

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Penulis memanfaatkan hasil riset untuk merancang sebuah *brand* berbasis aplikasi yang bergerak dalam bidang *upcycling* guna mengatasi permasalahan sampah bernama RenewU. RenewU sebagai aplikasi menggunakan pendekatan melalui pembelajaran berbasis *sustainable fashion workshop* dengan pengelolaan limbah tekstil dan plastik. Dilengkapi dengan fitur gamifikasi dan kolom *chat* komunitas, RenewU membuka peluang di segmen yang lebih besar untuk menjangkau dan menarik perhatian target pasar, terutama Gen Z yang memiliki kepedulian dan kesadaran terhadap isu lingkungan.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Perancangan aplikasi RenewU didasarkan dari permasalahan akan penumpukkan sampah yang terus meningkat dan tidak terolah. Melansir data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) limbah tekstil pada 2024 mencapai 1 juta ton. Melainkan, limbah plastik mencapai 7.6 juta ton menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Tingginya angka penumpukkan limbah menjadi perhatian utama *brand* untuk menciptakan media yang bisa mengatasi permasalahan.

Awal terbentuknya *brand* ditujukan untuk menghadapi permasalahan ini, penulis merancang sebuah aplikasi yang memanfaatkan limbah tersebut bernama Trash Cash, sebuah aplikasi yang bergerak dalam bidang pengelolaan sampah berbasis *recycling*. Trash Cash menawarkan enam fitur pada aplikasi yang mencakup Trash Locate, Trash Donate, Trash Shop, Trash Grow, Trash Pick Up, dan Trash Connect. Fitur Trash Locate menawarkan aksesibilitas bagi konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai tempat pembuangan dan penukaran sampah mesin Trash Cash terdekat. Fitur Trash Donate menawarkan *platform* donasi dalam bentuk *progressive bar* yang akan memonitor jumlah donasi yang telah dilakukan, di

mana 50% dari hasil donasi akan diberikan kepada organisasi daur ulang. Fitur Trash Shop menawarkan media jual beli *merchandise sustainable* dari hasil kerajinan tangan limbah daur ulang yang juga bisa ditukarkan dengan sistem poin pada aplikasi. Fitur Trash Grow menawarkan pengalaman berbasis gamifikasi, di mana konsumen dapat mengumpulkan poin dari hasil donasi sampah pada mesin Trash Locate. Fitur Trash Pick Up menawarkan kemudahan untuk konsumen dalam pengambilan sampah daur ulang pada kediaman konsumen. Terakhir, fitur Trash Connect yang menawarkan pembelajaran berbasis *workshop*, di mana konsumen dapat berpartisipasi untuk mendaur ulang sampah menjadi sesuatu yang baru.

Namun, setelah melakukan diskusi dan bimbingan, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan sampah berbasis daur ulang kurang diminati oleh masyarakat dan belum menjadi potensi terbaik untuk bisnis. Hal ini tidak sejalan dengan tujuan *brand* untuk bisa meningkatkan minat masyarakat dalam proses pengelolaan sampah yang menarik. *Brand* melakukan *minor pivoting* dari *recycling* menjadi *upcycling* yang dinilai memiliki potensi lebih besar untuk menjagkau target pasar. Hal ini juga sejalan dengan potensi perkembangan sub sektor *upcycling* yang menjanjikan. Oleh karena itu, *brand* merubah metode pendekatan terhadap isu melalui perancangan aplikasi RenewU.

Aplikasi RenewU memiliki tiga fitur utama yang mencakup RepickU, ReshopU, dan Me&U. RepickU merupakan fitur yang menawarkan tempat pengumpulan sampah berjenis plastik dan tekstil dalam bentuk mesin yang dapat ditemukan pada area-area dengan tingkat *foot traffic* yang tinggi seperti Blok M dan SCBD. Limbah yang sudah ditukarkan akan dikompensasikan dalam bentuk gamifikasi yang menghasilkan poin untuk dikumpulkan oleh pengguna. Hasil limbah dari RepickU akan digunakan sebagai bahan utama pada ReshopU dan Me&U. ReshopU memanfaatkan hasil limbah tersebut untuk diolah menjadi produk fesyen yang mencakup berbagai jenis baju, tas, dan aksesoris yang dapat dibeli oleh konsumen. Sama halnya, Me&U juga memanfaatkan hasil limbah yang diperoleh dari RepickU untuk

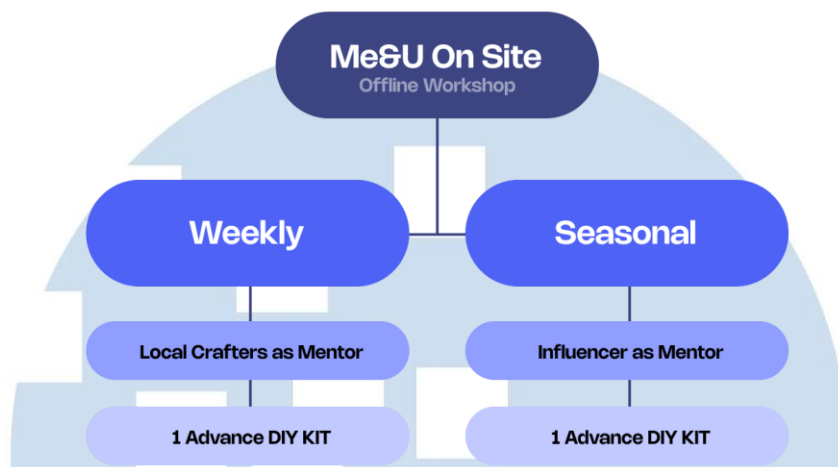
menjalankan sebuah *workshop upcycling* yang dibuka untuk publik. *Workshop* ini akan memberikan informasi dan aktivitas seputar proses pengelolaan sampah berbasis *upcycling* seperti pembuatan aksesoris dari limbah plastik dan pembuatan jaket dari kain perca.

Namun, RenewU melihat peluang untuk mengembangkan *brand* dan memfokuskan tujuan *brand* pada salah satu fitur secara maksimal. RenewU memutuskan untuk mengembangkan fitur Me&U, di mana fitur ini menawarkan pengalaman bagi konsumen secara *on site* dan *online*. Fitur *workshop* yang dilakukan secara *online* menawarkan sistem *membership* dengan tingkatan dan paket yang berbeda-beda. Hal ini ditujukan untuk meningkatkan partisipasi, ketertarikan, dan loyalitas pada *brand* melalui fleksibilitas dalam proses pembelajaran. Mendukung partisipasi dan ketertarikan lebih lanjut, aplikasi dilengkapi dengan fitur *community chat* yang memberikan peluang jual beli produk *upcycling* bagi konsumen. RenewU juga dilengkapi dengan pendekatan berbasis gamifikasi, di mana konsumen memiliki opsi untuk merawat *pet* dalam bentuk *daily login* yang dihadiahkan dengan poin dan dapat ditukarkan menjadi *voucher brand partner* maupun diskon potongan harga.

Dengan ini, aplikasi RenewU dapat mendorong minat masyarakat untuk ikut serta mengelola sampah serta mengatasi jumlah sampah yang terus meningkat melalui pendekatan yang lebih *sustainable*.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

RenewU adalah sebuah *brand* berbasis aplikasi yang menawarkan pengalaman dan produk seputar *upcycling* dengan fitur utama *workshop* pembelajaran bernama Me&U. *Workshop* Me&U menawarkan dua alternatif pendekatan pada konsumen, di mana *workshop* akan dilaksanakan secara *on site* dan *online*. Konsumen dapat memilih metode yang diinginkan sesuai dengan preferensi masing-masing. Berikut adalah penjabaran keunggulan yang ditawarkan kedua jenis *workshop* Me&U.

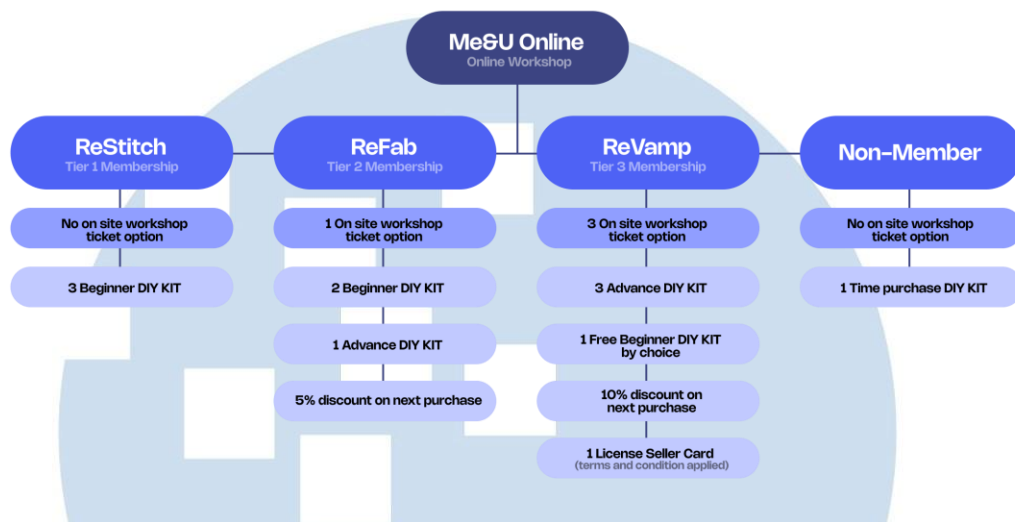


Gambar 2.1 Bagan Fitur Me&U Offline

Workshop Me&U yang diselenggarakan secara *on site* akan dibagi menjadi dua, yaitu *workshop* yang bersifat *weekly* dan *workshop* yang bersifat *seasonal*. *Workshop* yang dilakukan setiap minggunya akan diajar oleh pengrajin lokal. Pada sisi lain, *workshop seasonal* akan diajar oleh *influencer* yang diundang sebagai tamu oleh RenewU. *Workshop* mingguan akan diselenggarakan sebanyak dua kali dalam satu minggu pada hari Jumat, Sabtu, atau Minggu yang mengambil tempat di *coffee shop* atau mall sebagai *venue*.

Setiap bulannya *workshop on site* akan melakukan rotasi empat jenis *workshop advance* yang dibawa setiap minggunya dengan tujuan konsumen dapat datang berulang-ulang dan mendapatkan pengalaman baru setiap kali berkunjung. *Workshop* yang diselenggarakan secara *on site* memiliki keunggulan untuk mendapatkan pengalaman secara langsung atau *first-hand experience* yang meningkatkan aspek *immersive*, di mana dapat menjadi *hangout* atau *date idea*.

Memahami kesibukan yang berbeda-beda, RenewU memberikan pendekatan alternatif sebagai bentuk pengembangan *brand* melalui *workshop online* yang bersifat fleksibel dan dapat diakses kapan saja sesuai dengan kenyamanan konsumen.



Gambar 2.2 Bagan Fitur Me&U Online

Workshop Me&U yang diselenggarakan secara *online* menggunakan metode *self-paced workshop* yang menyediakan video rekaman dengan tujuan memberikan konsumen kenyamanan dalam mengatur tempo berjalannya *workshop* secara mandiri. Sama halnya dengan *workshop on site*, *workshop online* akan dibagi menjadi dua, yaitu *workshop membership* dan *non-membership*.

Workshop berbasis *membership* menawarkan beberapa tingkat *membership plan* dalam bentuk *tier system*. Me&U menawarkan tiga jenis *membership tier* yang mencakup ReStitch, ReFab, dan ReVamp yang dapat dibeli oleh konsumen. Setiap jenis *tier* tentunya memiliki paket yang berbeda-beda dan keunggulannya masing-masing. Konsumen yang membeli paket *membership* akan dikirimkan *DIY kit* besertakan video *workshop* kepada alamat mereka tiga kali setiap bulannya secara rutin.

Paket *DIY kit* ReStitch atau *tier* satu akan dilengkapi dengan tiga *beginner kit* dalam satu bulan. Lalu, paket *DIY kit* ReFab atau *tier* dua akan dilengkapi dengan dua *beginner* dan satu *advance kit*. Terakhir, paket *DIY kit* ReVamp atau *tier* tiga akan dilengkapi dengan tiga *advance kit*. Khusus untuk paket ReFab dan ReVamp memiliki keunggulan dalam berkesempatan untuk mengikuti *on site workshop* dan diskon pada pembelian berikutnya.

Keunggulan lain yang dapat diterima oleh konsumen saat memilih paket ReVamp adalah kesempatan untuk mendapatkan satu *beginner kit* tambahan yang dapat dipilih dari koleksi RenewU.

Pada sisi lain, Me&U juga menyediakan opsi *non-membership*, di mana konsumen tidak akan terikat pada apapun dan pembelian DIY *kit* sebatas satu kali transaksi. Berbeda dengan *membership workshop* yang sudah dipaketkan, *non-member* dapat memilih jenis DIY *kit* yang ingin dibeli yang juga sudah dilengkapi dengan video *workshop*. *Non-membership workshop* cocok untuk konsumen baru yang ingin eksplorasi dan mengetahui apa itu RenewU dan Me&U.

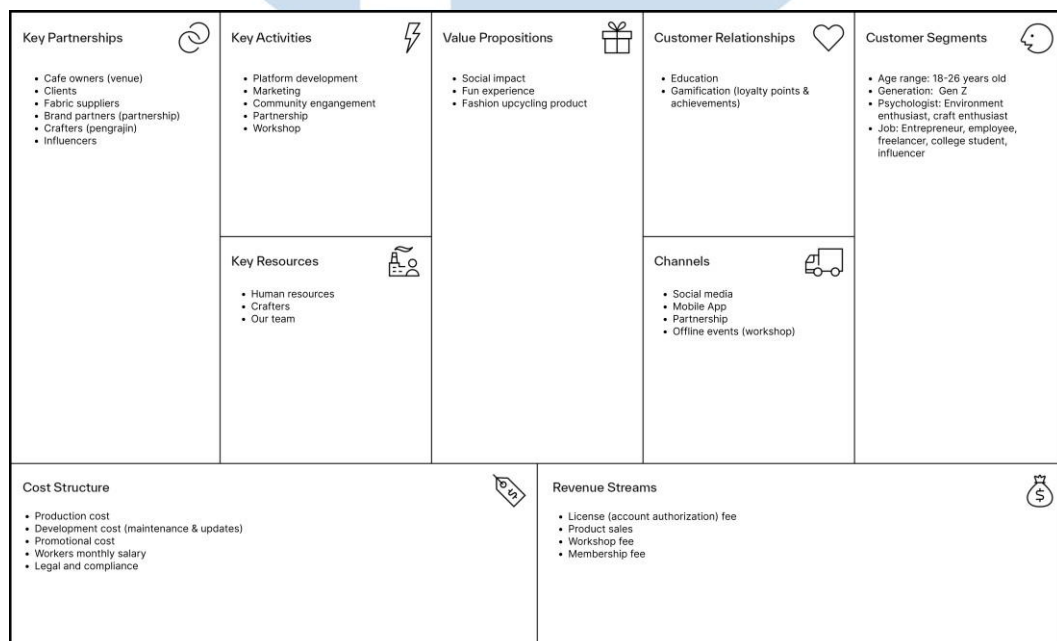
Selain pembelajaran berbasis *workshop*, RenewU juga menawarkan fitur-fitur pendukung seperti kolom *chat* komunitas. Fitur ini menyediakan *platform* jual beli produk *upcycling* dan fesyen tanpa ada pungutan biaya dari penjualan apapun. Kolom *chat* komunitas menjadi *platform* yang menyatukan penggemar produk-produk *upcycling* dan fesyen serta menjadi peluang media penjualan baru bagi *seller*. Konsumen yang ingin menjadi *seller* dapat membeli *license* dari RenewU yang memverifikasi mereka dan memberi wewenang untuk berjualan pada kolom *chat* komunitas. *License* ini tentunya tidak sembarangan diperjual belikan, di mana mereka yang ingin menjadi *seller* harus memenuhi beberapa syarat terlebih dahulu. Walau demikian, konsumen yang tidak ingin membeli *license* tetap dapat mengakses kolom *chat* komunitas hanya tanpa wewenang untuk mengirim pesan. *License* juga bisa didapatkan dari pembelian paket ReVamp pada *workshop membership*.

Aplikasi RenewU juga akan dilengkapi dengan fitur pendukung berbasis gamifikasi, di mana konsumen bisa memelihara *pet* yang dipilih dan merawatnya setiap hari dalam bentuk *daily login*. Setiap *pet* memiliki waktu hidup 24 jam yang akan diperbarui setiap konsumen membuka aplikasi dan mengumpulkan *streak points*. Konsumen diberikan kebebasan untuk memilih jenis *pet* yang ingin dipelihara, di mana setiap *pet* memiliki tujuan akhir atau *reward* yang berbeda-beda, seperti Upoints, diskon, dan *vouchers*.

Dengan ini, sumber utama pendapatan *brand* berasal dari penjualan tiket *workshop*, *membership*, dan produk yang didukung dengan bergeraknya aplikasi RenewU dalam bidang *upcycling* dan fesyen. Hal ini didasarkan dengan potensi berkembangnya kedua sub sektor, terutama *upcycling* yang diperkirakan dapat menjadi sub sektor yang menyentuh nilai \$5.6 miliar dollar pada tahun 2027 (plastic.reimagined, 2022). Sedangkan sub sektor fesyen yang diperkirakan mampu berkontribusi sebesar \$7.1 miliar dollar (CNBC, 2019).

2.2 Business Model Canvas

RenewU menerapkan strategi bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang menjadi panduan untuk memantau biaya yang diterima dan yang dikeluarkan. BMC adalah sebuah alat visual yang digunakan untuk menggambar atau memetakan elemen-elemen penting untuk menjalankan sebuah bisnis yang merumuskan bagaimana bisnis akan dijalankan serta rencana realisasinya secara cepat (Osterwalder, 2010). Berikut adalah BMC *brand* RenewU.



Gambar 2.3 *Business Model Canvas Brand* RenewU

Dengan *business model canvas* ini, RenewU menargetkan kalangan Gen Z dengan rentang usia 18-26 tahun sebagai target utama. Pendekatan yang dilakukan bersifat edukatif dan memiliki interaksi berbasis gamifikasi, pendekatan

ini disalurkan melalui beberapa *platform* yang dinilai efektif untuk menjadi metode pendekatan bagi kalangan Gen Z. Metode ini mencakup target market melalui media sosial, aplikasi RenewU, *workshop* Me&U, serta kerjasama dengan mitra.

RenewU yang merupakan *brand* berbasis aplikasi di bidang *social impact* dengan menghadirkan berbagai produk fesyen seperti *rework jacket*, baju, celana, tas, aksesoris, dan lain sebagainya yang dikemas dalam bentuk *DIY kit*. RenewU juga menawarkan pengalaman unik mengelola sampah dalam bentuk *workshop* melalui konsep *upcycling*. Adanya penerapan gamifikasi dan *reward system* pada aplikasi juga berperan untuk meningkatkan *user experience* selama penggunaan aplikasi yang akan menjadi ciri khas serta *unique selling point* dari *brand* RenewU.

Perancangan *brand* dan aplikasi RenewU tentunya membutuhkan elemen-elemen fondasi yang membantu perkembangan bisnis elemen-elemen ini mencakup sumber daya, pengrajin, dan seluruh jajaran perusahaan. Hal ini dilakukan untuk memastikan keberhasilan, di mana RenewU akan terus mengembangkan *brand* melalui peningkatan kualitas *brand*, *marketing* rutin, peningkatan *community engagement*, *workshop*, dan *partnership* dengan pihak-pihak lain. RenewU akan bekerjasama dengan beberapa pihak seperti supplier, klien, *brand partners*, *influencer*, dan pengrajin sebagai mitra bisnis.

Dengan elemen-elemen di atas dapat dirumuskan pendapatan yang akan masuk dan biaya yang keluar dari pengembangan *brand*. Pendapatan *brand* dapat dibagi menjadi beberapa *income sources* yang dapat berasal dari biaya *workshop*, *membership*, *license*, dan penjualan produk. Pada sisi lain, biaya pengeluaran dapat digunakan untuk menanggung biaya produksi, promosi, upah pekerja, proses legal, dan pengembangan *brand* lainnya.

2.3 Deskripsi Perusahaan

RenewU merupakan sebuah aplikasi yang bergerak dalam bidang *upcycling* dan fesyen. Berawal dari Trash Cash yang merupakan sebuah *brand* pengelolaan sampah berbasis *recycling* yang mengalami *minor pivoting* menjadi RenewU. RenewU memiliki visi untuk menjadi *startup* yang mengatasi masalah penumpukan sampah berlebih serta meningkatkan minat terhadap pengelolaan

sampah berbasis *upcycling*. RenewU juga memiliki misi untuk mempromosikan proses pengelolaan sampah dengan menawarkan pengalaman serta produk fesyen berbasis *upcycling*.

RenewU menjadi aplikasi yang bergerak pada sisi *social impact*, bekerjasama dengan pihak-pihak lain untuk menghasilkan sebuah aplikasi dan *brand* yang menawarkan produk-produk serta aktivitas seputar *upcycling* kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan *core value brand* untuk menjadi wadah edukasi dan sarana yang meningkatkan *sustainability*. Dengan ini, RenewU bertujuan untuk merubah nilai sampah menjadi sesuatu yang berguna dengan budaya yang mengedepannya kreativitas dan inovasi guna mendorong eksplorasi untuk menciptakan solusi baru akan sebuah masalah.



Gambar 2.4 Logo RenewU

2.4 Struktur Perusahaan

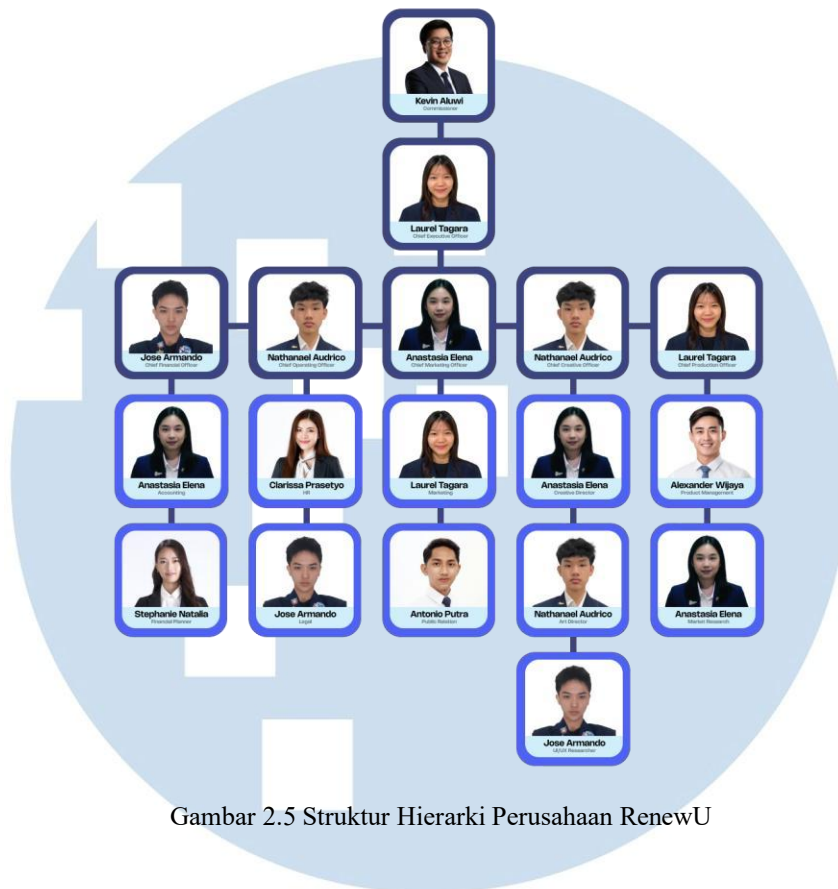
RenewU berdiri dari empat anggota yang memiliki peran penting dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Berikut adalah penjabaran peran utama setiap anggota.

1. Laurel Tagara Hartono, *Chief Executive Officer* (CEO) & *Chief Product Officer* (CPO): Memiliki peran tertinggi pada perusahaan

yang bertanggung jawab untuk memetakan visi, misi, dan tujuan yang ingin dicapai. CEO juga bertujuan untuk mengawasi pelaksanaannya serta menjadi jembatan antara perusahaan dengan kemitraan. Sebagai CPO, Laurel juga memiliki peran untuk memimpin pengembangan produk yang akan kerap bekerja berdampingan dengan CMO, COO, dan CCO.

2. Nathanael Pieter Audrico, *Chief Operating Officer* (COO) & *Chief Commercial Officer* (CCO): Memiliki peran untuk membantu CEO dalam mengelola proses operasional dan alur kerja. COO juga bertanggung jawab untuk memastikan kerjasama erat dengan seluruh kepala departemen agar tujuan perusahaan dapat dicapai. Sebagai CCO, Nathan juga bertanggung jawab atas divisi-divisi kreatif agar desain sejalan dengan *brand identity*. Kerap bekerjasama berdampingan dengan CEO, CPO, dan CMO.
3. Jose Christian Armando, *Chief Financial Officer* (CFO): Memiliki peran menjaga keberlangsungan finansial perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola alur keluar masuk untuk menjaga likuiditas perusahaan, mencegah risiko finansial, dan mengoptimalkan keuntungan. CFO kerap bekerjasama berdampingan dengan CEO dan COO.
4. Anastasia Elena Ariadne, *Chief Marketing Officer* (CMO): Memiliki peran untuk mengurus segala bentuk strategi pemasaran dan *branding* perusahaan dengan tujuan untuk pertumbuhan bisnis, mendorong penjualan, dan meningkatkan *brand awareness* pada pasar. CMO kerap bekerjasama dengan CEO, COO, dan CCO.

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 2.5 Struktur Hierarki Perusahaan RenewU

Berdasarkan struktur perusahaan ini, RenewU dipimpin dan diawasi oleh Kevin Aluwi sebagai komisaris perusahaan, pengawasan yang dilakukan oleh komisaris sebatas memastikan berjalannya perusahaan berdasarkan visi tanpa adanya keterlibatan langsung dalam operasional perusahaan. Pada sisi lain, Laurel sebagai kepala pelaksana bertugas untuk menjalankan operasional perusahaan secara langsung serta memimpin semua divisi perusahaan.

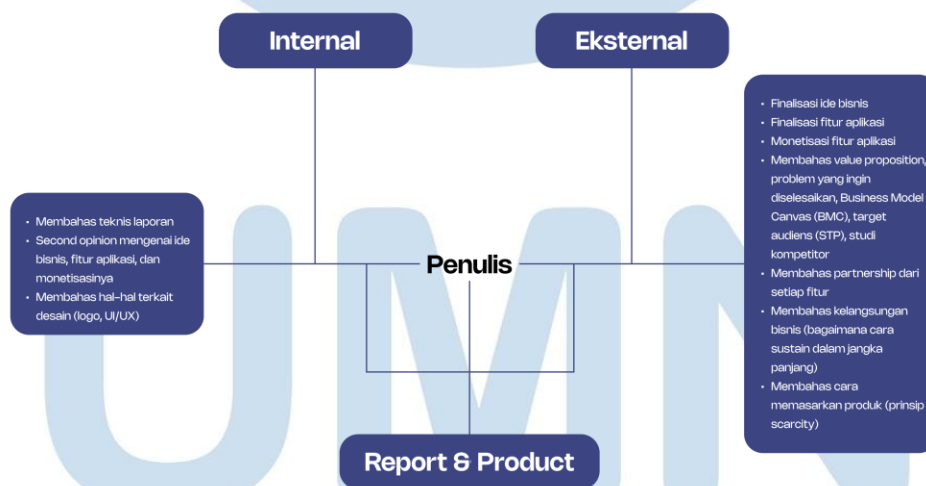
Struktur perusahaan dibagi menjadi lima yang mencakup divisi-divisi di bawah pengawasan COO, CPO, CFO, CMO, dan CCO. Divisi di bawah pengurusan COO mencakup *human resource* dan *legal* yang bertujuan untuk menjaga operasional dari perusahaan secara umum. Divisi di bawah pengurusan CPO mencakup *product management* dan *market research* yang bertanggung jawab atas pengembangan produk serta menganalisa potensi pasar. Divisi di bawah pengurusan CFO mencakup akuntan dan *financial planner* yang bertujuan untuk memastikan keberlangsungan finansial perusahaan. Divisi di bawah CMO

mencakup *marketing* dan *public relation* yang bertujuan untuk promosi, meningkatkan *brand awareness* pada pasar, dan menjaga hubungan dengan konsumen. Terakhir, divisi di bawah pengurusan CCO mencakup *creative director*, *art director*, dan *UI/UX Researcher* yang bertanggung jawab atas visualisasi *brand*, terutama aplikasi agar bisa sejalan dengan *brand identity*.

Struktur perusahaan menjadi acuan akan peran-peran yang dibutuhkan untuk mengembangkan *brand* RenewU. Anggota tim menjadi inti dari berjalannya perusahaan dengan pembagian peran sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota pada departemen *creative and design*, di luar dari tanggung jawab utama sebagai *C-Level Executives*.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja dan koordinasi tim RenewU kepada pembimbing dibagi menjadi dua, internal dan eksternal sebagai berikut.



Gambar 2.6 Alur Koordinasi MBKM Cluster Kewirausahaan RenewU

Koordinasi tim RenewU dengan pembimbing internal mencakup pembahasan terkait cara penulisan laporan serta visualisasi produk dengan hasil akhir dalam bentuk laporan. Pada sisi lain, koordinasi dengan pembimbing eksternal mencakup pembahasan terkait validasi dan pelaksanaan ide bisnis, sumber

monetisasi, dan arahan untuk keberlangsungan bisnis dengan hasil akhir aplikasi dan produk nyata.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Break Event Point (BEP) atau *cashflow* satu tahun kedepan untuk *brand* RenewU berfungsi untuk memberi wawasan mengenai pola hubungan antara penjualan, biaya produksi, dan margin yang didapatkan. BEP juga digunakan untuk menentukan jumlah penjualan minimum yang harus dilakukan untuk menghindari kerugian, menentukan target penjualan, mengidentifikasi penyebab kerugian, dan memetakan dampak dari perubahan biaya (Diana, 2021). RenewU menggunakan BEP sebagai acuan jumlah kuantitas produk yang harus terjual guna memperkirakan *profit* yang akan didapatkan dan kemungkinan *loss* yang diperoleh. BEP pada *brand* RenewU dibagi menjadi BEP Unit dan BEP Rupiah yang mencakup *fixed cost* serta *variable cost*. Berikut adalah pemaparan BEP RenewU.

Tabel 2.1 *Variable Cost on Site Workshop*

Variable Cost (1x Workshop on Site)		
No.	Nama	Biaya
1.	Bahan Baku – Jaket	Rp 20.000
2.	Alat Jait	Rp 10.000
3.	Gunting	Rp 7.000
4.	Logistik	Rp 15.000
5.	Komisi Pengajar - Pengrajin	Rp 25.000
Total		Rp 77.000

Tabel 2.2 *Fixed Cost on Site Workshop*

Fixed Cost (1x Workshop on Site)		
No.	Nama	Biaya
1.	Sewa Tempat	Rp 1.000.000
2.	Logistik - Pemindahan	Rp 500.000
3.	Pemasaran - Promosi	Rp 187.500
Total		Rp 1.687.500

Tabel 2.3 BEP 1 Tahun *Workshop on Site*

BEP (1 Tahun <i>Workshop on Site</i>)		
No.	Nama	Biaya
1.	<i>Fixed Cost</i>	Rp 1.687.500
2.	<i>Variable Cost – 1 Unit</i>	Rp 77.000
3.	Harga Jual	Rp 150.000
Total: <i>Fixed Cost</i> / (Harga Jual – <i>Variable Cost</i>) Margin: Rp 73.000 $\text{Rp } 1.687.500 / \text{Rp } 73.000 = 23,1 - 24 \text{ Unit}$ $24 \text{ Unit} \times 8 \text{ (Jumlah workshop dalam 1 bulan)} = 192$ $192 \times 12 \text{ bulan} = 2.304 \text{ Unit}$ $2.304 \text{ Unit} \times 150.000 \text{ (Harga jual)} = \text{Rp } 345.000.000$		Unit: 2.304 Tiket Rupiah: Rp 345.000.000

BEP dari penjualan tiket hasil *on site workshop* didapatkan dengan *fixed cost* sebesar Rp 1.687.500 untuk satu pertemuan *workshop* yang dibagi dengan margin hasil pengurangan harga jual produk yang dikurangi oleh *variable cost* sebesar Rp 73.000. Kalkulasi yang dilakukan menghasilkan jumlah tiket yang harus dibeli sebanyak 24 tiket yang dikalikan dengan 8 pertemuan dalam satu bulan. 192 penjualan tiket setiap bulannya akan dikalikan dengan 12 bulan dalam satu tahun dengan jumlah BEP Unit terakhir sebanyak 2.304 tiket dan BEP Rupiah sebesar Rp 345.000.000 dalam satu tahun.

Tabel 2.4 *Variable Cost DIY Kit*

Average Variable Cost (1 Unit <i>DIY Kit</i>) – Online		
No.	Nama	Biaya
1.	Bahan Baku - <i>Average Cost</i> <i>Range:</i> Rp 3.000 – Rp 20.000 = Rp 11.500	Rp 11.500
2.	Peralatan <i>Upcycling</i> – <i>Average Cost</i> <i>Range:</i> Rp 800 – Rp 10.000 = Rp 5.400	Rp 5.400
3.	Logistik	Rp 3.000

4.	Kemasan	Rp 5.000
5.	Produksi Video	Rp 0
Total		Rp 24.000

Tabel 2.5 *Fixed Cost* 1 Bulan DIY Kit

Fixed Cost (1 Bulan)		
No.	Nama	Biaya
1.	Sewa Kantor	Rp 1.600.000
2.	Pengembangan Aplikasi	Rp 3.000.000
3.	Pemasaran	Rp 1.500.000
4.	Gaji Karyawan	Rp 5.000.000
Total		Rp 11.100.000

Tabel 2.6 BEP 1 Tahun *Workshop Online*

BEP (1 Tahun <i>Workshop Online</i>)		
No.	Nama	Biaya
1.	<i>Fixed Cost</i>	Rp 11.100.000
2.	<i>Variable Cost</i> – 1 Unit	Rp 24.900
3.	Harga Jual	Rp 80.000
Total:		Unit: 2.424 Tiket
<i>Fixed Cost</i> / (Harga Jual – <i>Variable Cost</i>)		Rupiah: Rp 193.920.000
Margin: Rp 55.100		
$Rp\ 11.100.000 / Rp\ 55.100 = 201,4 - 202\ Unit$		
$202 \times 12\ bulan = 2.424\ Unit$		
$2.424\ Unit \times 80.000\ (Harga\ jual) = Rp\ 193.920.000$		

BEP dari penjualan tiket hasil *online workshop* didapatkan dengan *fixed cost* sebesar Rp 11.100.000 untuk satu bulan pertemuan *workshop* yang dibagi dengan margin hasil pengurangan harga jual produk yang dikurangi oleh *variable cost* sebesar Rp 55.100. Kalkulasi yang dilakukan menghasilkan jumlah DIY kit yang harus dibeli sebanyak 202 kit dalam satu bulan. 202 penjualan kit setiap

bulannya akan dikalikan dengan 12 bulan dalam satu tahun dengan jumlah BEP Unit terakhir sebanyak 2.424 *kit* dan BEP Rupiah sebesar Rp 193.920.000 dalam satu tahun.

Tabel 2.7 *Variable Cost Online Membership*

Average Variable Cost (Membership)		
No.	Nama	Biaya
ReStitch (Tier 1)		
1.	3 DIY <i>Beginner Kit</i> <i>Range:</i> Rp 5.655 – Rp 18.820 = Rp 12.237 Rp 12.237 x 3 (Jumlah <i>kit</i>) = Rp 36. 711	Rp 36. 711
ReFab (Tier 2)		
1.	2 DIY <i>Beginner Kit</i> <i>Range:</i> Rp 5.655 – Rp 18.820 = Rp 12.237 1 DIY <i>Advance Kit</i> = Rp 55.000 (Rp 12.237 x 2) + Rp. 55.000 = Rp 79.654	Rp 79.654
ReVamp (Tier 3)		
1.	3 DIY <i>Advance Kit</i> Rp55.000 x 3 = 165.000	Rp 165.000
Total: <i>Range:</i> Rp 36.711 – Rp 165.000 = Rp 93.788		Rp 93.788

Tabel 2.8 *Fixed Cost Online Membership*

Fixed Cost (1 Bulan)		
No.	Nama	Biaya
1.	Sewa Kantor	Rp 1.600.000
2.	Pengembangan Aplikasi	Rp 3.000.000
3.	Pemasaran	Rp 1.500.000
4.	Gaji Karyawan	Rp 5.000.000
Total		Rp 11.100.000

Tabel 2.9 BEP 1 Tahun *Online Membership*

BEP (1 Tahun <i>Workshop Online</i>)		
No.	Nama	Biaya
1.	<i>Fixed Cost</i>	Rp 11.100.000
2.	<i>Variable Cost</i> – 1 Unit	Rp 93.788
3.	Harga Jual Range: Rp 100.000 – Rp 250.000 = Rp 175.000	Rp 175.000
Total: <i>Fixed Cost</i> / (Harga Jual – <i>Variable Cost</i>) Margin: Rp 81.212 $\text{Rp } 11.100.000 / \text{Rp } 81.212 = 136,7 - 137 \text{ Members}$ $137 \times 12 \text{ bulan} = 1.644 \text{ Unit}$ $1.644 \text{ Unit} \times 175.000 \text{ (Harga jual)} = \text{Rp } 287.700.000$		Unit: 1.644 Members Rupiah: Rp 287.700.000

BEP dari penjualan *membership* hasil *online workshop* didapatkan dengan *fixed cost* sebesar Rp 11.100.000 untuk satu bulan yang dibagi dengan margin hasil pengurangan harga jual produk yang dikurangi oleh *variable cost* sebesar Rp 81.212. Kalkulasi yang dilakukan menghasilkan jumlah *membership* yang harus dibeli sebanyak 137 *membership* dalam satu bulan. 137 penjualan *membership* setiap bulannya akan dikalikan dengan 12 bulan dalam satu tahun dengan jumlah BEP Unit terakhir sebanyak 1.644 *membership* dan BEP Rupiah sebesar Rp 287.700.000 dalam satu tahun.

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