

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang penulis dan tim melihat adanya sebuah peluang solusi bisnis untuk menghadirkan sebuah aplikasi mobile Curabebe yang dapat membantu orang tua secara terstruktur dalam proses tumbuh kembang anak pada *golden age*. Curabebe menghadirkan beberapa fitur yang dapat menjadi alat bantu dan juga panduan orang tua untuk mengetahui tumbuh kembang anak dengan penyajian yang terpersonalisasi.

Untuk memastikan agar aplikasi Curabebe dapat menjawab kebutuhan orang tua serta menilai potensi keberhasilan di pasar, diperlukan validasi terhadap ide bisnis yang dikembangkan. validasi dilakukan dengan tujuan agar Curabebe dapat memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, mengidentifikasi fitur yang paling relevan, serta mengukur minat dan potensi pasar yang jelas.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Perancangan aplikasi Curabebe didasari oleh riset penulis dan tim yang menemukan masalah yang dialami oleh orang tua dalam mendampingi tumbuh kembang anak terutama pada saat masa *golden age* yang menjadi fase paling krusial dalam pertumbuhan dan perkembangan anak. Hal ini juga didukung dengan data survei yang dilakukan oleh Ohio State University yang menyatakan bahwa sekitar 57% orang tua melaporkan mengalami tingkat *burnout* sedang hingga berat dalam peran pengasuhan (Ohio State University, 2024). Hal ini tentunya dapat mempengaruhi kemampuan orang tua dalam memberikan stimulasi perkembangan yang optimal kepada anak. Selain itu, data Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 juga menunjukkan bahwa sekitar 56,7% orang tua di Indonesia belum memantau pertumbuhan anak usia 0-59 bulan sesuai dengan standar pemantauan yang ditetapkan, sehingga lebih dari

setengah orang tua belum melakukan pemantauan perkembangan anak secara optimal. Meskipun informasi terkait *parenting* saat ini tersedia secara luas di internet, banyak informasi yang tersebar di berbagai platform dan sering kali menggunakan istilah medis yang sulit dipahami oleh orang tua secara praktis, sehingga menimbulkan kebingungan dalam proses pengambilan keputusan terkait pengasuhan anak.

Melihat isu ini, penulis dan tim melihat adanya peluang untuk menghadirkan sebuah solusi digital dengan menyediakan sebuah aplikasi yang dapat membantu orang tua memahami pola pengasuhan anak dengan lebih praktis dan terstruktur. Berdasarkan data dari Business Research Insight (2024) pasar aplikasi *parenting* global diperkirakan mencapai USD 1,28 miliar pada tahun 2026 dan diproyeksikan meningkat hingga sekitar USD 6,65 miliar pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sekitar 20,37% menunjukkan adanya pertumbuhan yang sangat cepat dalam pasar *parenting apps*, sehingga memiliki potensi bisnis yang besar. Dengan adanya peluang ini, penulis dan tim kemudian merancang aplikasi *parenting* Curabebe sebagai panduan terstruktur untuk orang tua dalam memantau tumbuh kembang anak terutama pada usia *golden age*.

Sebelum mengembangkan ide bisnis, penulis dan tim melakukan validasi terhadap ide tersebut melalui riset pasar yang mencakup riset sekunder, riset kompetitor, dan riset pasar melalui penyebaran kuesioner dan wawancara dengan 6 ibu berusia 27-35 tahun yang memiliki anak berusia 0-5 tahun. Berdasarkan hasil riset validasi tersebut, terdapat beberapa aspek perancangan yang di pertimbangkan oleh penulis dengan timnya sebagai berikut:

1. Platform dan Model Bisnis

Platform yang menjadi media pengembangan bagi Curabebe adalah melalui aplikasi *mobile*. Keunggulan pada platform aplikasi *mobile* memungkinkan adanya pengaturan preferensi awal dan juga data yang lebih terpersonalisasi (Khan et al., 2022). Hal ini membuat

aplikasi menjadi platform yang cocok untuk perancangan ide bisnis Curabebe sehingga dapat memberikan panduan yang terpersonalisasi sesuai dengan kebutuhan orang tua. Dengan rancangan aplikasi, model bisnis yang diterapkan mencakup *model freemium*, *brand partnership*, dan *paid advertisement*.

2. Fitur

Fitur pada aplikasi Curabebe dirancang seputar kebutuhan orang tua dalam pengasuhan proses tumbuh kembang anak pada masa *golden age*. Perancangan fitur dirancang seputar kebutuhan orang tua untuk mencatat perkembangan tumbuh kembang anak, panduan dalam pengasuhan anak, dan kebutuhan orang tua untuk mendapatkan verifikasi ahli. Dalam menentukan fitur yang akan diimplementasikan, penulis dan tim melakukan riset dan analisis menyeluruh terkait kebutuhan pengguna melalui kuesioner dan wawancara untuk mengetahui secara tepat fitur-fitur apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna. Selain itu penulis dan tim juga akan meninjau fitur-fitur yang telah diterapkan oleh kompetitor dan meninjau apa yang bisa dikembangkan

3. Sistem Kerja

Sistem penggunaan aplikasi dilakukan dengan sistem registrasi atau *login* untuk mendapatkan data pengguna baik dari orang tua dan anak untuk mengetahui kebutuhan dan memberikan fitur yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Setelah masuk ke dalam aplikasi pengguna dapat mengakses berbagai fitur dasar aplikasi seperti *tracker* dan panduan stimulasi. Pengguna juga dapat mengakses fitur-fitur *premium* dengan membayar langganan *premium*

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah melakukan riset bersama tim melalui wawancara dan kuesioner dengan target dan ahli serta beberapa proses brainstorming diputuskan untuk mengembangkan aplikasi *parenting* Curabebe yang berfokus pada *tracker* dan panduan stimulasi anak yang mudah dipahami oleh orang tua. Berikut adalah penjabaran lebih lanjut mengenai finalisasi ide bisnis Curabebe:

1. Platform dan Model Bisnis

Curabebe dirancang dalam bentuk aplikasi mobile yang dapat diakses melalui perangkat platform. Pemilihan media dilakukan karena aplikasi memungkinkan pengguna untuk memperoleh pengalaman yang lebih terpersonalisasi seperti pengaturan profil anak, preferensi pengasuhan, dan pencatatan perkembangan anak. Dengan ini, aplikasi dapat memberikan rekomendasi panduan yang disesuaikan dengan usia dan kebutuhan perkembangan anak.

2. Fitur

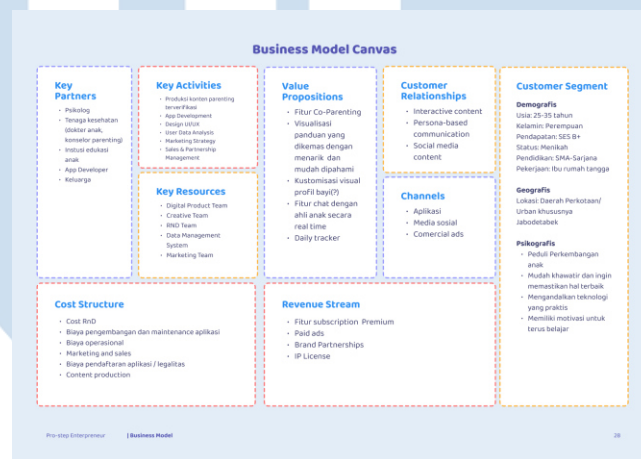
Setelah melalui riset dan proses *brainstorming* ditentukan fitur pada aplikasi Curabebe dirancang untuk lebih difokuskan pada panduan stimulasi anak. Fitur utama meliputi *tracker* tumbuh kembang anak, panduan stimulasi anak, *live chat* dokter, serta fitur *Co-care* yang memungkinkan orang tua untuk membagi peran pengasuhan.

3. Sistem Kerja

Sistem penggunaan aplikasi Curabebe dimulai dengan proses registrasi atau *login* untuk mendapatkan data profil orang tua dan anak yang kemudian akan digunakan sistem untuk memberikan rekomendasi fitur dan panduan yang dipersonalisasi. Setelah masuk ke dalam aplikasi pengguna dapat mengakses beberapa fitur utama secara gratis namun beberapa fitur lanjutan dapat diakses melalui sistem langganan *premium*

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) Adalah salah satu alat perencanaan strategis yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis dan mengembangkan model bisnis secara sistematis dalam satu kerangka visual untuk membantu agar sebuah bisnis bisa menciptakan nilai, menyampaikan nilai kepada pelanggan, serta menghasilkan keuntungan. (Osterwalder & Pigneur, 2010).



Gambar 2.1 Business Model Canvas aplikasi Curabebe

Oleh karena itu dalam perancangan bisnis Curabebe digunakan *Business Model Canvas* untuk memetakan model bisnis dari aplikasi yang matang. Berikut penjabaran dari *Business Model Canvas* dari Curabebe:

2.2.1 Customer Segments

Mengidentifikasi *customer segments* menjadi bagian penting untuk mengetahui pelanggan yang ingin dituju dalam bisnis sehingga dapat mengidentifikasi kebutuhan, karakteristik, dan perilaku pelanggan yang dapat menghasilkan pendekatan solusi yang sesuai dengan pelanggan yang dituju.

Curabebe menargetkan pengguna utama pada orang tua muda khususnya ibu berusia 25-35 tahun yang memiliki anak pada usia 0-5 tahun yang merupakan usia *golden age* dalam pertumbuhan anak. Secara

demografis, segmen berasal dari SES B+ atau kelompok sosial menengah ke atas dengan tingkat pendidikan minimal SMA hingga sarjana. Target pengguna difokuskan pada geografis wilayah urban atau perkotaan di Indonesia khususnya pada daerah Jabodetabek yang memiliki frekuensi tinggi dalam penggunaan teknologi digital seperti aplikasi.

Target orang tua yang dituju juga memiliki psikografis dengan kepedulian tinggi terhadap perkembangan anak sehingga memiliki kecenderungan untuk merasa khawatir pada tumbuh kembang anak. Orang tua yang dituju juga memiliki kecenderungan tinggi untuk mengandalkan teknologi digital sebagai sumber informasi sehari-hari.

2.2.2 Value Propositions

Value Propositions merupakan nilai utama yang ditawarkan oleh sebuah bisnis atau produk kepada pelanggan. Curabebe menawarkan beberapa fitur yang menjadi nilai utama pada aplikasi yaitu fitur *co-parenting* yang memungkinkan kedua orang tua ataupun lebih dari satu akun untuk memantau pertumbuhan anak secara bersamaan. Aplikasi dan kompetitor serupa tidak menyediakan fitur *co-parenting* ini sehingga menyebabkan kurangnya fleksibilitas pengguna dalam memantau dan mendata tumbuh kembang anak. Selain itu Curabebe juga menyediakan visualisasi panduan stimulasi tumbuh kembang anak yang dikemas dengan menarik dan *user experience* yang mudah dipahami dengan bahasa yang sederhana sehingga meningkatkan kenyamanan orang tua. Panduan aplikasi juga secara spesifik difokuskan pada panduan stimulasi pada anak, hal ini didasari oleh Sebagian besar orang tua yang belum menyediakan stimulasi yang sesuai usia.

2.2.3 Channels

Channels digunakan untuk membantu Curabebe agar dapat menjangkau target pengguna. *Channel* utama yang digunakan oleh Curabebe adalah aplikasi *mobile* yang tersedia di android dan IOS untuk diakses pengguna melalui beberapa fitur yang tersedia di aplikasi. Selain itu, Curabebe juga memanfaatkan media sosial sebagai media promosi

untuk memperkenalkan aplikasi dan menyebarkan konten edukasi seputar *parenting* serta membangun komunitas pengguna. Curabebe juga akan menyediakan *website/microsite* yang berisikan artikel-artikel informasi seputar *parenting* sehingga pengguna dapat menemukan Curabebe saat menelusuri artikel seputar *parenting*. Untuk memperluas jangkauan pasar channel lain yang digunakan adalah *commercial ads* yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas aplikasi.

2.2.4 Customer Relationships

Curabebe membangun hubungan dengan pengguna melalui penyajian konten edukatif dan interaktif yang terpersonalisasi menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna berdasarkan profil anak yang didaftarkan dalam aplikasi. Selain itu hubungan dengan pengguna juga diperkuat dengan membangun komunitas antar sesama rang tua secara berkala melalui konten media sosial dan juga acara-acara seperti *workshop* ataupun seminar dengan tujuan meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pengguna terhadap aplikasi.

2.2.5 Revenue Streams

Revenue streams atau sumber pendapatan Curabebe diperoleh melalui model bisnis *freemium* yang memungkinkan pengguna untuk mengakses beberapa fitur dasar secara gratis, namun diperlukan berlangganan untuk mendapatkan akses ke fitur *premium* lainnya yang lebih lengkap seperti akses lengkap untuk video panduan stimulasi dan *printable toolkit*. Fitur *premium* dapat diakses pengguna dengan membayar biaya sebesar Rp39.000/bulan untuk mendapatkan fitur tambahan.

Selain itu, dengan industri *babycare* yang terus berkembang, Curabebe juga memiliki potensi pendapatan melalui *paid advertisements* melalui produk kesehatan anak ataupun perlengkapan bayi dan juga produk affiliate. Sumber pendapatan lain juga didapatkan melalui brand partnership dengan brand yang bergerak di bidang *parenting* dan kesehatan anak.

Curabebe juga memiliki potensi monetisasi melalui *IP licensing* dari *mascot* dan konten edukasi yang ada pada Curabebe.

2.2.6 Key Resources

Key resources atau sumber daya utama yang dimiliki oleh Curabebe untuk mengembangkan bisnis meliputi digital product team yang bertanggung jawab dalam pengembangan aplikasi, *Research & Development team* untuk melakukan riset terkait perkembangan anak serta kebutuhan pengguna, dan creative team yang mengembangkan konten visual yang menarik dan memudahkan orang tua dalam memahami edukasi terkait tubuh kembang anak. Selain itu juga data *management system* yang digunakan untuk mengelola data pengguna secara aman dan efisien. Untuk mempromosikan dan menjangkau pengguna diperlukan juga marketing team sebagai bentuk promosi.

2.2.7 Key Activities

Aktivitas utama dalam pengembangan Curabebe meliputi produksi konten stimulasi *parenting* yang terverifikasi melalui kerja sama dengan tenaga profesional seperti psikolog dan dokter anak. Selain itu juga dilakukan pengembangan aplikasi dalam pengembangan fitur dan UI/UX aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Untuk itu diperlukan juga analisis data pengguna sehingga dapat memahami perilaku pengguna untuk diterapkan pada peningkatan *user experience* dan strategi *marketing* aplikasi.

2.2.8 Key Partnership

Key partners merupakan pihak eksternal yang membantu Curabebe yang meliputi psikolog, dokter anak, dan konselor *parenting* dengan tujuan untuk memastikan bahwa konten yang disediakan dalam aplikasi terverifikasi oleh ahli dan memiliki dasar yang valid. Selain itu Curabebe juga bekerja sama dengan intuisi edukasi anak sebagai bentuk referensi perkembangan anak.

2.2.9 Cost Structure

Pengembangan Curabebe memiliki biaya utama yang meliputi biaya *Research and Development* (R&D) untuk melakukan riset terkait edukasi *parenting* yang terbaru dan relevan serta terkait kebutuhan pengguna untuk pengembangan fitur aplikasi. Terdapat juga biaya pengembangan dan maintenance aplikasi yang mencakup pembaruan sistem secara berkala dan pengembangan fitur dan teknologi. Biaya lainnya juga mencakup biaya operasional, pemasaran dan penjualan, serta biaya legalitas dan pendaftaran aplikasi pada platform digital. Biaya produksi konten juga dibutuhkan untuk mengembangkan materi edukasi *parenting* yang berkualitas

2.3 Deskripsi Perusahaan

Curabebe merupakan sebuah perusahaan dan aplikasi berbasis teknologi yang bergerak di bidang *parenting & baby care*. Perusahaan saat ini berfokus pada pengembangan aplikasi mobile Curabebe yang bertujuan untuk membantu orang tua, khususnya orang tua muda dalam memantau dan memahami proses tumbuh kembang anak pada masa *golden age* (0-5 tahun). Aplikasi ini bertujuan agar orang tua dapat memberikan stimulasi yang tepat sesuai dengan usia dan perkembangan anak agar bisa mengoptimalkan masa *golden age* anak.

Curabebe ini secara khusus dirancang untuk membantu dan mempermudah orang tua dalam memahami pola pengasuhan anak yang tepat, oleh sebab itu Curabebe mengusung brand positioning "*Turning Everyday Parenting into Joyful Moments*". Melalui positioning ini, Curabebe ingin agar orang tua dapat memandang proses pengasuhan anak bukan sebagai beban melainkan sebagai perjalanan yang dapat dinikmati setiap harinya. Curabebe juga mengedepankan pendekatan desain yang *user-centered*, dengan tampilan visual yang ramah pengguna serta panduan informasi yang sederhana dan terstruktur disertai dengan kurasi oleh tenaga profesional di bidang kesehatan dan perkembangan anak.

2.3.1 Visi

Mendukung orang tua menciptakan pengalaman pengasuhan yang lebih reflektif, suportif, dan menyenangkan, agar anak dapat tumbuh secara optimal.

2.3.2 Misi

1. Menyediakan solusi digital yang menyederhanakan informasi *parenting* menjadi panduan praktis, guna mengurangi stress dan kebingungan orang tua dalam pengasuhan sehari-hari
2. Mendukung stimulasi sensorik, motorik, dan kognitif anak secara bertahap untuk mendukung perkembangan anak sesuai usia dan kemampuan
3. Membantu orang tua mengenali perubahan, kebiasaan, dan responsa anak melalui pencatatan aktivitas harian yang mudah digunakan

2.3.3 Core Values

Core values Curabebe dilandasi oleh 3 nilai utama yaitu *Trustworthy*, *Supportive*, dan *Joyfulness*. Nilai *trustworthy* menekankan pada Curabebe sebagai panduan informasi *parenting* yang terverifikasi dan dapat dipercaya. Selain itu nilai *supportive* mencerminkan peranan Curabebe dalam mendampingi orang tua dalam proses pengasuhan anak. Aplikasi dirancang sebagai dukungan yang dapat membantu orang tua dalam meringankan bebannya. Nilai *joyfulness* menjadi faktor penting yang menekankan pada tujuan Curabebe untuk menghadirkan proses pengasuhan anak yang lebih ringan dan menyenangkan. Curabebe ingin agar orang tua tidak menganggap proses pengasuhan anak sebagai sesuatu yang menakutkan atau penuh tekanan namun justru menghadirkan pendekatan yang lebih ramah dan mudah dipahami.

2.3.4 Visual Curabebe

Logo Curabebe menggunakan bentuk dasar hati yang melambangkan kasih sayang, kepedulian, dan kedekatan emosional antara orang tua dan anak. Di dalamnya terdapat ilustrasi bayi tersenyum

yang merepresentasikan harapan orang tua agar anak dapat tumbuh sehat, bahagia, dan mendapatkan perhatian yang cukup. Elemen pita pada bayi menggambarkan dukungan serta komitmen dalam memberikan perawatan terbaik bagi anak.

Warna merah muda coral dipilih untuk merepresentasikan sosok ibu yang penuh kasih, lembut, dan hangat dalam mendampingi perkembangan anak. Sementara itu, warna biru navy digunakan sebagai warna pendukung yang melambangkan ketenangan, kepercayaan, dan stabilitas, sejalan dengan tujuan Curabebe untuk memberikan rasa aman bagi orang tua dalam menjalani proses pengasuhan.



Gambar 2.2 Logo Curabebe

Setelah melalui proses *brainstorming*, Curabebe menggunakan pendekatan visual yang hangat sebagai identitas visualnya. Desain pada aplikasi, website, dan media sosial mengadopsi gaya ilustrasi vektor yang sederhana dan modern sehingga tampil bersih dan mudah dipahami. Palet warna pastel cerah dipilih untuk menciptakan kesan ceria, lembut, dan positif yang terinspirasi dari warna-warna yang identik dengan dunia anak.

Selain itu, *intellectual character* (IP) Curabebe dirancang dengan bentuk yang sederhana dan ekspresif agar mudah dikenali oleh pengguna. Karakter ini merepresentasikan sosok anak yang secara

simbolis membantu orang tua memahami kebutuhan bayi secara bertahap, sekaligus menjadi media visual untuk menyampaikan informasi mengenai perkembangan anak.

Pada aspek UI/UX, tampilan aplikasi dirancang sederhana, intuitif, dan efisien agar pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang dibutuhkan. Pendekatan desain yang modern dan ramah ini bertujuan untuk mengurangi kebingungan orang tua saat mencari informasi, sehingga pengalaman menggunakan Curabebe terasa lebih jelas, nyaman, dan mendukung proses pengasuhan sehari-hari.

2.4 Struktur Perusahaan

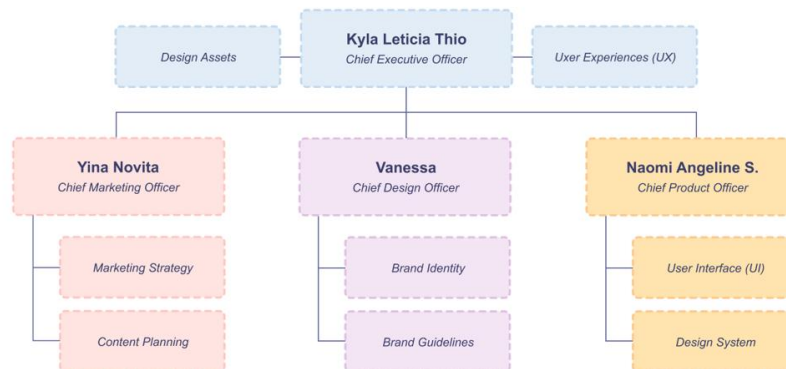
Pada sub-bab ini penulis wajib menjabarkan peta peran dari masing-masing anggota tim, sebutkan nama, jobdesc, dan penjabaran peta peran/jobdesc yang diampu oleh masing-masing anggota tim. Diskusikan peta peran masing-masing anggota dengan dosen pembimbing internal dan eksternal.

1. **Kyla Leticia Tio, Chief Executive Officer (CEO) Visual Asset Designer/Illustrator & User experience Designer:** Sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* bertanggung jawab dalam memimpin pengembangan Curabebe secara keseluruhan selama proses *Entrepreneurship & Innovation Program* melalui pengambilan keputusan utama terkait konsep bisnis serta melakukan koordinasi kerja antar anggota tim agar proses berjalan secara efektif dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Selain bergerak sebagai CEO, Kyla Leticia Tio juga memiliki tanggung jawab dalam pembuatan berbagai asset visual yang digunakan dalam pengembangan produk maupun kebutuhan bisnis.
2. **Vanessa, Chief Design Officer (CDO):** Sebagai *Chief Design Officer (CDO)* bertanggung jawab dalam merancang identitas visual Curabebe dan memastikan konsistensi dari seluruh aspek visual pada media Curabebe sehingga selaras dengan visi, misi, serta tujuan bisnis

yang ditetapkan. Selain itu Vanessa juga bertanggung jawab dalam mengembangkan *brand guidelines* yang berfungsi sebagai pedoman penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi dan gaya komunikasi visual agar tetap konsisten di berbagai media untuk memastikan bahwa seluruh visual yang dihasilkan oleh tim memiliki identitas yang kuat dan konsisten agar dikenali oleh target pengguna.

3. Naomi Angeline Sugiarto, Chief Product Officer (CPO): Sebagai *Chief Product Officer (CPO)*, bertanggung jawab dalam merancang pengembangan produk utama aplikasi Curabebe dari sisi perancangan *User interface (UI)* dan *User experience (UX)* yang dirancang sebelumnya. Perancangan *User interface* meliputi perancangan *layout*, ikon, *button*, warna, dan tipografi yang dapat memberikan pengalaman yang nyaman bagi pengguna. Perancangan *User experience (UX)* meliputi perancangan *user journey*, *information architecture*, *flowchart*, *wireframe*, dan *low fidelity*. Selain itu, Naomi juga bertanggung jawab dalam merancang *design system* yang berfungsi sebagai panduan komponen desain dalam aplikasi sehingga pengembangan produk dapat berjalan lebih konsisten dan mudah dikembangkan kembali untuk kedepannya.

4. Yina Novita, Chief Marketing Officer (CMO): Sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)*, bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola strategi marketing untuk membangun awareness terhadap aplikasi Curabebe. Penyusunan strategi marketing meliputi menganalisa target pasar dan menentukan strategi komunikasi yang tepat untuk menjangkau calon pengguna. Hal ini juga meliputi *content planning* pada berbagai platform yang digunakan untuk mempromosikan aplikasi Curabebe



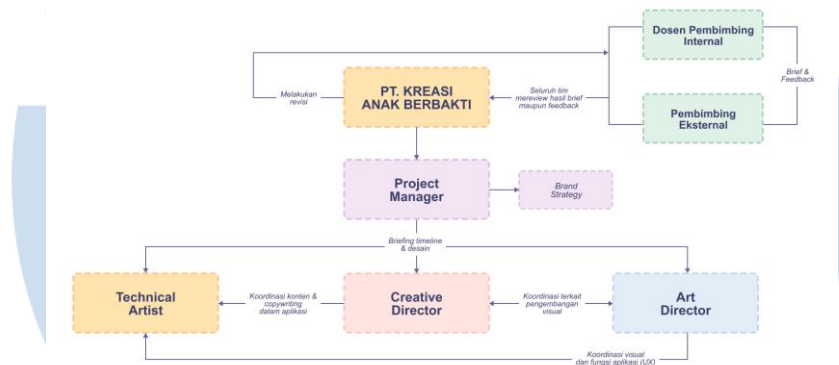
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Curabebe

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Dalam pelaksanaan tim selama program *Entrepreneurship & Innovation Program* dilakukan dengan bantuan dari dosen pembimbing internal dan eksternal. Pembimbing internal meliputi dosen prodi Desain Komunikasi Visual yang membantu dalam penulisan laporan akademik. Sedangkan pembimbing eksternal merupakan pihak Systar Ventures yang membantu dalam proses perancangan ide bisnis, selain itu Skystar Ventures juga memberikan *dedicated mentor* yang merupakan seorang praktik industri yang membantu memberikan saran sesuai pengalaman industri dalam perancangan ide bisnis. Kedua pihak memberikan arahan dan evaluasi terhadap pengembangan ide bisnis yang kemudian akan ditinjau ulang Bersama anggota tim dan mendiskusikan perbaikan yang perlu dilakukan pada tahapan pengembangan ide bisnis. Proses ini bertujuan agar perancangan bisnis yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang diinginkan serta memperoleh saran yang konstruktif.

Selain itu, alur kerja koordinasi pada tim internal Curabebe dimulai dengan *Project Manager* yang bertanggung jawab dalam mengelola *timeline* dan pembagian kerja untuk masing-masing anggota tim. *Project Manager* juga akan memastikan bahwa setiap anggota tim mengerjakan peran masing-masing dan mencapai target yang sesuai. Pembagian kerja anggota tim dibagi dengan Creative Director yang berperan dalam mengembangkan konsep kreatif dan memastikan penyusunan konten dalam aplikasi bersama *Technical Artist*. Terdapat juga Art

Director yang bertanggung jawab dalam mengembangkan arahan visual dan aspek desain agar sesuai dengan konsep yang dirancang dengan berkoordinasi Bersama Creative Director terkait pengembangan elemen visual dan juga koordinasi bersama technical artist dalam eksekusi hasil visual.



Gambar 2.4 Sturktur Perusahaan Curabebe

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha menggunakan *Break Even Point* (BEP) dilakukan untuk menilai kelayakan finansial dan keberlanjutan usaha dari aplikasi Curabebe. *Break Even Point*(BEP) adalah titik di mana pendapatan dan penjualan sama dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian (Fauzi et al., 2024).

Cost Structure					
Kategori	Pengeluaran	Waktu	Qty	Biaya Satuan	Biaya /tahun
One Time Costs					
	Hak Merek	<i>Lifetime</i>	1	Rp1.800.000	Rp1.800.000

Pengembangan Aplikasi	Device	<i>Lifetime</i>	4	Rp12.500.000	Rp50.000.000
Pendaftaran Aplikasi	Playstore	<i>Lifetime</i>	1	Rp800.000	Rp800.000
Subtotal Biaya Tetap Satu kali					Rp52.600.000
Biaya Tetap (Fixed Cost)					
Pendaftaran Aplikasi	Appstore	Tahunan	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000
Pengembangan Aplikasi	Figma Pro	Bulanan (12 bulan x 4 user)	48	Rp300.000	Rp14.400.000
	Gaji Freelance	Bulanan	12	Rp8.000.000	Rp96.000.000
Infrastruktur Teknologi Aplikasi	Biaya Server Aplikasi (Google Cloud Server) - App Hosting	Bulanan	12	Rp12.000.000	Rp144.000.000
	Pemeliharaan Aplikasi	Bulanan	12	Rp2.000.000	Rp24.000.000
Microsite	Domain + Hosting (Hostinger)	Bulanan	12	Rp25.000	Rp300.000
Operasional Perusahaan	Perizinan & Legalitas	Tahunan	1	Rp8.000.000	Rp8.000.000
Subtotal Biaya Tetap Tahunan					Rp288.700.000
Biaya Pemasaran					
Pemasaran & Branding	Instagram META-ads	Bulanan	12	Rp4.500.000	Rp54.000.000

	Thread-ads	Bulanan	12	Rp1.000.000	Rp12.000.000
	Search Engine Optimization	-	-	Include dari Hostinger	Rp0
Subtotal Biaya Pemasaran					Rp66.000.000
Total Fixed Cost			tahun	Rp354.700.000	
			bulan	Rp29.558.333	
			Life Time	Rp52.600.000	
Kategori	Pengeluaran	Waktu	Qty	Biaya Satuan	Keterangan
Biaya Variabel					
Biaya Transaksi (in-app purchase for subscription)	Playstore	Per transaksi	1	10%	Model subs (freemium) 2026
	App Store			15%	Small Business Program Apple
Total Biaya Variabel per transaksi				15% x Harga Langganan	
Total Variable Cost				/user	Rp3.152

Berdasarkan perhitungan di atas, Curabebe memiliki biaya one-time cost yang terdiri atas biaya pendaftara hak merk, pengadaan perangkat kerja, dan biaya pendaftaran aplikasi pada platform digital dengan total sebesar Rp52.600.000. Selain itu, Curabebe juga meili biaya tetap tahunan yang mencakup biaya pengembangan aplikasi, ;anggaran perangkat lunak, server aplikasi, pemeliharaan aplikasi, domain dan hosting microsite, legalitas perusahaan, serta biaya sumber daya manusia. Total biaya tetap tahunan yang harus dikeluarkan mencapai Rp354.700.000 per tahun atau sekitar 29.558.333 per bulan

Sebagai sumber pendapatan utama, CuraBebe menerapkan model bisnis freemium, yaitu kombinasi antara layanan gratis dan layanan *premium* berlangganan. Pengguna dapat mengakses fitur dasar secara gratis, sedangkan fitur *premium* dapat diperoleh melalui paket langganan bulanan, enam bulanan, maupun tahunan.

Paket	Harga	Harga /bulan
Bulanan	Rp 39.900	Rp 39.900
6 Bulan	Rp 215.500 (10%)	Rp 36.000
1 Tahun	Rp 360.000 (25%)	Rp 34.167

Untuk memperkirakan rata-rata pendapatan yang diperoleh dari setiap pengguna premium, dilakukan perhitungan Average Revenue per User (ARPU) dengan asumsi bahwa 70% pengguna menggunakan layanan gratis, 15% berlangganan paket bulanan, 10% berlangganan paket enam bulanan, dan 5% berlangganan paket tahunan. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh nilai ARPU sebesar Rp37.644 per pengguna per bulan.

$$\begin{aligned}
 ARPU &= \frac{\text{Total Pendapatan}}{\text{Total Pengguna}} = \frac{(Pp1 \times Hp1) + (Pp2 \times Hp2) + (Pp3 \times Hp3)}{(Pp1 + Pp2 + Pp3)} \\
 &= \frac{(15\% \times 39.900) + (10\% \times 36.000) + (5\% \times 34.167)}{(15\% + 10\% + 5\%)} \\
 &= \frac{(5.985) + (3.600) + (1.708)}{(1,5 + 10 + 0,5)} \\
 &= \frac{11.293}{0,3} = 37.644
 \end{aligned}$$

Gambar 2.5 Perhitungan ARPU Curabebe

Berdasarkan Selain biaya tetap, CuraBebe juga memiliki biaya variabel yang berasal dari potongan biaya transaksi platform aplikasi. Berdasarkan proporsi pengguna Android sebesar 83,72% dan iOS sebesar 16,19%, diperoleh rata-rata biaya variabel sebesar Rp3.152 per pengguna. Dengan demikian, *contribution*

margin atau pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap pengguna premium adalah sebesar Rp34.493 per pengguna per bulan

Monthly Expenses

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin}} \\ &= \frac{29.558.333}{34.493} \\ &= 857 \qquad = 857 \text{ pengguna/bln} \end{aligned}$$

One Time Expenses

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin}} \\ &= \frac{52.600.000}{34.493} \\ &= 1525 \qquad = 1525 \text{ pengguna} \end{aligned}$$

Maka, untuk mencapai BEP harus ada 857 pengguna aktif/bulan ditambah 1525 pengguna

Gambar 2.6 Perhitungan BEP Curabebe

Berdasarkan nilai contribution margin tersebut, perhitungan Break Even Point menunjukkan bahwa CuraBebe perlu mencapai sekitar 857 pengguna *premium* aktif setiap bulan untuk menutupi biaya operasional bulanan yang dikeluarkan perusahaan. Selain itu, untuk menutupi biaya investasi awal (one-time cost) sebesar Rp52.600.000, diperlukan tambahan sekitar 1.525 pengguna *premium*. Dengan demikian, total pengguna yang diperlukan untuk mencapai titik impas secara keseluruhan adalah sekitar 2.382 pengguna premium

Sebagai proyeksi pertumbuhan bisnis, CuraBebe memperkirakan peningkatan jumlah pengguna sebesar 30% setiap bulan berdasarkan pertumbuhan traffic media sosial yang telah dicapai selama tahap pengembangan bisnis. Berdasarkan asumsi tersebut, CuraBebe diproyeksikan mencapai *break even* pada April 2027 dengan sekitar 4.010 pengguna, dan mulai menghasilkan keuntungan pada Juli 2027 dengan estimasi 14.787 pengguna serta pendapatan sebesar Rp760.721.134. Hasil proyeksi ini menunjukkan bahwa model bisnis CuraBebe memiliki potensi untuk berkembang dan mencapai keberlanjutan finansial