

## BAB II

### PEMBENTUKAN IDE BISNIS

#### 2.1 Validasi Ide Bisnis

Ide bisnis dikembangkan melalui kerjasama tim melalui diskusi bersama secara *online* dan *offline*. Diskusi bersama meliputi validasi ide bisnis yang dimulai dengan eksplorasi apa yang ingin dibuat, bangun, dan di proses. Setelahnya, bersama-sama melakukan rapat dan membuat proposal ide bisnis.

##### 2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Perjalanan ide bisnis diawali dengan diskusi panjang dan diakhiri dengan kesepakatan dengan membuat IP orisinal dan mengembangkannya melalui program PRO-STEP Entrepreneurship & Innovation. Tahap awal diawali dari *brainstorming* ide IP berdasarkan hal yang diminati seperti budaya Indonesia dan mencampurkannya dengan media *storytelling* seperti *animated music video*. Setiap anggota memberikan inputnya masing-masing selama berdiskusi dan akhirnya terbangunlah *Prayers of Jiva*. Terdapat beberapa masalah seperti kurangnya waktu untuk memproduksi animasi dalam kurun waktu 4 bulan dan kebutuhan *asset* yang banyak. Untuk mengatasinya, tugas-tugas tersebut dibagikan kepada sesama untuk menyeimbangkannya.

Awal mula putusan tim dalam menjual *merchandise* adalah bentuk miskomunikasi yang terjadi sehingga awal fokus tim bertuju ke arah *merchandise*. Namun, setelah mengomunikasikannya lebih dalam bersama *Supervisor*, akhirnya tim memutuskan untuk mengembangkan *teaser* animasi IP orisinal menjadi satu episode penuh dengan lagu dan mengembangkan *merchandise* setelahnya. Salah satu contoh IP lokal yang sukses dengan berbagai animasi dan *merchandise* adalah Si Juki. Pada awal berdiri, si Juki hanyalah sebuah komik strip yang berhasil dikembangkan menjadi animasi sederhana hingga ke tahap layar lebar dan disukai oleh khalayak ramai (Tirta, 2025). Seiring dengan berjalannya program PRO-STEP, Jivva Studios juga

melihat perkembangannya industri sektor ekonomi kreatif yang berkembang dan mendapatkan dukungan dari pemerintah (Hermawan et al., 2024). Terlihat dari munculnya beragam *merchandise* yang dapat dibeli seperti *keychain*, *standee* akrilik, *blind box*, dan sebagainya.

Tetapi, Jivva Studios beberapa kali mengalami keraguan dan kebingungan bagaimana mengembangkan IP. Akibat dari kurangnya insight seputar IP. Atas dasar persetujuan dan bimbingan dari *Advisor*, Jivva Studios mulai mencoba menghubungi beberapa pelaku pemilik IP orisinal di Indonesia, salah satunya Caravan Studios. Selain menjalankan wawancara, Jivva Group juga meluncurkan kuesioner untuk meneliti jenis perangkat dan media yang sering dikonsumsi oleh khalayak ramai. Terdapat banyak wawasan dan ilmu yang didapati, atas dasar itu, Jivva Group terus melanjutkan dan mengembangkan *Prayers of Jiva*.

### 2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan fenomena, potensi pasar, dan rumusan masalah, dirancanglah sebuah IP yang berlatar di Indonesia pada masa depan yang mengulik tentang koneksi emosional antar manusia. Penyampaian cerita dihaturkan melalui *Animated Music Video*, disajikan dengan musik *pop* dengan sentuhan instrumen Indonesia. Setelah meluncurkan AMV, *merchandise* akan dirilis untuk meningkatkan dukungan dan mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Untuk mengembangkan suatu IP, empat mahasiswa memutuskan untuk menciptakan studio yang bernama Jivva Group yang bertujuan untuk mempelajari dan mengeksplorasi budaya Indonesia untuk disajikan dalam bentuk AMV.

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

## 2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas Prayers of Jiva dibentuk untuk menggambarkan ide bisnis secara sederhana berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan. IP Prayers of Jiva menargetkan *audience* dewasa muda dengan hobi berkegiatan intensif namun memiliki kepribadian yang kurang percaya diri. Nilai dari IP ini adalah membangun komunitas *online* dan menceritakan kisah orisinal yang terinspirasi dari cerita rakyat. Untuk mencapai *target audience*, Prayers of Jiva akan menggunakan kanal distribusi sosial media karena mudah diakses seperti, Instagram dan Youtube. Untuk mencapai target animasi, Prayers of Jiva akan membutuhkan SDM dan modal pemasukan yang akan bersumber dari jualan *merchandise*, *sponsorship*, dan kerjasama dengan bisnis lain.

# BMC

10/11



Gambar 2.1 Business Model Canvas Prayers of Jiva

Kuncinya untuk memahami bisnis dan target *audience*. Oleh sebab itu, pada *Value Proposition*, Prayers of Jiva merupakan kekuatan dari Jivva Group karena penyampaian ceritanya yang melalui animasi *motion graphic* yang diiringi dengan lagu. Namun, untuk menghasilkan mahakarya, dibutuhkan sumber daya manusia (pekerja & vendor) untuk menghasilkan beragam *merchandise*, mengatur keuangan, menjaga kualitas produk, mempromosikan Prayers of Jiva ke beragam *platform*, dan menjaga hak kekayaan intelektual. Dalam hal promosi, Jivva Group akan mengikuti expo untuk meraih *audience* yang lebih luas seperti IP Expo.

Melihat bobot pekerjaan yang dilakukan, Jivva Group perlu mengatur alur keuangan. Pada *Revenue Streams*, Jivva Group menjual *merchandise*, monetisasi Youtube & Instagram, mengurus royalti musik, dan melakukan lisensi untuk mencari pemasukan. Hasil pemasukan tersebut, berjalan ke arah biaya yang modal seperti *fixed cost* dan *variable cost* sesuai yang tertera pada *Cost Structure*.

## 2.3 Deskripsi Perusahaan

Jivva Group merupakan studio yang hadir untuk menceritakan sebuah kisah dengan nuansa budaya Nusantara. Didirikan oleh empat mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara prodi Desain Komunikasi Visual yang ingin masuk ke industri ekonomi kreatif dan mengembangkan IP orisinal.

### 2.3.1 Visi dan Misi

#### 1. Visi

Menjadi studio kreatif yang menuangkan kisah penuh gairah dan makna melalui karya visual yang menjiwai.

#### 2. Misi

##### a. Leaving no story untold

Mengantarkan cerita/narasi hingga terpublikasikan kepada dunia massa.

##### b. Staying passionate in the game

Memastikan karya berkembang dengan baik dan memprioritaskan kualitas over kuantitas

##### c. Going out of bounds

Terus bereksperimen, memperluas batasan kreatif dengan implementasi, tidak takut untuk memasuki wilayah yang belum dipetakan, menjangkau lebih dari sekedar kelompok, melainkan populasi

##### d. Piercing people's hearts

Meneliti keinginan orang untuk terhubung, dipahami, dan berempati.

### 2.3.2 Logo Perusahaan

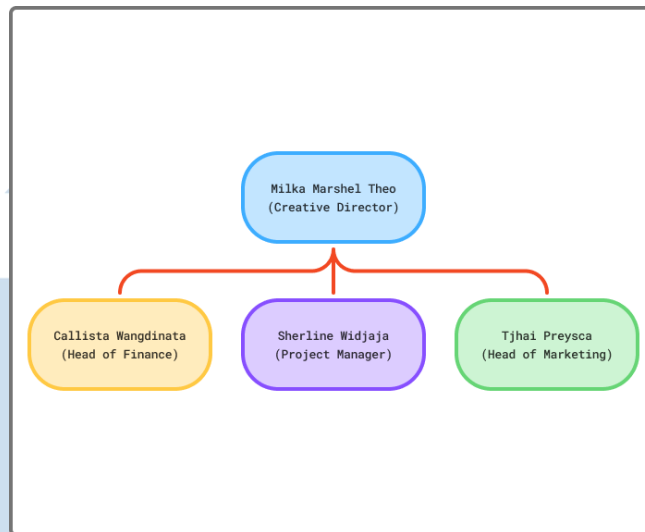
Logo Jivva Group merupakan logotype dengan dua komponen utama berupa “Jivva” dan “Group”. Makna dibalik logo ini ialah, 1) Kata Jivva yang berarti “Jiwa” dari bahasa sansekerta. Kata jiwa sendiri berarti roh manusia yang menyebabkan seseorang hidup (KBBI, n.d.). 2) Huruf “i” pada Jivva dibuat seperti bintang menyala, yang melambangkan terang diantara gelapnya langit malam di bumi. 3) Secara warna, Jivva Group menggunakan dua warna yakni kuning dan pink. Menurut Souther (2025), warna kuning berarti optimis, kebahagiaan, dan energi yang baik. Untuk warna pink berarti kelembutan, rasa sayang, dan cinta (Halodoc, 2026). Berdasarkan makna yang dijelaskan, Jivva Group didirikan atas dasar minat dan *passion* setiap pendiri untuk menciptakan IP dan mengeksplorasi budaya Indonesia lebih lanjut.



Gambar 2.2 Logo Jivva Group

### 2.4 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan diperlukan untuk menciptakan alur pekerjaan yang terorganisir (Kholik et al., 2026). Sebagai perusahaan *startup*, Jivva Group membagikan tugas kepada masing-masing pendiri sesuai diskusi dan kesepakatan bersama. Namun, dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia, satu orang tak terikat pada proyek yang ditugaskannya. Jivva Group membuka kolaborasi dan diskusi bersama. Berikut adalah penjelasan jabatan Jivva Group dimulai dari ketua, *project manager*, finansial, dan marketing:



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Jivva Groupz

### 1. Milka Marshal Theo (Creative Director)

Ketua dan Creative Director dari Jivva Group, memiliki tanggung jawab juga sebagai pengambil keputusan, mengembangkan ide bisnis dalam bidang kreatif, dan memberikan instruksi serta arahan dalam pengembangan desain.

### 2. Sherline Widjaja (Project Manager)

Berperan sebagai manager yang mengatur dan mengelola pembagian tugas, mengelola *roadmap*, menyusun jadwal temu dengan *Supervisor*, dan *Advisor* tim, juga menjadi bagian dari *human resource* yang memantau kinerja setiap member Jivva Group. Perannya tak terbatas sampai sana, Sherline juga ikut serta dalam membantu mengerjakan *Key Visual Environmental Prayers of Jiva*.

### 3. Callista Wangdinata (Head of Finance)

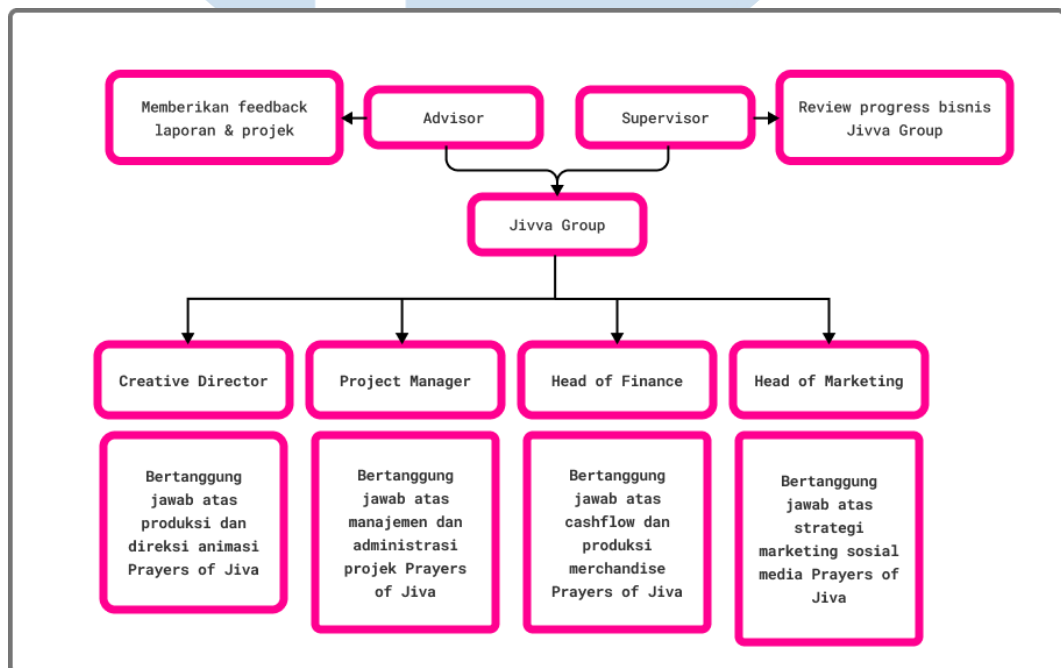
Berperan sebagai bendahara, bertanggung jawab atas keuangan (mengelola) dan bertugas sebagai pencari vendor untuk mencetak *merchandise*. Selain mengelola keuangan dan vendor, Callista juga ikut serta dalam membantu *Creative Director* dalam menyelesaikan tugas *Key Visual*.

#### 4. Tjhai Preysca (Head of Business & Marketing)

Bertanggung jawab dalam mengelola dan menyusun perancangan *marketing* promosi *Prayers of Jiva*, melaksanakan riset *marketing* strategi kompetitor, menganalisis hari padat pengguna sosial media, juga ikut serta dalam membantu *Creative Director* dalam menyelesaikan *Key Visual*.

#### 2.5 Alur Kerja Perusahaan

Selama merancang dan mengembangkan *Prayers of Jiva*, Jivva Group dibimbing oleh Supervisor dan Advisor. Supervisor membimbing dalam bisnis, sedangkan Advisor membimbing dari segi desain dan mengetik laporan. Proses menghubungi Supervisor dan Advisor menggunakan aplikasi *online chat* bernama Whatsapp (Supervisor), dan LINE (Advisor). Secara tim inti sendiri, Jivva Group menggunakan Whatsapp dan Discord untuk berkomunikasi dan mengerjakan proyek bersama.



Gambar 2.4 Alur Kerja Perusahaan Jivva Group

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

### 2.5.1 Koordinasi Tim

Setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat diadakan pertemuan untuk berdiskusi atau mengerjakan proyek bersama. Proses ini diharapkan tidak ada member yang tertinggal informasi atau lengah dalam mengerjakan proyek. Pertemuan dapat dilakukan secara *offline* dan *online* melalui discord. Setiap selesai pertemuan, terdapat notulensi yang dapat dilihat kembali oleh setiap membeanya seperti pembagian tugas. Berikut merupakan penjabaran dalam bentuk poin:

1. Rapat Mingguan
  - a. Rapat diadakan setiap Senin, Rabu, dan Jumat secara *online* dan *offline* untuk berdiskusi.
  - b. Diskusi dilaksanakan dengan efisien.
  - c. Apabila terdapat tugas, akan dilaksanakan pembagiannya sesuai dengan bobot.
2. Pembagian Tugas
  - a. Setelah berdiskusi panjang akan worldbuilding dan alur cerita, tugas-tugas mulai di *list down*.
  - b. Pembagian tugas disesuaikan dengan jumlah anggota yang *available* dan bobot tugas.
3. Umpan Balik Tugas
  - a. Apabila tugas hampir atau sudah selesai, akan diajukan ke *group chat* dan meminta opini dari setiap anggota.
  - b. Revisi diberlakukan apabila terdapat ketidakcocokan antara konsep atau visi dari *Creative Director* dan segera diselesaikan.
  - c. Setelah tugas dinyatakan selesai, aset visual akan dimasukkan ke dalam *Google Drive* bersama dan *update status roadmap* pembagian tugas.

### 2.5.2 Bimbingan dengan Supervisor dan Advisor

Dalam hal bimbingan dengan Supervisor dan Advisor, project manager Jivva Group akan menanyakan ketersediaan jadwal untuk

didiskusikan. Ketika kesepakatan telah terjalin, pertemuan akan berlangsung pada hari dan waktu yang telah ditentukan. Untuk Supervisor, bimbingan berada dalam jangkauan bisnis, segala masukan yang diberikan itu berkaitan dengan perkembangan proyek dan perancangan promosi. Pertemuan akan berlangsung selama 1-2 jam di Skystar Ventures. Ketika sudah mencapai titik terang, Jivva Group akan melanjutkan progress proyek dan akan kembali menghubungi Supervisor ketika mencapai titik buntu pada proyek. Selain membimbing dalam mengerjakan proyek, Supervisor yang membantu Jivva Group dalam *reach out* ke Dedicated Mentor selama pengembangan *Prayers of Jiva*. Sedangkan untuk Advisor, bimbingan akan dilakukan setiap minggunya dengan upaya mendapatkan titik terang dalam mendesain, mencari networking untuk mencari data, dan mengetikkan laporan. Bimbingan diberitahukan di *group chat* LINE oleh dosen pembimbing.

#### 1. Supervisor

- a. Tim merancang dan akan melaksanakan sebuah tugas.
- b. Mendapati titik buntu sehingga kebingungan dan ragu untuk melanjutkan progres.
- c. Project Manager menghubungi Supervisor untuk bimbingan.
- d. Bersama tim, mendiskusikan dan memilih waktu bimbingan.

#### 2. Advisor

- a. Tim merancang dan akan melaksanakan sebuah tugas.
- b. Mendapati titik buntu sehingga kebingungan dan ragu untuk melanjutkan progres.
- c. Project Manager menghubungi Advisor untuk bimbingan.
- d. Bersama tim, mendiskusikan dan memilih waktu bimbingan.

### 2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha menjadi bagian penting dalam menjalankan bisnis guna melihat dan mempertimbangkan penggunaan uang. Keberlangsungan Jivva Group dan IP *Prayers of Jiva* akan tergantung dari pemasukan yang

dihasilkan dari jualan merchandise. Untuk melihatnya diperlukan analisis *Break Event Poin* (BEP). Berikut adalah penggambarannya:

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

Berikut adalah rincian keuangan Jivva Group:

Tabel 2.1 Tabel Keuangan Jivva Group

Harga Modal Awal ( <i>Capital Investment</i> )			
Kebutuhan	Biaya	Qty	Total Biaya
<i>Digital Marketing</i>	Rp4,500,000	1	Rp4,500,000
Biaya registrasi <i>domain website</i>	Rp300,000	1	Rp300,000
Biaya perpanjangan domain website	Rp 400,000	12 bulan	Rp4,800,000
Biaya pendaftaran hak cipta	Rp500,000	1	Rp500,000
Biaya pendaftaran hak merek	Rp500,000	1	Rp500,000
Total Biaya Modal Awal			Rp10,600,000
Harga Pokok Produksi (HPP)			
Biaya Tidak Tetap ( <i>Variable Cost</i> )			

<i>Music production</i>	Rp2,000,000	1	Rp2,000,000
<i>Merchandise production</i>	Rp10,000,000 (untuk 5 jenis item)	1	Rp10,000,000
<i>Google Ads</i>	Rp9,000,000	1	Rp9,000,000
<i>Meta Ads (Instagram, Facebook)</i>	Rp1,000,000	5	Rp5,000,000
<i>Total Variable Cost</i>			Rp26,000,000
<b>Biaya Tetap (Fixed Cost)</b>			
<i>Biaya sewa gedung (lantai)</i>	Rp2,000,000	12	Rp24,000,000
<i>Air &amp; Listrik</i>	Rp1,500,000	12	Rp18,000,000
<i>Adobe Creative License</i>	Rp800,000	12	Rp 9,600,000
<i>SSL Certificate</i>	Rp100,000	12	Rp1,200,000
<i>Total Fixed Cost</i>			Rp52,800,000
<b>Total Cost Keseluruhan</b>			<b>Rp89,400,000</b>

Dalam menghitung hasil BEP, diperlukan menghitung modal, *fixed cost*, dan *variable cost* untuk menunjang keberhasilan bisnis. Nilai yang didapat sebesar Rp101,400,000. Untuk mengetahui Harga Pokok Penjualan (HPP), Jivva Group menentukan target per tahunnya. Berikut adalah penjelasan lebih dalam:

$$HPP : \frac{\text{Total Cost}}{\text{Target per Tahun}}$$

$$HPP : \frac{Rp89.400.000}{250}$$

$$HPP : Rp357.600$$

Diketahui HPP senilai Rp405.600. Angka ini diperoleh dari *Total Cost* yang merupakan biaya gabungan dari modal, *fixed cost*, dan *variable cost*. Target per tahun diambil dari penjualan merchandise sebanyak 50 pcs dikalikan 5 jenis *merchandise*. Langkah berikutnya, untuk menentukan harga jual, Jivva Group mengambil keuntungan sebesar 50%. Berikut adalah perhitungannya:

$$\text{Harga Jual} : HPP \times (1 + \text{persentase keuntungan})$$

$$\text{Harga Jual} : Rp357.600 \times (1 + 50\%)$$

$$\text{Harga Jual} : Rp357.600 \times 1.5$$

$$\text{Harga Jual} : Rp536.400$$

Setelah mendapatkan harga jual senilai Rp608.400. Jivva Group dapat menghitung BEP yang didapat dari *Total Fixed Cost* dibagi Harga Jual dikurangi Biaya Variabel per Unit. Biaya Variable per Unit diperoleh dari Total Biaya Variabel senilai Rp26.000.000 dibagi target Pertahun sejumlah 250. Hasilnya adalah Rp104.000 dengan perhitungan lebih lanjut sebagai berikut:

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

$$BEP (Unit) : \frac{Rp 52.800.000}{(Rp536.400 - Rp104.000)}$$

$$BEP (Unit) : \frac{Rp 52.800.000}{Rp432.400}$$

$$BEP (Unit) : 122,109158$$

$$BEP (Unit) : 122 \text{ Unit}$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, jumlah BEP yang dihasilkan per tahunnya ialah 105 unit. Untuk melihat keuntungan, perhitungan BEP dalam

rupiah harus dirumuskan. Melihat dari jumlah harga jual dan BEP per unit yang dihasilkan, berikut adalah perhitungannya:

*BEP (Rupiah): Harga jual × BEP per unit*

*BEP (Rupiah): Rp536.400 × 122*

*BEP (Rupiah): Rp65.440.800*

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, jumlah uang yang dihasilkan dari penjualan pertahunnya adalah Rp65.440.800 dari *merchandise*. Namun, selain *merchandise*, *Prayers of Jiva* dapat mendapatkan pemasukan tambahan melalui kerjasama dengan pihak lain. Demi keberlangsungan *Prayers of Jiva*, Jivva Group perlu mencapai target Rp536.400 setiap bulannya dan Rp65.440.800 setiap tahunnya untuk terus berlangsung.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA