

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Proses pengembangan Lync bermula dari upaya untuk mentransformasi gagasan awal menjadi sebuah solusi bisnis yang konkret dan terukur. Tahapan ini difokuskan pada pendalaman serta eksplorasi terhadap potensi pengembangan ide yang telah dirumuskan sebelumnya, guna memastikan bahwa setiap fitur yang dikembangkan benar-benar menjawab kebutuhan pasar. Melalui validasi ini, penulis bersama tim melakukan penyaringan terhadap berbagai kemungkinan model bisnis agar platform yang dihasilkan memiliki relevansi tinggi bagi para pekerja lepas di industri kreatif.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Proses pencarian ide bisnis diawali dengan mengidentifikasi inefisiensi alur kerja (*workflow*) yang dialami oleh para kreator akibat banyaknya alat digital yang terfragmentasi. Pada tahap awal, tim sempat merancang konsep platform kreatif *all-in-one* yang menggabungkan fungsi inspirasi (Pinterest), manajemen (Notion), dan *portofolio* (Behance). Namun, melalui proses bimbingan dan analisis kompetitor, tim menyadari bahwa penyatuan fungsi tersebut sudah banyak ditawarkan oleh platform besar, sehingga tantangan utamanya adalah menemukan kebutuhan yang lebih mendesak bagi audiens.

Guna memvalidasi arah pengembangan, penulis bersama tim melakukan riset kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap 24 responden dalam rentang usia 18–24 tahun dari berbagai latar belakang bidang kreatif. Hasil riset menunjukkan bahwa para kreator sebenarnya tidak terlalu membutuhkan platform baru untuk mencari inspirasi, melainkan merasa sangat terbebani oleh aspek administratif dan manajemen klien yang melelahkan. Beberapa temuan utama yang menjadi landasan urgensi ide bisnis adalah:

1. Fragmentasi Komunikasi

Kreator sering merasa lelah karena harus terus-menerus memantau pesan klien yang terpecah di berbagai platform seperti WhatsApp, Discord, dan Instagram, yang menyebabkan *detail brief* sering kali terlewat atau tenggelam dalam *chat* personal.

2. Masalah Administratif & Legal

Responden menyatakan ketidaksukaan pada kerumitan urusan administratif seperti pembuatan *invoice*, kontrak, hingga penentuan strategi harga yang masih mengandalkan insting.

3. Kejelasan *Brief* dan Revisi

Munculnya banyak revisi akibat ekspektasi klien yang tidak tersampaikan dengan jelas sejak awal menjadi salah satu *pain point* terbesar yang dialami kreator.

Berdasarkan wawasan tersebut, tim memutuskan untuk melakukan pivot dari sekadar platform ideasi menjadi sebuah *workspace* manajemen proyek terintegrasi yang mampu mengelola *workflow* mandiri secara profesional. Pendekatan ini dinilai lebih layak dan berkelanjutan untuk dijalankan karena mengisi kekosongan sistem yang secara spesifik membantu sisi bisnis dari seorang kreator. Alur pengembangan ini akhirnya bermuara pada finalisasi konsep Lync yang berfokus pada standarisasi *brief* hingga kepastian legalitas bagi pekerja kreatif.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan hasil riset kualitatif terhadap problem fragmentasi komunikasi, kendala legalitas administratif, serta analisis terhadap keterbatasan alat manajemen proyek umum konvensional, penulis bersama tim memutuskan untuk memfinalisasi ide bisnis pada pengembangan Lync. Lync didefinisikan sebagai sebuah *workspace* manajemen proyek terintegrasi berbasis web (*all-in-one web-based hub*) yang dirancang khusus bagi pekerja kreatif agar mampu mengelola alur kerja (*workflow*) mandiri secara

profesional. Berbeda dengan alat manajemen umum yang rumit, Lync hadir sebagai solusi taktis yang ramah pengguna untuk mengatasi hambatan birokrasi administrasi, inefisiensi *workflow*, dan kendala komunikasi antara kreator dan klien.

Lync mengusung empat fitur utama yang menjadi nilai keunggulan (*value propositions*) sekaligus luaran (*output*) dari program *Entrepreneurship & Innovation* ini:

1. *Smart Brief Builder*

Sistem standardisasi kebutuhan awal proyek yang mengubah ekspektasi dinamis klien menjadi alur kerja terstruktur guna meminimalisir miskomunikasi dan revisi yang berulang sejak awal pengerjaan proyek.

2. *Timeline-Based Brief Hub*

Pusat penyimpanan data dan pengarsipan berkas yang secara otomatis mentransformasi draf brief klien yang ambigu menjadi lini masa (*timeline*) kerja yang rapi, transparan, dan terstruktur sesuai alur kerja kreatif.

3. *Integrated Business Kit*

Fasilitas administratif yang menyediakan akses instan ke berbagai template bisnis profesional (seperti *Terms of Service*, *invoice*, dan draf kontrak NDA) yang otomatis terhubung dengan data proyek untuk memberikan kepastian hukum bagi freelancer.

4. *Live Project Transparency*

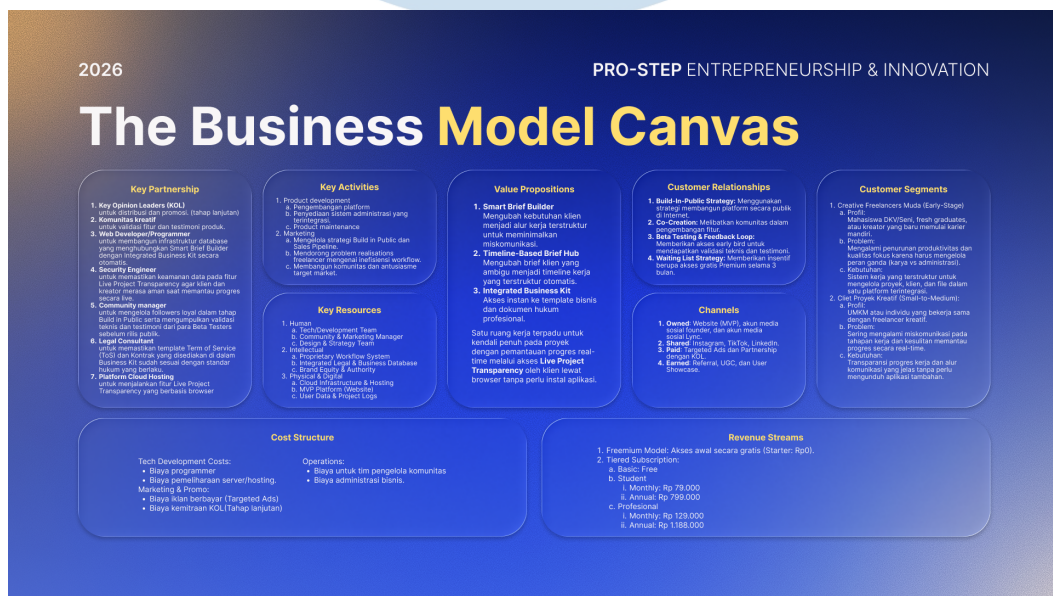
Fitur pelacakan progres digital yang memungkinkan klien memantau perkembangan proyek secara real-time langsung melalui *browser* tanpa perlu mengunduh aplikasi tambahan, guna membangun kepercayaan profesional.

Aspek inovasi dan ICT pada Lync terletak pada pengintegrasian seluruh alat administratif, manajemen tugas, dan proteksi legal ke dalam satu sistem berbasis web. Penggunaan teknologi informasi ini memungkinkan

adanya sinkronisasi data antar peran pengguna yaitu *early-stage freelance designer* sebagai pengguna utama dan klien proyek kreatif sebagai pengguna pendukung, secara efisien, transparan, dan terorganisir. Melalui finalisasi ide ini, Lync diharapkan menjadi ekosistem digital yang tidak hanya menunjang produktivitas visual, tetapi juga meningkatkan nilai tawar serta kredibilitas praktisi kreatif di industri secara berkelanjutan.

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan strategi manajemen yang digunakan untuk memetakan target konsumen, sumber pendapatan, serta infrastruktur bisnis Lync secara sederhana dalam satu kerangka terpadu (Rizki, 2024). BMC ini berfungsi sebagai acuan strategis bagi penulis dan tim dalam merealisasikan ide bisnis selama pelaksanaan program *Entrepreneurship & Innovation*. Seluruh elemen dalam BMC Lync telah melalui proses asistensi berkala bersama dosen pembimbing untuk memastikan model bisnis yang dijalankan memiliki keberlanjutan yang baik.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas* Lync

Berdasarkan perancangan yang telah dilakukan, berikut adalah penjabaran sembilan elemen dalam BMC Lync:

1. **Customer Segments:** target utama Lync adalah *Creative Freelancers Muda* (mahasiswa DKV/Seni, *fresh graduates*, atau kreator mandiri) yang memiliki kendala dalam mengelola peran ganda antara karya dan administrasi. Selain itu, Lync menysasar *Klien Proyek Kreatif* skala kecil hingga menengah (UMKM) yang membutuhkan transparansi progres kerja tanpa kerumitan teknis.
2. **Value Propositions:** Lync menawarkan empat fitur utama, yaitu *Smart Brief Builder* untuk mengubah kebutuhan awal klien menjadi alur kerja yang terstruktur guna meminimalkan miskomunikasi, *Timeline-Based Brief Hub* untuk mengubah draf brief klien yang ambigu menjadi lini masa kerja terstruktur secara otomatis, *Integrated Business Kit* untuk menyediakan akses instan ke berbagai template bisnis dan dokumen hukum profesional yang terhubung langsung dengan data proyek, *Live Project Transparency* untuk memfasilitasi client memantau progres proyek secara langsung melalui *browser*.
3. **Channels:** distribusi informasi dilakukan melalui saluran *Owned* (website dan akun media sosial resmi), *Shared* (Instagram, TikTok, LinkedIn), *Paid* (iklan bertarget dan kemitraan dengan KOL), serta saluran *Earned* (referensi pengguna dan User Generated Content).
4. **Customer Relationships:** hubungan dengan pengguna dibangun melalui strategi Build-In-Public untuk menciptakan keterikatan emosional, Co-Creation dengan melibatkan komunitas dalam pengembangan fitur, serta program Beta Testing dan strategi Waiting List untuk membangun antusiasme pasar.
5. **Revenue Streams:** pendapatan Lync diperoleh melalui model *Freemium* (akses awal gratis melalui paket *Starter* Rp0) dan skema *Tiered Subscription* berbayar yang dibagi menjadi dua kategori yaitu paket *Student*: Ditargetkan untuk skala mahasiswa dengan biaya

Rp79.000 per bulan atau Rp799.000 per tahun. Kategori kedua adalah paket *Professional* yang ditargetkan untuk pekerja lepas penuh waktu dengan biaya Rp129.000 per bulan atau Rp1.188.000 per tahun.

6. **Key Activities:** aktivitas kunci meliputi pengembangan platform (*product development*), penyediaan sistem administrasi terintegrasi, serta strategi pemasaran digital dan manajemen komunitas untuk mendorong pertumbuhan pengguna.
7. **Key Resources:** sumber daya utama yang menggerakkan Lync terbagi menjadi aset *Human* (tim teknologi/pengembang, manajer komunitas & pemasaran, serta tim kreatif strategi desain), aset *Intellectual* (sistem alur kerja eksklusif, basis data hukum & bisnis yang terintegrasi, serta otoritas ekuitas merek), serta aset *Physical & Digital* (infrastruktur *cloud & hosting*, situs web platform MVP, serta basis data pengguna dan catatan log proyek).
8. **Key Partnerships:** jaringan kemitraan strategis Lync melibatkan tujuh pihak penting, yaitu *Key Opinion Leaders* (KOL) untuk distribusi promosi, komunitas kreatif untuk validasi fitur, *Web Developer/Programmer* untuk membangun infrastruktur basis data dokumen, *Security Engineer* untuk menjamin keamanan data fitur *Live Project*, *Community Manager* untuk mengelola pengikut loyal, *Legal Consultant* untuk standardisasi keabsahan hukum dokumen administratif, serta penyedia *Platform Cloud Hosting*.
9. **Cost Structure:** alokasi biaya operasional Lync dipetakan menjadi tiga pos pengeluaran utama, yakni biaya pengembangan teknologi yang meliputi gaji *programmer* dan pemeliharaan server, biaya pemasaran dan yang meliputi iklan berbayar dan kompensasi *fee* KOL pada tahap lanjutan, serta biaya operasional yang mencakup upah tim pengelola komunitas dan biaya administrasi sehari-hari.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Lync merupakan perusahaan rintisan (*startup*) berbasis teknologi yang lahir dari inisiatif pengembangan program Entrepreneurship and Innovation (PRO-STEP) serta Ideation Program oleh Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2026. Sebagai platform manajemen proyek berbasis *web*, Lync dirancang untuk mengintegrasikan berbagai kebutuhan esensial pekerja kreatif, mulai dari sistem briefing, penjadwalan (*timeline*), hingga mekanisme pembayaran ke dalam satu kesatuan alur kerja yang sinkron.

Lahirnya Lync didasari oleh hasil riset dan observasi mendalam mengenai perilaku kerja *freelancer* kreatif yang masih terfragmentasi di berbagai platform berbeda, seperti aplikasi pesan instan dan sistem invoice manual. Melalui data primer yang diperoleh dari wawancara individu, diskusi kelompok (FGD), serta studi literatur, ditemukan adanya urgensi bagi para praktisi kreatif untuk memiliki sistem kerja yang lebih terpadu. Oleh karena itu, Lync diposisikan sebagai solusi *Software as a Service* (SaaS) yang didesain khusus guna mendukung efisiensi kerja para kreator dan pekerja kreatif muda di Indonesia.

Secara filosofis, nama "Lync" diambil dari kombinasi kata link (keterhubungan) dan sync (keselarasan) yang melambangkan visi perusahaan untuk menyelaraskan interaksi antara kreator, klien, dan proses bisnis dalam satu ekosistem yang berkesinambungan. Hal ini dipertegas dengan penggunaan *tagline* "Simply Synced" yang menonjolkan nilai utama platform sebagai penyedia sistem kerja yang sederhana namun terkoordinasi secara menyeluruh.



Gambar 2.2 Logo Lync

Dalam menjalankan operasional bisnisnya, Lync memiliki Visi untuk menciptakan sebuah ekosistem kerja di mana seluruh proses kreatif, kolaborasi, dan sistem administrasi dapat berjalan dalam satu alur yang sinkron. Visi tersebut kemudian diwujudkan melalui Misi utama untuk menyederhanakan cara kreator mengelola proyek serta berkomunikasi dengan klien melalui satu platform terpadu. Implementasi misi ini mencakup penyediaan sistem manajemen yang dirancang khusus untuk alur kerja kreatif, membantu peningkatan profesionalisme serta struktur kerja para kreator, memperkuat kepercayaan klien melalui transparansi progres yang jelas, serta mengintegrasikan kebutuhan administratif seperti kontrak dan invoice. Dengan cakupan layanan tersebut, Lync bergerak di bidang industri teknologi kreatif menggunakan model bisnis *Software as a Service (SaaS)* berbasis langganan yang berkomitmen mendukung transformasi digital bagi ekosistem kerja *freelancer* di Indonesia.

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi Lync dibentuk berdasarkan pembagian kompetensi strategis guna memastikan operasional perusahaan berjalan secara efektif dan terukur. Perusahaan dibagi menjadi dua departemen utama, yaitu *Business Department* dan *Creative Department*, yang bertujuan untuk menyelaraskan visi bisnis dengan kualitas luaran kreatif yang dihasilkan. Peta peran dan pembagian tugas dalam tim ini telah didiskusikan serta disetujui melalui bimbingan bersama dosen pembimbing internal dan eksternal guna menjamin profesionalisme kerja selama program berlangsung.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Lync

Adapun rincian tugas dan peran masing-masing anggota tim adalah sebagai berikut:

1. Sharon Claudia Bonansa (CEO)

- a. Bertindak sebagai pengambil keputusan strategis utama, memimpin arah operasional bisnis secara menyeluruh, serta menyelaraskan visi jangka panjang antar-departemen.
- b. Memegang kendali penuh atas manajemen finansial bisnis, meliputi penyusunan struktur biaya (*cost structure*), Harga Pokok Penjualan (HPP), *revenue model*, hingga proyeksi arus kas kelayakan keuangan.
- c. Merancang strategi komunikasi makro dan manajemen pemasaran digital (*social media content plan*) serta mengunci pesan utama (*main message*) kampanye Lync.
- d. Merumuskan dan menyusun isi klausul serta standarisasi dokumen fungsional bisnis (*Integrated Business Kit*) seperti *Terms of Service (ToS)*, *Invoice*, *Rate Card*, dan *Non-Disclosure Agreement (NDA)*.
- e. Menyusun naskah taktis (*copywriting*) dan cetak biru visual (*storyboard*) untuk kebutuhan produksi video pendek promosi.

2. Livia Lestari (CMO)

- a. Merancang dan mendesain identitas visual utama yang menjadi pondasi brand Lync.
- b. Mengawasi konsistensi penyampaian pesan merek (*brand voice*) di ranah publik agar selaras dengan pilar konten (edukasi, promosi, transparansi, dan komunitas).
- c. Mengembangkan elemen supergrafis untuk memperkuat estetika visual platform dan identitas perusahaan.
- d. Menyusun *Graphic Standard Manual (GSM)* sebagai panduan baku penggunaan identitas visual Lync di berbagai media.
- e. Merancang dan mendesain berbagai media kolateral perusahaan untuk mendukung profesionalisme citra Lync di mata klien dan mitra.

3. Andrea Christie (CCO)

- a. Membantu merancang dan mendesain tampilan *imageries* dan *iconographies* guna kebutuhan tampilan antarmuka (*User Interface*) platform manajemen proyek kreatif berbasis web “Lync”.
- b. Membantu proses perancangan dan pembuatan prototipe platform manajemen proyek kreatif berbasis web “Lync”.
- c. Membantu proses perancangan dan pembuatan *design system* dan *design document* guna kebutuhan arahan, panduan, dan standardisasi penggunaan serta pengembangan web “Lync”.
- d. Merancang dan mendesain *Key Visual* untuk kebutuhan pembuatan konten visual di media sosial.
- e. Merancang dan mendesain konten *feeds*, *story*, serta kebutuhan visual lainnya untuk media sosial.

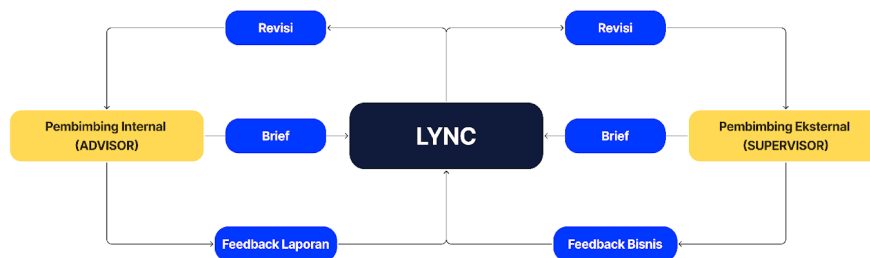
4. Natasha Baptista (CPO)

- a. Melakukan riset pengalaman pengguna (*User Experience - UX*) untuk menyusun arsitektur informasi dan alur kerja (*workflow*) digital yang intuitif bagi pekerja lepas kreatif.
- b. Mengeksekusi perancangan antarmuka pengguna (*User Interface - UI*) platform Lync mulai dari tahap pembuatan kerangka kabel (*wireframing*) hingga visualisasi digital komparatif.
- c. Mengembangkan dan menguji prototipe interaktif aplikasi (*interactive product prototype*) secara berkala untuk meminimalkan kendala teknis sebelum produk diimplementasikan kepada pengguna akhir.
- d. Merancang *design system* dan *design document* guna kebutuhan arahan, panduan, dan standardisasi penggunaan serta pengembangan web “Lync”.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Mekanisme operasional dalam pengembangan Lync mengedepankan sistem koordinasi yang integratif untuk menyelaraskan visi tim mahasiswa dengan ekspektasi akademik serta standar profesional di industri. Alur kerja ini dirancang

sebagai siklus berkelanjutan yang melibatkan pengawasan dari Dosen Pembimbing Internal (*Advisor*) dan Dosen Pembimbing Eksternal (*Supervisor*), guna memastikan setiap luaran program Entrepreneurship & Innovation memiliki validitas yang kuat.



Gambar 2.4 Bagan Mekanisme Kerja dan Koordinasi Pengembangan Lync

Secara sistematis, dinamika kerja dan pola koordinasi perusahaan dijabarkan melalui poin-poin berikut:

1. Perumusan Brief Awal

Tahapan awal dimulai dari internal tim Lync yang melakukan pemetaan kebutuhan proyek berdasarkan linimasa PRO-STEP. Tim merumuskan *brief* kerja yang mencakup aspek manajemen bisnis, desain identitas, hingga kerangka teknis platform (ICT). Dokumen *brief* ini menjadi acuan dasar sebelum dilakukan konsultasi lebih lanjut.

2. Koordinasi dengan Pembimbing Internal (*Advisor*)

Brief dan draf rencana kerja dipresentasikan kepada Dosen Pembimbing Internal (*Advisor*) untuk mendapatkan tinjauan dari sisi metodologi dan ketercapaian target pembelajaran. *Advisor* berperan sebagai pengarah agar proses pengembangan tetap berada pada koridor akademik universitas, memberikan bimbingan teknis, serta memberikan persetujuan awal sebelum ide diuji secara eksternal.

3. Koordinasi dengan Pembimbing Eksternal (*Supervisor*)

Setelah melewati filter akademik, tim melakukan koordinasi dengan Dosen Pembimbing Eksternal atau Supervisor. Fokus pada tahap ini adalah pengujian kelayakan ide di pasar nyata. Supervisor memberikan masukan kritis mengenai aspek operasional bisnis, efektivitas fitur bagi pengguna, serta tren industri terkini guna memastikan Lync siap diimplementasikan secara profesional.

4. Proses Revisi dan Pengembangan

Masukan yang diperoleh dari kedua belah pihak pembimbing diolah kembali oleh tim melalui proses revisi yang iteratif. Tahapan ini melibatkan perbaikan pada elemen visual, optimasi fitur di platform, hingga penajaman strategi komunikasi. Proses bimbingan ini memastikan bahwa hasil akhir tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan solutif.

5. Feedback Laporan dan Feedback Bisnis

Dalam skema koordinasi ini, tim menerima dua arus evaluasi yang berbeda namun saling mendukung. Advisor berfokus pada *feedback* laporan guna menjaga kualitas dokumentasi dan sistematika penulisan. Sementara itu, Supervisor memberikan *feedback* bisnis yang berfokus pada model monetisasi, strategi pertumbuhan, serta profesionalisme hubungan klien-kreator.

6. Integrasi Hasil ke dalam Sistem Lync

Hasil final dari seluruh proses konsultasi, revisi, dan validasi tersebut kemudian diintegrasikan secara utuh ke dalam pengembangan platform Lync. Hal ini memastikan bahwa platform yang dihasilkan merupakan produk yang matang, telah teruji secara teori maupun praktik, dan memiliki landasan legalitas serta administratif yang terstandarisasi.

Melalui skema alur kerja yang terstruktur ini, Lync mampu menjembatani celah antara program akademis, inovasi mahasiswa dan kebutuhan industri. Koordinasi dua arah ini menjamin bahwa setiap langkah pengembangan

Lync memiliki akuntabilitas yang tinggi dan berorientasi pada keberlanjutan usaha jangka panjang.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Langkah awal dalam menginisiasi platform Lync dilakukan melalui pemetaan kebutuhan investasi awal (*Capital Expenditure*) untuk mengunci kesiapan infrastruktur. Perhitungan pada Gambar 2.5 menunjukkan total kebutuhan investasi awal Lync berada pada angka Rp110.206.703. Anggaran tersebut dialokasikan secara efisien ke dalam dua bentuk kepemilikan aset, yaitu aset non-tunai (*CAPEX Non-Cash/Inbreng*) sebesar Rp88.800.000 yang mencakup pengadaan perangkat keras produksi seperti laptop spesifikasi tinggi, kamera, dan mikrofon untuk kebutuhan pembuatan konten. Sementara itu, alokasi dana tunai (*CAPEX Cash Out*) ditetapkan sebesar Rp21.406.703 yang difokuskan pada aspek legalitas (pendaftaran merek HAKI dan pendirian badan usaha) serta pengamanan aset digital berupa pengembangan web awal, domain, dan paket *hosting*. Seluruh instrumen fisik dan digital tersebut mengalami penyusutan nilai berkala dengan akumulasi total depresiasi operasional sebesar Rp2.959.511 per bulan.

CAPEX	Status	Qty	Estimasi Harga Satuan Saat Ini	Total Harga Saat Ini	Umur Ekonomis (Bulan)	Nilai Sisa	Nilai Penyusutan Per Bulan
Production Hardware (Tangible Assets)							
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
Legalitas & Identitas Brand (Intangible Assets)							
Pendaftaran Merek (HAKI)	Rencana	1	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000	60	Rp -	Rp 30.000
Pendirian Badan Usaha	Rencana	1	Rp 4.900.000	Rp 4.900.000	60	Rp -	Rp 81.667
Infrastruktur Digital (Digital Assets)							
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					
TOTAL INVESTMENT (CAPEX)	Rp	110.206.703					
TOTAL DEPRESIASI (Nilai penyusutan per bulan)	Rp	2.959.511					

Gambar 2.5 Perhitungan Capex

Proyeksi arus pendapatan Lync disusun secara bertahap mengikuti tingkat penerimaan pasar terhadap platform. Mengacu pada data Gambar 2.6, pada fase *Development* (Juli–Oktober 2026), platform belum menghasilkan pendapatan karena tim berfokus pada validasi produk. Arus pendapatan pertama mulai tercatat pada fase *Early Stage* (November 2026–Februari 2027) sebesar Rp14.350.000 dengan total 350 pengguna awal. Seiring berjalannya waktu, pendapatan Lync diproyeksikan mengalami lompatan signifikan secara eksponensial, bergerak dari

Rp26.796.000 pada fase *Retention* pertama hingga menyentuh angka Rp141.977.500 pada fase *Retention* akhir (Maret–Juni 2028) dengan target akumulasi pengguna sebanyak 1.750 *user*. Peningkatan pendapatan yang masif ini didorong oleh perluasan basis penetrasi pasar dan konversi pengguna gratis menjadi pelanggan berbayar.

Revenue	Jul-Okt 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Okt 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 Rp
Revenue	Rp	- Rp	14.350.000 Rp	26.796.000 Rp	94.860.000 Rp	115.768.000 Rp	141.977.500 Rp

Gambar 2.6 Perhitungan *Revenue*

Untuk mengimbangi pertumbuhan platform, struktur biaya operasional (*Operational Expenditure*) Lync dipetakan secara ketat ke dalam dua pos pengeluaran, yaitu *Fixed Cost* (Biaya Tetap) dan *Variable Cost* (Biaya Variabel). Sebagaimana dijabarkan dalam Gambar 2.7 pada tiga fase awal (Juli 2026–Juni 2027), Lync menerapkan strategi efisiensi biaya ketat di mana biaya operasional total ditekan pada kisaran Rp2.959.511 hingga Rp14.190.551 karena tim belum mengalokasikan anggaran untuk gaji internal. Namun, memasuki fase *Scaling* (Juli–Oktober 2027), total OPEX melonjak secara terencana menjadi Rp54.525.911. Lonjakan ini didorong oleh keputusan strategis untuk mulai membayarkan kompensasi profesional berupa Gaji Founder sebesar Rp10.800.000, upah karyawan senilai Rp5.400.000, serta pembesaran alokasi *Variable Cost* seperti pajak, *cloud infrastructure*, dan biaya gerilya pemasaran (*ads & referral*) guna mengamankan skalabilitas platform secara profesional. Total OPEX berangsur meningkat hingga puncaknya sebesar Rp66.564.111 di fase akhir proyeksi.

OPEX	Jul-Okt 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Okt 27'	Nov27'-Feb28'	Mar-Jun28'
Fixed Cost		Early Stage	Retention	Scaling	Retention	Retention
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
Base Maintenance & Bug Fixing	Rp -	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.200.000	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
Variable Cost (COGS)						
Payment Gateway Fees (2%)	Rp -	Rp 287.000	Rp 535.920	Rp 1.897.200	Rp 2.315.360	Rp 2.839.550
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 80.000
(Marketing Cost)						
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 5.895.120	Rp 20.869.200	Rp 25.468.960	Rp 31.235.050
Total Fixed Cost	Rp 2.959.511	Rp 3.959.511	Rp 3.959.511	Rp 20.359.511	Rp 20.659.511	Rp 20.659.511
Total Variable Cost	Rp -	Rp 7.194.000	Rp 10.231.040	Rp 34.166.400	Rp 37.534.320	Rp 45.904.600
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

Gambar 2.7 Perhitungan Opex

Kunci utama dari stabilitas pendapatan Lync bersandar pada formulasi *Pricing Model* berpendekatan *Freemium* dan *Tiered Subscription*. Merujuk pada data Gambar 2.8, Lync menawarkan variasi paket yang terdiri dari paket *Basic/Free* (Rp0), *Student Monthly* (Rp79.000), *Professional Monthly* (Rp129.000), serta opsi paket hemat tahunan berupa *Student Annual* (Rp799.000) dan *Professional Annual* (Rp1.188.000). Keberhasilan model ini terlihat pada pergerakan angka *Average Selling Price* (ASP) per fase. Pada fase awal, mayoritas pengguna didominasi oleh segmen gratis sehingga ASP berada di angka Rp41.000. Seiring peningkatan kepercayaan pengguna dan aktivasi fitur eksklusif, persentase pengguna gratis ditekan hingga menjadi 65% pada fase akhir, yang secara otomatis mendongkrak nilai ASP Lync secara konsisten menuju angka Rp81.130 per pengguna.

Model Harga & ASP		Jul-Okt 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Okt 27'	Nov27'-Feb28'	Mar-Jun28'
Paket	Harga	Development	Early Stage	Retention	Scaling	Retention	Retention
Basic/Free	Rp -	100%	81%	77%	67%	66%	65%
Student Monthly	Rp 79.000	0%	15%	18%	23%	24%	24%
Professional Monthly	Rp 129.000	0%	1%	2%	4%	4%	5%
Student Annual	Rp 799.000	0%	2%	2%	4%	4%	4%
Professional Annual	Rp 1.188.000	0%	1%	1%	2%	2%	2%
Average Selling Price Per Fase	Rp -	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		Rp 41.000	Rp 44.660	Rp 79.050	Rp 79.840	Rp 81.130	

Gambar 2.8 Model Harga dan ASP

Analisis Titik Impas (*Break-Even Point*) dalam model bisnis platform digital Lync dihitung berdasarkan batas kuantitas minimum pengguna membayar yang harus diraih pada setiap fase operasional guna menutupi seluruh beban biaya berjalan (*OPEX*). Merujuk pada Gambar 2.9, target pengguna Lync dirancang bergerak naik. Pada fase *Early Stage*, Lync diwajibkan menjaring minimal 272 pengguna aktif untuk mencapai titik impas terhadap beban operasional awal. Kebutuhan jumlah pengguna minimum ini mencapai puncaknya pada Maret–Juni 2028, di mana platform membutuhkan minimal 820 pengguna membayar agar berada pada titik aman operasional. Analisis BEP dinamis ini membuktikan bahwa strategi penetapan harga Lync sangat responsif terhadap fluktuasi biaya internal.

BEP	Jul-Okt 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Okt 27'	Nov27'-Feb28'	Mar-Jun28'
TOTAL OPERASIONAL COST (OPEX)	Development	Early Stage	Retention	Scaling	Retention	Retention
	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
MINIMAL User Per Fase (user)	0	272	318	690	729	820

Gambar 2.9 Perhitungan BEP

Melalui integrasi seluruh instrumen keuangan di atas, performa profitabilitas makro Lync dipetakan melalui metrik tingkat pengembalian investasi (*Return on Investment*). Berdasarkan evaluasi akhir pada Gambar 2.10, Lync menunjukkan kurva pertumbuhan di mana perusahaan secara sadar membukukan nilai laba bersih negatif pada lima fase pertama operasional bisnis. Akumulasi kerugian tertinggi tercatat pada fase *Scaling* (Juli–Oktober 2027) dengan laba kumulatif menyentuh minus Rp13.801.482 akibat adanya investasi masif pada sektor SDM dan perluasan jaringan pemasaran digital.

ROI	Jul-Okt 26'	Nov26'-Feb27'	Mar-Jun27'	Jul-Okt 27'	Nov27'-Feb28'	Mar-Jun28'
	Development	Early Stage	Retention	Scaling	Retention	Retention
Target User Per Fase (user)	0	200	300	600	800	1000
Average Selling Price Per Fase	Rp -	Rp 41.000	Rp 44.660	Rp 79.050	Rp 79.840	Rp 81.130
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	-3%	-5%	-6%	-1252%	-737%	585%
Target Laba Bersih per Fase	Rp (2.959.511)	Rp (2.953.511)	Rp (792.551)	Rp (7.095.911)	Rp 5.678.169	Rp 14.565.889
Laba 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 2.10 Perhitungan ROI

Meskipun demikian, pengorbanan modal di tahun pertama tersebut membuahkan hasil nyata pada tahun kedua berjalan. Fase pemulihan keuangan mulai terlihat nyata pada fase *Retention* kelima (November 2027–Februari 2028) di mana platform mencetak laba bersih positif pertama sebesar Rp5.678.169. Puncaknya, pada fase *Retention* keenam (Maret–Juni 2028), Lync berhasil merealisasikan target pertumbuhan penuh dengan meraup Laba Bersih per Fase sebesar Rp14.565.889 yang secara otomatis membalikkan posisi keuangan menjadi surplus dengan nilai Laba Kumulatif positif sebesar Rp6.442.577 dan mencatatkan persentase nilai *ROI* yang sehat sebesar 585%. Kondisi finansial akhir ini menegaskan bahwa model bisnis Lync terbukti layak, berkelanjutan, dan memiliki ketahanan bisnis jangka panjang yang menjanjikan. Namun, melihat kondisi ekonomi Indonesia yang saat ini tidak stabil, maka besar kemungkinan proyeksi keuangan ini bisa berubah seiring waktu.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA