

LAPORAN AKHIR BISNIS
MEDIA KREATIF (KREATIFPOLL)



Disusun Oleh :

Dhimas Alfarizky

20211085

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

MEDIA KREATIF (KREATIFPOLL)

LAPORAN AKHIR BISNIS

**Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

Dhimas Alfarizky

20211085

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2024

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN AKHIR BISNIS

MEDIA KREATIF (KREATIFPOLL)



Disusun Oleh:

Dhimas Alfarizky

20211085

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 12 Juli 2024

Dosen Pembimbing

(RR. Siti Muslikhah, SE., M. Sc.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN AKHIR BISNIS

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Nama: Dhimas Alfarizky

No. Mahasiswa: 20211085

Program Studi: Bisnis Digital

Yogyakarta, 21 Agustus 2024

Disahkan Oleh:

Penguji 1: Rr Siti Muslikhah, S.E., M.Sc.

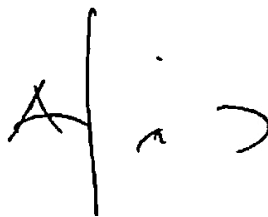
()

Penguji 2: Mellisa Fitri Andriyani Muzakir, S.E., M.M.

()

Mengetahui

Ketua Program Studi Bisnis Digital



(Arif Darmawan ,SE,MM)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

”Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan akhir bisnis ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 Juli 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular revenue stamp. The stamp is yellow and orange, with the text "SEPTUHAN REBU RUPIAH" and "9000" visible. The signature is stylized and covers most of the stamp.

Dhimas Alfarizky

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan Laporan Proyek Bisnis pada Media Kreatif Rintisan Kreatifpoll. Saya berharap laporan tugas akhir ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman baik bagi pembaca maupun bagi saya pribadi. Begitu pula atas limpahan kesehatan dan kesempatan yang Allah SWT karuniai kepada saya sehingga Laporan Proyek Bisnis ini dapat terselesaikan dengan baik dari awal hingga akhir. Selanjutnya, sholawat serta salam senantiasa ter curahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi inspirasi dan suri teladan bagi umat manusia.

Laporan Proyek Bisnis merupakan sebuah syarat untuk menyelesaikan Tugas Akhir pada Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan, Universitas Islam Indonesia. Atas terselesainya Laporan Proyek Bisnis ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, mendoakan, dan memberi motivasi saya, sehingga Laporan Proyek Bisnis ini dapat berjalan dan selesai sesuai dengan rencana. Penghargaan dan terima kasih tersebut saya aturkan kepada nama-nama berikut:

1. Allah *subhanahu wa ta'ala* yang Maha dari segala-Nya atas semua kesempatan dan nikmat-Nya.
2. Orang tua dan keluarga saya, Bapak, Kakak, dan Adik-adik tercinta yang

senantiasa memberikan rasa kasih sayang, serta mendukung dan mendoakan saya, hingga bisa menyelesaikan Laporan Proyek Bisnis ini dengan lancar.

3. Ibu Rr. Siti Muslikhah sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir saya, yang selalu memberikan arahan, saran, dan masukan untuk diri saya selama penulisan Laporan Tugas Akhir Proyek Bisnis ini.
4. Humam, Ariq, Agif selaku rekan kerja di Kreatifpoll dan juga sahabat serta teman bertukar pikiran yang sudah saya anggap sebagai keluarga sendiri.
5. Galih, Vito, Reza, Nando, dan teman-teman seperjuangan yang selalu memotivasi dan mendukung saya sampai titik ini.

Terima kasih atas segala bantuan dan doa yang telah diberikan. Semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* memberikan balasan yang setimpal. Penulis menyadari bahwa Laporan Proyek Bisnis ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga Laporan Proyek Bisnis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak *Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*.

Yogyakarta, 12 Juli 2024



Dhimas Alfarizky

DAFTAR ISI

LAPORAN AKHIR BISNIS	i
HALAMAN JUDUL LAPORAN AKHIR BISNIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR BISNIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Analisis Lingkungan	3
BAB II.....	7
DESKRIPSI BISNIS.....	7
2.1 Profil Bisnis.....	7
2.2 Model Bisnis	9
2.3 Aspek Operasi/Produksi.....	11
2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	14
2.5 Aspek Organisasi/SDM.....	19
2.6 Aspek Keuangan	20
2.7 Aspek Teknologi Digital.....	22
BAB III	24

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS	24
3.1 Profil Bisnis.....	24
3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran	25
3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi	25
3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia.....	28
3.5 Tinjauan Aspek Keuangan	30
3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital.....	37
BAB IV	39
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	39
4.1 Identifikasi Masalah.....	39
4.2 Pemecahan Masalah	41
BAB V.....	44
KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Tindak Lanjut.....	45
5.3 Komponen Bagian Akhir	46
DAFTAR PUSTAKA	50
Lampiran	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Proses Produksi Kreatifpoll	12
Gambar 1.2 Alur Proses Produksi Kreatifpoll	18
Gambar 1.3 Stuktur Organisasi Kreatifpoll	19
Gambar 2.1 Logo Kreatifpoll	54
Gambar 2.2 Meta Kreatifpoll	54
Gambar 2.3 Akun Instagram Kreatifpoll	55
Gambar 2.4 Akun TikTok Kreatifpoll	55
Gambar 2.5 Akun TikTok HyHi Parfume.....	55
Gambar 2.6 Contoh Hasil Konten HyHi Parfume	55
Gambar 2.7 Akun Instagram Black Angel Tobacco	56
Gambar 2.8 Contoh Hasil Konten Black Angel Tobacco	56
Gambar 2.9 Akun Instagram Kopi Bukan Luwak	56
Gambar 2.10 Contoh Hasil Konten Kopi Bukan Luwak	56
Gambar 2.11 Akun Instagram Bakso Sumsum Merapi	57
Gambar 2.12 Contoh Hasil Konten Bakso Sumsum Merapi	57
Gambar 2.13 Akun Instagram Tempe Daun Klotok	57
Gambar 2.14 Contoh Hasil Konten Tempe Daun Klotok	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis SWOT Kreatifpoll.....	5
Tabel 1.2 Perkiraan Biaya Tetap dari Kreatifpoll	21
Tabel 1.3 Perkiraan Biaya Variabel dari Kretifpoll	21
Tabel 1.4 Perkiraan Biaya Investasi dari Kretifpoll.....	21
Tabel 1.5 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan Kreatifpoll	22
Tabel 3.1 Catatan Pemasukan Periode 1	30
Tabel 3.2 Catatan Pengeluaran Periode 1	30
Tabel 3.3 Laporan Laba Rugi Periode 1	31
Tabel 3.4 Catatan Pemasukan Periode 2	31
Tabel 3.5 Catatan Pengeluaran Periode 2	32
Tabel 3.6 Laporan Laba Rugi Periode 2	33
Tabel 3.7 Catatan Pemasukan Periode 3	33
Tabel 3.8 Catatan Pengeluaran Periode 3	34
Tabel 3.9 Laporan Laba Rugi Periode 3	35
Tabel 4.1 Total Arus Kas Kreatifpoll 2023-2024	36
Tabel 4.2 Neraca Kreatifpoll Periode 2024.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu mata kuliah yang wajib di Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia adalah Tugas Akhir. Mata kuliah ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan di Universitas Islam Indonesia. Dalam Mata Kuliah Tugas Akhir ini, saya mengambil Proyek Bisnis. Tujuan dari Tugas Akhir Proyek Bisnis ini adalah agar mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman dalam membangun dan menjalankan bisnis dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi bisnis. Kemudian yang kedua bertujuan agar mahasiswa bisa mendapatkan kesempatan untuk melanjutkan bisnis yang sudah dijalankan pada proyek ini, dan yang terakhir adalah agar mahasiswa dapat meningkatkan kompetensi lulusan sebagai wirausahawan. Tentunya hal ini merupakan salah satu upaya dari kampus untuk membentuk mahasiswanya agar siap memasuki dunia wirausaha.

Pada era sekarang ini, salah satu dunia kerja profesional yang sangat diminati serta dibutuhkan oleh seluruh sektor usaha adalah Media Kreatif. Media kreatif adalah suatu pengantar komunikasi yang dapat meneruskan suatu informasi antar sumber dan penerima pesan melalui proses yang beragam dalam menciptakan solusi dari suatu permasalahan dalam ranah komunikasi visual.

Penerapan Media Kreatif tentu sangat luas, baik itu dalam pengonsepan ide, pengambilan foto atau video, pengeditan foto atau video, hingga penyebaran dari media tersebut. Seperti pada podcast, siaran, video iklan, poster iklan, dan konten-konten media sosial lainnya (Institut Teknologi Telkom Purwokerto, 2020).

Pengelolaan media sosial pada UMKM ataupun perusahaan menjadi salah satu kendala ataupun permasalahan yang kerap terjadi. Antara lain karena sarana prasarana yang minim dan sumber daya manusia pendukung yang masih lemah. Padahal melalui media kreatif suatu perusahaan mampu ikut bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang sudah memiliki sarana prasana ataupun sumber daya manusia yang mumpuni dibidangnya. Oleh karena itu tentunya media kreatif dibutuhkan di zaman yang sedang mengalami percepatan akselerasi digital seperti sekarang ini (Syukri & Sunrawali, 2022).

Memanfaatkan media kreatif sebagai penghubung media informasi dari perusahaan kepada khalayak luas tentunya sudah menjadi suatu hal yang sering terjadi belakangan ini. Kehadiran media kreatif yang didukung oleh teknologi internet baru semakin mempermudah perusahaan untuk mampu ikut bersaing serta memudahkan perusahaan dalam menyebarkan informasi yang mereka butuhkan di era seperti sekarang ini. Tentu saja, penting untuk mengemas informasi anda semenarik mungkin, baik secara visual maupun konten. Hal ini dikarenakan pesan atau informasi yang berhasil adalah pesan atau informasi yang mampu diterima dengan mudah oleh target sasaran (Rosana, 2020).

Dari berbagai pertimbangan yang sudah dijelaskan diatas, saya dan teman-teman mencoba untuk membentuk suatu usaha Media Kreatif yang bernama

Kreatifpoll. Selain dari segi *opportunity* bisnis media kreatif yang pada zaman modern ini dibutuhkan oleh perusahaan maupun UMKM, modal awal untuk memulai usaha media kreatif dapat dibilang cukup kecil. Kreatifpoll ini merupakan media kreatif rintisan yang baru mulai berjalan sejak tahun 2023. Pada awal dibentuknya pun kami hanya bermodalkan niat, nekat, ide-ide gila anak muda, dan juga gadget untuk mengambil foto dan video serta untuk edit gambar grafis maupun video. Kami memilih nama Kreatifpoll karena kami memiliki keyakinan bahwa kreatif itu memang seharusnya sakpole (sepenuhnya ataupun sementoknya) dan jangan setengah-setengah.

Pada awal berdirinya, Kreatifpoll bertujuan untuk dapat menjadi media kreatif yang diminati dan digemari oleh pegiat media digital di Indonesia. Dari tujuan tersebut, kami mulai mengimplementasikan dengan menjadi media kreatif untuk pemasaran digital dan pengelolaan media marketing bagi UMKM maupun perusahaan yang membutuhkan jasa tersebut.

1.2 Analisis Lingkungan

Kreatifpoll merupakan jasa media kreatif yang membantu suatu perusahaan dalam hal pembuatan konten pemasaran dan juga membantu perkembangan *digital marketing* suatu perusahaan. Awalnya kami memiliki ide untuk membuat suatu jasa media kreatif hanya karena kami percaya bahwa kami memiliki kemampuan dalam pembuatan konten untuk pemasaran pada sosial media. Pada dasarnya kami beranggapan bahwa suatu usaha memiliki kaitan dengan sumber daya yang berpengaruh dalam aktivitas usaha tersebut. Suatu usaha juga dipengaruhi oleh lingkungan eksternal dari pemegang kepentingan

usaha khususnya dalam industry kreatif.

Lingkungan internal yang mempengaruhi proses berjalannya Kreatifpoll adalah sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Maka dari itu, kami percaya dengan SDM kami yang memiliki skill dan pengetahuan dalam berbagai bidang seperti teknologi informasi, pengelolaan sosial media, pendanaan, dan memiliki peralatan yang dibutuhkan untuk proses produksi Kreatifpoll.

Untuk lingkungan eksternal menurut kami dipengaruhi oleh berbagai hal seperti kondisi ekonomi, sosial budaya, teknologi, dan kondisi global yang dapat mempengaruhi suatu usaha. Adapun analisis SWOT dari Kreatifpoll adalah sebagai berikut:

Strengths (Kekuatan)

1. Kualitas konten foto/video yang tinggi dengan gaya unik dan inovatif.
2. Tim yang solid dan berkompeten.
3. Portofolio yang mengesankan.
4. Pemahaman yang baik dalam tren-tren terbaru.

Weakness (Kelemahan)

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia.
2. Kurangnya investasi dalam keterbaruan perangkat lunak.
3. Kurangnya perencanaan bisnis jangka panjang yang baik.

Opportunities (Peluang)

1. Peningkatan kebutuhan perusahaan dalam hal pengelolaan sosial media dan juga pemasaran digital.
2. Meningkatnya kebutuhan *branding* dari perusahaan-perusahaan.

3. Peningkatan konsumsi dan penggunaan sosial media yang membutuhkan konten menarik.
4. Jaringan yang luas dengan klien dan rekan bisnis.

Threats (Ancaman)

1. Persaingan yang tinggi antar jasa media kreatif.
2. Perkembangan teknologi yang cukup cepat, diperlukan pembaruan pengetahuan dan keahlian secara terus-menerus.
3. Ekonomi perusahaan yang fluktuatif mempengaruhi anggaran pemasaran perusahaan calon *client*

Tabel 1.1 Analisis SWOT Kreatifpoll.

	Strenghts (S)	Weakness (W)
	1. Kualitas konten foto/video yang tinggi dengan gaya unik dan inovatif. 2. Tim yang solid dan berkompeten. 3. Portofolio yang mengesankan. 4. Pemahaman yang baik dalam tren-tren terbaru.	1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia. 2. Kurangnya investasi dalam keterbaruan perangkat lunak. 3. Kurangnya perencanaan bisnis jangka panjang yang baik.
Opportunities (O)	S-O	W-O
1. Peningkatan kebutuhan perusahaan dalam hal pengelolaan sosial media dan juga pemasaran digital. 2. Meningkatnya kebutuhan branding dari perusahaan-perusahaan.	Dengan kualitas dan juga pengetahuan yang Kreatifpoll miliki, dapat kami manfaatkan untuk membantu perusahaan yang memiliki kebutuhan di bidang pengelolaan sosial media dan	Kreatifpoll perlu mengatasi keterbatasan SDM jika banyak project yang masuk dari beberapa client. Kami juga perlu melakukan maintenance

3. Peningkatan konsumsi dan penggunaan sosial media yang membutuhkan konten menarik. 4. Jaringan yang luas dengan klien dan rekan bisnis.	pemasaran digital. Dengan jaringan yang luas, kami dapat memanfaatkan beberapa portofolio kami agar para pemilik usaha tertarik untuk menggunakan jasa Kreatifpoll.	terhadap perangkat lunak yang kami gunakan untuk kebutuhan jangka panjang dari bisnis ini.
Threats (T) 1. Persaingan yang tinggi antar jasa media kreatif. 2. Perkembangan teknologi yang cukup cepat, diperlukan pembaruan pengetahuan dan keahlian secara terus-menerus. 3. Ekonomi perusahaan yang fluktuatif mempengaruhi anggaran pemasaran perusahaan calon client	S-T Kreatifpoll dapat memanfaatkan portofolio yang ada untuk dapat bersaing dengan jasa media kreatif serupa. Serta kami juga bisa memanfaatkan pemahaman kami terhadap tren-tren baru agar dapat terus mengikuti perkembangan teknologi informasi..	W-T Kreatifpoll harus berani untuk berinvestasi dalam keterbaruan perangkat lunak guna mengikuti perkembangan teknologi informasi, menambah SDM dan melakukan perencanaan bisnis jangka panjang agar dapat bersaing dengan jasa media kreatif lainnya.

BAB II

DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis

a. Nama Usaha

Nama bisnis yang dijalankan yaitu Kreatifpoll yang bergerak di bidang jasa media kreatif atau *creative agency*.

b. Lokasi

Untuk lokasi usaha dari Kreatifpoll belum memiliki kantor sendiri ataupun semacamnya. Sementara ini tempat operasional dari Kreatifpoll masih berada di lokasi mitra kerja kami yaitu Kedai Mental Tempe yang beralamatkan di Jl. S. Hartono No.5-19, Tambakan, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Bidang Usaha dan Produk Yang Dihasilkan

Kreatifpoll bergerak di bidang jasa media kreatif atau *creative agency*. Kami menawarkan beberapa jasa seperti pembuatan konten digital marketing baik berupa gambar grafis maupun video, pengelolaan sosial media, hingga pengelolaan *digital marketing*.

d. Target Pasar

Target pasar dari bisnis ini adalah masyarakat dari berbagai segmen dan juga kalangan khususnya yang memiliki usaha/bisnis dan membutuhkan jasa media kreatif dalam pengelolaan *digital marketing*.

e. Gambaran Pesaing

Contoh media kreatif ataupun creative agency yang ada di Indonesia adalah:

1. Volix.media
2. Kreativv_id
3. Adsfort

f. Keunggulan/Keunikan Yang Dimiliki

Kreatifpoll merupakan jasa media kreatif yang difokuskan dalam hal pengelolaan sosial media, pembuatan konten, hingga pemasaran digital suatu perusahaan/UMKM. Untuk pelayanan kami menyediakan beberapa paket yang dapat dipilih oleh calon *client* dan mengadakan diskusi dengan calon *client* untuk membahas ide/konsep konten yang akan dibuat. Dan yang pasti kami memiliki ide konten yang beda dari yang lain karena dalam pembuatan ide konten kami selalu menekankan untuk membuat konten yang unik dan kreatif.

Di sisi lain kami juga selalu membangun dan menjaga kepercayaan dengan *client*. Dari setiap *client* yang telah bekerja sama dengan Kreatifpoll, kami selalu menjaga silaturahmi dan relasi agar kedepannya bisa tetap menjadi rekan kerja yang baik. Memberi bonus konten baik foto/video kepada *client* merupakan salah satu cara yang kami lakukan untuk menjaga kepercayaan dan relasi yang baik dengan *client*.

g. Teknologi Yang Diadopsi

Media Kreatif Kreatifpoll menawarkan beberapa layanan sebagai berikut :

1. Pembuatan konten digital (foto, gambar grafis, dan video)
2. Pemasaran digital

3. Strategi branding
4. Pengembangan akun sosial media

2.2 Model Bisnis

Untuk model bisnis Kreatifpoll disini akan saya jelaskan dengan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. Gambar tabel *Business Model Canvas (BMC)* tertera di lampiran.

1. Value Propositions

- a. Penawaran jasa media kreatif yang meliputi pembuatan konten foto/video, editing konten, pemasaran digital, pengembangan akun hingga pengelolaan sosial media.
- b. Solusi kreatif dan inovatif untuk kebutuhan client dalam hal pengelolaan sosial media marketing.

2. Customer Segments

- a. Perusahaan ataupun UMKM yang membutuhkan jasa dalam pembuatan konten pemasaran digital dan pengelolaan sosial media.

3. Customer Relationship

- a. Pemberian konsultasi dan dukungan dalam pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif.
- b. Responsif terhadap permintaan dan kebutuhan client.
- c. Memberikan layanan yang berkualitas guna membangun hubungan jangka panjang dengan client.

4. Channels

- a. Sosial media seperti instagram dan juga tiktok.
- b. Website agensi berupa linktree.
- c. Relasi dan referensi dari kepuasan client.

5. Key Activities

- a. Riset pasar dan analisis tren konten digital.
- b. Produksi dan editing konten.

6. Key Resources

- a. Modal dari pemilik.
- b. Tim yang terdiri dari manajer, operasional, dan marketing.
- c. Keahlian dalam produksi konten dan digital marketing.
- d. Alat/media yang digunakan seperti smartphone, laptop.

7. Key Partners

- a. Sosial Media seperti instagram dan tiktok.
- b. Mitra media dan penyedia jasa pemasaran digital.

8. Cost Structures

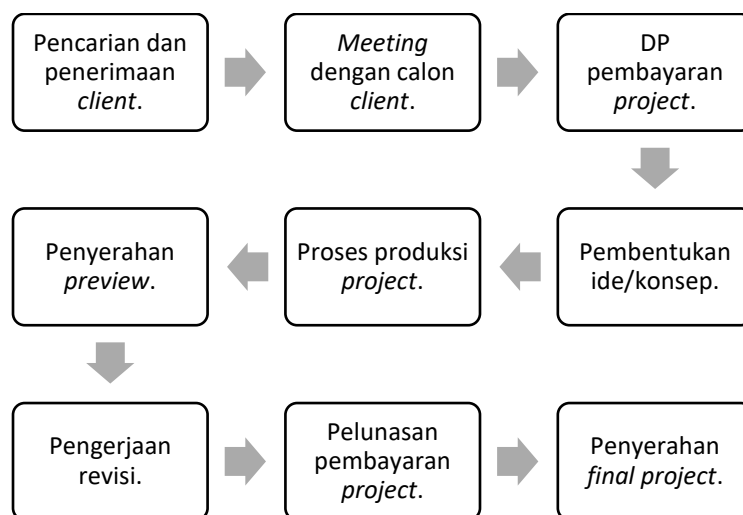
- a. Biaya investasi untuk pembelian alat.
- b. Biaya tetap seperti langganan aplikasi, biaya internet, dan marketing.
- c. Biaya variabel seperti biaya produksi, gaji editor, dan biaya talent.

9. Revenue Streams

- a. Pendapatan dari jasa produksi konten dan pengembangan akun sosial media.
- b. Pendapatan dari jasa konsultasi dalam pengembangan strategi pemasaran.
- c. Pendapatan dari kerjasama dengan mitra pemasaran dan sponsor.

2.3 Aspek Operasi/Produksi

Dalam pelaksanaan operasional bisnis dibutuhkan analisis yang mendalam terkait tahapan dari setiap prosesnya. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kendala-kendala yang berpotensi mengganggu jalannya operasional atau bahkan merugikan perusahaan. Dengan analisis yang tepat, maka perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan menemukan solusi untuk meningkatkan efektivitas pada proses operasional bisnis. Adapun tahapan operasional yang telah dilaksanakan oleh Kreatifpoll adalah sebagai berikut:



Gambar 1.2 Alur Proses Produksi Kreatifpoll

1. Pencarian dan penerimaan *client*

Sejauh ini Kreatifpoll menggunakan 2 cara untuk mendapatkan *client*. Yang pertama yaitu kami mencari sendiri dengan cara *pitching* kepada para pemilik usaha. Sasaran yang dituju dari cara ini adalah perusahaan/UMKM yang membutuhkan jasa pembuatan konten untuk produk mereka dan juga untuk pengelolaan sosial media marketing. Kemudian cara yang kedua adalah kami

memberikan *contact person* di sosial media Kreatifpoll baik di Instagram maupun tiktok. Dengan adanya *contact person* dapat memudahkan calon *client* untuk menjalin komunikasi dengan Kreatifpoll. Dengan adanya *contact person* juga memudahkan calon *client* jika mereka membutuhkan jasa Kreatifpoll ataupun ingin bekerjasama dengan Kreatifpoll.

2. Meeting dengan calon client

Tahap kedua ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dari calon *client*. Dalam tahapan ini biasanya kami bertemu secara langsung dengan calon *client* yang berada di Jogja ataupun sekitarnya. Untuk calon *client* yang berada diluar Jogja, kami melakukan pertemuan secara daring/*online*.

3. DP pembayaran project

Setelah bertemu dengan calon *client* dan melakukan pembahasan terkait kebutuhan dari calon *client*, selanjutnya masuk ke tahapan pembayaran DP sebesar 50% oleh *client* kepada Kreatifpoll. Pembayaran DP ini ditujukan untuk menjadi jaminan dan juga untuk mengurangi resiko-resiko yang dapat merugikan Kreatifpoll.

4. Pembentukan ide/konsep

Pembentukan ide ataupun konsep ini dilakukan oleh tim Kreatifpoll. Biasanya kami berkumpul bersama untuk menyelaraskan ide-ide dari tiap-tiap individu sehingga dapat membentuk konsep yang tepat dan satu kesatuan sebelum kami melakukan proses produksi.

5. Proses produksi project

Proses produksi meliputi dari pengambilan footage-footage baik itu berupa foto

ataupun video, yang kemudian kami olah melalui proses editing dengan menyesuaikan target akhir dari isi konten yang telah kami rencanakan dari pembentukan ide/konsep diatas.

6. Penyerahan *preview*

Setelah menyelesaikan proses produksi, kami akan mengirimkan hasilnya kepada *client* agar *client* dapat melakukan *preview* terlebih dahulu. Dalam proses inilah yang nanti akan menentukan hasil project akan diterima oleh *client* atau *client* akan meminta revisi kepada tim Kreatifpoll.

7. Pengerjaan revisi

Tahapan ini sebenarnya kondisional, sebab kami mengerjakan revisi hanya ketika *client* meminta revisi. Jadi jika *client* sudah menerima hasil tanpa meminta revisi kami tidak juga mengerjakan revisi.

8. Pelunasan pembayaran *project*

Pelunasan pembayaran dilakukan setelah penyerahan *preview* hasil project dan sebelum penyerahan project akhir yang telah direvisi. Tim Kreatifpoll tidak akan menyerahkan project akhir jika *client* belum melakukan pelunasan pembayaran.

9. Penyerahan *final project*

Tahap terakhir adalah penyerahan final dari project yang telah selesai dikerjakan oleh tim Kreatifpoll kepada *client*.

2.4 Aspek Pasar/Pemasaran

Potensi pasar ataupun peluang pasar dari bisnis Media Kreatif Kreatifpoll ini dapat dikatakan cukup besar dan luas. Sama seperti yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang diatas, bahwasannya pada zaman modern ini banyak hal yang mulanya dilakukan dengan cara tradisional sekarang sudah beralih ke digital. Anggapan kami mengenai potensi/peluang pasar media kreatif ini tinggi bukan tanpa sebab yang mendasar, karena kami telah melakukan riset mengenai apa yang sekarang ini dibutuhkan oleh para perusahaan dan juga pemilik usaha/bisnis. Perusahaan/UMKM yang ada di Indonesia mayoritas memiliki kendala yang sama yaitu pada bagian pemasaran khususnya dalam proses produksi dan juga pengelolaan konten sosial media. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti minimnya sarana prasarana atau bahkan kurangnya keahlian dari SDM dalam bidang ini. Melihat dari permasalahan-permasalahan tersebut, kami dari Kreatifpoll semakin yakin bahwa media kreatif memiliki *opportunity* bisnis yang tinggi dan juga kedepannya akan semakin dilibatkan dalam proses bisnis suatu perusahaan/UMKM. Dan secara tidak langsung jasa media kreatif ini akan membentuk suatu simbiosis mutualisme dengan perusahaan/UMKM yang nantinya akan menjadi rekan kerja mereka.

Kreatifpoll juga telah melakukan analisis pasar melalui STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) dan juga telah menentukan strategi pemasaran dengan metode *marketing mix* (bauran pemasaran). Adapun analisis STP yang telah ditentukan adalah sebagai berikut:

1. **Segmenting**

Ada beberapa *variable* yang kami gunakan dalam tahapan segmentasi ini.

- a. Demografis: Jasa Media Kreatif Kreatifpoll difokuskan kepada para pelaku bisnis, pemilik usaha, maupun pemilik UMKM dalam rentang usia remaja hingga dewasa.
- b. Geografis: Sasaran utama yaitu pemilik usaha di Pulau Jawa khususnya Provinsi Jogja dan Jawa Tengah.
- c. Psikologis: Ditargetkan kepada para pemilik usaha yang menginginkan kemudahan dalam pembuatan konten sosial media dan juga pemasaran digital.

2. **Targeting**

Target pasar dari Kreatifpoll yaitu para pemilik bisnis/UMKM di Pulau Jawa khususnya daerah Yogyakarta. Awal mula Kreatifpoll memulai pemasaran hanya dari mulut ke mulut yang kemudian berkembang dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan jasa yang ada di Kreatifpoll.

3. **Positioning**

Position Kreatifpoll adalah sebagai jasa media kreatif yang membantu para pelaku bisnis ataupun pemilik UMKM dalam hal pemasaran digital dan juga pembuatan konten pemasaran di sosial media. Dengan adanya jasa media kreatif Kreatifpoll, para pemilik usaha tidak lagi kesulitan untuk memasarkan usahanya melalui *digital marketing*.

Kemudian untuk strategi pemasaran sendiri kami menggunakan metode *marketing mix* (bauran pemasaran) 7P karena Kreatifpoll merupakan usaha yang

bergerak dalam bidang jasa. Untuk penjelasan bauran pemasaran Kreatifpoll adalah seperti berikut:

1. Product

Kreatifpoll memberikan jasa pembuatan konten pemasaran untuk sosial media, pengelolaan sosial media dan juga membantu *client* dalam hal pemasaran digital.

2. Price

Untuk harga kami memberikan beberapa penawaran baik dalam bentuk paket ataupun eceran konten. Kepastian harga dapat kami tentukan setelah adanya pertemuan dan kesepakatan harga dengan calon *client*. Jadi untuk harga dari jasa Kreatifpoll itu dihitung dari setiap *project* nya.

3. Place

Saat ini Kreatifpoll belum memiliki kantor sendiri, akan tetapi untuk sementara waktu Kreatifpoll beroperasi di tempat mitra kerja kami yaitu Kedai Mental Tempe yang beralamatkan di Jl. S. Hartono No.5-19, Tambakan, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Promotion

Kreatifpoll tetap menggunakan media sosial untuk mengiklankan jasa yang ada pada Kreatifpoll. Selain itu kami juga melakukan promosi melalui *client* dengan mengajak kolaborasi dalam setiap konten telah kami buat untuk *client*. Untuk lebih jelasnya akan kami lakukan dengan metode 5 *promotion mix*:

- a. *Advertising*: kami akan mencoba memasang iklan melalui sosial media seperti *Instagram ads*, *Facebook ads*, dan *TikTok ads*.

- b. *Sales promotion*: kami akan memberikan harga promo dan juga potongan harga untuk beberapa paket harga Kreatifpoll.
- c. *Personal selling*: kami mencoba untuk mendatangi para pemilik usaha dan UMKM yang kami kenal untuk menawarkan jasa dari Kreatifpoll.
- d. *Direct marketing*: kami akan menghubungi para pemilik usaha melalui pesan maupun e-mail.
- e. *Public realations*: membuat konten di sosial media agar Kreatifpoll dapat dikenal lebih banyak orang dan juga dapat meningkatkan nilai *brand* dari Kreatifpoll.

5. *Physical Evidence*

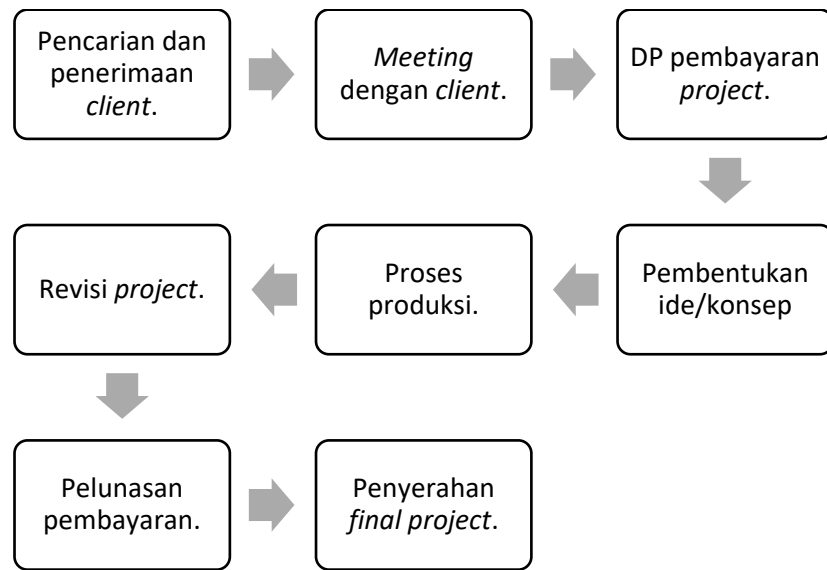
Karena Kreatifpoll bergerak dalam bidang jasa, kami tidak memiliki produk berbentuk fisik yang dijual ke pelanggan, tetapi kami tetap memiliki Physical Evidence berupa sosial media yang dapat diakses 24 jam, contact person yang dapat dihubungi 24 jam, dan juga kerjasama event.

6. *People*

Anggota tim tetap dari Kreatifpoll sendiri ada 3 orang yaitu Humam sebagai Manajer, Dhimas Alfarizky di bagian operasional, dan Rafi Ariq Maulana untuk bagian marketing.

7. *Process*

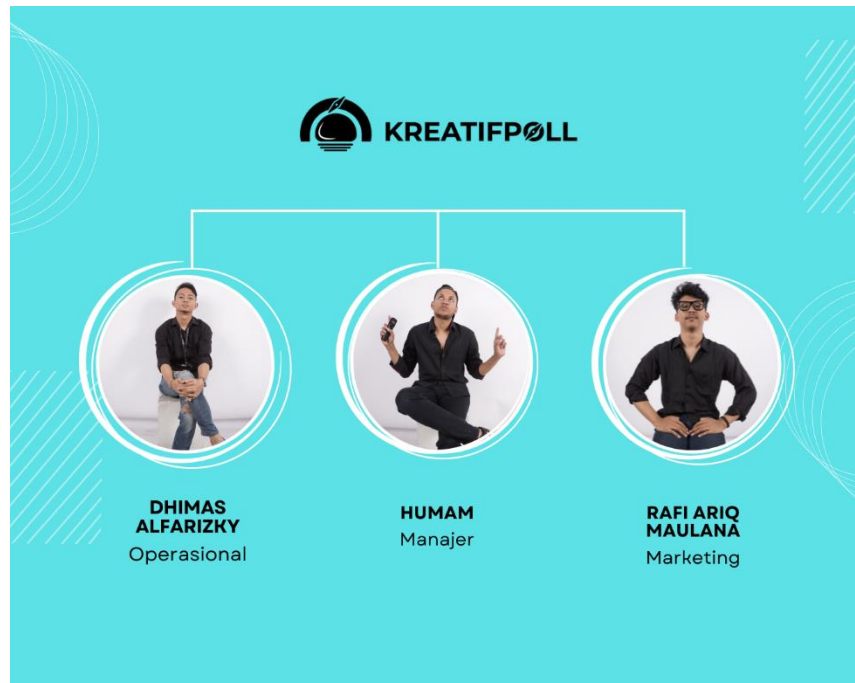
Untuk proses dari penerimaan *client* hingga penyerahan *final project* secara singkatnya adalah sebagai berikut:



Gambar 1.3 Alur Proses Produksi Kreatifpol

2.5 Aspek Organisasi/SDM

1. Struktur organisasi



Gambar 1.4 Struktur Organisasi Kreatifpoll

2. Sistem perekrutan dan deskripsi kerja

Kreatifpoll merupakan jasa media kreatif rintisan yang dibentuk oleh 3 anak muda yang memiliki ide unik dan kreatif. Untuk sistem perekrutan karyawan kami belum ada, yang mana masih bertahan dengan 3 orang dari awal mula terbentuk. Deskripsi kerja dari masing-masing anggota tim Kreatifpoll adalah:

- a. Humam sebagai manajer: bertanggung jawab dalam memimpin Kreatifpoll, pengelolaan Kreatifpoll, dan hubungan secara langsung dengan *client*.
- b. Dhimas di bidang operasional: bertanggung jawab dalam pengelolaan

dan berjalannya kegiatan Kreatifpoll, serta *editing* konten.

- c. Ariq di bidang marketing: bertanggung jawab pada pemasaran Kreatifpoll, pengambilan konten, dan *editing* konten.

Sistem gaji dan kompensasi Kreatifpoll adalah persentase yang dibagi untuk setiap anggota Kreatifpoll dari total pemasukan *project client*. Selain itu ada bonus 10% yang diberikan kepada para anggota yang berhasil mendapatkan *client* untuk Kreatifpoll.

2.6 Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan, Kreatifpoll dapat dikatakan tidak membutuhkan modal berupa uang yang cukup besar. Karena pada dasarnya dalam membuat konten kami hanya bermodalkan *gadget/smartphone* milik pribadi dan juga properti konten biasanya sudah disediakan oleh *client* (produk *client*). Sumber pendanaan di awal kami hanya menggunakan uang pribadi untuk kebutuhan pra-produksi. Selain itu kami mengeluarkan biaya di awal biasanya untuk membayar *talent* dalam beberapa pengambilan konten foto maupun video.

Jadi secara tidak langsung biaya yang kami keluarkan berfokus pada biaya operasional dan juga biaya karyawan. Untuk penulisan laporan keuangan pun biasanya kami buat per setiap ada *project* yang masuk. Berikut adalah rancangan keuangan Kreatifpoll mulai dari biaya tetap, biaya variable, dan juga biaya investasi:

Tabel 1.2 Perkiraan Biaya Tetap dari Kreatifpoll

Biaya Tetap				
No	Uraian	Nominal (Rp)	Quantity	Jumlah (Rp)
1	Biaya Langganan Aplikasi Editing	95.000	1	95.000
2	Biaya Internet	100.000	1	100.000
Total				195.000

Tabel 1.3 Perkiraan Biaya Variabel dari Kreatifpoll

Biaya Variabel				
No	Uraian	Nominal (Rp)	Quantity	Jumlah (Rp)
1	Biaya Talent	100.000	2	200.000
	Konsumsi Talent	50.000	2	100.000
2	Biaya Produksi			
	Biaya Fotografer dan Videografer	250.000	3	750.000
3	Biaya Marketing	250.000	1	250.000
Total				1.300.000

Tabel 1.4 Perkiraan Biaya Investasi dari Kreatifpoll

Biaya Investasi				
No	Uraian	Nominal (Rp)	Quantity	Jumlah (Rp)
1	Tripod	150.000	3	450.000
2	Lighting			
	LED Mini RGB	100.000	2	200.000
	Softbox	150.000	2	300.000
3	Reflector Cahaya	100.000	1	100.000
4	Kartu Perdana	30.000	1	30.000
5	Perfotoan Karyawan	100.000	1	100.000
Total				Rp1.180.000

Tabel 1.5 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan Kreatifpoll

Proyeksi Arus Kas 3 Bulan			
Uraian	Bulan 1 (Rp)	Bulan 2 (Rp)	Bulan 3 (Rp)
Modal Awal	1.500.000	1.325.000	4.730.000
Penjualan Jasa	2.500.000	7.500.000	12.500.000
Total Pemasukan	4.000.000	8.825.000	17.230.000
Biaya Investasi	1.180.000		
Biaya Tetap	195.000	190.000	190.000
Biaya Variabel	1.300.000	3.900.000	6.500.000
Total Biaya Usaha	2.675.000	4.095.000	6.695.000
Saldo Akhir	1.325.000	4.730.000	10.535.000

2.7 Aspek Teknologi Digital

Dalam menjalankan *project*, Kreatifpoll sebagai media kreatif sudah pasti menggunakan teknologi dan juga digitalisasi dalam pengerjaan suatu project. Adapun alat-alat yang digunakan dalam pembuatan konten dan pengelolaan sosial media:

- a. *Smartphone/gadget*
- b. Laptop
- c. Tripod
- d. *Lighting*
- e. *Reflector* Cahaya

Selain alat-alat diatas, kami juga menggunakan layanan-layanan digital seperti:

- a. Aplikasi edit foto dan video
- b. Sosial media
- c. *Browser*

d. *Advertising* sosial media

BAB III

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

Nama bisnis yang dijalankan adalah Kreatifpoll yang bergerak di bidang jasa media kreatif (*creative agency*), yang mana pada awalnya bisnis ini hanyalah merupakan *side job* dari kami. Kreatifpoll berdiri sejak Bulan Agustus 2023 dan sampai saat ini belum memiliki kantor ataupun tempat usaha sendiri melainkan untuk sementara ini lokasi kerja kami berada di tempat mitra kerja yaitu Kedai Mental Tempe yang beralamatkan di Jl. S. Hartono No.5-19, Tambakan, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jasa yang ditawarkan oleh Kreatifpoll adalah pembuatan konten digital marketing baik berupa gambar grafis/video, pengelolaan sosial media, hingga pengelolaan *digital marketing*.

Dari awal berdiri hingga saat ini, Kreatifpoll *alhamdulillah* sudah memiliki 5 *client* untuk pembuatan konten dan juga pengelolaan sosial media. *Client* dari Kreatifpoll tidak hanya berasal dari Jogja akan tetapi ada juga yang dari luar Jogja seperti Jakarta dan Indramayu. Beberapa *client* yang telah menggunakan jasa Kreatifpoll adalah Hyhi Parfume, Black Angel Tobacco, Bakso Sumsum Merapi, Kopi Bukan Luwak, dan Tempe Daun Klotok. Dari beberapa *brand* diatas, kami mengerjakan kurang lebih 10-15 konten untuk setiap produknya.

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

Dalam perkembangan pemasaran yang dilakukan, Kreatifpoll menggunakan beberapa cara untuk melakukan promosi. Kami tetap menggunakan strategi promosi dari mulut ke mulut dengan para pemilik bisnis/usaha yang memiliki relasi dengan kami. Selain itu kami juga menggunakan promosi melalui sosial media seperti *Instagram* dan juga *TikTok*. Dalam melakukan promosi di sosial media, kami tidak hanya membuat konten untuk sosial media Kreatifpoll, akan tetapi kami juga menggunakan bantuan promosi dan advertising seperti *Instagram Ads*. Kami juga berencana memberikan beberapa portofolio dari beberapa client yang sudah pernah bekerja sama dengan kami di sosial media guna mendapatkan kepercayaan dari calon *client* baru.

Dalam menetapkan harga, kami menggunakan paket harga dan juga dihitung untuk setiap project. Untuk pembuatan konten, kami memberikan beberapa pilihan mulai dari 10-20 konten video/foto untuk setiap paketnya. Kemudian untuk pengelolaan sosial media dan juga *digital marketing* kami lebih fleksibel menyesuaikan permintaan dari *client*.

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

Pada dasarnya, Kreatifpoll merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa dan merupakan *side job* dari kami para pendiri. Jadi, secara tidak langsung untuk proses operasi/produksi kami jalankan hanya ketika kami memiliki *client*. Ini bukan berarti kami hanya pasrah menunggu *client* datang, akan tetapi kami tetap melakukan promosi dan juga pemasaran hampir di setiap harinya agar Kreatifpoll bisa lebih dikenal masyarakat dan juga bisa mendapatkan *client* baru. Untuk tahapan proses produksi dalam pembuatan konten adalah sebagai berikut:

a. Pembuatan ide/konsep

Dalam penentuan konsep tidak hanya ditentukan oleh tim Kreatifpoll sendiri, akan tetapi kami juga melibatkan *client*. Karena pada dasarnya konten yang akan kami kerjakan merupakan konten milik *client*. Jadi dalam proses ini, kami membuka konsultasi dan juga *brainstorming* antara tim Kreatifpoll dengan *client*. Setelah menemukan ide/konsep yang matang, maka *client* wajib membayar DP 50% atau bisa langsung melunasi pembayaran di awal.

b. Proses produksi konten

Setelah kami mendapatkan ide/konsep untuk konten yang akan dibuat, selanjutnya kami melakukan proses produksi ataupun penggarapan konten. Tahapan ini kami mulai dari pengambilan *footage-footage* yang dibutuhkan dan sesuai dengan konsep konten yang akan dibuat. Untuk pengambilan gambar/video sampai saat ini kami hanya menggunakan kamera dari HP pribadi. Karena kami memang belum memiliki cukup modal untuk membeli kamera, dan menurut kami selama ini hasil pengambilan gambar/video dengan HP tidak kalah dengan yang menggunakan kamera. Selain HP untuk media pengambilan *footage*, kami juga menggunakan beberapa properti seperti tripod, *lighting* jika diperlukan untuk mengambil *footage* di tempat yang kurang cahaya, dan juga *reflector* cahaya.

Dalam proses produksi ada beberapa konten yang membutuhkan *talent* wanita. Dikarenakan tim Kreatifpoll hanya beranggotakan para pria, maka kami mengajak beberapa teman wanita untuk menjadi *talent* dalam pembuatan konten kami. Dengan mengajak *talent* dari luar tim Kreatifpoll, maka kami juga mengeluarkan biaya untuk membayar *talent* dan juga konsumsi *talent* selama

proses produksi konten. Contoh kami melibatkan *talent* wanita adalah seperti waktu kami melakukan produksi untuk konten Kedai Mental Tempe, Hyhi Parfume dan juga Black Angel Tobacco.

Untuk waktu pengerjaan dalam pembuatan konten, kami bisa membuat kurang lebih 15 konten dalam waktu 5-10 hari. Jadi dalam sehari kami bisa membuat kurang lebih 2 konten (hanya pengambilan konten, belum termasuk *editing* konten, dll).

Setelah kami melakukan pengambilan *footage*, selanjutnya kami masuk ke proses *editing*. Untuk proses *editing* dikerjakan oleh tim Kreatifpoll sendiri baik untuk *editing* foto maupun video. Dari pengalaman kami mengerjakan *project* dari *client*, biasanya waktu editing memakan waktu kurang dari seminggu untuk 15 konten. Jadi kurang lebih waktu produksi yang kami butuhkan untuk 15 konten adalah 10-14 hari.

c. Penyerahan *project* kepada *client* dan revisi (jika diperlukan)

Setelah semua *project* konten sudah jadi, selanjutnya kami mengirim file *preview* konten kepada *client*. Sistem yang kami gunakan dalam pengiriman konten adalah melalui *Google Drive*. Jadi kami unggah semua file *preview* konten dalam satu folder *Google Drive*, lalu kami mengundang *client* dengan meminta e-mail agar dapat membuka file dan mengunduhnya. Kemudian kami meminta pendapat dari *client* mengenai hasil konten yang sudah kami buat. Hal ini bertujuan jika setelah *client* melihat hasil konten kami dan dirasa ada yang perlu diperbaiki maka *client* berhak meminta revisi kepada tim Kreatifpoll. Kami akan melakukan pengerjaan revisi sampai *client* benar-benar puas dengan hasil konten

yang kami kerjakan. Setelah semua hasil konten sudah sesuai dengan keinginan *client*, maka *client* berhak melunasi pembayaran (jika pembayaran di awal belum lunas) agar kami dapat mengirim master file konten yang sudah jadi kepada *client*.

Jadi untuk proses pengerjaan 15 konten mulai dari penentuan ide/konsep hingga penyerahan *final project* bisa memakan waktu kurang lebih 20 hari. Akan tetapi waktu tersebut tidak pasti juga untuk setiap *project* nya. *Client* pertama kami adalah HyHi Parfume, dan kami mengerjakan project dari HyHi Parfume dari awal sampai *final project* kurang lebih memakan waktu 1 bulan. Hal ini kami anggap wajar karena memang HyHi adalah *client* pertama kami, dan ini juga masih dalam tahap penyesuaian kami dalam menghadapi suatu *project* dari *client*. Berbeda halnya dengan *client* terakhir kami yaitu Bakso Sumsum Merapi, Kopi Bukan Luwak, dan Tempe Klotok. Di waktu yang bersamaan kami mengerjakan total 38 konten video dan 2 konten foto untuk Bakso Sumsum Merapi, Kopi Bukan Luwak, dan Tempe Klotok hanya dalam waktu kurang lebih 20 hari. Karena kami sudah mengerti pola dalam menghadapi *project* dari *client*, maka semakin kesini semakin sedikit waktu yang kami butuhkan untuk mengerjakan suatu *project* dari *client*.

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Jumlah SDM dari tim Kreatifpoll ada 3 orang dengan berbagai *job desc* yang cukup berbeda. Tim Kreatifpoll terdiri dari manajer, penanggung jawab operasional, dan penanggung jawab dalam pemasaran. Masing-masing deskripsi pekerjaan dari tiap-tiap anggota adalah sebagai berikut:

- a. Humam sebagai manajer: bertanggung jawab dalam memimpin Kreatifpoll, mengelola Kreatifpoll, dan hubungan secara langsung dengan *client*.
- b. Dhimas penanggung jawab operasional: bertanggung jawab dalam pengelolaan dan berjalannya Kreatifpoll, serta *editing* konten.
- c. Ariq penanggung jawab marketing: bertanggung dalam pemasaran Kreatifpoll, pengambilan konten, dan *editing* konten.

Sampai saat ini kami belum melakukan rekrutmen untuk anggota baru, dikarenakan kami merasa masih mampu menangani *project* yang masuk dengan jumlah anggota yang ada. Ketika kami sedang mengerjakan *project* lalu membutuhkan SDM tambahan, maka kami akan mengajak teman kami untuk ikut serta dalam pengerjaan *project* sebagai *freelancer/part time* di Kreatifpoll. Hal ini sempat terjadi ketika kami mengerjakan salah satu *project* dari Black Angel Tobacco, dimana kami mengajak salah satu teman kami untuk ikut serta dalam pengambilan konten dan *editing* konten.

Untuk sistem pembayaran gaji dan kompensasi, kami tetap membayar/memberikan gaji kepada tim utama Kreatifpoll dihitung setiap ada *project* yang masuk. Jadi untuk gaji tidak dibayarkan per bulan, melainkan per *project* yang masuk. Kami juga memberikan bonus 10% kepada tiap-tiap anggota jika berhasil mendapatkan *client* dan *dealing* dengan *client*. Hal ini bertujuan agar tim Kreatifpoll semakin semangat dalam mencari *client*. Kemudian jika kami mengajak teman *freelancer* dari luar tim Kreatifpoll, maka kami juga akan memberikan pembayaran dengan nominal yang sesuai dengan apa yang sudah dikerjakan.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Dalam pencatatan keuangan Kreatifpoll, sementara kami lakukan penginputan tanpa adanya jangka waktu yang ditentukan. Hal ini disebabkan ada beberapa bulan yang kami sempat *off* dan tidak melakukan kegiatan produksi karena belum ada *client* yang masuk. Dibawah ini saya akan coba menguraikan perkembangan keuangan Kreatifpoll dari bulan September 2023 hingga Juni 2024.

A. Periode 1 (Bulan September-November 2023)

Tabel 3.1 Catatan Pemasukan Periode 1

INPUT PEMASUKAN HARIAN				
Tanggal	Bulan	Nama Akun	Pemasukan (Rp)	KETERANGAN
9/12/2023	September	Investor Dana	500.000	Humam
9/12/2023	September	Investor Dana	500.000	Dhimas
9/12/2023	September	Investor Dana	500.000	Ariq
4/12/2023	November	Penjualan Jasa	2.300.000	HyHi Parfume

Tabel 3.2 Catatan Pengeluaran Periode 1

INPUT PENGELUARAN HARIAN				
Tanggal	Bulan	Nama Akun	NAMA BARANG	Pengeluaran (Rp)
12/9/2023	September	Marketing	Perfotoan Studio	95.000
9/12/2023	September	Marketing	Penyewaan Meeting Room	250.000
9/12/2023	September	Marketing	Konsumsi Perfotoan	133.000
26/10/2023	Oktober	Marketing	Perfotoan ke-2	50.000
4/11/2023	November	Biaya Karyawan	Humam, Dhimas, Ariq	1.200.000

Tabel 3.3 Laporan Laba/Rugi Periode 1

LAPORAN LABA RUGI		
periode November 2023		
Pendapatan	(Rp)	(Rp)
Penjualan Jasa	2.300.000	
Total Pendapatan		2.300.000
Beban		
HPP	0	
Biaya Karyawan	1.200.000	
Biaya Bulanan APK	0	
Biaya Marketing	528.000	
Biaya Lain-Lain	0	
Total Biaya		1.728.000
Laba Bersih		572.000

Untuk bulan Oktober 2023 kami ada kegiatan produksi untuk *client* pertama yaitu HyHi Parfume. Dengan HyHi Parfume kami bekerja sama selama 2 bulan dengan total 30 konten. Jadi untuk bulan November kami melanjutkan *project* dari HyHi Parfume. Pada bulan ini kami juga fokuskan untuk mempersiapkan segala kebutuhan *branding* untuk Kreatifpoll.

B. Periode 2 (Bulan Desember 2023)

Tabel 3.4 Catatan Pemasukan Periode 2

INPUT PEMASUKAN HARIAN				
Tanggal	Bulan	Nama Akun	Pemasukan (Rp)	KETERANGAN
1/12/2023	Desember	Penjualan Jasa	2.100.000	HyHi Parfume
11/12/2023	Desember	Penjualan Jasa	2.500.000	Black Angel Tobacco

Tabel 3.5 Catatan Pengeluaran Periode 2

INPUT PENGELUARAN HARIAN				
Tanggal	Bulan	Nama Akun	NAMA BARANG	Pengeluaran (Rp)
11/5/2023	November	HPP	Isi Token Venue Lokasi	53.000
		HPP	Air Mineral Talent	25.000
		HPP	Konsumsi Talent	350.000
11/6/2023	November	HPP	Konsumsi Editing	28.000
11/10/2023	November	Biaya Pembelian Aset	Kartu Perdana	24.000
11/13/2023	November	Biaya Karyawan	Bayar Videografer dan Edit (Fatah)	250.000
11/21/2023	November	Biaya Karyawan	Bayar Videografer dan Edit (Ariq)	250.000
11/27/2023	November	HPP	Konsumsi Talent	300.000
11/27/2023		Biaya Karyawan	Bayar Videografer dan Edit (Fatah)	150.000
11/27/2023	November	HPP	Bayar Talent	100.000
11/29/2023	November	HPP	Biaya Promosi Black Angel	100.000
12/1/2023	Desember	Biaya Karyawan	Bayar Videografer dan Edit (Ariq)	750.000
12/6/2023	Desember	Biaya Karyawan	Bayar Videografer dan Edit (Fatah)	100.000
12/11/2023	Desember	Marketing	Fee 10% dari Nilai Transaksi	250.000
12/11/2023	Desember	PRIVE	Humam, Dhimas, Ariq	2.100.000
12/27/2023	Desember	Biaya Karyawan	Ariq	300.000

Tabel 3.6 Laporan Laba/Rugi Periode 2

LAPORAN LABA RUGI		
periode Desember 2023		
Pendapatan	(Rp)	(Rp)
Penjualan Jasa	4.600.000	
Total Pendapatan		4.600.000
Beban		
HPP	956.000	
Biaya Karyawan	1.800.000	
Biaya Bulanan APK	0	
Biaya Marketing	250.000	
Biaya Lain-Lain	24.000	
Total Biaya		3.030.000
Laba Bersih		1.570.000

Di bulan November-Desember 2023 kami mendapatkan *client* baru yaitu Black Angel Tobacco. Dan di bulan November merupakan bulan kedua untuk kami mengerjakan *project* dari HyHi Parfume. Sedangkan Black Angel Tobacco bekerja sama dengan kami selama 1 bulan dengan total 15 konten.

C. Catatan Keuangan Periode 3 (2024)

Tabel 3.7 Catatan Pemasukan Periode 3

INPUT PEMASUKAN HARIAN				
Tanggal	Bulan	Nama Akun	Debet (Rp)	KETERANGAN
11/03/2024	Maret	Penjualan Jasa	1.500.000	DP Bakso Sumsum Merapi
2/04/2024	April	Penjualan Jasa	1.000.000	Tempe Daun Klotok
2/04/2024	April	Penjualan Jasa	1.000.000	Kopi Bukan Luwak
8/04/2024	April	Penjualan Jasa	1.000.000	Pelunasan Bakso Sumsum

Tabel 3.8 Catatan Pengeluaran Periode 3

INPUT PENGELUARAN HARIAN				
Tanggal	Bulan	Nama Akun	NAMA BARANG	Pengeluaran (Rp)
3/11/2024	Maret	HPP	Konsumsi di KBL	55.000
3/11/2024	Maret	HPP	Konsumsi di Bakso Sum Sum	69.000
3/13/2024	Maret	Marketing	Fee 10% dari nilai transaksi	250.000
3/15/2024	Maret	Biaya Karyawan	Bayar Videografer dan Edit (Ariq)	500.000
3/18/2024	Maret	HPP	Konsumsi di KBL	10.000
19/3/2024	Maret	HPP	Konsumsi di KBL	79.000
		HPP	Beli Tempe	25.000
25/3/2024	Maret	HPP	Konsumsi di KBL	27.300
		HPP	Beli Tempe	25.000
30/3/2024	Maret	Biaya Karyawan	Agif	350.000
2/4/2024	April	Biaya Karyawan	Bayar Videografer dan Edit (Ariq)	500.000
		PRIVE	Ariq	550.000
		Marketing	Fee 10% dari nilai transaksi	200.000
		Biaya Karyawan	Copywriting and Video Humam	500.000
8/4/2024	April	PRIVE	Dhimas	550.000
		PRIVE	Humam	550.000

Tabel 3.9 Laporan Laba/Rugi Periode 3

LAPORAN LABA RUGI		
periode tahun 2024		
Pendapatan	(Rp)	(Rp)
Penjualan Jasa	4.500.000	
Total Pendapatan		4.500.000
Beban		
HPP	290.300	
Biaya Karyawan	1.850.000	
Biaya Bulanan APK	0	
Biaya Marketing	450.000	
Biaya Lain-Lain	0	
Total Biaya		2.590.300
Laba Bersih		1.909.700

Pada bulan Januari hingga Februari 2024 Kreatifpoll sempat *off* dikarenakan ada beberapa pekerjaan lain yang harus diselesaikan. Kami mulai produktif lagi pada bulan Maret 2024 dan langsung ada 3 *project* masuk yaitu dari Bakso Sumsum Merapi, Kopi Bukan Luwak, dan Tempe Daun Klotok. Untuk Bakso Sumsum Merapi, kami mengerjakan total 15 konten dan 10 konten untuk Kopi Bukan Luwak serta 5 konten untuk Tempe Daun Klotok.

Tabel 4.1 Total Arus Kas Kreatifpoll 2023-2024

Kreatifpoll			
Laporan Arus Kas			
Untuk Tahun Yang Berakhir 30 April 2024			
Arus Kas Dari Aktivitas Operasi	(Rp)	(Rp)	(Rp)
Sumber:			
Penjualan Jasa	11.400.000		
		11.400.000	
Penggunaan:			
HPP	1.246.300		
Biaya Karyawan	4.850.000		
Biaya Marketing	1.228.000		
Dividen	3.750.000		
		11.074.300	
Arus Kas Bersih Aktivitas Operasi			325.700
Arus Kas Dari Aktivitas Investasi			
Sumber:			
Penjualan Aktiva Tetap	-	-	
Penggunaan:			
Biaya Pembelian Aset	24.000		
		24.000	
Arus Kas Bersih Untuk Aktivitas Investasi			24.000
Arus Kas Dari Aktivitas Pendanaan			
Sumber:			
Pinjaman Modal	1.500.000		
		1.500.000	
Penggunaan:			
Pengembalian Modal	1.500.000		
		1.500.000	
Arus Kas Bersih Aktivitas Pendanaan			0
Jumlah Arus Kas Bersih 30 April 2024			301.700

Tabel 4.2 Neraca Kreatifpoll Periode 2024

NERACA			
KREATIFPOLL			
PERIODE 2024			
AKTIVA		PASIVA	
Keterangan		Keterangan	
Aktiva Lancar:		Utang:	
Kas	1.500.000	Utang Gaji	-
Piutang	-	Utang Usaha	-
Persediaan Barang	-	Utang Bank	-
Aktiva Tetap		Modal Pemilik	1.500.000
Tanah	-	Laba Ditahan	-
Peralatan Kantor	-		
Aset Lainnya	-		
Total Aktiva	1.500.000	Total Pasiva	1.500.000

3.6 Aspek Teknologi Digital

Dalam pelaksanaan operasional, Kreatifpoll menggunakan beberapa teknologi digital untuk menunjang proses produksi. Karena pada dasarnya kami adalah *brand* media kreatif dan juga bertanggung jawab dalam pembuatan konten *digital*. Dari beberapa *project* yang sudah masuk, mayoritas meminta jasa kami dalam pembuatan konten *marketing* dan pengelolaan sosial media. Dalam produksi konten, kami menggunakan teknologi digital yaitu HP/*smartphone* untuk pengambilan gambar maupun video. Lalu untuk media/alat lain yang kami gunakan dalam proses produksi ada juga seperti tripod, *lighting*, *reflector*, dan laptop. Kemudian masuk ke proses *editing*, kami juga menggunakan HP dan juga laptop untuk mengedit foto dan juga video. Untuk edit foto, kami biasa

menggunakan aplikasi *Adobe Lightroom* dan juga aplikasi *Canva*. Sedangkan untuk edit video kebanyakan kami menggunakan aplikasi *CapCut*. Setelah proses produksi konten sudah selesai, kami mengirim file kepada *client* dengan menggunakan *Google Drive* yang mana juga masuk dalam teknologi digital yang kami gunakan.

Kami menggunakan teknologi digital tidak hanya dalam kegiatan produksi konten. Akan tetapi dalam pengelolaan sosial media kami juga menggunakan teknologi digital. Ada beberapa client yang meminta dalam hal pengelolaan sosial media seperti Black Angel Tobacco. Kami melakukan pengelolaan sosial media khususnya *Instagram*. Kemudian kami juga melakukan kegiatan *digital marketing* dalam pengelolaan sosial media *client* dengan memberikan *Instagram Ads* yang mana itu adalah salah satu teknologi *digital marketing* dari sosial media *Instagram*.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Dari awal merencanakan Kreatifpoll, ada banyak permasalahan yang kami hadapi. Karena pada dasarnya Kreatifpoll adalah media kreatif rintisan dan pada saat berjalannya pun hanyalah *side job* dari kami para pendiri. Jadi dari awal terbentuk hingga sekarang pun kami mewajarkan dan menyadari jika banyak permasalahan yang terjadi pada bisnis ini. Akan tetapi, disini kami juga tidak menyepelekan atas masalah yang terjadi pada Kreatifpoll. Dalam artian kami tetap mencoba untuk meminimalisir dan juga mencoba untuk mengatasi masalah yang ada. Untuk lebih jelasnya, dibawah ini akan saya jelaskan beberapa masalah di yang terjadi pada proses berlangsungnya bisnis Kreatifpoll:

4.1.1 Bidang pemasaran

Dalam bidang pemasaran ada beberapa masalah yang sempat kami hadapi. Dari awal terbentuknya Kreatifpoll kami agak kesulitan untuk menentukan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan Kreatifpoll kedepannya. Karena pada dasarnya kami adalah bisnis yang bergerak di bidang jasa media kreatif, maka dari itu kami agak kesulitan bagaimana cara kami untuk melakukan *branding* bisnis kami kepada para pemilik usaha dan juga UMKM.

Kemudian pada proses berjalannya Kreatifpoll, kami juga mengalami beberapa kendala dalam bidang pemasaran. Setelah adanya permasalahan yang

pertama tadi, kami mencoba untuk menggunakan salah satu *platform* khusus untuk *digital marketing* yaitu *Meta*. Di awal kami menggunakan *Meta* *alhamdulillah* belum ada kendala. Seiring berjalannya waktu karena kelalaian kami sendiri, akun iklan kami dibatasi oleh pihak *Meta*. Awalnya kami melakukan pembayaran melalui kartu kredit dan itu membutuhkan approval di setiap pembayarannya, yang pada akhirnya karena beberapa kesibukan tim Kreatifpoll, hal tersebut tidak dapat dikontrol dan mengakibatkan akun iklan kami dibatasi.

4.1.2 Bidang produksi/operasi

Dalam proses produksi, kami ada kendala pada saat menangani salah satu *client* kami yaitu Black Angel Tobacco. Di awal kami dealing dengan pemilik usaha, kita sudah sama-sama menyepakati atas kerja sama yang akan berlangsung dan tidak terlihat adanya kesulitan yang akan kami hadapi nantinya dalam proses produksi. Ketika kami sudah melakukan proses pembuatan konten, ada *miscommunication* antara pihak Kreatifpoll dan juga Black Angel Tobacco. Di awal kami mengira bahwa tugas kami hanyalah membuat konten untuk produk dari Black Angel Tobacco. Akan tetapi ketika kami sudah melakukan proses produksi, dari pihak *client* memberi tahu bahwa mereka juga menginginkan konten dengan menggunakan *talent*.

4.1.3 Bidang sumber daya manusia

Pada proses berlangsungnya produksi, kami sering mengalami kendala untuk masalah SDM. Karena balik lagi, tim Kreatifpoll hanya beranggotakan 3 orang dan merupakan *side job* dari kami, jadi kami juga ada pekerjaan lain yang harus kami selesaikan yang mengakibatkan kami sedikit kesulitan ketika ada

project masuk dengan jumlah yang banyak.

4.1.4 Bidang keuangan

Sebelumnya kami melakukan pencatatan keuangan hanya dengan menggunakan metode arus kas masuk dan arus kas keluar. Kemudian pada laporan akhir tertera laporan laba/rugi. Permasalahan yang terjadi, pada saat di awal kami belum memiliki orang *finance* yang kompatibel di bidangnya. Sehingga kami hanya melakukan catatan keuangan sesuai dengan pemahaman kami sendiri. Seiring berjalannya waktu, kami merasa kami perlu membuat laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) pada UMKM.

4.2 Pemecahan Masalah

Dari permasalahan-permasalahan yang telah saya jelaskan diatas, ada beberapa tindakan yang telah kami lakukan untuk mengurangi bahkan mengatasi permasalahan tersebut. Berikut akan saya jelaskan beberapa tindakan yang kami lakukan untuk masalah yang ada di Kreatifpoll:

4.2.1 Bidang pemasaran

Ada dua permasalahan yang kami alami dalam bidang pemasaran Kreatifpoll. Yang pertama adalah kebingungan kami untuk *branding* Kreatifpoll kepada masyarakat luas khususnya pemilik usaha/UMKM. Ada beberapa hal yang kami lakukan untuk mengatasi masalah tersebut.

- a. Kami membuat konten *marketing* di sosial media, baik melalui akun Kreatifpoll maupun akun pribadi tim Kreatifpoll (*Instagram, TikTok,*

WhatsApp, Facebook).

- b. Kami melakukan pemasaran melalui relasi yang kami miliki dengan para pelaku usaha, perusahaan-perusahaan, dan UMKM.
- c. Kami mendalami *platform-platform digital marketing*, yang akhirnya kami memutuskan untuk mencoba Meta.

Kemudian untuk permasalahan yang kedua adalah dibatasinya akun Meta Kreatifpoll untuk melakukan iklan/promosi. Dari permasalahan tersebut kami berinisiasi dengan mengganti metode pembayaran yang awalnya kami menggunakan kartu kredit, sekarang kami akan mencoba dengan menggunakan metode transfer bank ataupun *e-wallet*.

4.2.2 Bidang produksi/operasi

Permasalahan yang kami alami pada saat proses produksi adalah adanya *miscommunication* antara pihak Kreatifpoll dengan *client*. Karena pada saat itu *client* kami berasal dari luar Kota Yogyakarta dan juga untuk pemilik usaha sedang berada di luar negeri. Maka kami memutuskan untuk melakukan komunikasi melalui telepon dan juga *chat*. Berikut tahapan dari tindakan yang kami lakukan untuk memecahkan masalah tersebut:

- a. Menghubungi *client* (pemilik usaha Black Angel Tobacco) melalui telepon.
- b. Kami mencoba untuk melakukan negosiasi terkait isi/konten yang diminta oleh *client*. Karena pada saat itu kami telah membuat kurang lebih 3 konten yang hanya berisi produk. Sedangkan *client* meminta isi konten yang kami buat berisikan *talent*.
- c. Setelah melakukan negosiasi akhirnya kami menyepakati bahwa isi konten

produk tetap dilanjutkan, akan tetapi sisanya tetap ada konten yang berisikan *talent*. Jadi dari total 15 konten, 7 diantaranya adalah konten yang fokus pada promosi produk dan 8 sisanya adalah konten yang berisikan *talent*.

4.2.3 Bidang sumber daya manusia (SDM)

Dalam bidang SDM, sampai saat ini kami hanya memiliki satu cara untuk mengatasi permasalahan yang ada. Permasalahan yang kami miliki yaitu kurangnya SDM ketika ada *project* masuk dengan jumlah yang cukup banyak. Satu-satunya cara yang kami lakukan adalah dengan mencari *freelancer* dari teman-teman kami yang memiliki kemampuan dalam pengambilan foto/video dan juga *editing* foto/video.

4.2.4 Bidang keuangan

Seperti yang sudah tertera pada proposal bisnis ini, pada aspek keuangan kami hanya memiliki rancangan untuk biaya tetap, biaya variabel, biaya investasi, dan arus kas 3 bulan. Dan pada proses pelaksanaan bisnis ini, kami tidak melakukan pencatatan untuk neraca yang mana berguna untuk mengetahui kondisi perusahaan. Kami menyadari bahwa apa yang kami lakukan salah, akan tetapi kami mencoba mengatasinya dengan memberikan pencatatan neraca pada akhir pencatatan di bulan Mei 2024.

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

4.1 Kesimpulan

Kreatifpoll adalah salah satu bisnis yang saya jalankan bersama teman-teman. Bisnis ini mulai dibentuk pada Bulan Agustus 2023 dan sampai saat ini sudah berjalan kurang lebih 10 bulan. Kreatifpoll sendiri merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa media kreatif yang difokuskan untuk membantu para pemilik usaha/UMKM dan juga perusahaan-perusahaan. Beberapa jasa yang kami tawarkan adalah pembuatan konten pemasaran, pengelolaan sosial media, bahkan *digital marketing*. Dari kurang lebih 10 bulan berjalan, Kreatifpoll sudah memiliki 7 *client* yang ditangani dalam pembuatan konten, pengelolaan sosial media, bahkan pengelolaan *digital marketing*. Meskipun Kreatifpoll sempat *off* dan tidak berjalan untuk beberapa bulan, total keseluruhan omset Kreatifpoll sampai bulan Mei 2024 kurang lebih adalah 12 juta rupiah dengan rata-rata pemasukan per bulan 2 juta rupiah.

Terdapat banyak permasalahan yang dihadapi Kreatifpoll dari sejak berdirinya usaha, baik permasalahan internal maupun eksternal. Dari permasalahan-permasalahan yang ada, dengan berbagai cara dan usaha dari tim Kreatifpoll dapat diselesaikan satu persatu. Dari awal berdirinya Kreatifpoll, terdapat kesalahan dan juga keterbatasan pengetahuan dalam menjalankan bisnis ini. Akan tetapi tim Kreatifpoll menjadikan semua permasalahan sebagai fase

pembelajaran dan bagian dari perjalanan agar dapat membuat Kreatifpoll berkembang dan lebih maju lagi.

4.2 Tindak Lanjut

Untuk saat ini dan kedepannya, Kreatifpoll tetap akan menjadi salah satu jasa media kreatif yang fokus dalam pembuatan konten, pengelolaan sosial media, dan juga *digital marketing*. Dengan berbagai pemikiran dan juga perencanaan dari tim Kreatifpoll untuk kedepannya, Kreatifpoll tetap akan melanjutkan bisnis ini hingga dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat berkembang dan lebih maju lagi. Ada berbagai rencana yang sudah dipersiapkan oleh Kreatifpoll untuk mengembangkan bisnis ini.

Harapan untuk kedepannya, Kreatifpoll dapat mengembangkan bisnis dalam berbagai aspek seperti *skill*, teknologi, relasi, manfaat, dan pastinya juga penjualan. Dari tim Kreatifpoll sekarang yang hanya terdiri 3 orang, diharapkan kedepannya kami dapat menambah karyawan agar bisa membuka lapangan pekerjaan untuk orang-orang yang membutuhkan. Kemudian yang terakhir, rencana Kreatifpoll kedepannya adalah membuka cabang baru di beberapa kota besar di Indonesia sehingga dapat menguasai pasar media kreatif yang ada di seluruh Indonesia.

4.3 Komponen Bagian Akhir

1. Catatan Aktivitas Bisnis

Tabel 3.1 Catatan Aktivitas Bisnis

Catatan Aktivitas Bisnis						
Waktu	Tanggal	Jam	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
Minggu ke-1 sampai 4 Bulan September	1-30 September 2023	Siang-sore	Produksi Konten	Adanya <i>project</i> masuk dari Brand HyHi Parfume	Membuat konten untuk HyHi Parfume	Tim Kreatifpoll
		Malam	<i>Editing</i>	<i>Project</i> HyHi Parfume	<i>Editing</i> konten HyHi Parfume	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-2 Bulan September	12 September 2023	Pagi	<i>Marketing</i>	Belum ada proyeksi strategi Kreatifpoll kedepannya	Meeting bersama tim Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
		Siang	<i>Marketing</i>	Belum ada konten <i>marketing</i> Kreatifpoll	Perfotoan tim Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-1 sampai 4 Bulan Oktober	1-31 Oktober 2023	Siang-sore	Produksi Konten	Adanya <i>project</i> dari Brand HyHi Parfume untuk bulan kedua	Membuat Konten untuk HyHi Parfume	Tim Kreatifpoll
	1-31 Oktober 2023	Malam	<i>Editing</i>	<i>Project</i> HyHi Parfume	<i>Editing</i> konten HyHi Parfume	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-4 Bulan Oktober	29 Oktober 2023	Malam	<i>Marketing</i>	<i>Project</i> masuk dari Brand Black Angel Tobacco untuk	Dealing dengan Black Angel Tobacco	Tim Kreatifpoll

				pembuatan konten dan pengelolaan sosial media Instagram		
Minggu ke-1 Bulan November	5 November 2023	Sore	Produksi Konten	Adanya <i>project</i> masuk dari Black Angel Tobacco	Produksi konten untuk Black Angel Tobacco	Tim Kreatifpoll
	6 November 2023	Sore	<i>Marketing</i>	Belum memiliki nomor telepon untuk kontak bisnis Kreatifpoll	Membeli nomor kartu perdana	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-4 Bulan November	27 November 2023	Siang	Produksi Konten	<i>Project</i> konten dari Black Angel Tobacco	Produksi konten untuk Black Angel Tobacco	Tim Kreatifpoll
	29 November 2023	Malam	<i>Marketing Project</i>	Belum adanya advertising dari Instagram Black Angel Tobacco	Melakukan Instagram ads untuk akun Black Angel Tobacco	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-1 sampai 4 Bulan November	1-30 November 2023	Malam	<i>Editing</i>	<i>Project</i> Black Angel Tobacco	<i>Editing</i> konten Black Angel Tobacco	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-2 sampai 4 Bulan November	11-21 November 2023	Sore	<i>Marketing</i>	Konten Instagram Kreatifpoll	<i>Editing</i> konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
		Malam	<i>Marketing</i>	Konten Instagram Kreatifpoll	Mengunggah konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-1	7-31 Desember	Sore	<i>Marketing</i>	Konten Instagram	<i>Editing</i> konten	Tim Kreatifpoll

sampai 4 Bulan Desember	2023			Kreatifpoll	Kreatifpoll	
		Malam	Marketing	Konten Instagram Kreatifpoll	Mengunggah konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-1 Bulan Januari	1-7 Januari 2024	Sore	Marketing	Konten Instagram Kreatifpoll	Editing konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
		Malam	Marketing	Konten Instagram Kreatifpoll	Mengunggah konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-1 sampai 4 Bulan Februari	6-29 Februari 2024	Sore	Marketing	Konten Instagram Kreatifpoll	Editing konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
		Malam	Marketing	Konten Instagram Kreatifpoll	Mengunggah konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-1 Maret	3 Maret 2024	Siang	Marketing	Project masuk dari Bakso Sumsum Merapi	Dealing dengan Bakso Sumsum Merapi	Tim Kreatifpoll
	7 Maret 2024	Pagi	Marketing	Project masuk dari Kopi Bukan Luwak dan Tempe Daun Klotok	Dealing dengan Kopi Bukan Luwak dan Tempe Daun Klotok	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-2 Maret	11 Maret 2024	Pagi	Produksi Konten	Project Kopi Bukan Luwak	Membuat Konten untuk Kopi Bukan Luwak	Tim Kreatifpoll
		Sore	Produksi Konten	Project Bakso Sumsum Merapi	Membuat Konten untuk Bakso Sumsum Merapi	Tim Kreatifpoll

Minggu ke-3 Maret	17-25 Maret 2024	Sore	Produksi Konten	<i>Project</i> Bakso Sumsum Merapi	Membuat Konten untuk Bakso Sumsum Merapi	Tim Kreatifpoll
	18 Maret 2024	Sore	Produksi Konten	<i>Project</i> Kopi Bukan Luwak	Membuat Konten untuk Kopi Bukan Luwak	Tim Kreatifpoll
	19 Maret 2024	Pagi	Produksi Konten	<i>Project</i> Tempe Daun Klotok	Membuat konten untuk Tempe Daun Klotok	Tim Kreatifpoll
		Sore	Produksi Konten	<i>Project</i> Kopi Bukan Luwak	Membuat Konten untuk Kopi Bukan Luwak	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-4 Maret	25 Maret 2024	Pagi	Produksi Konten	<i>Project</i> Tempe Daun Klotok	Membuat konten untuk Tempe Daun Klotok	Tim Kreatifpoll
		Sore	Produksi Konten	<i>Project</i> Kopi Bukan Luwak	Membuat Konten untuk Kopi Bukan Luwak	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-2 sampai 4 Maret	11-27 Maret 2024	Malam	<i>Editing</i>	<i>Project</i> Bakso Sumsum Merapi, Kopi Bukan Luwak, dan Tempe Daun Klotok	<i>Editing</i> konten <i>project</i>	Tim Kreatifpoll
Minggu ke-1 sampai 4 Mei	1-31 Mei 2024	Malam	<i>Editing</i>	Konten Instagram Kreatifpoll	<i>Editing</i> konten Kreatifpoll	Tim Kreatifpoll

2. Dokumentasi



Gambar 2.1 Logo Kreatifpoll

Kampanye Bismillah HS 1 (752102507096971) Diupdate baru saja Tinjau dan Terbitkan

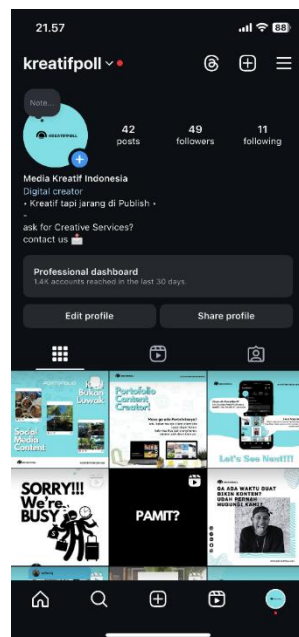
Cari dan filter Maksimal: 10 Mei 2024 – 27 Jun 2024

Kampanye Set Iklan Iklan

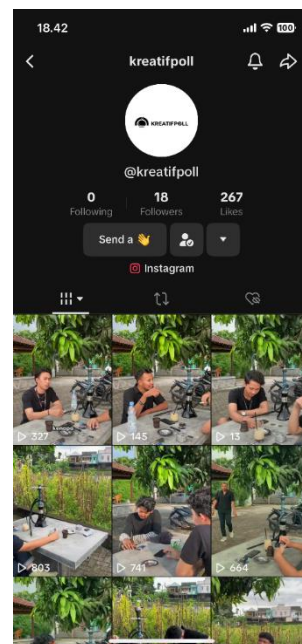
+ Buat Duplikat Edit Uji A/B Lainnya ZzzZ Perincian Laporan Ekspor

☐	Nonaktif / Aktif	Kampanye	Biaya per Hasil	Jumlah yang dibelanjakan	Jangkauan	Impresi	Berakhir
☐	☐	Bismillah Meledak Orderan_CN_Auto	—	—	Rp 0	—	Sedang berla...
☐	☐	Bismillah Meledak Orderan_CN_Manual	—	—	Rp 0	—	Sedang berla...
☐	☐	Bismillah_CN_IG_HS_11Mei 2024	5.227 ThruPlay	Rp 6	Rp 33.394	10.736	12.315 Sedang berla...
Hasil dari 3 kampanye			—	—	Rp 33.394 Total Pemberian	10.736 Akun Pusat Akun	12.315 Total

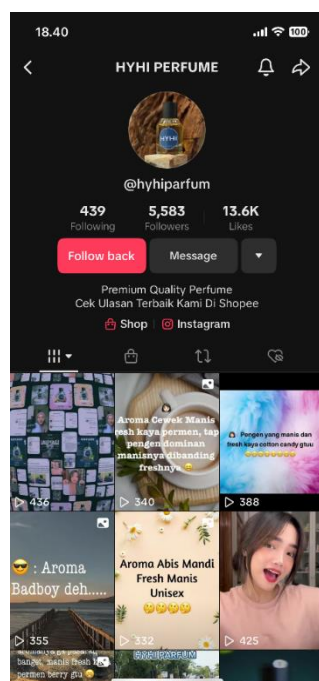
Gambar 2.2 Meta Kreatifpoll



Gambar 2.3 Akun Instagram
Kreatifpoll



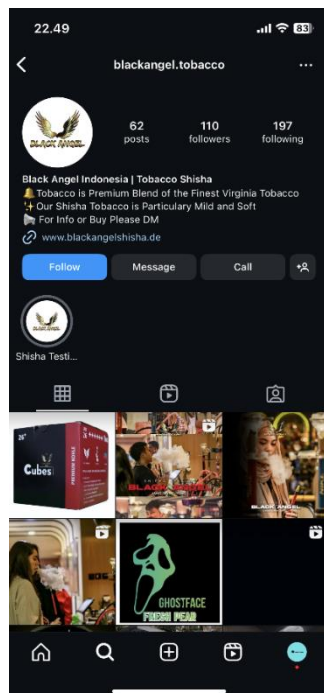
Gambar 2.4 Akun TikTok
Kreatifpoll



Gambar 2.5 Akun TikTok
HyHi Parfume



Gambar 2.6 Contoh Hasil Konten
HyHi Parfume



**Gambar 2.7 Akun Instagram
Black Angel Tobacco**



**Gambar 2.8 Contoh Hasil Konten
Black Angel Tobacco**



**Gambar 2.9 Akun Instagram
Kopi Bukan Luwak**



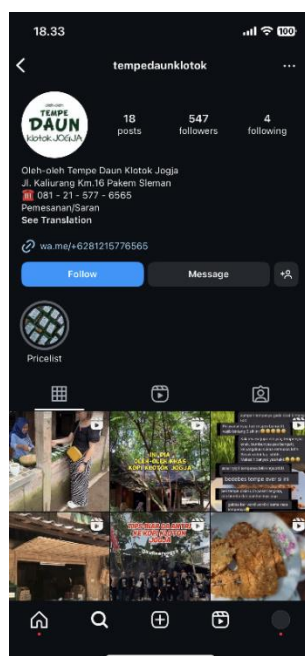
**Gambar 2.10 Contoh Hasil Konten
Kopi Bukan Luwak**



**Gambar 2.11 Akun Instagram
Bakso Sumsum Merapi**



**Gambar 2.12 Contoh Hasil Konten
Bakso Sumsum Merapi**



**Gambar 2.13 Akun Instagram
Tempe Daun Klotok**



**Gambar 2.14 Contoh Hasil Konten
Tempe Daun Klotok**

DAFTAR PUSTAKA

- Institut Teknologi Telkom Purwokerto. (2020). *Kelompok Keahlian Media Kreatif dan Periklanan*. Retrieved from Fakultas Rekayasa Industri dan Desain : <https://frid.ittelkom-pwt.ac.id/mkp/>
- Rosana, A. S. (2020). *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media Indonesia*. Retrieved from Media Neliti: <https://media.neliti.com/media/publications/218225-kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunik.pdf>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 175-177.


KREATIFPOLL

Business Model Canvas

