

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Hadjim *et al* (2025) menyatakan bahwa dalam era yang semakin kompetitif dan berkembang pesat, seorang *entrepreneur* tidak hanya memerlukan ide yang inovatif, namun juga kemampuan menganalisis dan menerapkan strategi yang efektif untuk memanfaatkan peluang digital yang ada. Selain itu, analisis yang dilakukan secara menyeluruh dalam pemilihan ide bisnis juga merupakan hal yang krusial untuk mengurangi risiko kegagalan dan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis. Dengan demikian, diperlukan pendekatan yang tepat agar ide bisnis yang dirancang dapat diuji kelayakannya secara efektif.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Ide bisnis yang diajukan pada tahap awal proposal *Entrepreneurship & Innovation Program* berupa aplikasi *virtual companion* berbasis *AI chatbot* yang dirancang untuk membantu mengurangi rasa kesepian Generasi Z, khususnya mahasiswa dan pekerja muda pada rentang usia 18-25 tahun. Diajukannya ide bisnis tersebut terinspirasi dari banyaknya Generasi Z di Indonesia yang menjadikan AI sebagai teman curhat (Hardiantoro & Dzulfaroh, 2025), yang membuktikan adanya kebutuhan akan ruang yang aman, nyaman, dan mudah diakses untuk mengekspresikan diri tanpa merasa dihakimi. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan tersebut, dikembangkan sebuah ide bisnis berupa aplikasi *virtual companion* berbasis *AI chatbot* yang dipadukan dengan elemen gamifikasi untuk menemani pengguna dalam kehidupan sehari-hari dan membantu mengurangi rasa kesepian.

Meskipun begitu, ide bisnis yang diajukan masih bersifat dasar dan belum dikembangkan secara mendalam. Selama pelaksanaan *Entrepreneurship & Innovation Program*, berbagai kritik dan saran diperoleh melalui sesi bimbingan bersama *advisor*, *supervisor*, dan *dedicated mentor*, disertai dengan

pengumpulan data yang dilakukan oleh setiap anggota pelaku bisnis, meliputi penelusuran informasi melalui buku, artikel, dan jurnal. Setelah dikumpulkannya beragam kritik, saran, dan informasi seputar aplikasi yang akan, ide bisnis mengalami sejumlah penyesuaian. Penyesuaian tersebut bertujuan agar aplikasi yang dirancang memiliki peluang keberhasilan yang lebih tinggi dalam menjawab permasalahan pengguna secara lebih akurat.

Proses pengembangan ide bisnis diawali dengan pendalaman terhadap permasalahan yang ingin diatasi, yaitu fenomena epidemi kesepian, melalui penelaahan berbagai buku, artikel dan jurnal ilmiah. Selanjutnya, kelompok bisnis melakukan analisis terhadap beberapa kompetitor yang menawarkan produk serupa. Analisis tersebut bertujuan untuk menentukan posisi EMONION di dalam pasar, dan mengidentifikasi keunggulan yang membedakan EMONION dengan brand-brand kompetitor.

Tingginya tingkat penggunaan *smartphone* di Indonesia menjadi salah satu faktor utama dalam memilih aplikasi sebagai bentuk solusi terhadap fenomena epidemi kesepian di kalangan usia 18-25 tahun, karena kelompok masyarakat dengan rentang usia tersebut umumnya sudah sangat *familiar* dengan penggunaan teknologi, termasuk *smartphone*, dalam kehidupan sehari-hari. Laporan Digital 2025 Global Overview menunjukkan bahwa 98,7% masyarakat Indonesia berusia 16 ke atas aktif menggunakan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari, dengan rata-rata durasi pemakaian mencapai 7 jam 22 menit per hari (Yanwardhana, 2025). Tingginya tingkat pemakaian *smartphone* pada laporan tersebut membuktikan bahwa solusi berupa aplikasi memiliki peluang yang lebih tinggi dalam menjangkau target pengguna.

Setelah aplikasi ditetapkan sebagai media utama dalam menghadapi fenomena epidemi kesepian, konsep produk bisnis ditetapkan sebagai aplikasi *virtual companion* berbasis *AI chatbot*. Penentuan untuk menerapkan sistem *virtual companion* yang digabungkan dengan teknologi *AI* ini didukung oleh analisis yang dilakukan terhadap penggunaan aplikasi *AI companion* di Universitas Oxford, yang membuktikan bahwa interaksi yang dilakukan secara

rutin selama satu minggu mampu membantu mengurangi rasa kesepian pengguna merasa didengarkan (Freitas *et al*, 2025).

Keputusan untuk menambahkan teknologi *AI chatbot* ke dalam aplikasi didasarkan atas kemampuan teknologi *AI* dalam membantu mengurangi rasa kesepian melalui tiga mekanisme, yaitu menyediakan interaksi secara rutin, memfasilitasi hubungan sosial, dan memberikan dukungan emosional secara konsisten kepada pengguna (Fahrudin & Sabda, 2025). Melalui fitur tersebut, pengguna dapat berinteraksi dan berbincang dengan *virtual companion*. Kehadiran *virtual companion* dalam EMONION juga menciptakan pengalaman interaksi yang lebih imersif bagi pengguna, karenaberperan sebagai sosok teman yang siap mendengarkan segala cerita dan keluh kesah yang ingin disampaikan oleh pengguna.

Selain fitur *AI chatbot*, EMONION juga dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung, antara lain seperti *daily task*, serta *real-time location reminders* yang dirancang untuk membantu pengguna membangun kebiasaan positif dalam aktivitas sehari-hari, *streak system* yang disertai dengan *rewards* untuk memotivasi pengguna tetap konsisten menggunakan aplikasi, dan fitur *relationship level* yang menciptakan hubungan yang lebih terasa akrab antara pengguna dengan *virtual companion* melalui interaksi-interaksi yang dilakukan. Sebagai bagian dari strategi monetisasi, terdapat beberapa fitur yang ditambahkan pada aplikasi EMONION, seperti *wardrobe* dan *room decoration*, yang dapat diperoleh menggunakan *in-game currency*. *In-game currency* dapat diperoleh pengguna melalui *top up* dan pengerjaan *daily task*..

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Finalisasi ide berlangsung selama pengembangan aplikasi EMONION. Konsep keseluruhan aplikasi EMONION telah melalui proses riset pasar serta analisis kompetitor, dan menunjukkan potensi ketertarikan di kalangan target pengguna, khususnya remaja dan individu yang membutuhkan ruang aman untuk mengekspresikan emosi serta mencari dukungan secara personal. Dalam tahap pengembangan konsep, EMONION dirancang sebagai

aplikasi yang memanfaatkan pendekatan karakter dan sistem interaksi berbasis chatbot. Pendekatan ini memungkinkan pengguna membangun keterikatan dengan karakter dalam aplikasi sehingga proses mengekspresikan diri terasa lebih nyaman dan merubah kebiasaan yang terlalu dependen dengan media sosial ataupun gim.

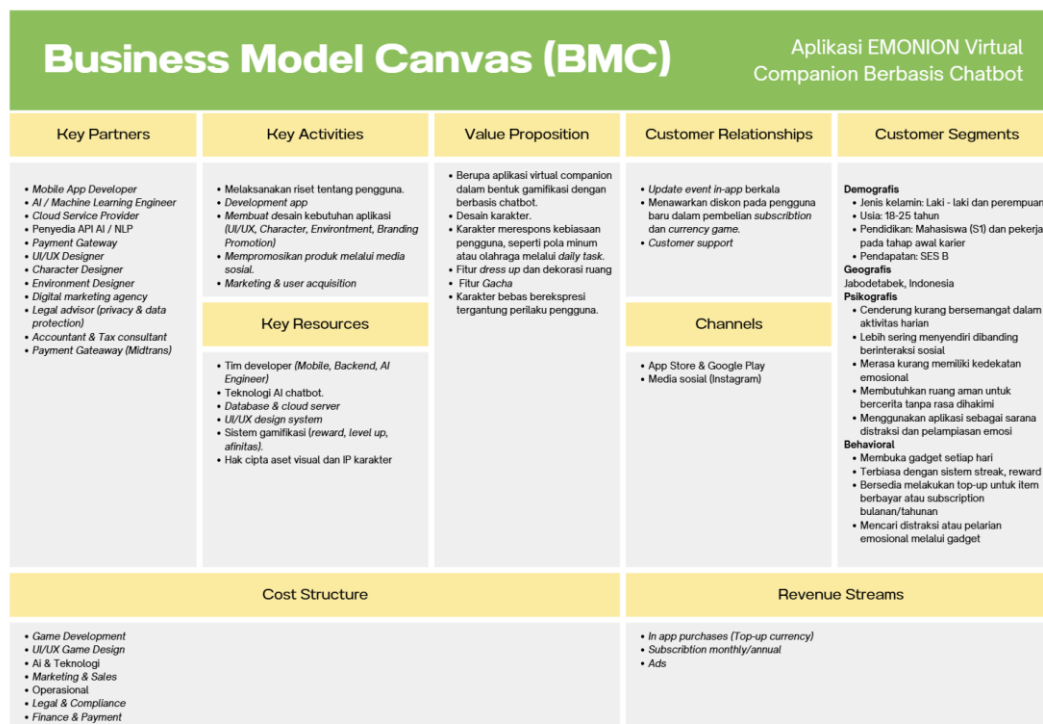
Finalisasi ide berlangsung seiring dengan proses pengembangan aplikasi EMONION. Konsep utama aplikasi EMONION terbentuk melalui riset pasar dan analisis kompetitor yang menunjukkan adanya potensi ketertarikan di kalangan target pengguna, khususnya individu yang membutuhkan ruang aman untuk mengekspresikan emosi serta mendapatkan dukungan secara personal. Pada tahap pengembangan konsep, EMONION dirancang sebagai aplikasi yang menggabungkan pendekatan karakter dengan sistem interaksi berbasis *chatbot*, yang memungkinkan pengguna untuk membangun kedekatan dengan karakter dalam aplikasi. Dengan pendekatan tersebut, pengguna dapat mengekspresikan emosi secara lebih nyaman dan memperbaiki kebiasaan berupa ketergantungan berlebihan terhadap media sosial atau *game*.

Beberapa referensi yang sudah ada sebelumnya seperti Tamagotchi dan [Character.AI](#), kedua aplikasi ini dapat menjadi gambaran untuk EMONION kedepannya. EMONION menunjukkan bahwa sebuah aplikasi *chatbot* berbasis gamifikasi dapat menjadi pengganti “teman” saat merasa kesepian. Melalui integrasi antara karakter, sistem percakapan berbasis chatbot, serta fitur gamifikasi, EMONION diharapkan dapat menghadirkan pengalaman interaksi mampu memberikan rasa kehadiran virtual bagi pengguna. Dengan demikian, aplikasi ini berpotensi menjadi media alternatif pengguna ketika merasa kesepian.

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah sebuah kerangka yang dibentuk untuk mempermudah perusahaan dalam merancang strategi bisnis dan mengembangkan produk bisnis (Susanto *et al*, 2025). Dalam *Business Model Canvas*, konsep bisnis

yang rumit disederhanakan dalam bentuk lembaran kanvas yang mencakup elemen-elemen kunci dalam bisnis, seperti *key partners*, *key activities*, *key resources*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *customer segments*, *cost structure*, dan *revenue streams*, sehingga perusahaan dapat memahami secara lebih akurat terkait usaha yang dijalankan.



Gambar 2.1 Business Model Canvas aplikasi EMONION

Key partners EMONION meliputi *mobile app developer*, *AI/machine learning engineer*, *cloud service provider*, *penyedia API AI/NLP*, *payment gateway*, *UI/UX designer*, *character designer*, *environment designer*, *digital marketing agency*, *legal advisor (privacy & data protection)*, serta *accountant & tax consultant*. Dijalinnya kemitraan strategis antara EMONION dengan *key partners* tersebut bertujuan untuk meningkatkan peluang keberhasilan produk dan mencapai tujuan perusahaan. *Key activities* yang dilakukan pada pengembangan aplikasi EMONION mencakup riset pengguna, pengembangan aplikasi, desain kebutuhan aplikasi (UI/UX, *character*, *environment*, *branding promotion*), mempromosikan produk melalui media sosial, dan *marketing*. Sedangkan *key resources* dalam EMONION mencakup tim *developer (mobile, backend, AI*

engineer), teknologi AI pada fitur *chatbot*, *database & cloud server*, sistem gamifikasi (*reward*, *level up*, *afinitas*), dan hak cipta aset visual & IP karakter.

Terdapat beberapa *value proposition* yang ditawarkan oleh EMONION kepada pengguna, yaitu aplikasi *virtual companion* dalam bentuk gamifikasi berbasis *chatbot*, desain karakter yang lucu dan variatif, *real time-location reminders*, fitur *dress-up* dan *room decoration* menggunakan *in-game currency*, serta ciri kepribadian tersendiri pada setiap karakter. Untuk menjangkau pengguna, aplikasi EMONION disalurkan (*Channels*) melalui *App Store* dan *Google Play*, dan dipromosikan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Customer segments atau target dalam perancangan aplikasi EMONION adalah mahasiswa dan pekerja pada tahap awal karier, baik laki-laki atau pun perempuan dari kalangan usia 18-25 tahun golongan SES B yang berdomisili Jabodetabek, Indonesia. Khususnya yang cenderung kurang bersemangat dalam menjalani aktivitas sehari-hari, sering menyendiri, merasa kurang memiliki kedekatan emosional, membutuhkan ruang aman untuk bercerita tanpa merasa dihakimi, dan menggunakan aplikasi sebagai sarana distraksi dan pelampiasan emosi. Perilaku target tersebut antara lain dapat diidentifikasi dengan kebiasaan menggunakan *gadget* setiap hari, terbiasa dengan sistem *streak* dan *reward*, bersedia melakukan *top-up* untuk *item berbayar* atau *subscription*, dan mencari distraksi atau pelarian emosional melalui *gadget*.

Target pengguna (*customer segments*) dalam perancangan aplikasi EMONION meliputi mahasiswa dan pekerja muda pada rentang usia 18-25 tahun, baik laki-laki atau perempuan, yang berada pada golongan SES B dan berdomisili Jabodetabek, Indonesia. Khususnya yang cenderung kurang bersemangat dalam menjalani aktivitas sehari-hari, sering menyendiri, merasa kurang memiliki kedekatan emosional, membutuhkan ruang aman untuk bercerita tanpa merasa dihakimi, dan menggunakan aplikasi sebagai sarana distraksi dan pelampiasan emosi. Perilaku target tersebut antara lain dapat diidentifikasi dengan kebiasaan menggunakan *gadget* setiap hari, terbiasa dengan sistem *streak* dan *reward*,

bersedia melakukan *top-up* untuk *item berbayar* atau *subscription*, dan mencari distraksi atau pelarian emosional melalui *gadget*. Untung menjaga loyalitas target pengguna (*customer relationship*), EMONION menyediakan beberapa hal seperti *update event* dalam aplikasi secara berkala, penawaran diskon bagi pengguna baru dalam pembelian *subscriber* dan *in-game currency*, serta *customer support*.

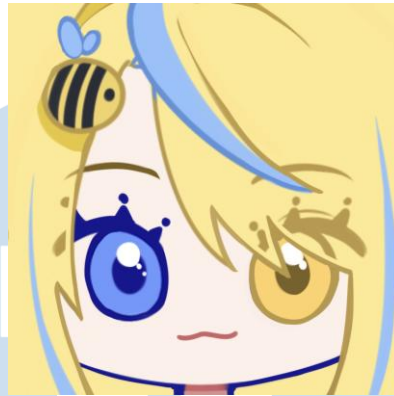
Cost structure pada produk bisnis ini meliputi *game development*, *UI/UX game design*, *AI & teknologi*, *marketing & sales*, operasional, *legal & compliance*, serta *finance & payment*. Untuk menutupi biaya pengeluaran, keuntungan bisnis (*revenue streams*) pada aplikasi EMONION didapatkan melalui *in-app purchases* dengan cara melakukan *top-up currency*, *monthly/annual subscription*, dan iklan.

2.3 Deskripsi Perusahaan

NuBEE adalah sebuah perusahaan yang didirikan dalam rangka program *Entrepreneurship & Innovation Program*. NuBEE didirikan pada bulan Februari 2026 oleh tiga *founder*, yaitu Marcella Tiwarino, Vania Herdhanty Putri, dan Felicia Andriani Suryadi. NuBEE Memiliki Visi yakni menjadi perusahaan yang berfokus pada pengembangan solusi dalam menghadapi fenomena epidemi kesepian untuk mendukung kualitas hidup generasi muda. Berikut adalah misi dari perusahaan NuBEE:

1. Mengembangkan aplikasi berbasis kebutuhan target pengguna.
2. Menciptakan solusi yang inklusif dan mudah diakses oleh target pengguna.
3. Melakukan evaluasi dan pengembangan aplikasi secara konsisten.
4. Membangun pengalaman interaksi yang emosional dan relevan.

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

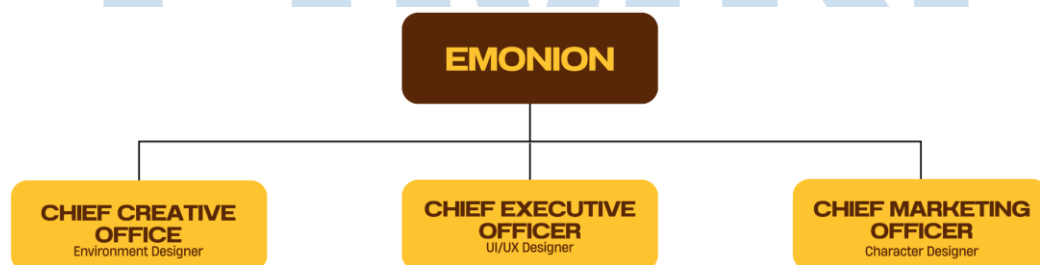


Gambar 2.2 Logo aplikasi EMONION

Desain logo aplikasi EMONION dibuat berdasarkan tampilan *default virtual companion* dalam aplikasi, yang diilustrasikan dalam *style chibi* dalam format *close-up icon*. Penggunaan ikon *virtual companion* sebagai logo berfungsi sebagai representasi *virtual companion* sebagai inti konsep aplikasi EMONION, sekaligus untuk memberikan kesan visual yang menggemaskan.

2.4 Struktur Perusahaan

Pembagian peran anggota EMONION dibentuk untuk mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan yang telah disesuaikan dengan keahlian serta bidang yang dikuasai. Pembagian peran dilakukan agar pengembangan dari perancangan aplikasi berjalan efektif, sehingga seluruh aktivitas perusahaan selaras dengan tujuan utama dalam merealisasikan ide bisnis yang telah dipilih. Berikut adalah peta peran masing-masing anggota dalam perusahaan NuBEE :



Gambar 2.3 Struktur perusahaan NuBEE

1. Vania Herdhanty Putri, CEO (*Head of Finance*), *UI/UX Designer*: bertanggung jawab dalam menyusun perencanaan anggaran dan

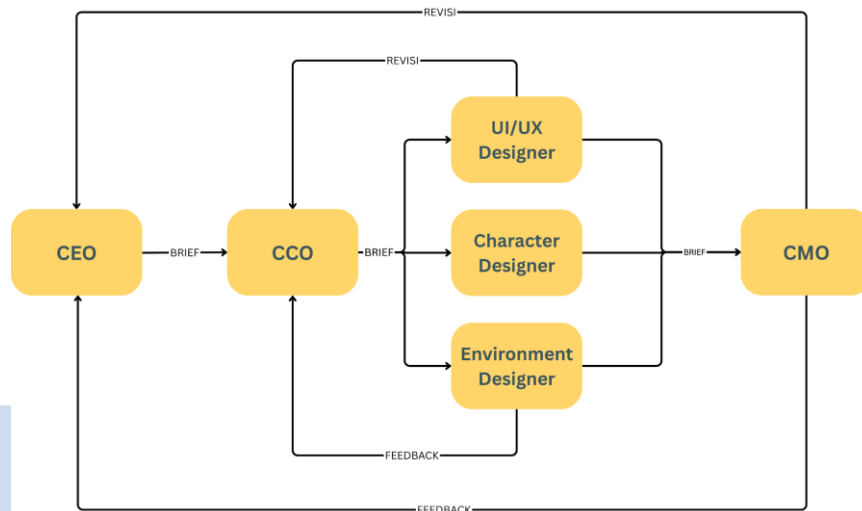
keputusan pengeluaran selaras dengan prioritas pengembangan produk. Dari sisi desain, merancang struktur UI/UX aplikasi yakni navigasi, user flow, serta tampilan aplikasi yang mudah dipahami dan nyaman digunakan.

2. Marcella Tiwarino, CCO (*Head of Design*), *Environment Designer*: berperan dalam menentukan keseluruhan arah visual EMONION, mulai dari keseluruhan konsep desain dan merancang *environment* tiap karakter yang mendukung pengalaman interaksi antara pengguna dengan karakter. Melalui pengolahan warna, layout, ilustrasi, serta detail visual lainnya, memastikan identitas aplikasi lebih konsisten dan memiliki ciri khas yang kuat.
3. Felicia Andriani Suryadi, CMO (*Head of Marketing*), *Character Designer*: berfokus pada perancangan dan pengelolaan strategi pemasaran EMONION untuk membangun *awareness*, menjangkau target pengguna, serta meningkatkan keterlibatan pengguna terhadap aplikasi. Bertanggung jawab dalam merancang arah *brand*, kampanye promosi, serta strategi distribusi konten yang mendukung pertumbuhan pengguna. Di sisi kreatif, mengembangkan konsep karakter, mulai dari kepribadian, desain karakter, hingga pola respons dengan sistem *relationship* yang dirancang.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja perusahaan dibagi menjadi 3 bagian; *CEO*, *CCO*, dan *CMO*. Masing-masing memiliki peran strategis dalam operasional perusahaan.

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 Alur koordinasi tim NuBEE

Alur koordinasi kerja dalam pengembangan aplikasi EMONION dimulai dari *CEO* sebagai pihak yang berperan dalam menentukan arah dan tujuan utama proyek. *CEO* bertanggung jawab memberikan arahan strategis dan mengawasi keseluruhan proses pengembangan yang berjalan di dalam tim. Arahan tersebut kemudian diteruskan kepada *CCO* dalam bentuk gambaran konsep utama yang akan diwujudkan dalam aplikasi EMONION. *CCO* berperan sebagai penghubung antara *CEO* dengan proses produksi desain yang dilakukan oleh tim kreatif, yaitu *UI/UX Designer*, *Character Designer*, dan *Environment Designer*. *UI/UX Designer* bertanggung jawab merancang tampilan (UI) dari aplikasi serta pengalaman pengguna aplikasi (UX) agar dapat digunakan secara mudah dan nyaman oleh pengguna. Di sisi lain, *Character Designer* bertanggung jawab merancang visual karakter yang akan digunakan dalam aplikasi. Sementara itu, *Environment Designer* bertanggung jawab merancang gambaran visual dari lingkungan atau latar yang membangun suasana dalam aplikasi. Hasil kinerja tim desain kemudian akan dikonsolidasikan dan disampaikan dalam bentuk *brief* lanjutan kepada *CMO*, yang bertanggung jawab dalam merancang kegiatan promosi, dan memastikan agar nilai, keunggulan, pesan, dan keseluruhan identitas aplikasi EMONION dapat tersampaikan kepada target pengguna.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha aplikasi EMONION menunjukkan potensi keberlanjutan bisnis yang dijelaskan dalam bentuk:

1. *Break Even Point* (BEP)

Salah satu faktor yang perlu dianalisis dalam memastikan kelayakan suatu bisnis adalah aspek keuangan dari bisnis yang akan dijalankan. Dilakukannya analisis keuangan bisnis dapat membantu pelaku bisnis dalam mengambil keputusan bisnis berdasarkan pertimbangan potensi pendapatan dan risiko dari setiap pengeluaran. Oleh karena itu, aplikasi EMONION menyusun perencanaan arus kas hingga mencapai *Break Even Point* (BEP). Suatu usaha dinyatakan mencapai *Break Even Point* (BEP) ketika pendapatan yang diperoleh mampu menutupi seluruh biaya operasional, sehingga pada kondisi tersebut usaha tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Rincian biaya beserta proyeksi *cashflow* selama satu tahun ke depan, sebagai bagian dari analisis kelayakan usaha EMONION, disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2.1 Tabel Perhitungan Biaya Tetap Aplikasi EMONION

<i>Fixed Cost</i> (Biaya Tetap)			
No.	Jenis Biaya	Biaya per Bulan	Biaya per Tahun
1.	Gaji Tim (3 orang)	Rp9.000.000	Rp108.000.000
2.	Maintenance Aplikasi	Rp2.000.000	Rp24.000.000
3.	Langganan <i>Software</i> (Adobe)	Rp1.200.000	Rp14.400.000
4.	<i>Server Hosting</i>	Rp500.000	Rp4.800.000
5.	Akun <i>Google Play Developer</i> (<i>one-time fixed cost</i>)	Rp400.000	Rp4.800.000

6.	<i>Akun App Store Developer</i>	Rp1.500.000	Rp18.000.000
7.	<i>Customer Support</i>	Rp1.200.000	Rp14.400.000
Total		Rp15.800.000	Rp189.600.000

Setelah menentukan biaya *subscription* aplikasi EMONION sebesar Rp49.000, dilakukan perhitungan biaya variabel (tidak tetap) yang telah dirincikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Tabel Perhitungan Biaya Tidak Tetap Aplikasi EMONION

<i>Variable Cost (Biaya Tidak Tetap)</i>			
No.	Jenis Biaya	Biaya per Bulan	Biaya per User (250 user)
1.	<i>Marketing: Ads (Instagram Ads)</i>	Rp840.000 (210.000/minggu)	Rp3.360
2.	<i>Customer Support</i>	Rp.367.500 (250 user)	Rp.1.470
3.	<i>Content/Asset Event</i>	Rp1.500.000	Rp6.000
Total		Rp2.707.500	Rp10.830

Berdasarkan *fixed cost*, *variable cost* dan estimasi pendapatan aplikasi EMONION, kelompok penulis menerapkan metode perhitungan *Break Even Point* (BEP) dalam satuan unit maupun rupiah dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP (Unit)} = \text{Fixed Cost} / (\text{Harga Jual} - \text{Variable Cost})$$

$$\text{BEP (Unit)} = 15.800.000 / (49.000 - 10.830)$$

$$\text{BEP (Unit)} = 15.800.000 / (38.170)$$

$$\text{BEP (Unit)} = 414 \text{ unit}$$

Setelah menghitung BEP per unit, langkah berikutnya yang dilakukan adalah menghitung BEP dalam rupiah. Perhitungan bertujuan untuk mencari tahu jumlah pendapatan yang harus diperoleh agar seluruh biaya operasional dapat tertutupi :

$$\text{BEP (Rp)} = 15.800.000 / (1 - 10.830 / 49.000)$$

$$\text{BEP (Rp)} = 15.800.000 / 0,77898$$

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp}20.202.934$$

Tabel 2.3 Hasil Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

<i>Break Even Point</i> (BEP) per Bulan	
414 Unit	Rp20.202.934
<i>Break Even Point</i> (BEP) per Tahun	
4968 Unit	Rp242.435.208

Dari perhitungan BEP yang telah dilakukan, minimal pendapatan yang harus diperoleh aplikasi EMONION sejumlah Rp20.202.934 per bulan, yaitu setara dengan penjualan sekitar 414 unit *subscription*. Target pendapatan tersebut setara dengan Rp242.435.208 atau total penjualan 4968 unit *subscription* dalam waktu satu tahun. Aplikasi EMONION mampu menutupi biaya operasional dan menghasilkan keuntungan apabila jumlah tersebut berhasil tercapai.

