

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Pembentukan ide bisnis Ludobi diawali oleh tantangan dalam pembelajaran Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) di tingkat sekolah Dasar (SD). Materi IPA sering kali memuat konsep abstrak yang sulit dipahami siswa SD secara psikologis tanpa adanya bantuan perangkat visual (Sihotang & Mustika, 2025). Saat ini, metode pengajaran umumnya masih bersifat konvensional dan berpusat pada metode ceramah yang seringkali membuat siswa pasif, mudah bosan, dan lebih mengandalkan hafalan dibanding pemahaman konsep yang mendalam (Barus dkk., 2022; Halid, 2025). DLabs Indonesia (2025) mengatakan bahwa minat belajar mandiri melalui platform digital dilaporkan naik sebesar 80% sejak tahun 2023. Secara ekonomi, potensi pasar Edtech di Indonesia diproyeksikan menyentuh 1,7 miliar dolar AS pada tahun 2025 (Eihomie, 2025). Dari sisi target pengguna, riset menunjukkan tingginya antusiasme anak-anak terhadap teknologi. Hasil riset menunjukkan bahwa 87% anak-anak menyatakan keinginan untuk mencoba membaca buku dengan teknologi AR (Aswan, 2024). Di sisi lain, penelitian juga mengungkapkan bahwa sebagian besar anak (92%) senang menonton konten visual dinamis melalui gawai genggam. Lebih lanjut, tingkat ketertarikan anak terhadap buku AR tercatat lebih tinggi sebanyak 14% dibandingkan dengan buku bergambar konvensional (Wang & Sun, 2025).

Pada tahap validasi ini, penulis memastikan untuk membuat sebuah buku yang memiliki adaptasi teknologi interaksi buku fisik, Augmented Reality (AR) yang dilengkapi dengan elemen gamifikasi, fitur koleksi, dan Avatar Evolution. Rahman (2026x) menegaskan bahwa hadirnya konsep gamifikasi pembelajaran berbasis game edukasi terbukti mampu menciptakan proses belajar yang lebih menarik, kompetitif, dan efektif. Sementara itu, dari aspek kelayakan bisnis, startup yang menawarkan solusi gamifikasi untuk sekolah dan kampus memiliki peluang sukses lebih besar karena memberikan jaminan pasar yang lebih stabil dibandingkan model ritel biasa (RadarBisnis, 2026).

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Proses pengembangan ide bisnis kewirausahaan dilakukan melalui berbagai tahapan riset dan identifikasi sehingga dapat menghasilkan ide bisnis yang layak untuk dikembangkan. Melalui tahapan tersebut, penulis bertujuan agar ide bisnis yang dirancang dapat direalisasikan dan memiliki potensi keberlanjutan dalam jangka panjang.

Pengembangan gagasan bisnis ini didasarkan pada serangkaian riset dan identifikasi sehingga dapat menghasilkan ide bisnis yang layak untuk dikembangkan. Melalui proses tersebut, penulis memiliki tujuan agar ide bisnis ini dapat memiliki keberlanjutan jangka panjang. Pada tahap awal, ide bisnis dikembangkan dengan melakukan riset tentang pelajaran yang paling sulit dipahami oleh siswa SD. Berdasarkan penilaian nasional, 73,61% hasil belajar sains dianggap kurang memadai (Christy, 2020). Hal ini menunjukkan kurangnya efisiensi pada metode pembelajaran sains yang ada, karena keterbatasan media konvensional dalam memvisualisasikan materi sains abstrak (Sihotang & Mustika, 2025).



Gambar 2.1 Pembelajaran IPA Kelas 5 SD

Sumber: Nurhidayah (2023)

Kemudian, penulis melakukan riset untuk memahami pentingnya peran aset visual dalam meningkatkan daya tarik media edukasi. Hasil riset menunjukkan bahwa anak-anak yang belajar IPA di jenjang SD pertengahan sampai akhir, yang mulai mempelajari konsep-konsep IPA yang lebih abstrak dan kompleks, masih berada pada tahap operasional konkret berdasarkan Teori Perkembangan Kognitif yang dikemukakan oleh Jean Piaget (1936).

Pada tahap ini, siswa membutuhkan dukungan visual dan untuk membantu memahami konsep yang dipelajari. Selain itu, studi juga menunjukkan bahwa IPA merupakan bidang studi yang paling sering memanfaatkan visualisasi sebagai sarana penyederhanaan konsep. Guo (2020) melaporkan bahwa IPA menjadi fokus dalam 54,3% penelitian yang mengkaji pengaruh visual terhadap proses pembelajaran.

Penulis juga melakukan studi literatur mengenai efektivitas penggunaan aset visual, khususnya ilustrasi dan animasi, dalam media pembelajaran. Hasil kajian menunjukkan bahwa ilustrasi dapat diintegrasikan dengan teks untuk membantu anak-anak menyimpulkan informasi yang disampaikan melalui representasi visual. Selain itu, penggunaan ilustrasi diketahui dapat mengurangi kecemasan serta meningkatkan fokus siswa selama proses pembelajaran (Nikolova dkk., 2025).

Sementara itu, animasi dapat digunakan sebagai alternatif yang efektif terhadap metode pembelajaran konvensional. Menurut Mou (2023), animasi mampu memberikan pengalaman belajar audiovisual yang berbeda dari aktivitas membaca dan memahami teks semata melalui pemanfaatan simbol, karakter, grafis, dan suara.

Sebagai solusi atas perilaku anak-anak yang kini lebih cenderung berinteraksi dengan gawai dibandingkan media cetak konvensional (Mardiana, 2024), Penulis bersama anggota kelompok kemudian mengembangkan ide berupa media pembelajaran sains interaktif yang mengintegrasikan edukasi dengan gamifikasi, sehingga siswa dapat mempelajari konsep sains secara lebih menarik dan terstruktur. Pendekatan ini bertujuan untuk mendorong minat anak, sehingga proses memahami konsep sains menjadi jauh lebih menyenangkan dan efektif.

Melalui tahapan pengembangan ide ini, perancangan bisnis difokuskan pada integrasi antara media pembelajaran digital dan permainan edukatif untuk menjawab kebutuhan pembelajaran sains yang lebih interaktif

dan menarik. Pendekatan ini bertujuan untuk menghadirkan produk yang menawarkan solusi edukatif, serta memiliki model bisnis yang memiliki tingkat keberlanjutan (*sustainability*) dalam jangka panjang.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan proses riset dan evaluasi, rancangan solusi diarahkan pada model bisnis yang mampu menjawab permasalahan serta dapat dijalankan secara matang. Keputusan diambil dengan mengembangkan Ludobi, yaitu aplikasi pembelajaran yang mengemas berbagai topik sains dalam bidang biologi, fisika, dan kimia ke dalam beragam *minigame* interaktif. Setiap topik dibagi ke dalam beberapa subtopik yang saling berkaitan untuk memudahkan pemahaman materi secara bertahap. Pada tahap *prototype* awal, Ludobi secara khusus berfokus pada topik hewan, dengan subtopik mamalia sebagai materi pembelajaran yang diimplementasikan.

Ludobi memiliki dua fitur utama, yaitu Biodex, yaitu buku digital yang terintegrasi dalam aplikasi sebagai sumber materi pembelajaran, dan minigames yang dirancang untuk membantu siswa memahami konsep sains melalui aktivitas bermain yang interaktif.

Biodex merupakan salah satu fitur utama Ludobi berupa buku digital edukatif yang memuat materi pembelajaran mengenai karakteristik, struktur, dan fungsi berbagai topik sains untuk siswa sekolah dasar kelas 4–6. Materi dalam buku ini dirancang dengan pendekatan visual yang kuat melalui penggunaan ilustrasi informatif dan elemen grafis yang menarik. Pendekatan ini bertujuan untuk membantu siswa memahami konsep sains dengan lebih jelas melalui visualisasi yang mudah dipahami.

Fitur utama kedua pada Ludobi adalah *mini game* yang terintegrasi dalam aplikasi, terinspirasi dari konsep permainan Dumb Ways to Die yang *fast-paced* dan memiliki *gameplay* sederhana, tapi banyak variasi, sehingga mampu menarik perhatian siswa dan membantu mereka tetap fokus selama proses pembelajaran berlangsung. *Minigame* dirancang agar lebih mudah

dimainkan oleh pengguna yang telah membaca materi pada Biodex terlebih dahulu. Karakteristik tersebut sekaligus menjadi keunggulan utama (*value proposition*) dari Ludobi, yaitu penerapan sistem gamifikasi melalui minigames yang ditujukan untuk meningkatkan ketertarikan siswa sekolah dasar kelas 4-6 terhadap materi sains.

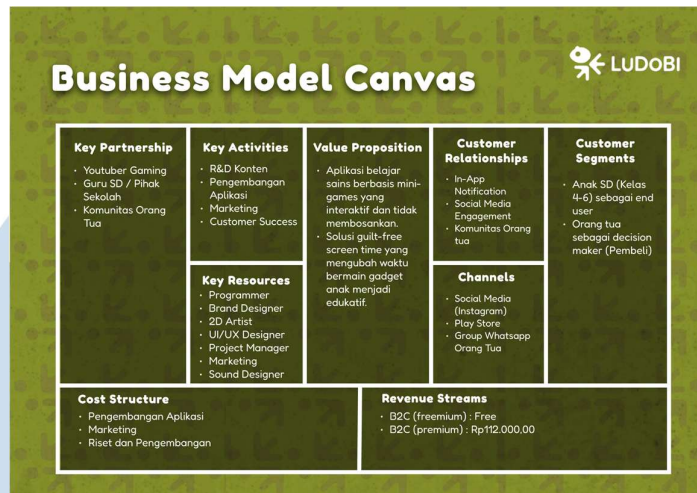


Gambar 2.2 Homescreen aplikasi Ludobi

Berdasarkan hasil analisis dan pertimbangan kelayakan eksekusi di sektor teknologi pendidikan (*EdTech*) tingkat sekolah dasar, rancangan bisnis ini difokuskan pada pengembangan Ludobi. Ludobi terletak pada integrasi antara buku digital pembelajaran (*Biodex*) dan *minigame* edukatif yang saling terhubung. Ini dirancang sebagai salah satu nilai jual utama (*unique selling proposition*) untuk memastikan produk relevan secara akademis, serta memiliki daya saing komersial dan tingkat penerimaan pasar yang tinggi.

2.2 Business Model Canvas

Secara definisi, *Business Model Canvas* (BMC) adalah strategi manajemen yang digunakan perusahaan untuk memetakan target konsumen, keuangan, dan infrastruktur bisnis secara sederhana dalam satu halaman (Kadir dkk., 2025). Dalam perancangan Ludobi, pendekatan ini digunakan untuk memastikan keselarasan inovasi produk media pembelajaran interaktif dengan strategi monetisasinya. Melalui pemetaan sembilan elemen dasar BMC, model bisnis Ludobi akan dikonseptualisasikan untuk memvalidasi kelayakan komersialnya di pasar teknologi pendidikan (*EdTech*).



Gambar 2.3 Business Model Canvas Ludobi

2.2.1 Customer Segments

Ludobi menargetkan siswa sekolah dasar kelas 4-6 dengan usia 9-13 tahun. Permasalahan yang dialami terletak pada materi sains yang abstrak sehingga muncul kebutuhan media pembelajaran yang edukatif tetapi lebih bersifat interaktif. Media aplikasi dipilih karena pengguna (siswa) dalam keseharian sudah terbiasa menggunakan gadget, sehingga dapat 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 adalah alasan pelanggan memilih Ludobi dibanding produk kompetitor. Bagi siswa, mereka bisa belajar sains dengan cara yang lebih menyenangkan dengan metode gamifikasi. Mengingat sebagian besar aplikasi edukasi menyediakan metode pembelajaran berbasis *quiz* tanpa adanya fitur gamifikasi yang siswa generasi alpha yang memiliki

attention span cepat mudah merasa bosan. Selain itu, orang tua mendapat ketenangan karena *screen time* digunakan anak untuk hal produktif.

2.2.3 Channels

Channels Adalah alat yang mampu menghubungkan aplikasi Ludobi kepada calon pelanggan. Ludobi mendistribusikan aplikasinya melalui Google Play Store agar mudah diakses oleh pengguna. Selain itu, berbagai saluran promosi juga dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan dan kesadaran merek, seperti Instagram dan grup WhatsApp orang tua yang menjadi media komunikasi utama dengan target pasar.

2.2.4 Customer Relationship

Customer relationships menjadi salah satu strategi bagi Ludobi dalam meningkatkan *brand awareness* dengan para pelanggan. Hubungan dengan orang tua sebagai pengambil keputusan (*decision maker*) dikelola melalui media sosial dan komunitas pengguna yang menyediakan ruang untuk berbagi informasi, pengalaman, serta *feedback* terkait penggunaan produk. Sementara itu, hubungan dengan siswa sebagai pengguna akhir dijaga melalui penerapan mekanisme gamifikasi yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dan motivasi belajar selama menggunakan aplikasi.

Selain itu, Ludobi memanfaatkan fitur *in-app notification* untuk menyampaikan informasi, pembaruan, dan penawaran yang relevan kepada pengguna. Media sosial juga berperan sebagai sarana komunikasi langsung antara merek dan konsumen, sekaligus membangun citra merek melalui penyampaian konten edukatif, informasi produk, penawaran menarik, dan *call to action*. Di samping itu, pengembangan komunitas pengguna menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan promosi melalui *word of mouth*, yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta mendorong keputusan pembelian.

2.2.5 Revenue Stream

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. Pengguna yang menggunakan sistem *freemium* dapat mengakses keseluruhan topik sains, namun harus membukanya secara bertahap melalui sistem progresi dalam aplikasi. Pada tahap awal, pengguna hanya dapat mengakses topik hewan, khususnya subtopik mamalia. Untuk membuka subtopik hewan lainnya, pengguna harus terlebih dahulu menyelesaikan progres permainan pada subtopik mamalia. Mekanisme serupa diterapkan pada topik-topik sains lainnya, di mana pengguna perlu menyelesaikan seluruh subtopik dalam satu topik untuk memperoleh kunci yang digunakan membuka topik berikutnya.

Bagi pengguna yang ingin mengakses seluruh konten tanpa melalui sistem progresi, Ludobi menyediakan layanan berlangganan premium opsional sebesar Rp112.000 per bulan. Melalui layanan ini, pengguna dapat membuka seluruh topik sains beserta koleksi Biodex, serta memperoleh akses ke fitur tambahan seperti opsi kustomisasi avatar yang lebih banyak. Meskipun demikian, pengguna yang tidak berlangganan tetap dapat menikmati seluruh materi pembelajaran melalui sistem progresi yang tersedia. Melalui sistem ini, Ludobi memberikan pilihan yang fleksibel kepada pengguna sekaligus meningkatkan peluang penggunaan aplikasi oleh lebih banyak audiens.

2.2.6 Key Resources

Key Resources mencakup tim Ludobi yang mencakup *UI/UX Designer, Marketing, Sound Designer, 2D Art Director, Illustration Animator, Programmer, dan Project Manager*. Selain itu, Merek atau *brand* Ludobi juga menjadi identitas bisnis. Seiring berkembangnya proyek, nama Ludobi akan menjadi aset yang melambungkan kualitas pendidikan interaktif. Reputasi merek yang baik akan menurunkan biaya pemasaran karena adanya kepercayaan dari konsumen (*brand equity*).

2.2.7 Key Activities

Key Activities merupakan serangkaian aktivitas utama yang diperlukan untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis Ludobi. Aktivitas

ini mencakup proses perancangan, pengembangan, pemeliharaan, hingga pemasaran produk. Penulis bertanggung jawab dalam pembuatan ilustrasi dan animasi dalam Biodex, *pre-game*, dan *minigame* dalam animasi.

Sementara itu, semua anggota tim Ludobi bertanggung jawab dalam menyusun dan melaksanakan strategi promosi serta pemasaran yang relevan untuk menjangkau target audiens secara lebih luas. Di sisi operasional, pemantauan dan pemeliharaan aplikasi dilakukan secara berkala untuk memastikan seluruh fitur dapat berfungsi dengan baik, sehingga pengguna memperoleh pengalaman penggunaan yang lancar dan minim gangguan.

2.2.8 Key Partnerships

Aplikasi Ludobi memiliki strategi dalam mengembangkan sektor pemasaran menggunakan metode pengenalan dan kerja sama dengan *youtuber gaming* yang memiliki reputasi dan pengikut tinggi untuk mencoba sekaligus melakukan *review* terhadap aplikasi Ludobi. Selain itu, sekolah dan guru memegang peranan krusial dalam menyebarkan informasi serta mengimplementasikan metode pembelajaran melalui aplikasi Ludobi. Jika berhasil, aplikasi Ludobi secara tidak langsung dapat dianggap memiliki kredibilitas yang baik sebagai aplikasi media pembelajaran bagi anak sekolah dasar. Selain itu, pengaruh komunitas orang tua juga cukup besar dan seringkali diterapkan dalam memperluas jangkauan pemasaran.

2.2.9 Cost Structure

Gaji tim merupakan komponen biaya tetap terbesar. Untuk tim inti Ludobi *UI/UX Designer*, *Marketing*, *Sound Designer*, *2D Art Director*, *Illustrator*, *Animator*, *Programmer*, dan *Project Manager*. Gaji wajib dibayar ke tiap anggota setiap bulan terlepas dari seberapa banyak produk terjual.

Untuk biaya variabel, komponen biaya jatuh pada aplikasi biaya teknis untuk pengeluaran biaya *coding*, pemeliharaan server, serta lisensi perangkat lunak yang berkembang seiring pertambahan pengguna. Selain itu, terdapat biaya riset dan pengembangan yang 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 *prototype* dalam aplikasi Ludobi. Terakhir, 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

Unit bisnis yang dikembangkan dalam Entrepreneurship and Innovation Program ini bergerak di sektor teknologi pendidikan (*Educational Technology* atau *EdTech*). Fokus utamanya adalah menghadirkan media pembelajaran sains interaktif yang menggabungkan buku digital edukatif (Biodex) dengan permainan (*minigame*) edukatif dalam satu aplikasi. Inovasi ini dirancang oleh tim pengembang untuk memberikan solusi terhadap rendahnya literasi sains pada siswa sekolah dasar kelas 4–6 melalui pendekatan visual yang imersif.

2.3.1 Logo

Identitas visual Ludobi direpresentasikan melalui logogram berbentuk katak dengan gaya visual yang organik dan dinamis. Bentuk visual yang *asimetris-organik* pada logo memberikan kesan yang ramah (*approachable*), kreatif, dan tidak membosankan. Hal ini bertujuan untuk membangun kedekatan emosional dengan anak-anak, sehingga Ludobi dipersepsikan sebagai identitas yang inklusif dan menyenangkan. Penggunaan kombinasi huruf besar dan kecil pada penulisan logo (*logotype*) Ludobi memberikan aksen visual yang modern. Pemilihan font yang memiliki sudut membulat (*rounded*) menyelaraskan bentuk tulisan dengan *logogram* katak, menciptakan kesatuan visual yang harmonis, konsisten, aman dan bersahabat bagi anak-anak.



Gambar 2.4 Logo Perusahaan Ludobi

Pemilihan elemen selain mengandung faktor estetika juga membawa pesan fundamental perusahaan. Katak merupakan hewan yang melalui proses metamorfosis sempurna. Hal ini mencerminkan visi Ludobi sebagai platform yang mendukung pertumbuhan, perubahan positif, dan pengembangan berkelanjutan bagi para penggunanya. Karakteristik katak yang selalu melompat ke depan melambangkan semangat inovasi dan orientasi pada masa depan (*forward-thinking*). Katak juga merupakan symbol adaptabilitas dan resiliensi. Sebagai makhluk amfibi yang mampu hidup di dua alam, katak menjadi metafora bagi fleksibilitas bisnis Ludobi dalam menjembatani dua dunia, yaitu dunia pembelajaran dan dunia permainan.

2.3.2 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi pendidikan, Ludobi memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Visi

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

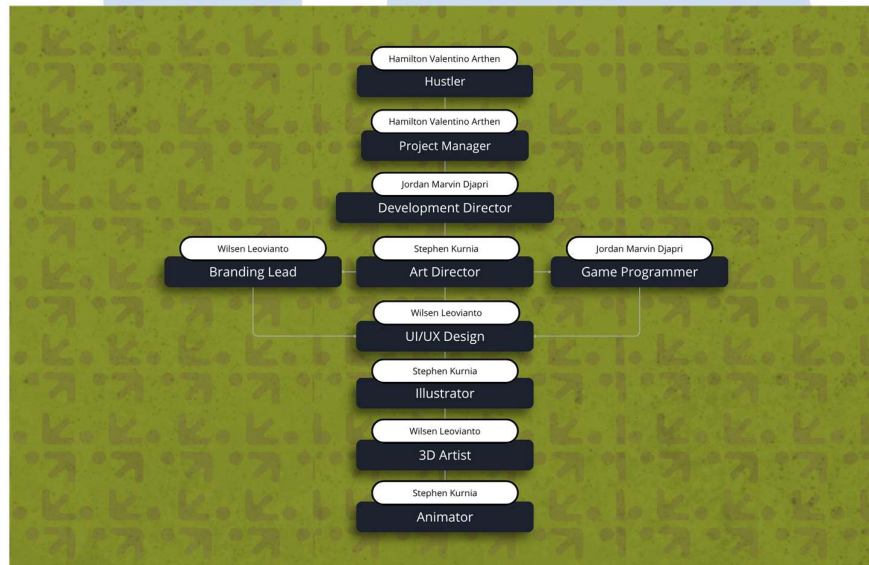
2. Misi

- 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 menjelaskan pembagian jabatan serta peran masing-masing anggota dalam tim pengembang Ludobi.



Gambar 2.5 Struktur Pengurus Perusahaan Ludobi

Adapun susunan peran dalam kelompok Ludobi adalah sebagai berikut.

1. Hamilton Valentino Arthen Sebagai Hustler & Project Manager,

Peran ini bertanggung jawab dalam penyusunan proposal bisnis, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) buku, penetapan harga jual, serta perancangan strategi monetisasi. Selain itu, melakukan validasi pasar melalui pengumpulan data, wawancara calon pengguna, dan analisis kompetitor untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Tugas lainnya mencakup penyusunan *roadmap* proyek, perencanaan *timeline* produksi, serta pengaturan pembagian tugas antar divisi agar proses pengembangan berjalan efektif. Juga bertanggung jawab dalam membangun dan mengelola kemitraan, menjaga komunikasi eksternal

dengan mitra, mentor, dan calon investor, serta mengatur aspek sound design pada aplikasi untuk mendukung kualitas pengalaman pengguna.

2. Stephen Kurnia Sebagai *Art Director*, *2D Illustrator*, dan *Animator*

Peran ini bertanggung jawab dalam merancang konsep pembelajaran berbasis cerita (*story-based learning*) untuk materi sains sekolah dasar kelas 3–6, serta menyusun alur naratif, karakter, dan dunia cerita yang menjadi fondasi bagi buku fisik maupun pengalaman bermain dalam *game*. Tugas ini juga mencakup penerjemahan konsep-konsep sains yang kompleks, seperti organ hewan mamalia, ke dalam bentuk visual, metafora, serta aktivitas interaktif yang mudah dipahami anak. Selain itu, bertanggung jawab menentukan *learning objectives* dan memastikan setiap interaksi yang dirancang memiliki tujuan edukatif yang jelas. Peran ini juga meliputi pengembangan visualisasi 2D untuk kebutuhan aset *pre-game*, buku digital dan *minigames*, serta berkolaborasi dengan *programmer* untuk memastikan visual dan mekanik *game* selaras dengan konsep edukasi.

3. Wilsen Leovianto sebagai *Branding Lead*, *UI/UX Designer*, dan *3D Artist*

Peran ini bertanggung jawab dalam merancang identitas merek Ludobi secara menyeluruh, yang mencakup pengembangan logo, *brand identity*, serta berbagai elemen visual pendukung seperti supergraphics, tombol (*button*), dan aset grafis lainnya untuk memastikan konsistensi komunikasi visual pada seluruh media. Selain itu, berperan dalam merancang antarmuka pengguna (*user interface*) aplikasi yang intuitif, mudah dinavigasi, dan sesuai dengan karakteristik anak-anak, sehingga mampu menciptakan pengalaman pengguna yang nyaman, menarik, dan mendukung proses pembelajaran secara efektif.

4. Jordan Marvin Djapri sebagai *Game Programmer* dan *Creative Director*

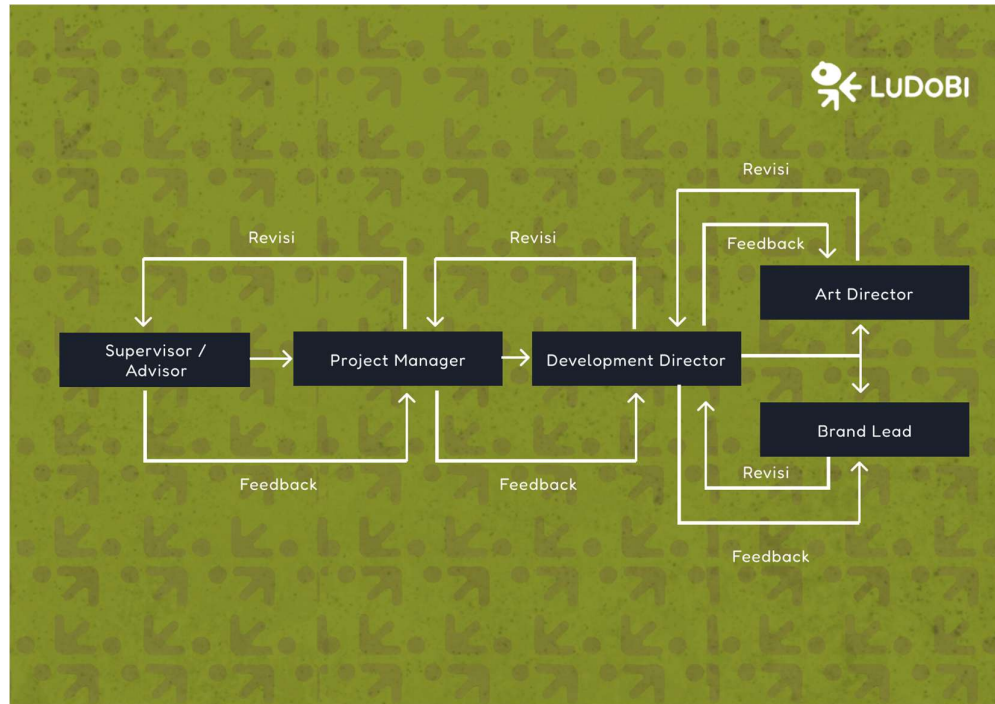
Peran ini bertanggung jawab dalam merancang dan mengembangkan logika sistem aplikasi Ludobi menggunakan perangkat lunak pemrograman Unity, termasuk mengimplementasikan berbagai fitur interaktif yang mendukung proses pembelajaran. Tugas ini mencakup menulis dan mengelola *script* pemrograman agar objek dapat merespons interaksi pengguna seperti saat layar digeser, serta mengintegrasikan mekanik permainan sesuai kebutuhan desain. Selain itu, peran ini bertanggung jawab melakukan pengujian dan optimasi untuk memastikan aplikasi berjalan secara stabil tanpa kendala teknis saat digunakan.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Proses koordinasi dimulai dari sesi asistensi bersama advisor. Setiap arahan dan poin evaluasi didokumentasikan oleh Hamilton Valentino selaku Project Manager. Catatan tersebut kemudian diproses oleh Development Lead untuk ditranskripsi dan diringkas menjadi poin-poin yang mudah dipahami oleh seluruh anggota. Ringkasan hasil pertemuan ini menjadi landasan bagi tim dalam melakukan diskusi bersama untuk menyusun jadwal kerja baru (*rescheduling*), membahas ide-ide, serta merumuskan strategi implementasi solusi ke dalam proyek.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.6 Alur Koordinasi Tim Entrepreneurship & Innovation Program

Dalam proses pengerjaan *prototype*, pembagian tugas dilakukan secara spesifik berdasarkan keahlian masing-masing anggota:

1. Hamilton Valentino Arthen (*Project Manager*): Bertanggung jawab dalam memimpin tim, menyusun *roadmap* proyek, mengatur *timeline* produksi, serta memastikan seluruh proses pengembangan berjalan sesuai jadwal dengan hambatan minimal.
2. Jordan Marvin Djapri (*Development Director*): Bertindak sebagai pengembang sistem inti yang membangun logika permainan dan memastikan fungsionalitas aplikasi berjalan lancar. Jordan bekerja sama secara intensif dengan *Art Director* untuk mengimplementasikan aset visual ke dalam aplikasi.
3. Stephen Kurnia (*Art Director*): Bertanggung jawab dalam perancangan aset untuk aplikasi, serta menyusun ilustrasi dan *copywriting* untuk buku digital. Peran ini menjaga konsistensi identitas visual dan keselarasan materi edukasi, untuk menciptakan pengalaman belajar yang utuh bagi pengguna Ludobi.

4. Wilsen Leovianto (*Brand Lead*): Fokus pada pengembangan identitas merek, mulai dari perancangan logo, *supergraphic*, serta berbagai elemen visual pendukung yang membangun konsistensi dan karakter merek, serta bertanggung jawab penuh atas perancangan antarmuka aplikasi (*User Interface*) agar selaras dengan pengalaman pengguna yang diinginkan.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha digunakan 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. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah bisnis yang dijalankan memiliki potensi keuntungan yang strategis. Data estimasi pengeluaran Perusahaan Ludobi dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tabel Proyeksi Anggaran Produksi Aset Visual

Estimasi modal awal yang dikeluarkan			
Produk	Biaya	Qty	Total
Perangkat PC / Laptop (Biaya Penyusutan)	Rp1.000.000	1	Rp1.000.000
Perangkat Display & Pen Tablet (Biaya Penyusutan)	Rp800.000	1	Rp800.000
Lisensi Font Komersial & Premium Brushes/Aset Digital	Rp400.000	1	Rp400.000

Pendaftaran Hak Cipta Kekayaan Intelektual (HAKI) Karya Visual Game	Rp400.000	1	Rp750.000
Total			Rp2.500.000
Variable Cost (Biaya tidak tetap)			
Cetak Aset Visual Tambahan (Merchandise Fisik)	Rp18.375	200	Rp3.675.000
Total			Rp3.675.000
Fixed Cost (Biaya tetap)			
Biaya Internet	Rp300.000	12	Rp3.600.000
Biaya Listrik	Rp600.000	12	Rp7.200.000
Lisensi <i>Software</i> Ilustrasi & Animasi	Rp150.000	12	Rp1,800,000
Total			Rp12.600.000
Total Keseluruhan Biaya			Rp18.775.000

Berdasarkan tabel di atas, kebutuhan biaya untuk aset visual Ludobi mencakup perangkat dan lisensi. Biaya tersebut telah mencakup seluruh proses pengembangan aset visual, mulai dari perancangan awal hingga tahap pengujian. Sementara itu, biaya pengembangan aset meliputi proses sketsa dan implementasi ilustrasi dan animasi hingga dapat diakses oleh pengguna akhir.

Secara keseluruhan, estimasi modal awal yang dibutuhkan adalah sebesar Rp83.850.000. Biaya ini akan dimasukkan ke dalam pengeluaran pada tahun pertama operasional Ludobi. Berdasarkan hasil diskusi dan kesepakatan seluruh anggota tim, target pengguna yang melakukan pembelian atau

berlangganan dalam satu tahun ditetapkan sebanyak 200 orang, dengan perhitungan sebagai berikut.

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

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

$$HPP = \text{Rp}93.875$$

Berdasarkan data estimasi pengeluaran awal dan target pembelian dalam satu tahun, harga dasar yang ditetapkan sebesar Rp419.250. Jika penulis dan anggota kelompok sepakat dalam menentukan margin penjualan produk sebesar 20%. Perhitungan penetapan harga jual produk Ludobi dapat dijabarkan sebagai berikut.

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

$$\text{Harga Jual} = 93.875 \times (1 + 20\%)$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp}112.650$$

Untuk memastikan kesehatan finansial, diterapkan analisis Break Even Point (BEP) untuk menentukan titik impas di mana total pendapatan setara dengan total biaya operasional. Analisis BEP sebagai penentuan batas jumlah minimal produk buku yang terjual untuk menutup seluruh biaya produksi. Perhitungan biaya BEP pada bisnis Ludobi sebagai berikut:

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

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{12,600,000}{112,650 - 18,375}$$

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

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

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *Break Even Point* (BEP), diperoleh hasil bahwa bisnis Ludobi akan mencapai titik impas pada 134 pengguna yang berlangganan. Dengan demikian, setelah jumlah pelanggan melampaui 134 pengguna, usaha ini mulai menghasilkan keuntungan.

Berdasarkan proyeksi pendapatan yang telah disusun, Ludobi memiliki potensi kelayakan bisnis yang baik untuk dikembangkan dalam jangka panjang. Potensi tersebut semakin didukung oleh peluang kerja sama dengan berbagai institusi pendidikan, khususnya sekolah, yang berperan penting dalam proses adopsi dan pemanfaatan aplikasi sebagai media pembelajaran.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with a vertical bar through the center, and a series of horizontal bars of varying lengths extending from the right side of the 'U' shape, resembling a staircase or a graphic element.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA