

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Untuk melakukan validasi ide bisnis, penulis dan tim menyusun alur pengembangan ide bisnis dan finalisasi ide bisnis. Berikut adalah penjabaran lebih lanjut untuk setiap tahapan:

2.1.1 Alur Pengembangan Ide Bisnis

Sebagai landasan dalam mengembangkan ide bisnis, penulis dan tim Inkora memilih industri kreatif yang berfokus pada pengembangan platform digital berbasis *website* sebagai e-commerce jual-beli desain. Menurut Kemenparekraf (2020), desain komunikasi visual dan desain produk merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif dengan pertumbuhan pesat, di mana pada 2017, subsektor ini mencatat pertumbuhan sebesar 4,38%, melebihi rata-rata ekonomi kreatif. Selain itu, *e-commerce* menjadi bagian dari *online marketing* yang memanfaatkan internet, seperti situs web dan media sosial, untuk promosi, pemasaran, dan transaksi digital (Melina & Sudrartono, 2023), sehingga memudahkan proses jual beli tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga menjadi pilihan utama bagi tim Inkora. Keputusan ini juga didasari oleh motivasi untuk membantu meningkatkan pemasukan seniman lokal, karena sebagai desainer penulis memahami tantangan yang dihadapi dalam mencari klien dan mempromosikan jasa secara efektif.

Dari hasil diskusi untuk ide dan konsep kasar dalam pembentukan media, tim Inkora mempertimbangkan berbagai aspek seperti lingkup bisnis, layanan yang ditawarkan, platform, dan sistem kerja. Berikut adalah rincian penjelasan dari diskusi yang telah dilakukan:

1. Platform dan Model Bisnis

Inkora akan dikembangkan sebagai platform berbasis *website* desktop karena hasil kuesioner menunjukkan bahwa

mayoritas pengguna lebih nyaman mengakses layanan melalui desktop dibandingkan handphone. Penggunaan *website* desktop memberikan pengalaman yang lebih optimal, terutama dalam hal navigasi, pengelolaan transaksi, dan tampilan portofolio artist yang lebih luas. Dari segi model bisnis, Inkora mengadopsi sistem B2B (business-to-business), di mana platform ini berperan sebagai penghubung antara pelaku industri kreatif, seperti artist, desainer, dan vendor merchandise, dengan klien yang membutuhkan jasa mereka.

2. Layanan

Layanan utama yang dimiliki adalah transaksi jual-beli komisi seni dengan sistem yang aman dan mudah digunakan. Selain itu, *website* juga akan menyediakan fitur *vendor matchmaking*, sehingga freelancer yang ingin memproduksi *merchandise* dapat bekerja sama dengan penyedia jasa produksi *merchandise* secara lebih mudah. Inkora juga akan menjalin *partnership* dengan berbagai *art market* untuk membuka peluang bagi seniman untuk memperluas jangkauan pemasaran dan penjualan mereka.

3. Sistem Kerja

Inkora dirancang sebagai platform *multi-sided*, dimana terdapat dua pihak utama yang berinteraksi yakni seniman sebagai merchant dan klien sebagai buyer. Seniman dapat menawarkan jasa ilustrasi dan desain serta penjualan merchandise, sedangkan klien dapat mencari dan memesan layanan sesuai dengan kebutuhan mereka.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Minat Masyarakat Indonesia pada Art Market
Sumber: (ice-indonesia.com, 2023)

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan riset dan *brainstorming* bersama tim, penulis merancang Inkora sebagai platform e-commerce berbasis *website* desktop yang membantu meningkatkan pemasukan seniman Indonesia sekaligus menghubungkan seniman, vendor merchandise, art market, dan klien dalam satu ekosistem untuk transaksi jual-beli. Inkora dapat memudahkan pengguna untuk menemukan kolaborator atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, berbagai fitur pendukung turut disediakan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam mencari, berinteraksi, dan bertransaksi secara lebih efisien. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai perancangan platform Inkora yang telah disusun:

1. Lingkup Bisnis

Setelah melakukan berbagai pertimbangan untuk cakupan bisnis, tim memutuskan untuk berfokus pada pasar Indonesia dengan tujuan membangun ekosistem industri kreatif yang lebih inklusif dan mendukung seluruh seniman lokal. Dengan cakupan nasional, platform ini dirancang dapat diakses oleh freelancer dan klien dari berbagai daerah, tidak terbatas pada kota-kota besar saja. Melalui *website*, bisnis dapat menjangkau pengguna di seluruh Indonesia secara lebih luas tanpa hambatan geografis.

2. Fitur

Fitur yang akan diimplementasikan pada *website* Inkora yakni sistem komisi untuk 2D, 3D, dan desain grafis, dengan dua metode yaitu komisi seni regular dan *blind commission*. Selain itu, Inkora juga mendukung produksi dan penjualan merchandise melalui sistem pre-order, custom, dan ready stock, serta bekerja sama dengan vendor merchandise untuk membantu *merchandise artist* dalam produksi. Untuk meningkatkan eksposur para *artist* lokal, tersedia pula fitur portofolio showcase yang memungkinkan artist menampilkan karya mereka. Inkora juga memberikan benefit tambahan bagi pengguna, seperti discount voucher dan loyalty card, serta kemudahan dalam transaksi melalui fitur invoice generator, sehingga seluruh proses berjalan lebih efisien dan profesional.

3. Visual

Visual perancangan *website* Inkora mengadopsi gaya *flat design* dengan nuansa laut untuk mencerminkan brand selayaknya ekosistem bagi *artist* lokal dan klien, sama seperti ekosistem yang beragam dan dinamis di laut. Palet warna utamanya didominasi oleh biru, dengan aksen hijau, putih, dan oranye yang memiliki saturasi tinggi untuk memperkuat kesan *fun dan playful* sesuai dengan *tone of voice* Inkora. Selain itu, elemen desain seperti ilustrasi dan UI dibuat dengan bentuk membulat (*rounded*) untuk menciptakan tampilan yang berkesan *friendly* untuk pengguna.

2.2 Business Model Canvas

Berikut adalah Business Model Canvas yang telah dirancang untuk bisnis

Inkora:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.2 Business Model Canvas

1. Customer Segments

Inkora menargetkan dua segmen berdasarkan peran mereka. Segmen primer berperan menjadi *merchant* dan terdiri dari masyarakat Indonesia berusia 18-25 tahun dengan latar belakang SES B, termasuk freelance 2D/3D artist, merchandise artist, desainer, mahasiswa desain, serta pekerja kantoran di agensi desain atau yang memiliki ketertarikan dalam bidang ini. Sementara itu, segmen sekunder berperan sebagai *buyer* dan mencakup masyarakat Indonesia berusia 18-30 tahun dari SES B-A yang membeli karya seni atau desain untuk hobi maupun proyek pribadi.

2. Value Propositions

Platform Inkora dilengkapi dengan invoice generator untuk memastikan transaksi jual-beli komisi seni lebih mudah terutama bagi *artist* pemula. Tak hanya itu saja, Inkora memiliki sistem *vendor matchmaking*, dimana hal ini memungkinkan *merchandise artist* untuk dengan vendor lokal yang terpercaya untuk memproduksi merchandise tanpa kesulitan mencari mitra. Untuk mendukung penjualan, Inkora juga menyediakan *pre-order gateway* untuk *merchandise artist*, dimana customer yang membeli merchandise mereka dapat melakukan pemesanan secara sistematis dan terstruktur, baik untuk art market maupun pre-order reguler.

3. Channels

Inkora akan menggunakan berbagai saluran untuk menjangkau audiens, baik secara *online* maupun *offline*. Melalui saluran *online*, Inkora hadir melalui *website* resmi dan media sosial, sehingga memungkinkan audiens untuk mengeksplorasi dan mendapatkan informasi terkini. Sedangkan, melalui saluran *offline*, Inkora akan aktif berpartisipasi dalam pameran dan konvensi seni serta berkolaborasi dengan komunitas game, Vtubing, dan seni sekaligus memanfaatkan kekuatan word-of-mouth untuk membangun komunitas yang kuat.

4. Customer Relationships

Untuk membangun hubungan dengan pengguna, Inkora akan berfokus pada beberapa aspek. Pertama, *customer feedback*, dimana Inkora akan mendengar saran dan kritik pengguna untuk meningkatkan layanan dan memastikan pengalaman yang lebih baik. Selanjutnya, *customer loyalty* yang akan terus dijaga melalui konten apresiasi dan kemudahan transaksi. Selain itu, Inkora menjalin kemitraan dengan vendor merchandise lokal untuk memperluas layanan dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

5. Revenue Streams

Pendapatan utama Inkora didapatkan melalui fee transaksi atau biaya admin sebesar 5% yang dikenakan pada setiap transaksi yang diproses melalui platform Inkora. Lalu, Inkora juga akan mendapatkan penghasilan dari kontrak kerja dengan mitra seperti *vendor merchandise* dan *art market*. Kemudian, Inkora memonetisasi platform *website* dengan menyewakan ruang iklan kepada brand yang ingin menjangkau komunitas kreatif untuk kebutuhan promosi mereka.

6. Key Resources

Tenaga kerja Inkora meliputi desainer dan *web developer* yang memastikan tampilan dan fungsionalitas platform tetap optimal, serta *social media specialist* yang mengelola engagement media sosial. Selain itu, Inkora juga bekerja sama dengan *graphic designer* untuk menciptakan konten promosi di media sosial, dan *co-working space* sebagai fasilitas kerja yang mendukung operasional tim.

7. *Key Activities*

Dalam operasionalnya, Inkora akan selalu mengembangkan platform untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal dan melakukan promosi dan pemasaran untuk menjaga *social presence* serta meningkatkan jangkauan audiens. Inkora juga akan aktif dalam membangun dan mengelola komunitas untuk memperkuat keterlibatan dan koneksi antar pengguna. Di sisi lain, dalam hal keuangan, Inkora akan terus memantau keamanan transaksi dan pembayaran untuk menjaga privasi pengguna.

8. *Key Partners*

Key partners Inkora mencakup seniman dan desainer lokal sebagai penyedia jasa komisi, perusahaan kreatif, seperti studio game dan agensi desain untuk kolaborasi, serta konten kreator lokal seperti VTuber. Selain itu, tentunya ada *vendor merchandise* yang mendukung produksi karya seni dalam bentuk fisik. Kemudian, *art market* menjadi saluran distribusi tambahan yang mempermudah *artist* lokal untuk meningkatkan pemasukan. Ditambah dengan brand e-wallet dan bank lokal yang berperan dalam memfasilitasi transaksi yang aman bagi seluruh pengguna platform.

9. *Cost Structure*

Struktur biaya Inkora terdiri dari *fixed cost* dan *variable cost*. *Fixed cost* mencakup gaji karyawan, biaya langganan aplikasi penunjang desain seperti Adobe Creative Cloud, biaya server dan domain *website*, serta biaya hak cipta dan hak merek untuk melindungi identitas bisnis. Selain itu, biaya sewa co-working space juga termasuk dalam pengeluaran tetap guna mendukung operasional tim. Sementara itu, *variable cost* mencakup biaya transaksi BCA yang dapat bervariasi tergantung pada jumlah transaksi yang terjadi di Inkora.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Inkora merupakan perusahaan *multi-sided* yang didirikan pada tahun 2025 dengan fokus pada bidang kreatif di Indonesia. Tujuan Inkora adalah Perusahaan Inkora lahir dari proyek kewirausahaan empat mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) melalui program MBKM Cluster Kewirausahaan

yang diadakan kampus. Nama "Inkora" berasal dari gabungan kata Ink (tinta) dan Koral (terumbu karang), melambangkan kreativitas yang beragam dan saling terhubung seperti ekosistem laut.

Berikut adalah penjabaran lebih rinci mengenai visi dan misi perusahaan Inkora:

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 2.3 Logo Inkora

Logo utama Inkora merupakan *combination logo* yang menggabungkan teks dan elemen visual untuk mencerminkan identitas brand. Huruf "O" didesain menyerupai gurita, melambangkan Cemong, maskot dari Inkora yang cerdas dan kreatif serta merepresentasikan fleksibilitas seorang seniman. Sementara itu, huruf "R" memiliki bentuk tentakel yang memperkuat keterkaitan antara seni, tinta (ink), dan gurita sebagai simbol kreativitas. Penggunaan dominan warna biru digunakan untuk menciptakan tampilan yang segar dan dinamis, sehingga memberikan kesan aquatik yang khas bagi pengguna. Selain itu, tipe typeface yang digunakan merupakan sans serif dengan bentuk rounded, sehingga meningkatkan kesan *friendly* dan *playful*, selaras dengan tone of voice yang dimiliki Inkora.

2.4 Struktur Perusahaan

Dalam operasionalnya, terdapat empat anggota tim Inkora yang memiliki tanggung jawab atas berbagai aspek bisnis dan desain. Berikut adalah pembagian tugas utama yang dikerjakan oleh masing-masing anggota:

- 1. Marco Antolyn, CEO:** Marco memiliki tanggung jawab dalam menetapkan visi dan misi perusahaan, menyelesaikan berbagai tantangan bisnis, serta mengembangkan strategi bisnis dan inovasi produk.
- 2. Jade Charlotte, COO:** Jade bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran operasional dan mengatur alur kerja *website*.
- 3. Joanna Liono, CPO:** Joanna mempunyai tanggung jawab untuk memastikan hasil kualitas desain *website* serta optimalisasi pengalaman pengguna.
- 4. Jesselyn Natania, CMO:** Jesselyn bertanggung jawab untuk merancang strategi promosi dan pemasaran, serta mengelola kehadiran perusahaan di media sosial.



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Inkora

Dalam perancangan desain dan branding perusahaan, empat anggota tim Inkora memiliki tugas yang berbeda-beda pula. Berikut adalah pembagian tugas yang dikerjakan oleh masing-masing anggota:

- 1. Marco Antolyn:**
 - a. 3D Mascot Designer:** Membuat 3D model dan rigging dari maskot Inkora.

- b. UX Writer: Merancang rangkaian kata untuk kebutuhan *website* dan media promosi Inkora.

2. Jade Charlotte:

- a. UX Designer: Merancang interaktivitas *website* Inkora.

3. Joanna Liono:

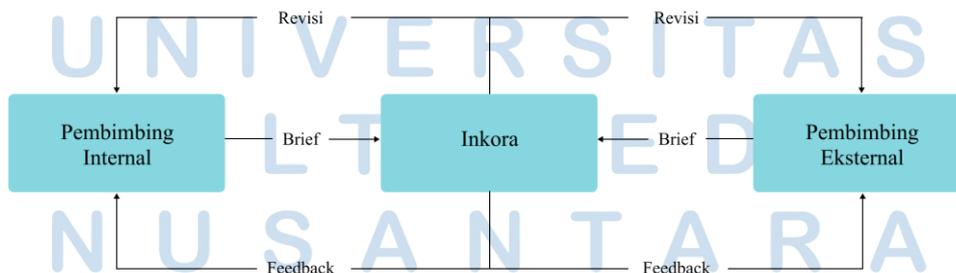
- a. UI Designer: Merancang tampilan *website* Inkora.
- b. 2D Mascot Designer: Merancang desain karakter maskot Inkora serta membuat Brand Mascot Guideline.

4. Jesselyn Natania:

- a. Graphic Designer: Merancang logo dan supergrafis, membuat Brand Visual Identity Guideline, serta membuat media promosi dan pemasaran Inkora.
- b. Social Media Manager: Merancang profil media sosial Inkora dan mengunggah konten promosi Inkora.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Dalam pelaksanaan program MBKM Cluster Kewirausahaan, tim Inkora berkolaborasi dengan dua pihak, yakni dosen pembimbing internal dari Program Studi Desain Komunikasi Visual serta dosen pembimbing eksternal dari Skystar Ventures. Pembimbing internal berperan dalam memberikan panduan dan bimbingan terkait penyusunan laporan MBKM, sementara pembimbing eksternal berfokus pada pengembangan rancangan konsep bisnis. Setelah diberikan briefing dari kedua pihak, tim Inkora melakukan konsultasi dan mendapatkan berbagai masukan. Kemudian, tim berdiskusi dan melakukan revisi berdasarkan saran serta kritik yang diterima.



Gambar 2.5 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Untuk menilai kelayakan bisnis dalam jangka panjang, penulis melakukan perhitungan *Break Even Point* (BEP), yaitu titik di mana pendapatan dan biaya seimbang tanpa menghasilkan keuntungan atau kerugian. Analisis BEP sangat penting untuk memahami bagaimana biaya tetap dan variabel memengaruhi laba serta menentukan jumlah penjualan minimum yang harus dicapai agar bisnis mulai menghasilkan keuntungan (Diana, 2021).

Dalam perhitungan BEP, terdapat dua jenis biaya yang menjadi krusial, yakni biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah pengeluaran yang terjadi secara periodik dengan jumlah yang konstan, tidak terpengaruh oleh volume usaha atau aktivitas bisnis dalam suatu periode (Assegaf, 2019). Sementara itu, biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang berubah secara proporsional sesuai dengan tingkat aktivitas bisnis (Winarko & Astuti, 2018).

Gambar 2.6 Tabel Harga Pokok Produksi dan Penjualan

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	Rp36.480.000,00
	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		

Dari perhitungan tabel *break even point* (BEP) diatas, maka Inkora memiliki total biaya tetap sebesar Rp271.577.227,00 dan biaya variabel sebesar 480.000, serta total pemasukan sebesar Rp528.480.000,00. Maka, penulis menghitung BEP penjualan produk sebagai berikut:

$$\begin{aligned} 1. \text{ BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap (Fixed Costs)}}{(\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel Per Transaksi})} \\ &= \frac{271.577.227}{(205.000+38.000-200)} = \frac{271.577.227}{242.800} \\ &= 1.118,52 \text{ unit} \approx 1.119 \text{ unit} \\ 2. \text{ BEP Rupiah} &= \text{Harga Jual} \times \text{BEP Unit (per tahun)} \\ &= 242.800 \times 1.119 \\ &= \text{Rp}271.577.227,00 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa bisnis Inkora akan mulai mendapatkan keuntungan setelah mencapai total pendapatan di atas Rp271.577.227,00 atau setara dengan 1.119 unit transaksi dari penggunaan layanan pada *website* Inkora.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA