

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Validasi ide bisnis adalah proses pengembangan yang dilakukan dengan memastikan data dan informasi yang digunakan sesuai, agar potensi ide bisnis kami dapat berkembang di pasar global. Berikut merupakan tahapan pengembangan ide bisnis yang menjadi dasar dalam validasi ide bisnis ini.

2.1.1 Alur Pengembangan Ide Bisnis

Perkembangan industri *game* menunjukkan peningkatan yang besar, terlihat dari jumlah *game* yang terus dirilis pada platform Steam. Banyak studio *indie* dan AA yang sekarang memiliki kualitas produksi yang bahkan dalam beberapa kasus dapat bersaing dengan studio AAA, meskipun dengan sumber daya manusia yang lebih terbatas (Maulana, 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan skala tim bukan salah satu penentu keberhasilan suatu *game*. Berdasarkan data dari Virtual Sea, terdapat lebih dari 1.000 *game* asal Asia Tenggara yang telah dirilis di platform Steam hingga akhir tahun 2024. Indonesia bahkan tercatat sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan pengembang *game* paling signifikan. (Muhamad, 2024). Meskipun jumlah *game* Indonesia yang dirilis meningkat, perkembangan industri *game* di Indonesia masih menghadapi tantangan, terutama dalam aspek pengalaman bisnis dan manajemen produksi (Bestari, 2025; Huda, 2025).

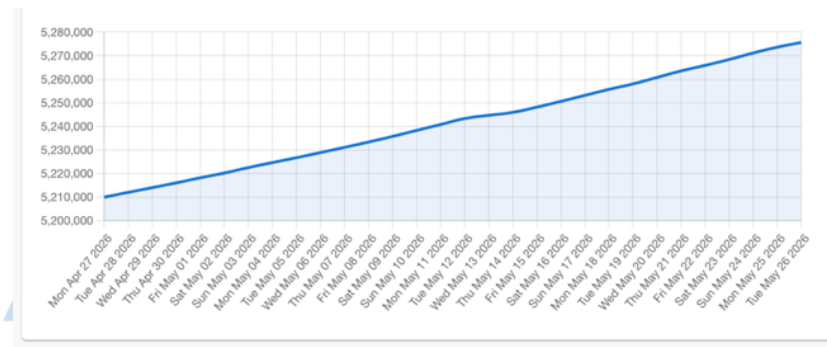
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Indonesia Jadi Kontributor *Game* Terbanyak di Platform Steam se-Asia Tenggara
Sumber: Muhamad (2024)

Di sisi lain, potensi pasar *game* di Indonesia akan sangat besar, berdasarkan laporan *Global Entertainment* dan *Media Outlook 2023-2027* nilai pasar *game* Indonesia memiliki estimasi tumbuh lebih dari 13 persen per tahun, meningkat dari Rp 27 triliun pada 2022 menjadi lebih dari Rp 49 triliun pada 2027 (Muslim, 2023). Meskipun pertumbuhannya terlihat sangat cepat, kontribusi Indonesia masih kecil dibandingkan industri *game* global, pendanaan di negara lain dapat berjumlah miliaran dolar yang sangat jauh dengan jumlah pendanaan industri *game* lokal (Huda, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi atau daya saing industri *game* Indonesia masih stagnan dan terbuka untuk dikembangkan terus.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Wibowo et al. (2025) penulis menyadari bahwa *market* dalam *game* itu tidak hanya melihat harga *game* yang mahal, namun dilihat dari persepsi nilai yang diberikan oleh sebuah *game*. Dalam Asia Tenggara *game* masih ditetapkan dalam harga sekitar 20 dollar untuk *game indie* 40 sampai 60 dollar untuk *game AAA*. Dengan harga yang mahal pemain masih dapat menerima harga *game* yang tinggi apabila terdapat benefit yang sesuai, dan imbas seperti kualitas visual, cerita, *gameplay*, dan durasi permainan. Oleh karena itu, persepsi pemain terhadap kualitas pengalaman bermain menjadi salah satu faktor penting dibandingkan hanya mempertimbangkan harga semata (Impey, 2025).



Gambar 2.2 Historic Data *Hollow Knight: Silksong* - Steam Stats
 Sumber: <https://gamalytic.com/game/1030300>

Istilah terjadinya pembelian *game* mahal namun dengan kualitas yang sesuai dan pembuatan dari studio *indie* merupakan sebutan dari “premium *indie*”, di mana *game indie* seperti *Hollow Knight: Silksong* yang telah menjual lebih dari 5 juta pembelian dengan harga 20 dollar, menunjukkan bahwa harga bukan penentu untuk membeli *gamenya*, namun yang dilihat adalah kualitas *artistik*, kedalaman *gameplay*, dan reputasi studionya (Wibowo et al., 2025). Penulis dan tim melihat strategi yang relevan adalah dengan menjaga kualitas tetap tinggi sambil menekan biaya produksi melalui perencanaan *pipeline* yang efisien, pemanfaatan *asset* secara optimal, dan penentuan *scope* yang realistis. Tujuan dari tim tidak untuk membuat *game* dengan skala yang besar, namun fokus utama tim adalah untuk menghasilkan *game* dengan kualitas visual yang cukup dengan pemberian kesan yang melekat kepada pemain.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Industri *game* Indonesia yang masih didominasi oleh produk luar negeri, membuka peluang bagi studio lokal untuk membuat identitas yang memiliki keunikan dan mampu bersaing secara global. Berdasarkan proses validasi ide bisnis pada tahap sebelumnya, tim memutuskan untuk membentuk sebuah studio *game* bernama CODE 404 yang akan dijalankan selama satu semester dalam program Entrepreneurship and innovation Program. Studio CODE 404 dibentuk dengan visi menciptakan *game* yang fokus kepada narasi yang kuat, *worldbuilding*, dan pengalaman emosional saat bermain bagi

pemain. Melalui visi tersebut, studio ingin membuat *game* yang memiliki kedalaman cerita dan identitas dunia yang kuat.

CODE 404 mengembangkan sebuah *game* 3D berjudul The New Eden, yaitu *game adventure* naratif yang mengangkat tema kekeluargaan dan dunia simulasi yang palsu. *Game* ini menjadi pengalaman bermain yang menekankan eksplorasi dunia dan keterlibatan emosional pemain melalui interaksi dengan lingkungan dan cerita yang berkembang. *Game* ini mengandalkan pemain memahami dunia permainan melalui pengalaman langsung (*playing by experience*). Pendekatan ini dapat mendorong pemain untuk merefleksikan tindakan dan situasi yang mereka alami selama *gameplay*, seperti memperkaya pengalaman bermain dan pengalaman memahami dunia permainan (Mekler et al., 2018).

Pasar *game adventure* naratif memiliki kebiasaan dalam *game* yang menghadirkan kualitas visual dan narasi yang kuat, hal tersebut terjadi karena studio AAA yang menghasilkan *Franchise* yang kuat. Tetapi dengan adanya *game* seperti “*Expedition 33: Claire Obscure*” memenangkan *game of the year* yang merupakan AA studio, hal tersebut menjadi acuan bahwa kualitas sebuah *game* tidak selalu ditentukan oleh skala produksi yang sangat besar, tetapi juga oleh kekuatan konsep, kreativitas, dan eksekusi pengembangan (Louis, 2025). Selain itu, meningkatnya konten kreator yang melakukan streaming *game* baru membuka peluang pemasaran bagi studio kecil. Oleh karena itu, strategi distribusi Elio akan difokuskan pada platform PC dan *self-publishing* studio, dengan memanfaatkan eksposur dari komunitas *gamer* dan konten kreator.

Dari sisi model bisnis, The New Eden menjadi langkah awal untuk membangun identitas dan reputasi studio. Inovasi dalam ide bisnis ini adalah menciptakan ide dan dunia yang baru dengan pendekatan narasi yang kuat. Pendekatan ini diharapkan membuka peluang pengembangan IP yang berkelanjutan di masa depan. Ide bisnis ini tidak hanya bertujuan menghasilkan sebuah *game*, tetapi juga menjadi langkah awal dalam membangun studio *game* yang mampu bersaing dalam industri *game* global.

yang tertarik pada eksplorasi atau *adventure* dan *lore* yang mendalam, seorang penggemar *game indie* yang menghargai pengalaman bermain yang unik.

Dalam distribusi dan promosi produk, studio memanfaatkan berbagai *channel* digital seperti Instagram, TikTok, Steam, YouTube, *E-commerce*, *website*, *website* untuk *donate*, dan lainnya yang dapat menjangkau pemain lebih luas. Dari sisi bisnis, pendapatan utama berasal dari penjualan *game* digital, namun dalam industri *game* pada umumnya memberikan berbagai konten tambahan yang dijual seperti *deluxe edition*, *DLC expansion*, *cosmetic DLC*, *lore book*, *merchandise*, *early access*, *original sound track*, *marketplace model 3D*, dan *digital artbook*.

2.3 Deskripsi Perusahaan

CODE 404 merupakan sebuah studio *game* independen yang berfokus pada pembuatan *game* yang berfokus kepada naratif yang kuat dan pengalaman bermain yang imersif. Studio ini berawal dari diskusi antara empat mahasiswa yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap *game Story-rich*, yaitu Reymon Silaen, Vincent, Ben David, dan Keane Yesai. Pada awalnya, interaksi kami hanya sebatas bermain *game* bersama dan berdiskusi mengenai berbagai aspek yang membuat sebuah *game* menarik, seperti mekanik *gameplay*, desain *worldbuilding*, dan pembangunan cerita. Seiring berjalannya waktu, ketertarikan tersebut berubah menjadi keinginan untuk menikmati *game* sebagai pembuatnya. Ketertarikan tersebut terjadi ketika para anggota tim mengambil mata kuliah *Game Design and Play* (GDP) pada semester lima. Melalui mata kuliah tersebut, tim mulai mengembangkan proyek *game* pertama yang berjudul *The New Eden*. *Game* tersebut dirancang dengan menekankan narasi dan *worldbuilding* sebagai inti dari pengalaman bermain. Meskipun proyek tersebut belum dapat diselesaikan sepenuhnya karena keterbatasan waktu dalam proses pengembangan, pengalaman membuat tersebut memberikan wawasan mengenai tahapan produksi *game* dengan tantangan yang dihadapi dalam prosesnya.



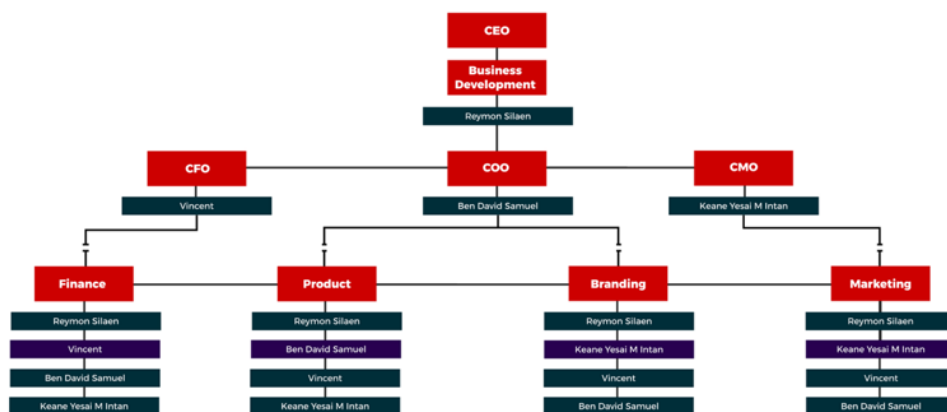
Gambar 2.4 Logo Perusahaan

Dari pengalaman tersebut juga muncul sebuah ide untuk membentuk sebuah studio *game*. Ide tersebut kemudian berkembang menjadi pendirian studio CODE 404 sebagai bagian dari ide bisnis dalam program Entrepreneurship and innovation Program. Dalam proses pembuatan ide bisnis, tim melakukan berbagai diskusi untuk menentukan arah *game* yang memiliki nilai di tengah industri *game* yang kompetitif. Setelah melalui berbagai masukan dan proses asistensi dengan dosen *supervisor* dan *advisor*, arah pengembangan bisnis kemudian difokuskan pada menciptakan *game* yang memberikan kesan yang dalam kepada pemain.

Sebagai studio *game*, CODE 404 memiliki visi untuk menghasilkan *game* berkualitas, yang mampu memberikan pengalaman bermain didukung oleh elemen narasi dan *worldbuilding* yang kuat. Studio ini berfokus pada pembuatan *game* 3D yang memiliki *Storytelling*, dan *visual design* secara seimbang. Selain itu, studio CODE 404 juga berusaha untuk membangun *game* yang relevan di pasar lokal dan global. Dalam studio ini tim menjunjung nilai Komunikasi, Kreativitas, Inovasi, dan Integritas sebagai prinsip utama dalam bekerja. Melalui pendekatan tersebut, CODE 404 ingin menjadi studio *game* independen yang dapat menghasilkan sebuah *game* dengan identitas yang kuat dalam industri *game*.

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi dalam Studio CODE 404 dirancang untuk mendukung pengembangan produk *game* dan menjalankan bisnis. Dengan pembuatan *game* The New Eden yang cukup rumit dan kompleks, serta rekan tim yang jumlahnya hanya berempat, diperlukan pembagian yang sama rata dan tidak menyimpang antara beban kerja yang diberikan.



Gambar 2.5 Struktur Perusahaan CODE 404

Dengan pembagian ini, masing-masing anggota tim memiliki peran spesifik, dan tanggung jawab tersendiri, namun pada akhirnya semua anggota tim akan bekerja sama untuk membuat *game* The New Eden. Berikut merupakan struktur organisasi dan penjabaran peran dari masing-masing anggota tim dalam program Entrepreneurship & Innovation.

1. Reymon Silaen, CEO: Sebagai *Chief Executive Officer* (CEO), Reymon Silaen memiliki tanggung jawab utama dalam memimpin dan mengarahkan jalannya perusahaan. Peran ini mencakup pembentukan visi dan misi perusahaan dan strategi jangka panjang perusahaan. Tugasnya memastikan seluruh kegiatan dan proses pembuatan *game* berjalan sesuai dengan tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Selain itu, CEO juga berperan sebagai muka dari studio ini dan memastikan keberlanjutan studio CODE 404 sebagai studio *game* yang tetap fokus dengan visi dan misi. Peran Reymon dalam perancangan produk *game* adalah sebagai *game* director yang mengatur keseluruhan *game* akan berjalan dan bagaimana *game* akan berhasil dalam proses, dan

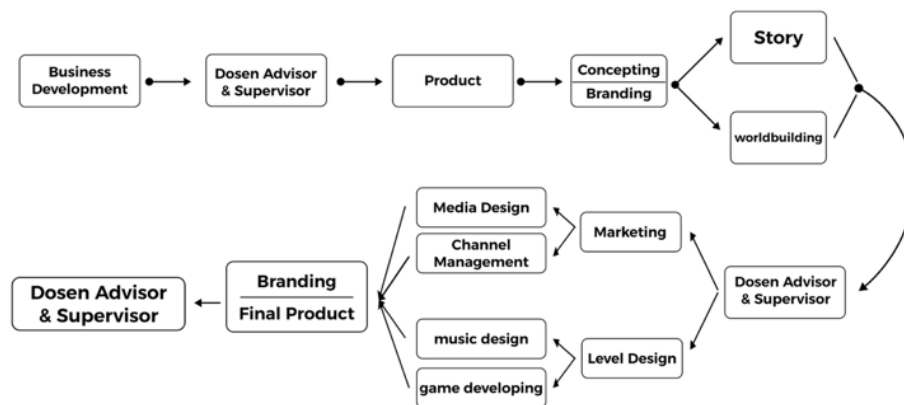
pengambilan keputusan utama dalam keseluruhan proses pengembangan *game*.

2. Ben David Samuel, COO: Sebagai *Chief Operating Officer* (COO), Ben David Samuel bertanggung jawab dalam mengelola operasional perusahaan dan memastikan seluruh proses produksi berjalan secara efisien dan terorganisir. Perannya yaitu pengawasan aktivitas produksi *game*, pengelolaan alur kerja tim, dan koordinasi antar anggota tim agar setiap tahapan proses dapat berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan CEO. Selain itu penulis memiliki peran sebagai *3D lead artist* dalam perancangan *game*, berfokus pada pengawasan kualitas *asset* 3D yang dibuat dalam pengembangan produk, dengan memastikan konsistensi 3D, visual agar sesuai dengan ketentuan yang telah diterapkan dalam proyek, lalu penulis juga yang mengatur pembuatan animasi dalam *game*.
3. Keane Yesai M. Intan, CMO: Sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO), Keane Yesai M. Intan bertanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran untuk memperkenalkan jangkauan pasar *game* CODE 404. Tugas ini mencakup penentuan target pasar, melalui berbagai platform media sosial, komunitas *game*, dan content creator atau influencer. Selain itu, CMO juga mengatur kampanye pemasaran seperti peluncuran trailer, promosi pra-rilis, dan aktivitas promosi lainnya. Selain itu Keane memiliki peran sebagai *artist* dalam studio yang berperan dalam visual 2D untuk *game* agar terlihat menarik dan sesuai dengan konsep *game*.
4. Vincent, CFO: Sebagai *Chief Financial Officer* (CFO), Vincent bertanggung jawab dalam mengelola aspek keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, pencatatan pengeluaran, serta pengawasan penggunaan dana selama proses pengembangan *game*. Selain itu Vincent memiliki peran sebagai *Narrative Designer* dalam perancangan *pre-production game* yang berfokus pada pembuatan konsep dunia, dialog dan cerita dalam pengembangan produk, selain itu

juga ada *Character Designer* yang bertanggung jawab dalam pembuatan konsep karakter, visual dan kostum.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Dalam menjalankan proses *developing* sebuah *game* dan memastikan koordinasi antara tim yang efektif dengan dosen pembimbing. Maka dari itu, diperlukan sebuah alur kerja yang terstruktur, perencanaan konsep hingga hasil akhir, dapat berjalan secara terarah melalui evaluasi dan masukan dari dosen pembimbing internal dan eksternal. Dengan adanya *supervisor*, dan mentor external proses pembuatan *game* diharapkan ada progress setiap kali bertemu, agar dapat tetap sesuai dengan tujuan program *Entrepreneurship & Innovation*.



Gambar 2.6 Alur Koordinasi Tim *Entrepreneurship & Innovation* Program

Tahap awal dalam alur kerja dimulai dari menjalankan pembuatan business kami sebagai studio dalam bidang industri *game*. Tahap selanjutnya tim melakukan proses *concepting* atau mencari ide dasar *game* dan menentukan *branding* awal dari *game* kami. Pada tahap ini, tim menentukan konsep dasar, tema permainan, dan arah pengembangan *game*. Setelah konsep awal terbentuk, proses dilanjutkan dengan *Story* dan *worldbuilding* yang berfungsi sebagai fondasi naratif dari *game*. Kedua tahap ini menjadi hal utama dalam membangun dunia yang luas dari latar cerita.

Setelah tahap dari pembuatan konsep selesai, seluruh hasil tersebut dikonsultasikan kepada dosen *advisor* dan *supervisor* untuk mendapatkan insight

terhadap kelayakan konsep yang telah dirancang. Proses tahapan ini bertujuan dalam memastikan konsep telah sesuai dengan tujuan ide bisnis. Tahapan berikutnya adalah proses produksi yang mencakup *level design* dan *marketing*. Pada bagian *level design*, mulai tahapan merancang struktur *game* dari alur eksplorasi yang akan dialami oleh pemain. Proses ini kemudian dilanjutkan ke dalam tahap *game developing* yang melakukan pembuatan *asset 3D game*, *texturing*, animasi, pembuatan UI *game*, implementasi mekanik *game* dan sistem *gameplay*. Sementara itu, pada tahapan *marketing*, melakukan tahap *channel management* dan *media design*.

Seluruh tahapan produksi kemudian akan dirangkum dalam proses *branding final product* sebagai bentuk penyatuan identitas. Pada tahap akhir, hasil *game* dan bisnis akan diasistensikan kepada dosen *advisor* dan *supervisor* sebagai bagian dari proses evaluasi akhir. Melalui proses ini, *supervisor* dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi standar yang diharapkan setelah melewati berbagai tahapan evaluasi dan ide bisnis layak sebagai hasil akhir dari program *Entrepreneurship & Innovation*.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Salah satu metode yang akan kami gunakan untuk menilai kelayakan usaha adalah dengan menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP). *Break Even Point* merupakan kondisi ketika total pendapatan sama dengan total biaya yang dikeluarkan, ada sebuah titik pertengahan yang tidak memberikan keuntungan atau kerugian. Dengan kata lain, hal ini menjadikan acuan dalam jumlah minimum penjualan unit yang harus terjual agar seluruh biaya operasional dapat tertutupi (Ismail, 2024). Analisis BEP memiliki peran penting dalam perencanaan bisnis karena dapat membantu perusahaan agar usaha tetap dapat berjalan. Selain itu, BEP juga dapat membantu dalam menentukan strategi penetapan harga, dan meminimalkan risiko kerugian bisnis.

Dalam melakukan analisis *Break Even Point*, terdapat beberapa komponen utama yang perlu diperhitungkan, yaitu biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga per unit. Biaya tetap menjadi biaya yang harus dikeluarkan meskipun tidak mendapatkan profit, seperti biaya platform Steam. Biaya variabel

per unit adalah biaya yang berubah mengikuti jumlah *game* yang terjual. Sementara itu, harga per unit merupakan harga jual produk yang ditetapkan kepada konsumen. Berikut ini adalah gambaran rumus menghitung BEP.

Rumus Break Even Point per unit

$$\text{Rumus BEP Unit} = (\text{Biaya Tetap}) / (\text{Harga per unit} - \text{Biaya Variable per Unit})$$

Gambar 2.7 Rumus menghitung BEP
Sumber: Ismail (2024)

Dengan menggunakan rumus menghitung BEP per unit atau *copy*, CODE 404 dapat dihitung sesuai dengan kebutuhan kami yang menjual berdasarkan *copy*. Penjualan *game* dapat ditentukan berapa *copy* yang perlu kami targetkan dari arah pandang realistis, dan optimis. Realistis mengacu pada target mencapai titik impas BEP, sedangkan optimis mengacu pada proyeksi target yang perlu dicapai untuk menjadikan studio CODE 404 berhasil sebagai bisnis dalam industri *game*.

2.6.1 BEP Tahunan untuk CODE 404

Break Even Point tahunan dijadikan sebagai acuan minimum penjualan *game* yang perlu dicapai agar seluruh biaya operasional dapat tertutupi. Perhitungan ini didasarkan pada estimasi biaya tetap tahunan, biaya variabel, serta target harga jual per *copy* yang telah disesuaikan sebagai berikut.

2.6.1.1 Biaya Tetap Tahunan:

- Biaya Operasional per bulan: Rp 4.000.000,00
 - Biaya Social Media Ads per bulan: Rp 340.000,00
 - Biaya Upload Platform Steam: Rp 1.600.000,00
 - $(\text{Biaya Operasional per bulan} \times 12) + (\text{Biaya Social Media Ads per bulan} \times 12) + \text{Biaya Upload Platform Steam} = \text{Rp } 53.680.000,00$
- Jadi, total biaya tetap selama 1 tahun adalah sekitar Rp 53.680.000,00

2.6.1.2 Biaya Variabel per Unit:

- Biaya sistem bagi hasil Steam per *copy*: 30% dari harga *game*

(Rp 75.000 (harga *game*) x 70% (pendapatan per *copy*) = Rp 52.500)

Jadi, total biaya variabel per adalah Rp 22.500,00

2.6.1.3 Pendapatan per Bulan:

- Pendapatan per *copy* untuk penjualan *game* setelah 30% pajak Steam Rp 52.500,00.

- Pendapatan untuk mencapai BEP dalam setahun, maka per bulan perlu mencapai = $52.500 \times 86 = \text{Rp } 4.515.000,00$

Jadi, total pendapatan per bulan adalah sekitar Rp 4.515.000,00, dengan total yang perlu dijual dalam satu bulan adalah 86 *copy* atau unit

$$\text{BEP} = \frac{(53.680.000)}{(75.000 - 22.500)}$$
$$\text{BEP} = 1.023 \text{ Copy}$$

Gambar 2.8 Rumus menghitung BEP penjualan The New Eden

Jadi, untuk mencapai titik BEP dari penjualan *game* dalam Studio CODE 404 perlu menjual sekitar 1.023 *copy* per tahun. Jika selama satu tahun *game* yang berhasil terjual berjumlah sebanyak 5000 *copy* atau sebagai target optimis kami, maka total pendapatan bersih sebanyak Rp 262.500.000,00.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA