

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Validasi ide bisnis merupakan tahap seleksi pada ide bisnis untuk mengetahui apakah ide bisnis yang ditawarkan relevan dengan pasar dan layak dikembangkan sebelum diluncurkan (Arunika, 2025).

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Pada tahap pengembangan ide bisnis kewirausahaan, penulis dan anggota kelompok telah menghasilkan beberapa pilihan ide bisnis untuk kemudian diklasifikasikan serta dilakukan riset dengan tujuan menghasilkan ide bisnis yang benar layak dan berpotensi untuk dikembangkan dalam jangka panjang ke depannya. Beberapa pilihan ide yang penulis dan anggota kelompok tawarkan didiskusikan kembali bersama tim Skystar Ventures dengan tujuan mendapatkan masukan serta arahan terkait revisi pengembangan ide bisnis selanjutnya. Penulis dan anggota kelompok memilih industri kreatif yang merujuk pada sektor pendidikan sebagai ide bisnis yang akan diteruskan selama proses PRO-STEP kewirausahaan Entrepreneurship and Innovation Program.

Industri kreatif ini dipilih berdasarkan temuan beberapa data yang relevan di Indonesia. Penelitian di SD Negeri 1 Kalibagor menyatakan bahwa sebesar 73,61% dari populasi guru dan peserta didik kelas 5 SD, pembelajaran sains dianggap belum dapat berjalan secara maksimal (Christy, 2020). Data ini, menunjukkan bahwa metode pembelajaran sains belum berjalan secara efektif dan bagi siswa sekolah dasar yang dipaksakan menghafal materi tanpa memahami konsep secara jelas. Selain itu, terbatasnya media alat pengajaran yang efektif untuk menjelaskan konsep abstrak pembelajaran sains (Sihotang & Mustika, 2025). Beberapa alat pengajaran yang tersedia saat ini masih ditawarkan dengan harga relatif tinggi dan konsep pengajaran materi yang kurang interaktif sehingga membuat siswa cepat merasa bosan. Penulis

mengamati bahwa beberapa *developer* sistem edukasi untuk anak-anak hanya menyediakan permainan edukasi yang berfokus pada materi tanpa adanya sesuatu hal yang mampu memotivasi siswa, sehingga perancangan permainan yang diciptakan kurang memiliki ketertarikan dalam jangka panjang. Berdasarkan *gap* permasalahan yang belum dapat dicapai, penulis dan anggota kelompok melihat peluang, kemudian memutuskan untuk mengembangkan media digital berupa aplikasi gamifikasi yang mampu memberikan motivasi belajar sains siswa meningkat. Selain itu, *game* yang tersedia saat ini mayoritas tidak memiliki fitur gamifikasi (misi, *avatar*, dan tingkat kesulitan level) yang dapat meningkatkan motivasi serta pengalaman interaksi pengguna.



Gambar 2.1 Suasana Pembelajaran Sains SD
Sumber: Nurhidayah (2023)

Oleh karena itu, penulis dan anggota kelompok memastikan merancang sebuah bisnis media edukasi pembelajaran sains dengan konsep gamifikasi. Dengan adanya media ini, diharapkan siswa sekolah dasar memiliki perkembangan pendidikan sains yang lebih baik dan bagi orangtua dapat memiliki perasaan yang tenang karena *screen-time* anak menjadi lebih produktif.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melewati proses diskusi yang panjang, penulis dan anggota kelompok memutuskan untuk mengembangkan ide bisnis berupa aplikasi digital edukasi sains dengan konsep gamifikasi yang diberi nama Ludobi. Hal ini didukung oleh pernyataan DLabs Indonesia (2025) yang mengatakan bahwa jumlah ketertarikan siswa terhadap platform digital yang digunakan untuk

proses belajar secara mandiri naik sebesar 80% sejak tahun 2023. Kehadiran Ludobi membawa dampak positif karena mampu menekankan proses pembelajaran yang menyenangkan dan berkesan. Di sisi lain, tingginya perkembangan *EdTech* di Indonesia (Eihomie, 2025) menjadikan anak-anak berinisiatif memilih sesuatu yang interaktif (Aswan, 2024).



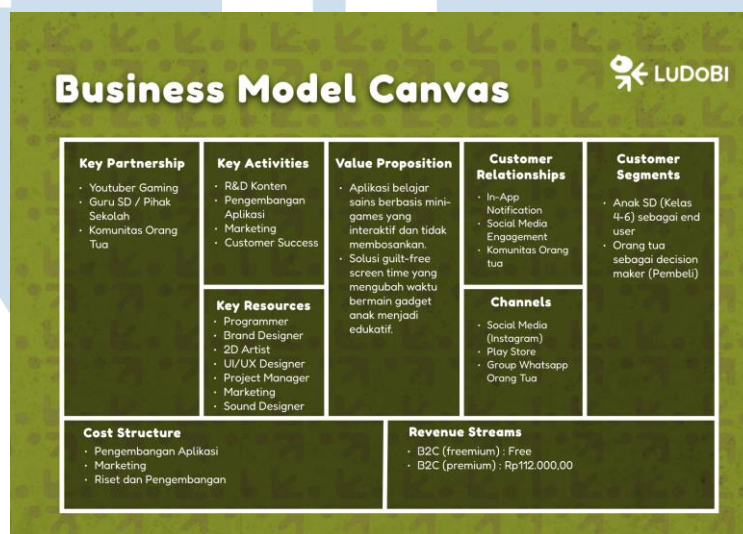
Gambar 2.2 Contoh *Mockup* Aplikasi Ludobi

Ludobi dirancang sebagai sebuah aplikasi edukasi sains tambahan yang diperuntukkan bagi anak sekolah dasar kelas 4-6 dalam mendukung pemahaman materi pembelajaran sekolah. Produk Ludobi berupa aplikasi digital dengan tampilan visual yang menarik serta memiliki pengalaman baru menggunakan gamifikasi. Tujuan utama Ludobi membuat anak-anak lebih aktif mengeksplorasi secara mandiri, mengatasi fenomena pembelajaran yang pasif, membosankan, dan hanya berfokus pada hafalan (Barus et al., 2022; Halid, 2025). Keunggulan produk Ludobi dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Aplikasi tambahan yang menyesuaikan materi pembelajaran sekolah secara umum untuk menunjang pemahaman materi.
2. Konsep gamifikasi (*minigames*) berbasis *Dumb Ways To Die* yang mengadopsi teknik *low attention span* sehingga pengguna tetap dapat memiliki ketertarikan dan terfokus pada minigames tersebut.
3. *Dashboard* untuk menampilkan data perkembangan anak selama belajar menggunakan aplikasi Ludobi (khusus pengguna yang berlangganan)

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah sebuah metode yang seringkali diterapkan dalam bisnis dengan tujuan menjabarkan data secara terstruktur dari sebuah produk agar lebih mudah dalam memahami secara garis besar tentang target konsumen, keuangan, dan infrastruktur secara singkat (Hasanudin et al., 2021). Penulis menggunakan model BMC dengan tujuan merealisasikan ide bisnis final yang telah dipilih secara lebih efektif dan terukur. Penjabaran sembilan blok *Business Model Canvas* untuk Ludobi sebagai berikut.



Gambar 2.3 *Business Model Canvas* Ludobi

2.2.1 *Customer Segments*

Ludobi menargetkan menargetkan siswa sekolah dasar kelas 4-6 dengan usia 10-13 tahun. Permasalahan yang dialami terletak pada materi sains yang abstrak sehingga muncul inisiatif atau keinginan membutuhkan media pembelajaran yang edukatif tetapi lebih bersifat interaktif. Media aplikasi dipilih karena pengguna (siswa) dalam keseharian sudah terbiasa menggunakan gadget. Hal ini menjadikan media aplikasi bukan sebagai halangan, tetapi menjadi nilai positif karena mudah beradaptasi secara cepat serta dioperasikan di mana saja dan kapan saja.

Selain itu, Ludobi menargetkan kepada orang tua yang memiliki anak di jenjang SD kelas 4-6. Secara spesifik, Ludobi menargetkan orang tua yang memiliki kesibukan tinggi dan peduli terhadap kualitas pendidikan anaknya.

Orang tua berperan sebagai *decision maker* atau pihak yang memiliki *buying power* dalam pembelian produk Ludobi yang digunakan bagi anak di jenjang Sekolah Dasar.

2.2.2 Value Propositions:

Value proposition memegang peranan penting karena mencantumkan alasan calon pelanggan memutuskan untuk memilih produk Ludobi dibandingkan produk kompetitor. Bagi siswa, pembelajaran dengan metode yang seru serta interaktif merupakan hal penting dalam memahami materi yang abstrak. Mengingat saat ini banyak aplikasi menyediakan metode pembelajaran berbasis kuis, tanpa adanya fitur gamifikasi sehingga siswa generasi alpha yang memiliki *attention span* cepat mudah merasa bosan. Di sisi lain, orang tua juga mendapat rasa aman atau ketenangan karena jadwal *screen time* anak menjadi lebih produktif.

2.2.3 Channels:

Channels sebagai alat yang mampu menghubungkan aplikasi Ludobi kepada calon pelanggan. Ludobi memiliki beberapa *channels* yang berpotensi dapat dikembangkan, seperti sosial media, play store, dan grup WhatsApp orang tua.

2.2.4 Customer Relationships:

Customer relationships menjadi salah satu strategi bagi Ludobi dalam meningkatkan *brand awareness* dengan para pelanggan. Penerapan sistem *In-App Notification* dapat berupa pemberitahuan tentang informasi dan penawaran selama pengguna mengoperasikan aplikasi Ludobi. Sistem ini, berpotensi dapat mendorong *engagement* pengguna untuk melakukan eksplorasi terkait aplikasi Ludobi. Selain itu, pengaruh sosial media dalam menjaga *engagement* terhadap pengguna sangat besar. Peran sosial media bagi sebuah *brand* adalah menciptakan *brand image* dalam pemikiran masyarakat serta sebagai alat komunikasi secara langsung dari *brand* terhadap konsumen. Sosial media dapat menyediakan beberapa hal informasi, penawaran menarik, dan *call to action* secara mendalam bagi pengguna. Komunitas menjadi salah satu langkah yang secara efektif mampu meningkatkan jangkauan promosi sebuah

produk/jasa secara lebih luas. Metode yang diterapkan dalam komunitas adalah *word of mouth* dalam membangun rasa kepercayaan pelanggan dan mendorong melakukan aktivitas pembelian.

2.2.5 Revenue Streams:

Ludobi menerapkan sumber penghasilan melalui model *Business to Consumer* (B2C) dengan menerapkan sistem *freemium*, dimana sistem ini memberikan akses aplikasi Ludobi secara gratis dengan beberapa pembatasan akses fitur. Pelanggan yang menggunakan sistem *freemium* dapat mengakses keseluruhan topik sains, namun terlebih dahulu harus menyelesaikan seluruh misi dalam aplikasi Ludobi. Bagi pelanggan yang ingin membuka seluruh topik sains secara instan, perlu berlangganan secara opsional sebesar Rp112.000 per bulan untuk dapat membuka fitur aplikasi secara keseluruhan, seperti akses keseluruhan topik sains, kustomisasi avatar lebih banyak, dan fitur koleksi *bio-dex*. Penerapan system berlangganan ini tetap memberikan akses yang fleksibel kepada pelanggan yang tidak berlangganan, sehingga membuka peluang penggunaan aplikasi lebih besar.

2.2.6 Key Resource:

Dalam menjalankan perusahaan yang baik dan terus dapat bertumbuh, Ludobi memerlukan tim yang professional untuk berbagai bidang seperti *Brand Designer, UI/UX Designer, Marketing, Sound Designer, 2D Art Designer, Programmer, dan Project Manager*.

2.2.7 Key Activities:

Key activities memegang peranan penting dalam menjalankan sebuah perusahaan dengan baik. Tahapan ini berisikan alur cara kerja bisnis Ludobi mulai dari perancangan produk hingga eksekusi pemasaran. Tim Ludobi memastikan aplikasi mampu berjalan baik dengan penerapan konsep gamifikasi. Dalam bidang pemasaran, tim Ludobi harus memastikan konten materi yang dirancang relevan terhadap target audiens utama. Selain itu, tim Ludobi membutuhkan layanan pelanggan dalam merespon seluruh pertanyaan atau keluhan pelanggan terkait aplikasi Ludobi. Pengembang aplikasi memiliki peranan penting dalam pengaturan *script coding* aplikasi sehingga aplikasi

yang telah dirancang mampu berjalan dengan lancar dengan minimnya gangguan.

2.2.8 Key Partnership:

Strategi pengenalan aplikasi Ludobi dalam mengembangkan sektor pemasaran menggunakan metode bekerja sama dengan *youtuber gaming* yang memiliki reputasi dan pengikut tinggi untuk mencoba sekaligus melakukan *review* terhadap aplikasi Ludobi. Selain itu, sekolah atau guru memiliki peranan yang sangat penting dalam menyebarkan informasi atau menerapkan metode pembelajaran melalui aplikasi Ludobi. Jika berhasil, aplikasi Ludobi secara tidak langsung sudah diakui memiliki kredibilitas yang baik sebagai aplikasi media pembelajaran bagi anak SD. Pengaruh komunitas orang tua cukup tinggi dan seringkali diterapkan dalam memperluas jangkauan pemasaran.

2.2.9 Cost Structure:

Pengeluaran biaya Ludobi untuk menunjang bisnis dengan operasional yang baik dan mendukung dibagi rata ke beberapa kepentingan. Pertama, gaji tim inti Ludobi yang terdiri dari 4 pengurus harus dibayarkan tanpa bergantung pada penjualan produk dengan peranan sebagai berikut.

1. *Project Manager*
2. *Content Researcher/2D Illustrator,*
3. *UI/UX Designer/Branding, Marketing dan*
4. *Programmer.*

Selain itu, pengembangan aplikasi Ludobi jika berhasil dijual resmi kepada public dengan penambahan pengeluaran biaya untuk *coding*, pemeliharaan server, dan pembaruan aplikasi secara berkala. Semakin banyak jumlah pengguna Ludobi, otomatis berdampak pada biaya server naik. Termasuk biaya lainnya seperti lisensi *software* dan *tools* pengembangan. Biaya perancangan aplikasi mencatat seluruh pengeluaran *coding* yang meliputi tahap perancangan aplikasi, uji coba aplikasi, dan pengembangan lebih lanjut. Biaya riset dan pengembangan merupakan pengeluaran biaya untuk melakukan pengembangan konten *game*, pembuatan aset visual, dan uji

coba ke beberapa media gadget. Biaya ini juga termasuk ke dalam biaya uji coba serta pembuatan prototipe aplikasi Ludobi. Biaya *sales* dan *marketing* merupakan pengeluaran biaya untuk tim promosi yang melakukan pembuatan konten media sosial, iklan digital, dan *event* atau pameran.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Perusahaan Ludobi lahir untuk menjadi solusi khususnya dalam bidang pendidikan karena adanya temuan permasalahan mengenai kurangnya pemahaman literasi sains pada siswa sekolah dasar kelas 4-6. Didirikan pada 1 Desember 2025 oleh 4 mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara jurusan Desain Komunikasi Visual. Penamaan Ludobi baru diciptakan pada 8 Februari 2026 setelah berdiskusi dengan kelompok. Perusahaan Ludobi diciptakan dengan visi sebagai media belajar interaktif dalam menyediakan materi pembelajaran lebih menarik dan menyenangkan bagi siswa sekolah dasar. Selain itu, mengubah secara tidak langsung *screen time* anak bermain gadget agar tetap memiliki aktivitas yang produktif dan mendidik.

2.3.1 Logo

Identitas visual Perusahaan Ludobi dicerminkan melalui visual logo perusahaan yang membentuk hewan katak. Pemilihan hewan katak didasari dengan berbagai filosofi dan pertimbangan secara matang, bukan sebuah kebetulan. Dalam dunia biologi, katak memiliki cara bertumbuh yang disebut sebagai metamorfosis dalam jangka waktu yang singkat (mulai dari kecebong hingga katak dewasa). Hal ini mampu melambungkan perusahaan yang memiliki tingkat perkembangan, inovasi, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar.

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



Gambar 2.4 Logo Ludobi

Katak yang mampu memiliki kehidupan di dua alam, menggambarkan sebuah Perusahaan yang memiliki fleksibilitas bisnis di berbagai situasi pasar. Gerakan melompat pada katak menggambarkan visi Perusahaan Ludobi yang menekankan dan selalu berfokus pada masa depan. Hal ini relevan dengan perusahaan Ludobi yang bergerak dalam bidang Pendidikan menggunakan media digital interaktif. Ekosistem yang menggambarkan sebuah Perusahaan maletakkan posisi kepercayaan bahwa perusahaan Ludobi memiliki kepedulian terhadap ekosistem industrinya, bukan hanya sekadar berfokus pada penjualan awal saja.

Tampilan visual katak pada logo bersifat fleksibel menggambarkan kesan ramah, kreatif, dan selalu memiliki inovasi untuk berubah mengikuti perkembangan zaman. Secara tidak langsung, adanya identitas visual mampu membangun rasa emosional antara Ludobi dengan konsumen. Pada aspek tipografi, identitas visual menggunakan perpaduan huruf besar dan kecil pada *logotype*. Hal ini menciptakan kesan unik dan ekspresif. Gaya *font* dengan sudut membulat (*rounded*) menggambarkan sebuah keharmonisan yang terintegrasi antara satu dengan yang lain.

2.3.2 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan pada umumnya, memiliki nilai dasar yang tercermin pada visi dan misi perusahaan yang dijabarkan sebagai berikut.

1. Visi

Menjadi media pembelajaran interaktif dalam bentuk aplikasi yang dikemas lebih menarik dan menyenangkan bagi siswa SD

2. Misi

- a. Meningkatkan minat belajar sains siswa melalui aplikasi permainan dengan konsep gamifikasi.
- b. Membantu murid mengerti tentang pembelajaran sains
- c. Memberikan "*guilt-free screen time*" bagi orang tua, di mana waktu bermain gadget anak tetap produktif dan mendidik.

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur Perusahaan menjadi peranan penting dalam mengelola sebuah perusahaan agar pekerjaan yang diberikan kepada setiap anggota tim dapat berjalan secara terstruktur dan efisien. Penulisan *jobdesk* pada setiap anggota tim mengartikan bahwa individu tersebut sebagai penanggung jawab dari tugas yang telah diberikan. Penjabaran jabatan atau peranan masing-masing anggota kelompok Ludobi dituliskan sebagai berikut.

1. Hamilton Valentino Arthen, sebagai *Project Manager Hustler* yang bertanggung jawab dalam penulisan kemudian penyusunan proposal bisnis, penghitungan biaya keseluruhan, penetapan harga jual, dan strategi monetisasi. Selain itu, bertanggung jawab mencari data validasi pasar, wawancara calon *user*, analisis kompetitor, penyusunan *roadmap* proyek, *timeline* produksi, pembagian tugas antar divisi, membangun dan mengelola kemitraan kepada mitra maupun mentor, dan calon investor (jika ada). Tambahan peranan juga sebagai *sound designer* pada aplikasi Ludobi dan perancang *marketing kit* untuk media promosi sekaligus konten sosial media.
2. Stephen Kurnia, sebagai *Content Researcher 2D Illustrator* yang bertanggung jawab dalam merancang konsep pembelajaran berbasis cerita (*story-based learning*) untuk materi sains SD (kelas 4–6), penyusunan alur naratif, karakter, dan dunia cerita yang menjadi fondasi aplikasi. Selain itu, bertanggung jawab dalam menerjemahkan konsep sains kompleks,

menentukan *learning objectives* untuk memastikan setiap interaksi memiliki tujuan edukatif yang jelas, mengembangkan konten aplikasi dan interaksi, pembuatan visualisasi 2D untuk aplikasi, dan menjalin kerja sama dengan *Programming* untuk memastikan visual dan mekanik gim selaras dengan konsep edukasi.

3. Wilsen Leovianto, sebagai *Brand Designer* dan *UI/UX Designer* yang bertanggung jawab dalam mendesain tampilan antarmuka aplikasi sesuai dengan *target audience*, perancangan alur interaksi pengguna (*user flow*) dalam permainan edukatif. Selain itu, berperan sebagai penanggung jawab konten marketing yang membawahi Hamilton Valentino Arthen sebagai perancang media promosi dan konten sosial media.
4. Jordan Marvin Djapri, sebagai *Programmer* yang bertanggung jawab dalam melakukan logic di *software programming* (Unity, penulisan *script* agar objek mampu bereaksi, dan memastikan aplikasi tidak bermasalah saat dijalankan.

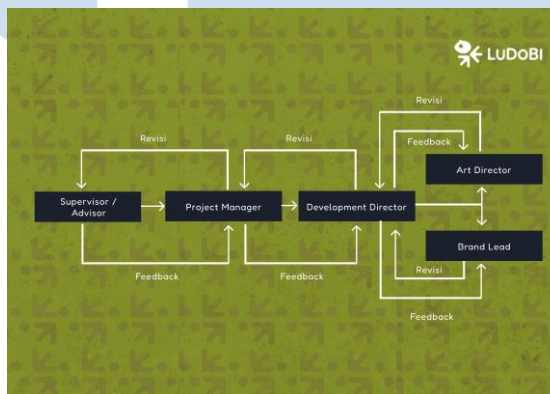


Gambar 2.5 Struktur Pengurus Ludobi

Pembuatan struktur Perusahaan pada Ludobi, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pekerjaan serta manajemen yang baik untuk dapat menjalankan bisnis sesuai perannya masing-masing anggota secara maksimal dan efisien.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pada pelaksanaan program *Entrepreneurship and Innovation Program* yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures, terdapat 2 pembimbing (*supervisor* dan *advisor*) yang berasal dari Universitas Multimedia Nusantara, dan pembimbing dari luar kampus yang disebut sebagai *dedicated mentor*. Pembimbing eksternal (*supervisor*) bertanggung jawab dalam seluruh proses pembentukan bisnis dan memberikan saran atau masukan terkait perkembangan bisnis yang sudah ada. Sementara itu, pembimbing dari luar kampus (*dedicated mentor*) memiliki tugas yang sama dengan *supervisor* yang memantau perkembangan bisnis untuk diberikan masukan terkait perkembangan selanjutnya. Seluruh proses komunikasi dan pertemuan dapat dilakukan secara online maupun onsite. Pembimbing internal (*advisor*) memiliki tanggung jawab dalam memantau perkembangan penyusunan laporan kewirausahaan hingga selesai. Seluruh proses komunikasi dan pertemuan dapat dilakukan secara online maupun onsite.



Gambar 2.6 Alur Kerja Perusahaan Ludobi

Dalam proses perancangan prototipe, Hamilton Valentino Arthen selaku *Project Manager Hustler* bertanggung jawab memberikan penugasan, penjadwalan, dan pembagian jadwal kepada setiap anggota kelompok. Hamilton Valentino Arthen berperan dalam memimpin untuk memastikan keseluruhan proyek prototipe dapat berlangsung dengan baik dan tepat waktu walaupun terdapat hambatan minor. Sementara itu, Jordan Marvin Djapri selaku *programmer*, bertanggungjawab dalam membangun fondasi bagi kelancaran aplikasi sehingga logika *game* dan aset mampu terintegrasi dengan baik. Pada prinsipnya, setiap antar anggota harus memiliki komunikasi yang baik, Jordan juga berkolaborasi secara

erat dengan Stephen Kurnia dan Wilsen Leovianto karena aset yang diproduksi oleh Stephen dan Wilsen selanjutnya akan digunakan oleh Jordan untuk dikembangkan dalam aplikasi. Selain berperan sebagai pembuat aset untuk aplikasi, Stephen Kurnia selaku *Content Researcher 2D Illustrator* juga bertanggung jawab dalam memproduksi aset visual untuk aplikasi serta menulis salinan untuk perancangan aplikasi. Di sisi lain, Wilsen Leovianto selaku *Brand Designer* dan *UI/UX Designer* bertanggung jawab dalam merancang identitas visual brand Ludobi yang mencakup pembuatan logo, *supergraphic*, *brand guidelines*, dan *user interface* (UI) untuk keberlangsungan aplikasi Ludobi.

Selama proses alur pelaksanaan proyek kewirausahaan, Hamilton Valentino Arthen, sebagai ketua kelompok berperan untuk menangkap seluruh masukan atau arahan dari dosen pembimbing internal maupun eksternal yang kemudian akan diteruskan menjadi informasi lebih relevan kepada setiap anggota kelompok. Jordan Marvin Djapri, selain sebagai *programmer* juga berperan sebagai wakil ketua kelompok yang bertanggung jawab memberikan masukan kepada ketua kelompok dan memberikan pekerjaan kepada anggota lain yang relevan dengan peran masing masing anggota.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha berperan untuk mengukur seberapa jauh perkembangan bisnis memiliki potensi untuk dilaksanakan dalam jangka panjang. Analisis ini mencakup potensi pasar, model pendapatan, serta estimasi biaya operasional selama menjalankan bisnis kewirausahaan. Berdasarkan analisis ini, penulis dapat mengetahui apakah bisnis yang sedang dijalankan memiliki potensi keuntungan yang strategis kedepannya. Data estimasi pengeluaran Perusahaan Ludobi akan dijabarkan sebagai berikut.

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

Tabel 2.1 Tabel Ongkos Pengeluaran Ludobi

Estimasi modal awal yang dikeluarkan			
Produk	Biaya	Qty	Total
Biaya Cetak <i>Marketing Kit</i>	Rp300.000,00	1	Rp300.000,00
Pembuatan Akun Developer di Play Store	Rp400.000,00	1	Rp400.000,00
Pendaftaran Merek	Rp1.800.000,00	1	Rp1.800.000,00
Total			Rp2.500.000,00
Variable Cost (Biaya tidak tetap)			
Iklan	Rp300.000,00	12	Rp3.600.000,00
Biaya Layanan Play Store	15% dari harga jual	10 (5% dari total target user 200 orang)	Rp75.000,00
Total			Rp 3.675.000,00
Fixed Cost (Biaya tetap)			
Biaya Internet	Rp300.000,00	12	Rp3.600.000,00
Biaya Listrik	Rp600.000,00	12	Rp7.200.000,00
Sewa Cloud VPS	Rp150.000,00	12	Rp1.800.000,00
Total			Rp12.600.000,00
Total Keseluruhan Biaya			Rp 18.775.000,00

Berdasarkan tabel di atas, Ludobi memerlukan biaya utama dalam merancang sebuah aplikasi, pemasaran, dan pengelolaan akun. Biaya ini sudah termasuk pembuatan seluruh proses *coding* aplikasi hingga pengetesan. Sementara itu, pengembangan teknologi termasuk perancangan aplikasi hingga dapat diakses oleh pengguna atau konsumen akhir. Total estimasi biaya modal awal yang dibutuhkan sebesar Rp18.775.000,00. Biaya ini akan ditambahkan dalam

pengeluaran tahun pertama Ludobi. Seluruh anggota kelompok sudah berdiskusi dan menyepakati perkiraan target pembeli yang melakukan pembelian/berlangganan dalam satu tahun sebanyak 200 orang, dengan perhitungan sebagai berikut.

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

$$HPP = \frac{18.775.000,00}{200}$$

$$HPP = 93,875$$

Berdasarkan data estimasi pengeluaran awal dan target pembelian dalam satu tahun, didapatkan penetapan harga dasar sebesar Rp93.875,00 jika penulis dan anggota kelompok sepakat dalam menentukan margin penjualan produk sebesar 20%. Perhitungan penetapan harga jual produk Ludobi sebagai berikut.

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

$$\text{Harga Jual} = 93,875 \times (1 + 20\%)$$

$$\text{Harga Jual} = 112.650,00$$

Analisis Break Even Point (BEP) merupakan hal penting dalam sebuah bisnis karena mengukur perolehan pendapatan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Analisis BEP sebagai penentuan batas jumlah minimal aplikasi yang terjual untuk menutup seluruh biaya produksi. Perhitungan biaya BEP pada bisnis Ludobi sebagai berikut:

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

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{12.600.000,00}{112.650,00 - 18.375,00}$$

$$\text{BEP (Unit)} = 133,65$$

$$\text{BEP (Unit)} = 134$$

Berdasarkan rumus perhitungan menggunakan rumus BEP, diperoleh hasil sebanyak 134 pengguna yang berlangganan. Kesimpulannya, setelah penjualan berlangganan melewati 134 pengguna, usaha ini akan mulai memperoleh keuntungan. Berdasarkan potensi keuntungan yang dituliskan dalam perencanaan pendapatan, maka bisnis ini dapat memiliki potensi kelayakan yang baik dalam jangka panjang.

