

BAB II

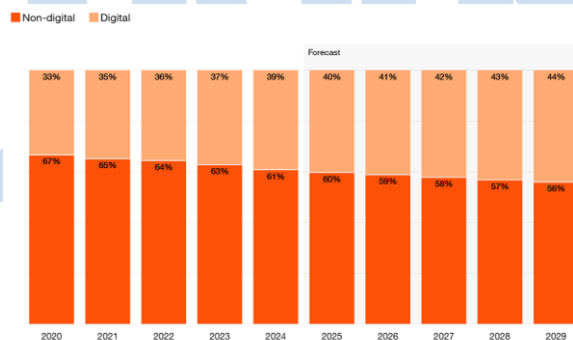
PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Memasuki tahapan ini ide usaha yang dikemukakan oleh tim akan dievaluasi proses pengembangannya untuk mengetahui potensi ke depannya dalam memenuhi kebutuhan pasar, sebelum ide usaha tersebut dikembangkan lebih lanjut,

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

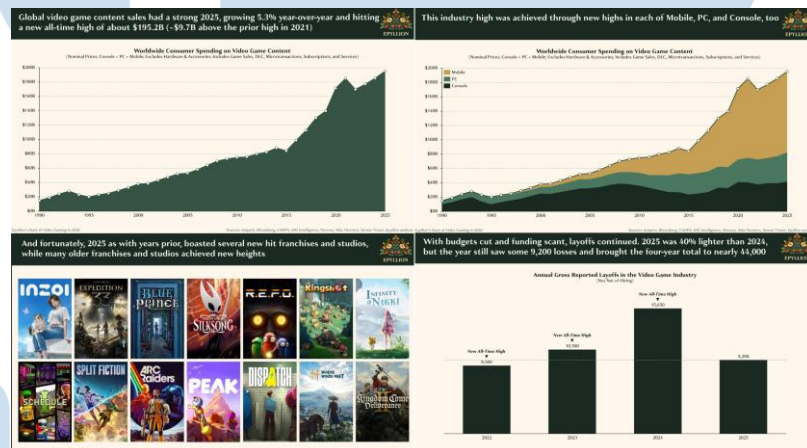
Seiring berkembangnya teknologi digital mendorong transformasi dalam proses pengembangan dan pengalaman bermain. Pada tahun 2024 pendapatan industri *game* tercatat sebanyak 223,8 miliar USD serta diproyeksikan akan terus meningkat menjadi 300 miliar USD pada tahun 2029 (PwC, 2025). Menurut laporan yang dikeluarkan oleh Global Entertainment and Media Outlook menunjukkan bahwa pengeluaran konsumen terhadap hiburan pada media digital semakin meningkat setiap tahunnya. Kebutuhan terhadap media digital tersebut berkembang dari 33% pada tahun 2020 menjadi 40% pada tahun 2025 serta diperkirakan akan terus meningkat menjadi 44% pada tahun 2029 (PwC, 2025). Peningkatan ini menunjukkan bertambahnya minat masyarakat terhadap hiburan pada media digital, salah satunya melalui video game.



Source: Global Entertainment & Media Outlook 2025-2029, PwC, Onida

Gambar 2.1 Pengeluaran Hiburan Digital dan non-Digital
Sumber: PwC (2025)

Berdasarkan laporan yang ditulis oleh Matthew Ball (2026), pertumbuhan industri *game* meningkat 5,3% setiap tahunnya dan mencapai keuntungan terbesar sekitar 195,2 miliar USD pada tahun 2025. Peningkatan pada industri *game* juga dapat terlihat pada beberapa platform, seperti mobile, PC, dan console, dengan pengguna PC yang mengalami pertumbuhan yang konsisten dan stabil setiap tahunnya. Bukan hanya itu, pertumbuhan tersebut dapat dilihat dari pencapaian studio-studio lokal dalam menghadirkan pengalaman bermain yang unik, dan berkesan, seperti *game* Silksong, REPO, Dispatch, dan seterusnya. Meskipun industri *game* saat ini sedang bertumbuh, di sisi lain masalah seperti pemotongan dana, pemberhentian pekerja, serta keterbatasan biaya masih menjadi masalah yang cukup signifikan hingga saat ini.

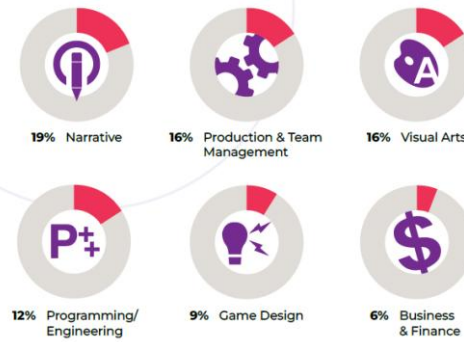


Gambar 2.2 Kondisi Pertumbuhan dan Tekanan Industri *Game* Tahun 2025
 Sumber: Ball (2026)

Meskipun perkembangan dalam industri *game* saat ini terus mengalami peningkatan. Di sisi lain, studio AAA mengalami tantangan dalam biaya produksi yang semakin membesar dan jangka waktu pengembangan yang semakin panjang membuat harga *game* yang dikeluarkan otomatis akan semakin tinggi (Plantec & Christofferson, 2025). Selain itu, beberapa *game* yang mendapatkan perhatian justru pada tahun 2025 datang dari studio indie. Di sisi lain, jumlah pemberhentian pekerja juga meningkat sebanyak 35% dibandingkan tahun lalu, menjadikannya 41% tahun ini dengan persentase terbesar di bidang *narrative* sebanyak 19% (Informa, n.d.). Namun, temuan

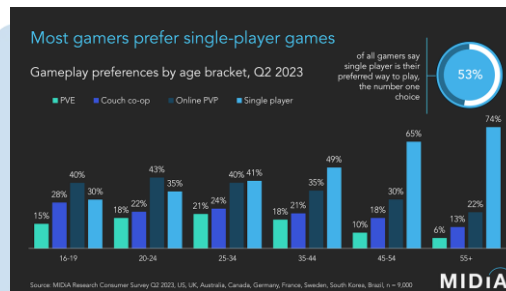
lain menunjukkan bahwa sentuhan kreativitas dan emosional manusia masih diperlukan dalam proses produksi *game* (Desk, 2026).

LAYOFFS BY JOB ROLE



Gambar 2.3 Tampilan Pemberhentian Berdasarkan Bidang Kerja
Sumber: Informa (n.d.)

Di sisi lain, preferensi pemain terhadap *game* yang berfokus kepada narasi/cerita juga masih mengalami peningkatan. Analisis yang dilakukan oleh MIDiA Research di wilayah Amerika Serikat, Kanada, Prancis, Australia, Inggris, Turki dan Afrika Selatan menunjukkan bahwa minat pemain terhadap tipe permainan solo masih lebih tinggi dibandingkan multiplayer dan e-sport. Bukan hanya itu, sebanyak 50% pemain menyebutkan minat tipe permainan mereka masih kepada *game* narasi (Daniel, 2024).



Gambar 2.4 Preferensi Pemain Terhadap Tipe Permainan
Sumber: Elliott (2024)

Meskipun, minat pemain terhadap *game* narasi juga terlihat dengan meningkatnya minat terhadap tipe *game* dengan genre adventure. Genre adventure yang biasa dengan *game* yang penuh eksplorasi, kaya akan cerita, teka-teki yang mendukung alur cerita dan adanya barang yang dapat dikoleksi sepanjang *game* (collectible item) (Fullerton, 2024, h. 505). Selain

itu, sebanyak 58,5% pemain berusia 16-24 tahun menyukai genre adventure dan 54,1% berusia 25-34 tahun.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa tantangan produksi, terutama pada biaya dan waktu produksi yang panjang, didukung dengan masalah internal industri game, terkait pemberhentian pekerja, keterbatasan biaya, dan pemotongan dana. Namun, di sisi lain studio lokal justru malah berkembang dengan biaya produksi yang menggunakan dana pribadi sebanyak 56% dengan jangka waktu produksi yang ringkas, mendapatkan penghargaan pada tahun 2025 (Elderkin, n.d.; Ball, 2026). Selain itu, elemen utama dalam game, seperti alur cerita, karakter, narasi, dan *worldbuilding* masih menjadi fokus utama dalam proses pengembangan. Di sisi lain, pemain yang bermain *game* tidak hanya mencari hiburan semata, melainkan pengalaman bermain yang lebih bermakna. Menurut data yang berhasil ditemukan, menunjukkan bahwa sebanyak 87% untuk mengurangi stres dan mencari hiburan relaksasi, serta 27% untuk mencari *game* yang menawarkan eksplorasi dunia dan ide (Entertainment Software Association, 2023)

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan validasi ide yang sudah dipaparkan sebelumnya, saat ini industri *game* sedang berkembang pesat, namun mengalami beberapa tantangan dari sisi biaya dan waktu pengembangan, serta meningkatnya masalah internal dalam studio game. Di sisi lain, minat terhadap tipe *game* narasi masih sangat tinggi. Oleh karena itu, adanya peluang untuk menghasilkan *game-game* yang berfokus kepada narasi, karakter, *worldbuilding* dan pengalaman bermain yang autentik dapat menawarkan pengalaman bermain yang bermakna kepada pemain game.

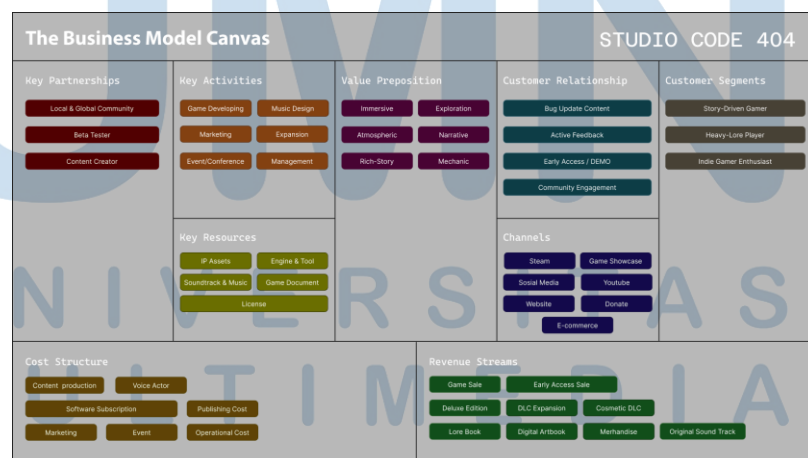
Berdasarkan peluang yang sudah dijabarkan sebelumnya, tim menghadirkan sebuah studio *game* yang diberi nama Code 404. Studio *game* Code 404 merupakan studio yang berfokus dalam menghasilkan *game* dengan kualitas narasi yang dalam, pengembangan karakter yang kuat dan pengalaman bermain yang imersif. Oleh karena itu, studio *game* Code 404 tidak hanya

fokus menghasilkan *game* yang menarik secara visual, melainkan pengalaman bermain yang asli.

Studio Code 404 memiliki visi untuk menghadirkan *game* yang berfokus kepada kualitas narasi yang dalam, karakter yang kuat serta relevan dan desain visual yang mendukung keseluruhan alur cerita. Selain itu, untuk mencapai visi tersebut, studio menetapkan beberapa misi, seperti menghasilkan alur cerita dan *worldbuilding* yang kuat, karakter yang memiliki desain unik serta relevan dengan alur cerita, dan mengintergrasikan keseluruhan storytelling, karakter, *worldbuilding* untuk menghasilkan pengalaman bermain yang harmonis. Sebagai langkah awal studio dalam mewujudkan visi dan misi, studio mengembangkan *game* The New Eden. *Game* The New Eden adalah *game* yang berfokus kepada narasi, karakter dan pengalaman emosional pemain. Selain itu, *game* The New Eden adalah *game* pertama yang diwujudkan dalam program Entrepreneurship and Innovation sebagai bentuk implementasi arah dan konsep studio.

2.2 Business Model Canvas

Pada bagian ini, penulis akan menjabarkan serta menjelaskan, *Business Model Canvas* menurut arah bisnis yang dikembangkan oleh tim, seperti customer segment, value proposition, channel, customer relationship, key activities, key resource, key partners, revenue stream, serta cost.



Gambar 2.5 *Business Model Canvas* Studio Code 404

Business Model Canvas (BMC) yang dijabarkan adalah model bisnis studio Code 404, mulai dari nilai yang ditawarkan hingga monetisasi. Melalui model tersebut, studio dapat menjabarkan tahapan pengembangan game, mulai dari proses perancangan, pengembangan, hingga distribusi *game* yang berfokus kepada narasi.

Untuk bagian Customer Segment studio menargetkan pasar pemain yang menyukai tipe *game* yang berfokus kepada narasi dan eksplorasi dalam dunia game. Segmen utama yang dituju adalah story-driven gamer, yaitu pemain yang menyukai tipe *game* yang memiliki dan menghadirkan cerita yang menarik, unik dan mendalam. Lalu, heavy-lore player, yaitu pemain yang menyukai dunia *game* yang kompleks serta latar belakang dunia yang dalam. Terakhir, *indie game* enthusiast, yaitu pemain *game* yang menyukai *game-game* yang dikeluarkan oleh studio independent yang unik dan kreatif.

Nilai utama yang ditawarkan oleh studio Code 404 dapat terlihat dari bagian Value Proposition, yaitu atmospheric, immersive, dan exploration, melalui pengembangan dunia *game* yang kaya akan cerita, narasi dan *storytelling* ditambah dengan mekanik bermain yang mendukung pembentukan pengalaman bermain yang unik dan autentik.

Untuk menjangkau pasar dan pemain studio memanfaatkan berbagai Channel dalam distribusi dan promosi game. Untuk bagian distribusi game, studio memanfaatkan platform Steam agar dapat menjangkau pasar global. Selain itu, untuk bagian promosi dan membangun exposure, studio memanfaatkan media sosial, YouTube, website dan *game* showcase, seperti pengeluaran trailer, coming soon, eksklusif event atau sale, dan mempromosikan *game-game* terbaru yang sedang dikembangkan. Studio juga memanfaatkan donate dan e-commerce sebagai platform revenue terhadap penjualan produk merchandise dan bagi komunitas yang tertarik dan terdorong untuk mendukung perkembangan studio *indie* lokal.

Selain itu, untuk menjaga hubungan dengan pemain, studio menetapkan beberapa Customer Relationship ke dalam model. Studio berfokus kepada hubungan komunitas, seperti memperbaiki dan memperbaharui kendala

(bug) yang terjadi pada *game* yang berdampak mengurangi pengalaman bermain, memberikan *early access*/DEMO kepada pemain *game*, dan mendorong interaksi dengan komunitas. Melalui hubungan ini, studio mendapatkan masukan serta opini komunitas *game* yang berpotensi meningkatkan kualitas *game* sebelum dan sesudah diluncurkan ke pasar.

Dalam proses pengembangan studio menetapkan beberapa Key Activities utama, yaitu proses pengembangan *game* (*game developing*), perancangan musik dan audio (*music design*), proses pemasaran, manajemen tim, dan berpartisipasi dalam event-event *game*.

Untuk mencapai aktivitas yang sudah dijabarkan sebelumnya, Key Resource yang harus dimiliki oleh studio, antara lain adalah aset IP, perangkat dan lisensi terhadap *engine* dan *tool* desain, dokumentasi proses pengembangan *game* (*game document*), dan aset musik dan soundtrack.

Studio juga melakukan Key Partnership dengan beberapa pihak dalam membantu proses produksi dan pengembangan *game*, seperti komunitas lokal dan global, beta tester sebagai penguji kualitas *game* sebelum diluncurkan, dan content creator untuk mempromosikan *game* lebih luas.

Dari sisi Revenue Stream, studio Code 404 mendapatkan pendapatan utama melalui penjualan *game* dengan *early sale* dan paket *deluxe edition*. Selain itu, studio dapat menjual *downloadable content* (DLC) yang berisikan ekspansi cerita ataupun kosmetik tambahan yang dapat dipakai pemain dalam *game*. Bukan hanya itu, untuk pendapatan tambahan studio dapat menjual *digital artbook*, *lore book*, *original soundtrack* maupun *merchandise* yang berkaitan dengan *game*.

Kemudian, terdapat beberapa Cost Structure yang perlu diperhatikan selama proses pengembangan *game*, seperti biaya produksi *game*, biaya pengisi suara (*voice actor*), biaya operasional selama proses pengembangan *game*, biaya pemasaran dan penerbitan *game*, serta biaya perangkat lunak.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Pada bagian ini, akan dijelaskan sejarah serta filosofi yang dimiliki oleh studio pengembangan *game* Code 404. Melalui penjelasan ini, pembaca dapat memahami visi, misi dan arah pengembangan *game* yang dirancang oleh studio Code 404.

2.3.1 Deskripsi Sejarah

Pada bagian deskripsi sejarah, penulis akan menjelaskan awal mula pembentukan, mulai dari kesamaan pengembangan *game*, hingga proses dan perkembangan perancangan dan pengembangan ide bisnis selama dalam program Entrepreneurship & Innovation.



Gambar 2.6 Logo Studio Code 404

Sejarah berdirinya studio *game* Code 404 dimulai dari pembahasan terkait pengembangan *game* yang sering dilakukan oleh 4 mahasiswa, yaitu Reymon Ben, Ken dan Vincent terkait alur cerita, lore, mekanik hingga pengalaman bermain *game*, seperti *game* Warhammer 40K, Elden Ring, Poppy Playtime, dsb. Ketertarikan terhadap pengembangan *game* yang sama tersebut yang pada akhirnya mendorong mereka untuk memasuki proses pengembangan yang lebih serius.

Pada semester lima, mereka mengambil mata kuliah yang sama, yaitu *Game Design & Play* (GDP) yang memberikan kesempatan untuk mengembangkan *game* digital. *Game* digital yang dikembangkan mereka

untuk pertama kali adalah *game* The New Eden yang berfokus pada narasi, lore, karakter dan *worldbuilding* yang dalam dan kuat. Namun, karena keterbatasan waktu dalam lingkup perkuliahan, pada akhirnya *game* tersebut tertunda dan belum dapat terselesaikan secara penuh.

Setelah itu, Reymon mulai memberikan ide untuk mendirikan sebuah studio *game* yang secara konsisten mengembangkan *game* yang berfokus kepada narasi. Dari ide tersebut lahir studio *game* Code 404.

Dalam proses pengembangan, studio *game* Code 404 awalnya ingin menjadi studio lokal yang dapat bersaing dengan studio besar AAA, seperti CapCom, Ubisoft, Activision, SIE Santa Monica Studio dan Tarsier Studio. Namun, ide tersebut akhirnya berubah menjadi studio lokal *indie* yang ingin menyelesaikan permasalahan terkait *game* lokal yang susah berkembang karena selalu mengangkat tema seputar budaya lokal. Ide tersebut pada akhirnya berubah setelah mendapatkan masukan dari dosen pembimbing, mentor, dan anggota tim menjadi *game* studio yang berfokus untuk menghasilkan *game* dengan narasi, karakter, storytelling, dan *worldbuilding* yang kuat, sehingga berpotensi menjadi *game* ringkas dengan pengalaman bermain yang mendalam di saat industri *game* membutuhkan dana dan jangka waktu pengembangan yang panjang dan lama.

2.3.2 Filosofi Perusahaan

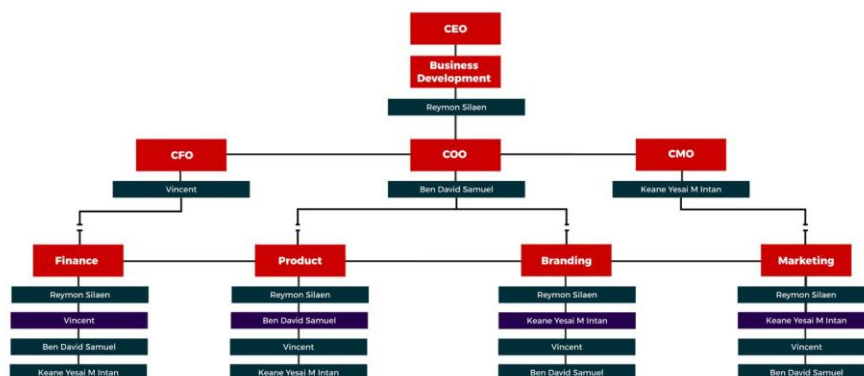
Filosofi studio *game* Code 404 tidak hanya sebatas menghadirkan *game* dengan visual yang menarik, tetapi juga narasi, *worldbuilding*, karakter dan mekanik yang terintegrasi dengan baik. Selain itu, studio Code 404 juga berupaya untuk menghadirkan *game* berbasis tiga dimensi (3D). Pendekatan tersebut diharapkan dapat menjawab permasalahan yang sedang tren di pasar industri *game* saat ini dan membuka peluang agar industri *game* lokal dapat bersaing di pasar global.

Selain itu, studio Code 404 juga menjunjung tinggi nilai-nilai Komunikasi, Kreativitas, Inovasi dan Intergrasi. Nilai komunikasi menekankan

pentingnya berkontribusi dengan rekan tim lainnya dalam proses pengembangan *game* serta interaksi dengan komunitas *game*. Nilai kreativitas dan inovasi mendorong studio untuk terus mengembangkan ide serta pendekatan baru dalam pengembangan *game*. Lalu, intergrasi yang mendorong studio untuk tetap menjaga kualitas *game* agar dapat memenuhi bahkan melampaui standar *game* dan menjaga agar arah dan proses pengembangan *game* tetap profesional.

2.4 Struktur Perusahaan

Pada bagian ini, penulis akan menjabarkan kontribusi masing-masing anggota, baik dari sudut pandang bisnis, dan sudut pandang pengembangan *game* The New Eden berlangsung.



Gambar 2.7 Struktur dan Pembagian Peran di Studio *Game Code 404*

Penjabaran struktur perusahaan dilakukan untuk memperjelas kerangka hirarki, tanggung jawab, peran hingga struktur koordinasi dalam perusahaan saat menjalankan proses pengembangan bisnis. Dengan adanya struktur perusahaan yang jelas, setiap anggota memahami peran serta tanggung jawab Struktur peran dan fungsi masing-masing selama proses pengembangan agar berjalan lebih efektif dan teratur. Oleh karena itu, studio CODE 404 menjabarkan dan membentuk struktur perusahaan agar proses pengembangan usaha dan bisnis lebih terkoordinasi. Berikut merupakan struktur perusahaan dari studio *game* CODE 404.

1. Reymon Silaen – Chief Executive Officer (CEO)

Sebagai CEO, Reymon Silaen bertanggung jawab dalam menentukan arah berkembangnya perusahaan, menentukan visi dan strategi bisnis, serta mengawasi berjalannya keseluruhan proses berjalannya perusahaan. Selain itu, CEO juga berperan dalam menjaga dan mengawasi setiap divisi berjalan sesuai dengan koordinasi dan tujuan perusahaan.

Selain menjabat sebagai CEO, dalam proses pengembangan game, Reymon Silaen menjabat sebagai *Game Director*, *Game Composer*, dan *Lead Developer*. Sebagai seorang *Game Director* Reymon bertanggung jawab dalam keberhasilan proses pengembangan produk, kesesuaian proses pengembangan dan membangun konsep bentuk dunia dalam game. Lalu, *Game Composer* yang bertanggung jawab dalam merancang kebutuhan musik dan suara dalam game, sedangkan *Lead Developer* bertanggung jawab dalam developer utama dalam proses pengembangan game.

2. Ben David Samuel – Chief Operating Officer (COO)

Sebagai COO, Ben David Samuel bertanggung jawab dalam mengatur berjalannya operasional perusahaan selama proses pengembangan game. Selain itu, COO juga bertanggung jawab dalam mengawasi proses berjalannya pengembangan *game* sesuai dengan arah dan perencanaan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Selain menjabat sebagai COO, dalam proses pengembangan game, Ben David Samuel menjabat sebagai *3D Lead Artist* yang mempunyai tanggung jawab dalam kualitas serta konsistensi pengembangan aset *3D* dengan ketentuan yang sudah ditetapkan dalam proyek.

3. Keane Yesai M. Intan – Chief Marketing Officer (CMO)

Sebagai CMO, Keane Yesai M Intan bertanggung jawab dalam mengatur strategi pemasaran, pengembangan brand serta menyusun struktur komunikasi brand dengan target pasar. Peran tersebut

mencakup proses pengembangan media promosi agar meningkatkan visibilitas produk yang telah dikembangkan oleh perusahaan.

Selain menjabat sebagai CMO, dalam proses pengembangan game, Keane Yesai M. Intan menjabat sebagai *Artist* yang mempunyai tanggung jawab dalam perancangan terhadap kebutuhan aset visual.

4. Vincent – Chief Financial Officer (CFO)

Sebagai CFO, Vincent bertanggung jawab dalam mengelolah aspek keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan pengeluaran perusahaan serta mengawasi penggunaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dalam proses pengembangan game.

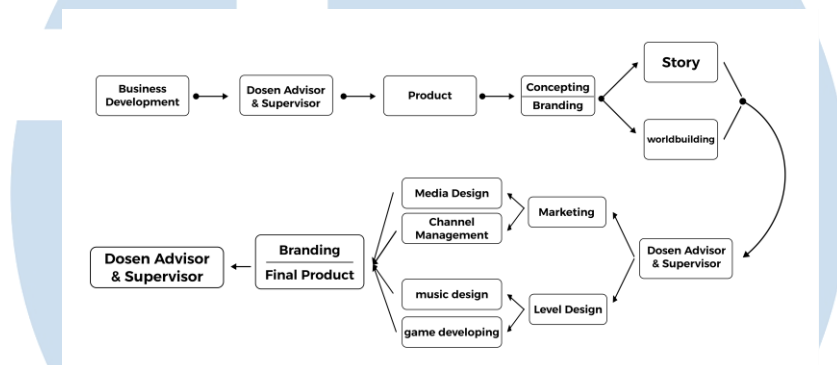
Selain menjabat sebagai CFO, dalam proses pengembangan game, Vincent menjabat sebagai *Narrative Designer* yang mempunyai tanggung jawab dalam konsep dunia, dialog, serta narasi dalam suatu produk. Selain itu, Vincent juga menjabat sebagai *Character Designer* yang bertanggung jawab dalam perancangan konsep, visual, dan kostume sebuah karakter dalam produk.

Mengingat bahwa studio *game* CODE 404 masih dalam tahap pengembangan dengan keterbatasan sumber daya manusia, sehingga setiap anggota tidak bekerja dalam satu divisi saja. Seluruh anggota tim terlibat dalam berbagai aktivitas kolaboratif selama proses pengembangan dan produksi game. Meskipun demikian, dalam setiap divisi memiliki penanggung jawab utama. Dalam hal ini, Ben David Samuel sebagai penanggung jawab dalam divisi *Product*, Keane Yesai M Intan sebagai penanggung jawab utama dalam divisi *Marketing* dan Vincent sebagai penanggung jawab utama dalam divisi *Finance*, namun tetap dalam pengawasan dan koordinasi CEO dan *Branding*, Reymon Silaen.

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

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Pada bagian alur kerja perusahaan, penulis akan menjabarkan serta menjelaskan proses yang dilakukan secara bertahap selama pengembangan *game* The New Eden berlangsung.



Gambar 2.9 Alur Koordinasi Tim Entrepreneurship & Innovation Program

Perancangan alur kerja studio *game* Code 404 bertujuan agar proses pengembangan *game* dapat sejalan dan sesuai dengan arah yang sudah ditentukan. Alur mencakup penyusunan dan perancangan alur cerita hingga produk jadi yang sudah siap untuk dipresentasikan. Bukan hanya itu, dalam setiap proses pengembangan *game* melibatkan dosen supervisor dan advisor untuk proses evaluasi dan penyempurnaan ide bisnis.

Tahap awal proses pengembangan *game* dimulai dari proses *Concepting & Branding*, tim menyusun dan merancang ide yang akan dijadikan sebagai tema utama *game*, dan konsep dasar yang akan dikembangkan ke depannya.

Setelah tahap dasar telah ditentukan, tim menyusun dan merancang story & worldbuilding, Pada bagian ini tim telah memasuki proses perancangan alur cerita, latar dunia dalam cerita dan elemen naratif lainnya. Setelah itu, hasil yang sudah dirancang dibawa kepada dosen supervisor dan advisor untuk mendapatkan masukan yang berpotensi untuk pengembangan *game* ke depannya.

Setelah melewati proses bimbingan dosen, tim memasuki tahap *level design*, yaitu merancang alur bermain, terdiri dari *puzzle*, aset, tantangan, hingga arah alur cerita. Tahap ini kemudian dilanjutkan ke *game developing*, yaitu

mengintegrasikan semua elemen-elemen naratif yang telah dibuat ke dalam satu sistem. Selain itu, tim juga merancang music design, yaitu merancang ambience dalam *game* untuk mendukung dan memperkuat narasi, dan menciptakan kesan emosional bagi pemain.

Di sisi lain, tim juga telah masuk ke tahapan marketing yang terdiri dari, channel management dan media design, yaitu menentukan media-media yang akan digunakan dalam proses distribusi dan promosi.

Seluruh hasil tahapan sebelumnya kemudian diimplementasikan ke dalam branding dan final product, yang sudah siap untuk dipresentasikan kepada pasar dan dosen. Setelah itu, produk akhir tersebut dikonsultasikan kembali kepada dosen supervisor dan advisor untuk mengkonfirmasi bahwa hasil usaha telah sesuai dengan tujuan program Entrepreneurship and Innovation.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha dilakukan pada *game* The New Eden untuk melihat potensi keuntungan yang dapat dicapai serta jumlah minimal penjualan agar dapat meraih keuntungan (breakeven point). Analisis dibawah dilakukan dengan mempertimbangkan harga produk, biaya distribusi dan promosi, serta biaya operasional yang dikeluarkan selama proses pengembangan *game* selama satu tahun.

2.6.1 Biaya Tetap Tahunan

Game The New Eden direncanakan akan dijual di platform Steam sebesar Rp 75,000,00 ribu per copy. Oleh karena itu, pendapatan bersih yang diterima oleh studio adalah sebesar:

- Biaya operasional per bulan: Rp. 4,000,000,00
- Biaya social media ads per bulan: Rp. 340,000,00
- Biaya upload ke platform Steam: Rp, 1,600,000,00

Biaya Tetap

(Biaya Operasional per bulan x 12 bulan) + (Biaya social media ads per bulan x 12 bulan) + Biaya upload ke platform Steam

$(Rp\ 4,000,000,00 \times 12) + (Rp\ 340,000,00 \times 12) + Rp\ 1,600,000,00$

$Rp\ 48,000,000,00 + Rp\ 4,080,000,00 + Rp\ 1,600,000,00$

Total biaya tetap= Rp 53,680,000,00

Dengan demikian, total biaya tetap yang akan dikeluarkan oleh studio Code 404 adalah Rp 53,680,000,00.

2.6.2 Biaya Variabel Per unit

Biaya variable per unit yang akan ditarik oleh pihak Steam saat berhasil menjual produk, sebagai berikut:

- Biaya sistem bagi hasil Steam per copy: 30% dari harga *game*
 $(Rp\ 75,000,00 \text{ (harga game)}) \times 70\% \text{ (keuntungan per copy)} = Rp\ 52,500,00$

Jadi total biaya variable per copy adalah Rp 22,500,00

2.6.3 Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per bulan yang akan diterima oleh studio *game* Code 404, adalah sebagai berikut:

- Pendapatan per copy setelah menerima pajak 30% dari Steam= Rp 52,500,00
- Total pendapatan yang akan didapati, bila mencapai BEP dalam waktu sebulan $Rp\ 52,500,00 \times 128 = Rp\ 6,720,000,00$

Rumus yang digunakan dalam perhitungan BEP adalah:

$$\text{BEP dalam Unit} = \text{Biaya Tetap} / \text{Margin Kontribusi per unit}$$

Gambar 2.10 Rumus Perhitungan Break-Even Point (BEP) dalam Bentuk Unit

Sumber: Amalia (2024)

- $BEP = Rp\ 53,680,000 / (Rp\ 75,000,00 - Rp\ 22,500,00)$
- $BEP = 1,023 \text{ copy}$

- Keuntungan bersih= estimasi penjualan x harga game
- Keuntungan bersih= 5000 copy x Rp 52,500,00
- Keuntungan bersih= Rp 262,500,000,00

Berdasarkan perhitungan yang telah dihitung pada bagian kelayakan usaha, dapat disimpulkan bahwa total biaya tetap yang akan dikeluarkan oleh studio selama pengembangan produk adalah Rp 53,680,000,00, dengan pendapatan yang akan diterima oleh studio setelah potongan pajak sebesar Rp 52,500,00 untuk setiap produk dan Rp 6,720,000,00 dalam waktu satu bulan. Selain itu, BEP yang harus dicapai melalui harga game yang telah ditetapkan sebelumnya agar menjadi titik balik untung berada setelah penjualan 1,023 copy dengan estimasi penjualan 5,000 copy dan keuntungan bersih sebesar Rp 262,500,000,00.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA