan mereka tetapi juga untuk memperluas akses terhadap mentor dalam berpengalaman mereka mengajari para mentee yang membutuhkan demi perkuliahan mereka.

2.3 Deskripsi Perusahaan

UNITE merupakan sebuah *platform* yang diciptakan oleh 3 mahasiswa dengan tujuannya untuk membimbing pembelajaran online mahasiswa yang masih awam dan ingin melatih keterampilan dasar DKV (Desain Komunikasi Visual). Kata "UNITE" itu sendiri berasal dari bahasa Inggris yang diartikan sebagai kebersamaan atau persatuan. Dari nama ini dapat memiliki tujuan untuk menciptakan koneksi para mahasiswa dengan mentor agar saling mengenal dan memberikan dukungan antar satu sama lain. Yang akan menjadi seorang mentor yaitu mahasiswa tingkat atas yang telah mendalami mata kuliah dan telah beradaptasi dalam perkuliahan di UMN.

UNITE menggunakan *website* sebagai media *platform* serta menampilkan mata kuliah dan para mentor beserta dengan kontak-kontak mereka yang dapat dihubungi. Materi-materi yang disampaikan oleh para mentor di dalam website

dapat diakses jika mentee telah membayar layanan sesuai paket yang dipilih. Kini terdapat paket langganan yang disediakan oleh UNITE yaitu “Gas Konsultasi”, paket ini menawarkan konsultasi dengan mentor sebanyak 1 kali 2 jam secara *online* dan 12 pilihan mata kuliah DKV. Mentee juga dapat asistensi karya lewat *zoom call* maupun *chat* dan mengunduh materi *online*.

Logo pada gambar 2.2 di bawah merupakan visual utama yang dapat mempresentasikan UNITE. Ide konsep logo UNITE yaitu dengan adanya penggabungan huruf "U" dan "N" menjadi satu yang bisa merepresentasikan sebagai persatuan dan solidaritas. Lekukan pada desain logo juga mempresentasikan kebahagiaan seseorang yang mengangkat tangannya, mencerminkan kepuasan pelanggan saat menggunakan layanan jasa UNITE. Pemilihan jenis huruf yang futuristik untuk logo ini mencerminkan sifat modern dan adanya teknologi dari UNITE, yang menawarkan platform *website* untuk mahasiswa yang ingin mempelajari mata kuliah pilihan mereka.



Gambar 2.2 Contoh Logo Perusahaan UNITE

Logo UNITE menginspirasi penulis dan tim untuk membuat visi dan misi perusahaan UNITE itu sendiri sebagai berikut:

2.3.1. Visi dan Misi

Suatu bisnis atau perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang melekat dan menjadi aspek *brand positioning*-nya. Pada buku “Strategic Planning and Management” yang ditulis oleh J.B Whittaker (1978), visi perusahaan merupakan gambaran masa depan yang dipilih dan diwujudkan pada saat tertentu dalam waktu. Sedangkan misi perusahaan merupakan tahapan yang harus dilalui oleh badan atau organisasi dalam mencapai visinya. Dari pengertian yang dijelaskan, penulis dan tim merancang visi dan misi untuk UNITE sebagai berikut:

2.3.1.1 Visi

Menciptakan lingkungan pembelajaran dan sosialisasi yang efektif untuk calon mahasiswa dalam perkuliahan.

2.3.1.2 Misi

1. Memberikan pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi mahasiswa.
2. Menciptakan koneksi antar mahasiswa dengan mentor.
3. Memberikan bantuan finansial bagi mahasiswa yang menjadi mentor.

2.4 Struktur Perusahaan

Pada tahap ini penulis akan membahas mengenai struktur perusahaan yang dirancang oleh penulis dan tim UNITE. Dengan adanya struktur perusahaan, hal tersebut akan membantu penjabaran *jobdesc* tiap anggota tim.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan UNITE

Dalam perancangan UNITE, terdiri 3 jabatan yang terdapat pada struktur bisnis UNITE:

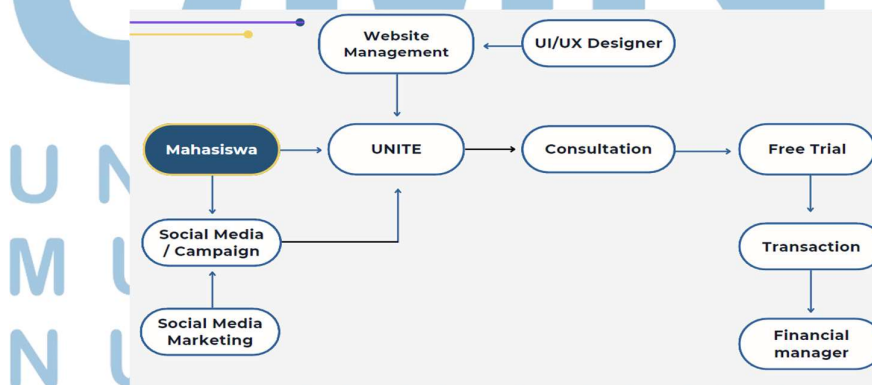
1. Darren Christopher Darmawan - *Chief Executive Officer (CEO)*: Berperan untuk memimpin, mengkomunikasi, dan mengkoordinir kinerja para desainer sehingga memenuhi persyaratan desain dan merancang

konsep konten untuk periklanan serta pemasaran bisnis dan branding *UNITE*.

2. Michelle Surya - *Chef Of Operational (COO)*: Berperan untuk mencapai kriteria *Key Performance Indicators (KPI)* dan target profit melalui perancangan *UX website UNITE*, dimulai dari prototyping, *wireframing*, dan penyusunan strategi *budgeting*.
3. Alena Tiarra Devi Purwoko - *UI & UX Department*: Berperan untuk mengatur serta melakukan proses tampilan *UI* sesuai dengan perancangan ide bisnis dan konsep desain yang telah ditentukan.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Seusai struktur perusahaan dirancang. Tim UNITE merancang bagaimana Alur kerja perusahaan UNITE. Alur kerja perusahaan UNITE dimulai dari ketika klien (Mahasiswa) menemukan *website UNITE* melalui postingan media sosial atau kampanye yang dijalankan oleh UNITE di sekitar kampus. Setelah mengunjungi *website UNITE* yang dikelola dan dirancang oleh desainer *UI/UX*, mereka dapat melakukan konsultasi soal masalah kuliah di *website*, dan *website manager* memilih kursus yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika sudah memilih, mereka dapat memilih untuk berpartisipasi dalam uji coba gratis (*Free trial*) sebelum menyelesaikan transaksi pembelian kursus. Hal tersebut ditangani oleh *Financial Manager (COO)*. Pada gambar 2.5 merupakan alur koordinasi tim UNITE dalam menjalankan kerja perusahaan sebagai berikut.



Gambar 2.5 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Penulis dan tim mengutip dari jurnal STIE Syariah Bengkalis (2019). Dalam dunia bisnis, definisi *BEP* atau singkatan dari *Break Even Point* merupakan suatu titik dimana pendapatan dan modal yang dikeluarkan sama, yaitu tidak ada untung atau rugi. Menghitung *BEP* merupakan langkah penting bagi perusahaan mana pun. Karena dengan mengetahui *BEP*, seorang pebisnis dapat menentukan strategi apa yang perlu diterapkan dalam bidang produksi, pemasaran, dan keuangan. Dengan tercapainya *BEP*, para pebisnis dapat menganalisis profitabilitas perusahaannya di masa depan. Di bawah ini merupakan hasil yang ditulis oleh *COO* (*Chief Operating Office*) untuk *BEP* bisnis UNITE sebagai berikut:

1. Total Biaya Tetap (TBT)

Biaya tetap merupakan pengeluaran biaya yang harus dilakukan oleh suatu bisnis tanpa tergantung pada jumlah produksi atau penjualan, contohnya pajak dan paten dalam rentang waktu tertentu.

Tabel 2.1 Total Biaya Tetap *UNITE* (36 bulan)

No	Biaya Tetap	Rincian	Biaya Satuan	Qty	Biaya Total
1	Pendaftaran Hak Cipta	Website	Rp 400.000	1	Rp800,000
		Mascot	Rp 400.000	1	
2	Pendaftaran Hak Merek	Logo	Rp 400.000	1	Rp400.000
Total Biaya Tetap (TBT)					Rp1,200,000

Pada saat ini, *UNITE* menawarkan 1 produk berbentuk paket kursus bernama “Gas Konsultasi” untuk para pembeli (mentee) dengan mentor yang menjamin untuk membahas masalah-masalah akademik dalam satu mata kuliah yang mentee sedang tempuh. Kursus ini berlangsung selama 1 pertemuan atau sekitar 2 jam via *video call Zoom* secara daring, dengan biaya Rp. 75.000 per pertemuan.

Tabel 2.2 Harga Jual Per Unit (HJ) *UNITE*

Paket Kursus	Harga Jual Per Unit (HJ)
Gas Konsultasi	Rp75,000

Total biaya variabel per unit (V) Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk setiap unit paket gas konsultasi yang terjual. Termasuk biaya produksi dan komisi mentor.

Tabel 2.3 Biaya Variabel *UNITE* (36 bulan)

No	Biaya Variabel	Rincian	Biaya Satuan	Qty	Biaya Total
1	Domain Website		Rp 66.667	36 bulan	Rp2,400,000
2	Programming Website		Rp 3.500.000	1	Rp3,500,000
3	Kampanye Online		Rp 30.000	36 bulan	Rp1,080,000
4	Kampanye Offline	Taplak Meja	Rp 25.000	1	Rp25,000
		Standing Banner	Rp 56.000	1	Rp56,000
		Sticker Die Cut	Rp 162.5	80 pcs	Rp13,000
		Sticker Kiss Cut	Rp 8.000	8 lembar	Rp64,000
		Brosur A5	Rp 593,75	64 pcs	Rp38,000
		Kipas	Rp 2.500	20 pcs	Rp50,000
		Momogi 12 gr	Rp 9.150	4 pack	Rp36,600
Total Biaya Variabel					Rp7,262,600

Tabel 2.4 Total Biaya Variabel Per Unit *UNITE* (36 bulan)

Biaya Variabel			
Variable Costs based Amount per Unit			
	Cost of Service	Biaya	per unit
	Bahan Baku	Rp20,000	per unit
	Total Biaya Variabel	Rp20,000	
Variable Costs Based on Percentage			
	Komisi	70%	per unit
	Total	70.00%	
Total Biaya Variabel per Unit (V)			Rp72,500

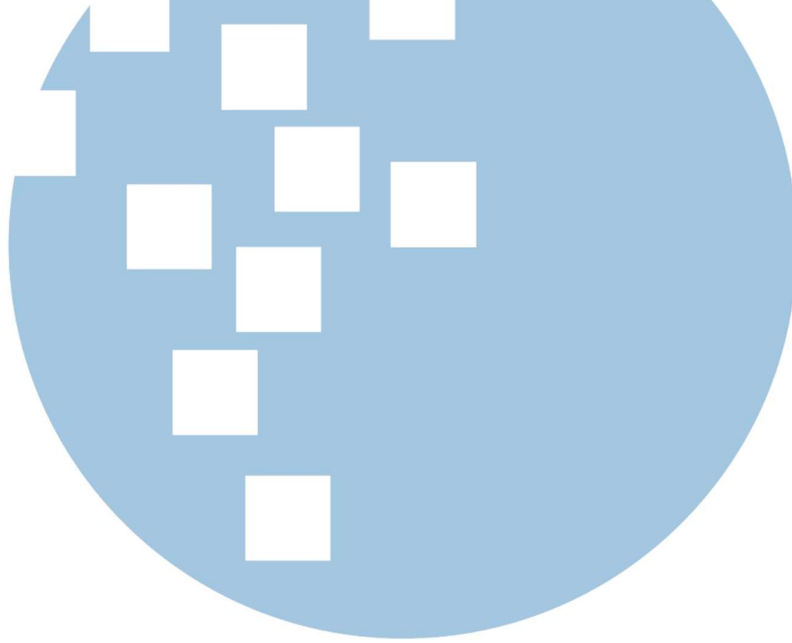
Biaya variabel per unit mencakup pengeluaran sesuai dengan kebutuhan untuk membuat satu unit produk, seperti biaya pembelian bahan baku dan biaya iklan. Sebagai contoh, biaya komisi untuk mentor yang terlibat dalam pengajaran juga dimasukkan ke dalam biaya variabel per unit. Biaya komisi tersebut sekaligus berfungsi sebagai upah untuk mentor tersebut.

Dari data tersebut, titik impas / *break even point (BEP)* (X) untuk paket Gas Konsultasi selama 3 tahun adalah 480 unit, dengan penjualan impas / *break even sales* (s) sebesar Rp 36.000.000.

Tabel 2.5 BEP Unit *UNITE* (36 bulan)

Paket Kursus	Harga Jual Per Unit (HJ)	Break Even Unit (X)	Break Even Sales (S)	Margin Kontribusi Per Unit (MK)
Gas Konsultasi	Rp75,000	480	Rp36,000,000	Rp2,500

Dari informasi yang tertera pada tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa *UNITE* dapat mencapai titik impas *BEP* dengan menjual minimal 14 paket “Gas Konsultasi” setiap bulan secara terus-menerus selama periode 36 bulan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA