

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Sebagai dasar dari pengembangan ide bisnis, penulis memilih industri teknologi yang berfokus pada platform *digital* untuk transaksi seni dan desain (*e-commerce*). Pemilihan *e-commerce* yang terintegrasi dengan teknologi ini didasarkan pada kemampuannya dalam memperluas cakupan pasar sekaligus mempercepat dan menyederhanakan proses transaksi (Ardhana et al., 2024). Hal ini sejalan dengan visi dan tujuan yang ingin dicapai oleh penulis serta tim, yakni untuk membantu seniman dan desainer lokal menjangkau klien, mengelola proses transaksi menjadi lebih mudah dan efisien, sehingga dapat meningkatkan penghasilan mereka.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Melalui proses terkait alternatif ide dan konsep, penulis berdiskusi dengan kelompok dan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti lingkup bisnis, layanan, dan sistem kerja. Beberapa pertimbangan yang dibahas pada tahap ini adalah sebagai berikut.

1. Sistem Kerja

Gambaran awal sistem kerja platform adalah sebagai wadah untuk transaksi komisi antara desainer/seniman dengan klien. Namun pada tahap ini, penulis dan tim masih mempertimbangkan target yang akan dijadikan fokus utama layanan yang ditawarkan pada platform: desainer/seniman atau klien.

2. Layanan

Platform ini dirancang untuk mempermudah transaksi jual beli komisi seni dan desain, sehingga kreator dapat lebih mudah menawarkan jasa mereka kepada klien. Layanan yang dipertimbangkan mencakup berbagai kategori produk komisi,

seperti ilustrasi 2D, 3D, aset untuk *streaming*, desain grafis, dan *merchandise*. Selain itu, platform ini juga mempertimbangkan layanan tambahan lainnya, seperti layanan percetakan *merchandise* melalui vendor mitra serta registrasi *art market* lokal.

3. Platform Bisnis

Platform bisnis yang dipilih oleh penulis dan tim adalah *website*. Namun dalam tahap ini, penulis masih mempertimbangkan apakah perancangan *website* akan berfokus pada versi *desktop*, yang memungkinkan tampilan visual dan informasi lebih jelas serta detail, atau versi *mobile*, yang lebih fleksibel dan mudah diakses oleh pengguna.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melalui proses riset dan diskusi yang mendalam, penulis dan tim bersepakat untuk mengembangkan Inkora, sebuah platform digital berbasis *website* yang membantu seniman dan desainer Indonesia meningkatkan penghasilan dengan mempermudah proses komisi, interaksi antar vendor *merchandise*, *art market*, dan klien. Uraian konsep bisnis Inkora yang telah difinalisasi adalah sebagai berikut.

1. Lingkup Bisnis

Untuk menentukan lingkup bisnis, penulis dan tim melakukan analisa mendalam dengan mempertimbangkan kebutuhan pasar, potensi perkembangan industri kreatif, serta keterbatasan platform yang saat ini tersedia. Berdasarkan hasil analisa tersebut, disepakati bahwa Indonesia akan menjadi target utama bisnis secara geografis.

2. Sistem Kerja

Platform ini menerapkan sistem *multi-sided platform* di mana sistem ini memfasilitasi interaksi antar seniman/desainer dan klien dalam satu ekosistem digital. Setelah berdiskusi dengan kelompok, diputuskan bahwa fokus utama dari layanan yang akan ditawarkan platform adalah terhadap *merchant* (seniman/desainer).

3. Layanan

Layanan yang telah disepakati untuk ditawarkan dalam Inkora adalah komisi (ilustrasi 2D, 3D, desain grafis, dan *merchandise*), *portfolio showcase*, sistem pembayaran terintegrasi, serta opsi percetakan melalui vendor *merchandise* bagi kreator yang ingin menjual produk fisik. Sementara itu, layanan komisi aset kebutuhan *streaming* dan registrasi *art market* lokal tidak jadi diambil karena minimnya permintaan serta sudah tersedia platform khusus yang memfasilitasi registrasi *art market*, sehingga dianggap kurang diperlukan.

4. Fitur

Setelah proses diskusi, penulis dan tim menetapkan fitur-fitur utama Inkora berdasarkan kebutuhan pengguna target. Fitur tersebut mencakup sistem komisi untuk ilustrasi 2D, 3D, dan desain grafis, dengan opsi *regular* dan *blind commission*. Inkora juga menyediakan layanan produksi dan penjualan *merchandise* (*pre-order*, *custom*, dan *ready-stock*) serta bermitra dengan vendor percetakan *merchandise*. Selain itu, tersedia juga fitur *portfolio showcase*, *voucher* diskon dan *loyalty card*, *invoice generator*, serta *direct message* untuk komunikasi. Inkora juga menghadirkan fitur komunitas sebagai wadah bagi pengguna untuk berinteraksi dan berkolaborasi.

5. Platform Bisnis

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, sebagian besar responden (62.9%) mengaku lebih nyaman menggunakan *website* versi *desktop* dibandingkan versi *mobile*. Oleh karena itu, penulis dan tim menetapkan *website* versi *desktop* sebagai platform utama bisnis.

6. Visual

Untuk menyesuaikan target market Inkora, konsep visual yang digunakan merupakan ilustrasi dengan gaya *flat design*. Ilustrasi ini

dirancang dengan kesan *playful* dan ekspresif untuk menciptakan nuansa yang lebih akrab bagi pengguna.

7. Model Bisnis

Bisnis Inkora mengadopsi model B2C (*Business-to-Customer*), dengan seniman berperan sebagai ‘bisnis’, sementara pembeli sebagai konsumen. Sumber pendapatan utama bisnis berasal dari biaya layanan, kemitraan, dan promosi di platform.

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah alat yang digunakan untuk merancang dan mengeksplorasi ide dari bisnis (Siregar et al., 2020). Osterwalder dan Pigneur (2017) memperkenalkan pendekatan *nine building blocks*, yang menyederhanakan proses perencanaan dan pengembangan bisnis bagi para pelaku usaha.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas* Inkora

Penjelasan mengenai *nine building blocks* berdasarkan *Business Model Canvas* yang telah dibuat adalah sebagai berikut.

1. Customer Segments

Inkora menargetkan seluruh masyarakat Indonesia dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Pengguna primer ditargetkan

pada rentang usia 18-25 tahun dan termasuk dalam kategori SES A. Target pengguna merupakan individu yang bekerja di bidang seni atau desain, seperti *freelance 2D/3D artist*, *merchandise artist*, desainer, pekerja agensi desain, dan mahasiswa seni/desain. Selain dari aspek pekerjaan, Inkora juga menargetkan individu yang memiliki minat dan hobi dalam menciptakan karya seni atau desain.

Sementara itu, pengguna sekunder ditargetkan pada rentang usia 18-30 tahun dan termasuk dalam kategori SES B-A. Tidak ada batasan jenis pekerjaan bagi target pengguna. Target cukup memiliki ketertarikan dalam membeli karya seni atau desain, baik untuk kebutuhan proyek pekerjaan maupun kepentingan pribadi.

2. *Value Propositions*

Inkora menyediakan berbagai layanan dan fitur untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi pengguna, seperti *artwork price recommendation*, yakni merekomendasikan harga yang sesuai dengan harga pasar penjualan karya berdasarkan hasil riset tim Inkora. Selain itu, terdapat juga *Local Vendor Matchmaking*. Layanan ini memungkinkan *merchandise artist* untuk bekerja sama dengan vendor *merchandise* lokal yang telah diverifikasi oleh tim Inkora untuk memproduksi *merchandise* dengan lebih mudah dan aman.

Lebih lanjut, Inkora juga menghadirkan layanan *Pre-Order Gateway*, yang mempermudah klien dalam memesan *merchandise pre-order*, baik untuk *art market* maupun *pre-order* reguler. Selain memberikan kemudahan bagi klien, layanan ini juga membantu seniman dan desainer dalam menjangkau lebih banyak klien, khususnya yang akan hadir pada *art market* tertentu.

3. *Channels*

Inkora memanfaatkan media *online* sebagai platform dan sarana pemasaran. *Website* digunakan sebagai platform, sementara pemasaran secara digital akan berfokus pada Instagram. Di sisi lain,

strategi pemasaran media *offline* akan diterapkan pada *art exhibition* dan *convention*, menggunakan media seperti X banner, *flyer*, *billboard*, dan lainnya. Selain itu, Inkora juga dapat berkembang melalui *word-of-mouth* antar pengguna serta kolaborasi dengan komunitas *game*, *VTubing*, seni, dan sejenisnya.

4. Customer Relationships

Inkora menjaga hubungan dengan pengguna lewat sejumlah layanan pada platform, diantaranya *service support* yang siap membantu apabila pengguna mengalami kendala, serta *customer feedback* agar Inkora dapat terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, Inkora juga memberikan keuntungan *customer loyalty* pada pengguna setia, yakni *voucher* diskon dan *loyalty card*. Lebih lanjut, Inkora juga menjalin kerja sama dengan beberapa vendor lokal yang telah diverifikasi, sehingga proses produksi menjadi lebih praktis dan aman bagi para *merchandise artist*.

5. Revenue Streams

Sumber pendapatan Inkora berasal dari biaya admin yang dikenakan biaya sebesar 20% per transaksi komisi (10% kepada kreator, 10% kepada klien), serta kemitraan dengan vendor lokal yang juga dikenakan biaya sebesar 5% per transaksi. Selain itu, Inkora juga menawarkan iklan berbayar di *website* bagi seniman dan desainer yang ingin mempromosikan layanan komisinya dengan rentang harga mulai dari Rp20.000,00 hingga Rp70.000,00.

6. Key Resources

Sumber daya utama Inkora terdiri dari desainer UI/UX, *website developer* (*front-end* dan *back-end*), *graphic designer*, dan *social media specialist* yang berperan dalam pengembangan dan operasional dari platform. Selain itu, terdapat juga *co-working space* sebagai tempat untuk melakukan *meeting* bersama tim Inkora lainnya.

7. *Key Activites*

Aktivitas bisnis dari Inkora mencakup terus mengembangkan platform untuk memastikan kenyamanan pengalaman pengguna berdasarkan *customer feedback*, serta aktivitas promosi dan pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, aktivitas lainnya meliputi pemantauan atas manajemen transaksi dan keamanan pembayaran, membangun serta mengelola komunitas, dan melakukan verifikasi kredibilitas *partner*, baik itu *merchandise vendor* maupun *content creator* yang mempromosikan Inkora. Hal-hal ini dilakukan agar bisnis tetap aman dan terpercaya oleh para pengguna.

8. *Key Partners*

Inkora akan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, yakni seniman dan desainer lokal, perusahaan kreatif, serta *content creator* seperti *VTuber* untuk kebutuhan promosi. Selain itu, Inkora juga bekerja sama dengan *vendor* lokal untuk membantu produksi *merchandise*, *art market* sebagai wadah promosi, serta menyediakan layanan *e-wallet* dan bank lokal sebagai pilihan transaksi yang aman dan efisien.

9. *Cost Structure*

Struktur dari biaya Inkora terbagi menjadi dua, yakni biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap mencakup gaji karyawan, biaya domain *website*, hak cipta dan merek, biaya langganan aplikasi untuk kebutuhan desain seperti Adobe Creative Cloud, biaya promosi serta pemasaran, dan biaya sewa *co-working space* untuk kebutuhan operasional/*meeting* tim. Sementara itu, biaya variabel mencakup biaya transaksi BCA sebesar Rp200,00 per transaksi pengguna.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Inkora merupakan sebuah platform *e-commerce* komisi berbasis *website* yang didirikan pada tahun 2025. Nama Inkora berasal dari gabungan kata *Ink* (tinta)

dan *Koral* (terumbu karang), melambangkan keberagaman dan ekosistem laut yang saling mendukung—seperti terumbu karang yang menjadi rumah bagi berbagai kehidupan hewan laut. Melalui konsep ini, Inkora hadir sebagai sebuah ekosistem kreatif yang menghubungkan kreator dan klien, dan memungkinkan mereka untuk berkreasi, tumbuh, serta berkembang bersama.

Inkora lahir dari empat mahasiswa yang mengikuti program MBKM Kewirausahaan Universitas Multimedia Nusantara (*Ideation Program*) pada tahun 2025. Berawal dari pengalaman pribadi tim serta hasil riset pasar, ditemukan berbagai tantangan yang dihadapi seniman dan desainer di Indonesia, seperti kesulitan menjangkau klien, memasarkan karya karena algoritma bias, serta kurangnya sistem komisi yang transparan dan adil. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Inkora diciptakan untuk menjadi wadah yang menghubungkan seniman/desainer dan klien dalam satu ekosistem; platform. Seiring perkembangannya, Inkora akan memperluas kategori komisi serta menjalin lebih banyak kemitraan dengan vendor lokal untuk menyediakan opsi tempat produksi *merchandise* yang lebih beragam bagi para seniman dan desainer.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kreatif, Inkora berfokus pada layanan komisi ilustrasi 2D, 3D, desain grafis, serta produksi dan penjualan *merchandise*. Platform ini tidak hanya menyediakan sistem komisi, namun juga mendukung kreator dalam mempromosikan dan memasarkan karya mereka, sehingga dapat menjangkau lebih banyak klien. Selain itu, Inkora bekerja sama dengan vendor lokal untuk mempermudah kreator memproduksi *merchandise*. Lebih lanjut, Inkora juga menghadirkan komunitas kreatif sebagai ruang bagi para seniman, desainer, dan klien untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan berteman.

Penjabaran dari visi dan misi Inkora adalah sebagai berikut.

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.

The logo for Inkora features the word "inkora" in a lowercase, rounded font. The letters "i", "n", "k", and "a" are blue, while the "o" is orange and shaped like a cartoon octopus. The "r" is blue and has a small tentacle-like detail at its base. The logo is set against a light blue circular background with a faint grid pattern.

Gambar 2.2 Logo Inkora

Logo Inkora mencerminkan identitasnya sebagai platform yang ramah bagi para kreator. Huruf “o” yang berbentuk seperti gurita melambangkan Cemong—maskot Inkora yang lucu, cerdas, dan kreatif—merepresentasikan fleksibilitas seorang seniman/desainer. Sementara itu, huruf “r” dengan bentuk tentakel di dalamnya memperkuat hubungan seni dengan tinta (*ink*) serta gurita. Lebih lanjut, palet warna biru yang digunakan pada logo menciptakan nuansa laut; akuatik yang segar dan dinamis, menunjukkan kebebasan berekspresi; berkarya bagi para pengguna Inkora.



Gambar 2.3 Maskot Inkora (Cemong)

2.4 Struktur Perusahaan

Tim Inkora terdiri dari empat anggota yang menangani urusan bisnis sekaligus desain. Perincian jobdesk yang dikerjakan oleh masing-masing anggota adalah sebagai berikut.



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Inkora

1. **Marco Antolyn, CEO:** Marco bertanggung jawab dalam mengidentifikasi serta menyelesaikan permasalahan bisnis, menetapkan visi dan misi, memastikan seluruh departemen berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan/bisnis, serta mengembangkan strategi yang inovatif untuk pertumbuhan bisnis.
2. **Jade Charlotte, COO:** Jade bertanggung jawab dalam mengelola operasional sehari-hari, memastikan kelancaran aktivitas internal bisnis, dan mengoordinasikan setiap divisi agar operasional bisnis tetap berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
3. **Joanna Liono, CPO:** Joanna bertanggung jawab dalam pengembangan produk dengan memastikan kualitas, konsistensi desain, serta pengalaman pengguna agar tetap memenuhi kebutuhan pasar dan memiliki daya saing tinggi.
4. **Jesselyn Natania, CMO:** Jesselyn bertanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* bisnis dan menarik target market, seperti pengelolaan media sosial, promosi iklan, dll.

Selain itu, aspek visual Inkora juga turut dikembangkan oleh keempat anggota yang sama. Pembagian jobdesk dalam pengembangan visual untuk *website* Inkora adalah sebagai berikut.

1. Marco Antolyn

- a) *3D Designer*: Mendesain maskot Inkora dalam bentuk 3D beserta aset 3D lainnya untuk kebutuhan promosi.

- b) *Animator*: Membuat animasi 3D untuk kebutuhan konten promosi dan pemasaran.
- c) *UX Writer*: Merancang *UX writing* untuk *website* dan *caption* media sosial.

2. Jade Charlotte

- a) *UX Designer*: Membuat *information architecture* (IA), *flowchart*, *user journey* dari *website*. Juga, bertanggung jawab atas pengujian *website* terhadap pengguna.
- b) *Interaction Designer*: Membuat *low-fidelity wireframes* (layout dasar) dan *prototype* interaktif untuk *website*.
- c) *Design System Designer*: Menyusun *layout* dari *design system website*.

3. Joanna Liono

- a) *UI Designer*: Mendesain antarmuka *website*, termasuk warna, tipografi, dan elemen visual seperti ikon dan tombol.
- b) *Illustrator (Mascot)*: Membuat ilustrasi maskot dan *mascot guidelines* untuk identitas visual Inkora.
- c) *Illustrator (Environmental Asset)*: Membuat aset lingkungan untuk tampilan antarmuka *website*.

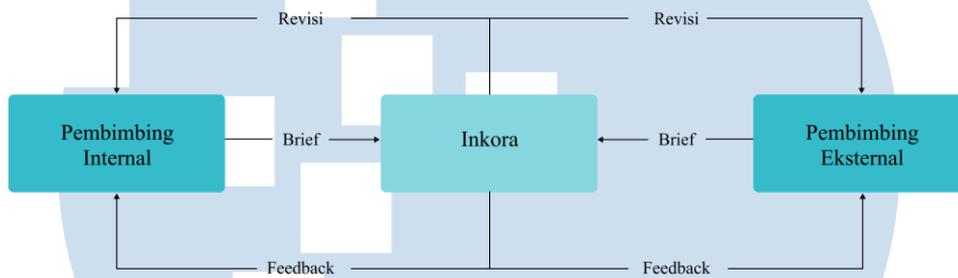
4. Jesselyn Natania

- a) *Brand Designer*: Mengembangkan identitas visual Inkora, seperti logo, palet warna, tipografi, dan supergrafis.
- b) *Digital Marketing Designer*: Merencanakan dan mendesain konten promosi untuk media digital (media sosial).
- c) *Offline Marketing Designer*: Merencanakan dan mendesain konten promosi Inkora untuk media *offline* (cetak).

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Dalam menjalankan program MBKM Kewirausahaan ini, penulis dan tim bekerja sama dengan dua pihak, yaitu dosen pembimbing internal dari Program Studi Desain Komunikasi Visual dan dosen pembimbing eksternal dari Skystar Ventures. Dosen pembimbing internal memberikan arahan dalam penyusunan

laporan, sementara dosen pembimbing eksternal membimbing dalam perancangan bisnis. Setelah mengikuti *brief*/arahan yang diberikan, penulis dan tim melakukan konsultasi untuk mendapatkan *feedback*/saran. Berikutnya, anggota tim Inkora berdiskusi bersama-sama dan melakukan revisi berdasarkan *feedback*/saran serta pertimbangan yang telah diperoleh dari kedua pihak.



Gambar 2.5 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Penulis dan tim menganalisa kelayakan usaha menggunakan teknik perhitungan *Break Event Point*. *Break Even Point* (BEP) merupakan titik di mana pendapatan usaha mencapai jumlah yang sama dengan modal yang telah dikeluarkan, sehingga tidak terjadi keuntungan maupun kerugian. BEP ini menjadi indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan dari sebuah bisnis (Azis, 2020). Untuk mendapatkan nilai dari BEP, penulis dan tim menghitung harga pokok produksi bisnis, yang mencakup biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*).

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	480	-	Rp9.600.000,00
	Paket B	336	-	Rp16.800.000,00
	Paket C	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 2.6 Tabel Harga Pokok Produksi Inkora

Berdasarkan tabel tersebut, maka didapatkan biaya tetap senilai Rp271.577.277,00 dan biaya variabel senilai Rp480.000,00 dengan estimasi total transaksi sebanyak 2400. Sementara itu, total pemasukan melalui biaya *admin* komisi (20%) dan *website advertisement* (Inklan) senilai Rp528.480.000,00 dengan estimasi biaya *admin* komisi yang diperoleh per tahunnya adalah Rp492.000.000,00 dan estimasi target transaksi Inklan per tahunnya adalah Rp36.480.000,00.

Melalui data tersebut, selanjutnya penulis dan tim dapat menghitung nilai dari BEP (*Break Event Point*) penjualan produk. Berikut merupakan rumus beserta perhitungan yang dilakukan.

1. BEP Unit

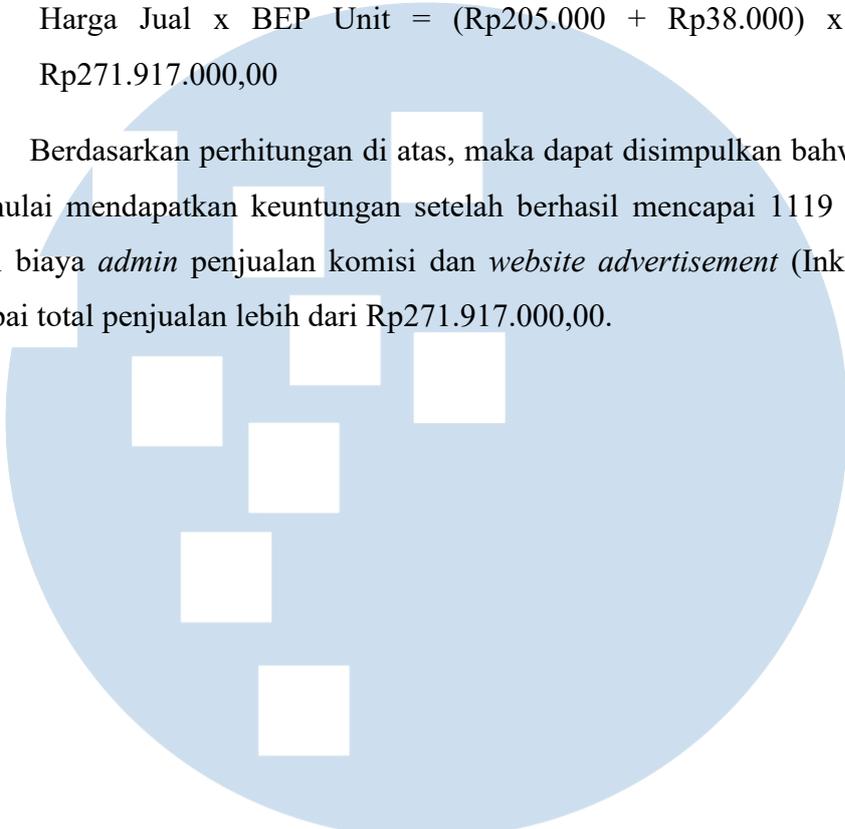
$$\frac{\text{Biaya tetap}}{(\text{harga jual} - \text{biaya variabel per transaksi})} = \frac{\text{Rp271.577.277}}{(\text{Rp205.000} + \text{Rp38.000} - \text{Rp200})}$$

$$= 1.118,52 \approx 1119 \text{ unit}$$

2. BEP Rupiah

$$\text{Harga Jual} \times \text{BEP Unit} = (\text{Rp}205.000 + \text{Rp}38.000) \times 1119 = \text{Rp}271.917.000,00$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Inkora akan mulai mendapatkan keuntungan setelah berhasil mencapai 1119 transaksi, melalui biaya *admin* penjualan komisi dan *website advertisement* (Inklan), atau mencapai total penjualan lebih dari Rp271.917.000,00.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized globe with several white squares of varying sizes arranged in a grid-like pattern over it.

UMMN

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