

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Awal terbentuknya ide, terdapat beberapa tahap sebelum menetapkan bisnis yang akan dirancang. Selain itu juga terdapat beberapa tahap diskusi dan *brainstorming* yang dilakukan oleh tim penulis dalam membentuk ide bisnis yang tepat dan sesuai. Maka dari itu, terdapat alur pengembangan ide, dan juga finalisasi ide bisnis yang akan dirancang tim penulis. Hal ini berguna agar ide bisnis yang dirancang dapat terarahkan dengan maksimal.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Mengacu dari latar belakang yang telah dirumuskan, penulis dan tim melihat adanya peluang untuk pengembangan *website* untuk menjembatani para desainer dalam meningkatkan taraf hidupnya. *Website* atau platform yang tersedia di Indonesia belum ada yang berfokus pada desainer dan masih terlalu luas kepada freelancer (Hermawan, 2024). Sedangkan desainer di Indonesia sudah sangat banyak hingga menurut Kemenparekraf dapat menghasilkan 9% pemasukan di perekonomian Indonesia. Tentu saja angka ini masih cukup kecil karena orang Indonesia yang berprofesi sebagai desainer sudah mencapai hingga 37% di tahun 2024 (DGIP, 2024).

Setelah melakukan riset, diskusi dan *brainstorming* tim. Penulis bersama timnya sepakat untuk mengembangkan *website* untuk mempertemukan klien dengan para desainer. Untuk itu, perlu adanya ketentuan dalam factor seperti ruang lingkup, platform, fitur, dan juga sistem kerja yang akan dirancang.

1. Lingkup Bisnis

Jangkauan bisnis yang akan dibuat adalah dengan membuat *multi-sided website*. Ide bisnis ini akan menjadi jembatan untuk para desainer agar dapat mencapai calon kliennya. Dengan beragam pilihan

kategori untuk membantu penggunanya dalam memilih karya yang diminatinya. Dengan begitu, desainer Indonesia dapat lebih memperluas jangkauannya dalam mempromosikan hasil karyanya lebih terarahkan dibandingkan dengan media social yang biasa digunakan.

2. Platform dan Model Bisnis

Platform yang akan disediakan dalam perancangan ide bisnis berbentuk *website*. Menurut hasil survey, 80% memilih menggunakan *website* sebagai media platform yang cocok untuk ide bisnis ini. *Website* dapat diakses 24/7 karena dapat diakses dimanapun. Selain itu juga dengan mudah diakses oleh pengguna (Setiawan, 2023).

3. Fitur

Sebagai platform *website* yang dapat menjadi solusi penjualan karya melalui sistem *commission*. Terdapat beberapa fitur yang harus ada untuk menunjang proses transaksi pengguna. Dengan fitur yang intuitif dan tepat, akan mempermudah penggunaan *website* di dalamnya (Ali, 2025). Untuk gambaran awal fitur yang akan diperlukan oleh pengguna adalah fitur *chat*, *invoice generator*, *discount voucher*, dan juga *loyalty card*.

4. Sistem Kerja

Gambaran awal dari sistem *commission* ini adalah dengan para desainer atau kreator yang memiliki akses dalam melakukan postingan hasil karya seni dan desain yang dibuatnya. Lalu para calon klien dapat melakukan pencarian dengan beberapa kategori yang disukainya. Setelah menemukan dapat mengirimkan karya yang sesuai dengan preferensinya, calon klien dapat mengirimkan pesan kepada kreator dan mulai melakukan negosiasi harga. Akan ada beberapa perjanjian juga dalam mengerjakan proyek. Setelah semua sudah disepakati, kreator dapat membuat *invoice* dan mulai mengerjakan

proyeknya. Bagian terakhir kreator menyerahkan hasil karyanya kepada kliennya.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan riset dan diskusi yang lebih dalam, penulis dan tim akan merancang sebuah *website* bernama Inkora. Sebuah platform berbasis web yang bermanfaat untuk mendukung desainer dan seniman Indonesia. Platform multi-sided ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan mereka dengan menyederhanakan proses pemesanan karya. Selain itu juga memfasilitasi interaksi antara vendor merchandise, pasar seni, dan klien dalam satu sistem yang terintegrasi. Berikut penjabaran tentang hasil perancangan *website* Inkora yang sudah didiskusikan.

1. Platform

Menurut hasil survey dengan kuesioner, sebanyak 60% lebih setuju platform dibuat dengan *website* pada desktop. *Website* merupakan suatu halaman informasi yang terhubung dengan internet. Dengan *website*, penggunaanya dapat mengaksesnya dengan mudah melalui *device* manapun kapanpun (Azis, 2013). Hal ini juga merupakan referensi dari platform kompetitor yaitu vgen.co.

2. Model Bisnis

Dari segi model bisnis, Inkora menggunakan sistem B2B (business to business), di mana platform ini berperan sebagai penghubung antara pelaku industri kreatif. Sistem B2B merupakan bisnis yang lebih mengandalkan platform digital untuk operasional yang lebih efisien (McKinsey, 2022). Hal ini juga sejalan dengan tujuan dari Inkora untuk mengembangkan dan memajukan industry kreatif di Indonesia.

3. Fitur

Terdapat beberapa fitur didalam Inkora yang dapat membantu pengguna dalam melakukan transaksi dan komisi desain. Fitur yang ditentukan sudah melewati tahap diskusi dan *brainstorming* bersama

dengan mentor dan pembimbing. Terdapat juga beberapa fitur yang menjadi unggulan dalam *website* ini. Berikut merupakan penjabaran dari fitur yang disediakan.

a. Sistem Komisi Karya Seni dan Desain Digital

Inkora memberikan layanan komisi yang dirancang untuk seniman dan desainer dalam membuat karya 2D, 3D, maupun desain grafis. Platform ini menyediakan dua jenis komisi yang dapat dipilih sesuai kebutuhan pengguna, yaitu *regular commission* dan *blind commission*. *Regular commission* dapat menjembatani interaksi langsung antara seniman dengan klien selama proses pengerjaan proyek. Sedangkan *blind commission* memberikan opsi transaksi anonim yang menjaga privasi kedua belah pihak, cocok untuk klien yang mengutamakan kerahasiaan. Pada *blind commission* juga dapat mempercepat dan mempermudah proses pengerjaan proyek, dimana klien tidak bisa meminta desainer untuk melakukan revisi. Pada bagian ini juga, desainer yang dapat mengambil proyek harus mendapatkan verifikasi resmi dari tim Inkora.

b. Produksi dan Distribusi Merchandise

Platform ini tidak hanya fokus pada karya digital, tetapi juga mendukung produksi dan penjualan *merchandise* dalam berbagai model bisnis. Pengguna dapat memilih sistem *pre-order* untuk *merchandise* dengan desain khusus atau memesan dalam jumlah terbatas. Bagi yang menginginkan produk lebih cepat, tersedia opsi *ready stock* dengan berbagai pilihan desain siap kirim. Selain itu, Inkora juga menyediakan layanan *custom merchandise* bagi yang ingin membuat produk dengan desain khusus sesuai permintaan.

c. Partnership dengan Merchandise Vendor

Untuk memastikan kualitas produksi *merchandise*, Inkora bekerjasama dengan berbagai *vendor* terpercaya. *Partnership* ini bertujuan untuk mempermudah seniman yang ingin memproduksi

merchandise tanpa perlu repot memantau hasil produksinya. *Vendor* yang disediakan Inkora telah melewati proses seleksi yang ketat untuk menjamin kualitas bahan dan hasil akhir produk.

d. Showcase Portofolio Digital

Inkora menyediakan fitur portofolio digital yang memberikan kesempatan kreator untuk memamerkan karya terbaik mereka secara profesional. Fitur ini dirancang dengan menarik dan mudah dinavigasi oleh calon klien. Setiap kreator dapat mengatur tampilan portofolio mereka sesuai dengan gaya personal dan jenis karya yang ingin diperlihatkan. Portofolio digital ini juga berfungsi sebagai alat promosi yang efektif untuk menarik klien yang cocok.

e. Discount Voucher & Loyalty Card

Untuk meningkatkan loyalitas pengguna, Inkora memberikan program diskon dan kartu loyalitas yang menguntungkan. *Discount voucher* dapat digunakan dalam berbagai transaksi di platform, mulai dari pembelian karya hingga *merchandise*. Sementara *loyalty card* memberikan keuntungan jangka panjang berupa poin yang bisa ditukar. Program ini dibuat untuk memberikan nilai tambah sekaligus mendorong aktivitas transaksi di platform.

f. Invoice Generator

Inkora juga dilengkapi dengan alat pembuat *invoice* yang praktis dan efisien. Fitur ini membantu kreator dalam membuat faktur profesional dengan waktu yang singkat dan telah disediakan *template* yang mudah diisi. Setiap *invoice* dapat disesuaikan dengan detail proyek dan dilengkapi berbagai metode pembayaran. Dengan fitur ini, proses transaksi menjadi lebih terstruktur, dan membantu baik kreator maupun klien dalam mengelola transaksi bisnis mereka.

4. Visual

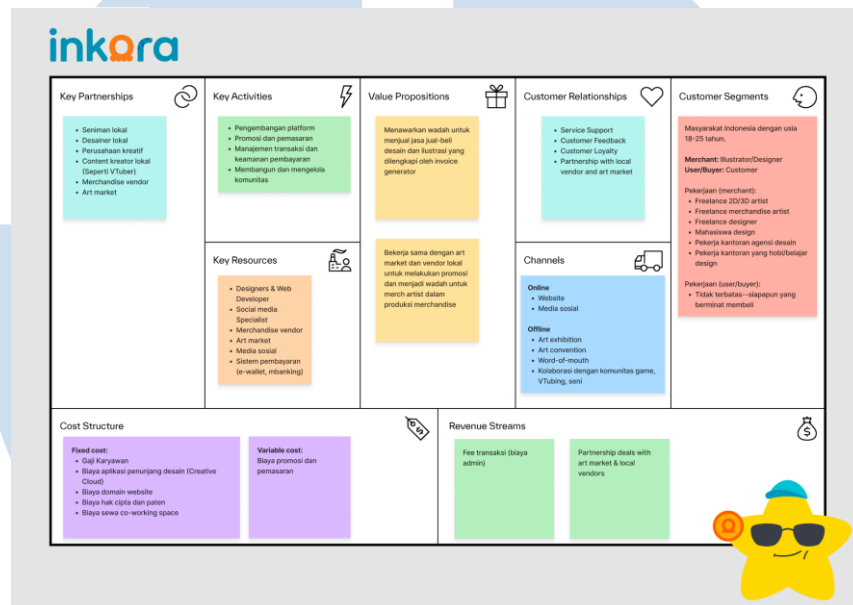
Gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan *website* Inkora ini adalah *flat design*. Menurut *Smashing Magazine* (2019), gaya visual ini dapat mempersimpel desain agar tidak terlalu tampak realistis dan tidak mengganggu tampilan desain lainnya. Gaya visual ini dapat diproses dengan waktu yang lebih singkat dalam *website*. Sehingga pengguna tidak perlu menunggu terlalu lama atau mengalami jaringan yang tersendat. Hal ini dibuktikan oleh data dari WebAIM di tahun 2022. Dari segi UI/UX, *flat design* memiliki kemampuan adaptasi yang lebih mudah dengan *device* yang berbeda. Dengan gaya visual ini, konsistensi desain pada UI juga menjadi lebih terlihat jelas. Banyak platform yang sudah memanfaatkan gaya visual *flat design* sebagai desain utamanya seperti Gojek, Duolingo, dan sebagainya.

2.2 Business Model Canvas

Dalam membangun ide bisnis yang berkelanjutan, pengembangan strategi bisnis yang jelas dan terstruktur menjadi faktor yang krusial untuk mencapai kesuksesan. Salah satu alat perencanaan bisnis yang efektif adalah *Business Model Canvas* (BMC). Dengan BMC, dapat membantu pebisnis dalam merancang, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis secara sistematis. Menurut penelitian Ghezzi & Cavallo (2020), BMC memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan nilai proposisi yang kuat, mengidentifikasi segmen pelanggan, memanfaatkan peluang pasar, serta merencanakan prioritas sumber daya dan strategi monetisasi. BMC tidak hanya untuk perencanaan jangka pendek, tetapi juga membantu dalam menyusun *roadmap* bisnis jangka panjang dengan cara yang lebih terukur.

Di dalam BMC terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan. Aspek tersebut mencakup *value proposition*, *customer segments*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Dengan menggunakan BMC, dapat mengurangi potensi gagalnya

perkembangan ide bisnis. Karena segala resiko dan perencanaan sudah disesuaikan dan tertata dengan baik (Fritscher & Pigneur, 2021). Berikut merupakan penjabaran aspek *Business Model Canvas* dari Inkora.



Gambar 2.1 Gambar *Business Model Canvas*
Inkora (2025)

2.1.1 Customer Segments

Platform ini menargetkan freelance designer berusia 18-25 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, yang ingin mengembangkan bisnis kreatif mereka. Para pengguna membutuhkan bantuan platform dalam menawarkan jasa komisi, menetapkan harga yang sesuai, dan memilih order yang ingin diterima. Selain itu juga produksi merchandise melalui vendor partner yang terpercaya. Pengguna ingin mendapatkan klien lebih mudah dan memiliki sistem komunikasi yang lancar dengan pembeli. Namun selama ini mereka sering kesulitan menjangkau audiens yang tepat, bingung menentukan harga yang kompetitif, dan menghadapi sistem komisi yang belum teratur dan efisien.

2.1.2 Value Propositions

Inkora menyediakan platform khusus yang memudahkan kreator dalam menjual jasa desain dan ilustrasi secara profesional, dilengkapi

dengan fitur *invoice generator* untuk mempermudah proses transaksi. Kami juga menjalin kerjasama dengan berbagai *art market* dan *vendor* lokal terpercaya untuk membantu promosi karya sekaligus memfasilitasi produksi *merchandise* berkualitas. Dengan sistem transaksi yang terintegrasi dengan pembayaran lokal. Kreator bisa lebih fokus mengembangkan karya tanpa khawatir dengan urusan pemasaran dan produksi. Platform ini menjadi solusi lengkap yang menghubungkan para pekerja kreatif dengan pasar yang lebih luas, sekaligus menjamin kualitas dan keamanan setiap transaksi.

2.1.3 Channels

Inkora menggunakan berbagai saluran pemasaran untuk menjangkau target audiensnya. Untuk promosi online, Inkora menggunakan *website* resmi sebagai pusat transaksi utama. Selain itu ada media sosial Instagram sebagai media promosi. Sedangkan strategi offline dilakukan melalui partisipasi dalam pameran seni (*art exhibition*) dan konvensi kreatif (*art convention*) untuk bertemu langsung dengan calon pengguna. Platform juga memanfaatkan marketing dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) dan menjalin kolaborasi strategis dengan berbagai komunitas seperti *gaming*, *VTubing*, dan seni untuk memperluas jaringan dan meningkatkan *brand awareness*.

2.1.4 Customers Relationships

Inkora membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pihak melalui berbagai fitur dan layanan yang disediakan. Inkora menawarkan promo menarik berupa discount voucher dan loyalty card, sekaligus memfasilitasi *partnership* dengan *merchandise vendor* dan *art market* lokal untuk mendukung bisnis mereka, dibantu juga oleh layanan *customer service* yang responsif dan sistem *feedback*. Bagi buyer (pembeli), Inkora menyediakan berbagai promo dan kesempatan memberikan masukan untuk meningkatkan pengalaman berbelanja. Selain itu, platform juga memfasilitasi interaksi antar pengguna melalui fitur komunitas dan sistem

transaksi yang aman, menciptakan ekosistem yang saling mendukung antara kreator dan pecinta seni.

2.1.5 Revenue Streams

Penghasilan yang akan didapat Inkora berasal dari banyaknya transaksi dan jumlah transaksi yang dilakukan oleh para kreator dan kliennya. Dimana setiap transaksi akan dipotong 5% sebagai biaya admin. Angka ini berasal dari hasil survey yang dilakukan, dengan hasil sebanyak 60% responden memilih potongan harga yang wajar. Selain itu ada pemasukan dengan kerjasama atau *partnership* dengan *art market*. Kerjasama yang dilakukan berbentuk seperti kontrak dan perjanjian yang telah disepakati.

2.1.6 Key Resource

Dalam membangun bisnis diperlukan adanya sumber daya untuk perancangannya. Inkora membutuhkan sumber tenaga kerja yang bekerja di bidang website developer, desainer UI/UX, graphic designer, dan juga social media specialist. Selain itu, perlu adanya sumber daya finansial pada sistem pembayaran (e-wallet & mbanking), partnership merchandise vendor & art market, media sosial.

2.1.7 Key Activities

Aktivitas utama Inkora dalam mengembangkan ide bisnis adalah pengembangan platform agar dapat digunakan dan mempermudah pengguna. Selain itu perlu adanya promosi market agar dapat lebih diperhatikan calon pengguna. Setelah sudah memiliki pengguna, Inkora perlu memastikan transaksi tersampaikan dengan tepat dan aman. Membangun dan mengelola komunitas juga penting untuk keberlangsungan bisnis Inkora. Sehingga dapat menjaga komunikasi dengan para pengguna dari forum komunitas.

2.1.8 Key Partners

Inkora juga membutuhkan adanya bantuan dari pihak eksternal untuk mendukung keberhasilan ide bisnis. Dalam berjalannya bisnis, memerlukan adanya seniman dan desainer lokal sebagai kreator pengguna website Inkora. Selain itu perusahaan industri kreatif, dimana mereka membutuhkan desain untuk keperluan perusahaan. Vtuber yang bekerja di industri animasi, merchandise vendor, dan juga art market.

2.1.9 Cost Structure

Dalam berjalannya bisnis, diperlukan adanya biaya untuk mengoperasikan website. Harga yang dibutuhkan ini dibagi menjadi 2 jenis yaitu harga tetap dan juga harga variabel. Dimulai dengan harga tetap yang merupakan gaji pekerja dan juga aplikasi penunjang desain seperti Creative Cloud. Untuk memulai berjalannya website juga memerlukan penyewaan domain, pembuatan website dan juga menetapkan hak cipta (HKI). Untuk berkumpulnya pembuat website juga perlu adanya co-working space. Harga variabel terdapat pada biaya promosi dan juga pemasaran iklan Inkora.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Inkora merupakan platform kreatif yang didirikan pada tahun 2025 di Tangerang Selatan oleh 4 mahasiswa yang berjurusan desain komunikasi visual. Inkora berfokus pada perkembangan industri kreatif di Indonesia. Nama Inkora terinspirasi dari penggabungan kata “Ink” yang berarti tinta yang identik dengan desainer dan seniman, dan juga “koral” yang memiliki estetika dan keindahan yang beragam sesuai dengan karya seni dan desain. Sehingga Inkora memiliki makna dimana para kreator dan juga kliennya bertemu di dalam sebuah platform yang bertemakan lautan. Visi Inkora adalah menjadi platform yang memberdayakan seniman dan klien melalui ekosistem ekonomi kreatif yang adil, transparan, dan inovatif. Misi utamanya adalah menciptakan lingkungan digital yang aman dan terpercaya bagi seniman dan klien untuk terhubung, berkolaborasi, dan berkembang bersama.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan Inkora (2025)

Logo Inkora menggabungkan elemen kreativitas dengan bentuk yang fleksibel. Huruf "O" berbentuk gurita merepresentasikan Cemong yang merupakan maskot Inkora. Dengan lengan-lengannya yang fleksibel menunjukkan luasnya dunia seni dan desain. Huruf "R" dengan tentakelnya menghubungkan konsep tinta (ink) dengan dunia seni, dan juga memberikan nilai kreativitas. Palet warna biru yang digunakan menciptakan nuansa lautan yang segar, mencerminkan semangat inovasi dan kebebasan. Desain ini menyampaikan visi Inkora sebagai wadah yang menghubungkan komunitas kreatif dengan modern tetapi tetap santai dan fleksibel.

2.4 Struktur Perusahaan



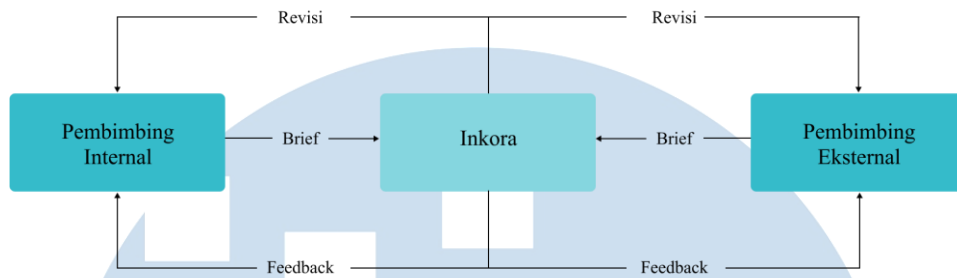
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Inkora Inkora (2025)

1. Marco Antolyn, CEO : Bertugas sebagai penentu hasil diskusi dan menyepakati hasil *brainstorming*. Bertanggung jawab dalam mengatasi permasalahan dan mengatur berjalannya diskusi. Selain itu juga bertanggung jawab dalam berkomunikasi langsung dengan mentor dan pembimbing. Dalam mendesain Inkora, *jobdesk* yang didapat adalah sebagai 3D *designer* dan juga *UX Writing*.

2. Jade Charlotte, COO : Bertugas untuk memantau dan menentukan perkembangan bisnis Inkora. Berperan dalam membangun desain *prototype* agar dapat digunakan dengan baik.
3. Joanna Liono, CPO : Bertugas untuk memperhatikan dan memantau kualitas yang konsisten agar bisnis tetap berjalan. Selain itu juga berperan dalam mendesain UI yang dibutuhkan dalam menjalankan *website*.
4. Jesselyn Natania, CMO : Bertugas dalam mempromosikan Inkora dan melakukan perencanaan dalam menyebarkan tentang Inkora ke banyak orang. Selain itu, berperan juga dalam mendesain media-media promosi yang akan digunakan dalam media sosial.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pelaksanaan program MBKM Kewirausahaan ini dapat berhasil karena peran dari banyak pihak yang membimbing dan menjadi mentor. Dalam proses pengembangan ide bisnis Inkora, tim bekerja sama secara berkala dengan dua pembimbing. Yaitu pembimbing internal Skystar venture dan juga pembimbing eksternal, selain itu juga ada dosen pembimbing laporan MBKM. Pembimbing eksternal memberikan materi bimbingan khusus tentang perancangan model bisnis, dilengkapi dengan berbagai materi pendukung yang cocok dengan bisnis Inkora. Sementara itu, dosen pembimbing dan mentor internal lebih berfokus pada bimbingan teknis penyusunan laporan akademik yang sesuai standar. Tim Inkora kemudian menjalankan program sesuai panduan yang diberikan. Melalui sesi bimbingan rutin, tim mendapatkan berbagai masukan dan evaluasi baik untuk model bisnis maupun laporan akademik. *Feedback* yang diterima dibahas kembali secara mendalam oleh seluruh anggota tim untuk melakukan perbaikan. Proses iteratif ini memungkinkan tim melakukan revisi dan penyempurnaan berkelanjutan terhadap seluruh aspek bisnis dan laporan, sehingga menghasilkan karya yang komprehensif dan siap diimplementasikan.



Gambar 2.4 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan Inkora (2025)

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Sebelum menjalankan ide bisnis Inkora. Membutuhkan adanya analisis mendalam untuk memprediksi kelayakan usaha. Dengan itu, dapat terlihat apakah bisnis dapat memberikan keuntungan dan tidak akan mengalami kerugian. *Break Even Point* (BEP) merupakan analisis yang menghitung keseimbangan antara pendapatan dan biaya dalam periode tertentu (Rusdiana, 2014). Dalam perencanaan bisnis, BEP berfungsi untuk memperkirakan biaya produksi dan operasional sambil mempertahankan kualitas produk, serta menentukan harga jual yang sesuai dengan target keuntungan perusahaan (Anggi, 2023). Analisis ini melibatkan perhitungan dua komponen biaya utama yaitu biaya tetap (fixed costs) yang bersifat konstan tanpa dipengaruhi volume produksi, dan biaya variabel (variable costs) yang berfluktuasi sesuai tingkat output produksi (Faaizah, 2023). Pemahaman terhadap pengeluaran biaya tetap dan variabel dalam perhitungan BEP memungkinkan pelaku usaha membuat proyeksi finansial yang realistis untuk keberlanjutan bisnis.

Tabel 2.6 BEP

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
Pendapatan komisi		Rp1.025.000,00	2400	20%
Pendapatan Advertisement	Paket A	Rp20.000,00	480	-
	Paket B	Rp50.000,00	336	-
	Paket C	Rp70.000,00	144	-
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

Transaksi Komisi		Note: Diperkirakan transaksi tertinggi Rp2.000.000 dengan transaksi terendah Rp50.000. Sehingga rata-rata transaksinya Rp1.025.000 dan diambil 20% sebagai pemasukan Inkora, sebesar Rp205.000. Diperkirakan juga ada 2400 transaksi yang terjadi dalam 1 tahun
Rata" per transaksi	Rp1.025.000,00	
Admin Fee/tahun	Rp205.000,00	
Jumlah transaksi / tahun	2400	
Total Penghasilan transaksi	Rp492.000.000,00	
Pendapatan Advertisement		
Tipe Advertisement	Target (per minggu)	Target (per tahun)
Paket A	10	480
Paket B	7	336
Paket C	3	144
Total target transaksi	20	960

Inkora (2025)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh biaya tetap sebesar Rp 271.577.277 dan biaya variabel per transaksi sebesar Rp 200. Pemasukan Inkora sebesar Rp205.000 dari hasil transaksi rata-rata pengguna sebesar Rp1.025.000. Berdasarkan data tersebut, penulis melakukan perhitungan Break Even Point (BEP) penjualan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{1. BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap (Fixed Costs)}}{(\text{Harga Jual Per Transaksi} - \text{Biaya Variabel Per Transaksi})} \\
 &= \frac{271.577.277}{(243.000 - 200)} \\
 &= 1.118,5 \text{ Unit}
 \end{aligned}$$

$$\text{2. BEP Rupiah} = \text{Harga Jual} \times \text{BEP Unit}$$

$$= 243.000 \times 1.118,5$$

$$= \text{Rp } 271.577.277$$

Kesimpulannya, Inkora akan mencapai kembali modal yang dikeluarkan pada transaksi ke 1.119. Dengan target terdapat 2400 transaksi yang terjadi dalam satu tahun. Pemasukan ini belum termasuk beberapa perjanjian *partnership* yang akan diadakan Inkora.

