

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Validasi ide bisnis merupakan proses dimana produk dipastikan agar dapat menarik para pembeli untuk membeli produk yang dijual (Amal, 2023). Setelah berdiskusi dengan anggota kelompok Cosmosize, maka dirancang juga ide bisnis Cosmosize. Berikut merupakan validasi ide bisnis Cosmosize.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Penulis serta anggota kelompok Cosmosize melihat adanya peluang bisnis di bidang industry kreatif khususnya pada custom merchandising. Berdasarkan data yang dikumpulkan serta observasi dari penulis melewati sumber seperti berita, didapatkan bahwa konvensi seni di Indonesia diminati oleh masyarakat Indonesia. Beberapa konvensi di Indonesia meliputi Comifuro, Kira kira Art market, AFA ID, SEMASA, dan masih banyak lagi. Berdasarkan analisa dari berbagai sumber, terdapat dengan total pengunjung mencapai 200.000 pengunjung dengan lebih dari 1.500 kreator yang terdapat pada pasar seni tabel 2.1 (TFR News, 2024; W, 2024; Comic Frontier, n.d.; Semasa Di, 2024; Anime Festival Asia, n.d.; JKTGO, 2024; Artket, 2024; The Brickhall, 2024; Chibicon ID, 2025; Chibicon Catalogue, 2024; Indonesia Anime Con, 2025)

Cosmosize melakukan analisa terhadap jumlah kreator dan pengunjung yang terdapat pada beberapa pasar seni Indonesia. Analisa tersebut didapatkan dari beberapa sumber seperti pada website official, sampai kepada berita mengenai pasar seni tersebut. Pada *Chibicon* 2024, diketahui bahwa terdapat dengan total 132 kreator dengan lebih dari 14.000 pengunjung per harinya. Pada *Kirakira Art Market* 2024, diketahui terdapat 110 kreator dengan kisaran 3.500 pengunjung per harinya. Pada *Comifuro* 2024, diketahui yang mengikuti event terdapat 2.200 kreator dengan 40.000

pengunjung per harinya. Pada *AFA ID 24*, diketahui terdapat 150 kreator yang mengikuti dengan jumlah pengunjung 50.000 per harinya. Pada *SEMASA 2024*, diketahui terdapat 200 kreator yang mengikuti *event* dengan jumlah pengunjung kisaran 140.000 orang per harinya.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan oleh Cosmosize, diketahui bahwa Sebagian besar responden yang memiliki pengalaman dalam menjual *merchandise* pernah menjual *keychain*, *pin*, akrilik *standee*, serta *sticker*. Hal ini membuktikan bahwa *merchandise* dalam kategori tersebut sangat diminati oleh pembeli sehingga para artis lebih memilih untuk membuat *merchandise* tersebut. Tetapi, pada kuesioner serta wawancara yang dilakukan Cosmosize juga dibuktikan bahwa para artis kesulitan untuk membuat *merchandise* karena membutuhkan waktu yang lama serta sulit untuk mencari *mock up template* yang berada di *online*.

Cosmosize mengambil referensi dari salah satu *vendor merchandise* internasional yaitu *Wooacry* dimana *website* tersebut memiliki fitur *mock-up merchandise* yang dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna. Cosmosize akan merancang sebuah *website mock up merchandise* yang memiliki fitur seperti pada contoh *Wooacry* yang menargetkan kepada artis di Indonesia. Selain kepada fitur *mock up merchandise* yang mudah, Cosmosize juga akan memiliki fitur kustomisasi latar *merchandise* dengan *template* yang disediakan oleh Cosmosize, serta pengunduhan file tersebut yang disertakan dengan deskripsi detail produksi seperti ukuran, ketebalan, laminasi, *bleed*, *cut line*, *hole position*, dan lain-lainnya pada *file merchandise* agar dapat membantu para artis dalam mengkomunikasikan pembuatan *merchandise* kepada vendor mereka.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Cosmosize adalah sebuah platform berupa *website* pembuatan *mock up khusus merchandise*. Platform tersebut ditentukan karena berdasarkan dari riset yang Cosmosize lakukan (kuesioner dan wawancara), didapatkan bahwa terdapat banyak responden yang memiliki kesulitan dalam pembuatan *mock up merchandise*. Selain itu, pasar dalam bidang pembuatan

merchandise pun memiliki peluang yang tinggi karena diketahui berdasarkan observasi dan sumber berita terdapat banyak yang memiliki minat untuk mengikuti ataupun menjual *merchandise* sendiri sehingga mereka membutuhkan sebuah platform *mock up merchandise*.

Cosmosize dirancang dengan tujuan untuk mempermudah para *creator* muda dalam pembuatan *mock up merchandise*. Platform Cosmosize juga akan memiliki fitur yang dapat membantu para pengguna dalam proses berkomunikasi kepada vendor mengenai *detail-detail* perancangan *merchandise*. Cosmosize dibuat dalam bentuk sebuah platform *website* karena *website* diketahui dapat mempermudah aksesibilitas, kompatibel dengan berbagai perangkat, serta dapat diakses dimana saja (PT. MFS, 2021). Fitur-fitur dasar Cosmosize yang pertama adalah *mock up space*, dimana terdapat 3 fitur yaitu fitur *template*, *detail mock up*, serta *photostudio mode*. Berikut merupakan deskripsi untuk fitur-fitur tersebut:

1. *Templates*

Fitur ini merupakan fitur utama dari Cosmosize serta merupakan tujuan utama pengguna untuk menggunakan Cosmosize. Fitur ini adalah fitur dimana pengguna dapat memilih *template mock up* sesuai dengan *merchandise* yang ingin dirancang oleh pengguna. *Mock up merchandise* ini menyangkut *keychain*, *totebag*, *landyard*, dan *stickers*.

2. *Get Details*

Memberikan detail *mock up* terperinci untuk para *mock up* yang dirancang oleh pengguna di Cosmosize. Fitur ini berguna terutama dalam komunikasi dengan vendor. Detail *mock up* tersebut menyangkut pemberian detail untuk *bleed*, *cut line*, ukuran, ketebalan, dan lain-lainnya.

3. *Photostudio Mode*

Fitur ini dirancang agar para pengguna Cosmosize dapat melihat hasil *mock up merchandise* pada *environment* tertentu.

Melalui Photostudio Mode, pengguna pada menggunakan *template background* yang disediakan pada Cosmosize, menggunakan berbagai macam *filter*, dan berbagai *angle* Cahaya. Tentunya hasil dari pengeditan di *photostudio mode* dapat di unduh oleh pengguna.

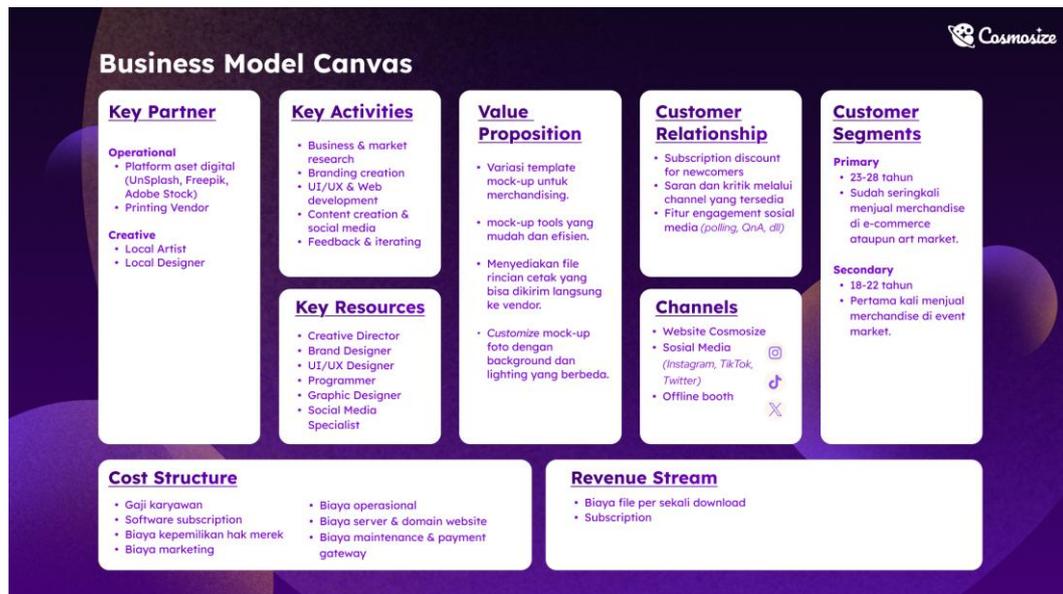
4. *Vendor Recommendation*

Fitur ini merupakan fitur Cosmosize dimana pengguna dapat menemukan berbagai rekomendasi vendor *merchandising* untuk dilakukan percetakan *merchandise*. Dengan fitur ini, pengguna dapat secara langsung memesan kustom merchandise mereka. Pembayaran melalui fitur ini bervariasi sesuai dengan vendor yang mereka pilihkan. Setelah pengguna melakukan pemesanan, maka Cosmosize akan secara langsung memproses pesanan dan mengkontak vendor.

Fitur dasar kedua Cosmosize adalah *Community*. Fitur ini berguna untuk berkoneksi dengan pengguna Cosmosize lainnya dalam berdiskusi mengenai *mock up* ataupun mengenai *merchandising*. Dalam fitur *Community*, juga terdapat *forum* yang berguna untuk mempromosikan hasil *mock up merchandise* pengguna sehingga jika *merchandise* tersebut akan dijual sebagai fisik, maka pengguna dapat menaikkan *awareness* produk melalui Cosmosize.

2.2 **Business Model Canvas**

Business Model Canvas adalah suatu kerangka kerja yang menjelaskan mengenai cara suatu bisnis dapat merancang, menganalisis, dan mengembangkan bisnis mereka (Osterwalder & Pigneur, 2010, hlm. 14). *Business Model Canvas* terdiri dari 9 aspek yaitu BMC atau Business Model Canvas akan menjadi acuan atau pijakan penulis bersama dengan anggotanya dalam merealisasikan ide bisnis final/terpilih. BMC wajib diasistensikan secara berkala kepada dosen pembimbing eksternal dan internal.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas* Cosmosize

Key partner Cosmosize terdiri dari dua yaitu *key partner operational* dan *key partner kreatif*. *Key partner operational* Cosmosize adalah *platform* asset digital berupa UnSplash, Freepik, dan Adobe Stock. *Key partner kreatif* Cosmosize adalah *artist, designer* yang terdapat di Indonesia serta *printing vendor* yang akan bekerja sama dengan Cosmosize untuk kebutuhan *printing merchandise*. *Key partner kreatif* tersebut secara tidak langsung merupakan pengguna dari Cosmosize.

Key activities yang dilakukan oleh Cosmosize digunakan untuk keberlangsungan dan memaksimalkan kinerja dari Cosmosize. Riset market serta bisnis diantaranya analisa target pengguna Cosmosize, analisa kompetitor, dan lain-lainnya. Yang kedua adalah perancangan *branding* dari Cosmosize yang berguna untuk perancangan identitas Cosmosize sebagai suatu bisnis *mock up merchandise*. Yang ketiga adalah *UI/UX* dan *web development* yaitu perancangan *website* Cosmosize. Yang keempat adalah *content creation* dan manajemen sosial media Cosmosize yang digunakan untuk kebutuhan promosi. Yang kelima adalah menerima *feedback* dari pengguna dan dari *feedback* tersebut dilakukan pengulangan proses yang sudah dilakukan agar dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal.

Key resources pada bisnis Cosmosize terdiri dari enam okupasi. Yang pertama adalah *creative director* dimana akan memimpin segala hal yang berkaitan dengan visual Cosmosize. Yang kedua adalah *UI/UX designer* yang memiliki tujuan untuk desain segala hal yang berkaitan dengan *website* Cosmosize. Yang ketiga adalah *programmer* yaitu yang bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan *programming* pada *website* Cosmosize. Yang keempat adalah *graphic designer* yaitu yang merancang segala hal berkaitan visual. Yang terakhir adalah *social media specialist* yaitu yang bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan sosial media Cosmosize.

Terdapat tiga *value proposition* yang ditawarkan oleh Cosmosize. Yang pertama adalah variasi *mock up template* khusus untuk *merchandising*. Variasi *template* tersebut berupa *keychain, lanyard, sticker, pin, dan standee*. Yang kedua merupakan *mock up tools* pada *website* Cosmosize yang mudah dan efisien untuk digunakan. Yang ketiga adalah menyediakan file rincian dari *mock up merchandise* yang sudah dibuat agar *file* dapat langsung dikirimkan ke *vendor*. Yang keempat adalah fitur dimana *background mock up* dapat di-*customize* dengan *template background* yang disediakan dan *lighting* yang berbeda.

Meningkatkan *customer relationship* dengan pengguna Cosmosize merupakan hal yang penting sehingga Cosmosize melakukan beberapa hal untuk menjaga relasi Cosmosize dengan penggunanya. Yang pertama adalah pemberian *subscription discount* bagi pengguna yang baru. Yang kedua adalah penerimaan saran dan kritik melalui *channels* Cosmosize. Yang ketiga adalah memberikan fitur *engagement* pada sosial media berupa *polling, QnA, dan lain-lainnya*. Untuk meningkatkan *customer relationship*, dibutuhkan *channels*. *Channels* Cosmosize berupa *website* Cosmosize, media sosial yaitu *Tiktok, Instagram, dan Twitter/X*, serta *offline booth* Cosmosize.

Untuk mengetahui target utama Cosmosize, dilakukan analisa yaitu berupa *customer segments*. Cosmosize menargetkan target pengguna utama yaitu berusia 23 sampai 28 tahun serta sudah memiliki pengalaman dalam penjualan *merchandise* melalui *e-commerce* ataupun *art market*. Target kedua Cosmosize adalah berusia

18 sampai 22 tahun yang baru pertama kalinya menjual *merchandise* mereka di *art market*.

Cost structure dalam pengembangan bisnis Cosmosize dibagi menjadi beberapa bagian yaitu pemberian gaji untuk karyawan, *software subscription*, biaya kepemilikan hak merek, biaya untuk kebutuhan promosi, biaya operasional, biaya *server* dan domain *website*, dan biaya *maintenance website* serta *payment gateway* untuk kebutuhan pembayaran yang dilakukan di dalam *website*. Maka dari itu, dibutuhkannya *revenue streams* untuk dapat menghasilkan pendapatan Cosmosize. *Revenue streams* yang digunakan Cosmosize adalah memberikan biaya untuk per sekali download *mock up* yang sudah dirancang, serta biaya untuk melakukan *subscription* selama satu bulan atau satu tahun.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Cosmosize adalah yang didirikan oleh 3 mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara prodi Desain Komunikasi Visual yang berfokus di bidang kreatif. Bisnis kreatif yang didirikan pada 3 Februari 2024 ini ada karena fenomena dimana pasar dalam bidang custom merchandising semakin berkembang di Indonesia. Dari hasil riset yang dilakukan oleh penulis serta kelompok anggota Cosmosize, kami mendapatkan bahwa terdapat banyak kreator *merchandise* yang sulit untuk menemukan serta membuat *mock-up* yang sesuai dengan keinginan mereka. Dari permasalahan tersebut, maka Cosmosize menghadirkan sebuah solusi dalam bentuk sebuah *platform website* yang dapat membantu kreator dalam proses pembuatan *mock-up merchandise*.

2.3.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi perusahaan ini merupakan fondasi yang penting dalam suatu bisnis. Visi merupakan suatu kondisi jangka panjang yang diinginkan oleh bisnis, sedangkan misi adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan agar dapat mencapai visi (CNN Indonesia, 2024). Agar dapat merealisasikan tujuan Cosmosize, maka dibuatlah visi dan misi perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi *platform* yang dapat memberikan solusi inovatif untuk dapat mendukung kreativitas serta mewujudkan ide kreator-kreator dengan mudah dan efisien.

2. Misi

- a. Menyediakan template mock-up yang dapat di customize sesuai keinginan pengguna.
- b. Menyediakan platform yang dapat meringankan beban pekerja kreatif dengan suatu platform yang efisien, fleksibel, dan mudah untuk digunakan.
- c. Menyediakan teknologi mock-up yang dapat mendukung eksplorasi pengguna.
- d. Menyediakan platform yang *user-friendly* agar *platform* dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna.
- e. Selalu menghadirkan fitur dan inovasi untuk memberikan pengalaman pengguna yang baik.

2.3.2 Logo Perusahaan

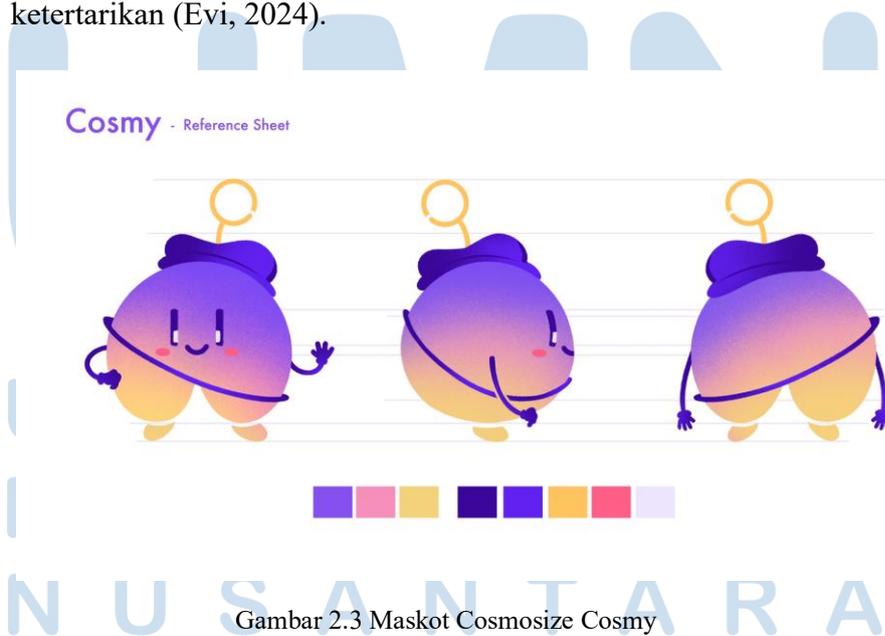
Logo Cosmosize memiliki elemen berupa *logotype* dan logogram. Kedua elemen tersebut mendukung visi dan misi Cosmosize yaitu membuat platform yang dapat membantu para artist Indonesia untuk pembuatan *mock up merchandise*. Logogram Cosmosize memiliki beberapa arti yang dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 2.2 Logo Cosmosize

Logogram Cosmosize menggunakan bentuk utama berupa lingkaran dengan bintang 4 sudut serta tiga lingkaran di dalam bentuk utama bagian atas dengan ukuran besar hingga kecil. Keseluruhan bentuk utama tersebut berupa bentuk “C” yaitu Cosmosize serta palet warna yang merepresentasikan target utama Cosmosize yaitu para ilustrator dan desainer. Bintang dengan 4 sudut pada logogram mengartikan kompas dimana dapat mengarahkan orang-orang kepada suatu tujuan tertentu (Ocean, 2023). Maka dari itu, Cosmosize dapat membantu para kreator dalam proses desain. Pada logogram, terdapat cincin yang melingkar di sekitar bentuk utama, lingkaran tersebut merupakan simbolisasi alam semesta dimana kreator dalam mengekspresikan kreativitas mereka tanpa batas.

Warna yang dipakai logogram Cosmosize yaitu warna ungu dan kuning bergradasi. Ungu sendiri memiliki arti fantasi, masa depan, serta kreativitas, sedangkan kuning memiliki arti semangat dorongan menghasilkan ide baru, dan orisinalitas (Cerrato, 2012). Kedua warna tersebut berarti bahwa Cosmosize mendukung kreativitas serta ide orisinal para kreator. Gradasi yang dipakai Cosmosize adalah tipe gradasi *linear* dimana gradasi tersebut mencerminkan keunikan dan meningkatkan ketertarikan (Evi, 2024).

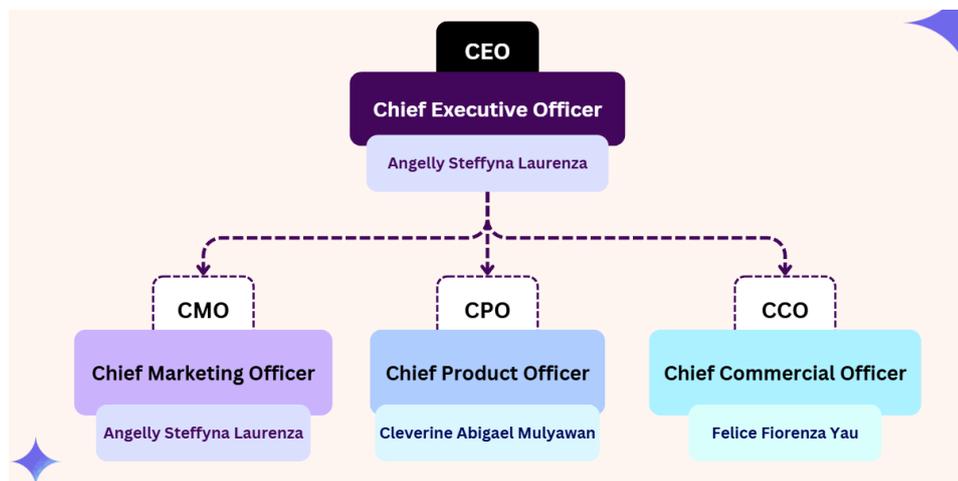


Gambar 2.3 Maskot Cosmosize Cosmy

Cosmosize juga memiliki maskot yang digunakan sebagai aset visual dalam *platform* maupun untuk promosi identitas Cosmosize. Maskot Cosmosize memiliki nama Cosmy, yaitu merupakan singkatan dari Cosmosize. Cosmy menggunakan komposisi warna yang sama dengan logo Cosmosize yaitu warna ungu dan kuning. Cosmy juga memiliki topi baret yang terletak di atas kanan kepala Cosmy. Pada bagian atas topi Cosmy terdapat lingkaran kuning yang merepresentasikan keychain yaitu salah satu *mock up merchandise* yang tersedia di *platform* Cosmosize.

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan berperan sebagai dasar pembuatan alur pekerjaan menjadi lebih efisien dan efektif. Struktur perusahaan tersebut memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda sesuai dengan pekerjaan masing-masing anggota, sehingga relasi tersebut menunjukkan hubungan antar satu dengan yang lain (Hakim et al., 2022). Maka dari itu, Cosmosize membutuhkan sebuah struktur perusahaan yang dapat memberikan informasi mengenai pembagian peran masing-masing anggota. Berikut merupakan struktur perusahaan Cosmosize:



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Cosmosize

Cosmosize terdiri dari 3 anggota dengan peran serta tanggung jawab yang berbeda-beda. Sebagai peran yang berbeda juga akan menghasilkan desain Solusi yang berbeda-beda. Berikut merupakan peran setiap anggota Cosmosize:

Angelly Steffyna Laurenza, berada pada posisi *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Marketing Officer* (CMO), memiliki tanggung jawab untuk mengambil segala keputusan pelaksanaan bisnis dan menangani segala keperluan operasional bisnis. Sebagai CEO, Angelly juga berperan dalam menentukan visi, misi, dan tujuan perusahaan yang akan menjadi fondasi berjalannya Cosmosize. Dalam kinerja per anggota, CEO akan memantau anggota dan mengarahkan anggota dalam perkembangan strategi perusahaan.

Cleverine Abigael Mulyawan, berada pada posisi *Chief Product Officer* (CPO), memiliki peran sebagai anggota yang bertanggung jawab terhadap perkembangan *website* Cosmosize. Peran CPO dalam perkembangan *website* mencakup perancangan *road map platform* serta merancang segala kebutuhan UI/UX dalam platform. Dalam perancangan UI/UX, CPO akan memastikan *website* konsisten dengan citra perusahaan, serta merancang pengembangan kebaruan dalam *website* Cosmosize.

Felice Fiorenza Yau, berada pada posisi *Chief Commercial Officer* (CCO), memiliki peran dalam segala perancangan promosi Cosmosize. Peran CCO adalah untuk menganalisa dan menentukan strategi pemasaran Cosmosize, menganalisa tren pasar serta peluang usaha. Selain kepada analisa, CCO juga berperan dan perancangan segala konten pemasaran seperti dalam visual pemasaran.

Tugas masing-masing anggota juga dibagi dalam berbagai peran dalam pembuatan konten visual Cosmosize. Angelly Steffyna Laurenza berperan sebagai pembuatan *brand identity* Cosmosize yaitu pembuatan logo, *GSM/Design System*, serta *template mock-up* untuk keperluan *website* Cosmosize. Cleverine Abigael Mulyawan berperan dalam pembuatan *user flow* dan *customer journey map*, elemen antarmuka *website* Cosmosize seperti *icon*, serta desain *wireframe*, *high fidelity*, dan *prototype website* Cosmosize. Felice Fiorenza Yau berperan dalam pembuatan *timeline* konten pemasaran, konten visual dan *copywriting* pemasaran, serta konten promosi *platform* dan kolaborasi.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Perancangan bisnis dirancang sesuai dengan briefing serta pemberian masukan dari *advisor* dan *supervisor*. *Advisor* berperan dalam mengawasi segala kebutuhan laporan anggota Cosmosize serta memberikan *feedback* akan perbaikan dari laporan. *Advisor* juga berperan dalam menyampaikan brief MBKM pada awal pertemuan MBKM kewirausahaan agar para anggota dapat mengetahui hal-hal yang akan dilakukan dan teknis pengerjaan laporan MBKM. Komunikasi mengenai jadwal bimbingan bersama dengan *advisor* dilakukan pada *grup* yang berada di LINE.

Supervisor berperan dalam mengawasi dan memberikan *feedback* terkait segala kegiatan bisnis. Proses komunikasi mengenai jadwal bimbingan dengan *supervisor* adalah melalui *private chat* pada WhatsApp. *Supervisor* juga memberikan informasi terkait bimbingan dengan *dedicated mentor* yang akan membantu dalam pengembangan bisnis Cosmosize.

Setelah bimbingan dengan *advisor* maupun dengan *supervisor*, kelompok Cosmosize akan berdiskusi kembali mengenai *feedback* yang diberikan oleh kedua bimbingan dan mulai untuk melakukan dalam pembagian tugas.



Gambar 2.5 Alur Kerja Cosmosize

Tahap pertama, Angelly Steffyna Laurenza selaku *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Marketing Officer* (CMO), memiliki peran untuk membagikan tugas kepada masing-masing anggota serta membimbing perancangan kreatif. CEO juga memiliki peran sebagai penentuan *brand identity* Cosmosize sehingga perkembangan bisnis Cosmosize dapat berjalan secara optimal.

Tahap kedua, Cleverine Abigael Mulyawan selaku *Chief Product Officer* (CPO), memiliki peran untuk perancangan UI/UX pada website Cosmosize. Pekerjaan CPO ini dipantau oleh CEO terutama dalam kesesuaian UI/UX dengan *brand identity* yang sudah dilakukan oleh CEO. Setelah perancangan *high fidelity website* sudah dilakukan, maka CCO akan melanjutkan untuk proses perancangan promosi *website* Cosmosize.

Tahap ketiga, Felice Fiorenza Yau selaku *Chief Commercial Officer* (CCO), berperan dalam perancangan segala kegiatan promosi terkait *website* Cosmosize. Konten promosi berupa timeline promosi, perancangan visual promosi, dan *mock-up* pada konten promosi. Dalam proses pembuatan *timeline* dan konten promosi, kegiatan dipantau oleh CEO dan CPO agar dapat sesuai dengan *brand identity* dan konten yang terdapat dalam *website* Cosmosize. Selain kepada konten promosi, CCO juga berperan dalam pembuatan *copywriting* dalam proses penyebaran promosi, terutama di sosial media.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan Cosmosize merupakan analisa dalam bidang finansial mengenai kelangsungan bisnis Cosmosize. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui peluang dan resiko Cosmosize sebelum memulai atau pada saat memulai dalam kegiatan usaha. Untuk melakukan analisis kelayakan usaha Cosmosize, maka diperlukan analisa BEP (*Break Event Point*) dengan rumus sebagai berikut:

$$BEP (unit) = \frac{Fixed Cost}{(Harga Jual - Biaya Variabel per Unit)}$$

Fixed cost Cosmosize selama satu tahun mencapai Rp33,535,440.00. *Variable cost* Cosmosize dalam satu tahun mencapai Rp15,600,000.00. Sedangkan modal awal Cosmosize adalah Rp49,810,700.00. Cosmosize memiliki target untuk menjual kepada 800 *user* dalam satu tahun. Dengan target tersebut, maka dapat diperoleh keuntungan dengan margin 100%. Berikut merupakan rincian dari *fixed cost*, *variable cost*, dan modal awal Cosmosize:

Tabel 2.2 Tabel Analisis Kelayakan Usaha

No.	Keterangan	Biaya	Total per tahun
1	Biaya <i>Website</i>	Rp1,390,800	Rp1,390,800
2	Biaya <i>Domain</i>	Rp119,900	Rp119,900
3	Biaya pendaftaran hak Merek	Rp1,800,000	Rp1,800,000
4	<i>Brand Development</i>	Rp4,500,000	Rp4,500,000
5	<i>Web Development</i>	Rp7,000,000	Rp42,000,000
Modal Awal			Rp49,810,700
1	<i>Marketing & Activation</i>	Rp12,000,000	Rp12,000,000
2	<i>Ads</i>	Rp 300,000	Rp3,600,000
Total Variable Cost			Rp15,600,000
1	Adobe Creative Cloud Business Subscription	Rp1,500,000	Rp18,000,000
2	SSL Certificate	Rp100,000	Rp1,200,000
3	Figma Pro	Rp194,620	Rp2,335,440
4	Air dan listrik	Rp250,000	Rp12,000,000
Total Fixed Cost			Rp33,535,440

Untuk mendapatkan hasil BEP maka diperlukan beberapa tahap perhitungan. Tahap-tahap tersebut adalah perhitungan HPP dan harga jual dalam per tahun. Berikut merupakan cara perhitungan:

$$\text{Harga Pokok Produksi (HPP)} = \frac{\text{Total Cost}}{\text{Target per Tahun}}$$

$$\text{Harga Pokok Produksi (HPP)} = \frac{\text{Rp98,946,140}}{850}$$

$$\text{Harga Pokok Produksi (HPP)} = \text{Rp116,407}$$

Berdasarkan perhitungan HPP, didapatkan bahwa biaya yang perlu dikeluarkan Cosmosize agar bisnis tetap jalan adalah Rp 116,407.00. Setelah mengetahui hasil HPP tersebut, maka dilanjutkan dengan perhitungan harga jual. Perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{HPP} \times (1 + \text{Persentase Keuntungan})$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp}116,407 \times (1 + 50\%)$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 175,000$$

Berdasarkan perhitungan harga jual, didapatkan bahwa minimal harga penjualan Cosmosize adalah Rp 175,000.00 untuk mendapatkan keuntungan sebesar 50%. Maka dari itu, diketahui bahwa Cosmosize tidak dapat menjual dengan harga yang terlalu murah agar tidak memperoleh kerugian. Setelah melakukan perhitungan tersebut, maka dapat dilanjutkan dengan perhitungan BEP yaitu sebagai berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Fixed Cost}}{(\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per Unit})}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp}33,535,440}{(\text{Rp } 175,000 - \text{Rp}18,353)}$$

$$\text{BEP (unit)} = 214 \text{ unit}$$

Berdasarkan perhitungan BEP, maka didapatkan bahwa dalam satu tahun, Cosmosize harus mendapatkan minimal 214 pelanggan. Diperlukan untuk mendapatkan minimal nilai tersebut untuk tidak memperoleh kerugian. Jika dikonversikan menjadi rupiah maka rumus adalah sebagai berikut:

$$\text{BEP (rupiah)} = \text{Harga Jual} \times \text{BEP per unit}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \text{Rp } 175,000 \times 214$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \text{Rp}37,450,000$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diperlukan hasil penjualan dalam satu tahun mencapai minimal Rp 37,450,000.00 per tahun agar tidak memperoleh kerugian. Selain *subscription*, Cosmosize memberikan layanan pembayaran per unggahan *mock up merchandise* serta tambahan biaya dalam bentuk *admin fee* sebesar Rp 2.000 untuk per *purchase* serta *adds-on printing vendor* dimana pendapatan uang tersebut akan dipakai untuk melakukan *printing merchandise* melewati vendor rekomendasi Cosmosize.