

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Menurut Harvard Business School (2020), validasi ide bisnis merupakan proses pengecekan pada ide bisnis, apakah ide bisnis tersebut memiliki target pasar. Validasi ide bisnis dianggap penting dikarenakan berguna untuk memprakirakan ide bisnis yang dijalankan atau dieksekusi dapat menghasilkan keuntungan atau tidak.

2.1.1 Alur Pengembangan Ide Bisnis

Ide bisnis awalnya didapatkan dari pengalaman teman yang suka melakukan kegiatan *crochet* tetapi mengalami kesulitan untuk memvisualisasikan hasil karya *crochet*, kesulitan dalam memvisualisasikan ukuran asli hasil *crochet*, serta kesulitan dalam menghitung *stitch* dan *row* saat sedang melakukan proses *crochet*. Kemudian ide bisnis tersebut mulai dikembangkan dengan menerapkan metode *design thinking* guna untuk mengetahui validasi dari pengembangan ide bisnis tersebut. Metode *design thinking* memiliki 5 tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Dam, 2025).



Gambar 2.1 Tahapan *Design Thinking*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design...>

Metode *design thinking*, berfokus pada penyelesaian masalah dengan solusi yang didasari oleh kebutuhan pengguna atau *user* dengan

menerapkan proses desain (Dam, 2025). Menurut Dam (2025), *design thinking* melalui 5 tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Dam (2025), menyebutkan *emphatize* merupakan pendekatan kepada *target audience* yang dilakukan dengan rasa empatik dan berdasarkan riset agar dapat memahami apa yang dibutuhkan (*user-centric research*).

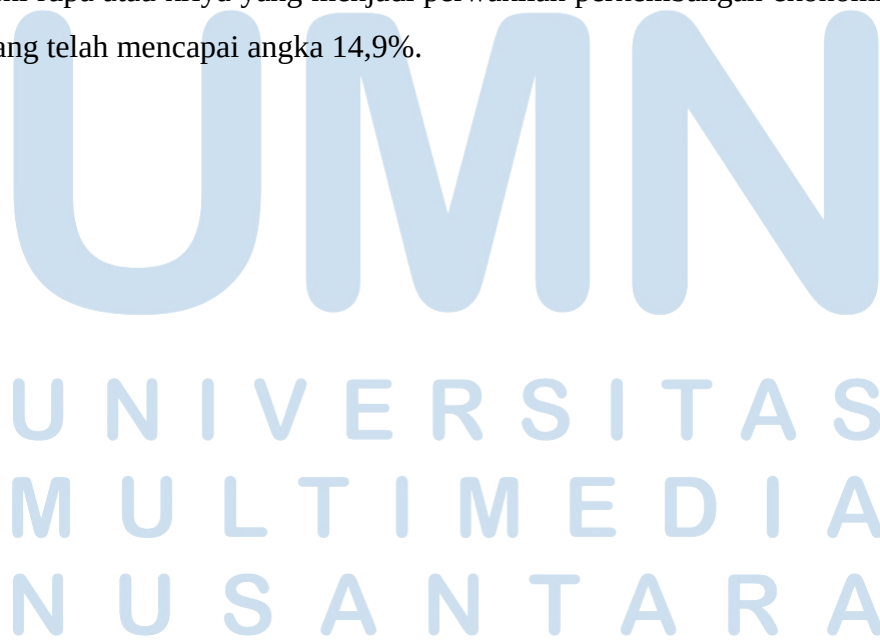
Define, pengumpulan hasil data dari *emphatize* yang dapat dijadikan data pembuatan *problem statement* (Dam, 2025).

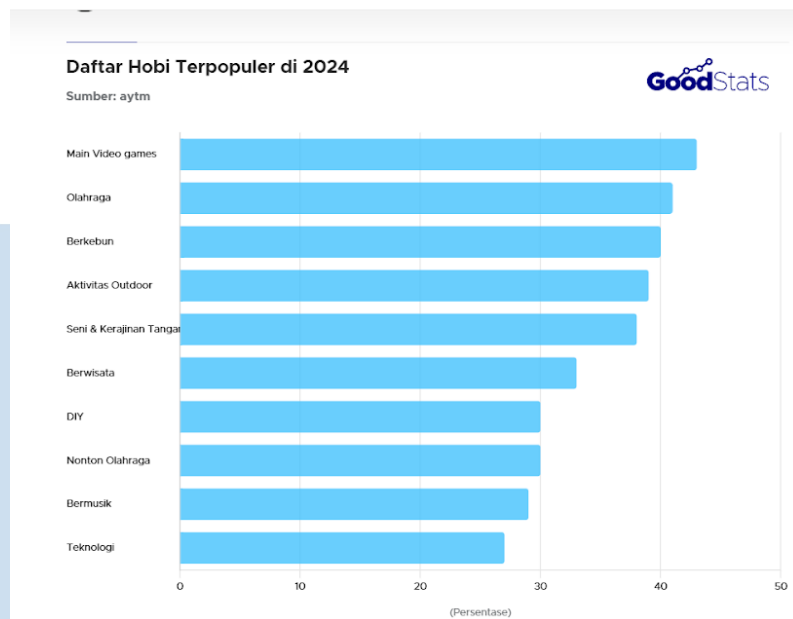
Ideate, proses *brainstorming* yang membantu dalam menghasilkan berbagai macam ide untuk solusi dari permasalahan yang ada (Dam, 2025).

Prototype, tahapan melakukan perancangan visual dari konsep ide yang dijadikan solusi dan melakukan berbagai eksperimental terhadap perancangan, mengalami proses iterasi berulang kali hingga perancangan dapat berguna sebagai solusi (Swarnadwitya, 2020).

Test, tahapan terakhir, perancangan yang telah dikembangkan berdasarkan ide solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, akan diuji cobakan kepada *target audience* (Swarnadwitya, 2020).

Menurut data dari Kemenparekraf/Baparekraf RI (2021), subsektor industri kreatif di Indonesia sedang berkembang, salah satunya dalam bidang seni rupa atau kriya yang menjadi perwakilan perkembangan ekonomi kreatif yang telah mencapai angka 14,9%.





Gambar 2.1 Data Hobi Terpopuler Oleh Goodstat Tahun 2024
 Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic/main-game-jadi-hobi-terfavorit...>

Pada tahun 2024, goodstats.id menyatakan bahwa seni dan kerajinan tangan masuk dalam top 5 hobi terpopuler sebesar 38%, yang dimana salah satunya adalah *crochet*. Menurut data dari *business research insights (2024)*, pada tahun 2023 hingga tahun 2032, diperkirakan *market crochet* akan tumbuh sebesar 4% dengan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) atau tingkat pertumbuhan per tahun, dengan *market size value* menyentuh angka \$0.2 Billion US Dollar.

Kemudian data diperkuat berdasarkan observasi pada beberapa *platform media digital* berbasis *mobile*, seperti aplikasi yang memungkinkan untuk membantu para *crocheter*, dan hasil observasi menunjukkan bahwa *platform digital* yang tersedia masih memiliki kekurangan, yaitu fitur – fitur yang disediakan masih tidak dapat maksimal dalam mendukung kegiatan proses kerajinan tangan *crochet*.

Selain itu, data dari hasil kuesioner menunjukkan beberapa responden mengalami permasalahan dalam mencari aplikasi *crochet* dengan fitur yang lengkap. Responden dari kuesioner terdapat 3 tipe responden, yaitu responden yang tertarik tetapi belum pernah mencoba sebanyak 25 responden

(47,2%), responden tertarik dan sudah mencoba sebanyak 26 responden (49,1%) serta terdapat responden yang kurang tertarik dengan *crochet* sebanyak 2 responden (3,8%).

Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh responden yang tertarik dengan *crochet* tetapi belum mencoba *crochet*, seperti mengalami kebingungan ingin memulai dari mana, tidak dapat menemukan atau kesulitan menemukan *platform digital* yang cocok untuk pemula *crochet*, dan lain – lain.

Tabel 2.1 Tabel Hasil Kuesioner Kendala Responden Tertarik *Crochet*

Pertanyaan			
Jika kamu tertarik tetapi belum pernah mencoba, mengapa? (<i>multiple choice</i> , maksimal 3 jawaban)			
Total responden			25
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	Karena tidak tahu dari mana ingin memulai	19	76%
2.	Karena sulit menemukan aplikasi yang <i>beginner-friendly</i> terhadap <i>crochet</i>	9	36%
3.	Karena hanya suka dengan hasilnya	11	44%
4.	Karena tidak ada teman yang melakukan <i>crochet</i>	4	16%
5.	Karena tren sosial media	4	16%

Berdasarkan hasil kuesioner, total responden yang menjawab sebanyak 25 responden, sebanyak 19 responden (76%) mengalami kebingungan ingin memulai *crochet* dari mana, sebanyak 11 responden (44%) yang mengaku hanya tertarik hasil akhir *crochet*, sebanyak 9 responden (36%) mengalami kesulitan menemukan aplikasi yang cocok untuk pemula, sebanyak 4 responden (16%) yang mengaku tidak ada teman yang melakukan *crochet* serta sebanyak 4 responden (16%) tertarik *crochet* karena tren yang sedang naik di media sosial.

Tabel 2.2 Tabel Hasil Kuesioner Responden Tertarik *Crochet* Terkait Media (1)

Pertanyaan			
Jika terdapat aplikasi/ <i>website</i> yang dapat membantu kamu dalam membuat <i>crochet</i> , Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi/ <i>website</i> tersebut untuk membantu kamu dalam menekuni bidang <i>crochet</i> ?			
Total responden			25
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	Ya	24	96%
2.	Tidak	1	4%

Kuesioner terkait ketertarikan penggunaan aplikasi atau *website* sebagai media yang dapat membantu pemula terjun dalam dunia *crochet* menghasilkan total sebanyak 25 responden, sebanyak 24 responden (96%) menjawab tertarik dalam pemanfaatan media aplikasi atau *website*, sedangkan untuk hasil tidak tertarik sebanyak 1 responden (4%).

Tabel 2.3 Tabel Hasil Kuesioner Responden Tertarik *Crochet* Terkait Media (2)

Pertanyaan			
Seberapa tertariknya kamu untuk menggunakan aplikasi/ <i>website</i> tersebut? (skala 1 – 5)			
Total responden			25
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	1 (sangat kurang tertarik)	0	0%
2.	2 (tidak tertarik)	0	0%
3.	3 (netral)	4	16%
4.	4 (tertarik)	15	60%
5.	5 (sangat tertarik)	6	24%

Responden yang tertarik dalam menggunakan aplikasi/*website* yang akan dirancang sebanyak 25 responden, dengan jawaban beragam, sebanyak 4 (16%) responden menjawab netral, sebanyak 15 (60%) responden menjawab tertarik dan sebanyak 6 (24%) responden menjawab sangat tertarik.

Tabel 2.4 Tabel Hasil Kuesioner Responden Tertarik *Crochet* Terkait Media (3)

Pertanyaan			
Kalau ada aplikasi/ <i>website</i> untuk mempermudah <i>crocheter</i> melalui perangkat <i>smartphone</i> , kamu lebih memilih menggunakan aplikasi atau <i>website</i> untuk mengakses <i>platform</i> tersebut?			
Total responden			25
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	<i>Website</i> pada <i>smartphone</i>	7	28%
2.	Aplikasi pada <i>smartphone</i>	18	72%

Responden yang tertarik dengan *crochet*, tetapi belum pernah mencoba *crochet* sebanyak 25 responden, lebih banyak responden yang memilih perancangan aplikasi untuk mempermudah *crocheter* pada *smartphone* daripada perancangan *website* untuk mempermudah *crocheter*. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan jumlah responden pada peminat aplikasi sebanyak 18 (72%) responden, sedangkan pada *website* sebanyak 7 (28%) responden.

Sedangkan, kuesioner dengan responden yang telah menjadi *crocheter* juga mengalami beberapa kendala dalam menemukan *platform digital* yang dapat membantu proses pembuatan *crochet*.

Tabel 2.5 Tabel Hasil Kuesioner Kendala *Crocheter*

Pertanyaan			
Apakah kalian pernah mengalami kendala-kendala seperti dibawah ini ketika meng- <i>crochet</i> ? (<i>multiple choice</i> , maksimal 3 jawaban)			
Total responden			26
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	Susah mencari <i>pattern</i> karena tidak ada <i>platform</i> tetap (masih tersebar)	10	38,5%
2.	Susah mendapatkan gambaran mengenai ukuran akhir hasil <i>project crochet</i> karena kurangnya keterangan (seperti berapa cm atau perbandingannya dengan tangan seberapa)	11	42,3%
3.	Susah mendapatkan gambar <i>preview project crochet</i> karena kurangnya gambar dan keterangan (tampak depan, belakang, kiri, kanan, atas, bawah)	9	34,6%
4.	Susah membaca pola <i>crochet</i> karena sulit dimengerti	11	42,3%
5.	Sering salah menghitung <i>stitch</i> ketika mengerjakan sebuah <i>project</i>	19	73,1%
6.	Susah berinteraksi dengan fellow <i>crocheters</i> karena tidak ada aplikasi yang bisa menjadi wadah untuk berkarya bersama	5	19,2%

Berdasarkan data kuesioner diatas, total responden yang sudah melakukan *crochet* menjawab sebanyak 26 responden. Beberapa kendala yang sering dialami oleh *crocheter*, diantaranya salah menghitung *stitch* ketika membuat *crochet*, sebanyak 19 (73,1%) responden, kemudian kendala susah membaca pola *crochet* dan susah mendapatkan gambaran ukuran *crochet* sebanyak 11 (42,3%) responden, kendala dalam mencari *pattern crochet* sebanyak 10 (38,5%) responden, kesulitan memvisualisasi hasil akhir bentuk *crochet* sebanyak 9 (34,6%) responden dan sebanyak 5 (19,2%) responden yang mengalami kesulitan dalam interaksi, karena tidak adanya *platform digital* yang dapat menjadi wadah interaksi agar dapat berkarya bersama.

Tabel 2.6 Tabel Hasil Kuesioner *Crocheter* Terkait Media (1)

Pertanyaan			
Jika terdapat aplikasi/ <i>website</i> yang dapat membantu kamu dalam membuat <i>crochet</i> , Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi/ <i>website</i> tersebut untuk membantu kamu dalam menekuni bidang <i>crochet</i> ?			
Total responden			26
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	Ya	24	92,3%
2.	Tidak	2	7,7%

Kuesioner terkait ketertarikan penggunaan *platform digital* pada *crocheter*, banyak *crocheter* yang tertarik dalam penggunaan *platform digital* dalam proses membuat karya *crochet*, sebanyak 24 (92,3%) responden yang menjawab tertarik dan terdapat 2 (7,7%) responden yang menjawab tidak.

Tabel 2.7 Tabel Hasil Kuesioner *Crocheter* Terkait Media (2)

Pertanyaan			
Seberapa tertariknya kamu untuk menggunakan aplikasi/ <i>website</i> tersebut? (skala 1 – 5)			
Total responden			26
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	1 (sangat kurang tertarik)	0	0%
2.	2 (tidak tertarik)	1	3,8%
3.	3 (netral)	3	11,5%
4.	4 (tertarik)	14	53,8%
5.	5 (sangat tertarik)	8	30,8%

Dari skala ketertarikan pada penggunaan *platform digital*, responden yang merupakan *crocheter* menghasilkan beragam jawaban, yaitu sebanyak 1 (3,8%) responden yang tidak tertarik, sebanyak 3 (11,5%) responden yang netral, sebanyak 14 (53,8%) responden yang tertarik serta 8 (30,8%) responden yang sangat tertarik.

Tabel 2.8 Tabel Hasil Kuesioner *Crocheter* Terkait Media (3)

Pertanyaan			
Kalau ada aplikasi/ <i>website</i> untuk mempermudah <i>crocheter</i> melalui perangkat <i>smartphone</i> , kamu lebih memilih menggunakan aplikasi atau <i>website</i> untuk mengakses <i>platform</i> tersebut?			
Total responden			26
No	Opsi Jawaban Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil Persentase
1.	<i>Website</i> pada <i>smartphone</i>	14	53,8%
2.	Aplikasi pada <i>Smartphone</i>	12	46,2%

Berbeda dengan responden yang tertarik dengan *crochet* tetapi belum mencoba *crochet* yang lebih memilih *platform digital* aplikasi daripada

website. Hasil responden *crocheter* lebih memilih *platform digital* berupa *website* sebanyak 14 (53,8%), daripada *platform digital* berupa aplikasi sebanyak 12 (46,2%) responden.

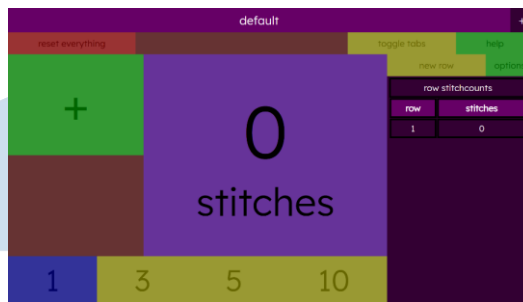
Berdasarkan hasil kuesioner, dapat disimpulkan banyak responden yang mengalami kendala, baik seorang *crocheter* maupun pemula yang ingin meng-*crochet*. Pemula yang ingin meng-*crochet* lebih memilih *platform digital* aplikasi daripada penggunaan *website*, sedangkan berkebalikan dengan para *crocheter* yang lebih memilih menggunakan *platform digital* berupa *website* daripada aplikasi. Tetapi, apabila kedua jumlah maupun hasil persentase digabungkan maka pengguna aplikasi lebih dominan, sebanyak 30 responden dan banyak diminati daripada pengguna *website*, sebanyak 21 responden.

Dari permasalahan tersebut pengembangan ide bisnis berfokus pada subsektor yang bergerak di bidang industri kreatif, dalam perancangan aplikasi yang bernama “Crofell” dengan tujuan untuk membantu mempermudah *crocheter*.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Melalui proses *brainstorming* bersama tim terhadap permasalahan, maka finalisasi ide bisnis yang diputuskan adalah dengan membuat perancangan aplikasi yang bernama “Crofell”. “Crofell” adalah sebuah aplikasi yang dapat dimanfaatkan oleh *crocheter* untuk mencari *pattern* sekaligus aplikasi untuk belajar bagi *crocheter* yang baru terjun di dunia *crochet* serta aplikasi dapat dimanfaatkan untuk bersosialisasi.

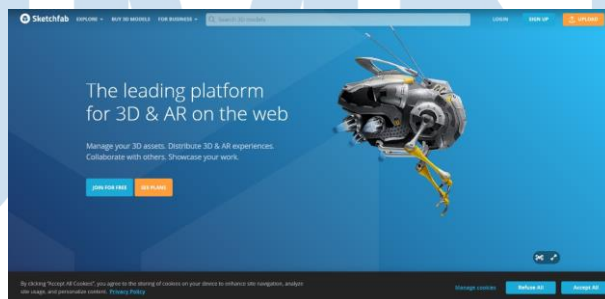
Pada aplikasi “Crofell” menyediakan fitur – fitur yang lebih lengkap untuk membantu para *crocheter*, tidak hanya menyediakan berbagai jenis *pattern* beserta dengan *tutorial crochet*, tetapi meliputi beberapa fitur yang berbeda dari aplikasi pembantu *crochet* pada umumnya, seperti *stitch and row*, fitur 3D, *Augmented Reality* (AR), serta fitur sosial media. Dalam aplikasi “Crofell” mencakup fitur edukasi, seperti *video tutorial* dan teks *tutorial*.



Gambar 2.2 Tampilan Website "Stitchcount"

Sumber: <https://stitchcount.xyz/>

Fitur *stitch and row* terinspirasi dari salah satu website “Stitchcount” yang menyediakan jasa untuk menghitung *stitch and row* secara gratis. Fitur *stitch and row* sangat berguna untuk pemula ataupun *expert crocheter* pada saat sedang membuat *crochet*. Fitur *stitch and row* berfungsi untuk menghitung jumlah *stitch and row* agar tidak adanya kesalahan pada saat proses pembuatan *crochet*, apabila saat *crocheter* salah dalam menghitung jumlah *stitch* dan *row* pada saat pembuatan *crochet*, maka benang *crochet* yang sudah direnda harus dilepas semua dan ulang kembali dalam proses pembuatan *crochet*. Fitur *stitch* dan *row* diharapkan dapat membantu mempermudah *crocheter* pada saat pembuatan *crochet*, terutama untuk meminimalisir terjadinya pengulangan berkali – kali dalam kesalahan penghitungan *stitch* dan *row* yang dapat berdampak pada hasil akhir *crochet*, dikarenakan hal tersebut menghabiskan waktu yang cukup lama bagi *crocheter* untuk proses *trial and error*.

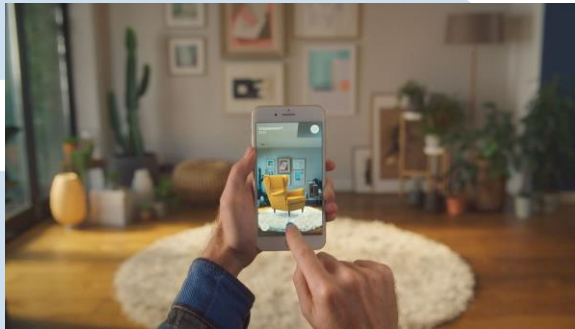


Gambar 2.3 Tampilan Website “Sketchfab”

Sumber: <https://sketchfab.com/>

Fitur 3D pada aplikasi terinspirasi dari website “Sketchfab”, fitur 3D pada “Sketchfab” dapat diinteraksi dengan cara dirotasi 360 derajat dengan cara di *hold-click* lalu di *drag*. Fitur 3D pada aplikasi “Crofell”, membantu pemula maupun *expert crocheter* untuk mendapatkan gambaran atau hasil

visualisasi bentuk *crochet*, agar hasil akhir *crochet* sesuai dengan bentuk yang diekspektasikan, serta pada fitur 3D, nantinya dapat di *rotate* 360 derajat oleh *crocheter* untuk melihat bentuk *crochet* secara jelas.



Gambar 2.4 Tampilan *Augmented Reality* Dalam Aplikasi “IKEA”
Sumber: <https://www.ikea.com/>

Fitur *Augmented Reality* (AR) terinspirasi dari fitur dalam aplikasi “IKEA”, pada aplikasi “IKEA” fitur *Augmented Reality* berguna untuk menunjukkan *pop-up* dari *furniture* ukuran yang sama dengan produk aslinya, biasanya dimanfaatkan oleh pengguna agar mengetahui ukuran pada produk serta kecocokan produk dalam sebuah ruang.

Pada aplikasi “Crofell” *Augmented Reality* memiliki kemiripan pada fungsi dari *Augmented Reality* aplikasi “IKEA”, yaitu berfungsi untuk memberikan gambaran ukuran *crochet*, fitur ini dapat digunakan untuk perbandingan ukuran bentuk hasil *crochet* secara nyata.



Gambar 2.5 Tampilan Fitur *Video Tutorial* Tentang *Crochet*
Sumber: <https://youtu.be/KXQjeBKAaZ4?si=pemb-DMoALXsn-Ou>

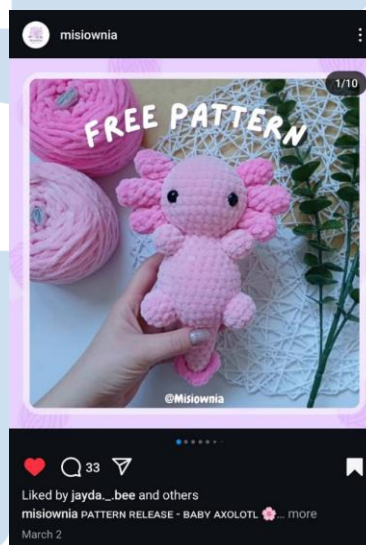
Fitur edukasi, terdapat *video tutorial* dan *tutorial* teks (tertulis), fitur *video tutorial* nantinya berisi konten video *step-by-step* dalam proses pembuatan *pattern crochet*, yang berguna sebagai *guidance* bagi *crocheter*

pemula maupun *expert*. Fitur edukasi pada *video* terinspirasi *crocheter* yang sering membuat tentang konten *tutorial crochet*.



Gambar 2.6 Tampilan Teks *Tutorial* Dari Salah Satu *Crocheter* Sosial Media
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CvIPu04OtNM/>

Sedangkan *tutorial* teks, terinspirasi dari *post* atau unggahan *crocheter* di beberapa *platform digital* (sosial media). *Tutorial* teks pada aplikasi “Crofell” nantinya akan memuat *step-by-step* proses pembuatan *crochet* secara tertulis.



Gambar 2.7 Tampilan Fitur *Like*, *Save* dan *Komen* Pada “Instagram”
Sumber: <https://www.instagram.com/share/p/BAGkrYFG4x>

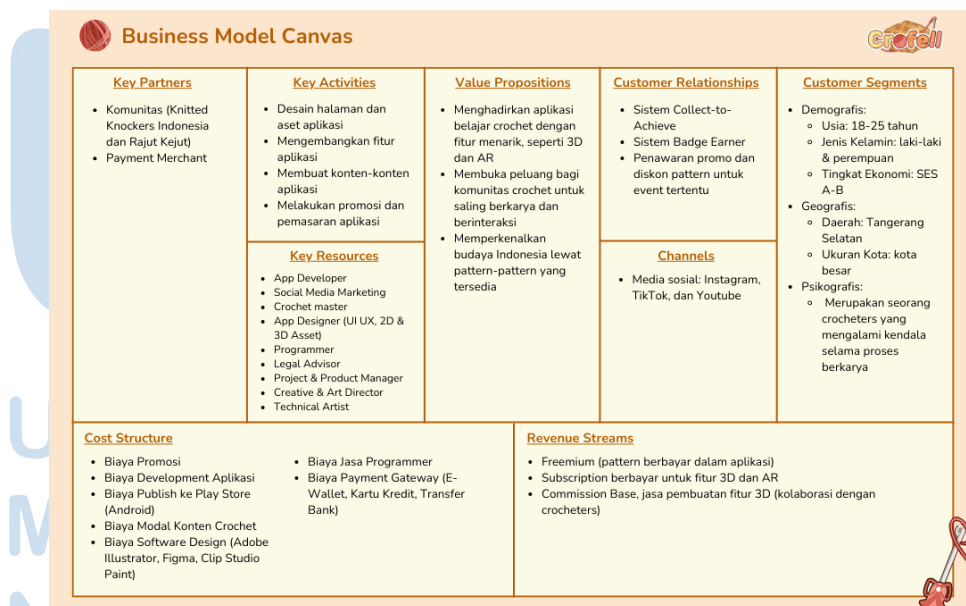
Fitur media sosial terinspirasi dari fitur dalam aplikasi “Instagram”. Fitur dalam aplikasi “Crofell” nantinya dapat digunakan pada saat *crocheter* ingin *review pattern crochet*, nantinya bagian bawah *pattern crochet* terdapat *section review* dan dapat dimanfaatkan *crocheter* untuk berdiskusi dan

bersosialisasi, kemudian terdapat fitur *like*, *clip pattern*, serta terdapat fitur membagikan *pattern user* sendiri melalui *platform* aplikasi “Crofell”.

Berdasarkan hasil *brainstorming*, maka dapat disimpulkan ide bisnis yang akan dirancang berupa sebuah aplikasi yang bernama “Crofell”, aplikasi “Crofell” bertujuan untuk membantu dan mempermudah *crocheter* dalam proses pembuatan *crochet*, yang meliputi berbagai fitur lengkap, seperti fitur referensi *pattern* (dapat mencari berbagai referensi), fitur *stitch and row pattern* (membantu proses pembuatan *crochet*), fitur 3D (membantu visualisasi *crochet*), fitur *Augmenter Reality/AR* (membantu visualisasi ukuran nyata *crochet*), fitur *tutorial video* ataupun teks *tutorial* (media pembelajaran *crochet*), serta fitur sosial media (wadah komunitas *crochet* yang dapat digunakan untuk interaksi antar pengguna). Dengan fitur – fitur tersebut diharapkan dapat membantu mempermudah *crocheter* dalam melakukan proses *crochet*.

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis sederhana yang didalam modelnya terdapat perencanaan strategi untuk menyusun dan merumuskan strategi bisnis dalam suatu perusahaan (Sukarno et al., 2021).



Gambar 2.8 *Business Model Canvas* “Crofell”

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Dalam *Business Model Canvas* terdapat *Key Partners* yang merupakan mitra kerjasama dalam sebuah organisasi atau perusahaan (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023). Perusahaan “Crofell” menentukan *Key Partners*, diantaranya komunitas “Knitted Knotters Indonesia” dan komunitas “Rajut Kejut”, merupakan komunitas *crochet* yang bergerak dalam sosial sebagai relawan, serta adanya *Payment Merchant* yang nantinya akan diajak bekerja untuk proses pembayaran pada fitur berlangganan dalam aplikasi “Crofell”.

Key Activities merupakan proses produktivitas dalam suatu perusahaan (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023). Dalam perusahaan “Crofell” dimulai dari membuat aset visual pada aplikasi, kemudian dilanjutkan dengan menata atau *layouting* pada aplikasi “Crofell”, setelah *layouting* dilanjutkan dengan pengembaran fitur dalam aplikasi agar dapat berjalan dan berfungsi dengan baik, memasukkan seluruh isi konten dalam aplikasi “Crofell” dan langkah terakhir melakukan promosi dan pemasaran aplikasi.

Key Resources merupakan aset yang dibutuhkan dalam bisnis yang berguna untuk mewujudkan *Value Proposition* (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023). Untuk *Key Resources* Perusahaan “Crofell” membutuhkan beberapa peran yang terlibat didalamnya, diantaranya *Project and Product Manager, Creative Director, Social Media Marketing, Art Director, App Designer (Visual assets 2D & 3D, UI/UX Designer), App Developer, Technical Artist, Programmer, Crochet Master*, serta *Legal Advisor*.

Value Proposition merupakan sebuah nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan berupa produk maupun jasa (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023). Dalam aplikasi “Crofell”, terdapat beberapa fitur yang ditawarkan, yaitu aplikasi belajar dengan fitur 3D, AR/*Augmented Reality*, serta *stitch and row* yang membantu *crocheter*, kemudian aplikasi “Crofell” ingin memperkenalkan budaya Indonesia melalui berbagai *pattern*, serta membuka peluang komunitas *crochet* untuk tetap berkarya dan dapat saling bersosialisasi dalam aplikasi “Crofell”.

Costumer Relationship, cara mempertahankan hubungan antara konsumen dan produsen (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023). Dalam aplikasi “Crofell” penerapan *Costumer Relationship* terdapat pada beberapa sistemnya,

seperti sistem *Badge Earner* didapatkan, apabila *user* sering melakukan *review pattern* dan sering melakukan *upload* atau membagikan *pattern* mereka melalui laman aplikasi “Crofell”. Sistem *Collect-to-Achieve*, sistem yang memberikan *challenge* dalam mengumpulkan (*collect*) beberapa *pattern crochet* dalam kategori atau tema yang sama (satu *series*) dalam kurun waktu tertentu, apabila *user* berhasil mengumpulkan beberapa *pattern crochet* tersebut dalam waktu yang telah ditentukan, maka *user* akan mendapatkan hadiah (*achieve*) yang berguna untuk meningkatkan loyalitas dari *user*. Kemudian akan terdapat beberapa *pattern* yang promo ataupun diskon dalam *event* tertentu.

Pada bagian *Channels*, perusahaan “Crofell” akan memanfaatkan sosial media untuk berkomunikasi dan menjangkau *target audience*, seperti “Instagram”, “Youtube” dan “Tiktok” untuk mengetahui lebih dalam apa yang diinginkan oleh *target audience*.

Costumer Segmentation, pengelompokan segmentasi yang dibuat dengan tujuan mengerucutkan *target audience* (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023), dalam aplikasi “Crofell” ditujukan kepada orang – orang yang berdomisili JABODETABEK, berjenis kelamin laki - laki dan perempuan yang berusia 18 - 25 tahun (primer) dan 26 - 35 tahun (sekunder) dengan tingkat ekonomi SES A - B, tertarik dalam bidang kerajinan tangan (*Art and Craft*) serta suka mencoba hal - hal baru.

Cost Structure, yaitu biaya yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023), perusahaan “Crofell” membutuhkan *Cost Structure* berupa, biaya promosi, biaya sumber daya kecerdasan (logo, nama aplikasi, aset ilustrasi, aset digital dan maskot), biaya *development* aplikasi, biaya operasional dan *maintenance* aplikasi, biaya konten aplikasi, biaya proteksi keamanan pengguna, biaya keberlanjutan, serta gaji karyawan.

Revenue Streams, pendapatan yang diterima atau dapat diartikan jumlah keuntungan yang dapat dihitung (diukur) dan diperoleh suatu perusahaan (Chafidz Rahmadiansyah et al., 2023). Dalam aplikasi “Crofell” *Revenue Steam* berupa, *subscription* pada fitur AR/*Augmented Reality* dan fitur 3D, *request* jasa pembuatan

3D dari hasil *pattern user (collab)*, serta adanya penjualan *pattern premium* (berbayar) dalam aplikasi.

Berdasarkan hasil dari pemetaan *Business Model Canvas* (BMC), “Crofell” menawarkan fitur – fitur lengkap untuk membantu mempermudah *crocheter* (*Value Proposition*), yang disesuaikan dengan kebutuhan *target audience* (*Costumer Segmentation*), serta mempertahankan hubungan konsumen dengan menerapkan sistem *Badge Earner*, *Collect-to-Achieve* dan diskon pada *pattern* tertentu (*Costumer Relationship*). “Crofell” menjangkau dan memahami *target audience* lebih dalam dengan cara memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dan sebagai media promosi (*Channels*).

Pengembangan fitur pada aplikasi “Crofell” dimulai dari proses pembuatan aset visual pada aplikasi (*Key Activities*) yang membutuhkan sumber daya (*Key Resource*) dan biaya (*Cost Structure*). Agar ide bisnis “Crofell” dapat berjalan, dibutuhkan mitra yang mendukung, seperti komunitas *crochet* dan *payment merchant* (*Key Partners*). Sedangkan sumber pendapatan dalam aplikasi “Crofell” dapat berasal dari fitur yang ditawarkan, seperti *subscription*, jasa pembuatan 3D dan penjualan *pattern premium* (*Revenue Streams*).

2.3 Deskripsi Perusahaan

Perusahaan “Crofell” dibangun pada tanggal 28 Desember 2024, “Crofell” dibuat dari penggabungan 2 kata dalam bahasa Inggris yaitu *Crochet* yang memiliki arti merenda dan *Fellow* yang memiliki arti rekan, kemudian diambil masing – masing kata depan dari kedua kata bahasa Inggris tersebut, yaitu “Cro” dan “Fell” yang digabung menjadi “Crofell”.



Gambar 2.9 Logo Perusahaan “Crofell”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

“Crofell” merupakan aplikasi yang menjadi wadah belajar untuk membantu *crocheter* dalam proses pembuatan *crochet*. Logo pada perusahaan “Crofell” termasuk dalam jenis logo *emblem*, yang memiliki objek utama, yaitu makanan *crofell*, nama “Crofell”, benang serta *hook*. Kata “Crofell” dijadikan nama aplikasi, dikarenakan makanan *crofell* biasanya identik dengan rasa manis dan dinikmati pada saat hangat, hal tersebut selaras dengan *big idea* pada *brand keyword toasty*, yaitu tidak hanya memberikan kesan hangat dan *friendly* kepada pengguna aplikasi, tetapi juga membagikan momen manis *crochet* melalui *platform* aplikasi “Crofell”. Objek benang dan *hook* yang terdapat pada logo sebagai perwakilan dari fokus *brand* dalam bidang kerajinan tangan, yaitu *crochet* (merenda benang). Dalam logo terdapat dua huruf “l” yang diagonal yang berarti *brand* “Crofell” bersifat dinamis dan fleksibel dalam mengikuti perkembangan tren, terutama pada *pattern* yang ditawarkan dalam aplikasi. Selain itu, pada objek makanan *crofell* memiliki tekstur *crochet* yang menggambarkan hasil akhir produk (*crochet*).

Logo “Crofell” menggunakan nuansa warna ceria, hangat (*warm tone*) dan universal (tidak spesifik akan *gender*) sebagai penggambaran sifat *brand* yang mencondongkan sisi *cheerful*, *warm*, dan *enthusiastic/optimistic* pada *target audience*.

Perusahaan “Crofell” sendiri memiliki visi, misi dan tujuan. Visi dari perusahaan “Crofell” adalah menjadi rumah bagi para *crocheters* untuk berkarya melalui *crochet* dengan hangat dan nyaman sambil berbagi momen manis didalamnya, sedangkan misi dari perusahaan “Crofell” adalah menyediakan *all-in-one app features* untuk para *crocheters*, menghadirkan konten pembelajaran *crochet* dengan cara yang menyenangkan, serta menjadi penghubung interaksi dalam berkarya bersama dengan komunitas *crocheters*. Tujuan dari perusahaan “Crofell” sendiri adalah membantu dan mendukung para *crocheters* untuk dapat berkarya dan saling terhubung dalam satu aplikasi.

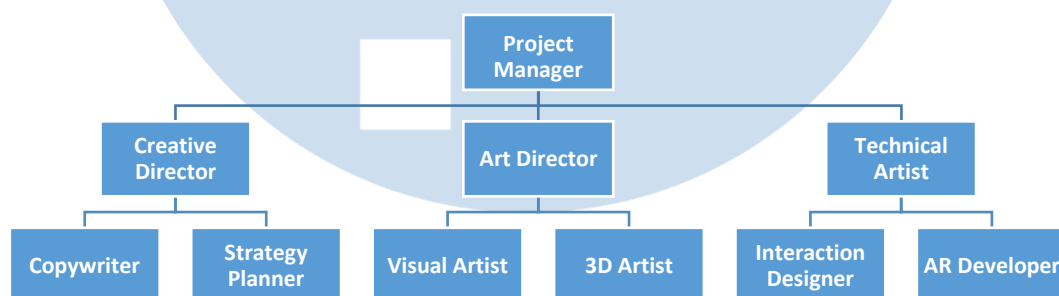
Perusahaan “Crofell” membuat aplikasi “Crofell” sebagai wadah untuk membantu dan mempermudah *crocheter*. Dengan menyediakan berbagai fitur lengkap yang dapat menjadi pembantu dalam proses pembuatan *crochet*. Selaras

dengan visi, misi dan tujuan dari perusahaan “Crofell” menyediakan *all-in-one app* features, yang mencakup edukasi dan wadah interaksi sesama komunitas crochet dengan tujuan untuk menghubungkan, membantu dan mendukung proses *crocheter* dalam berkarya *crochet*.

Sedangkan pada logo “Crofell” terdapat beberapa objek yaitu makanan crofell, nama “Crofell”, benang, serta *hook* yang menggambarkan identitas dari aplikasi “Crofell”. Warna yang digunakan oleh “Crofell” bernuansa hangat yang disesuaikan dengan sifat *brand* (*cheerful, warm, dan enthusiastic/optimistic*) yang universal (tidak dibatasi oleh gender)

2.4 Struktur Perusahaan

Perusahaan “Crofell” berjumlah 4 anggota, yang terdiri dari *Project Manager, Creative Director, Art Director, dan Technical Artist*.



Gambar 2.10 Struktur Perusahaan “Crofell”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Penjabaran peran masing – masing dan *jobdesc* pada setiap anggota tim “Crofell”:

1. Kayla Zahra Putri Harjanto: berperan sebagai *Project Manager* dan *Media Planner* divisi Departemen Marketing. *Project Manager* memiliki *jobdesc* sebagai pemimpin dalam tim serta bertanggung jawab dalam memimpin seluruh rangkaian kegiatan MBKM Kewirausahaan hingga akhir proyek dan berkoordinasi dengan seluruh anggota tim. *Media Planner* memiliki *jobdesc* bertanggung jawab dalam membuat perencanaan, strategi media, menganalisa pasar dan pengelolaan media sebagai kampanye.

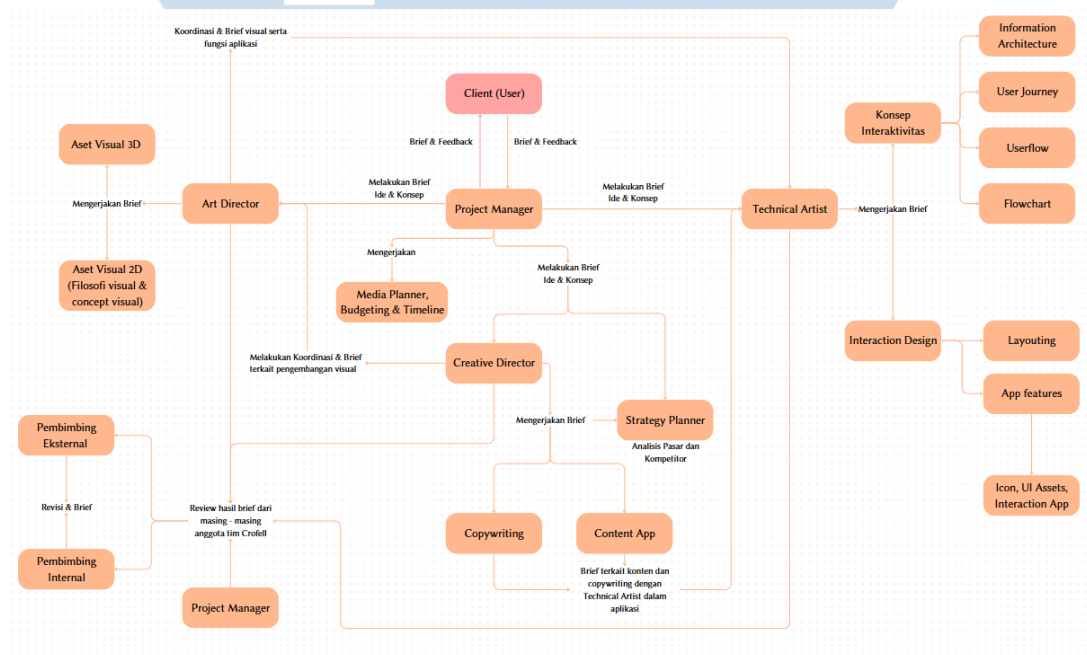
2. Rebecca Tjiung Sendjaja: berperan sebagai *Creative Director*, *Copywriter* dan *Strategy Planner* divisi Departemen Marketing. *Creative Director* memiliki *jobdesc* mengamati, menuntun, serta bertanggung jawab dalam proses pengembangan ide kreatif dalam tim, dan berkoordinasi dengan tim kreatif. *Copywriter* memiliki *jobdesc* bertanggung jawab pada isi konten dalam perancangan. *Strategy Planner* memiliki *jobdesc* bertanggung jawab terhadap pengembangan strategi pemasaran, analisa pasar dan tren, serta pengembangan ide bisnis sesuai dengan proyek perancangan.
3. Nathania Putri Qhen: berperan sebagai *Art Director*, *Visual Artist* dan *3D Artist* divisi Departemen Kreatif. *Art Director* memiliki *jobdesc* berkoordinasi dengan tim *marketing*, menuntun tim kreatif serta bertanggung jawab terhadap visual. *Visual Artist* memiliki *jobdesc* merealisasikan konsep dan ide menjadi bentuk visual serta bertanggung jawab dalam membuat perancangan konsep visual. *3D Artist* memiliki *jobdesc* memegang kendali dan bertanggung jawab terhadap perancangan bentuk tiga dimensi.
4. Kerin Limitandy: berperan sebagai *Technical Artist*, *Interaction Designer* dan *AR Developer* divisi Departemen Kreatif. *Technical Artist* memiliki *jobdesc* berkoordinasi dengan *Art Director* dan bertanggung jawab terhadap fungsi fitur dalam aplikasi. *Interaction Designer* memiliki *jobdesc* dalam pembuatan dan bertanggung jawab terhadap konsep interaktivitas aplikasi, aset UI/UX serta bertanggung jawab terhadap *userflow* pada aplikasi. *AR Developer* memiliki *jobdesc* merancang dan bertanggung jawab terhadap proses pembuatan *Augmented Reality* dalam aplikasi.

Pembagian *jobdesc* pada tim “Crofell” didasari dengan kemampuan dari masing – masing anggota, seperti Kayla Zahra Putri Harjanto yang mengambil peran sebagai *Project Manager* memiliki kemampuan dalam memimpin tim serta mengatur *timeline* dengan baik. Rebecca Tjiung Sendjaja mengambil peran *Creative Director* memiliki kemampuan dalam analisis yang detail terhadap pasar,

kemudian hasil analisis pasar dijadikan acuan untuk tim kreatif (*Art Director* dan *Technical Artist*) dalam perancangan, serta mengambil peran *Copywriting* karena memiliki *skill* yang dibutuhkan dalam isi konten dalam aplikasi, yaitu *crocheting*. Nathania Putri Qhen mengambil peran *Art Director*, memiliki pemahaman yang baik dalam visualisasi sebuah konsep perancangan, memiliki *skill* 3D serta kuat dalam ide *out-of-the-box*. Kerin Limitandy mengambil peran *Technical Artist*, memiliki pemahaman dan ketertarikan dalam perancangan UI/UX dan *AR/Augmented Reality* dalam sebuah aplikasi.

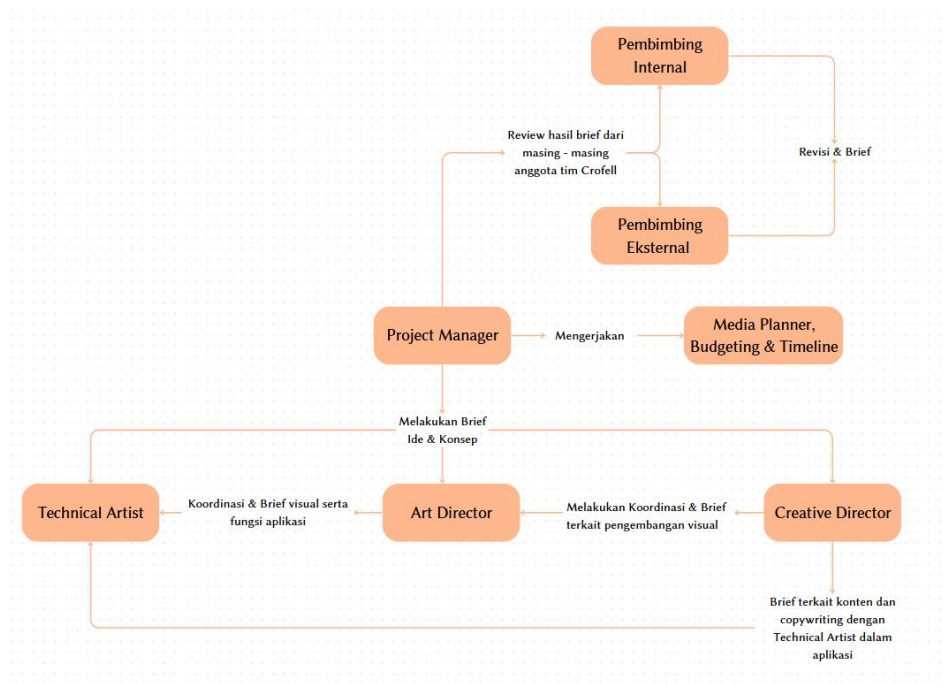
2.5 Alur Kerja Perusahaan

Adanya alur kerja pada perusahaan “Crofell”, kemudian setiap divisi dipercayakan untuk mengerjakan bagian masing – masing dan saling berkoordinasi dengan tim.



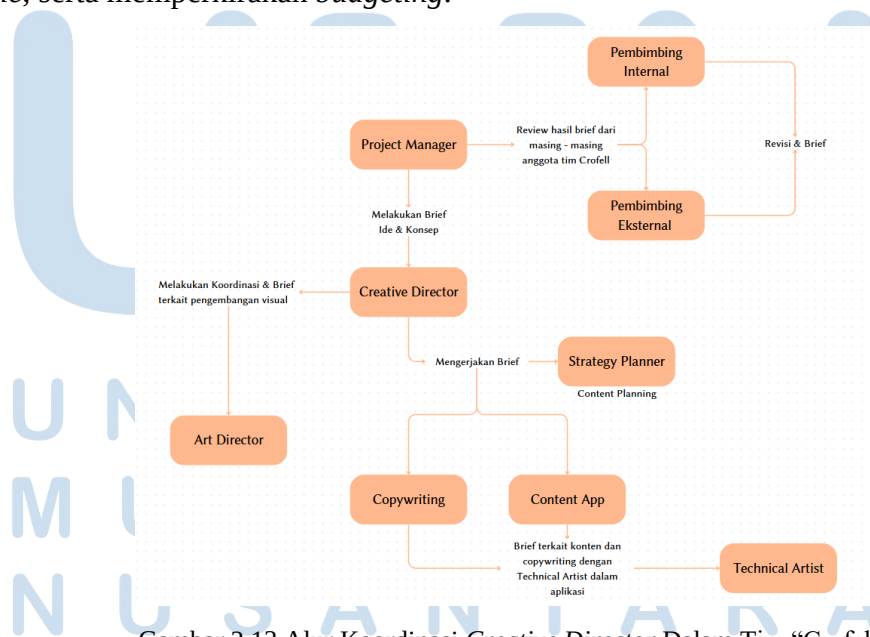
Gambar 2.11 Alur Koordinasi Tim “Crofell” MBKM Cluster Kewirausahaan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Alur kerja perusahaan “Crofell” dipimpin dan diatur oleh *Project Manager* divisi departemen *marketing*, *Project Manager* akan melakukan *brief*, koordinasi dan mengatur kegiatan terkait pengembangan ide bisnis yang dirancang kepada seluruh anggota tim (*Creative Director*, *Art Director* dan *Technical Artist*).



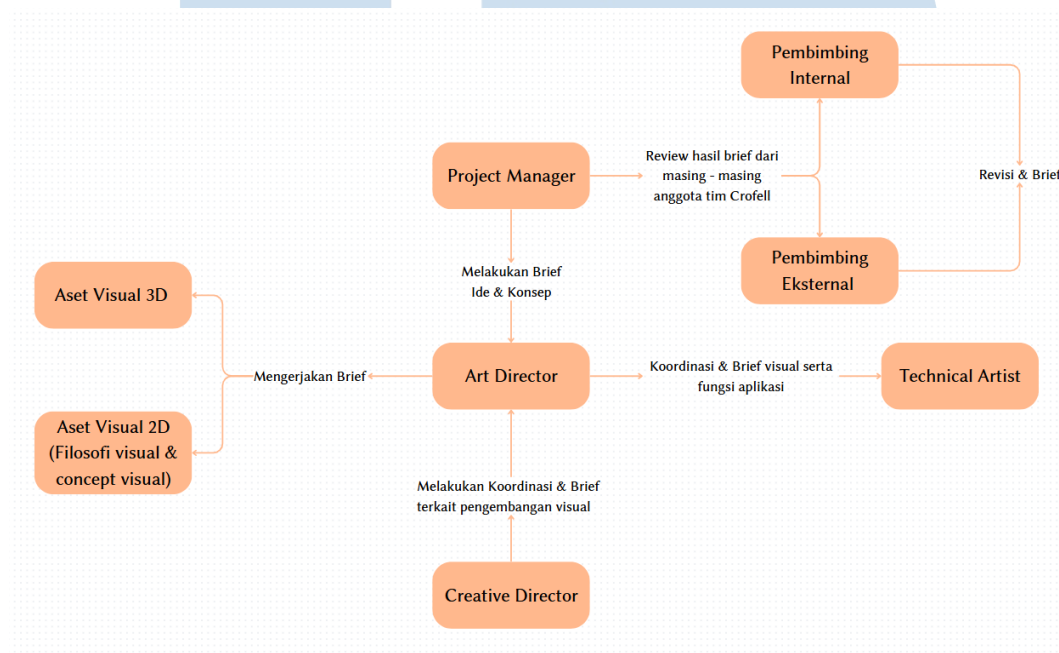
Gambar 2.12 Alur Koordinasi *Project Manager* Dalam Tim “Crofell”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Project Manager divisi departemen marketing, bertugas dalam membagikan *jobdesc* masing – masing anggota dan melakukan *brief* kepada semua anggota terhadap ide dan konsep bisnis yang akan dikembangkan. disisi lain *Project Manager* memiliki penugasan dalam mengerjakan *Media Planner*, menetapkan *timeline*, serta memperkirakan *budgeting*.



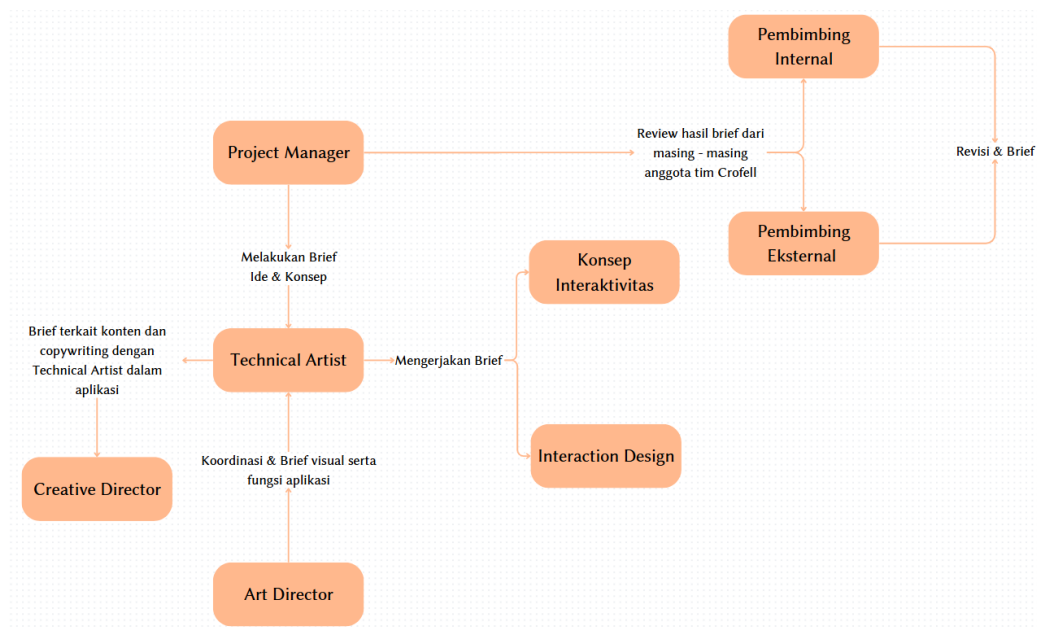
Gambar 2.13 Alur Koordinasi *Creative Director* Dalam Tim “Crofell”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Creative Director divisi departemen *marketing*, bertanggung jawab dalam analisa pasar dan analisa kompetitor sekaligus memiliki tanggung jawab sebagai *Strategy Planner*, menyalurkan ide dan konsep bisnis kepada divisi departemen kreatif (*Art Director*) untuk diimplementasikan konsep visual, serta *Creative Director* memiliki penugasan dalam pembuatan isi konten dalam perancangan aplikasi “Crofell” (*Copywriting* dan *Content App*) yang perlu dikoordinasikan dengan *Technical Artist*.



Gambar 2.14 Alur Koordinasi *Art Director* Dalam Tim “Crofell”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Art Director divisi departemen kreatif mendapatkan *brief* dari *Project Manager* dan *brief* dari *Creative Director* memulai melakukan perancangan konsep visual melalui ide bisnis yang dipaparkan serta memiliki penugasan dalam membuat perancangan 3D. Kemudian berkoordinasi dengan *Technical Artist* mengenai aset visual yang dibutuhkan dalam perancangan aplikasi agar aplikasi dapat bekerja dengan baik.



Gambar 2.15 Alur Koordinasi *Technical Artist* Dalam Tim “Crofell”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Technical Artist divisi departemen kreatif melakukan koordinasi dan *brief* dengan *Art Director* terhadap konsep interaktivitas dan *interaction design* yang terdapat dalam perancangan aplikasi “Crofell”, serta berkoordinasi dengan *Creative Director* terkait isi konten dalam aplikasi.

Setelah semua *jobdesc* dikerjakan maka akan setiap anggota akan memberikan laporan kepada *Project Manager* untuk melakukan *review* atau pengecekan pada *jobdesc* masing – masing anggota, memastikan semuanya berjalan sesuai dengan perencanaan, selanjutnya seluruh anggota tim akan mencicil pembuatan laporan terkait perancangan kemudian melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing internal dan dosen pembimbing eksternal untuk melakukan revisi pada laporan serta iterasi pada perkembangan perancangan ide bisnis menjadi sebuah aplikasi “Crofell”.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

BEP (*Break Even Point*) merupakan sebuah kondisi perusahaan, dimana perusahaan tersebut tidak mendapatkan keuntungan tapi juga tidak mengalami kerugian, maka dapat diartikan bahwa, pendapatan dan biaya berada pada kondisi

yang sama dan menghasilkan laba rugi berupa nol atau penghasilan sama dengan total biaya (Manuho et al., 2021).

BEP atau *Break Even Point* dalam perusahaan berfungsi untuk memperoleh laba yang dihasilkan dari hasil produksi (Block et al dalam Manuho et al., 2021). BEP atau *Break Even Point* dapat dihitung menggunakan 2 jenis rumus, yaitu BEP (unit) atau BEP (mata uang), dapat memilih salah satu rumus dibawah:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}$$

$$\text{BEP (mata uang)} = \text{Harga jual} \times \text{BEP Unit}$$

Modal awal adalah dana awal berguna untuk membangun sebuah usaha ataupun mengembangkan usaha dengan tujuan yang lebih baik pada masa yang mendatang (Aminuddin et al., 2022). Modal awal yang dibutuhkan pada aplikasi berupa biaya aplikasi untuk *App Development* serta biaya *publish* yaitu “Play Store” pada perangkat *android*.

Tabel 2.9 Perhitungan Harga Produksi Berdasarkan Modal Awal

Modal Awal				
Pengeluaran	Keterangan	Qty	Biaya	Biaya/bulan
Biaya Aplikasi	<i>App Development</i>	1x pembayaran	Rp 30.000.000	Rp 2.500.000
Biaya Publish	“Play Store” (<i>Android</i>)	1x pembayaran	Rp. 375.000	Rp 375.000
Modal Awal				Rp 2.875.000

Harga produksi mencakup biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya aktivitas yang dikeluarkan untuk produksi maupun tidak produksi (Putri et al., 2022). Biaya variabel adalah biaya untuk satu unit produk, apabila tidak adanya aktivitas produksi, maka biaya variabel tidak ada (Putri et al., 2022).

Biaya tetap yang dikeluarkan untuk aplikasi “Crofell” mencakup, biaya konten (alat dan bahan *crochet*), biaya *software design* (“Adobe Illustrator”, “Figma”, “Clip Studio Paint”) serta biaya aplikasi (jasa *programmer*). Sedangkan untuk biaya variabel terdapat biaya *payment gateway*. Biaya variabel *payment gateway* akan dikenakan dalam bentuk per transaksi, *payment gateway* pada aplikasi “Crofel” terdiri dari *E-wallet* (“Qris”), kartu kredit (“Visa”, “Mastercard”,

“JCB”, “American Express”) dan transfer bank. Biaya variabel akan dikenakan secara per transaksi.

Tabel 2.10 Perhitungan Harga Produksi Berdasarkan Biaya tetap dan Variabel

Harga Produksi				
Pengeluaran	Keterangan	Qty	Biaya	Biaya/bulan
Biaya Tetap				
Biaya Software Design	“Adobe Illustrator”	1 tahun	Rp 1.809.792	Rp 150.816
Biaya Software Design	“Figma”	1 tahun	Rp 1.500.000	Rp 125.000
Biaya Software Design	“Clip Studio Paint”	1 tahun	Rp 352.500	Rp 64.000
Biaya Aplikasi	Jasa <i>programmer</i>	1 tahun	Rp 150.000.000	Rp 12.500.000
Total Biaya Tetap				Rp 12.839.816
Biaya Variabel				
Pengeluaran	Keterangan	Qty	Biaya	Biaya/bulan
Biaya Modal Konten Crochet	Alat dan bahan <i>crochet</i>	1 bulan	Rp 183.837	Rp 183.837
Biaya Payment Gateway (E-wallet)	E-wallet (Qris)	1 bulan	Rp 111.825	Rp 111.825
Biaya Promosi	Sosial media dan poster	1 bulan	Rp 1.836.720	Rp 1.836.720
Total Biaya Variabel				Rp 2.132.382
Harga Pokok Penjualan				Rp 17.847.198

Berdasarkan hasil, maka perhitungan harga pokok penjualan mencapai Rp 17.847.198. Kemudian dilakukannya penentuan biaya harga tetap pada aplikasi “Crofell”, terutama pada fitur yang bersifat *subscription*.

Menurut Dictionary Cambridge, *subscription* adalah kumpulan atau jumlah biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan oleh aplikasi “Crofell” berupa *subscription* pada fitur *Augmented Reality* (AR) dan fitur 3D, yang dibagi menjadi 3 kategori, yaitu kategori *subscription* 1 bulan, *subscription* 6 bulan serta *subscription* 1 tahun dengan biaya beragam yang disesuaikan dengan kebutuhan.

Tabel 2.11 Harga Tetap Berdasarkan Hasil Sementara Observasi

Harga Subscription Aplikasi				
Subscription Aplikasi	Keterangan	Biaya	Biaya diskon	Biaya/bulan
Harga Subscription	1 bulan	Rp 75.000	-	Rp 75.000
Harga Subscription	6 bulan	Rp 450.000	(10%) Rp 45.000	Rp 405.000
Harga Subscription	1 tahun	Rp 900.000	(20%) Rp 180.000	Rp 720.000

Data harga tetap dan harga pokok penjualan yang telah di dapatkan akan dihitung menggunakan rumus BEP (*Break Even Point*), agar dapat mengetahui keuntungan yang akan didapatkan.

A. BEP unit 1 bulan *subscription*:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 12.839.816 + \text{Rp } 2.132.382}{\text{Rp } 75.000}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 14.972.198}{\text{Rp } 75.000}$$

$$\text{BEP (unit)} = 199,6 \text{ (200 unit / subscribed member)}$$

B. BEP unit 6 bulan *subscription*:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 12.839.816 + \text{Rp } 2.132.382}{\text{Rp } 405.000}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 14.972.198}{\text{Rp } 405.000}$$

$$\text{BEP (unit)} = 36,9 \text{ (37 unit / subscribed member)}$$

C. BEP unit 2 bulan *subscription*:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 12.839.816 + \text{Rp } 2.132.382}{\text{Rp } 720.000}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 14.972.198}{\text{Rp } 720.000}$$

$$\text{BEP (unit)} = 20,7 \text{ unit (21 unit / subscribed member)}$$

Berdasarkan hasil BEP (unit) diatas, maka didapatkan:

$$\text{BEP rupiah} = \text{Harga jual} \times \text{BEP Unit}$$

$$\text{BEP rupiah} = \text{Rp } 75.000 \times 200$$

$$\text{BEP rupiah} = \text{Rp } 15.000.000$$

Perhitungan menghasilkan keuntungan, apabila perusahaan “Crofell” berhasil dalam menjual 200 unit atau terdapat 200 *member* lebih yang berlangganan dengan “Crofell” atau hasil penjualan diatas Rp 15.000.000.