

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Melakukan validasi ide bisnis merupakan langkah untuk menilai potensi keberhasilan suatu usaha di pasar. Proses ini membantu penulis dalam merumuskan konsep inti dan menyusun strategi yang akan diterapkan dalam menjalankan bisnis Inkora secara menyeluruh. Melalui validasi ini, dapat diperoleh gambaran mengenai kelayakan usaha sehingga risiko kegagalan dapat diminimalkan.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Penulis dan tim memilih industri kreatif dengan fokus pada bidang *website*, didorong oleh keinginan untuk mendukung seniman dan desainer lokal dalam meningkatkan pendapatan. Sebagai sesama desainer, penulis melihat potensi besar dalam industri ini, terutama mengingat data dari Kemenparekraf yang mencatat jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif di Indonesia mencapai 23,98 juta orang pada 2022—mengalami peningkatan sebesar 9,49% dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah 21,9 juta orang (Rizaty, 2023).

Selain itu, *website* dipilih karena perannya yang penting dalam menarik pengguna dan meningkatkan keuntungan bisnis. Menurut Sharma dan Tripathi (2023), *website* yang mudah digunakan memiliki navigasi jelas, dan memberikan pengalaman yang baik lebih mungkin menarik serta mempertahankan pengunjung. Hal ini dapat meningkatkan interaksi, mendorong lebih banyak transaksi, dan akhirnya meningkatkan pendapatan. Selain itu, tampilan pada layar yang lebih besar juga memberikan kenyamanan visual yang lebih baik, memudahkan pembacaan dan menampilkan konten secara lebih jelas (Sharp, 2024).

Tren digitalisasi di Indonesia juga terus berkembang, dibuktikan dengan peningkatan tingkat penetrasi internet yang mencapai 79,5% pada

2024, naik 1,4% dibandingkan periode sebelumnya (APJII, 2024). Dengan pertumbuhan ini, *website* menjadi wadah potensial untuk mempertemukan kreator dan klien dalam ekosistem yang lebih terstruktur. Oleh karena itu, penulis dan tim memutuskan untuk merancang sebuah platform berbasis *website* yang dapat menjadi jembatan bagi para kreator dan klien. Berikut adalah detail pertimbangan yang mendasari keputusan tersebut:

1. Lingkup Bisnis

Berdasarkan latar belakang, penulis melakukan analisis mendalam mengenai ruang lingkup bisnis Inkora di Indonesia, dengan mempertimbangkan potensi pasar serta kesiapan infrastruktur yang mendukung. Proses ini mencakup identifikasi wilayah yang memiliki peluang besar untuk dijelajahi serta penentuan area geografis yang akan menjadi fokus utama pada tahap awal pengembangan. Setelah mempertimbangkan berbagai faktor, tim memutuskan bahwa Indonesia adalah lokasi yang strategis untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis Inkora.

2. Layanan

Inkora berfokus pada penyediaan platform digital berbasis *website* yang mempermudah transaksi komisi seni, produksi, serta jual-beli merchandise. Layanan ini dirancang untuk menghubungkan klien dengan seniman 2D/3D dan desainer, sehingga dapat memperluas peluang pasar dan meningkatkan aksesibilitas bagi para kreator.

3. Sistem Kerja

Inkora menerapkan sistem kerja berbasis platform *multi-sided*, di mana kreator berperan sebagai merchant yang menawarkan jasa dan produk mereka, sementara klien bertindak sebagai buyer yang melakukan transaksi. Melalui sistem ini, Inkora memfasilitasi proses *commission*, interaksi dengan *vendor merchandise*, serta *art*

market dalam satu wadah yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan riset dan brainstorming bersama tim, penulis merancang Inkora sebagai platform *multisided* yang menghubungkan klien dan seniman dalam sistem komisi ilustrasi. Melalui Inkora, klien dapat menemukan seniman yang sesuai dengan preferensi mereka, sementara seniman dapat menerima proyek yang selaras dengan gaya dan keahlian mereka. Platform ini juga dilengkapi dengan fitur-fitur yang mendukung proses kerja sama yang lebih efisien, transparan, dan nyaman bagi kedua belah pihak. Berikut adalah penjabaran lebih lanjut mengenai perancangan Inkora yang telah difinalisasi:

1. Platform dan Model Bisnis

Inkora dikembangkan sebagai platform berbasis *website desktop*, berdasarkan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 63% responden lebih nyaman menggunakan *website* pada perangkat ini dibandingkan dengan platform lain.

Dalam menjalankan operasionalnya, Inkora menerapkan model bisnis B2C (Business to Customer), di mana platform ini berfungsi sebagai penghubung antara pelaku industri kreatif, seperti seniman, desainer, serta vendor merchandise, dengan klien yang membutuhkan jasa mereka. B2C (Business to Customer) adalah model bisnis yang berfokus pada penjualan barang atau jasa langsung kepada individu atau kelompok konsumen tanpa perantara (Umar, 2016). Model ini memungkinkan transaksi yang terjadi dengan *customer* baik dalam bentuk komisi seni, produksi merchandise, maupun layanan kreatif lainnya.

2. Fitur

Rancangan fitur yang tersedia pada Inkora dirancang dengan pendekatan *user centered design*, di mana kemudahan penggunaan, efisiensi dalam menyelesaikan tugas, serta tingkat kepuasan pengguna menjadi indikator utama keberhasilan desain (Lanter & Essinger, 2017). Dalam menentukan fitur yang akan diimplementasikan, penulis dan tim melakukan analisis menyeluruh terhadap kebutuhan target pasar serta meninjau fitur yang telah diterapkan oleh kompetitor.

Fitur utama yang akan menjadi fokus dalam Inkora meliputi sistem komisi untuk layanan 2D, 3D, dan desain grafis, yang terbagi menjadi dua jenis: *regular commission* dan *blind commission*. Selain itu, Inkora juga menyediakan layanan produksi dan penjualan *merchandise* dengan sistem *pre order*, *custom*, dan *ready stock*. Untuk mendukung kreator dalam proses produksi, Inkora akan menjalin kemitraan dengan *vendor merchandise*, sehingga dapat menjadi wadah bagi *merch artist* dalam memproduksi dan menjual karyanya. Fitur tambahan yang akan dihadirkan mencakup *portofolio showcase* sebagai sarana bagi kreator untuk memamerkan karya mereka, serta sistem *reward* berupa *discount voucher* dan *loyalty card*. Inkora juga menyediakan *invoice generator* untuk mempermudah transaksi antara kreator dan klien.

3. Visual

Visual dari rancangan Inkora disesuaikan dengan konsep yang dipilih untuk mencerminkan identitas platform, yaitu ilustrasi dengan gaya *flat design*, yang memberikan tampilan modern dan mudah dipahami oleh pengguna. Pendekatan ini tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mendukung pengalaman pengguna yang lebih intuitif. Selain itu, *tone of voice* yang digunakan dalam komunikasi Inkora mengedepankan kesan *playful*, *expressive*, dan *appreciative*, sehingga interaksi di dalam platform

terasa lebih akrab dan menghargai peran kreator serta klien. Dengan struktur *user interface* yang dirancang secara tepat, pengguna dapat merasakan pengalaman yang lebih nyaman dan memuaskan, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk kembali menggunakan platform ini secara berulang (Dey et al., 2019).

2.2 Business Model Canvas

Model bisnis berperan sebagai alat untuk mengubah ide menjadi bisnis dengan menyederhanakan berbagai aspek kompleks ke dalam elemen-elemen utama yang lebih mudah dipahami dan dikembangkan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk merancang dan menggambarkan komponen inti suatu bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC), yang menyajikan elemen-elemen tersebut secara ringkas dalam satu lembar kanvas (Setiawan, 2023). Dengan menerapkan metode ini, penulis dan tim dapat menyusun strategi yang lebih terarah dalam mengelola dan mengembangkan bisnis secara efektif.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas* Inkora

Kanvas ini membagi model bisnis ke dalam 9 komponen utama (Dewobroto, 2012). Berikut adalah rincian *Business Model Canvas* untuk Inkora:

1. *Customer Segments*

Inkora menargetkan masyarakat Indonesia berusia 18–25 tahun dari kategori SES B-A sebagai segmen utama, mencakup *freelance* 2D/3D

artist, freelance merchandise artist, freelance designer, mahasiswa desain, serta pekerja kantor di agensi desain atau yang memiliki hobi dan ketertarikan dalam bidang desain. Selain itu, Inkora juga menjangkau segmen sekunder, yaitu masyarakat Indonesia berusia 18–30 tahun dari kategori SES B–A yang tertarik membeli karya seni atau desain untuk keperluan hobi maupun proyek.

2. Value Propositions

Inkora berfokus pada kemudahan bagi desainer dan ilustrator dalam menjual jasa serta karya mereka melalui sistem yang lebih profesional dan terstruktur. Untuk mendukung hal ini, Inkora menyediakan *Artwork Price Recommendation*, yang merekomendasikan harga yang sesuai dengan harga pasar penjualan karya berdasarkan hasil riset tim Inkora. Selain itu, Inkora menawarkan *Local Vendor Matchmaking*, sebuah fitur yang menghubungkan merch artist dengan vendor lokal untuk membantu produksi merchandise secara lebih efisien. Tidak hanya itu, Inkora juga menyediakan *Pre-Order Gateway for Merchandise Artists*, yang memungkinkan klien untuk memesan *merchandise* baik untuk kebutuhan *art market* maupun *pre-order* reguler, sehingga proses penjualan menjadi lebih terorganisir dan mudah diakses.

3. Channels

Inkora memanfaatkan berbagai *channel online* dan *offline* untuk akses platform serta strategi pemasaran. Secara *online*, Inkora dapat diakses melalui *website* sebagai platform utama, sementara promosi dilakukan melalui media sosial, dengan fokus utama pada Instagram. Selain itu, strategi pemasaran digital seperti iklan dan kolaborasi juga digunakan untuk meningkatkan jangkauan. Secara *offline*, Inkora memperluas eksposur melalui partisipasi dalam *art exhibition*, *art convention*, serta promosi dari mulut ke mulut. Inkora juga menjalin kolaborasi dengan komunitas terkait, seperti komunitas game, *VTubing*, dan seni, untuk memperkuat jaringan dan meningkatkan keterlibatan pengguna.

4. Customer Relationships

Inkora membangun hubungan dengan pengguna melalui dua aspek utama, yaitu antara Inkora dengan pengguna serta interaksi antar pengguna. Untuk menjaga hubungan dengan *merchant* dan *buyer*, Inkora menyediakan berbagai program promo seperti discount *voucher* dan *loyalty card*, serta membuka ruang untuk *customer feedback* untuk meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, *service support* juga disediakan untuk membantu pengguna dalam mengatasi kendala selama transaksi.

Di sisi lain, Inkora juga mendukung interaksi antar pengguna melalui komunitas yang memungkinkan desainer dan pembeli untuk saling terhubung, serta sistem transaksi yang mempermudah proses jual beli di dalam platform. Inkora juga menjalin *partnership* dengan vendor *merchandise* lokal dan *art market*, sehingga *merchant* dapat lebih mudah memproduksi serta memasarkan *merchandise* mereka.

5. Revenue Streams

Sumber pendapatan Inkora diperoleh melalui berbagai saluran, termasuk *fee* transaksi (biaya admin yang dikenakan pada setiap jual beli jasa desain dan ilustrasi di platform. Selain itu, pemasukan juga didapatkan melalui *partnership deals* dengan vendor lokal, yang memungkinkan kolaborasi dalam produksi *merchandise* bagi kreator. Pendapatan tambahan berasal dari *website advertising*, di mana kreator dapat memasang iklan di platform Inkora untuk menjangkau target audiens yang lebih luas.

6. Key Resources

Inkora memerlukan berbagai sumber daya untuk mendukung pengembangannya. Dari sisi fisik, diperlukan perangkat seperti komputer, akses internet, serta software pendukung. Sumber daya manusia juga menjadi aspek penting, meliputi *UI/UX designer*, *web developer*, *graphic designer*, dan *social media specialist*, yang berperan dalam perancangan, pengembangan, dan promosi platform. Selain itu, keberadaan *co-working space* juga dibutuhkan sebagai ruang kerja dan kolaborasi tim. Yang

terakhir, sumber daya finansial juga diperlukan untuk mendukung kelangsungan dan pengembangan produk.

7. Key Activities

Inkora menjalankan berbagai aktivitas utama untuk memastikan platform berfungsi dengan optimal. Pengembangan platform menjadi prioritas agar pengguna dapat dengan mudah menjual dan membeli jasa desain serta ilustrasi. Strategi promosi dan pemasaran diterapkan untuk meningkatkan kesadaran serta menarik lebih banyak pengguna melalui media sosial, dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Selain itu, pengelolaan transaksi dan keamanan pembayaran dilakukan guna memastikan setiap proses pembayaran berjalan dengan aman dan lancar. Inkora juga berfokus pada pembangunan serta pengelolaan komunitas, menciptakan ruang bagi kreator untuk berinteraksi dan berkembang. Terakhir, verifikasi mitra dilakukan agar hanya vendor dan penyedia jasa terpercaya yang dapat bergabung di dalam platform.

8. Key Partners

Inkora bekerja sama dengan berbagai pihak eksternal untuk mendukung operasionalnya. Kolaborasi dengan seniman, desainer, perusahaan kreatif, dan content creator seperti *VTuber* bertujuan untuk memperluas jaringan serta mendukung komunitas kreatif. Selain itu, kemitraan dengan vendor merchandise dan art market mempermudah produksi serta distribusi karya kreator. Untuk memastikan transaksi yang aman dan efisien, Inkora juga menjalin kerja sama dengan penyedia layanan *e-wallet* dan bank lokal.

9. Cost Structure

Struktur biaya Inkora terdiri dari *fixed costs* dan *variable costs*. *Fixed costs* mencakup pengeluaran tetap yang harus dipenuhi, seperti pembayaran gaji karyawan, langganan aplikasi desain seperti Creative Cloud, biaya domain *website*, serta biaya perlindungan hak cipta dan merek. Selain itu, terdapat biaya sewa *co-working space* sebagai lokasi operasional.

Di sisi lain, *variable costs* meliputi pengeluaran yang bersifat fleksibel, seperti biaya pemasaran dan promosi untuk memperluas jangkauan serta menarik lebih banyak pengguna ke dalam platform Inkora.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Inkora didirikan pada tahun 2025 sebagai platform yang bertujuan untuk mendukung desainer dan seniman Indonesia dalam meningkatkan pemasukan serta mempermudah proses *commission*, interaksi dengan vendor *merchandise*, *art market*, dan klien. Berangkat dari pengalaman pribadi dan riset pasar, platform ini hadir untuk menanggapi berbagai tantangan dalam industri kreatif, seperti sulitnya menjangkau klien, memasarkan karya, dan lemahnya sistem komisi di dalam negeri. Seiring perkembangannya, Inkora berevolusi menjadi marketplace yang tidak hanya mendukung layanan *commission* ilustrasi dan desain, tetapi juga menyediakan fasilitas produksi *merchandise* bagi para kreator.

Nama Inkora sendiri berasal dari gabungan kata “*Ink*” dan “Koral,” yang mencerminkan esensi dari ekosistem kreatif yang ingin dibangun. “*Ink*” dalam bahasa Indonesia berarti tinta, yang secara konotatif melambangkan keinginan manusia untuk mendokumentasikan pengetahuan, keyakinan, dan ekspresi artistik dalam bentuk yang abadi (Baronfig, 2024). Seperti halnya tinta yang menjadi medium utama dalam seni dan desain, Inkora hadir sebagai wadah bagi kreator untuk menuangkan ide dan mengembangkan potensi mereka. Di sisi lain, “Koral” merujuk pada terumbu karang, ekosistem laut tropis yang kaya dan beragam. Dengan bentuk serta warna yang indah, terumbu karang tidak hanya menjadi habitat bagi berbagai makhluk laut, tetapi juga simbol dari keseimbangan dan keberagaman dalam sebuah ekosistem (Rismona et al., 2022).

Inkora menggambarkan lingkungan yang mendukung kolaborasi antara kreator dan klien, menciptakan ruang bagi ilustrator dan desainer untuk tumbuh bersama. Seperti tinta yang mengabadikan kreativitas dan gagasan, Inkora memungkinkan para kreator untuk mengekspresikan diri dan menjangkau audiens yang lebih luas. Sementara itu, filosofi terumbu karang yang kompleks dan beragam merepresentasikan keunikan serta kekayaan seni kreator Indonesia.

Sebagaimana koral menjadi rumah bagi kehidupan laut, Inkora hadir sebagai wadah bagi para kreator untuk berkarya, berjejaring, dan memperluas peluang dalam industri kreatif.

Berikut adalah penjabaran terperinci mengenai visi dan misi perusahaan Inkora yang telah disusun.

1. Visi

Mewadahi dan memberdayakan seniman serta klien di Indonesia dalam ekosistem ekonomi kreatif yang adil, transparan, dan inovatif.

2. Misi

Menciptakan ekosistem seni digital yang aman, ramah, dan terpercaya, di mana seniman dan klien dapat terhubung, berkreasi, dan berkembang bersama.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan Inkora

Logo Inkora dirancang dalam bentuk wordmark dengan elemen visual yang memiliki makna simbolis. Huruf “O” didesain menyerupai gurita, merepresentasikan Cemong, maskot yang cerdas dan kreatif, serta menggambarkan fleksibilitas seorang seniman dalam berkarya. Sementara itu, bentuk tentakel pada huruf “R” memperkuat kaitan antara seni, tinta (ink), dan gurita sebagai lambang kreativitas yang tak terbatas. Penggunaan warna biru menciptakan nuansa akuatik yang segar dan dinamis, mencerminkan ekosistem kreatif yang menjadi fondasi Inkora.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 Struktur Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Inkora

Inkora memiliki empat anggota yang bertanggung jawab dalam bidang bisnis dan desain. Berikut adalah pembagian tugas utama masing-masing anggota:

1. **Marco Antolyn, Chief Executive Officer (CEO):** Memimpin dan mengembangkan visi serta strategi Inkora, mengawasi pertumbuhan bisnis, membangun kemitraan, serta memastikan keberlanjutan dan inovasi platform.
2. **Jade Charlotte, Chief Operational Officer (COO):** Mengelola operasional Inkora, memastikan kelancaran transaksi antara kreator dan klien, serta mengoptimalkan proses bisnis agar platform berjalan efektif dan berkelanjutan.
3. **Joanna Liono, Chief Product Officer (CPO):** Bertanggung jawab atas pengembangan dan inovasi produk Inkora, merancang strategi fitur, memastikan pengalaman pengguna yang optimal, serta mengoordinasikan tim desain dan pengembangan untuk meningkatkan kualitas platform.
4. **Jesselyn Natania, Chief Marketing Officer (CMO):** Bertanggung jawab atas strategi pemasaran Inkora, meningkatkan *brand awareness*, menarik pengguna baru, serta mengelola komunikasi dan kampanye promosi untuk memperluas jangkauan pasar.

Brand Inkora dikembangkan melalui kolaborasi 4 anggota yang berkontribusi dalam perancangan desain visual. Berikut adalah pembagian peran masing-masing dalam pengembangan *website*.

1. Marco Antolyn

- a. *3D Designer*: Membuat model dari karakter dalam format 3 dimensi.
- b. *Animator*: Menghidupkan karakter melalui pergerakan.
- c. *UX Writer*: Menulis teks untuk konten.

2. Jade Charlotte

- a. *UX Designer*: Membuat *user journey*, *information architecture*, dan *flowchart* dari *website*.
- b. *Prototype Designer*: Membuat *layout low fidelity* dan *control* dari *website*.
- c. *System Designer*: Menyusun *layout* dan tipografi.

3. Joanna Liono

- a. *UI Designer*: Mendesain *high fidelity* dari *website*.
- b. *Mascot Designer*: Mendesain karakter maskot Inkora beserta *brand mascot guideline*.
- c. *Environment Illustrator*: Membuat ilustrasi latar lingkungan dan suasana untuk Inkora.

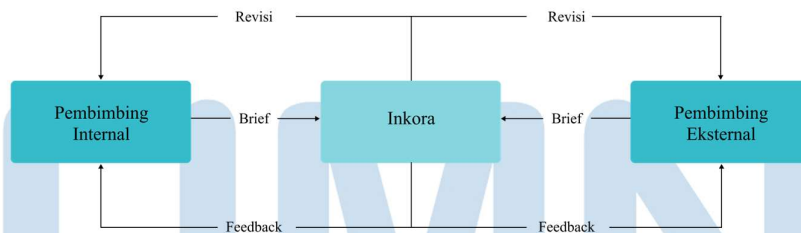
4. Jesselyn Natania

- a. *Brand Designer*: Membuat *visual identity* untuk Inkora.
- b. *Digital Marketing Designer*: Mendesain konten promosi untuk media social.
- c. *Offline Marketing Designer*: Mendesain konten promosi untuk media offline.

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

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Dalam pelaksanaan program MBKM Kewirausahaan, tim Inkora berkoordinasi dengan dua pihak utama, yaitu dosen pembimbing internal dan Skystar Ventures sebagai pembimbing eksternal. Dosen pembimbing internal dari program studi desain komunikasi visual bertugas memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan laporan agar sesuai dengan standar akademik yang ditetapkan. Sementara itu, pembimbing eksternal dari Skystar Ventures berperan dalam memberikan panduan terkait pengembangan bisnis dan validasi model bisnis yang dikembangkan oleh tim Inkora. Dalam prosesnya, tim terlebih dahulu menerima instruksi dari kedua pembimbing mengenai aspek akademik dan bisnis yang perlu dikembangkan. Setelah mendapatkan arahan, tim melaksanakan tugas yang diberikan dan melakukan konsultasi untuk memperoleh masukan serta evaluasi dari kedua pihak. Selanjutnya, tim melakukan diskusi internal dan merevisi laporan serta rencana bisnis berdasarkan saran yang telah diberikan. Proses ini dilakukan secara berulang hingga mencapai hasil yang optimal sesuai dengan standar akademik dan kebutuhan bisnis yang telah ditetapkan.



Gambar 2.4 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Break Even Point (BEP) adalah kondisi di mana perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian dalam operasionalnya (Kharismawati et al., 2021). Untuk menghitung BEP, terdapat dua komponen biaya utama yang perlu diperhitungkan, yaitu *fixed costs* (biaya tetap) dan *variable costs* (biaya variabel). Penulis menganalisis harga pokok produksi serta harga pokok penjualan untuk menentukan harga jual yang tepat, sehingga dapat mencapai titik impas.

Harga Pokok Produksi					
Pengeluaran	Waktu	Qty.	Biaya (per bulan)	Jumlah (per tahun)	
Biaya Fixed					
Adobe Creative Cloud	1 tahun	1	Rp377.227,00	Rp377.227,00	
Biaya Server	1 tahun	1	Rp200.000,00	Rp2.400.000,00	
Biaya Domain Website	1 tahun	1	Rp200.000,00	Rp2.400.000,00	
Coworking Space	1 tahun	1	Rp400.000,00	Rp4.800.000,00	
Gaji Desainer UI/UX	1 tahun	1	Rp5.000.000,00	Rp60.000.000,00	
Gaji Website Developer	1 tahun	1	Rp6.000.000,00	Rp72.000.000,00	
Gaji Social Media Specialist	1 tahun	1	Rp4.000.000,00	Rp48.000.000,00	
Gaji Desainer Grafis	1 tahun	1	Rp5.000.000,00	Rp60.000.000,00	
Social Media Ads (Facebook & IG)	1 tahun	1	Rp1.000.000,00	Rp12.000.000,00	
Offline Ads (di merge jd marketing cost)	1 tahun	1	Rp800.000,00	Rp9.600.000,00	
Total Biaya Tetap				Rp271.577.227,00	
Biaya Variabel					
Third Party App (BCA Virtual Account)	per transaksi user	2400	Rp 200,00	Rp 480.000,00	
Total Biaya Variabel				Rp480.000,00	
Harga Pokok Penjualan					
Revenue Stream		Transaction per Unit	Target (per tahun)	Admin fee	Total
Pendapatan komisi		Rp1.025.000,00	2400	20%	Rp492.000.000,00
Pendapatan Advertisement	Paket A	Rp20.000,00	480	-	Rp9.600.000,00
	Paket B	Rp50.000,00	336	-	Rp16.800.000,00
	Paket C	Rp70.000,00	144	-	Rp10.080.000,00
Total Pemasukan					Rp528.480.000,00
BEP Unit = Biaya tetap (fixed costs) / (harga jual per transaksi - biaya variabel per transaksi)					1.118,52
BEP Rupiah = Harga Jual x BEP unit					Rp271.577.227,00

Gambar 2.5 Tabel BEP Inkora

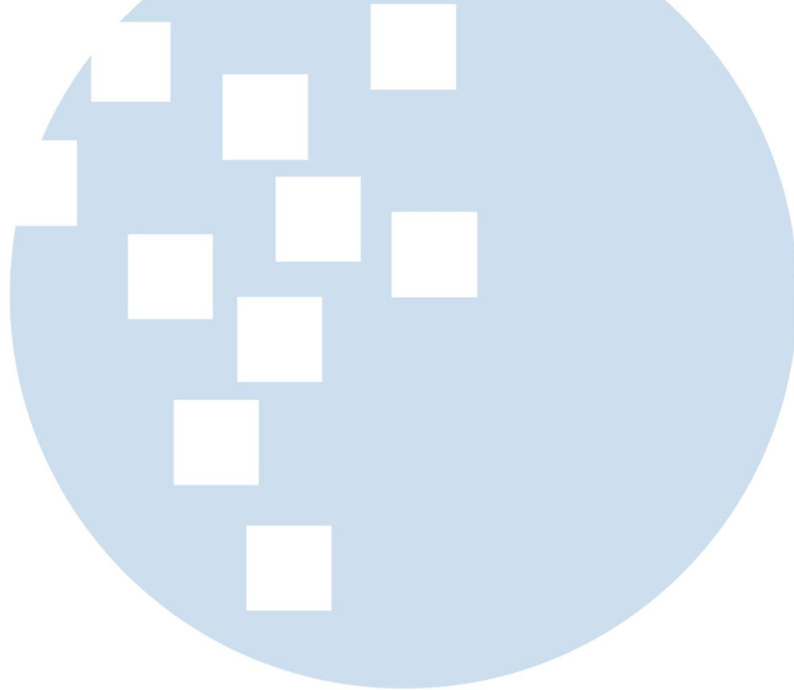
Berdasarkan tabel di atas, diperoleh biaya tetap sebesar Rp 271.577.227 dan biaya variabel per transaksi sebesar Rp 200, dengan harga jual rata-rata yang ditetapkan sebesar Rp.205.000. Berdasarkan data yang telah diperoleh, penulis menghitung *break even point* (BEP) penjualan dengan perincian sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 1. \text{ BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap (Fixed Costs)}}{(\text{Harga Jual Per Transaksi} - \text{Biaya Variabel Per Transaksi})} \\
 &= \frac{271.577.227}{(243.000 - 200)} \\
 &= 1.118,5 \text{ Unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ BEP Rupiah} &= \text{Harga Jual} \times \text{BEP Unit} \\
 &= 243.000 \times 1.118,5 \\
 &= \text{Rp } 271.577.227
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan BEP Unit dan BEP Rupiah menunjukkan bahwa Inkora perlu mencapai total 1.119 transaksi pengguna agar dapat mencapai titik impas,

dengan pendapatan dari biaya admin sebesar Rp205.000,00. Setiap transaksi dikenakan biaya variabel sebesar Rp200, dan diasumsikan pengguna juga membeli paket iklan dengan nilai rata-rata Rp38.000 per transaksi.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA