

## BAB II

### PEMBENTUKAN IDE BISNIS

#### 2.1 Validasi Ide Bisnis

Proses pengembangan ide bisnis Lync diawali dengan upaya untuk mengubah gagasan awal penulis dan tim menjadi suatu solusi yang lebih terstruktur, aplikatif, serta memiliki potensi implementasi nyata di industri. Tahapan ini berfokus pada proses eksplorasi dan pendalaman terhadap ide yang sebelumnya telah diajukan dalam proposal awal program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation. Melalui proses tersebut, penulis dan tim telah melakukan evaluasi terhadap berbagai macam kemungkinan pengembangan konsep agar ide yang dihasilkan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

Validasi ide bisnis dilakukan dengan mengkaji berbagai peluang pengembangan fitur, model bisnis, serta permasalahan nyata yang dialami oleh target pengguna. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap aspek dalam pengembangan *platform* Lync memiliki dasar kebutuhan yang jelas dan mampu memberikan nilai tambah bagi pengguna. Dengan demikian, pengembangan produk tidak hanya didasarkan pada asumsi, melainkan pada temuan yang diperoleh melalui proses analisis dan validasi ide secara sistematis. Melalui tahapan ini, penulis dan tim juga melakukan proses penyaringan terhadap beberapa alternatif konsep yang sebelumnya telah dipertimbangkan. Proses seleksi tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan faktor relevansi terhadap kebutuhan pasar, tingkat kelayakan pengembangan dalam jangka waktu satu semester, serta potensi keberlanjutan ide sebagai solusi digital di bidang industri kreatif.

Hasil dari proses validasi ini menjadi dasar dalam menentukan arah pengembangan *platform* Lync sebagai sebuah sistem manajemen proyek kreatif berbasis *web* yang dirancang untuk membantu pekerja lepas dalam mengelola alur kerja secara lebih efektif dan terstruktur.

### 2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Tahapan pengembangan ide bisnis dimulai dengan proses identifikasi terhadap berbagai permasalahan yang dialami oleh pelaku industri kreatif, khususnya pekerja lepas (*freelancer*) dalam menjalankan aktivitas kerja berbasis proyek. Penulis dan tim telah melakukan pengamatan terhadap alur kerja yang umum digunakan oleh para *early-stage creative visual-based freelancers*, yang menunjukkan bahwa banyak aktivitas kerja masih bergantung pada penggunaan berbagai alat digital yang terpisah. Kondisi ini menyebabkan alur kerja menjadi kurang efisien karena informasi, komunikasi, serta dokumen proyek tersebar di berbagai *platform* yang tidak saling terintegrasi.

Pada tahap awal perancangan ide, tim sempat mengembangkan konsep *platform* kreatif *all-in-one* yang menggabungkan beberapa fungsi utama yang umum digunakan oleh para *early-stage creative visual-based freelancers*, seperti pencarian inspirasi visual, pengelolaan catatan dan ide, serta penyimpanan portofolio. Konsep tersebut terinspirasi dari integrasi beberapa *platform* populer yang memiliki fungsi berbeda, seperti *platform* inspirasi visual, sistem manajemen catatan digital, dan situs portofolio kreatif. Namun, melalui proses bimbingan bersama dosen pembimbing serta analisis terhadap kompetitor yang telah ada di pasar, tim menyadari bahwa konsep integrasi tersebut telah banyak diakomodasi oleh berbagai *platform* besar yang telah mapan.

Kesadaran tersebut mendorong tim untuk melakukan peninjauan ulang terhadap arah pengembangan ide bisnis, dengan fokus pada identifikasi kebutuhan yang lebih spesifik dan mendesak bagi target pengguna. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi oleh *early-stage creative visual-based freelancers*, penulis bersama tim melakukan riset kualitatif melalui metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap 25 orang yang berada pada rentang usia 18-25 tahun. Responden berasal dari berbagai latar belakang bidang kreatif, seperti desain grafis, ilustrasi digital, konten kreatif, dan media sosial.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar orang yang diwawancarai tidak merasa membutuhkan *platform* baru untuk mencari inspirasi kreatif. Sebaliknya, mereka justru mengalami kesulitan dalam mengelola aspek administratif, teknis, serta komunikasi dengan klien selama proses pengerjaan proyek. Permasalahan tersebut muncul karena berbagai aktivitas kerja harus dilakukan melalui beberapa *platform* berbeda, sehingga menimbulkan beban kerja tambahan yang tidak berkaitan langsung dengan proses kreatif itu sendiri. Berikut merupakan beberapa temuan utama yang menjadi dasar dalam pengembangan ide bisnis Lync, antara lain:

### **1. Komunikasi yang Sangat Tersebar**

Sebagian besar orang yang diwawancarai menyatakan bahwa komunikasi dengan klien sering kali tersebar di berbagai *platform* pesan seperti aplikasi perpesanan instan maupun media sosial. Kondisi ini membuat para *early-stage creative visual-based freelancers* harus secara terus-menerus memantau berbagai media serta aplikasi khusus komunikasi untuk memastikan tidak ada informasi penting yang terlewat. Akibatnya, detail *brief* proyek sering kali tenggelam dalam percakapan yang panjang atau bahkan tercampur dengan pesan-pesan pribadi.

### **2. Kompleksitas Proses Legal, Teknis, dan Administratif**

Orang-orang yang penulis dan tim wawancara juga menyampaikan bahwa aspek administratif, seperti pembuatan *invoice*, penyusunan kontrak kerja, serta penentuan harga jasa, sering kali menjadi bagian yang paling tidak disukai dalam bekerja secara lepas (*freelancing*). Banyak pekerja kreatif masih mengelola hal tersebut secara manual tanpa sistem yang terstruktur, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakjelasan dalam proses kerja sama dengan klien.

### **3. Ketidakjelasan Brief dan Revisi Proyek**

Masalah lain yang cukup sering muncul adalah banyaknya revisi yang terjadi akibat ekspektasi klien yang tidak tersampaikan secara jelas pada tahap awal proyek. Ketidaksamaan pemahaman antara *early-*

*stage creative visual-based freelancers*, selaku pengguna, dan klien sering kali memicu revisi berulang yang memengaruhi efisiensi waktu dan kualitas hasil kerja.

Berdasarkan temuan tersebut, penulis dan tim kemudian memutuskan untuk melakukan perubahan arah pengembangan ide bisnis dari sekadar *platform* ideasi kreatif menjadi sebuah *workspace* manajemen proyek yang terintegrasi. Pendekatan ini dinilai lebih realistis dan memiliki tingkat implementasi yang lebih tinggi karena secara langsung menjawab kebutuhan praktis yang dialami oleh pekerja kreatif dalam menjalankan aktivitas profesional mereka. Proses pengembangan ide ini kemudian mengarah pada perumusan konsep *platform* Lync yang berfokus pada pengelolaan alur kerja kreatif secara sistematis, mulai dari standardisasi *brief* dalam suatu proyek hingga pengaturan aspek administratif serta legalitas kerja sama antara *early-stage creative visual-based freelancers*, selaku pengguna, dan klien.

### **2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis**

Berdasarkan hasil riset sekunder, wawancara, serta analisis terhadap kondisi pasar *platform* kreatif digital, penulis bersama tim kemudian memfinalisasi ide bisnis untuk pengembangan *platform* Lync. Lync didefinisikan sebagai sebuah *workspace* manajemen proyek terintegrasi yang dirancang secara khusus untuk membantu pekerja kreatif dalam mengelola alur kerja proyek secara profesional dan terstruktur. *Platform* ini dikembangkan sebagai solusi digital yang berfokus pada penyederhanaan proses kerja antara pengguna dan klien, khususnya dalam aspek komunikasi proyek, pengelolaan tugas, serta administrasi kerja sama.

Berbeda dengan *platform* yang berfokus pada pencarian inspirasi atau publikasi portofolio lainnya, penulis dan tim merancang Lync sebagai sistem yang secara langsung mendukung kebutuhan operasional pekerja kreatif dalam menjalankan proyek berbasis klien. Oleh karena itu, pengembangan Lync menitikberatkan pada integrasi berbagai fungsi kerja yang selama ini tersebar di berbagai *platform* terpisah ke dalam satu sistem

terpadu yang lebih efisien. Dalam pengembangannya, Lync mengusung tiga pilar fitur utama yang menjadi luaran dari program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation Program, yaitu sebagai berikut:

### 1. *Smart Brief Builder*

Fitur ini dirancang sebagai sistem standarisasi *brief* proyek yang memungkinkan klien untuk menyampaikan kebutuhan proyek secara lebih terstruktur. Melalui format *brief* yang sistematis, fitur ini membantu memastikan bahwa ekspektasi antara pengguna dan klien telah selaras sejak awal pengerjaan proyek, sehingga potensi revisi yang tidak perlu dapat diminimalkan.

### 2. *Timeline-Based Project Hub*

Fitur ini dirancang sebagai ruang kerja proyek yang menampilkan alur pengerjaan secara kronologis berbasis *timeline*. Seluruh progres pengerjaan dapat dipantau secara *real-time* oleh *early-stage creative visual-based freelancers* maupun klien, sehingga setiap tahapan proyek menjadi lebih transparan tanpa harus bergantung pada komunikasi yang tersebar di berbagai *platform*.

### 3. *Integrated Business Kit*

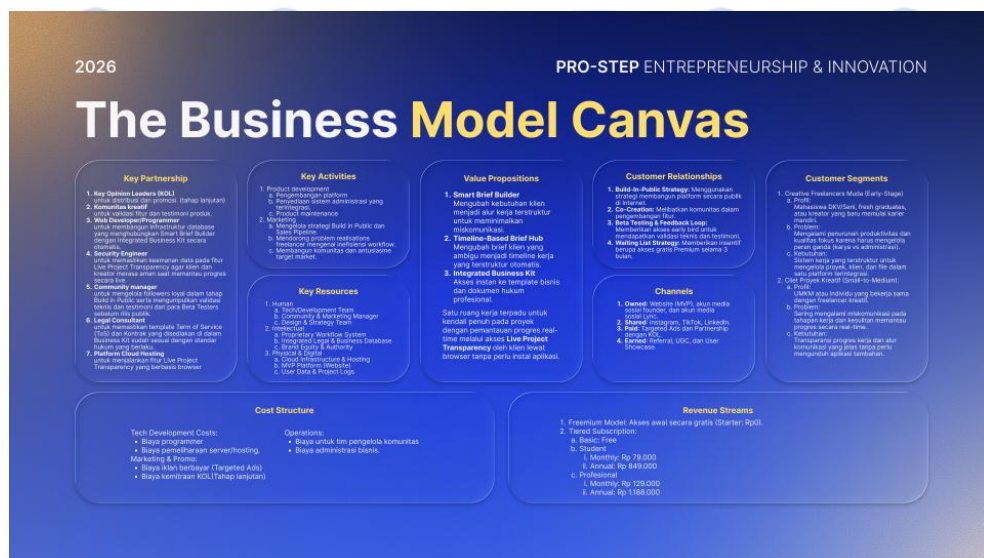
Fitur ini dirancang untuk menyediakan berbagai fasilitas administratif yang mendukung profesionalisme seorang *freelancer*, seperti pembuatan *invoice*, penyusunan kontrak kerja dan *Non-Disclosure Agreement (NDA)*, serta sistem pembayaran yang terintegrasi di dalam *platform*. Dengan adanya fitur ini, proses kerja sama antara pengguna dan klien dapat berjalan dengan lebih terstruktur dan memiliki kepastian legalitas.

Dari sisi teknologi, Lync dikembangkan sebagai *platform* berbasis *web* yang mengintegrasikan berbagai fungsi manajemen proyek ke dalam satu sistem digital. Integrasi tersebut memungkinkan sinkronisasi data antara berbagai peran pengguna, baik *early-stage creative visual-based freelancers*

maupun klien, sehingga proses kerja dapat berlangsung secara lebih efisien, transparan, dan terorganisir. Melalui finalisasi ide bisnis ini, Lync diharapkan dapat menjadi sebuah ekosistem digital yang mampu mendukung produktivitas pekerja kreatif sekaligus meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan proyek berbasis klien. Selain itu, *platform* ini juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai solusi digital yang relevan dengan dinamika industri kreatif yang semakin berkembang di era digital.

## 2.2 Business Model Canvas (BMC)

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan salah satu kerangka strategis yang digunakan untuk memetakan model bisnis secara sistematis dalam satu tampilan yang ringkas. BMC membantu perusahaan atau tim pengembang untuk memahami hubungan antara nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, segmen pasar yang dituju, serta bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan memperoleh nilai dari produk atau layanan yang dikembangkan. Melalui pendekatan ini, aspek penting dalam bisnis seperti target konsumen, sumber daya utama, aktivitas operasional, hingga struktur biaya dan sumber pendapatan dapat dianalisis secara terpadu dalam satu kerangka visual yang mudah dipahami (Erlina, dkk., 2025; Kusumawati & Mulyani, 2024).



Gambar 2.1 Business Model Canvas (BMC) Lync

Dalam konteks pengembangan ide bisnis Lync, *Business Model Canvas* digunakan sebagai alat perencanaan strategis untuk memetakan keseluruhan ekosistem bisnis *platform* yang dirancang. Penyusunan BMC dilakukan oleh anggota lainnya di dalam tim, sesuai dengan pembagian tugas, sebagai bagian dari proses validasi dan pematangan konsep bisnis dalam program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation. Melalui pemetaan ini, penulis dan tim dapat mengidentifikasi aspek-aspek penting yang mendukung keberlangsungan *platform*, mulai dari pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan, aktivitas utama yang dijalankan, hingga strategi dalam menjangkau dan mempertahankan pengguna.

BMC yang disusun untuk Lync mencakup sembilan komponen utama, yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, serta *Cost Structure*. Setiap komponen tersebut saling berkaitan dan membentuk fondasi strategis dalam pengembangan *platform* Lync sebagai produk digital berbasis *Software as a Service* (SaaS) yang ditujukan bagi pekerja kreatif. Berikut merupakan penjelasannya, antara lain:

### **2.2.1 Customer Segments**

Pada aspek *Customer Segments*, Lync menargetkan dua kelompok pengguna utama, yaitu *creative visual-based freelancers* muda dan klien proyek kreatif skala kecil hingga menengah. Segmen pertama mencakup mahasiswa DKV atau yang berhubungan dengan program studi kreatif berbasis visual, *fresh graduates*, serta kreator yang baru memulai karier mandiri dan sering mengalami kesulitan dalam mengelola proyek serta administrasi kerja secara bersamaan.

Sementara itu, segmen kedua mencakup UMKM atau individu yang bekerja sama dengan *freelancer* kreatif dan membutuhkan alur komunikasi proyek yang lebih jelas serta transparan tanpa harus menggunakan aplikasi tambahan.

### 2.2.2 *Value Propositions*

Pada aspek *Value Propositions*, Lync menawarkan sistem manajemen proyek kreatif yang terintegrasi dalam satu *platform*. Beberapa fitur utama yang ditawarkan meliputi:

1. *Smart Brief Builder* mengubah kebutuhan klien menjadi *brief* kerja yang lebih terstruktur dan jelas;
2. *Timeline-Based Brief Hub* mengubah *brief* yang ambigu dan tersebar menjadi alur kerja otomatis yang sistematis;
3. *Integrated Business Kit* untuk menyediakan *template* bisnis dan dokumen profesional; serta
4. *Live Project Transparency* memungkinkan klien memantau progres proyek secara *real-time* melalui *browser* tanpa instalasi aplikasi tambahan.

Melalui integrasi tersebut, Lync dirancang sebagai ruang kerja digital yang membantu *creative visual-based freelancers* mengelola proyek, komunikasi, dan administrasi secara lebih efisien.

### 2.2.3 *Channels & Customer Relationships*

Pada aspek *Channels*, distribusi dan promosi Lync dilakukan melalui beberapa saluran digital, seperti *website* utama, media sosial (Instagram, TikTok, dan LinkedIn), serta kerja sama komunitas dan KOL kreatif. Selain *paid channels*, Lync juga memanfaatkan *earned channels* seperti *referrals*, *user-generated content* (UGC), serta *showcase* pengguna.

Sementara itu, pada aspek *Customer Relationships*, hubungan dengan pengguna dibangun melalui pendekatan komunitas dan keterlibatan pengguna secara aktif. Strategi yang diterapkan meliputi:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

1. *Build-in-Public Strategy* melalui transparansi proses pengembangan di media sosial Lync;
2. *Co-Creation* dengan melibatkan komunitas dalam pengembangan fitur-fitur Lync;
3. *Alpha Testing & Feedback Loop* untuk memperoleh validasi dan masukan pengguna awal; serta
4. *Waiting List Strategy* berupa akses premium gratis selama 3 bulan bagi pengguna-pengguna yang terpilih.

Melalui kombinasi berbagai saluran distribusi dan strategi hubungan pelanggan tersebut, Lync berupaya membangun basis pengguna yang tidak hanya menggunakan *website*, tetapi juga terlibat dalam proses pengembangannya. Pendekatan ini memungkinkan Lync memperoleh masukan secara berkelanjutan dari target pengguna, meningkatkan loyalitas komunitas, serta membangun hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kolaborasi dan kepercayaan.

#### **2.2.4 Key Resources & Key Activities**

Pada aspek operasional, Lync didukung oleh beberapa *Key Activities*, yaitu pengembangan *platform* digital, penyediaan sistem administrasi terintegrasi, kegiatan pemasaran berbasis *Build in Public*, pengelolaan komunitas, serta pengembangan relasi dengan *early-stage creative visual-based freelancers* dan target market. Aktivitas tersebut didukung oleh *Key Resources* yang mencakup:

1. Sumber daya manusia (SDM) seperti tim pengembangan, *marketing manager*, dan tim desain;
2. Aset-aset intelektual berupa identitas visual, antarmuka *platform*, serta *database Business Kit*; serta
3. Infrastruktur fisik maupun digital seperti *cloud hosting*, *website MVP*, serta data pengguna dan *log* proyek.

Kombinasi antara aktivitas utama dan sumber daya yang dimiliki memungkinkan Lync untuk menjalankan operasional *website* secara berkelanjutan serta mendukung proses pengembangan produk dalam jangka panjang. Keterkaitan antara sumber daya manusia, aset intelektual, dan infrastruktur digital menjadi fondasi penting dalam menciptakan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna, sekaligus mendukung pertumbuhan *website* seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna serta kompleksitas layanan yang ditawarkan.

### **2.2.5 Key Partnerships**

Pada aspek *Key Partnerships* yang memengaruhi keberhasilan pengembangan *website*, Lync menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang berperan dalam mendukung proses pengembangan produk serta validasi kebutuhan pengguna. Salah satu mitra utama yang terlibat adalah komunitas kreatif yang berperan sebagai sumber wawasan, masukan, dan validasi terhadap permasalahan yang dialami oleh target pengguna. Melalui interaksi dengan komunitas tersebut, tim dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan, kebiasaan kerja, serta tantangan yang dihadapi freelancer kreatif dalam mengelola proyek mereka.

Selain itu, pengembangan Lync juga didukung oleh tim pengembang yang berperan dalam pembangunan dan pengembangan sistem teknis *website*, mulai dari implementasi fitur hingga pemeliharaan infrastruktur digital. Di sisi administratif dan legal, Lync turut melibatkan konsultan hukum untuk membantu memastikan kesesuaian aspek hukum yang berkaitan dengan operasional *website*, seperti penyusunan kontrak kerja, syarat dan ketentuan layanan, serta perlindungan hak dan kewajiban pengguna. Kehadiran berbagai mitra tersebut diharapkan dapat mendukung pengembangan *website* Lync secara lebih berkelanjutan, baik dari sisi teknis, operasional, maupun pengalaman pengguna.

### 2.2.6 *Cost Structure*

Pada aspek *Cost Structure*, biaya utama dalam pengembangan Lync berasal dari kebutuhan teknologi yang mendukung operasional platform. Biaya tersebut mencakup pengembangan sistem dan fitur *website*, pemrograman, pengelolaan basis data, penggunaan layanan *cloud hosting*, pemeliharaan *server*, serta kebutuhan teknis lainnya yang diperlukan untuk memastikan *website* dapat beroperasi dengan baik. Alokasi biaya pada aspek teknologi berperan langsung dalam menjaga kualitas, keamanan, dan keberlanjutan pengembangan *website*.

Selain biaya teknologi, Lync juga memerlukan biaya operasional yang mendukung aktivitas bisnis dan pertumbuhan pengguna. Biaya tersebut meliputi kegiatan pemasaran dan promosi digital, pengelolaan media sosial, pengembangan komunitas pengguna, serta kebutuhan administrasi bisnis lainnya. Pada tahap pengembangan awal, sebagian besar aktivitas pemasaran dilakukan secara organik untuk menekan biaya operasional. Namun, seiring dengan pertumbuhan *website*, kebutuhan investasi pada pemasaran, pengembangan komunitas, dan operasional bisnis diproyeksikan akan meningkat guna mendukung perluasan jangkauan pasar serta keberlanjutan pengembangan Lync di masa mendatang.

### 2.2.7 *Revenue Streams*

Pada aspek *Revenue Streams*, Lync menerapkan model monetisasi berbasis *freemium* sebagai strategi keberlanjutan bisnis. Melalui model ini, pengguna dapat mengakses berbagai fitur dasar secara gratis untuk membantu mereka mengenal dan menggunakan *website* dalam aktivitas pengelolaan proyek sehari-hari. Pendekatan tersebut dipilih untuk menurunkan hambatan awal penggunaan (*entry barrier*) sehingga calon pengguna dapat merasakan manfaat *website* sebelum memutuskan untuk beralih ke layanan berbayar.

Sementara itu, fitur-fitur tambahan dengan kemampuan yang lebih lengkap ditawarkan melalui sistem berlangganan (*subscription*) premium. Beberapa fitur premium dirancang untuk memberikan nilai tambah bagi pengguna yang membutuhkan pengelolaan proyek yang lebih mendalam,

efisien, dan terintegrasi. Dengan pendekatan ini, Lync tidak hanya dapat menjangkau pengguna dalam jumlah yang lebih luas, tetapi juga menciptakan sumber pendapatan yang berkelanjutan melalui pemanfaatan peningkatan jumlah pengguna premium seiring dengan pertumbuhan *website* serta kebutuhan pengguna.

Melalui penyusunan *Business Model Canvas* ini, penulis bersama tim memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai struktur bisnis *platform* Lync secara keseluruhan. BMC juga berfungsi sebagai panduan strategis dalam proses pengembangan dan implementasi ide bisnis selama program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation berlangsung. Selain itu, model bisnis ini secara berkala dikonsultasikan dan diasistensikan kepada *Supervisor, Advisor*, maupun pihak eksternal yang berkaitan, guna memastikan bahwa konsep yang dikembangkan memiliki kelayakan dari sisi bisnis, teknologi, maupun implementasi di industri.

### **2.3 Deskripsi Perusahaan**

Lync merupakan sebuah perusahaan hasil rintisan (*startup*) yang berbasis teknologi. Lync dikembangkan dalam rangka pelaksanaan dan pemenuhan persyaratan program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation serta program Ideation oleh Skystar Ventures di Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2026. Lync dirancang sebagai *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web* yang mengintegrasikan sistem *brief, timeline*, manajemen proyek kreatif, hingga sistem pembayaran dalam satu alur kerja yang terstruktur dan sinkron.

Ide pembentukan Lync berangkat dari hasil observasi dan riset internal tim terhadap pola kerja *freelancer* kreatif di era digital yang masih lumayan tersebar pada berbagai *platform* terpisah, seperti aplikasi pesan instan, penyimpanan *cloud*, dan sistem *invoice* manual. Berdasarkan hasil wawancara individu, wawancara berkelompok, *Focus Group Discussion* (FGD), dan studi literatur yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya, penulis dan tim menemukan bahwa banyak pekerja kreatif, terutama *freelancer*, yang mengalami kendala dalam mengelola alur kerja proyek secara terintegrasi. Oleh karena itu, Lync dikembangkan sebagai

solusi berbasis *Software as a Service* (SaaS) yang secara khusus menargetkan *early-stage creative visual-based freelancers* dan pekerja kreatif muda di Indonesia.



Gambar 2.2 Variasi Logo Website Lync

Nama Lync berasal dari gabungan kata “*link*” dan “*sync*” dari bahasa Inggris yang melambangkan keterhubungan serta keselarasan. Filosofi ini merepresentasikan bagaimana pengguna, klien, proyek, *timeline*, serta proses bisnis dapat berjalan dalam satu sistem yang terintegrasi dan berkesinambungan. Konsep ini juga sejalan dengan *tagline* perusahaan, yaitu “*Simply Synced,*” yang menegaskan nilai utama *platform* sebagai sistem kerja yang sederhana namun terkoordinasi secara menyeluruh.

### 2.3.1 Visi

Lync memiliki visi untuk menciptakan sebuah ekosistem kerja di mana proses kreatif, kolaborasi, dan sistem bisnis berjalan dalam satu alur yang sinkron.

### 2.3.2 Misi

Lync memiliki misi untuk menyederhanakan cara *early-stage creative visual-based freelancers* mengelola proyek, berkomunikasi dengan klien, dan menjalankan proses bisnis dalam satu platform terpadu.

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

1. Lync hadir untuk menyediakan sistem manajemen proyek yang dirancang khusus untuk *workflow* kreatif;
2. Lync hadir untuk membantu para *early-stage creative visual-based freelancers* membangun proses kerja yang lebih profesional dan terstruktur;
3. Lync hadir untuk meningkatkan transparansi progres untuk memperkuat kepercayaan dengan klien;
4. Lync hadir untuk mengintegrasikan kebutuhan administratif seperti kontrak, *invoice*, dan dokumen penting ke dalam satu alur kerja; serta
5. Lync hadir untuk mengurangi ketergantungan pada banyak *tools* yang terpisah.

Dengan cakupan tersebut, Lync bergerak dalam bidang industri teknologi kreatif dengan model bisnis SaaS berbasis langganan yang ditujukan untuk mendukung transformasi digital ekosistem kerja *freelancer* dan industri kreatif di Indonesia.

#### **2.4 Struktur Perusahaan**

Struktur perusahaan Lync dibentuk berdasarkan pembagian peran yang terorganisasi guna memastikan efektivitas pelaksanaan program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation selama satu semester. Setiap anggota tim memiliki tanggung jawab spesifik sesuai dengan keahlian dan bidangnya masing-masing, yang terbagi ke dalam dua departemen utama, yaitu *Business Development* dan *Creative Production*. Pembagian struktur dan peta peran ini telah didiskusikan serta diasistensikan dengan dosen pembimbing internal dan eksternal guna memastikan keselarasan antara peran, kompetensi, dan target luaran program.



Gambar 2.3 Pemetaan dan Perkenalan Anggota Tim di Balik Lync

Untuk merealisasikan pengembangan Lync secara optimal, tim dibentuk dengan sistem kolaboratif lintas fungsi. Departemen *Business Development* berfokus pada strategi bisnis, *branding*, serta pengembangan komunikasi visual eksternal, sedangkan Departemen *Creative Production* berfokus pada perancangan pengalaman pengguna, sistem desain, serta pengembangan prototipe *platform* berbasis *web*.

### 1. Sharon Claudia Bonansa

- a. Kelompok : 2 (Dua)
- b. Peran Utama : *Chief Economic Officer* (CEO)  
Ketua Tim Program PRO-STEP  
Entrepreneurship & Innovation
- c. *Job Description* : *Department of Business Development*
  - 1) Merancang dan merencanakan konten media sosial, mulai dari perencanaan pembuatan video, pengeditan, hingga *copywriting* serta perancangan konten;
  - 2) Merancang dan mendesain *Key Shot* untuk kebutuhan pembuatan konten video di media sosial;
  - 3) Membantu merancang dan mendesain konten *feeds*, *story*, serta kebutuhan visual lainnya untuk media sosial; serta

- 4) Merancang dan mendesain contoh-contoh template, seperti *Terms of Service (ToS)*, *Invoice*, *Rate Card*, *Non-Disclosure Agreement (NDA)*, dan lainnya.

## 2. Livia Lestari

- a. Kelompok : 2 (Dua)
- b. Peran Utama : *Chief Marketing Officer (CMO)*  
Anggota Tim Program PRO-STEP  
Entrepreneurship & Innovation
- c. *Job Description* : *Department of Business Development*
  - 1) Merancang dan mendesain identitas visual yang dibutuhkan untuk *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web* Lync dan perusahaan;
  - 2) Merancang dan mendesain supergrafis guna kebutuhan identitas *web* Lync dan perusahaan;
  - 3) Merancang dan mendesain *Graphic Standard Manual (GSM)* guna kebutuhan arahan, panduan, dan standardisasi penggunaan identitas *web* Lync dan perusahaan; serta
  - 4) Merancang dan mendesain contoh penggunaan identitas *web* Lync dengan menggunakan berbagai macam media sebagai kolateral perusahaan.

## 3. Natasha Baptista

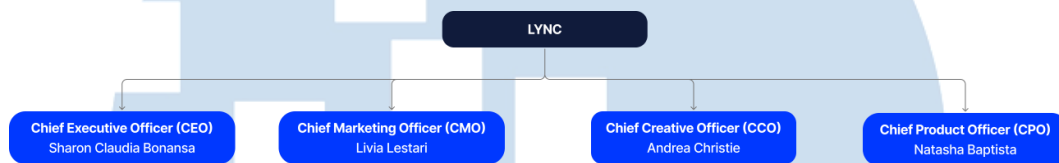
- a. Kelompok : 2 (Dua)
- b. Peran Utama : *Chief Product Officer (CPO)*  
Anggota Tim Program PRO-STEP  
Entrepreneurship & Innovation
- c. *Job Description* : *Department of Creative Production*
  - 1) Merancang dan mendesain pengalaman pengguna (*User Experience*) guna kebutuhan *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web* Lync;

- 2) Merancang dan mendesain tampilan antarmuka (*User Interface*) guna kebutuhan *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web Lync*;
- 3) Merancang dan membuat tampilan *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web Lync*;
- 4) Merancang dan membuat prototipe *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web Lync* yang interaktif dan berfungsi dengan baik; serta
- 5) Merancang dan membuat *design document* dan sistem desain guna kebutuhan arahan, panduan, dan standardisasi penggunaan serta pengembangan *web Lync*.

**4. Andrea Christie**

- a. Kelompok : 2 (Dua)
- b. Peran Utama : *Chief Creative Officer (CCO)*  
Anggota Tim Program PRO-STEP  
Entrepreneurship & Innovation
- c. *Job Description* : *Department of Creative Production*
  - 1) Membantu merancang dan mendesain tampilan *imageries* dan *iconographies* guna kebutuhan tampilan antarmuka (*User Interface*) *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web Lync*;
  - 2) Membantu proses perancangan dan pembuatan prototipe *platform* manajemen proyek kreatif berbasis *web Lync*;
  - 3) Membantu proses perancangan dan pembuatan *design document* dan sistem desain guna kebutuhan arahan, panduan, dan standardisasi penggunaan serta pengembangan *web Lync*;
  - 4) Merancang dan mendesain *Key Visual* untuk kebutuhan pembuatan konten visual di media sosial; serta
  - 5) Merancang dan mendesain konten *feeds*, *story*, serta kebutuhan visual lainnya untuk media sosial.

Pembagian peran tersebut membentuk struktur organisasi yang sederhana namun efektif, dengan Sharon Claudia Bonansa, selaku CEO, sebagai koordinator utama yang mengintegrasikan strategi bisnis dan arah pengembangan produk. Struktur ini memungkinkan proses pengambilan keputusan berjalan cepat serta meminimalisasi tumpang tindih tanggung jawab selama pelaksanaan program.

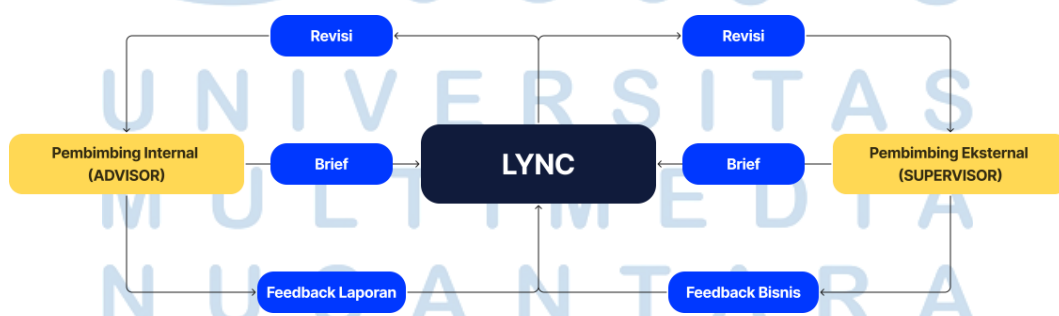


Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Lync

Secara keseluruhan, struktur perusahaan Lync dirancang untuk mendukung pengembangan ide bisnis berbasis teknologi secara kolaboratif dan terarah. Dengan pembagian peran yang jelas antara aspek bisnis dan produksi kreatif, Lync diharapkan mampu berkembang tidak hanya sebagai luaran akademik PRO-STEP, tetapi juga sebagai prototipe bisnis digital yang memiliki potensi implementasi nyata di industri kreatif.

## 2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja perusahaan Lync dirancang secara kolaboratif dan terstruktur untuk memastikan kelancaran koordinasi antara tim pelaksana program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation dengan Dosen Pembimbing Internal (*Advisor*) dan Dosen Pembimbing Eksternal (*Supervisor*). Sistem koordinasi ini bersifat dua arah dan berkelanjutan, dengan mekanisme *brief-revisi-feedback* yang terintegrasi sepanjang masa pelaksanaan program.



Gambar 2.5 Alur Koordinasi PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation

Secara umum, alur kerja dan koordinasi berlangsung sebagai berikut:

### **1. Penyusunan *Brief* Awal**

Penulis dan tim menyusun konsep, strategi, atau luaran kerja berdasarkan target mingguan maupun *checkpoints* yang telah ditetapkan dalam linimasa PRO-STEP. *Brief* internal ini mencakup pengembangan konsep bisnis, desain identitas visual, perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna, hingga pengembangan prototipe.

### **2. Koordinasi dengan Pembimbing Internal (*Advisor*)**

*Brief* yang telah disusun kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing Internal (*Advisor*). Pada tahap ini, *Advisor* memberikan arahan akademik, validasi konsep, serta masukan terkait kesesuaian dengan capaian pembelajaran program. Proses ini dapat menghasilkan revisi sebelum ide dilanjutkan ke tahap berikutnya.

### **3. Koordinasi dengan Pembimbing Eksternal (*Supervisor*)**

Setelah melalui validasi internal, hasil pengembangan dipresentasikan kepada Dosen Pembimbing Eksternal (*Supervisor*). *Supervisor* berperan dalam memberikan perspektif industri dan kelayakan implementasi nyata. *Feedback* yang diberikan biasanya berkaitan dengan relevansi pasar, kesiapan bisnis, serta pengembangan produk.

### **4. Proses Revisi dan Pengembangan**

Penulis dan tim melakukan revisi berdasarkan masukan dari *Advisor* dan *Supervisor*. Revisi dapat bersifat konseptual, visual, teknis, maupun strategis. Proses ini bersifat berulang hingga mencapai standar yang disepakati bersama oleh semua pihak.

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

## 5. *Feedback* Laporan dan *Feedback* Bisnis

Selain pengembangan produk, penulis dan tim juga menerima: (1) *feedback* laporan dari *Advisor* terkait sistematika, kedalaman analisis, dan kesesuaian akademik laporan; serta (2) *feedback* bisnis dari *Supervisor* terkait model bisnis, monetisasi, potensi pasar, serta kesiapan implementasi.

## 6. Integrasi Hasil ke dalam Sistem Lync

Seluruh masukan dan revisi yang telah disepakati kemudian diimplementasikan ke dalam pengembangan *platform* Lync, baik dalam bentuk perbaikan desain, sistem, maupun strategi bisnis.

Dengan alur koordinasi ini, proses kerja tim tidak hanya berorientasi pada penyelesaian luaran semester, tetapi juga pada pembentukan model bisnis yang realistis dan berkelanjutan. Sistem koordinasi dua arah ini memastikan keseimbangan antara standar akademik dan relevansi industri.

### 2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk menilai potensi keberlanjutan ide bisnis dalam jangka panjang serta memastikan bahwa model bisnis yang dikembangkan memiliki prospek finansial yang realistis (Scarborough & Cornwall, 2022). Dalam konteks program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation yang berlangsung selama satu semester, analisis ini menjadi bagian penting untuk menunjukkan bahwa ide bisnis yang dirancang tidak hanya layak secara konsep, tetapi juga memiliki kemungkinan implementasi yang berkelanjutan dari sisi operasional maupun finansial.

Evaluasi kelayakan usaha Lync dilakukan melalui proyeksi keuangan yang mencakup perhitungan biaya investasi awal, estimasi biaya operasional, proyeksi pendapatan, serta analisis *Break-Even Point* (BEP). Analisis ini digunakan untuk memperkirakan kemampuan *platform* dalam mencapai titik impas operasional serta untuk mengukur potensi pengembalian investasi dalam jangka waktu tertentu (Bhimani, dkk., 2023). Dengan menggunakan pendekatan tersebut, tim dapat memahami dinamika pertumbuhan bisnis sekaligus merancang strategi pengembangan usaha yang lebih terarah.

Analisa Kelayakan Usaha Lync (2 tahun)							
CAPEX	Status	Qty	Estimasi Harga Satuan Saat Ini	Total Harga Saat Ini	Umur Ekonomis (Bulan)	Nilai Sisa	Nilai Penyusutan Per Bulan
<b>Production Hardware (Tangible Assets)</b>							
Laptop Highspec	Inbreng	4	Rp 20.000.000	Rp 80.000.000	36	Rp -	Rp 2.222.222
Kamera Insta360 Go Ultra	Inbreng	1	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	36	Rp -	Rp 222.222
Microphone Hollyland lark A1	Inbreng	1	Rp 800.000	Rp 800.000	24	Rp -	Rp 33.333
<b>Legalitas &amp; Identitas Brand (Intangible Assets)</b>							
Pendaftaran Merek (HAKI)	Rencana	1	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000	60	Rp -	Rp 30.000
Pendaftaran Badan Usaha	Rencana	1	Rp 4.900.000	Rp 4.900.000	60	Rp -	Rp 81.667
<b>Infrastruktur Digital (Digital Assets)</b>							
Web Development	Rencana	1	Rp 10.000.000	Rp 10.000.000	36	Rp -	Rp 277.778
Pembelian Paket Hosting & Domain	Rencana	1	Rp 4.706.703	Rp 4.706.703	51	Rp -	Rp 92.288
CAPEX Non-Cash (Inbreng)			Rp 88.800.000				
CAPEX Cash Out (Rencana)			Rp 21.406.703				
<b>TOTAL INVESTMENT (CAPEX)</b>			<b>Rp 110.206.703</b>				
<b>TOTAL DEPRESIASI (Nilai penyusutan per bulan)</b>			<b>Rp 2.959.511</b>				
<b>Revenue</b>							
		Jul-Oct 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Oct 27'	Nov27'-Feb28'	Mar-Jun28'
Number of users	#	0	350	600	1200	1450	1750
Numbers of new user	#	0	350	250	600	250	300
Average Selling Price Per Fase	0 Rp	-	Rp 41.000	Rp 44.660	Rp 79.050	Rp 79.840	Rp 81.130
<b>Revenue</b>		<b>Rp -</b>	<b>Rp 14.350.000</b>	<b>Rp 26.796.000</b>	<b>Rp 94.860.000</b>	<b>Rp 115.768.000</b>	<b>Rp 141.977.500</b>
<b>OPEX</b>							
		Mar-Jun 26'	Jul-Oct 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Oct 27'	Nov27'-Feb28'
<b>Fixed Cost</b>							
Depresiasi	Rp	2.959.511	Rp 2.959.511	Rp 2.959.511	Rp 2.959.511	Rp 2.959.511	Rp 2.959.511
Basic Maintenance & Bug Fixing	Rp	-	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
Gaji Founder	Rp	-	Rp -	Rp -	Rp 10.800.000	Rp 10.800.000	Rp 10.800.000
Employee Salary	Rp	-	Rp -	Rp -	Rp 5.400.000	Rp 5.400.000	Rp 5.400.000
<b>Variable Cost (COGS)</b>							
Payment Gateway Fees (2%)	Rp	-	Rp 287.000	Rp 535.920	Rp 1.897.200	Rp 2.315.360	Rp 2.839.560
Cloud Infrastructure	Rp	-	Rp 1.750.000	Rp 3.000.000	Rp 6.000.000	Rp 7.250.000	Rp 8.750.000
API	Rp	-	Rp 100.000	Rp 300.000	Rp 500.000	Rp 800.000	Rp 800.000
<b>(Marketing Cost)</b>							
Ads (Social Media)	Rp	-	Rp 1.200.000	Rp -	Rp 3.000.000	Rp -	Rp -
Referral	Rp	-	Rp 700.000	Rp 500.000	Rp 1.900.000	Rp 1.700.000	Rp 3.000.000
Tax	Rp	-	Rp 3.157.000	Rp 5.695.120	Rp 20.869.200	Rp 25.468.960	Rp 31.235.050
<b>Total Fixed Cost</b>	Rp	2.959.511	Rp 3.959.511	Rp 3.959.511	Rp 20.359.511	Rp 20.659.511	Rp 20.659.511
<b>Total Variable Cost</b>	Rp	-	Rp 7.194.000	Rp 10.231.040	Rp 34.166.400	Rp 37.534.320	Rp 45.904.600
<b>TOTAL OPERASIONAL COST (OPEX)</b>	Rp	2.959.511	Rp 11.153.511	Rp 14.190.551	Rp 54.525.911	Rp 58.193.831	Rp 66.564.111
<b>Model Harga &amp; ASP</b>							
		Mar-Jun 26'	Jul-Oct 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Oct 27'	Nov27'-Feb28'
<b>Paket</b>							
Basic/Free	Rp	Harga	Development 100%	Early Stage 91%	Retention 77%	Scaling 67%	Retention 65%
Student Monthly	Rp	79.000	0%	15%	18%	23%	24%
Professional Monthly	Rp	129.000	0%	1%	2%	4%	5%
Student Annual	Rp	799.000	0%	2%	2%	4%	4%
Professional Annual	Rp	1.188.000	0%	1%	1%	2%	2%
Average Selling Price Per Fase	Rp	100%	Rp 41.000	Rp 44.660	Rp 79.050	Rp 79.840	Rp 81.130
<b>BEP</b>							
		Mar-Jun 26'	Jul-Oct 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Oct 27'	Nov27'-Feb28'
TOTAL OPERASIONAL COST (OPEX)	Rp	2.959.511	Rp 11.153.511	Rp 14.190.551	Rp 54.525.911	Rp 58.193.831	Rp 66.564.111
Average Selling Price Per Fase	Rp	-	Rp 41.000	Rp 44.660	Rp 79.050	Rp 79.840	Rp 81.130
<b>MINIMAL User Per Fase (user)</b>		<b>0</b>	<b>272</b>	<b>318</b>	<b>699</b>	<b>729</b>	<b>820</b>
<b>ROI</b>							
		Mar-Jun 26'	Jul-Oct 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Oct 27'	Nov27'-Feb28'
<b>Target User Per Fase (user)</b>							
Average Selling Price Per Fase	Rp	0	200	300	600	800	1000
OPEX	Rp	2.959.511	Rp 11.153.511	Rp 14.190.551	Rp 54.525.911	Rp 58.193.831	Rp 66.564.111
ROI		-2%	-5%	-6%	-1252%	-737%	585%
Target Laba Bersih per Fase	Rp	(2.959.511)	Rp (2.953.811)	Rp (792.551)	Rp (7.908.911)	Rp (5.678.169)	Rp 14.864.898
Labu Kumulatif	Rp	(2.959.511)	Rp (5.913.021)	Rp (6.705.572)	Rp (13.801.482)	Rp (8.123.313)	Rp 6.442.577

Gambar 2.6 Proyeksi Break-Even Point (BEP) Lync

Dalam analisis kelayakan usaha, Lync menggunakan pendekatan *capital efficiency* dengan memanfaatkan kombinasi aset internal tim dan pengeluaran kas secara bertahap. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, total kebutuhan investasi (CAPEX) selama 2 tahun diproyeksikan sebesar IDR 110.206.703,00. Nilai tersebut terdiri atas aset berwujud (*tangible assets*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang digunakan untuk mendukung operasional serta pengembangan *platform* Lync. Komponen investasi utama meliputi:

Tabel 2.1 Komponen Investasi Utama

No.	Nama	Jumlah	Harga
1.	Laptop High Spec	4	IDR 80.000.000,00
2.	Kamera Insta360 Go Ultra	1	IDR 8.000.000,00
3.	Microphone Hollyland Lark A1	1	IDR 800.000,00
4.	Pendaftaran merek (HAKI)	1	IDR 1.800.000,00

No.	Nama	Jumlah	Harga
5.	Pendirian badan usaha	1	IDR 4.900.000,00
6.	Pengembangan <i>website</i>	1	IDR 10.000.000,00
7.	<i>Hosting dan domain</i>	1	IDR 4.706.703,00

Dari total investasi tersebut, sekitar IDR 88.800.000,00 berasal dari kontribusi internal tim (*inbrenng*), sedangkan kebutuhan pengeluaran kas langsung (*cash out*) hanya sebesar IDR 21.406.703,00. Pendekatan ini dilakukan untuk menekan risiko finansial pada tahap awal pengembangan usaha sekaligus menjaga efisiensi penggunaan modal.

Selain investasi awal, Lync juga memperhitungkan biaya penyusutan aset sebagai bagian dari biaya operasional tetap. Total penyusutan aset diperkirakan sebesar IDR 2.959.511,00 per bulan. Nilai ini berasal dari akumulasi penyusutan perangkat produksi, perangkat kerja, serta infrastruktur digital berdasarkan umur ekonomis masing-masing aset. Perhitungan penyusutan ini dilakukan sebagai bentuk antisipasi terhadap kebutuhan pemeliharaan dan pembaruan perangkat di masa mendatang agar operasional *platform* tetap berjalan secara berkelanjutan. Berikut merupakan perinciannya:

### 2.6.1 Perhitungan Struktur Operasional (OPEX)

Perhitungan biaya struktur operasional Lync dapat dibagi ke dalam beberapa fase pengembangan, yaitu *Development*, *Early Stage*, *Retention*, dan *Scaling*.

Pada fase *Development* dan *Early Stage*, strategi efisiensi biaya diterapkan dengan memanfaatkan pemasaran organik dan media sosial internal tim. Pada tahap ini, biaya operasional masih relatif rendah karena fokus utama berada pada pengembangan produk dan validasi awal pengguna. Total biaya operasional pada tiap fase diproyeksikan sebagai berikut:

Tabel 2.2 Proyeksi Total Biaya Operasional pada Tiap Fase

No.	Tahap	Harga
1.	<i>Development</i>	IDR 2.959.511,00
2.	<i>Early Stage</i>	IDR 11.153.511,00
3.	<i>Retention</i>	IDR 14.190.551,00
4.	<i>Scaling</i>	IDR 54.525.911,00
5.	<i>Retention Lanjutan</i>	IDR 58.193.831,00
6.	<i>Retention Akhir</i>	IDR 66.564.111,00

Pada umumnya, biaya operasional yang diterapkan pada fase *Scaling* kerap mengalami kenaikan yang disebabkan oleh berbagai macam hal, seperti penambahan gaji tim operasional, aktivitas pemasaran digital, *referral program*, *infrastruktur cloud* dan API, hingga penguatan retensi pengguna. Pada fase ini, biaya gaji operasional mencapai sekitar IDR 54.000.000,00 yang dialokasikan untuk mendukung pengembangan produk, *customer support*, serta pengelolaan operasional *website* Lync.

## 2.6.2 Model Pendapatan

Lync menggunakan model bisnis *freemium subscription*, yaitu kombinasi layanan gratis dan layanan premium berlangganan. Paket yang disediakan meliputi hal-hal di bawah ini:

Tabel 2.3 Paket *Freemium Subscription* Lync

No.	Paket	Harga
1.	<i>Basic/Free</i>	Gratis
2.	<i>Student (Monthly)</i>	IDR 79.000,00
3.	<i>Professional (Monthly)</i>	IDR 129.000,00
4.	<i>Student (Annual)</i>	IDR 799.000,00
5.	<i>Professional (Annual)</i>	IDR 1.188.000,00

Strategi monetisasi pada model pendapatan Lync difokuskan pada peningkatan nilai rata-rata pendapatan pengguna (*Average Selling Price/ASP*) di setiap fase pertumbuhan Lync. Proyeksi ASP Lync pada tiap fase yaitu, sebagai berikut:

Tabel 2.4 Proyeksi *Average Selling Price* Lync

No.	Tahap	Harga
1.	<i>Early Stage</i>	IDR 41.000,00
2.	<i>Retention Awal</i>	IDR 44.660,00
3.	<i>Scaling</i>	IDR 79.050,00
4.	<i>Retention Lanjutan</i>	IDR 79.840,00
5.	<i>Retention Akhir</i>	IDR 81.130,00

Peningkatan pada ASP menunjukkan bahwa seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna, proporsi pengguna premium juga meningkat sehingga pendapatan *platform* akan menjadi lebih stabil.

### 2.6.3 Proyeksi Pendapatan

Dalam proyeksi pendapatan Lync, pertumbuhan pengguna Lync diperkirakan dapat meningkat secara bertahap selama periode operasional 2 tahun. Berikut merupakan rinciannya:

Tabel 2.5 Proyeksi Pertumbuhan Pengguna dan Perkiraan Pendapatan Lync

No.	Tahap	Pengguna	Pendapatan
1.	<i>Early Stage</i>	350 Pengguna	IDR 14.350.000,00
2.	<i>Retention Awal</i>	600 Pengguna	IDR 26.796.000,00
3.	<i>Scaling</i>	1200 Pengguna	IDR 94.860.000,00
4.	<i>Retention Lanjutan</i>	1450 Pengguna	IDR 115.768.000,00
5.	<i>Retention Akhir</i>	1750 Pengguna	IDR 141.977.500,00

Berdasarkan proyeksi tersebut, jumlah pengguna Lync diperkirakan mengalami pertumbuhan yang konsisten pada setiap tahap pengembangan bisnis. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna dan optimalisasi strategi monetisasi yang diterapkan, pendapatan *website* juga

diproyeksikan mengalami peningkatan secara signifikan dari fase *Early Stage* hingga tahap *Retention* Akhir. Proyeksi ini menunjukkan bahwa model bisnis Lync memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan apabila pertumbuhan pengguna dan tingkat konversi layanan premium dapat tercapai sesuai target yang telah ditetapkan.

#### 2.6.4 Analisis *Break-Even Point* (BEP)

Analisis *Break-Even Point* (BEP) digunakan untuk mengetahui jumlah minimum pengguna berbayar agar operasional *platform* dapat mencapai sebuah titik impas (*break-even point*). Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, kebutuhan minimal pengguna untuk mencapai BEP pada setiap fase adalah:

Tabel 2.6 Kebutuhan Minimal Pengguna Lync untuk Mencapai BEP

No.	Tahap	Pengguna
1.	<i>Early Stage</i>	272 Pengguna
2.	<i>Retention</i> Awal	318 Pengguna
3.	<i>Scaling</i>	690 Pengguna
4.	<i>Retention</i> Lanjutan	729 Pengguna
5.	<i>Retention</i> Akhir	820 Pengguna

Hasil tersebut menunjukkan bahwa target pengguna yang diproyeksikan masih berada di atas titik impas, sehingga model bisnis Lync dinilai memiliki potensi keberlanjutan yang cukup baik.

#### 2.6.5 *Return on Investment* (ROI)

Berdasarkan proyeksi pendapatan dan biaya operasional yang telah disusun, Lync mulai menunjukkan potensi keuntungan pada fase *Scaling*. Pada tahap ini, pertumbuhan jumlah pengguna serta peningkatan nilai pendapatan per pengguna mulai mampu menutupi biaya operasional yang dikeluarkan, sehingga *website* diproyeksikan mampu memperoleh laba bersih sebesar IDR 7.095.911,00.

Keuntungan tersebut diperkirakan terus mengalami peningkatan pada fase-fase berikutnya seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna dan pendapatan *website* Lync. Pada akhir periode proyeksi, Lync diperkirakan mampu mencapai laba bersih sebesar IDR 14.565.889,00. Hasil proyeksi ini menunjukkan bahwa model bisnis dan strategi monetisasi yang diterapkan memiliki potensi untuk menghasilkan pengembalian investasi (*Return on Investment* atau ROI) yang positif dalam jangka panjang.

Secara kumulatif, kerugian awal pada fase pengembangan mulai tertutupi seiring pertumbuhan pengguna dan peningkatan pendapatan premium. Hal ini menunjukkan bahwa model bisnis Lync memiliki potensi pertumbuhan yang cukup stabil dalam jangka panjang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA