

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Produksi Bisnis Jasa Multimedia Kreatif “Funia Creative” dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam

Handwritten signature and date: 14/05/25



Oleh:
Farras Rizqi Muhadzdzib
20423177

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Farras Rizqi Muhadzdizib
Nim : 20423177
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas : **Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Produksi Bisnis Jasa
Multimedia Kreatif “*Funia Creative*” dalam Upaya Membangun
Loyalitas Pelanggan**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 07 Januari 2025



Farras Rizqi Muhadzdizib

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiaipuii.ac.id
W. fiaipuii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 22 April 2025
Judul Skripsi : Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Produksi Bisnis
Jasa Multimedia Kreatif "Funia Creative" dalam Upaya
Membangun Loyalitas Pelanggan
Disusun oleh : FARRAS RIZQI MUHADZDZIB
Nomor Mahasiswa : 20423177

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

(.....)

Penguji I : Soya Sobaya, SEI, MM

(.....)

Penguji II : Rheyza Virgiawan, Lc., ME

(.....)



Yogyakarta, 22 April 2025

Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 14 Maret 2025

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam
Indonesia D.I. Yogyakarta

Assalamulaikum Wr.Wb.

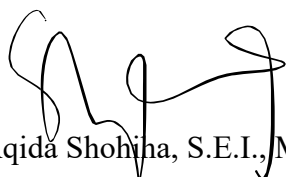
Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1106/Dek/60/DAATI/FIAI/VIII/2024 tanggal 8 Agustus 2024 atas tugas kami sebagai pembimbing Tugas Akhir saudara:

Nama : Farras Rizqi Muhadzdzib
Nomor Pokok / NIM : 20423177
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Skripsi : Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Produksi Bisnis Jasa Multimedia Kreatif “Funia Creative” dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami tetapkan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamulaikum Wr.Wb

Dosen Pembimbing


Aqida Shohina, S.E.I., M.E.

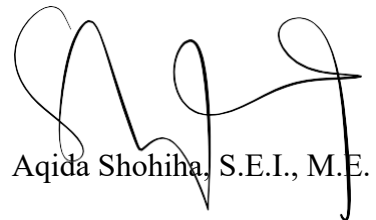
REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	: Farras Rizqi Muhadzdzib
Nomor Pokok / NIM	: 20423177
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Program Studi	: Ekonomi Islam
Tahun Akademik	: 2024/2025
Judul Skripsi	: Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Produksi Bisnis Jasa Multimedia Kreatif “Funia Creative” dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukannya perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 14 Maret 2025



Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil 'alamin, puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dalam kondisi sehat walafiat. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada tauladan kita, Nabi Muhammad *shallahu 'alaihi wassalam*, keluarganya, serta sahabatnya yang kita nanti-nantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Selama proses penyusunan laporan dan penyelesaian Tugas Akhir Perintisan Bisnis penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya Surya Bawana dan Siti Masrofah, kalian adalah sumber kekuatan, motivasi, dan inspirasi yang tak pernah pudar. Doa dan restu kalian adalah energi yang tak pernah habis, mendorong saya untuk terus melangkah maju, menggapai asa, dan menyelesaikan tanggung jawab perkuliahaan. Setiap perjuangan dan pengorbanan kalian adalah jejak paling indah yang mengantarkan saya hingga mencapai titik sekarang. Semoga Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini menjadi pemberi kebanggaan dan hadiah terindah bagi kalian, serta menjadi amal jariyah yang pahala kebbaikannya mengalir tanpa henti. Semoga Allah Swt. senantiasa mencurahkan rahmat dan lindungan-Nya kepada kita semua.
2. Kedua adik saya Fawwaaz Widyadhana Rizqi Bawana dan Hasnan Zhafir Rizqi Bawana, terima kasih atas dukungan dan kasih sayang yang luar biasa serta doa-doa yang senantiasa kalian panjatkan kepada kakak tercintamu ini. Berkembanglah menjadi pribadi yang lebih baik dari kakakmu ini, hadapilah kerasnya kehidupan di luar sana.
3. Teman-teman saya, Reyhan Mozart, Akbar Ari, Ervan Sholeh, dan Akmal Inan, terima kasih atas waktu aerta dukungan moral yang kalian berikan kepada saya selama proses penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.

HALAMAN MOTTO

“The only way to achieve success is to work hard and never give up”

“Bersikaplah bodo amat terhadap orang-orang yang membicarakanmu dibelakang”

“A target is not meant to be reached, but to be surpassed”

“Don't be afraid of failure, be afraid of not trying”

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PRODUKSI BISNIS JASA MULTIMEDIA KREATIF “FUNIA CREATIVE” DALAM UPAYA MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN

Farras Rizqi Muhadzdzib

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia,
Jalan Kaliurang km. 14,5 Sleman, Yogyakarta

20423177@students.uii.ac.id

Abstrak

Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menunjukkan peningkatan berkelanjutan pada produk domestik bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif di Indonesia pascapandemi Covid-19 tahun 2020. Funia Creative didirikan oleh tiga orang pada tanggal 5 Desember 2023 yang bertempat di Dinsos Sinduadi, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta sebagai bisnis yang bergerak di bidang multimedia kreatif, dengan spesifikasi layanan yang ditawarkan yaitu fotografi, videografi, dan desain grafis. Penerapan akad oleh Funia Creative yaitu akad Musyarakah dan akad Ijarah. Demi terciptanya keberhasilan kegiatan operasional bisnis, khususnya bidang produksi, perlu adanya penerapan alur kerja produksi yang jelas. Alur kerja produksi tersebut meliputi *brainstorming*, *pre-production*, *production*, *post-production*, *delivery*, dan *feedback* atau umpan balik klien. Selama pelaksanaan kegiatan operasional bisnis, Funia Creative berhasil menjual enam layanan jasa (masing-masing lima untuk layanan fotografi wisuda, serta 1 untuk layanan desain grafis UMKM), dengan total laba bersih yang dicapai yaitu sebesar Rp 791.500. Hasil laporan perintisan bisnis ini adalah pemaparan mengenai strategi peningkatan kualitas layanan produksi melalui spesifikasi layanan, penerapan alur kerja produksi, hingga efisiensi sumber daya yang dimiliki.

Kata Kunci: Funia Creative, Spesifikasi Layanan, Produksi

STRATEGIES FOR ENHANCING THE QUALITY OF PRODUCTION SERVICES IN THE CREATIVE MULTIMEDIA BUSINESS "FUNIA CREATIVE" TO BUILD CUSTOMER LOYALTY

Farras Rizqi Muhadzdzib

Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Studies, Universitas Islam Indonesia,
Kaliurang km. 14,5 Sleman, Yogyakarta

20423177@students.uii.ac.id

Abstract

Data from the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) indicates a sustained increase in the gross domestic product (GDP) of the creative economy sector in Indonesia post the 2020 Covid-19 pandemic. Funia Creative was founded by three individuals on December 5, 2023, located in Dinsos Sinduadi, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region, as a business operating in the creative multimedia field. The specific services offered include photography, videography, and graphic design. Funia Creative employs both Musyarakah and Ijarah contracts. To ensure the success of business operations, particularly in production, it is necessary to implement a clear production workflow. This workflow encompasses brainstorming, pre-production, production, post-production, delivery, and client feedback. During the operational period, Funia Creative successfully sold six service packages (five for graduation photography services and one for UMKM graphic design services), achieving a total net profit of IDR 791,500. This business startup report outlines strategies for improving the quality of production services through service specification, implementation of the production workflow, and efficient utilization of available resources.

Keywords: *Funia Creative, Service Specification, Production*

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihayati oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju ke arah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas

lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat

Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kertas sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kertas
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)

ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	`ain	`	koma terbalik
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Faṭḥah	a	A
اِ	Kasrah	i	I
اُ	Ḍammah	u	U

b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اي...	Fathah dan ya	ai	a dan u
او...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kertasba
- فَعَلَ fa`ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...اَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

- c)** Kalau pada kertas yang terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kertas yang menggunakan kertas sandang *al* serta bacaan kedua kertas itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- | | |
|-------------------------------|---|
| - رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ | raudah al-atfāl/raudahtul atfāl |
| - الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ | al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah |
| - طَلْحَةُ | talhah |

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kertas sandang

Kertas sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kertas sandang itu dibedakan atas:

a) Kertas sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kertas sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kertas sandang itu.

b) Kertas sandang diikuti oleh huruf qamari

Kertas sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kertas sandang ditulis terpisah dari kertas yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kertas. Bila hamzah itu terletak di awal kertas, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْئٍ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan kertas

Pada dasarnya setiap kertas, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kertas- kertas tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kertas lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kertas tersebut dirangkaikan juga dengan kertas lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair arrāziqīn/Wa
innallāha lahuwa khairurrāziqīn\
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kertas sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kertas sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al`ālamīn/Alhamdulillāhi
rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kertas lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil 'aalamiin, puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul “Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Produksi Bisnis Jasa Multimedia Kreatif ‘Funia Creative’ dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan”. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada tauladan kita, Nabi Muhammad *shallahu 'alaihi wassalam*, keluarganya, serta sahabatnya yang kita nanti-nantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan dan penyelesaian Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini tidak lepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.SC., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dr. Anton Priyono Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia
5. Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., ME, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan ilmu pengetahuannya sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bermanfaat serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.

7. Kedua orang tua dan adik yang selalu hadir dan mendukung melalui cinta, kasih sayang, serta doa-doa yang dipanjatkan, menjadi kekuatan utama penulis dalam menghadapi beratnya rintangan yang ada.
8. Akbar Ari Wijaya dan Reyhan Mozart Zen selaku rekan seperjuangan bisnis maupun perkuliahan, yang selalu memberikan semangat, masukan, hingga dukungan berbagai hal dalam penyusunan Tugas Akhir. Terima kasih telah berjuang bersama demi nama besar “Funia Creative”.
9. Reyhan Mozart Zen dan Mohammad Ervan Sholeh selaku rekan perkuliahan sekaligus tempat bertukar cerita penulis. Terima kasih atas “tempat sampahnya”, dukungan yang diberikan, doa yang dipanjatkan, hingga masukan-masukan positifnya mengenai kehidupan.
10. Rekan penulis yang tidak dapat disebutkan namanya, terima kasih telah memberikan pelajaran berharga sehingga penulis makin termotivasi untuk mengembangkan *value* diri dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
11. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2020 yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.
13. Untuk diri saya sendiri, Farras Rizqi Muhadzdzib. Terima kasih telah berjuang menahan kerasnya kehidupan hingga mampu mencapai pada titik ini. Terima kasih juga atas segala rasa optimisme yang telah menyertai, ketenangan hati dan pikiran, serta sikap ‘tidak peduli’ dengan beberapa hal yang memang tidak memiliki urgensi.

Pada akhirnya, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak atas kesalahan yang dilakukan, baik yang terucap maupun tidak terucap. Hal tersebut murni karena kesalahan atau kelalaian dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan bahan evaluasi. Penulis berharap kelak laporan Tugas Akhir Perintisan Binis ini dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pembaca.

Yogyakarta, 8 Januari 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Farras', written over a horizontal line.

Farras Rizqi Muhadzdizib

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING	v
HALAMAN MOTTO	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR	xxi
DAFTAR ISI.....	xxiv
DAFTAR TABEL.....	xxvi
DAFTAR GAMBAR	xxvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Program Perintisan Bisnis.....	8
C. Tujuan Perintisan Bisnis	9
D. Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	11
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS	11
A. Profil Bisnis.....	11
B. Pelaksanaan Bisnis.....	16
1. Riset Spesifikasi Layanan	17
2. Spesifikasi Layanan	18
3. Alat dan Bahan Produksi.....	28
4. Operasional Bisnis: Bagian Produksi.....	32
5. Portofolio Funia Creative	42
6. Laporan Keuangan Funia Creative.....	44
7. Hasil Capaian Program Kerja.....	50
BAB III	53
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	53

A. Identifikasi Masalah	53
B. Tinjauan Teoritis	54
C. Pemecahan Masalah	59
BAB IV	62
PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66
RIWAYAT PENULIS	73

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan	xiii
Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal.....	xv
Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap.....	xv
Tabel 0.4 Transliterasi Maddah.....	xvi
Tabel 2.1 Rencana Kegiatan Pelaksanaan Bisnis.....	14
Tabel 2.2 Capaian Target Aktivitas Produksi	15
Tabel 2.3 Riset Spesifikasi Layanan	17
Tabel 2.4 Laporan Saldo Kas Bulan September	44
Tabel 2.5 Laporan Saldo Kas Bulan Oktober	45
Tabel 2.6 Laporan Saldo Kas Bulan November	45
Tabel 2.7 Laporan Saldo Kas Bulan Desember	46
Tabel 2.8 Neraca Keuangan Funia Creative	47
Tabel 2.9 Laporan Laba Rugi Funia Creative	48
Tabel 2.10 Laporan Arus Kas Funia Creative.....	49
Tabel 2.11 Hasil Capaian Program Kerja	50
Tabel 3.1 Analisis SWOT Sustainability Bisnis Funia Creative	59
Tabel 4.1 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan September.....	70
Tabel 4.2 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan Oktober.....	71
Tabel 4.3 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan November	71
Tabel 4.4 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan Desember.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia dan Kontribusi terhadap PDB Nasional (2010-2022).....	1
Gambar 1.2 Perkembangan Penetrasi (Pengguna) Internet di Indonesia Tahun 2024.....	2
Gambar 1.3 Perkembangan Instagram Di Indonesia.....	3
Gambar 1.4 Indonesia Adalah Negara No. 2 dengan Pengguna TikTok Terbanyak	3
Gambar 1.5 Media Sosial Instagram George Leather	5
Gambar 2.1 Logo Funia Creative.....	13
Gambar 2.2 Hasil Polling melalui Instagram	17
Gambar 2.3 Spesifikasi Layanan Funia Creative	18
Gambar 2.4 Spesifikasi Layanan Fotografi Wisuda	19
Gambar 2.5 Syarat & Ketentuan Layanan Fotografi Wisuda	19
Gambar 2.6 Spesifikasi Layanan Fotografi UMKM.....	20
Gambar 2.7 Syarat & Ketentuan Layanan Fotografi UMKM.....	21
Gambar 2.8 Spesifikasi Layanan Fotografi Event & Organisasi/Komunitas	21
Gambar 2.9 Syarat & Ketentuan Layanan Fotografi Event & Organisasi/Komunitas	22
Gambar 2.10 Spesifikasi Layanan Videografi Wisuda	23
Gambar 2.11 Syarat & Ketentuan Layanan Videografi Wisuda.....	23
Gambar 2.12 Spesifikasi Layanan Videografi UMKM	24
Gambar 2.13 Syarat & Ketentuan Layanan Videografi UMKM	25
Gambar 2.14 Spesifikasi Layanan Videografi Event & Organisasi/Komunitas ...	26
Gambar 2.15 Syarat & Ketentuan Layanan Videografi Event & Organisasi/Komunitas	26
Gambar 2.16 Spesifikasi Layanan Desain Grafis	27
Gambar 2.17 Syarat & Ketentuan Layanan Desain Grafis	28
Gambar 2.18 Kamera Mirrorless Lumix DMC G7K.....	29
Gambar 2.19 Hasil Foto Project Portofolio Pertama	29
Gambar 2.20 Hasil Foto Project Portofolio	30
Gambar 2.21 Timeline Hasil Editing Pada Aplikasi Adobe Lightroom Classic...	30
Gambar 2.22 Timeline Hasil Editing Pada Aplikasi Adobe Photoshop CC 2024	31
Gambar 2.23 Bagan Alur Kerja Produksi	32
Gambar 2.24 Bagan Proses Brainstorming	33
Gambar 2.25 Komunikasi Funia Creative Dengan Klien Wisudawan/Wisudawati	33
Gambar 2.26 Form Data Diri dan Pemesanan Layanan Fotografi Wisuda.....	34

Gambar 2.27 Bukti Obrolan Whatsapp dari Klien Mengenai Input Khusus	34
Gambar 2.28 Contoh Penerapan SLA pada Layanan Funia Creative.....	34
Gambar 2.29 Proses Brainstorming Antar Divisi Funia Creative.....	35
Gambar 2.30 Masterplan Project Fotografi Wisuda dan Desain Grafis UMKM..	35
Gambar 2.31 Bagan Proses Pre-Production	36
Gambar 2.32 Moodboard Project Fotografi Wisuda.....	36
Gambar 2.33 Moodboard Project Desain Grafis UMKM.....	37
Gambar 2.34 Tahapan Production.....	38
Gambar 2.35 Timeline Editing Project Fotografi Wisuda	38
Gambar 2.36 Tahapan Post-Production	39
Gambar 2.37 Tahapan Delivery	40
Gambar 2.38 Folder Project Fotografi Wisuda di Google Drive	40
Gambar 2.39 Tahapan Feedback.....	41
Gambar 2.40 Portofolio Funia Creative	42
Gambar 2.41 Tahapan Feedback.....	43
Gambar 2.42 Portofolio Funia Creative (Konten Instagram)	43
Gambar 4.1 Logo Funia Creative.....	66
Gambar 4.2 Akun Sosial Media (Instagram dan Tiktok) Funia Creative	66
Gambar 4.3 Konten Instagram dan Tiktok Funia Creative	67
Gambar 4.4 Anggota Tim Funia Creative.....	67
Gambar 4.5 Dibalik Layar Pengerjaan Project Desain Grafis UMKM	68
Gambar 4.6 Dibalik Layar Pengerjaan Project Fotografi Wisuda	68
Gambar 4.7 Hasil Project Internal Funia Creative	69
Gambar 4.8 Hasil Desain Poster Project Desain Grafis UMKM.....	69
Gambar 4.9 Hasil Carousel Foto Project Fotografi Wisuda	69
Gambar 4.10 Komunikasi dengan Klien Organik Funia Creative	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Institute For Development Economy and Finance, ekonomi kreatif diartikan sebagai suatu proses peningkatan nilai tambah hasil dari eksplorasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu yang dapat diubah menjadi produk yang dapat dijual (Madani, 2022). Sementara itu, menurut Howkins, ekonomi kreatif mencakup berbagai bidang seperti periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, penelitian dan pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, televisi dan radio, serta permainan video (Madani, 2022).



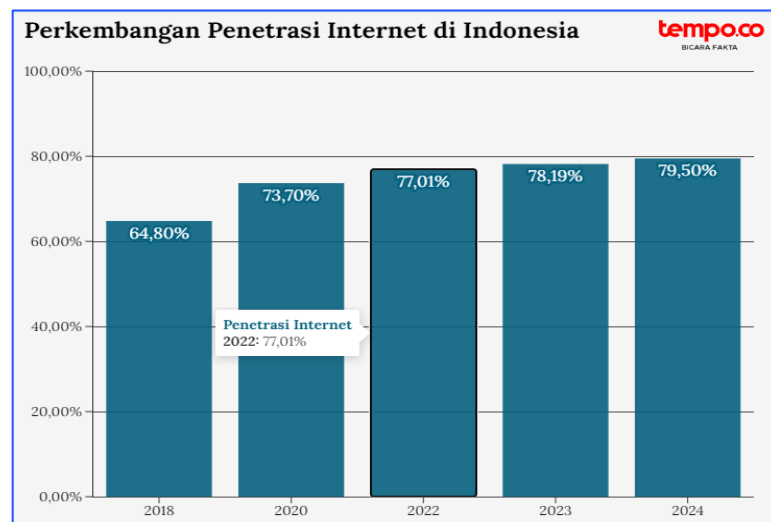
Gambar 1.1 Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia dan Kontribusi terhadap PDB Nasional (2010-2022)

Sumber: Databooks

Berdasarkan data dari Kemenparekraf, produk domestik bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif di Indonesia terus meningkat setelah pandemi Covid-19 yang melanda pada tahun 2020. Pada tahun 2022, nilai PDB ekonomi kreatif berdasarkan harga berlaku telah mencapai Rp1.280 triliun atau Rp1,28 kuadriliun, mencetak rekor tertinggi baru (Ahdiat, 2024).

Dalam perkembangan Ekonomi kreatif di Indonesia, pemerintah juga berperan dalam pengembangan ekonomi digital dengan melakukan 6 upaya. Pertama, meningkatkan kualitas layanan digital untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing sektor, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kedua, meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar dapat beradaptasi dengan kebutuhan pasar kerja di masa depan. Ketiga, mengintegrasikan penelitian, desain, dan pengembangan dengan modernisasi industri sektor produktif lainnya. Keempat, mendorong pengembangan teknologi finansial untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dengan memaksimalkan dukungan konektivitas internet dan penggunaan ponsel. Kelima, memperkuat ekosistem inovasi melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku bisnis, institusi pendidikan, dan komunitas. Keenam, pemerintah berupaya mendorong kolaborasi perusahaan rintisan dengan mengembangkan ekosistem, akselerasi, inkubasi, serta model bisnis dan aspek keberlanjutan bisnis start-up (Madani, 2022)

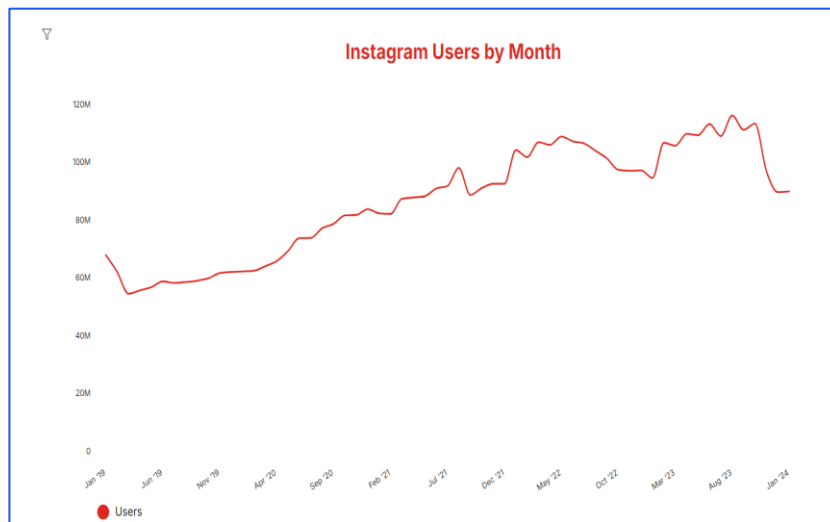
Jika merujuk pada perkembangan yang terjadi serta upaya pemerintah dalam mendukung para pelaku ekonomi kreatif di Indonesia, kami melihat peluang besar untuk mengembangkan bisnis di sektor ekonomi kreatif utamanya pada bidang jasa multimedia.



Gambar 1.2 Perkembangan Penetrasi (Pengguna) Internet di Indonesia Tahun 2024

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2024.

Data di atas menunjukkan bahwa perkembangan internet di Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan peningkatan yang signifikan. Dari tahun 2018 hingga 2024, pertumbuhan internet di Indonesia meningkat sebesar 14,7%. Oleh karena itu, kami menyadari adanya proyeksi besar untuk menciptakan bisnis yang akan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok.



Gambar 1.3 Perkembangan Instagram Di Indonesia

Sumber: Napoleon Cat



Gambar 1.4 Indonesia Adalah Negara No. 2 dengan Pengguna TikTok Terbanyak

Sumber: Data Books

Menurut kedua data di atas, pertumbuhan Instagram dan TikTok di Indonesia sangat pesat. Peluang kami dalam mendirikan bisnis yang berbasis di kedua platform media sosial tersebut semakin besar. Oleh karena itu, kami akan fokus untuk memaksimalkan potensi positif ini yang mengarah pada pengembangan bisnis jasa multimedia.

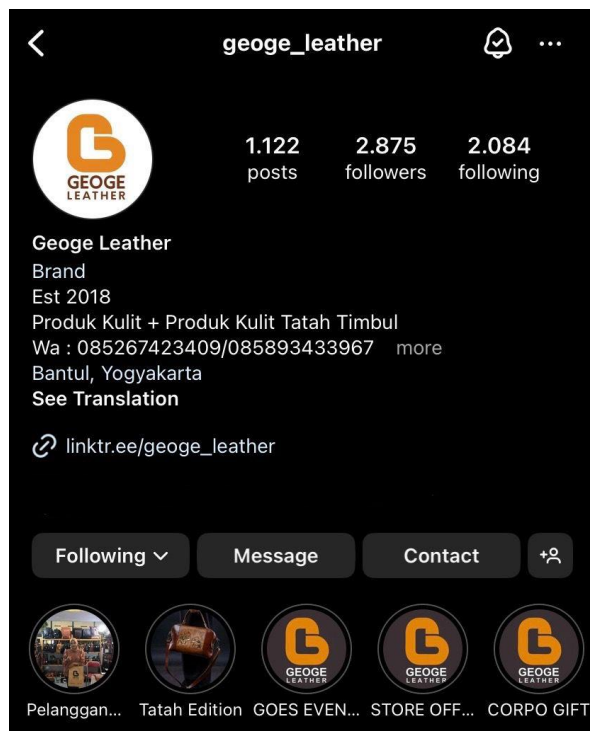
Tidak hanya itu saja, kami juga melihat adanya potensi lain dalam pengembangan bisnis jasa multimedia ini yang melibatkan UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah). Dari data Kementerian Koperasi dan UKM, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) termasuk salah satu elemen kunci dalam perekonomian Indonesia dengan kisaran 97 persen dari total angkatan kerja Indonesia bekerja di sektor ini. Dalam aspek jumlah unit usaha, UMKM mencapai sekitar 65,4 juta unit atau sekitar 99 persen dari total unit usaha di Indonesia. Selain itu, peranan UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional mencapai 61 persen pada tahun 2022 (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Melihat peranan penting UMKM dalam perekonomian nasional, kami siap menyediakan layanan yang berfokus pada UMKM guna mendukung perkembangan serta peningkatan kemampuan dan peluang usaha UMKM di bidang multimedia yang sejalan dengan visi & misi kami. Selain itu, kami juga menawarkan layanan untuk menyesuaikan target pasar UMKM dalam pembuatan media berdasarkan analisis data yang tersedia di media sosial.

Seiring dengan pertumbuhan digitalisasi yang pesat, diharapkan partisipasi UMKM dalam ekonomi digital dapat memperkuat peran mereka dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Mayoritas UMKM beroperasi di sektor perdagangan dan ritel, yang mencakup sekitar 63 persen dari total unit usaha UMKM (The Institute for Development of Economics and Finance, 2024)

Menurut data dari dpr.go.id, hingga awal Desember 2023, sebanyak 27 juta pelaku UMKM telah tergabung dalam ekosistem digital. Pemerintah Indonesia juga menargetkan 30 juta UMKM yang akan berpartisipasi dalam ekonomi digital pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam memajukan industri ekonomi digital di masa depan (Suhayati, 2023)

Perkembangan digitalisasi UMKM sering kali menghadapi kendala, seperti kurangnya pemahaman para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha. Pada realitanya, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan media sosial dengan optimal untuk promosi. Padahal, dengan pertumbuhan media sosial yang terus meningkat di Indonesia, UMKM seharusnya bisa menggunakan platform ini untuk menarik klien lebih banyak. Salah satu hambatan utama yang sering dihadapi pelaku UMKM adalah kesulitan dalam menciptakan iklan produk yang menarik dan kreatif.



Gambar 1.5 Media Sosial Instagram Geoge Leather

Sumber: Instagram

Salah satu contoh yang dapat menjadi acuan data digitalisasi UMKM adalah UMKM Geoge Leather, dimana UMKM tersebut bergerak di bidang kerajinan kulit. Mereka tidak hanya menjual produk kerajinan kulit, tetapi juga memproduksi secara mandiri. Produk-produk kerajinan kulit mereka meliputi tas, dompet, gantungan kunci, hingga koper dengan lapisan luar berbahan dasar kulit. Geoge Leather bekerja sama dengan produsen kulit sapi di daerah Ponorogo, Jawa Timur

untuk memenuhi kebutuhan produksi kerajinan kulit tersebut. Dalam hal ini penulis pernah melaksanakan kegiatan magang di UMKM tersebut. Menurut penuturan pemilik UMKM tersebut (Irma Khairani Sambas), UMKM Geoge Leather masih mengalami kendala dalam mengembangkan media sosial, terutama Instagram dan TikTok. Irma juga menambahkan bahwa Geoge Leather telah melakukan beberapa usaha untuk meningkatkan media sosial, namun belum menunjukkan hasil yang signifikan.

Berdasarkan analisis terhadap UMKM yang pernah terlibat dalam proses pengembangan multimedia, kami menyadari bahwa hal tersebut merupakan peluang bagi Funia Creative untuk mendukung pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka. Penyediaan layanan berupa pembuatan iklan yang menarik serta desain konten media sosial yang tepat juga akan kami implementasikan. Kami berharap kehadiran bisnis Funia Creative yang kami bangun dapat membantu pelaku UMKM memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas melalui platform media sosial Instagram dan TikTok.

Merujuk pada beberapa studi beserta data-data terkait perintisan bisnis yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat peluang yang menguntungkan untuk membangun bisnis pada sektor ekonomi kreatif, khususnya dalam bidang jasa multimedia. Oleh karena peluang dan potensi yang besar tersebut, kami mendirikan bisnis bernama Funia Creative yang bergerak di bidang jasa multimedia.

Funia Creative adalah bisnis jasa multimedia kreatif yang menyediakan layanan fotografi, videografi, dan desain grafis, dengan memanfaatkan beragam media, seperti teks, audio, grafis, dan video untuk menyampaikan informasi secara kreatif dan inovatif. Didukung oleh tim yang terampil dan berpengalaman, Funia Creative berkomitmen untuk memberikan hasil kerja berkualitas tinggi dan memuaskan klien.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai pembagian kerja masing-masing divisi kegiatan perintisan bisnis, dalam hal ini penulis bertanggung jawab dalam divisi produksi. Produksi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan barang (jasa) lain yang mempunyai nilai tambah dan nilai guna yang lebih besar berdasarkan prinsip ekonomi manajerial atau ekonomi perusahaan

(Prawirosentono, 2017) Dalam konteks bisnis multimedia kreatif, produksi merujuk pada serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk merencanakan, menciptakan, dan menyelesaikan konten yang berkualitas. Lebih lanjut, beberapa tugas divisi produksi dalam bisnis Funia Creative ini diantaranya perencanaan produksi, pengelolaan tim, pelaksanaan produksi, pascaproduksi, hingga pengawasan produksi.

Divisi produksi memiliki peranan penting dalam pelaksanaan kegiatan bisnis rumah produksi media digital. Divisi produksi juga berperan sebagai inti dari rumah produksi media digital, yang menjamin bahwa setiap proyek tidak hanya diselesaikan dengan baik, tetapi juga memberikan manfaat tambahan bagi klien dan audiens. Dengan demikian, divisi produksi dalam bisnis Funia Creative ini berfungsi sebagai penggerak utama yang memastikan bahwa layanan yang ditawarkan tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Melihat besarnya tugas divisi produksi yang memiliki peranan penting dalam bisnis Funia Creative ini, perlu adanya upaya peningkatan kompetensi.

Untuk mendukung kinerja divisi produksi yang memiliki peranan krusial tersebut, diperlukan langkah strategis yang mampu mengintegrasikan setiap elemen kerja dengan baik. Salah satu upaya yang penting dalam mencapai hal ini adalah pembentukan alur kerja yang jelas dan terstruktur. Alur kerja ini meliputi semua proses yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dari awal hingga akhir, termasuk interaksi dengan klien dan berbagai departemen internal. Hal ini selaras dengan tujuan Funia Creative yaitu menciptakan ekosistem kerja yang baik dan juga efektif serta membangun komunikasi dan kepercayaan kepada klien terlebih menyangkut divisi produksi.

Sebagai bisnis yang bergerak di bidang multimedia kreatif, Funia Creative didirikan untuk menawarkan berbagai layanan kreatif, termasuk fotografi, videografi, dan desain grafis. Fokus utama kami adalah pada fotografi wisuda, produk, konten untuk UKM dan UMKM, dokumentasi event, dokumentasi acara kampus, hingga layanan desain grafis. Selain itu, kami juga menawarkan layanan tambahan berupa analisis data tren internet dan statistik media sosial untuk

membantu klien mengoptimalkan konten mereka. Dengan demikian, Funia Creative berupaya memberikan solusi kreatif yang menyeluruh dan inovatif.

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi yang kami lakukan, kami melihat potensi bisnis di bidang multimedia kreatif ini sangat besar. Oleh karena itu, penentuan harga layanan kami didasarkan pada jenis layanan dan kompleksitas proyek. Untuk layanan fotografi, harga dihitung per sesi; untuk videografi, harga bergantung pada durasi video serta tingkat kesulitan tema; sedangkan untuk desain grafis, harga didasarkan pada kerumitan tema dan tenggat waktu. Khusus bagi UMKM, kami menawarkan konten yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mereka, untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan bisnis mereka di era digital.

B. Rumusan Program Perintisan Bisnis

Demi tercapainya target berdasarkan visi dan misi perusahaan, Funia Creative telah merumuskan beberapa program utama. Berikut ini adalah rumusan program perintisan bisnis yang dirancang untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1. Peningkatan Efisiensi dan Kualitas Layanan Produksi Konten
 - a. Mengembangkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas untuk setiap tahapan produksi dan layanan yang ditawarkan.
 - b. Menerapkan sistem manajemen proyek yang efektif untuk memantau kemajuan dan kualitas produksi.
 - c. Melakukan pelatihan berkala bagi tim produksi untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan.
 - d. Memanfaatkan teknologi dan perangkat lunak terbaru untuk mendukung proses produksi.
2. Optimalisasi Biaya Produksi
 - a. Menerapkan strategi negosiasi yang efektif dengan pemasok dan vendor.
 - b. Mencari alternatif bahan dan sumber daya yang lebih efisien tanpa mengurangi kualitas.

- c. Mengeksplorasi opsi penyewaan peralatan atau *software* untuk mengurangi biaya investasi awal.
- 3. Pengelolaan Kendala Produksi
 - a. Mengadakan rapat koordinasi rutin untuk membahas dan menyelesaikan masalah yang muncul.
 - b. Membangun komunikasi yang efektif dengan klien untuk mengelola ekspektasi dan perubahan kebutuhan.
 - c. Menerapkan sistem evaluasi dan perbaikan berkelanjutan untuk proses produksi.
- 4. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)
 - a. Menerapkan sistem *knowledge sharing* untuk meningkatkan keterampilan seluruh anggota tim Funia Creative.
 - b. Menciptakan lingkungan kerja yang positif dan kolaboratif.
 - c. Mendorong komunikasi terbuka dan transparan antar anggota tim Funia Creative.

C. Tujuan Perintisan Bisnis

Tujuan perintisan bisnis Funia Creative adalah untuk membangun bisnis multimedia kreatif yang berkelanjutan dan memberikan nilai tambah bagi klien khususnya pelaku UMKM dan masyarakat. Secara khusus, tujuan-tujuan tersebut meliputi:

1. Menjadi penyedia layanan multimedia kreatif yang inovatif dan berkualitas tinggi.
2. Membangun hubungan jangka panjang dengan klien melalui layanan yang profesional dan responsif demi terciptanya loyalitas pelanggan.
3. Memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal khususnya pelaku UMKM melalui pemberdayaan UMKM dengan layanan multimedia kreatif yang terjangkau.
4. Meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi konten untuk memenuhi kebutuhan pasar.
5. Menemukan biaya produksi yang efektif untuk bisnis multimedia kreatif.

6. Menciptakan proses produksi yang lancar dan minim hambatan

D. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pendahuluan ini menjelaskan latar belakang bisnis yang akan dijalankan, serta hasil analisis beberapa aspek penting dalam bisnis. Analisis situasi meliputi deskripsi merek, layanan bisnis yang ditawarkan, latar belakang mengapa bisnis ini dilakukan, analisis peluang, analisis 5W1H, analisis SWOT, analisis kompetitor, target pelanggan, dan peran strategis dalam riset data dan produksi. Selanjutnya, rumusan masalah riset data dan produksi dibahas untuk merumuskan permasalahan yang terkait. Hasilnya, keputusan dibuat bahwa aktivitas perintisan bisnis akan menjadi fokus utama. Tujuan riset data dan produksi membahas tujuan yang akan menjadi fokus dari rumusan permasalahan riset data dan produksi. Sasaran perintisan bisnis berisi keuntungan dan konsekuensi yang dapat diperoleh jika tujuan riset data dan produksi tercapai.

BAB II Pelaksanaan Kegiatan Kewirausahaan

Pada bab ini berisi profil bisnis yang meliputi bidang usaha, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis. Selanjutnya, pelaksanaan bisnis ditinjau dari beberapa aspek seperti sumber daya manusia, produksi, pemasaran, dan keuangan.

BAB III Identifikasi dan Pemecahan Masalah

Kemudian selanjutnya bab III, memuat identifikasi dan pemecahan masalah yang muncul dalam proses implementasi bisnis, termasuk pemasaran, keuangan, SDM, dan operasi. Identifikasi tidak hanya berdasarkan minat fungsional, tetapi juga dari aspek fungsional manajemen lain.

BAB IV Kesimpulan dan Saran

Terakhir yaitu bab IV. Bab ini adalah bagian terakhir dari penyusunan laporan yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil pembahasan, dan saran memuat beberapa masukan berdasarkan hasil temuan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Layanan multimedia kreatif saat ini telah menjadi salah satu komponen penting dalam mendukung berbagai aktivitas sehari-hari. Di era yang semakin digital ini, multimedia tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan kreativitas dan inovasi. Kondisi ini mendorong banyak lini usaha untuk berinovasi dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Disisi lain, tidak banyak bisnis multimedia kreatif yang menawarkan layanan spesifik seperti perencanaan konsep atau ide konten hingga analisis riset data konten utamanya mengenai dukungan kepada pelaku UMKM. Setelah menganalisis pasar dan memahami tren yang ada, maka penulis dan tim Funia Creative memiliki inisiatif untuk menyajikan layanan yang bukan hanya indah dari segi estetika, melainkan juga berguna secara fungsi.

Funia Creative merupakan perusahaan penyedia jasa multimedia kreatif yang berfokus pada pembuatan konten digital yang berkualitas dengan mengikuti perkembangan teknologi terkini. Layanan yang ditawarkan oleh Funia Creative meliputi fotografi, videografi, dan desain grafis. Visualitas menjadi elemen penting dalam membangun identitas dan citra, serta mampu menghadirkan solusi kreatif untuk berbagai kebutuhan media digital. Oleh karena itu, Funia Creative berkomitmen untuk menyediakan layanan multimedia berkualitas tinggi yang didukung oleh tim yang memiliki kompetensi dan juga berpengalaman, serta disesuaikan dengan kebutuhan spesifik klien.

Nama Funia Creative berasal dari sebuah aplikasi *editing* foto yang populer pada era internet antara tahun 2007 hingga 2010, yaitu **PhotoFunia**. Aplikasi ini menjadi fenomenal pada masanya karena menawarkan konsep *editing* foto yang unik dan mampu mendorong kreativitas pengguna. Inspirasi ini melahirkan ide untuk nama bisnis kami, Funia Creative yang sejalan dengan visi kami dalam

bidang kreativitas dan fokus pada pembuatan konten media yang menarik bagi masyarakat.

Perintisan bisnis Funia Creative dimulai pada tanggal 5 Desember 2023 yang bertempat di Dinsos Sinduadi, Dukuh Kutu Ngemplak, Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Bisnis Funia Creative ini merupakan jenis usaha perseorangan yang didirikan dan dikelola secara langsung oleh pendirinya. Dalam hal permodalan, Funia Creative menerapkan akad musyarakah. Sistem ini melibatkan penghimpunan dana bersama, dimana pembagian keuntungan dan kerugian dilakukan berdasarkan kesepakatan yang telah disetujui secara adil dan seimbang antara kedua belah pihak. Dalam pelaksanaan kegiatan bisnis, termasuk penyaluran produk atau layanan jasa, implementasi akadnya menggunakan akad Ijarah. Dalam praktiknya, akad Ijarah melibatkan Funia Creative sebagai penyedia jasa yang menawarkan keahlian dalam bidang fotografi, videografi, maupun desain grafis kepada klien atau pengguna layanan, dimana antara kedua belah pihak saling menyepakati baik kriteria atau persyaratan, maupun permintaan khusus dari klien mengenai layanan jasa yang dipilih.

Berdasarkan penerapan akad-akad yang sesuai syariat Islam ini, Funia Creative berusaha menjaga etika dan integritas bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai atau syariat Islam. Akad-akad tersebut bukan hanya memberikan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak yang bertransaksi, tetapi juga memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan transparansi, keadilan, dan tanpa adanya unsur riba atau gharar.

Dengan demikian, bisnis Funia Creative dapat berjalan tidak hanya berdasarkan prinsip-prinsip profesionalisme dalam industri kreatif, tetapi juga sejalan dengan ketentuan hukum syariat Islam, yang memberikan nilai tambah dari segi keberkahan dan kehalalan setiap transaksi yang dilakukan.



Gambar 2.1 Logo Funia Creative

Funia Creative menyediakan layanan multimedia kreatif yang mencakup jasa pembuatan konsep, ide konten, serta eksekusi dalam bidang fotografi, videografi, dan desain grafis. Pada layanan fotografi, Funia Creative menawarkan jasa fotografi profesional untuk berbagai kebutuhan, mulai dari fotografi produk, fotografi individu, hingga dokumentasi acara. Pada layanan videografi, Funia Creative menyediakan video berkualitas tinggi untuk kebutuhan promosi, dokumentasi acara, video musik, dan lain-lain. Sementara itu, layanan desain grafis Funia Creative menghadirkan kreasi desain visual yang menarik dan bernilai tinggi, termasuk desain logo, poster, dan konten pemasaran media sosial.

Untuk meningkatkan diferensiasi layanan, Funia Creative menawarkan layanan yang memfokuskan pada UMKM dalam mengembangkan usaha mereka khususnya mengenai bidang multimedia. Funia Creative juga menawarkan layanan analisis data sosial media dan tren internet untuk menyesuaikan segmentasi pasar dari klien UMKM/calon klien Funia Creative lainnya. Data dari aplikasi sosial media seperti Instagram dan TikTok. Layanan tersebut berfungsi untuk menganalisis tren yang ada di internet. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan sebagai acuan untuk menciptakan konsep atau ide konten yang tepat, hingga meningkatkan jangkauan konten. Layanan ini diharapkan menjadi sarana promosi yang tepat sasaran untuk setiap jenis pelanggan UMKM, sehingga produk UMKM lebih mudah mencapai khalayak umum dan meningkatkan potensi bisnisnya.

Tim Funia Creative terdiri dari tiga orang yang bekerja sama dalam menjalankan operasional bisnis baik di bidang produksi, pemasaran, maupun analisis riset dan perencanaan. Meskipun tim Funia Creative bekerja secara kolektif

berdasarkan kesepakatan tim, namun setiap individu masih memiliki ruang lingkup tanggung jawab yang jelas. Melalui pembagian kerja yang jelas, prinsip *the right man on the right place* berdasarkan kualifikasi dan kompetensi dapat diterapkan. Hal ini akan memastikan kestabilan, kelancaran, dan efektivitas dalam pelaksanaan kegiatan bisnis. Berikut adalah rincian rencana kegiatan pelaksanaan bisnis Funia Creative ini dari masing-masing bidang:

Tabel 2.1 Rencana Kegiatan Pelaksanaan Bisnis

Analisis Riset & Perencanaan	Produksi	Pemasaran
Melakukan pendekatan calon mitra, UKM, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang potensial	<i>Brainstorming</i> bersama klien atau mitra mengenai konsep konten	Melakukan analisis Riset Pasar
Identifikasi alat-alat produksi	Pembuatan konsep konten, <i>storyboard</i> , dan <i>shotlist</i> sesuai dengan permintaan klien dan juga riset	Membuat ide konsep terkait layanan fotografi, videografi, dan desain grafis
Identifikasi calon mitra, UKM, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang sudah masuk daftar	Proses produksi atau proses eksekusi konsep konten	Melakukan analisis STP (segmentasi, targeting, positioning) untuk menentukan target kostumer
Analisis data UKM dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	<i>Editing</i> (video, foto, <i>backsound</i> , <i>audio</i> , <i>effect</i> , animasi, dan lainnya)	Mengimplementasikan <i>customer journey</i> dalam menetapkan strategi pemasaran
Proses produksi	Revisi hasil <i>editing</i> atas permintaan khusus dari klien	Membuat akun sosial media untuk Funia Creative (Instagram dan Tiktok)
<i>Maintenance</i> media sosial klien	Mengirim dokumen hasil revisi dan juga dokumen mentah kepada klien	Membuat portofolio usaha, seperti mengunggah konten-konten melalui sosial media Funia Creative

Mengulas dan mengkaji ulang hasil kerja dengan klien	Unjuk hasil kerja ke media sosial (Instagram dan Tiktok) sebagai portofolio	Melakukan kerja sama dengan UMKM
Unjuk hasil kerja ke sosial media sebagai portofolio	Mencatat laporan keuangan bulanan Funia Creative	Melakukan promosi serta memberikan penawaran khusus untuk klien-klien kami, untuk menarik minat pelanggan
Melakukan Evaluasi	Melakukan Evaluasi	Melakukan Evaluasi

Dalam merancang dan menyusun laporan keuangan bisnis, ketiga anggota tim Funia Creative saling berkolaborasi dengan menetapkan tanggung jawab masing-masing sesuai kesepakatan yang telah dibuat. Pada aspek keuangan yang berhubungan dengan operasional bisnis, khususnya pada bidang produksi, akan disusun oleh tim yang bertanggung jawab pada bidang produksi. Disisi lain, pencatatan *BEP*, keuangan harian dan bulanan, serta analisis laporan keuangan secara keseluruhan akan dilakukan secara bersama-sama dengan tim pada bidang pemasaran maupun bidang analisis riset dan perencanaan. Untuk melaksanakan rencana kegiatan produksi, beberapa program kerja telah dirancang disertai dengan *Key Performance Indicator (KPI)* atau capaian target aktivitas produksi.

Tabel 2.2 Capaian Target Aktivitas Produksi

Kegiatan	Capaian Target Aktivitas
<i>Brainstorming</i> bersama klien atau mitra mengenai konsep konten.	Mendapatkan beberapa informasi dan kesepakatan mengenai ide konten yang relevan.
Pembuatan konsep konten, <i>moodboard</i> , dan konsep desain visual sesuai dengan permintaan klien dan juga riset.	Menghasilkan konsep atau ide konten yang menarik dan inovatif.

Proses produksi atau proses eksekusi konsep konten	Menghasilkan “bahan” konten yang siap dilakukan <i>editing</i> dengan output berupa video, foto, maupun desain grafis
<i>Editing</i> (video, foto, <i>backsound</i> , <i>audio</i> , <i>effect</i> , desain grafis, dan lainnya).	Menghasilkan konten yang berkualitas, kreatif, dan sesuai dengan rencana konsep awal yang telah disepakati.
Revisi hasil <i>editing</i> atas permintaan khusus dari klien.	Mengetahui umpan balik dari klien atas konten yang telah dilakukan proses <i>editing</i> , kesesuaian dengan permintaan klien, dan juga untuk hal peningkatan kualitas serta akurasi hasil <i>editing</i> konten.
Mengirim dokumen hasil revisi dan juga dokumen mentah kepada klien.	Pemberian hak kepada klien atas tanggung jawab tim Funia Creative mengenai hasil konten yang telah diolah.
Unjuk hasil kerja ke media sosial (Instagram dan Tiktok) sebagai portofolio.	Meningkatkan brand awareness, jangkauan audiens, hingga mendapatkan umpan balik dari audiens Funia Creative.
Mencatat laporan keuangan bulanan Funia Creative	Laporan keuangan tersusun secara baik dan lengkap, kesesuaian dengan standar akuntansi yang ada mengenai penyusunan laporan keuangan.
Melakukan Evaluasi	Menganalisis permasalahan yang didapat dari seluruh program kerja yang telah dilakukan serta menemukan cara penyelesaian dari permasalahan yang ada.

B. Pelaksanaan Bisnis

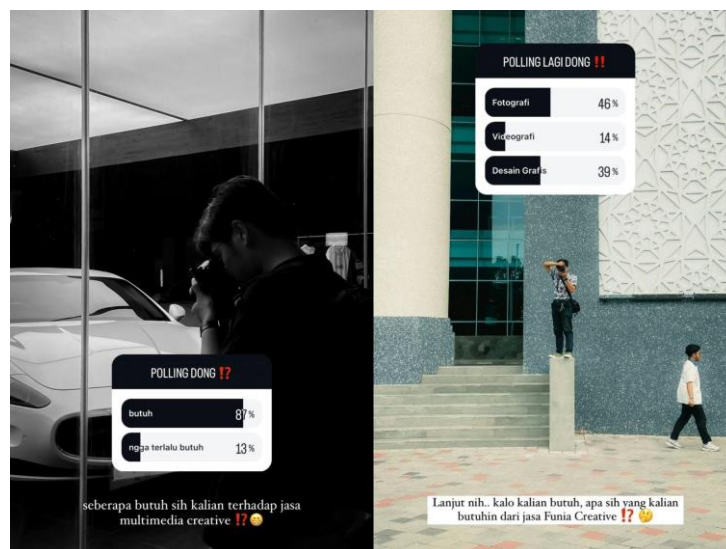
Bisnis Funia Creative resmi berjalan pada bulan Desember 2023. Pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis beserta pembuatan laporan ini dilaksanakan dalam rentang waktu 13 bulan, yakni bulan Desember 2023 hingga bulan Desember 2024. Sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan bisnis Funia Creative, maka penulis telah menyusun beberapa rencana program dalam bidang produksi yakni:

1. Riset Spesifikasi Layanan

Riset spesifikasi layanan dilakukan secara sederhana untuk mengetahui jenis layanan yang diminati klien dan menyesuaikannya dengan kemampuan produksi tim. Metode yang digunakan meliputi polling media sosial, diskusi internal, serta evaluasi dari project yang telah dikerjakan.

Tabel 2.3 Riset Spesifikasi Layanan

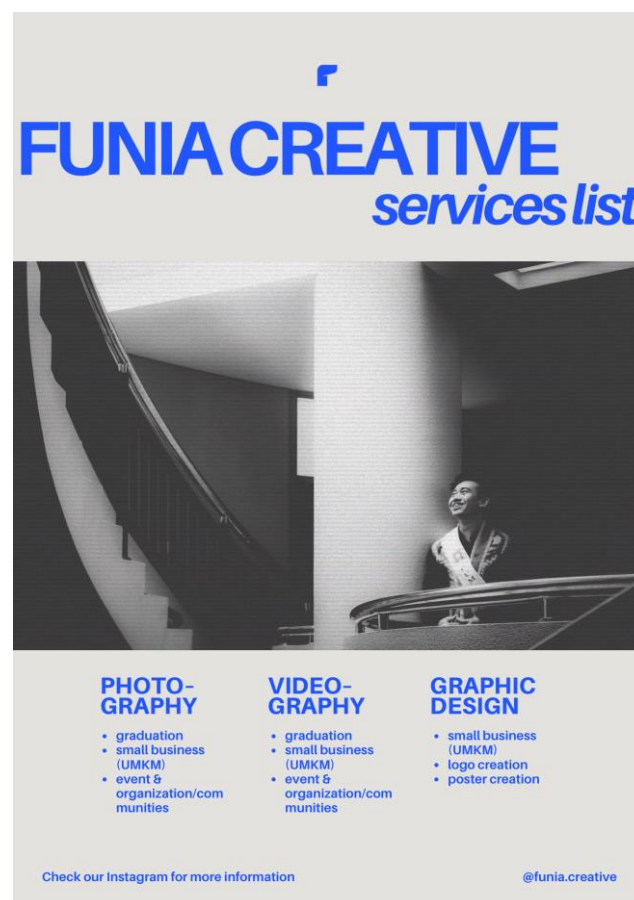
Hasil Polling	Kesimpulan
Pada pertanyaan pertama <i>polling</i> di Instagram mengenai “seberapa butuh atau tidak terlalu butuh audiens Funia Creative terhadap jasa multimedia kreatif”, didapatkan hasil polling bahwa 87% atau 39 voters menjawab “butuh”, 13% sisanya atau 6 voters menjawab “tidak terlalu butuh”.	Audiens Instagram dari Funia Creative pada pertanyaan pertama mayoritas memilih atau menjawab “butuh”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan jasa multimedia kreatif cenderung tinggi.
Pada pertanyaan kedua polling di Instagram mengenai “yang dibutuhkan dari jasa Funia Creative”, didapatkan hasil polling bahwa 46% atau 13 voters menjawab fotografi. Kemudian 14% atau 4 voters menjawab videografi, dan sisanya 39% atau 11 voters menjawab desain grafis.	Pada pertanyaan kedua, audiens Instagram Funia Creative mayoritas memilih atau menjawab “fotografi”. Dapat disimpulkan bahwa audiens cenderung membutuhkan layanan fotografi ketimbang layanan lainnya.



Gambar 2.2 Hasil Polling melalui Instagram

2. Spesifikasi Layanan

Sebagai usaha di bidang multimedia kreatif, Funia Creative menawarkan layanan fotografi, videografi, dan desain grafis yang disesuaikan dengan kebutuhan klien. Spesifikasi layanan disusun berdasarkan hasil riset sederhana dan kesepakatan internal tim, dengan mempertimbangkan kemampuan produksi serta segmentasi pasar yang dituju. Adapun rincian spesifikasi layanan yang ditawarkan oleh Funia Creative dapat dilihat pada gambar berikut.



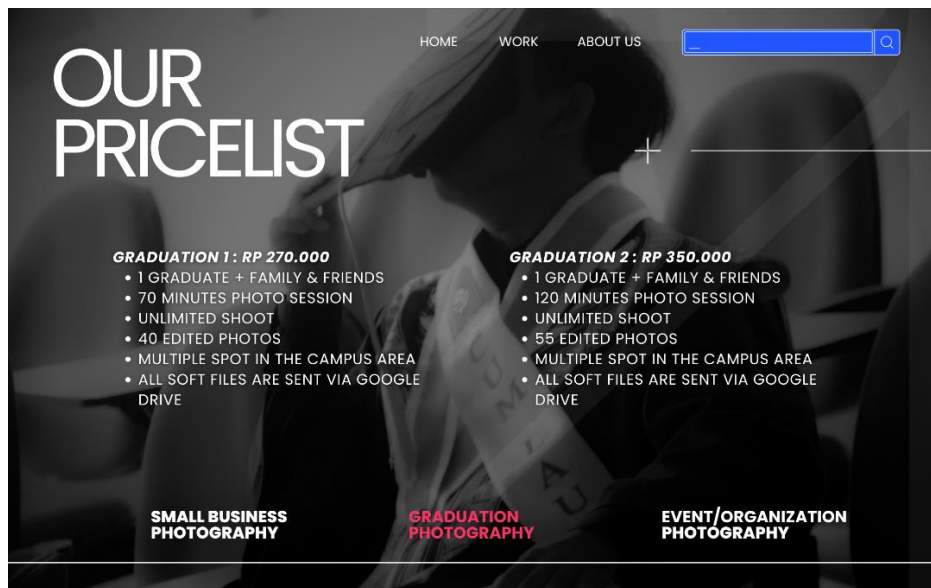
Gambar 2.3 Spesifikasi Layanan Funia Creative

Menurut penjelasan gambar di atas, spesifikasi layanan yang ditawarkan oleh Funia Creative terbagi menjadi 3 kategori yakni fotografi, videografi, dan desain grafis. Ketiga jenis layanan tersebut masih terbagi lagi kedalam beberapa kategori layanan spesifik, diantaranya:

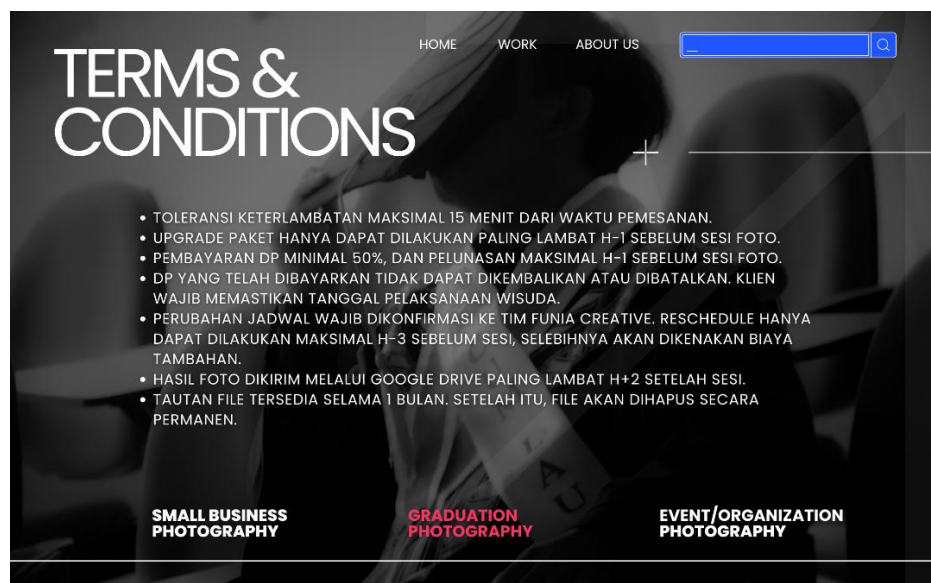
a. *Layanan Fotografi*

1) *Fotografi Wisuda*

Layanan fotografi wisuda Funia Creative bertujuan untuk mengabadikan momen kelulusan klien. Konsep sesi foto dapat disesuaikan dengan preferensi klien. Berikut ini adalah daftar harga dari kedua paket fotografi wisuda tersebut.



Gambar 2.4 Spesifikasi Layanan Fotografi Wisuda

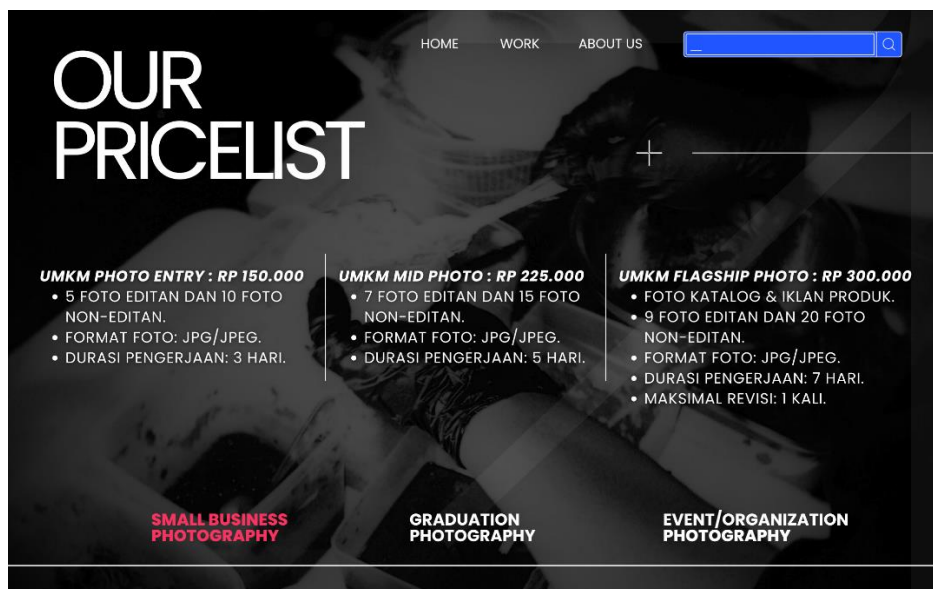


Gambar 2.5 Syarat & Ketentuan Layanan Fotografi Wisuda

Berdasarkan gambar di atas, layanan fotografi wisuda dibagi menjadi dua paket, yakni *Graduation 1* dan *Graduation 2*. Setiap paket layanan fotografi wisuda yang ditawarkan memiliki keuntungan masing-masing. Selain itu, layanan fotografi wisuda juga memiliki beberapa syarat dan ketentuan yang harus diperhatikan oleh klien. Oleh karena itu, klien berhak untuk memilih paket mana yang ingin digunakan sesuai dengan kemampuan serta preferensi dari klien.

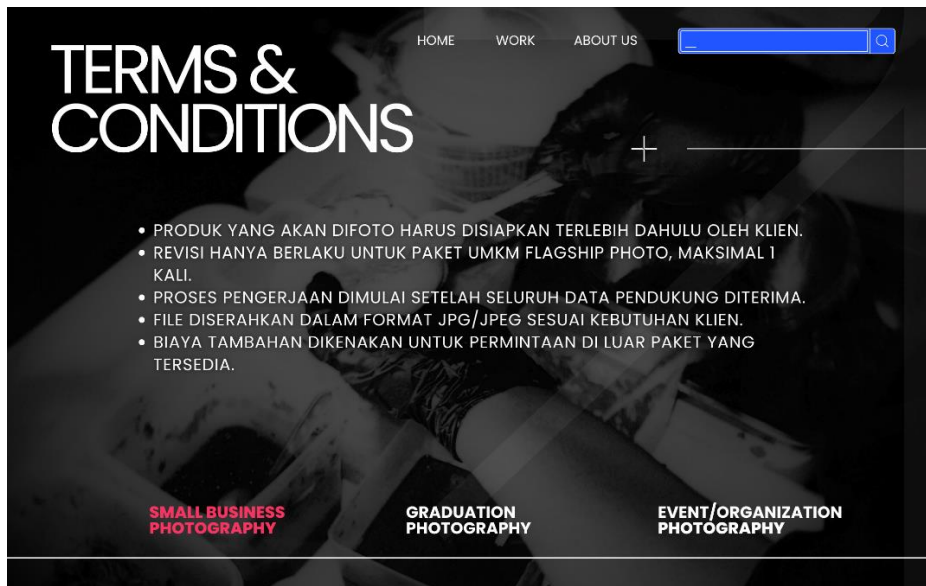
2) Fotografi Untuk Bisnis Kecil atau UMKM

Layanan fotografi UMKM ditujukan bagi pelaku usaha yang membutuhkan dokumentasi visual untuk keperluan promosi maupun branding. Berikut adalah daftar harga layanan fotografi UMKM.



Gambar 2.6 Spesifikasi Layanan Fotografi UMKM

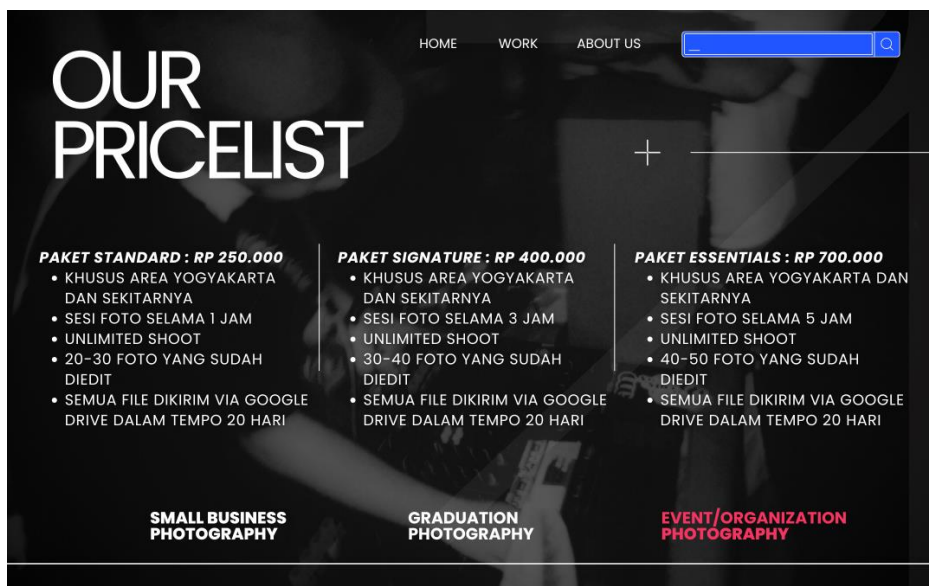
Berdasarkan gambar di atas, layanan fotografi UMKM terbagi menjadi 3 jenis paket, yakni *UMKM Photo Entry*, *UMKM Mid Photo*, dan *UMKM Flagship Photo*. Masing-masing paket memiliki keuntungan yang didapatkan oleh klien. Ketiga jenis paket tersebut juga diatur berdasarkan syarat dan ketentuan yang berlaku. Berikut adalah syarat dan ketentuan layanan fotografi UMKM.



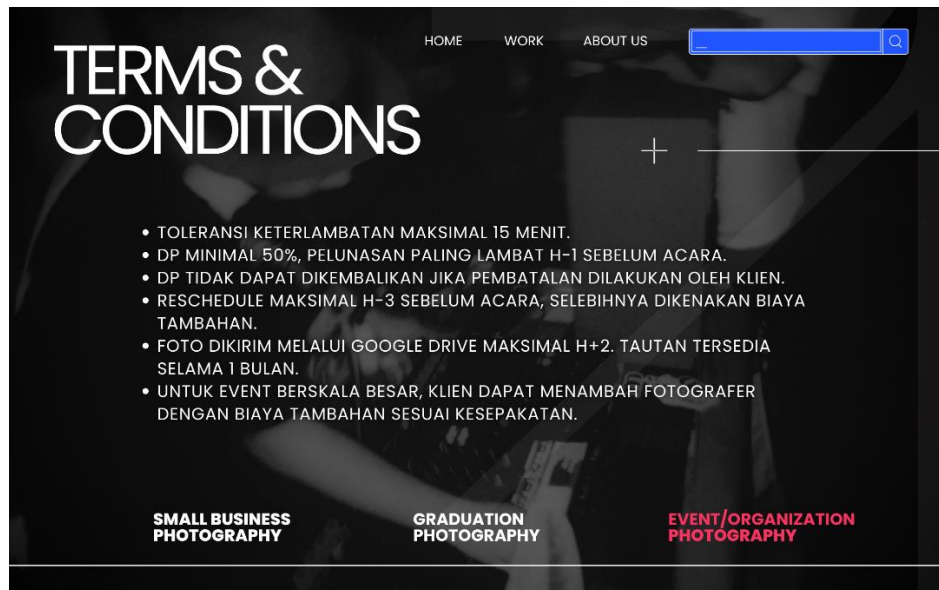
Gambar 2.7 Syarat & Ketentuan Layanan Fotografi UMKM

3) Fotografi Event & Organisasi atau Komunitas

Funia Creative menyediakan layanan fotografi untuk kebutuhan dokumentasi acara organisasi, komunitas, maupun perusahaan. Berikut ini merupakan jenis layanan fotografi event dan organisasi/komunitas yang ditawarkan beserta syarat dan ketentuannya.



Gambar 2.8 Spesifikasi Layanan Fotografi Event & Organisasi/Komunitas



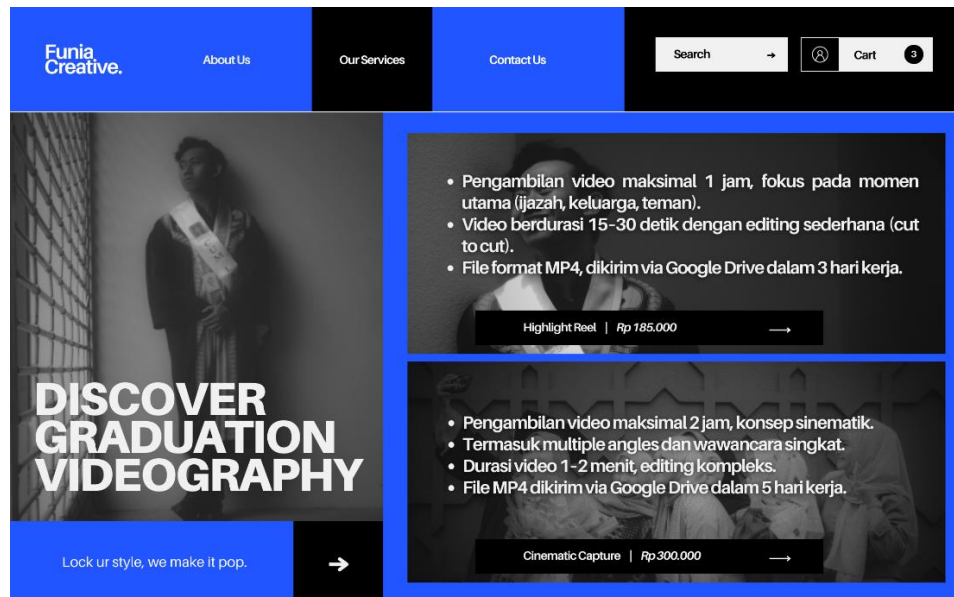
Gambar 2.9 Syarat & Ketentuan Layanan Fotografi Event & Organisasi/Komunitas

Berdasarkan gambar di atas, layanan fotografi *event* dan organisasi/komunitas terdiri dari tiga pilihan paket, yaitu *Standard*, *Signature*, dan *Essentials*. Masing-masing paket memiliki keunggulan tersendiri yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dokumentasi acara. Layanan ini juga disertai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang perlu diperhatikan oleh klien. Dengan demikian, klien dapat memilih paket yang paling sesuai dengan preferensi dan anggaran yang dimiliki.

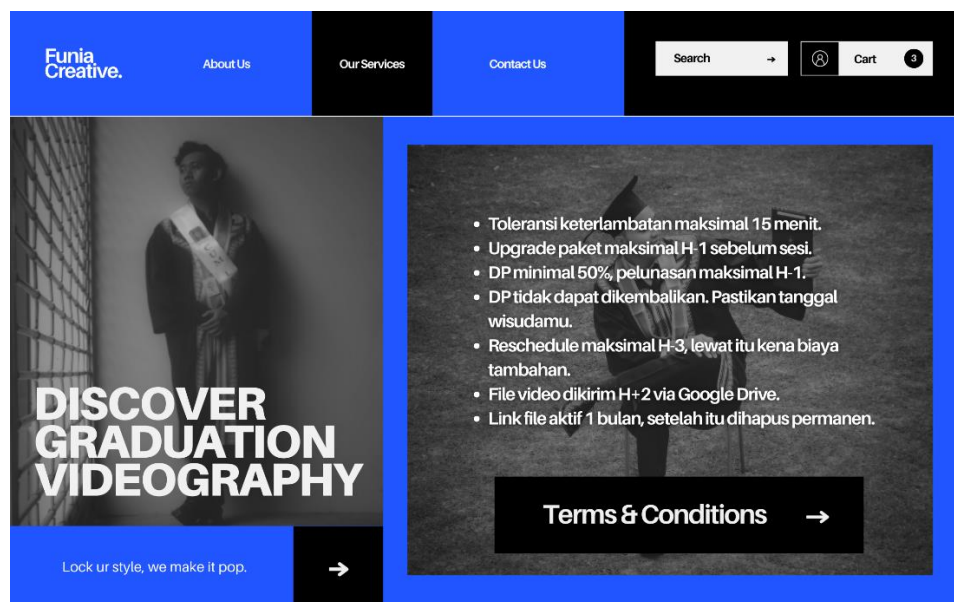
b. Layanan Videografi

1) Videografi Wisuda

Layanan videografi wisuda ini dirancang untuk melengkapi layanan fotografi wisuda sebelumnya. Setiap sesi videografi dapat disesuaikan dengan konsep yang diminta oleh klien, sehingga memungkinkan terciptanya hasil yang lebih personal dan sesuai dengan harapan. Adapun jenis-jenis paket layanan videografi wisuda dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.10 Spesifikasi Layanan Videografi Wisuda



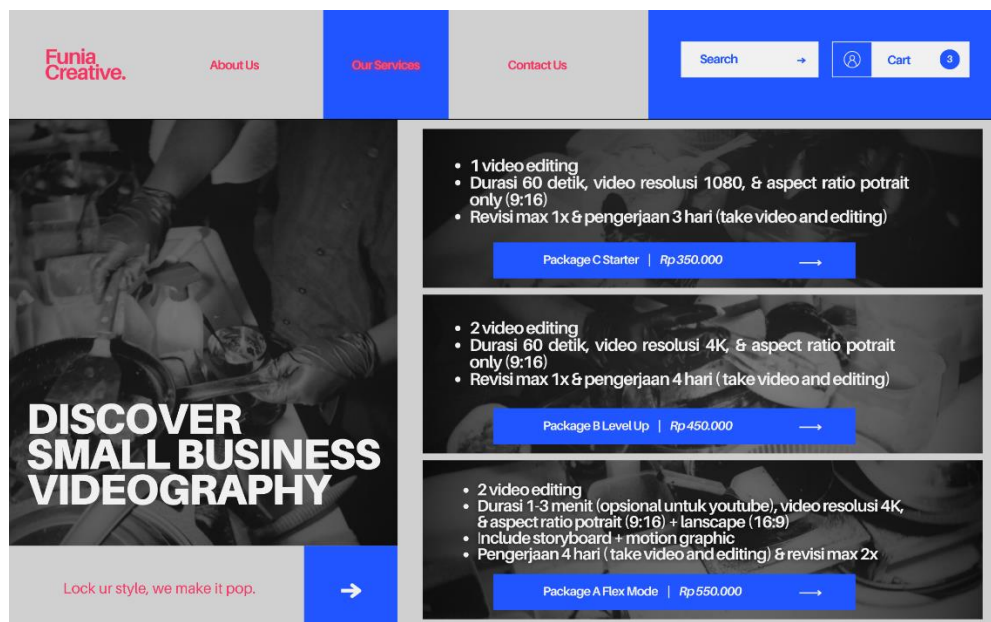
Gambar 2.11 Syarat & Ketentuan Layanan Videografi Wisuda

Berdasarkan gambar di atas, layanan videografi wisuda dari Funia Creative terbagi dalam dua paket, yakni Highlight Reel dan Cinematic Capture. Kedua paket ini menawarkan konsep dan keunggulan yang berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan dokumentasi momen wisuda Anda. Selain itu, terdapat syarat dan

ketentuan yang perlu diperhatikan. Klien dapat memilih paket sesuai dengan keinginan dan kenyamanan masing-masing.

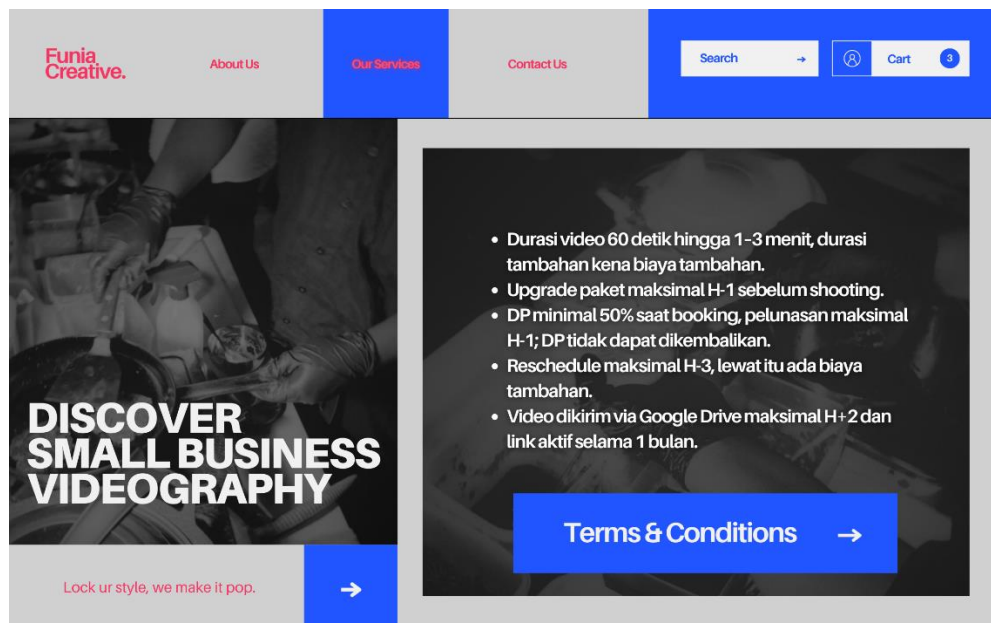
2) Videografi UMKM

Funia Creative juga berkomitmen dalam mendukung perkembangan pelaku UMKM dengan menyediakan layanan videografi yang dirancang untuk memperkuat promosi produk atau jasa serta melengkapi layanan fotografi yang sudah ada. Gambar berikut adalah jenis-jenis paket layanan videografi UMKM beserta syarat dan ketentuannya.



Gambar 2.12 Spesifikasi Layanan Videografi UMKM

Menurut gambar di atas, layanan videografi UMKM dibagi ke dalam tiga paket yang berbeda, yakni *Package C Starter*, *Package B Level Up*, dan *Package A Flex Mode*. Masing-masing paket layanan memiliki keunggulan tersendiri, sehingga klien bebas memilih paket yang diinginkan sesuai dengan preferensi dan kemampuannya. Layanan videografi UMKM juga memiliki beberapa syarat dan ketentuan yang dijelaskan pada gambar berikut.

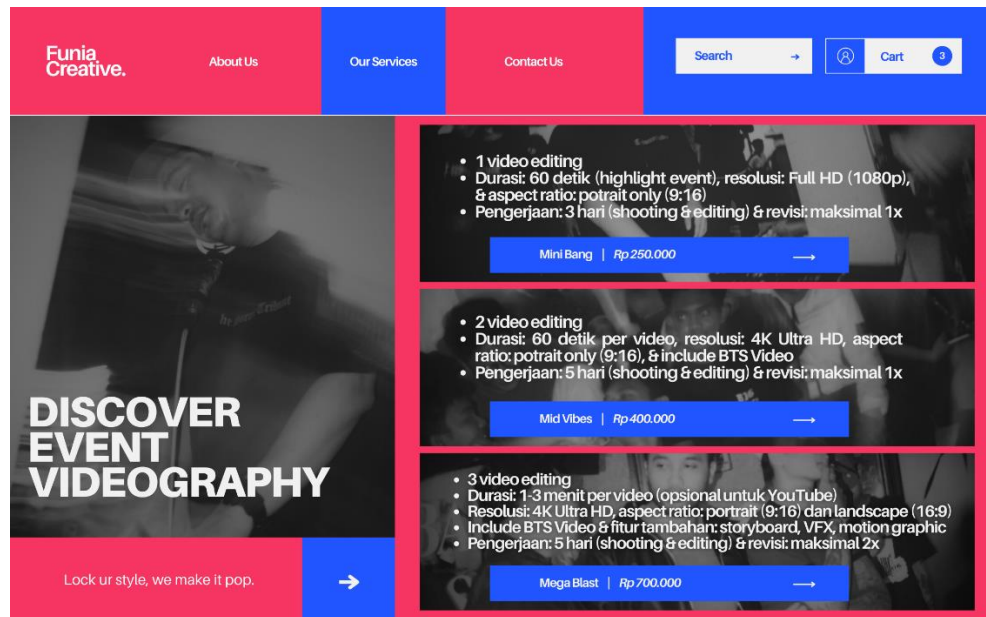


Gambar 2.13 Syarat & Ketentuan Layanan Videografi UMKM

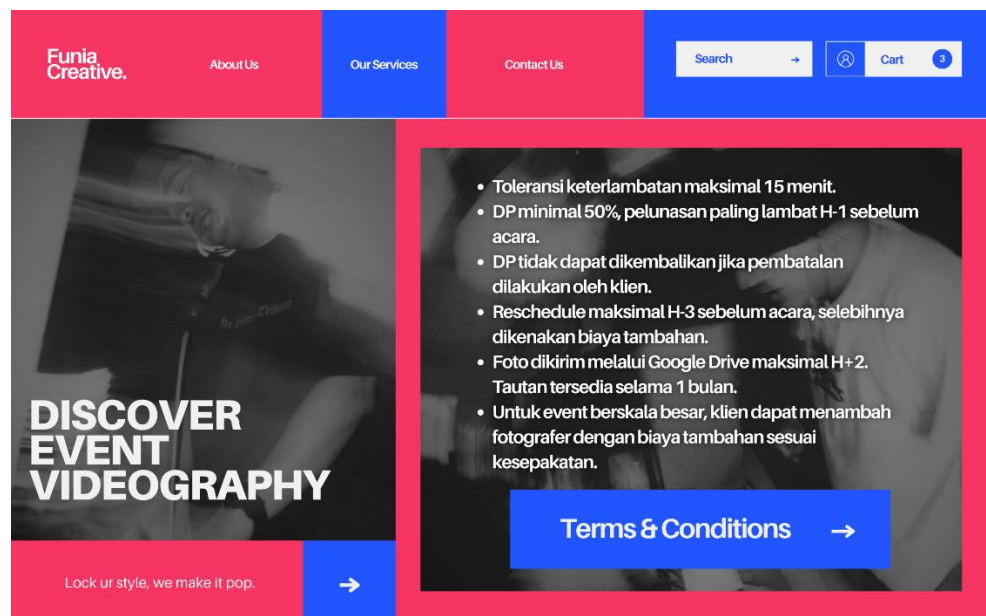
Menurut keterangan gambar di atas, terdapat lima syarat dan ketentuan layanan videografi UMKM. Salah satu yang penting untuk diperhatikan adalah jika klien menginginkan penggantian jadwal atau reschedule, maka harus mengonfirmasi tim Funia Creative maksimal H-3 dari jadwal yang telah ditetapkan oleh klien. Jika klien mengubah jadwal diluar ketetapan, maka akan dikenai biaya tambahan. Hal ini tentu membutuhkan komunikasi ekstra antara klien dengan tim Funia Creative.

3) Videografi *Event* & Organisasi atau Komunitas

Layanan videografi event ini dirancang untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan organisasi, komunitas, maupun perusahaan seperti seminar, *outing* kantor, dan kegiatan sosial lainnya. Berikut adalah jenis-jenis paket layanan videografi *event* & organisasi/komunitas beserta syarat dan ketentuan yang berlaku.



Gambar 2.14 Spesifikasi Layanan Videografi Event & Organisasi/Komunitas



Gambar 2.15 Syarat & Ketentuan Layanan Videografi Event & Organisasi/Komunitas

Menurut keterangan gambar di atas, layanan videografi *event* & organisasi/komunitas dibagi ke dalam tiga paket yang berbeda, yakni *Mini Bang*, *Mid Vibes*, dan *Mega Blast*. Masing-masing paket layanan memiliki keunggulan tersendiri, sehingga klien bebas memilih paket yang diinginkan sesuai dengan

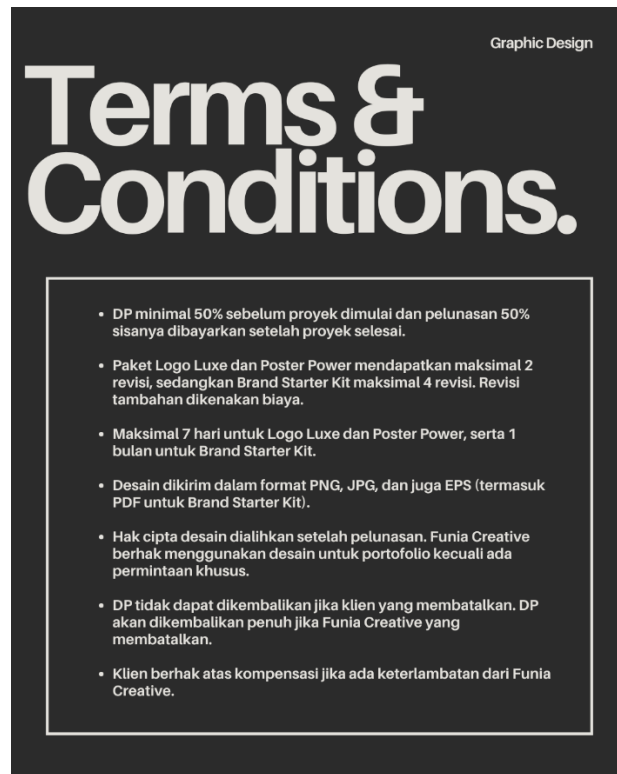
preferensi dan kemampuannya. Selain itu, pada keterangan gambar di atas juga dijelaskan beberapa syarat dan ketentuan pada layanan videografi *event* & organisasi/komunitas yang harus diperhatikan oleh klien.

c. Layanan Desain Grafis

Funia Creative menawarkan layanan desain grafis yang difokuskan untuk mendukung kebutuhan UMKM, brand, dan instansi dalam membangun identitas visual. Jenis-jenis paket layanan ini beserta syarat & ketentuannya akan dijelaskan pada gambar berikut.

<h1>GRAPHIC DESIGN PACKAGE</h1> <h2>Pricelist</h2> <p>Funia Creative</p>	
LOGO LUXE <ul style="list-style-type: none"> Pembuatan desain grafis logo untuk keperluan pribadi, organisasi/komunitas, & instansi. 2 pilihan desain logo. Output file dalam bentuk PNG, JPG, & EPS. Revisi maksimal 2x. Pengerjaan maksimal 7 hari. Pembayaran 50% DP - 50% pelunasan. <p>Rp 600.000</p>	
	POSTER POWER <ul style="list-style-type: none"> Pembuatan desain grafis poster untuk keperluan pribadi, organisasi/komunitas, & instansi. 2 pilihan desain logo. Output file dalam bentuk PNG, JPG, & EPS. Revisi maksimal 2x. Pengerjaan maksimal 7 hari. Pembayaran 50% DP - 50% pelunasan. <p>Rp 400.000</p>
BRAND STARTER KIT <ul style="list-style-type: none"> Pembuatan desain grafis logo, poster, dan konten sosial media untuk brand atau usaha (UMKM). 3 pilihan desain logo. Output file dalam bentuk PNG, JPG, PDF, & EPS. Revisi maksimal 4x. Pengerjaan maksimal 1 bulan. Pembayaran 50% DP - 50% pelunasan. <p>Rp 800.000</p>	
<p>→ contact us @funia.creative +62 851-2102-4915</p>	

Gambar 2.16 Spesifikasi Layanan Desain Grafis



Gambar 2.17 Syarat & Ketentuan Layanan Desain Grafis

3. Alat dan Bahan Produksi

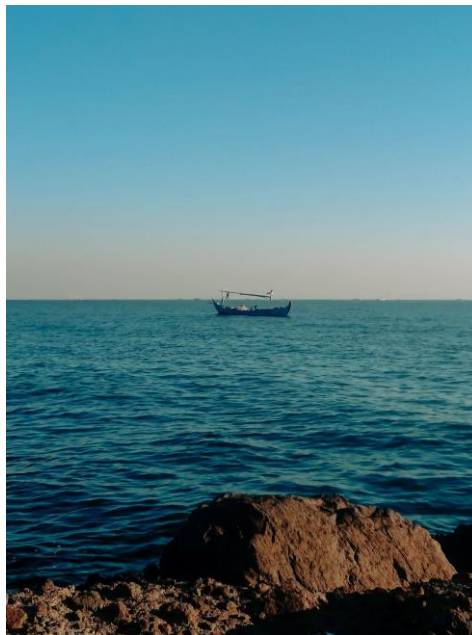
Penentuan alat dan bahan produksi menjadi hal penting dalam menjalankan bisnis jasa multimedia kreatif seperti Funia Creative. Untuk memastikan kualitas dan efisiensi kerja, tim Funia Creative melakukan survei berdasarkan portofolio yang telah dibuat. Evaluasi ini membantu menilai efektivitas alat dan bahan yang digunakan, serta mempertimbangkan umpan balik klien untuk perbaikan ke depan. Berikut hasil penentuan alat dan bahan produksi berdasarkan survei portofolio sebelumnya.

a. Survei & Penentuan Alat dan Bahan Produksi Jasa

Penulis beserta tim Funia Creative melakukan survei berdasarkan hasil kerja atau portofolio yang telah dibuat sebelumnya untuk menentukan alat dan bahan produksi apa saja yang dibutuhkan baik untuk kegiatan produksi fotografi, videografi, maupun desain grafis.



Gambar 2.18 Kamera Mirrorless Lumix DMC G7K



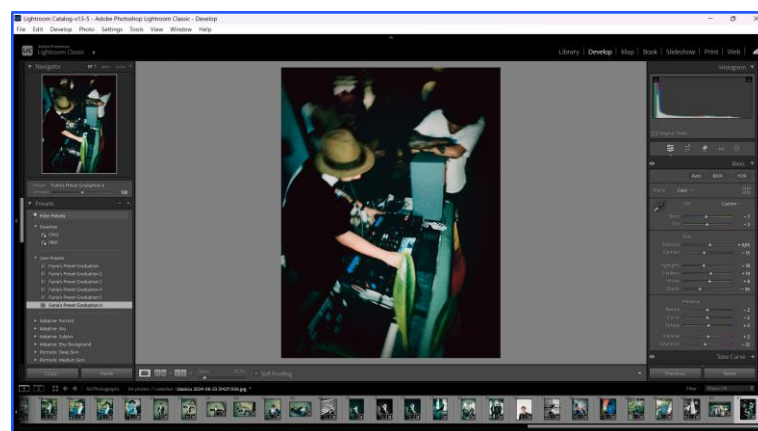
Gambar 2.19 Hasil Foto Project Portofolio Pertama

Pada *project* portofolio pertama, tim Funia Creative melakukan sesi hunting foto di berbagai lokasi menarik di Semarang, Malang, Magelang, dan Tangerang. Eksplorasi dilakukan di area terbuka hingga objek tersembunyi, baik secara kolektif maupun individu. Proses produksi didukung oleh kamera *Lumix DMC G7K*, ponsel *iPhone 11* dan *iPhone 12 Mini*, serta software *Adobe Photoshop CC 2024*, *Adobe Lightroom Classic 2024*, dan *Google Drive* untuk manajemen file.

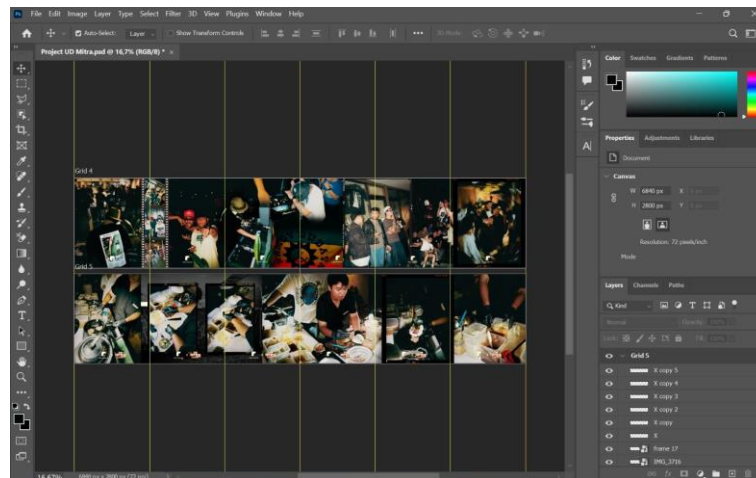


Gambar 2.20 Hasil Foto Project Portofolio

Pada *project* portofolio kedua, Funia Creative bekerja sama dengan bisnis UMKM **Bao Butter Things** untuk mendokumentasikan acara kolektif *Namoy Budaya* di kedai kopi lokal, *UD Mitra*. Project ini bertujuan untuk saling bertukar eksposur sekaligus mengabadikan momen acara dalam bentuk foto dan video. Untuk produksi, tim menggunakan kamera *Fujifilm XA-10*, *iPhone 11*, *iPhone 12 Mini*, dan *iPhone 14 Pro* yang dinilai cukup mumpuni, meskipun sebagian besar menggunakan kamera ponsel. Dukungan bahan produksi berupa *Adobe Photoshop CC 2024*, *Adobe Lightroom Classic 2024*, dan *Google Drive* juga digunakan untuk keperluan *editing* dan manajemen file.



Gambar 2.21 Timeline Hasil Editing Pada Aplikasi Adobe Lightroom Classic



Gambar 2.22 Timeline Hasil Editing Pada Aplikasi Adobe Photoshop CC 2024

b. Hasil Survei & Penentuan Alat dan Bahan Produksi Jasa

Berdasarkan survei yang telah dilakukan melalui pembuatan portofolio tersebut, penulis dan tim Funia Creative mencapai kesepakatan terkait penggunaan alat dan bahan produksi dalam mendukung kegiatan operasional bisnis khususnya dalam bidang produksi. Adapun alat-alat produksi yang digunakan meliputi kamera *Mirrorless Lumix DMC G7K*, kamera ponsel *iPhone 11*, *iPhone 12 Mini*, dan *iPhone 14 Pro*, serta kamera *DSLR Canon EOS 650D*.

Sedangkan untuk bahan produksi penunjang, tim Funia Creative juga menggunakan berbagai software editing dan aplikasi pendukung lainnya, di antaranya:

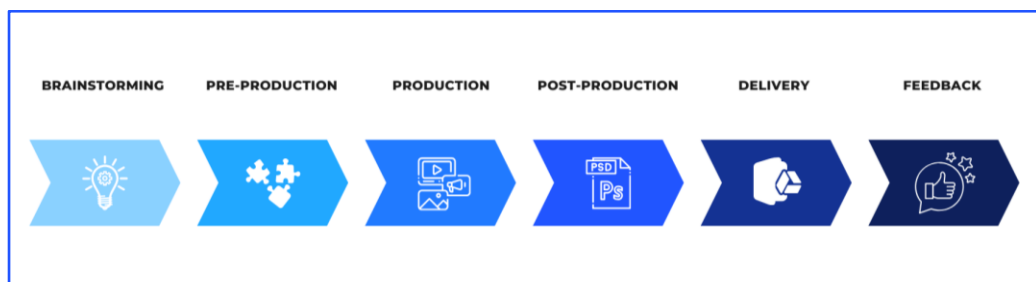
- 1) Fotografi: *Adobe Photoshop CC 2024*, *Adobe Lightroom Classic* versi 2024, dan *Canva*.
- 2) Videografi: *Adobe Premiere Pro CC 2021* dan *CapCut*.
- 3) Desain grafis: *Adobe Illustrator CC 2024*, *Corel Draw*, dan *Adobe Photoshop CC 2024*.
- 4) Manajemen proyek dan penyimpanan file: *Google Drive* dan *Telegram Cloud*.

Dari hasil survei melalui project portofolio, Funia Creative menyadari kebutuhan alat produksi tambahan, seperti kamera *DSLR Canon EOS 650D* dan *card reader* merek *M-Tech* untuk pemindahan data. Untuk alat seperti kamera

tambahan, *stabilizer* (gimbal), tripod, dan variasi lensa, tim memutuskan untuk meminjam atau menyewa guna menunjang kelancaran produksi.

4. Operasional Bisnis: Bagian Produksi

Kegiatan operasional produksi di Funia Creative bertujuan menjaga standar kualitas layanan agar sesuai kebutuhan klien. Melalui alur kerja produksi yang telah ditetapkan oleh tim, proses ini disusun secara efektif, mencakup tahapan mulai dari *brainstorming*, *pre-production*, *production*, *post-production*, *delivery*, hingga *feedback*.



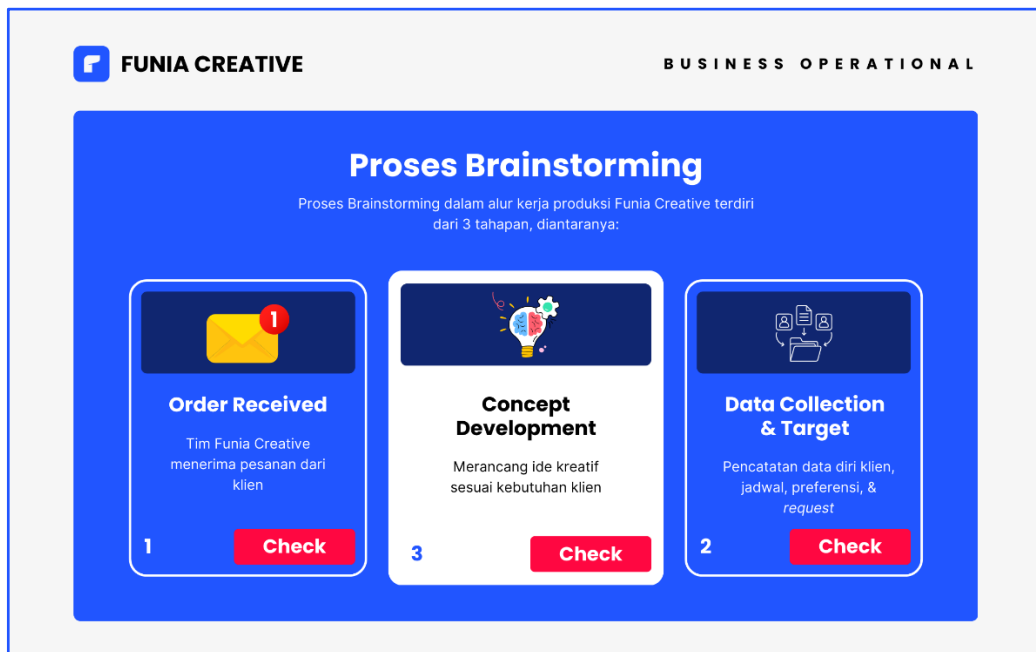
Gambar 2.23 Bagan Alur Kerja Produksi

Dengan alur kerja produksi yang efektif, fleksibel, dan adaptif di setiap tahapan, memungkinkan tim Funia Creative memberikan hasil optimal dan profesional yang sesuai dengan kebutuhan proyek. Berikut adalah tahapan operasionalnya:

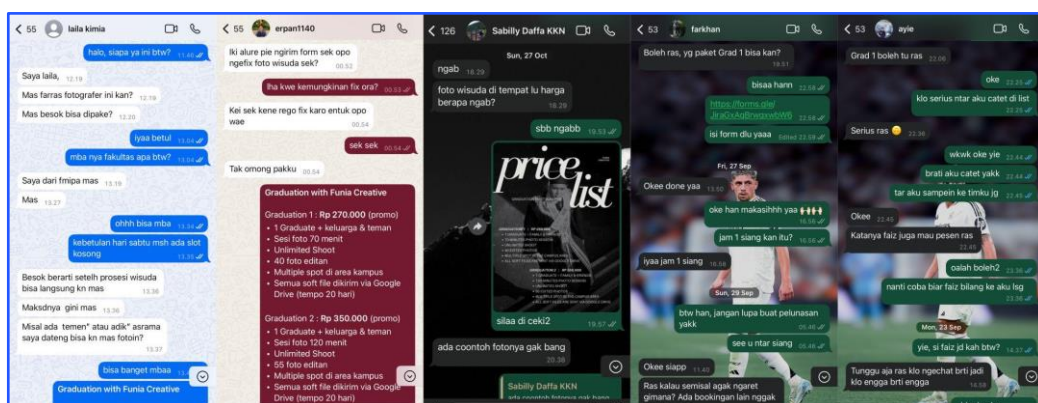
a. *Brainstorming*

Tahap *brainstorming* adalah fondasi perumusan ide dan penentuan arah proyek. Proses ini melibatkan komunikasi aktif dengan klien untuk memahami tujuan, target audiens, kebutuhan spesifik, dan ekspektasi mereka, termasuk selera atau *taste* klien. Sebelum pengembangan konsep, tim menerima permintaan pesanan dari klien dan mengumpulkan data relevan, seperti data diri, jadwal proyek, dan preferensi visual. Pengumpulan data ini diperkuat dengan penetapan *Service Level Agreement (SLA)* yang mencakup tenggat waktu dan standar layanan. Contoh

masukan spesifik dari klien, seperti gaya foto wisuda atau unsur desain logo, dirangkum untuk mendukung pengembangan konsep yang realistis dan sesuai harapan. Berikut ini merupakan gambar-gambar yang menjelaskan tentang bagaimana proses *brainstorming* dalam alur kerja produksi Funia Creative terjadi.



Gambar 2.24 Bagan Proses Brainstorming



Gambar 2.25 Komunikasi Funia Creative Dengan Klien Wisudawan/Wisudawati

FUNIA CREATIVE

Form Booking Photoshoot Wisuda

Format formulir di bawah ini di isi dengan jelas :

1. Nama lengkap
2. Nomor Whatsapp yang bisa dihubungi
3. Akun sosial media (ex : Instagram)
4. Rencana tanggal, hari, & waktu sesi foto wisuda
5. Alamat e-mail
6. Pilihan paket foto

Setelah mengisi form, selanjutnya anda harus melakukan pembayaran awal (DP) melalui no.rekening berikut :

- BNI : an/FARRAS RIZQI
MUHADZDZIB

Nama Akun Sosial Media (ex : @funia.creative)

Your answer

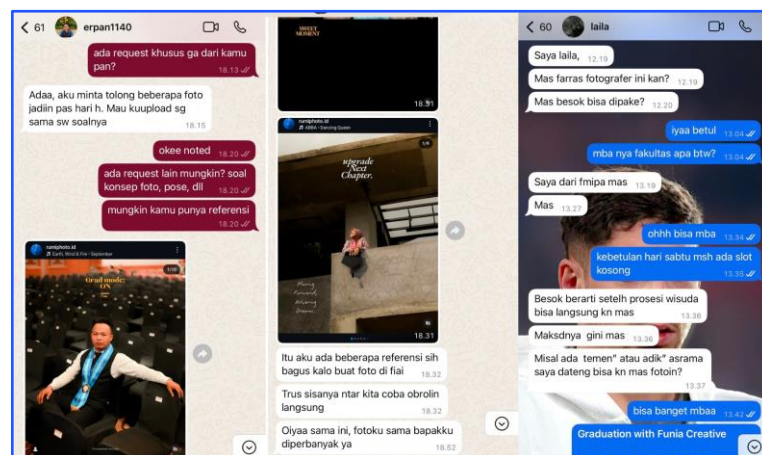
Hari & Tanggal Sesi Foto Wisuda *

MM DD YYYY
/ /

Waktu Sesi Foto Wisuda *

Time
: AM

Gambar 2.26 Form Data Diri dan Pemesanan Layanan Fotografi Wisuda



Gambar 2.27 Bukti Obrolan Whatsapp dari Klien Mengenai Input Khusus

Terms & Conditions.

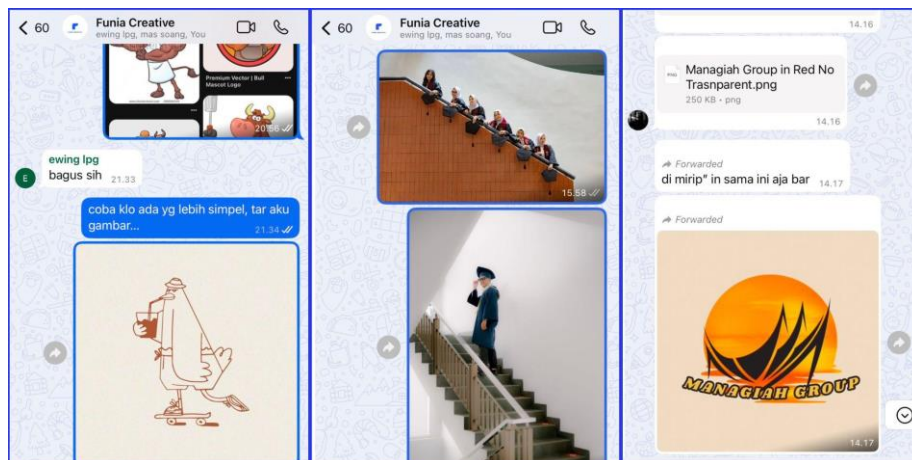
***Term & Condition :**

- Toleransi waktu diberikan 15 menit dari jam booking
- Upgrade paket minimal H-1
- DP minimal 50%, pelunasan maksimal H-1
- DP yang sudah masuk tidak bisa dikembalikan atau dicancel, jadi pastikan tanggal dan bulan wisuda kamu sudah fix!
- Jika ada perubahan jadwal, beri tahu kami secepatnya untuk konfirmasi waktu foto, ya. Reschedule maksimal H-3 sebelum sesi, lebih dari itu akan dikenakan biaya tambahan.
- Foto akan dikirim melalui link Google Drive. Link akan dibagikan paling lambat H+2 setelah sesi foto.
- Ketersediaan link foto maksimal 1 bulan, setelah itu akan kami format.

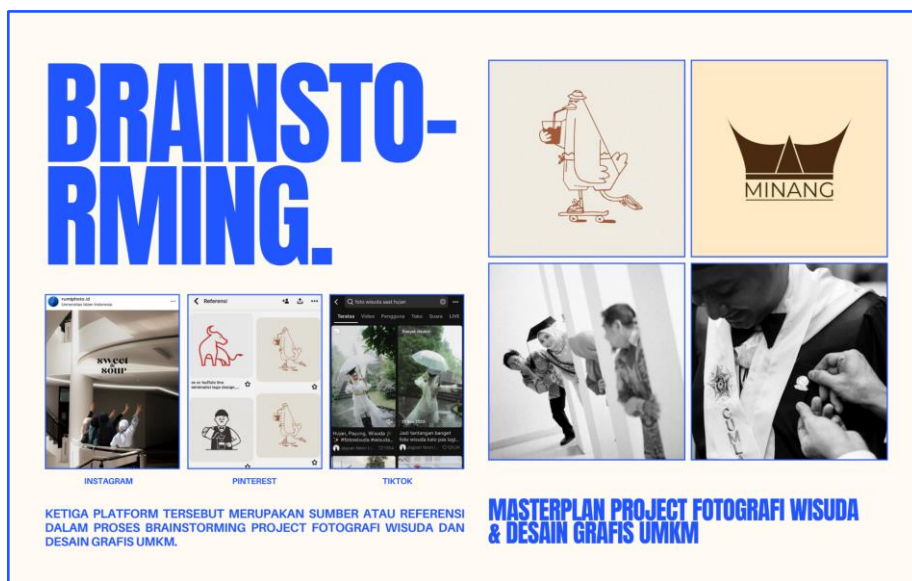
Graphic Design

- DP minimal 50% sebelum proyek dimulai dan pelunasan 50% sisanya dibayarkan setelah proyek selesai.
- Paket Logo Luxe dan Poster Power mendapatkan maksimal 2 revisi, sedangkan Brand Starter Kit maksimal 4 revisi. Revisi tambahan dikenakan biaya.
- Maksimal 7 hari untuk Logo Luxe dan Poster Power, serta 1 bulan untuk Brand Starter Kit.
- Desain dikirim dalam format PNG, JPG, dan juga EPS (termasuk PDF untuk Brand Starter Kit).
- Hak cipta desain dialihkan setelah pelunasan. Funia Creative berhak menggunakan desain untuk portofolio kecuali ada permintaan khusus.
- DP tidak dapat dikembalikan jika klien yang membatalkan. DP akan dikembalikan penuh jika Funia Creative yang membatalkan.
- Klien berhak atas kompensasi jika ada keterlambatan dari Funia Creative.

Gambar 2.28 Contoh Penerapan SLA pada Layanan Funia Creative



Gambar 2.29 Proses Brainstorming Antar Divisi Funia Creative

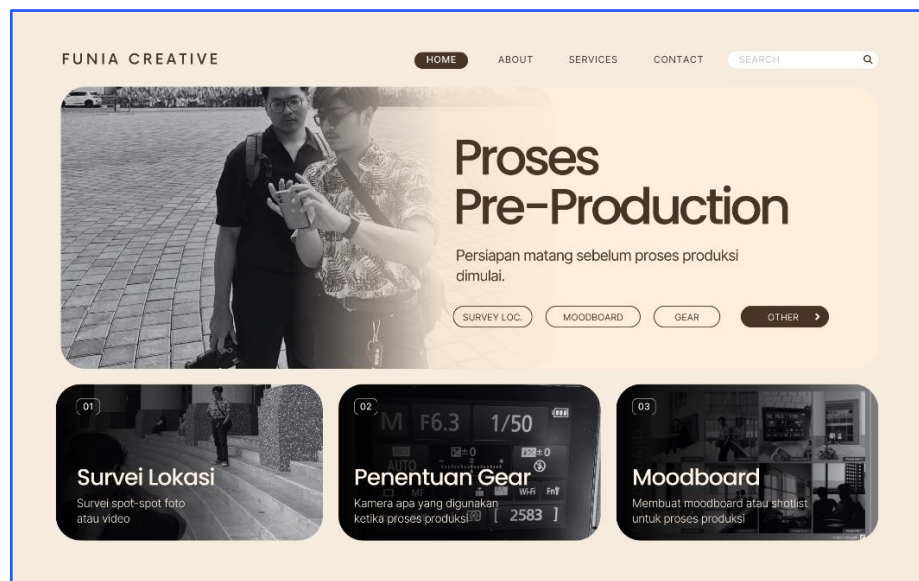


Gambar 2.30 Masterplan Project Fotografi Wisuda dan Desain Grafis UMKM

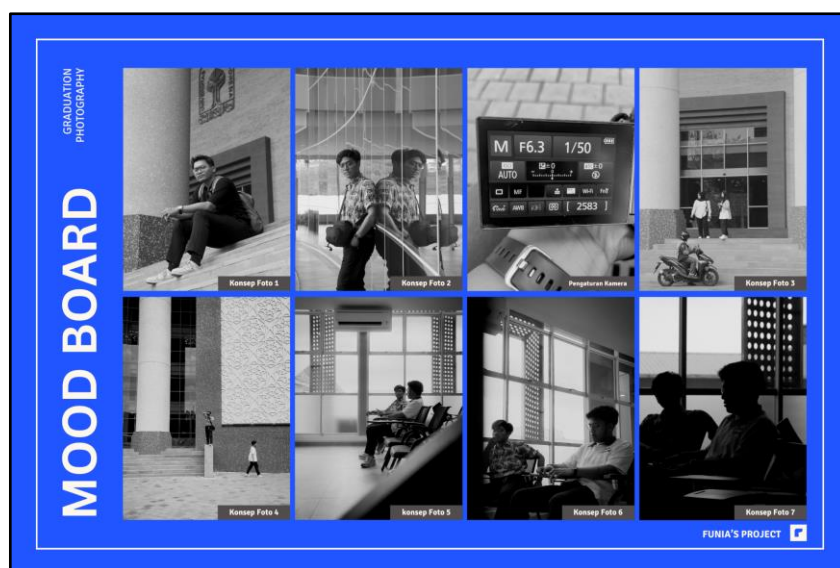
b. Pre-Production

Tahap *pre-production* berfokus pada persiapan detail yang matang sebelum eksekusi produksi dimulai. Pada tahap *pre-production*, konsep dan rancangan final ditinjau kembali dan disepakati secara teknis. Tim mempersiapkan aspek teknis dan manajerial yang diperlukan, seperti penyusunan *moodboard* dan *shotlist* (untuk fotografi/videografi), peninjauan ulang draf desain (untuk desain grafis), serta

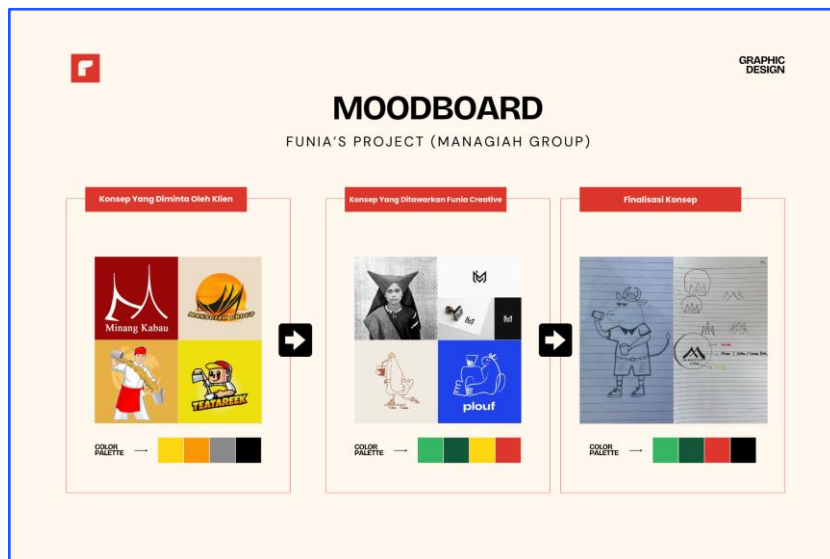
pengaturan logistik dan anggaran. Koordinasi internal tim juga dilakukan untuk pembagian tugas dan penyusunan jadwal produksi yang terperinci, mencakup alokasi waktu untuk eksekusi, proses revisi, dan *editing*, demi meminimalkan potensi kendala teknis di lapangan. Berikut ini merupakan gambar-gambar yang menjelaskan tentang bagaimana proses *pre-production* dalam alur kerja produksi Funia Creative terjadi.



Gambar 2.31 Bagan Proses Pre-Production



Gambar 2.32 Moodboard Project Fotografi Wisuda

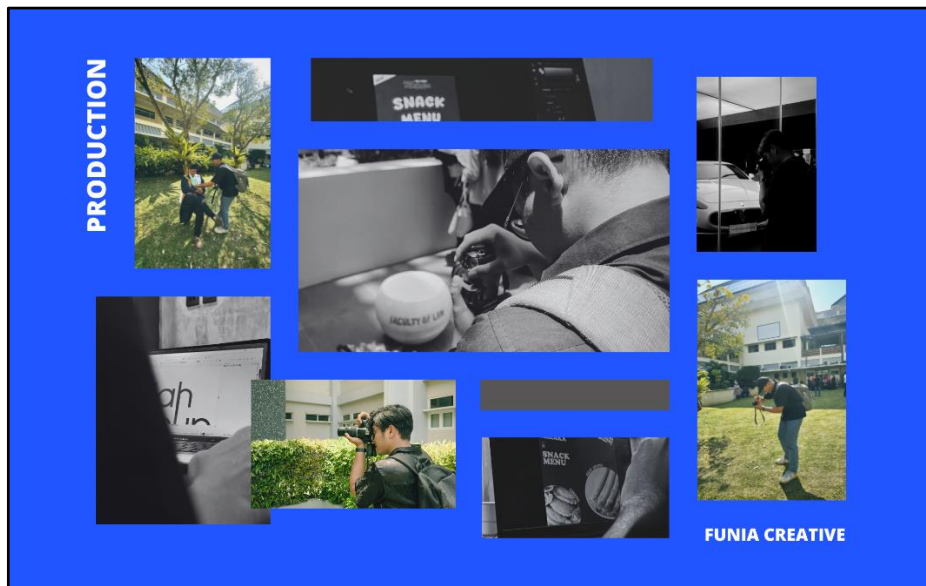


Gambar 2.33 Moodboard Project Desain Grafis UMKM

c. Production

Setelah persiapan matang pada tahap *pre-production*, tim memasuki tahapan *production*. Tahap ini adalah inti eksekusi di mana seluruh rencana dan konsep yang telah disepakati diwujudkan. Tim melaksanakan sesi pemotretan di lokasi yang ditentukan atau mengerjakan desain grafis menggunakan software yang relevan, mengikuti jadwal dan panduan teknis yang telah disusun untuk menghasilkan raw material.

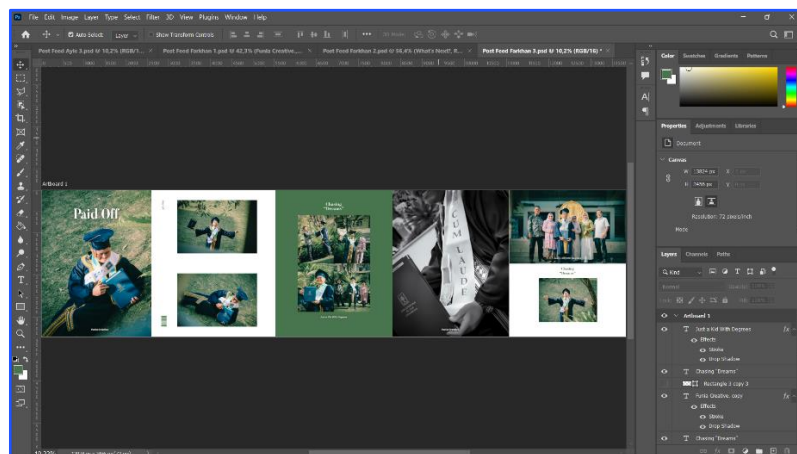
Untuk memastikan hasil yang optimal di tahap *production*, tim mengimplementasikan strategi dan metode yang telah disusun, memanfaatkan alat dan *software* produksi yang sesuai dengan kebutuhan proyek, serta menjaga komunikasi yang efektif, baik internal tim maupun dengan klien. Komunikasi ini krusial agar proses berjalan lancar, hasilnya mendekati harapan awal, dan penyesuaian realistis dapat difasilitasi di lapangan. Hasil akhir tahap *production* adalah data mentah berupa foto, video, atau draf desain yang siap diproses lebih lanjut. Berikut ini merupakan keterangan gambar yang menunjukkan tahapan *production* dalam alur kerja produksi Funia Creative.



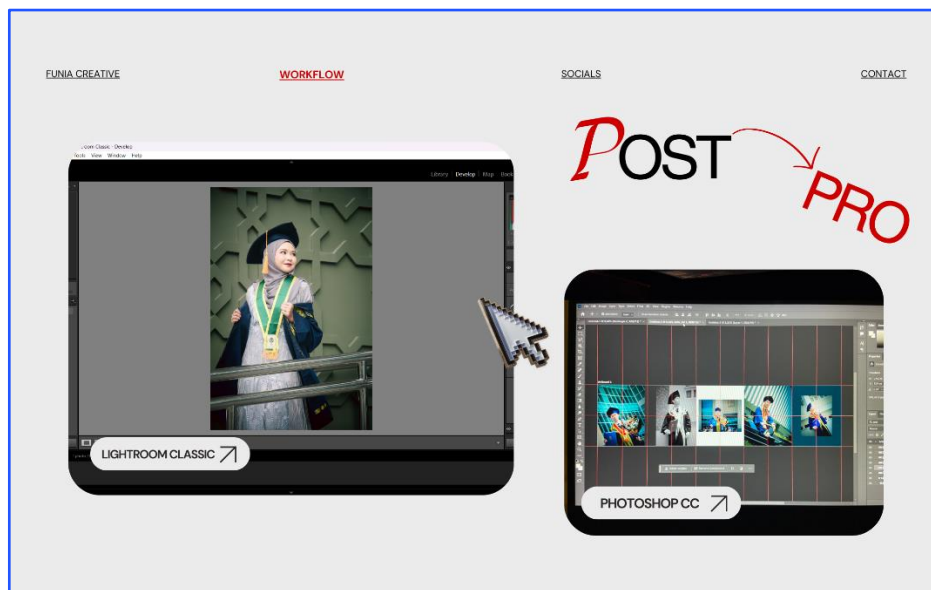
Gambar 2.34 Tahapan Production

d. Post - Production

Setelah data mentah (*raw material*) berhasil diperoleh dari tahap *production*, tim memasuki tahapan *post-production*. Tahap ini merupakan fase untuk memproses *raw material* tersebut menjadi konten final yang berkualitas dan siap diserahkan kepada klien. Aktivitas utamanya mencakup *editing* foto/video, *retouching* (untuk fotografi), *color grading* dan penambahan efek (untuk videografi), serta finalisasi dan penyempurnaan detail visual (*refinement*) untuk desain grafis. Berikut adalah keterangan gambar dari tahapan *post-production*.



Gambar 2.35 Timeline Editing Project Fotografi Wisuda

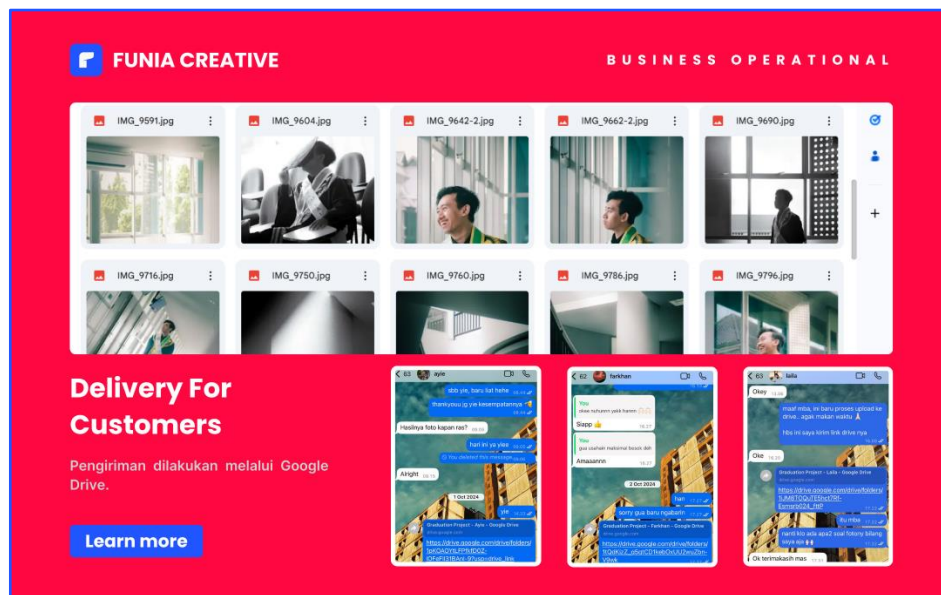


Gambar 2.36 Tahapan Post-Production

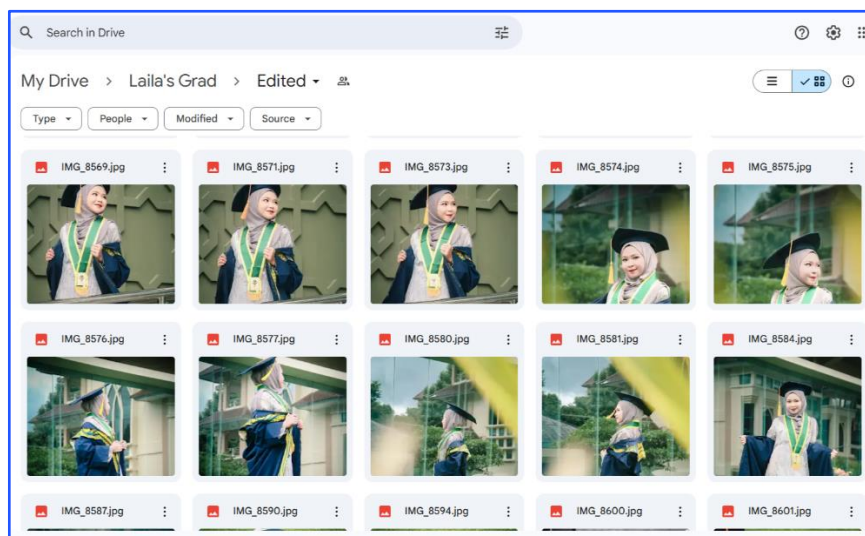
Berdasarkan gambar di atas, proses *post-production* memanfaatkan *software editing* yang sesuai dengan jenis layanan (fotografi, videografi, atau desain grafis) untuk mencapai standar kualitas visual dan teknis yang diharapkan. Tahap ini juga secara aktif melibatkan klien melalui proses revisi berdasarkan umpan balik (*feedback*) mereka, memastikan bahwa hasil akhir tidak hanya optimal secara teknis, tetapi juga memenuhi ekspektasi visual dan fungsional klien sebelum memasuki tahapan *delivery*.

e. *Delivery*

Setelah konten final siap di tahap *post-production* melalui proses *editing* dan penyempurnaan, tim melanjutkan ke tahapan *delivery*. Tahap ini berfungsi sebagai penyerahan hasil kerja akhir yang komprehensif kepada klien, memastikan mereka menerima konten yang sesuai dengan harapan, kesepakatan, serta memenuhi standar kualitas dan format yang diperlukan. Proses ini menjadi bukti nyata penyelesaian siklus produksi. Berikut ini adalah keterangan gambar yang menjelaskan tentang tahapan *delivery* dalam alur kerja produksi Funia Creative.



Gambar 2.37 Tahapan Delivery



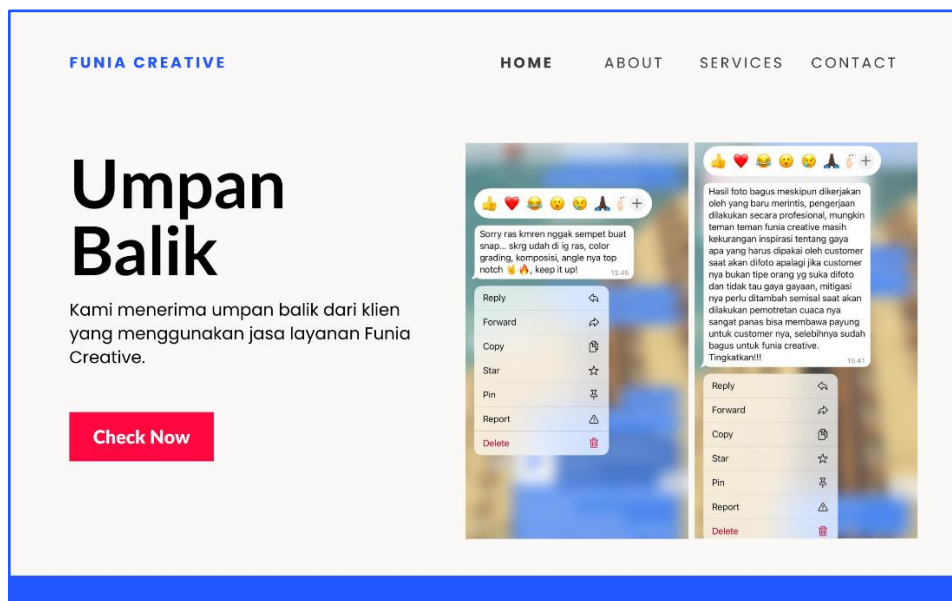
Gambar 2.38 Folder Project Fotografi Wisuda di Google Drive

Menurut gambar di atas, pengiriman konten final dilakukan melalui platform digital yang disepakati, umumnya menggunakan tautan *Google Drive* untuk kemudahan akses file berukuran besar seperti foto (*JPEG/PNG*), video (*MP4*), atau desain grafis (*PNG, JPG, EPS, PDF*). Tim memastikan file tersusun rapi dan siap digunakan, memperhatikan detail format spesifik seperti format warna CMYK untuk kebutuhan cetak. Konfirmasi penerimaan dan kepuasan awal dari

klien juga menjadi bagian penting dari tahapan *delivery* ini, memvalidasi bahwa proses operasional telah terlaksana hingga akhir sebelum memasuki tahapan *feedback*.

f. Feedback

Setelah konten final berhasil diserahkan di tahap *delivery*, siklus produksi dilanjutkan dengan tahapan *feedback*. Tahap ini merupakan langkah krusial untuk mengumpulkan masukan komprehensif dari klien mengenai berbagai aspek, mulai dari kualitas hasil akhir, kesesuaian dengan ekspektasi awal, hingga pengalaman mereka selama berinteraksi dan bekerja sama dengan tim Funia Creative. Berikut merupakan keterangan gambar yang menjelaskan tentang *feedback* dalam alur kerja produksi Funia Creative.



Gambar 2.39 Tahapan Feedback

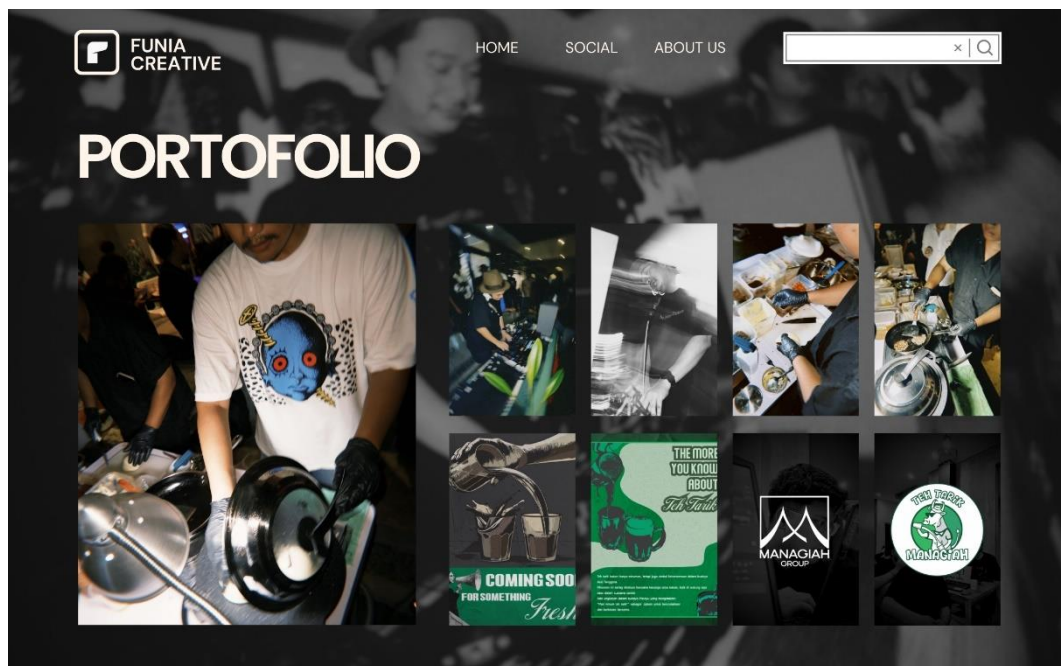
Umpan balik (*feedback*) ini berfungsi ganda: sebagai bahan evaluasi internal yang berharga untuk mengidentifikasi area perbaikan dalam alur kerja produksi dan kualitas layanan, serta sebagai sarana untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan klien.

5. Portofolio Funia Creative

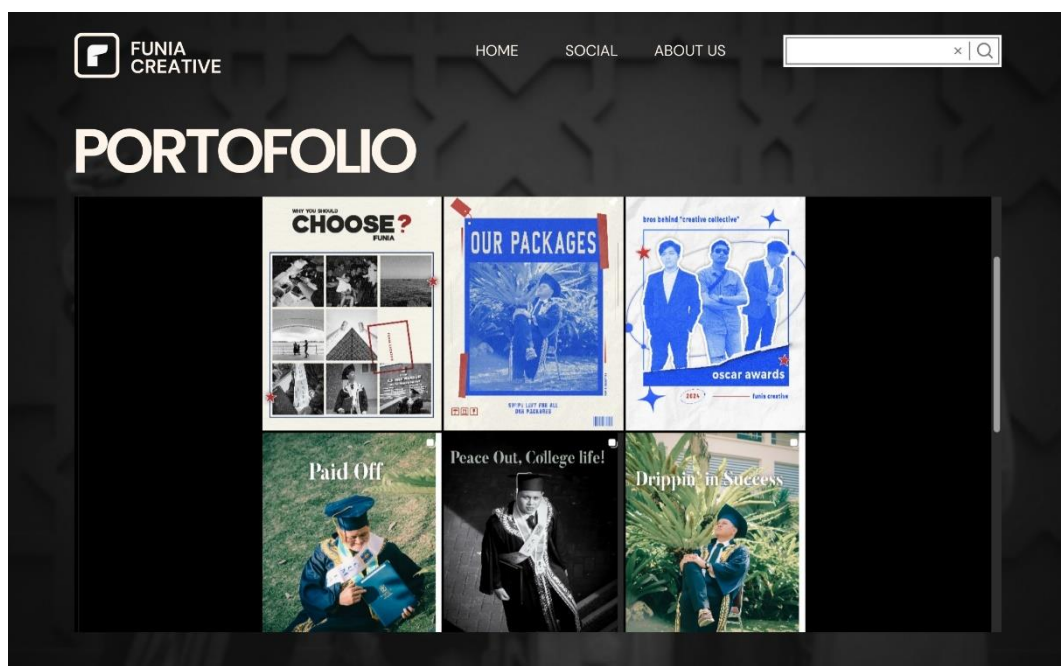
Proses operasional produksi Funia Creative menghasilkan beragam output. Untuk memberikan gambaran realistis mengenai hasil kerja tim, berikut ditampilkan portofolio Funia Creative. Portofolio ini menghimpun karya dari layanan utama fotografi, videografi, dan desain grafis. Termasuk di dalamnya adalah proyek yang dikerjakan untuk klien serta konten yang dibuat untuk keperluan media sosial internal seperti Instagram dan Tiktok. Portofolio ini berfungsi sebagai representasi visual dari kapabilitas produksi tim dalam berbagai jenis proyek. Berikut adalah beberapa portofolio yang dihasilkan Funia Creative melalui keterangan gambar di bawah ini.



Gambar 2.40 Portofolio Funia Creative



Gambar 2.41 Tahapan Feedback



Gambar 2.42 Portofolio Funia Creative (Konten Instagram)

6. Laporan Keuangan Funia Creative

Laporan keuangan merupakan instrumen krusial dalam mengukur kinerja dan kondisi finansial suatu entitas bisnis. Bagian ini menyajikan laporan keuangan Funia Creative yang disusun berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku di Indonesia. Martono dan Harjito (2018) menyatakan bahwa "laporan keuangan adalah hasil proses akuntansi yang berfungsi sebagai alat komunikasi data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan" (hal. 45). Dengan mengacu pada SAK, laporan keuangan Funia Creative diharapkan menyajikan informasi yang relevan dan andal bagi pemangku kepentingan. Laporan keuangan yang disajikan meliputi laporan saldo kas bulanan, neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas yang akan diuraikan lebih lanjut.

a. Laporan Saldo Kas Bulanan

Laporan saldo kas bulanan menyajikan informasi mengenai arus kas masuk dan keluar, serta saldo kas pada awal dan akhir bulan. Di bawah ini adalah laporan saldo kas bulanan Funia Creative untuk periode September hingga Desember 2024:

Tabel 2.4 Laporan Saldo Kas Bulan September

No	Keterangan	Jumlah
1	Saldo Kas Awal (1 September 2024)	Rp 0
2	Arus Kas Masuk:	
2.1	Suntikan modal dari anggota tim (Akbar)	Rp 708.500
2.2	Pendapatan Fotografi wisuda Ayie	Rp 200.000
2.3	Pendapatan Fotografi wisuda Farkhan	Rp 200.000
	Subtotal Arus Kas Masuk	Rp 1.108.500
3	Arus Kas Keluar:	
3.1	Sewa Kamera	Rp 54.500
3.2	Biaya Operasional (28/09/2024)	Rp 89.000
3.3	Biaya Operasional (29/09/2024)	Rp 89.000

	Subtotal Arus Kas Keluar	Rp 232.500
4	Kenaikan (Penurunan) Kas Bersih	Rp 876.000
5	Saldo Kas Akhir (30 September 2024)	Rp 876.000

Tabel 2.5 Laporan Saldo Kas Bulan Oktober

No	Keterangan	Jumlah
1	Saldo Kas Awal (1 Oktober 2024)	Rp 876.000
2	Arus Kas Masuk:	
2.1	Uang muka desain grafis UMKM Managiah Group	Rp 200.000
	Subtotal Arus Kas Masuk	Rp 200.000
3	Arus Kas Keluar:	
3.1	Biaya Operasional (26/10/2024)	Rp 100.00
3.2	Biaya Operasional (28/10/2024)	Rp 100.00
	Subtotal Arus Kas Keluar	Rp 200.000
4	Kenaikan (Penurunan) Kas Bersih	Rp 0
5	Saldo Kas Akhir (31 Oktober 2024)	Rp 876.000

Tabel 2.6 Laporan Saldo Kas Bulan November

No	Keterangan	Jumlah
1	Saldo Kas Awal (1 November 2024)	Rp 876.000
2	Arus Kas Masuk:	
2.1	Pelunasan desain grafis UMKM Managiah Group	Rp 100.000
2.2	Pendapatan Fotografi wisuda Ervan	Rp 240.000
2.3	Pendapatan Fotografi wisuda Daffa	Rp 270.000
2.4	Pendapatan Fotografi wisuda Laila	Rp 270.000
	Subtotal Arus Kas Masuk	Rp 880.000

3	Arus Kas Keluar:	
3.1	Sewa Kamera	Rp 54.000
3.2	Biaya Operasional (30/11/2024)	Rp 68.000
	Subtotal Arus Kas Keluar	Rp 122.000
4	Kenaikan (Penurunan) Kas Bersih	Rp 758.000
5	Saldo Kas Akhir (30 November 2024)	Rp 1.634.000

Tabel 2.7 Laporan Saldo Kas Bulan Desember

No	Keterangan	Jumlah
1	Saldo Kas Awal (1 Desember 2024)	Rp 1.634.000
2	Arus Kas Masuk:	
2.1	(Tidak ada pemasukan)	-
	Subtotal Arus Kas Masuk	Rp 0
3	Arus Kas Keluar:	
3.1	Biaya Operasional (1/12/2024)	Rp 44.000
3.2	Biaya Operasional (2/12/2024)	Rp 20.000
3.3	Biaya Operasional (5/12/2024)	Rp 30.000
3.4	Bagi hasil tim Funia Creative	Rp 1.480.000
	Subtotal Arus Kas Keluar	Rp 1.574.000
4	Kenaikan (Penurunan) Kas Bersih	(Rp 1.594.000)
5	Saldo Kas Akhir (31 Desember 2024)	Rp 60.000

Tabel di atas menunjukkan saldo kas akhir Funia Creative untuk periode bulan September hingga Desember 2024 yang mencakup pemasukan dari layanan fotografi dan desain grafis, serta pengeluaran untuk kebutuhan produksi seperti biaya operasional, sewa peralatan kamera, dan pembagian bagi hasil tim. Dalam

sistem musyarakah yang diterapkan, kompensasi tim diberikan dalam bentuk bagi hasil, bukan gaji tetap. Pada bulan September 2024, Funia Creative memperoleh pendapatan dan menerima suntikan modal sebesar Rp 708.500 dari salah satu anggota tim yang dicatat sebagai arus kas masuk. Dana tersebut turut digunakan untuk pembagian hasil kepada tim. Adapun kerugian operasional justru terjadi pada bulan Desember, saat tidak ada pemasukan namun tetap terdapat pengeluaran, termasuk pembagian bagi hasil yang dilakukan atas dasar kesepakatan internal tim.

b. Neraca

Neraca Funia Creative dari bulan September hingga 31 Desember 2024 yang disajikan berikut ini mencakup aset, liabilitas, dan ekuitas perusahaan menggunakan format skontro.

Tabel 2.8 Neraca Keuangan Funia Creative

FUNIA CREATIVE NERACA KEUANGAN PER 31 DESEMBER 2024			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
Aset Lancar		Kewajiban	
Kas	Rp 60.000	Utang Usaha	Rp 0
Total Aset Lancar	Rp 60.000	Total Kewajiban	Rp 0
Aset Tetap		Ekuitas	
-	-	Modal Awal (Suntikan Modal Anggota Tim)	Rp 708.500
-	-	Laba Ditahan (Akumulasi Rugi)	(Rp 668.500)
Total Aset Tetap	Rp 0	Total Ekuitas	Rp 60.000
Total Aset	Rp 60.000	Total Kewajiban dan Ekuitas	Rp 60.000

Menurut tabel di atas, neraca keuangan Funia Creative per 31 Desember 2024 menunjukkan bahwa aset perusahaan hanya berupa kas sebesar Rp 60.000. Tidak terdapat pencatatan aset tetap karena seluruh sarana produksi, seperti kamera dan peralatan lainnya, merupakan kepemilikan pribadi anggota tim. Modal yang tercatat berasal dari suntikan modal anggota tim sebesar Rp 708.500, dengan akumulasi rugi operasional sebesar Rp 648.500, sesuai dengan prinsip akuntansi berbasis musyarakah yang diterapkan.

c. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi berikut menyajikan informasi tentang kinerja finansial Funia Creative, yang meliputi pendapatan, keuntungan, dan pengeluaran selama periode tertentu.

Tabel 2.9 Laporan Laba Rugi Funia Creative

FUNIA CREATIVE LAPORAN LABA RUGI PERIODE SEPTEMBER - 31 DESEMBER 2024	
Pendapatan	
Pendapatan Layanan Fotografi Wisuda	Rp 1.180.000
Pendapatan Layanan Desain Grafis	Rp 300.000
Total Pendapatan	Rp 1.480.000
Beban	
Biaya Operasional (September-Desember)	Rp 540.000
Sewa Kamera (September dan November)	Rp 108.500
Bagi Hasil Tim	Rp 1.480.000
Total Beban	Rp 2.128.500
Laba (Rugi) Bersih	(Rp 648.500)

Berdasarkan hasil operasional selama bulan September hingga Desember 2024, Funia Creative membukukan total pendapatan sebesar Rp 1.480.000. Pendapatan ini diperoleh dari layanan jasa fotografi wisuda dan desain grafis UMKM. Sementara itu, total beban usaha yang terdiri dari biaya sewa peralatan kamera, biaya operasional sebesar Rp 540.000, dan distribusi bagi hasil tim sebesar Rp 1.480.000 mencapai Rp 2.128.500. Dengan demikian, Funia Creative mengalami rugi bersih sebesar Rp 648.500 pada akhir periode pelaporan.

d. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas menyajikan informasi arus kas masuk dan keluar entitas berdasarkan aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan selama periode tertentu (IAI, 2019, hal. 2.1).

Tabel 2.10 Laporan Arus Kas Funia Creative

FUNIA CREATIVE LAPORAN ARUS KAS PERIODE SEPTEMBER - 31 DESEMBER 2024	
Kegiatan Operasional	
Pendapatan Jasa	Rp 1.480.000
Biaya Operasional	(Rp 648.500)
Biaya Bagi Hasil Karyawan	(Rp 1.480.000)
Total Arus Kas Bersih Kegiatan Operasional	(Rp 648.500)
Kegiatan Investasi	
Pembelian Card Reader	Rp 40.000
Total Arus Kas Kegiatan Investasi	Rp 40.000
Kegiatan Pendanaan	
Suntikan Modal dari Anggota Tim	Rp 708.500
Total Arus Kas Kegiatan Pendanaan	Rp 708.500

Kenaikan (Penurunan) Kas Bersih	Rp 20.000
Saldo Kas Awal	Rp 0
Saldo Kas Akhir	Rp 20.000

Berdasarkan data laporan arus kas di atas, Funia Creative mengalami defisit kas operasional sebesar Rp 648.500 karena total pengeluaran melebihi pendapatan. Selain itu, perusahaan juga melakukan pembelian peralatan produksi berupa card reader senilai Rp 40.000, yang diklasifikasikan sebagai aktivitas investasi. Untuk menutupi kekurangan kas, perusahaan menerima suntikan modal dari anggota tim sebesar Rp 708.500. Dengan demikian, terdapat kenaikan kas bersih sebesar Rp 20.000 yang tercatat sebagai saldo kas akhir per 31 Desember 2024.

7. Hasil Capaian Program Kerja

Untuk mengukur efektivitas program kerja produksi, Funia Creative mengevaluasi pencapaian Key Performance Indicator (KPI) yang telah ditetapkan. Bagian ini memaparkan hasil evaluasi tersebut, membandingkan target dalam rencana program kerja dengan realisasi selama periode tertentu. Melalui analisis ini, dapat diidentifikasi tingkat keberhasilan dan area yang memerlukan perbaikan dalam kegiatan produksi Funia Creative.

Tabel 2.11 Hasil Capaian Program Kerja

Kegiatan	Key Performance Indicator	Hasil Aktivitas
<i>Brainstorming</i> bersama klien atau mitra mengenai konsep konten.	Mendapatkan beberapa informasi dan kesepakatan mengenai ide konten yang relevan.	Terlaksana dan menghasilkan informasi mengenai ide konten yang telah disepakati.
Pembuatan konsep konten, <i>moodboard</i> , dan konsep desain visual sesuai dengan permintaan klien dan juga riset.	Menghasilkan konsep atau ide konten yang menarik dan inovatif.	Terlaksana dan menghasilkan beberapa konsep atau ide konten yang kreatif serta menarik untuk dieksekusi.

Proses produksi atau proses eksekusi konsep konten	Menghasilkan “bahan” konten yang siap dilakukan <i>editing</i> dengan output berupa video, foto, maupun desain grafis	Proses produksi terlaksana dengan baik begitu juga dengan komunikasi yang baik antar tim selama jalannya proses produksi.
<i>Editing</i> (video, foto, <i>backsound</i> , <i>audio</i> , <i>effect</i> , desain grafis, dan lainnya).	Menghasilkan konten yang berkualitas, kreatif, dan sesuai dengan rencana konsep awal yang telah disepakati.	Proses <i>editing</i> terlaksana dengan baik hingga menghasilkan konten yang berkualitas dan juga kreatif meskipun mengalami beberapa kendala kecil karena minimnya SDM yang ada.
Revisi hasil <i>editing</i> atas permintaan khusus dari klien.	Mengetahui umpan balik dari klien atas konten yang telah dilakukan proses <i>editing</i> , kesesuaian dengan permintaan klien, dan juga untuk hal peningkatan kualitas serta akurasi hasil <i>editing</i> konten.	Komunikasi yang intensif dengan klien terlaksana dengan baik sehingga mempermudah dalam pengerjaan revisi konten untuk difinalisasi.
Mengirim dokumen hasil revisi dan juga dokumen mentah kepada klien.	Pemberian hak kepada klien atas tanggung jawab tim Funia Creative mengenai hasil konten yang telah diolah.	Hasil finalisasi konten berhasil dikirimkan kepada klien tanpa adanya kendala yang berarti dan siap posting untuk kebutuhan pribadi klien maupun kebutuhan <i>marketing</i> bagi Funia Creative.
Unjuk hasil kerja ke media sosial (Instagram dan Tiktok) sebagai portofolio.	Meningkatkan brand awareness, jangkauan audiens, hingga mendapatkan umpan balik dari audiens Funia Creative.	Terlaksana dengan baik dan Funia Creative berhasil menggaet audiens yang lebih banyak melalui beberapa konten yang telah diposting di sosial

		media (Instagram dan Tiktok) meskipun mengalami beberapa kendala seperti kurangnya konsistensi dalam kegiatan posting konten.
Mencatat laporan keuangan bulanan Funia Creative	Laporan keuangan tersusun secara baik dan lengkap, kesesuaian dengan standar akuntansi yang ada mengenai penyusunan laporan keuangan.	Didapatkan arus kas bersih akhir Desember sebesar Rp 20.000 meskipun terdapat kerugian secara operasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa keuangan Funia Creative belum stabil karena banyaknya biaya operasional yang dikeluarkan.
Melakukan Evaluasi	Menganalisis permasalahan yang didapat dari seluruh program kerja yang telah dilakukan serta menemukan cara penyelesaian dari permasalahan yang ada.	Selain dari umpan balik klien, Funia Creative juga mendapatkan bahan evaluasi dari pengalaman operasional produksi yang sudah dijalankan terkait konsistensi. Selain konsistensi, target klien UMKM juga belum terpenuhi karena minimnya UMKM yang bersedia diajak kerja sama. Evaluasi lainnya akan diuraikan di Bab III.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Kualitas produksi merupakan faktor penting yang secara langsung memengaruhi kepuasan klien dan keberlanjutan usaha di industri multimedia kreatif. Sebagai penanggung jawab produksi di Funia Creative, penulis menyadari pentingnya mengidentifikasi berbagai kendala produksi yang dapat menghambat pencapaian standar kualitas layanan. Sub-bab ini akan menguraikan permasalahan yang terjadi dalam proses produksi sebagai dasar untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas secara lebih terarah. Berikut ini adalah uraian mengenai permasalahan yang berhasil diidentifikasi:

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) di Bidang Produksi

Funia Creative saat ini hanya memiliki tiga anggota tim, dengan dua di antaranya menangani langsung proses produksi. Kondisi ini menyebabkan beban kerja tinggi dan distribusi tugas yang tidak merata, karena satu orang sering harus menangani beberapa tahapan produksi sekaligus, termasuk yang di luar keahliannya. Keterbatasan SDM ini tidak hanya memengaruhi kualitas dan efisiensi kerja, tetapi juga membatasi kapasitas tim dalam menerima proyek baru. Sebagai bisnis yang masih dalam tahap pengembangan, opsi untuk merekrut tenaga tambahan belum menjadi prioritas utama.

2. Keterbatasan Sarana dan Prasarana Penunjang Produksi

Keterbatasan sarana dan prasarana merupakan kendala signifikan dalam operasional produksi Funia Creative. Tim hanya memiliki satu unit kamera dan satu unit lensa, dinilai kurang memadai untuk mendukung keragaman proyek. Ketiadaan alat pendukung seperti *gimbal* atau *stabilizer* juga berdampak langsung pada stabilitas hasil video, terlihat pada *project portofolio* yang menghasilkan *footage* tidak stabil. Selain keterbatasan alat, perawatan dan kebersihan sarana produksi yang ada juga menjadi tantangan, di mana kurangnya perawatan dapat

menyebabkan *overheat* pada perangkat seperti laptop. Kondisi *sensor* kamera dan lensa yang tidak terawat, misalnya, dapat menurunkan kualitas *output* visual secara signifikan.

3. Alur Kerja Produksi Yang Belum Optimal

Selain permasalahan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sarana prasarana penunjang produksi, Funia Creative juga menghadapi hambatan dalam optimalisasi alur kerja produksi, yang signifikan memengaruhi efisiensi dan kualitas hasil. Kurangnya koordinasi tim sering menghambat seluruh tahapan alur kerja (brainstorming hingga feedback). Miskomunikasi dengan klien, misalnya, dapat memicu revisi berulang dan mengacaukan jadwal. Selain itu, belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas mengakibatkan kurangnya panduan bagi tim, memicu tumpang tindih pekerjaan, serta menurunkan produktivitas dan kualitas hasil.

Hambatan-hambatan dalam alur kerja ini merupakan manifestasi dari kelemahan mendasar dalam proses bisnis Funia Creative, terutama terkait kapasitas operasional dan pengelolaan internal. Salah satu implikasi paling nyata dari kelemahan ini adalah buruknya *sustainability* atau keberlanjutan bisnis Funia Creative pada periode observasi. Bisnis tidak menunjukkan aktivitas operasional maupun publikasi konten di media sosial secara konsisten sejak November 2024. Kondisi ini, yang disebabkan oleh kesibukan masing-masing anggota tim, menunjukkan bahwa operasional bisnis sangat bergantung pada ketersediaan individu, sehingga rentan terhenti dan dinilai belum *sustain*.

B. Tinjauan Teoritis

Dalam sektor industri kreatif khususnya di bidang multimedia kreatif seperti Funia Creative, ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai di bidang produksi memegang peranan penting dalam menjamin kelancaran operasional produksi dan kualitas produk yang dihasilkan. (Ratna. et al., 2024) dalam penelitian mereka yang berjudul "*The Role of Innovation and Creativity in Business Management to Enhance SME Economy in the Creative Industry*"

menekankan bahwa inovasi dan kreativitas, yang menjadi fondasi utama dalam industri kreatif, sangat bergantung pada kapabilitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada. Jumlah sumber daya manusia (SDM) yang memadai juga memungkinkan pembagian tugas menjadi efektif dan efisien serta mempercepat alur kerja produksi.

Sejalan dengan penelitian tersebut, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) secara langsung dapat menghambat efisiensi proses produksi. Hal ini sesuai dengan teori produktivitas yang menyatakan bahwa produktivitas kerja sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan kualitas SDM (Cascio, 2018). Selain itu, kekurangan SDM tidak hanya berdampak pada operasional harian, tetapi juga membatasi kemampuan Funia Creative untuk beradaptasi dan berinovasi dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Oleh karena itu, penting bagi Funia Creative untuk menyeimbangkan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan memaksimalkan sumber daya yang ada melalui penerapan strategi *knowledge sharing* dan fleksibilitas kerja. Pernyataan tersebut diperkuat melalui riset yang dilakukan oleh (Setiadi & Handayani, 2018) dalam *Jurnal Manajemen Teknologi*, menunjukkan bahwa *knowledge sharing* antar tim Funia Creative merupakan elemen kunci dalam sistem sosial yang mendorong peningkatan kinerja individu dan organisasi [8].

Strategi *knowledge sharing* tersebut juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nonaka, 1994) berjudul “*A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation*”. Dalam penelitian tersebut menekankan pentingnya berbagi pengetahuan dan keterampilan antar tim untuk meningkatkan kapasitas kolektif. Dengan demikian, *knowledge sharing* tidak hanya meningkatkan keterampilan individu, tetapi juga memperkuat kemampuan tim Funia Creative secara keseluruhan dalam menghadapi tantangan produksi. Strategi *knowledge sharing* juga cocok digunakan oleh sebuah bisnis pemula seperti Funia Creative yang terkendala dalam sumber daya maupun finansial.

Selain ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai, sarana dan prasarana penunjang produksi juga memegang peranan penting dalam industri kreatif seperti Funia Creative. Teori manajemen operasional menyatakan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai dapat meningkatkan efisiensi dan

efektivitas proses produksi, yang kemudian akan berdampak pada kualitas produk akhir (Slack & Lewis, 2017). Namun, dalam industri kreatif sarana & prasarana tidak hanya mencakup peralatan yang bersifat teknis saja. Ruang kerja yang kondusif, nyaman, serta inspiratif juga dibutuhkan dalam mendukung produktivitas kerja (Florida, 2014).

Keterbatasan sarana dan prasarana, seperti yang dihadapi oleh Funia Creative, dapat menghambat kreativitas dan inovasi, serta memperlambat alur kerja produksi. Hal ini sejalan dengan teori kendala (*theory of constraints*) yang menyatakan bahwa setiap sistem memiliki kendala yang membatasi kinerjanya (Goldratt, 1990). Dalam kasus Funia Creative, kendala tersebut adalah keterbatasan sarana dan prasarana.

Sebagai bisnis multimedia kreatif yang baru dirintis, Funia Creative menghadapi tantangan sumber daya dan finansial yang terbatas untuk dialokasikan pada sarana dan prasarana penunjang produksi. Maka dari itu, opsi yang paling memungkinkan yaitu dengan menyewa peralatan produksi yang dibutuhkan disamping opsi memaksimalkan peralatan produksi yang ada. Dalam teori *leasing* atau sewa guna usaha dijelaskan bahwa sewa peralatan memungkinkan perusahaan untuk menggunakan aset tanpa harus memiliki kepemilikan aset tersebut (Myers et al., 1976). Sewa peralatan juga memungkinkan Funia Creative dalam mengalokasikan modal yang terbatas untuk kegiatan lain yang lebih strategis, seperti pemasaran maupun kegiatan operasional produksi lainnya. Hal senada juga diutarakan oleh (Prasetya, 2019), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengelolaan Sarana dan Prasarana Produksi untuk Usaha Kecil Menengah” beliau menawarkan solusi berupa sewa peralatan produksi bagi industri kecil seperti Funia Creative. Solusi ini dinilai lebih efektif dan efisien bagi UKM yang memiliki keterbatasan modal untuk membeli peralatan produksi sendiri. Dengan menyewa peralatan produksi, UKM dapat menghemat biaya perawatan peralatan.

Disisi lain, Funia Creative juga dapat memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada untuk kepentingan operasional produksi. Menurut teori *Resource-Based View* (RBV) yang dikemukakan oleh (Barney, 1991), sebuah perusahaan dapat unggul dalam persaingan jika mampu mengoptimalkan penggunaan sumber daya

yang dimilikinya. Dalam hal ini, Funia Creative dapat menerapkan sistem penjadwalan yang efektif untuk penggunaan peralatan bersama.

Setelah Funia Creative berinvestasi pada peralatan penunjang produksi, seluruh anggota tim Funia Creative wajib melakukan perawatan berkala terhadap peralatan tersebut. Menurut teori *Total Productive Maintenance* (TPM), penting untuk melakukan perawatan peralatan produksi yang melibatkan seluruh tim Funia Creative untuk meningkatkan efektivitas produksi (Gunawan & Irwanto, 2018). Permasalahan yang dihadapi Funia Creative mengenai keterbatasan alat produksi seperti kamera dan lensa, teori TPM dapat membantu memaksimalkan umur pakai alat dan meminimalkan *downtime*. "*Penerapan TPM yang komprehensif, yang mencakup perawatan otonom, perawatan terencana, dan peningkatan keterampilan operator, dapat meningkatkan efektivitas mesin dan mengurangi downtime produksi*" (Gunawan & Irwanto, 2018, hal. 60). Dengan demikian, teori TPM dapat membantu Funia Creative memaksimalkan proses produksi dengan sumber daya yang terbatas.

Optimalisasi alur kerja produksi merupakan aspek penting lainnya dalam industri kreatif, termasuk bagi Funia Creative, untuk menjamin kelancaran setiap proyek dari tahap *brainstorming* hingga *feedback*. Inefisiensi dan ketidakteraturan dalam proses produksi, yang diakibatkan oleh miskomunikasi, kurangnya SOP terstruktur, dan koordinasi tim yang lemah, menjadi hambatan utama. Hal ini selaras dengan temuan (Lee & Xia, 2010) dalam "*Toward agile: An integrated analysis of quantitative and qualitative agility in information systems development*" yang menegaskan pentingnya optimalisasi alur kerja untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

Dalam operasional produksi Funia Creative, penerapan manajemen proyek yang baik dapat membantu memastikan bahwa setiap alur kerja produksi berjalan sesuai jadwal dan anggaran. Hal tersebut sesuai dengan teori manajemen proyek yang dikemukakan oleh (Kerzner, 2017) bahwa penting bagi Funia Creative dalam memberikan kerangka kerja untuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian proyek.

Untuk memastikan optimalisasi alur kerja produksi berjalan lancar, Funia Creative juga perlu meningkatkan komunikasi yang efektif baik antar tim maupun kepada klien (Shockley-Zalabak, 2015). Dengan meningkatkan komunikasi antar anggota tim, Funia Creative dapat mengurangi miskomunikasi dan meningkatkan kolaborasi.

Selain komunikasi yang efektif, Standar Operasional Prosedur (SOP) tidak kalah penting dalam optimalisasi alur kerja produksi. Menurut teori Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dikemukakan oleh (Chandler, 1969), menekankan bahwa pentingnya dokumentasi proses kerja untuk memastikan konsistensi dan kualitas. Dengan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dan terstruktur, Funia Creative dapat memberikan panduan bagi anggota tim dalam melaksanakan tugas mereka. Disisi lain, penggunaan alat bantu manajemen proyek seperti *Google Calendar* juga dapat membantu Funia Creative dalam penerapan sistem manajemen proyek sekaligus meningkatkan Standar Operasional Prosedur (SOP).

Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Wardani & Narulita, 2023) yang berjudul "*Pemanfaatan Google Calendar Sebagai Upaya Meningkatkan Manajemen Waktu Dosen*", yang menunjukkan bahwa *Google Calendar* efektif dalam meningkatkan manajemen waktu. Dalam konteks Funia Creative, manajemen waktu yang baik adalah esensi dari manajemen proyek dan implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) yang efektif. Dengan *Google Calendar*, setiap tahapan alur produksi dapat dijadwalkan dengan jelas, tenggat waktu dapat ditetapkan, dan anggota tim dapat saling berkoordinasi melalui fitur berbagi kalender.

Membangun *sustainability* Funia Creative yang terkendala ketergantungan pada ketersediaan individu menuntut perumusan strategi komprehensif. Strategi ini mencakup penanganan alur kerja melalui *SOP* dan alat manajemen proyek yang krusial (Rahmawati & Suryana, 2024). Strategi ini juga didukung oleh upaya penambahan *SDM* (jika memungkinkan) dan *knowledge sharing* untuk membangun *sustainability* (Setiadi & Handayani, 2018), serta pengelolaan sarana/prasarana (sewa, perawatan) yang esensial untuk *output* konsisten demi mendukung

sustainability (Prasetya, 2019). Oleh karena itu, penulis menyusun analisis SWOT terkait permasalahan *sustainability* bisnis yang akan dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 3.1 Analisis SWOT Sustainability Bisnis Funia Creative

Aspek	Analisis
Strengths (Kekuatan)	Rencana pengaktifan ulang operasional bisnis karena tim sudah mulai bebas dari kesibukan. Disisi lain, tim inti Funia Creative tetap menjaga kesolidan dan berkomitmen untuk melanjutkan bisnis.
Weaknesses (Kelemahan)	Tidak adanya sistem operasional yang berkelanjutan; terlalu bergantung pada waktu luang anggota tim; tidak aktifnya media sosial dan pemasaran sejak November 2024.
Opportunities (Peluang)	Adanya kesempatan untuk <i>rebranding</i> dan membangun ulang kepercayaan pasar; meningkatnya kebutuhan UMKM akan jasa konten digital pasca-pandemi.
Threats (Ancaman)	Risiko kehilangan audiens dan klien akibat vakumnya operasional serta munculnya kompetitor baru yang lebih konsisten secara digital dan layanan.

C. Pemecahan Masalah

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) di Bidang Produksi

Keterbatasan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang produksi Funia Creative dapat diatasi dengan merekrut tenaga kerja baru atau menjalin kerjasama dengan pekerja lepas (*freelancer*) yang memiliki keahlian di bidang terkait, seperti fotografi, videografi, atau desain grafis. Namun, saat ini Funia Creative belum memiliki kemampuan finansial yang memadai. Sebagai solusi sementara, Funia Creative memilih opsi untuk melakukan berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing* mengenai keterampilan yang dimiliki oleh setiap anggota tim. Tim Funia Creative memilih opsi ini lantaran cocok untuk diterapkan pada bisnis pemula seperti halnya Funia Creative. Langkah ini akan mendorong

peningkatan kinerja individu maupun kelompok yang nantinya akan berdampak pada peningkatan efisiensi proses produksi, sesuai dengan pernyataan jurnal (Setiadi & Handayani, 2018) dan juga (Nonaka, 1994).

2. Keterbatasan Sarana dan Prasarana Penunjang Produksi

Dalam mengatasi keterbatasan sarana dan prasarana penunjang produksi, Funia Creative memilih opsi untuk melakukan sewa peralatan produksi tambahan pada saat-saat tertentu untuk menghindari pengeluaran modal yang besar (Prasetya, 2019), serta memungkinkan Funia Creative untuk menggunakan aset tanpa harus memiliki kepemilikan aset tersebut (Myers et al., 1976). Selain opsi menyewa peralatan produksi tambahan, tim Funia Creative khususnya bidang produksi juga memilih opsi untuk memaksimalkan sarana dan prasarana penunjang produksi yang tersedia dengan menerapkan sistem penjadwalan yang efektif untuk penggunaan peralatan bersama (Barney, 1991). Tim Funia Creative juga sepakat untuk meningkatkan kesadaran akan kebersihan alat produksi yang tersedia melalui perawatan berkala, yang berdampak pada umur pakai alat lebih lama meminimalkan *downtime* (Gunawan & Irwanto, 2018). Tujuan lain dari perawatan berkala pada peralatan produksi juga untuk meningkatkan kinerja selama proses produksi.

3. Alur Kerja Produksi Yang Belum Optimal

Optimalisasi alur kerja produksi juga penting dilakukan oleh Funia Creative utamanya oleh tim bidang produksi, untuk menjamin kelancaran setiap proyek dari tahap *brainstorming* hingga *feedback*. Oleh karena itu, tim Funia Creative sepakat untuk meningkatkan komunikasi yang efektif antar tim dan kepada klien melalui penunjukan koordinator tim Funia Creative yaitu Akbar Ari Wijaya sebagai penanggung jawab bidang pemasaran, kemudian dilakukan evaluasi berkala disetiap project yang sedang berlangsung maupun proyek yang telah selesai dikerjakan (Shockley-Zalabak, 2015).

Selain komunikasi yang efektif, tim Funia Creative bersepakat untuk menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pelaksanaan produksi

setiap proyek. Penerapan ini mencakup pembagian tugas dan penyusunan jadwal alur kerja produksi, yang diimplementasikan melalui alat bantu manajemen proyek seperti Google Calendar. Tujuan dari langkah ini adalah meningkatkan efektivitas manajemen waktu dan efisiensi alur kerja produksi (Wardani & Narulita, 2023).

Untuk mengatasi kelemahan dalam keberlanjutan operasional (*sustainability*), Funia Creative perlu menerapkan sistem kerja berbasis *shift* atau *freelance support* agar bisnis tetap berjalan meski anggota inti sedang tidak aktif (Rahmawati & Suryana, 2024). Selain itu, perlu disusun SOP kerja yang jelas dan mendokumentasikan seluruh proses produksi agar dapat direplikasi oleh personel lain. Penjadwalan konten sosial media secara otomatis juga bisa dimanfaatkan agar tetap ada aktivitas digital meski operasional sedang vakum. Terakhir, perekrutan anggota magang atau kolaborator dari mahasiswa dengan minat serupa bisa menjadi solusi jangka panjang untuk memperkuat keberlanjutan tim produksi.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sejak didirikan pada 5 Desember 2023, Funia Creative telah berhasil melaksanakan beberapa proyek layanan multimedia seperti fotografi wisuda dan desain grafis untuk UMKM. Selama proses perintisan, tim berhasil meningkatkan efisiensi produksi melalui penerapan SOP dan alat bantu manajemen proyek, menekan biaya produksi lewat sistem sewa peralatan, serta memperkuat kolaborasi tim dengan strategi *knowledge sharing*.

Namun, operasional bisnis sempat terhenti karena ketergantungan pada waktu luang tim, menunjukkan kelemahan pada aspek keberlanjutan (*sustainability*). Kendala ini menjadi pelajaran penting bahwa konsistensi operasional adalah kunci utama dalam mempertahankan eksistensi bisnis rintisan di sektor kreatif.

Meskipun menghadapi berbagai keterbatasan, Funia Creative menunjukkan potensi yang menjanjikan sebagai bisnis multimedia kreatif. Keberhasilan dalam mengelola beberapa proyek dan respon positif dari klien menjadi indikator bahwa layanan yang ditawarkan relevan dan dibutuhkan pasar.

B. Saran

Berdasarkan hasil evaluasi selama masa perintisan, terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki untuk mendukung keberlanjutan operasional Funia Creative. Saran-saran berikut disusun secara realistis berdasarkan kendala lapangan, agar pengelolaan bisnis ke depan lebih adaptif, efisien, dan tidak bergantung pada kondisi personal.

1. Funia Creative perlu memperkuat SOP dan manajemen proyek dengan menyusun panduan kerja yang sederhana, praktis, dan mudah diterapkan di setiap skala proyek, agar koordinasi tim lebih efisien dan tidak menimbulkan tumpang tindih tugas.

2. Funia Creative menyadari pentingnya menjaga keberlanjutan operasional, sehingga akan menerapkan sistem kerja berbasis shift, serta mempertimbangkan kolaborasi dengan freelancer untuk memastikan proses produksi tetap berjalan meski anggota inti sedang tidak aktif.

3. Funia Creative berkomitmen untuk kembali mengaktifkan media sosial secara konsisten dengan memanfaatkan fitur penjadwalan konten agar komunikasi digital tetap terjaga, meningkatkan kepercayaan klien, dan menjaga eksistensi bisnis di ruang publik.

4. Funia Creative juga akan mulai menerapkan evaluasi proyek berbasis KPI, seperti ketepatan waktu, kualitas hasil, dan kepuasan klien, untuk memantau performa tim secara objektif dan mendorong perbaikan berkelanjutan.

5. Sebagai pembelajaran dari pengalaman bisnis ini, Funia Creative memahami bahwa komitmen waktu, komunikasi yang terbuka, dan tanggung jawab bersama adalah fondasi utama untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis rintisan di industri kreatif.

6. Target untuk mendapatkan klien UMKM lebih banyak tidak terpenuhi karena sebagian besar UMKM enggan atau belum bersedia diajak kerja sama dengan Funia Creative. Maka dari itu, perlu adanya usaha ekstra seperti jemput bola kepada pelaku UMKM untuk diajak kerja sama menggunakan layanan Funia Creative.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, April 25). *Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Meningkatkan Usai Pandemi*. Databoks.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Cascio, W. F. (2018). *Managing Human Resources* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chandler, A. D. (1969). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise* (Revised). MIT Press.
- Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class--Revisited: Revised and Expanded* (Revised and Expanded). Basic Books.
- Goldratt, E. M. (1990). *What is this Thing Called Theory of Constraints and how Should it be Implemented?* (Illustrated). North River Press.
- Gunawan, L., & Irwanto, D. (2018). Penerapan total productive maintenance (TPM) untuk meningkatkan efektivitas mesin produksi. *Jurnal Teknik Industri*, 14(1), 50–65.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Data Statistik UMKM Indonesia 2022*.
- Kerzner, H. (2017). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (12th ed.). Wiley.
- Lee, G., & Xia, W. (2010). Toward Agile: An Integrated Analysis of Quantitative and Qualitative Field Data. *Management Information Systems Quarterly*, 34(1), 87–114. <https://doi.org/10.2307/20721416>
- Madani, A. (2022). *Pengertian Ekonomi Kreatif: Ciri-Ciri, Jenis, dan Manfaatnya Bagi Negara Indonesia*. Gramedia.Com.
- Myers, S. C., Dill, D. A., & Bautista, A. J. (1976). Valuation of Financial Lease Contracts. *Journal of Finance*, 31(3), 799–819.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14–37.
- Prasetya, B. (2019). Strategi Pengelolaan Sarana dan Prasarana Produksi untuk Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 18, 125–135.

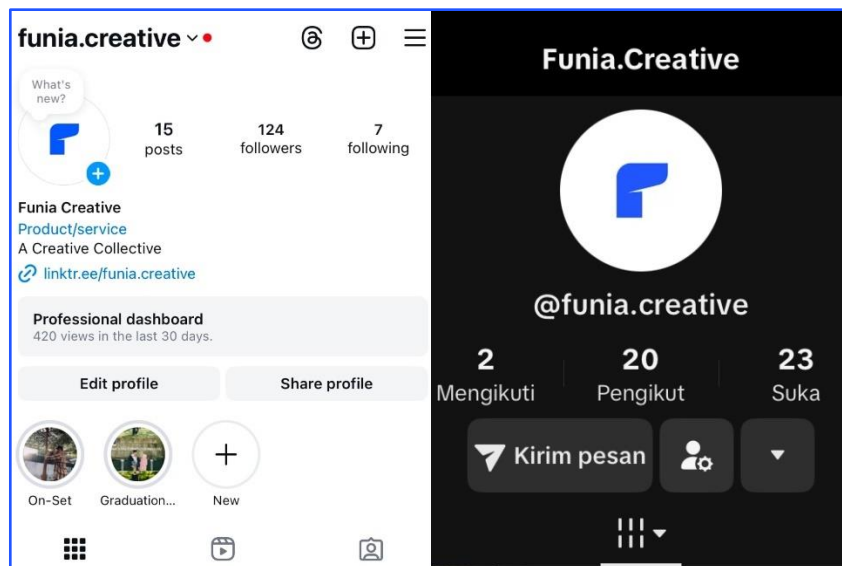
- Prawirosentono, S. (2017). *Kinerja & Motivasi Karyawan, Membangun Organisasi Kompetitif Era Perdagangan Bebas Dunia* (1st ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Rahmawati, F., & Suryana, N. N. (2024). Pentingnya Standar Operasional Prosedur (SOP) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Konsistensi Operasional Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 1(3), 1–15.
- Ratna., Purnomo, Y. J., & Sutrisno. (2024). The Role of Innovation and Creativity in Business Management to Enhance SME Economy in the Creative Industry. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 858–871.
- Setiadi, A., & Handayani, P. W. (2018). Pengaruh Knowledge Sharing terhadap Kinerja Karyawan: Studi Kasus pada Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 17(1), 50–65.
- Shockley-Zalabak, P. (2015). *Fundamentals of Organizational Communication: Knowledge, Sensitivity, Skills, Values* (9th ed.). Pearson.
- Slack, N., & Lewis, M. (2017). *Operations Strategy*. Pearson.
- Suhayati, M. (2023). *Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Mendorong Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan*.
- The Institute for Development of Economics and Finance. (2024, January 23). *PERAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA*. INDEF.
- Wardani, S. K., & Narulita, S. D. (2023). Pemanfaatan Google Calendar Sebagai Upaya Meningkatkan Manajemen Waktu Dosen. *Jurnal Pendidikan*, 11(2), 89–97.

LAMPIRAN

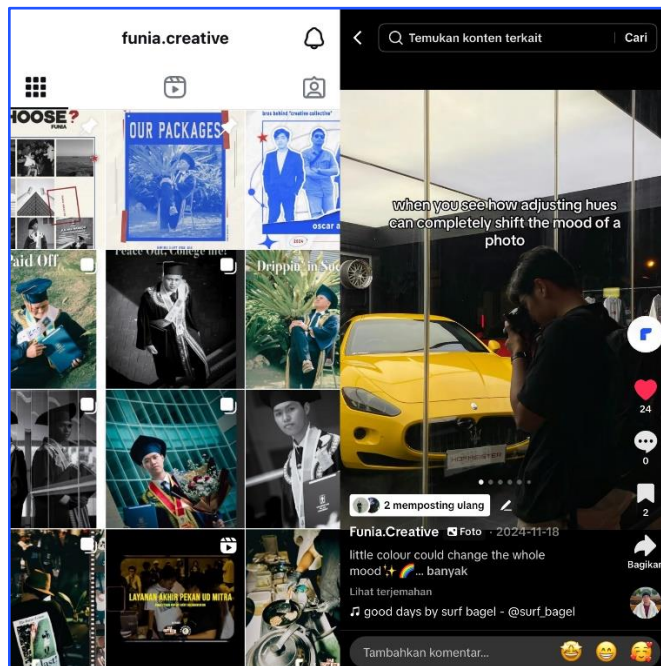
A. Profil Bisnis Funia Creative



Gambar 4.1 Logo Funia Creative



Gambar 4.2 Akun Sosial Media (Instagram dan Tiktok) Funia Creative



Gambar 4.3 Konten Instagram dan Tiktok Funia Creative

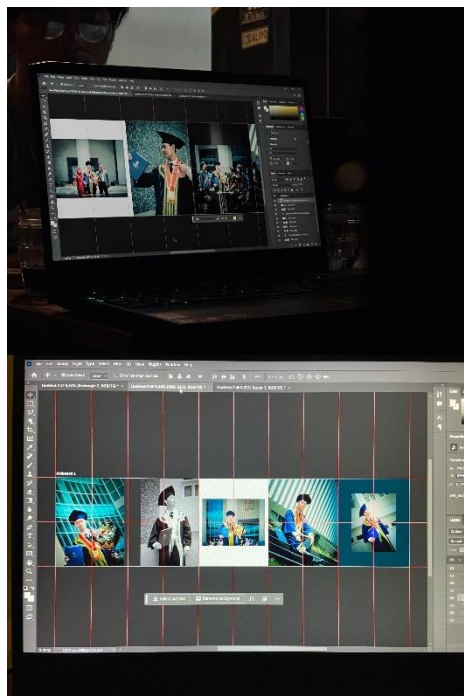


Gambar 4.4 Anggota Tim Funia Creative

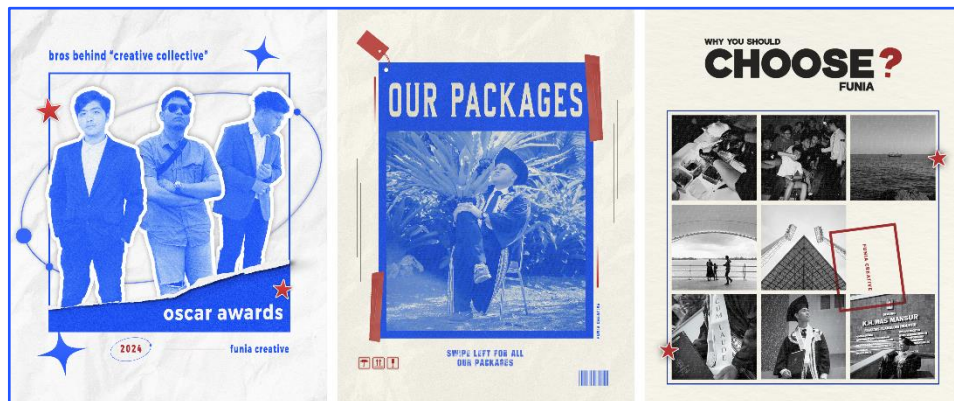
B. Kegiatan Operasional Produksi Funia Creative



Gambar 4.5 Dibalik Layar Pengerjaan Project Desain Grafis UMKM



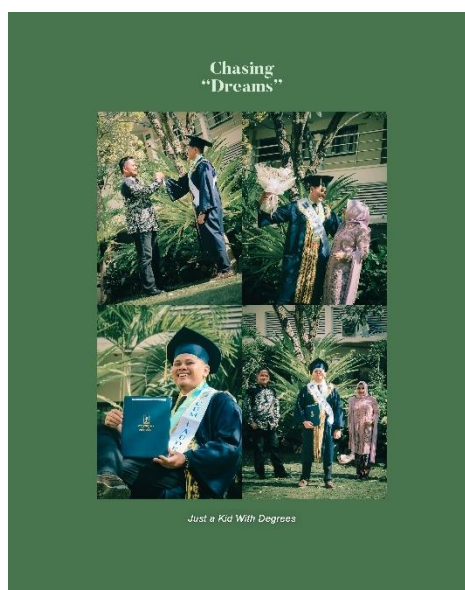
Gambar 4.6 Dibalik Layar Pengerjaan Project Fotografi Wisuda



Gambar 4.7 Hasil Project Internal Funia Creative

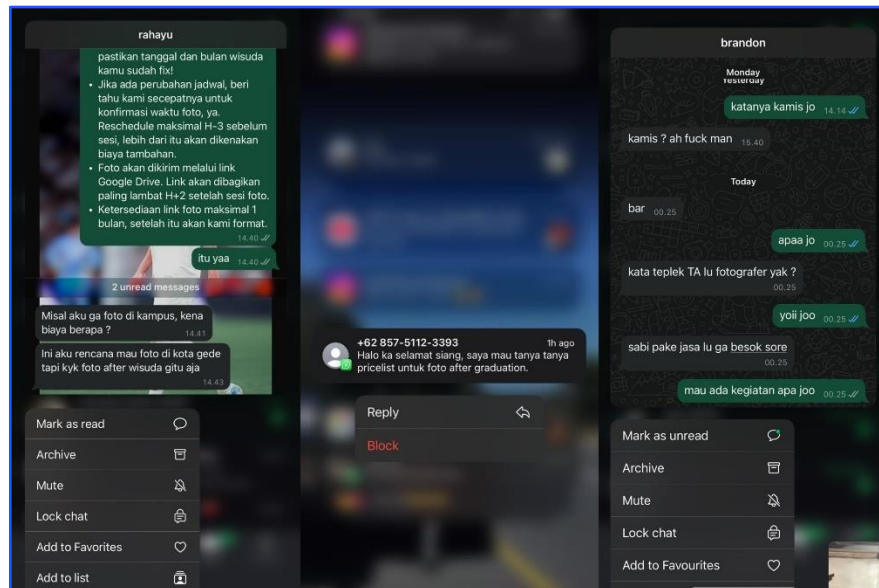


Gambar 4.8 Hasil Desain Poster Project Desain Grafis UMKM



Gambar 4.9 Hasil Carousel Foto Project Fotografi Wisuda

C. Komunikasi Funia Creative Dengan Klien



Gambar 4.10 Komunikasi dengan Klien Organik Funia Creative

D. Laporan Kas Harian Funia Creative

Tabel 4.1 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan September

No.	Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1.	5/09/24	Suntikan Modal dari salah satu anggota tim (Akbar)	Rp 708.500		Rp 708.500
2.	28/09/24	Pendapatan fotografi wisuda Ayie	Rp 200.000		Rp 908.500
3.	28/09/24	Sewa Kamera		Rp 54.500	Rp 854.000
4.	28/09/24	Biaya Operasional (Transportasi, makan dan minum)		Rp 89.000	Rp 765.000
5.	29/09/24	Pendapatan fotografi wisuda Farkhan	Rp 200.000		Rp 965.000

6.	29/09/24	Biaya Operasional (Transportasi, makan dan minum)		Rp 89.000	Rp 876.000
Saldo akhir bulan September 2024			Rp 876.000		

Tabel 4.2 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan Oktober

No.	Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1.	1/10/24	Sisa saldo Funia Creative Bulan September	Rp 876.000		Rp 876.000
2.	23/10/24	Uang muka desain grafis UMKM Managiah Group	Rp 200.000		Rp 1.076.000
3.	26/10/24	Biaya operasional (transportasi, makan, minum, snack)		Rp 100.000	Rp 976.000
4.	28/10/24	Biaya operasional (transportasi, makan, minum, snack)		Rp 100.000	Rp 876.000
Saldo akhir bulan Oktober 2024			Rp 876.000		

Tabel 4.3 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan November

No.	Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1.	1/11/24	Sisa saldo Funia Creative Bulan Oktober	Rp 876.000		Rp 876.000
2.	3/11/24	Pelunasan desain grafis UMKM Managiah Group	Rp 100.000		Rp 976.000
3.	27/11/24	Pendapatan fotografi wisuda Ervan	Rp 240.000		Rp 1.216.000
4.	29/11/24	Pendapatan fotografi wisuda Daffa	Rp 270.000		Rp 1.486.000

5.	29/11/24	Sewa Kamera		Rp 54.000	Rp 1.432.000
6.	30/11/24	Pendapatan fotografi wisuda Laila	Rp 270.000		Rp 1.702.000
7.	30/11/24	Biaya operasional (transportasi, makan, minum, snack)		Rp 68.000	Rp 1.634.000
Saldo akhir bulan November 2024			Rp 1.634.000		

Tabel 4.4 Laporan Kas Harian Funia Creative Bulan Desember

No.	Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1.	1/12/24	Sisa saldo Funia Creative Bulan November	Rp 1.634.000		Rp 1.634.000
2.	1/12/24	Biaya operasional (transportasi, makan, minum, snack)		Rp 44.000	Rp 1.590.000
3.	2/12/24	Biaya operasional (transportasi, makan, minum, snack)		Rp 20.000	Rp 1.570.000
4.	5/12/24	Biaya operasional (transportasi, makan, minum, snack)		Rp 30.000	Rp 1.540.000
5.	7/12/24	Pembagian hasil anggota tim Funia Creative		Rp 1.480.000	Rp 60.000
Saldo akhir bulan Desember 2024			Rp 60.000		

RIWAYAT PENULIS

Penulis dengan nama lengkap Farras Rizqi Muhadzdzib atau akrab disapa Farras, lahir di Semarang pada tanggal 21 Februari 2002. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan suami istri Surya Bawana dan Siti Masrofah. Penulis berdomisili di Kota Semarang, Jawa tengah. Penulis menempuh pendidikan di SDN Ngaliyan 1 2008-2014, SMPN 1 Semarang 2014-2017, SMAN 7 Semarang 2017- 2020, dan melanjutkan pendidikan S1 di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Penulis memiliki minat yang tinggi dalam bidang seni rupa dan olahraga, sehingga penulis sering melakukan aktivitas menggambar, melukis dan juga bermain sepak bola maupun futsal jika terdapat waktu senggang. Selain itu, penulis juga memiliki ketertarikan tinggi dalam bidang seni visual, seperti fotografi, videografi, maupun desain grafis.

Selama masa perkuliahan, penulis aktif mengikuti beberapa organisasi dan kepanitiaan, seperti FKEI UII dan juga I-Safe. Ketertarikan yang tinggi dalam seni visual dimanfaatkan oleh penulis untuk mengasah kemampuan atau *softskill*, baik itu teknik pemotretan, pemahaman editing, dan lain-lain, serta mencari pengalaman baru yang berguna untuk menambah portofolio melalui keaktifan dalam berorganisasi atau kepanitiaan tersebut. Semoga penulisan laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis Dunia Creative dalam bidang produksi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.