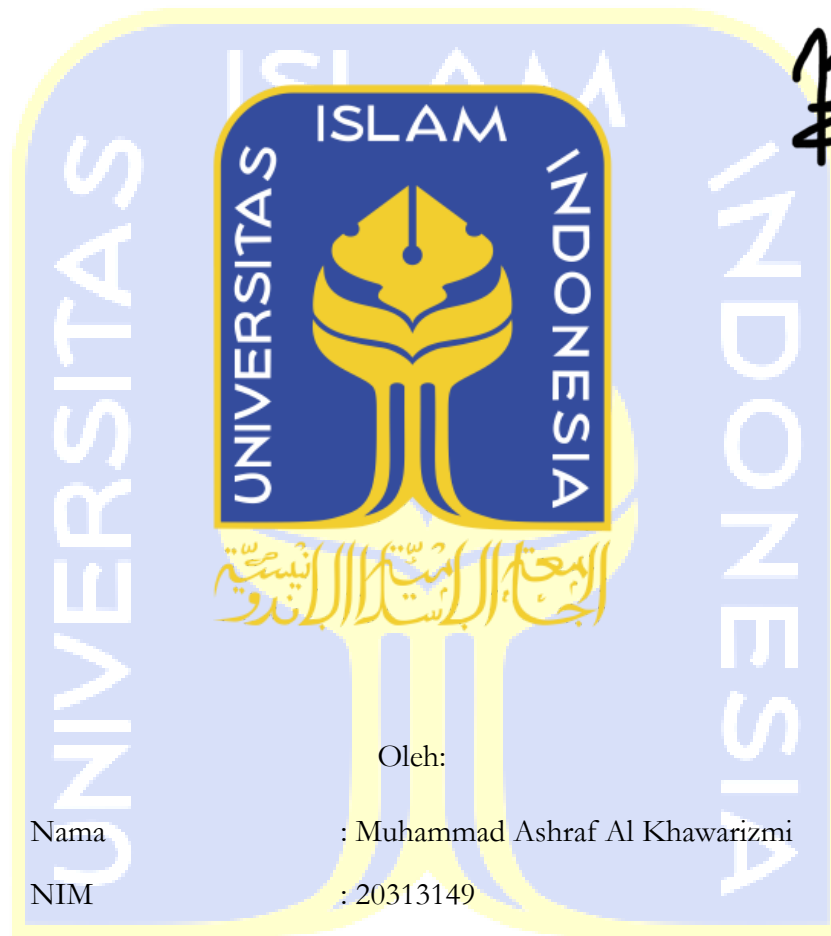


Usaha Rumah Produksi dengan Menambahkan Konsep

Cinemagraph dan Human Interest Style

TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS



Oleh:

Nama : Muhammad Ashraf Al Khawarizmi

NIM : 20313149

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

Usaha Rumah Produksi dengan Menambahkan Konsep

Cinemagraph dan Human Interest Style

TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1
Program Studi Ekonomi Pembangunan,
pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Muhammad Ashraf Al Khawarizmi

NIM : 20313149

Program Studi : Ekonomi Pembangunan



PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis dengan sungguh-sungguh di dalamnya tidak terdapat plagiasi yang tercantum dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila nantinya terbukti terdapat tindakan plagiasi, saya siap bertanggung jawab menerima segala bentuk hukuman/sanksi yang berlaku.

Yogyakarta, 24 Juni 2024

Penulis,



M Ashraf Al Khawarizmi

NIM.20313149

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 645/Ka.Div/10/Div.PP/V/2024

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Muhammad Ashraf Al Khawarizmi**
Nomor Mahasiswa : **20313149**
Dosen Pembimbing : **Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.EK.**
Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
Judul Karya Ilmiah : **Usaha Rumah Produksi dengan Menambahkan Konsep
*Cinemagraph dan Human Interest Style***
Nomor Hp : **085363546629**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **2% (dua persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 20 Mei 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,



Suwardi, S.IP., M.IP.

LEMBAR PENGESAHAN

Usaha Rumah Produksi dengan Menambahkan Konsep
Cinematograph dan Human Interest Style

Nama : Muhammad Ashraf Al Khawarizmi
NIM : 20313149
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 24 Juni 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.EK

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan rasa syukur kepada Allah SW'T atas berkat, rahmat, dan hidayah yang berlimpah sehingga saya diberikan kesempatan untuk bisa menyelesaikan laporan tugas akhir perintisan bisnis. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu menjadi suri tauladan bagi saya khususnya beserta umat Muslim lainnya dan menjadi penyelamat dari zaman kegelapan hingga zaman yang penuh kebaikan. Kupersembahkan laporan tugas akhir ini untuk orang-orang yang kucintai dan kusayangi yang selalu memberikan dukungan moral dan selalu hadir di masa sulit saat mengerjakan laporan ini. Ashraf yang sekarang bukanlah apa-apa tanpa bantuan dari kalian semua, jadi terimalah persembahan ini.

Terima kasih tak terhingga untuk kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang selalu mendukung segala hal yang saya lakukan. Untuk bisa sampai di titik ini tentu tidak lepas dari jutaan doa yang dikeluarkan oleh Mama, Bapak, dan Adik-adikku, maka gelar ini kupersembahkan untuk kalian.

Kemudian ucapan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis, Ibu Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.E.K. yang sudah membimbing dari awal pengerjaan proposal hingga bisa sampai pada titik ini. Terimakasih juga untuk seluruh dosen dan staff di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII, yang sudah mengajarkan banyak hal selama kurang lebih 4 tahun ini.

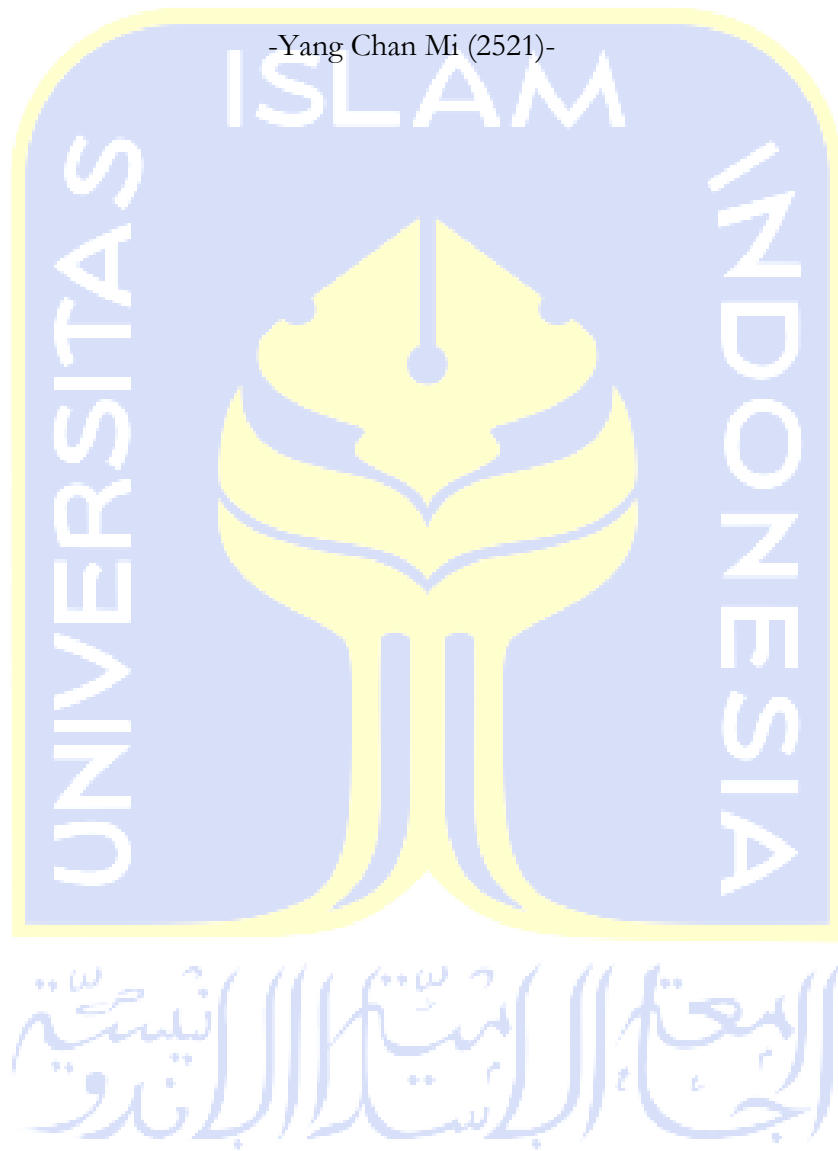
Persembahan terakhir untuk semua teman-teman yang menjadi saksi perjuanganku selama berkuliah di Jogja. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik untukku disini. Ini baru permulaan untuk kita semua, mari melanjutkan step selanjutnya di kehidupan yang sebenarnya.

Doa terbaik untuk kalian semua yang sudah membantu setiap proses yang terjadi pada pengerjaan tugas akhir ini. Semoga kalian mendapatkan keberkahan dan ketenangan dalam hidup kalian. Amin

MOTTO

Setiap kau merasa lelah, ingatlah betapa sulit kau memulainya.

-Yang Chan Mi (2521)-



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatub

Dengan mengucapkan rasa syukur, *Alhamdulillah Robbil 'Aalamiin*, Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan banyak sekali nikmat, termasuk nikmat ilmu pengetahuan yang saat ini bisa kita rasakan sekarang. Shalawat dan salam terus kita haturkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW, semoga syafaat beliau selalu menyertai kita semua. Atas izin Allah SWT, penulis akhirnya bisa menyelesaikan Proposal Perintisan Bisnis **“Usaha Rumah Produksi dengan Menambahkan Konsep *Cinemagraph* dan *Human Interest Style*”** dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini merupakan prasyarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis memutuskan untuk mengambil tugas akhir di bidang perintisan bisnis, dikarenakan penulis ingin memiliki sebuah usaha jika telah menyelesaikan gelar sarjananya nanti. Penulis berharap dapat menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan saat berada di kampus untuk menjalankan usaha dengan baik dan dapat berkontribusi dalam pengembangan industri rumah produksi di Indonesia, terutama di Yogyakarta.

Banyak sekali pihak yang turut terlibat pada proses penyelesaian proposal perintisan bisnis ini. Ribuan doa, ratusan dukungan dan bantuan, puluhan kali bimbingan dan arahan, dan sampailah pada titik ini. Maka dari itu, dengan tulus dari lubuh hati yang paling dalam penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT. Sang Pencipta. Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyanyang. Engkau telah memberikan keberkahan yang tak terhitung banyaknya dan sudah menghidupi hidupku dengan berbagai keajaiban yang ada. Di setiap langkahku, Engkau menuntun dan memberikan perlindungan dengan seluruh kasih sayangmu yang tiada habisnya.

2. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CfrA. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Abdul Hakim, S.E., M.Ec. selaku Ketua Prodi Ilmu Ekonomi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.EK. selaku dosen pembimbing Proposal Perintisan Bisnis yang selalu memberikan bimbingan dan arahan meski ditengah kesibukannya, sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Ibu dan Bapak dosen dan staff karyawan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang menjadi saksi perjalanan pendidikan penulis.
6. Mama dan Bapak. Sumber cinta dan kekuatan dalam hidupku. Terima kasih untuk kasih sayang yang tak terhingga. Terima kasih untuk semua pengorbanan yang kalian lakukan sehingga membuatku sampai di titik ini. Dan untuk adik-adikku, Sahih, Hazairin, dan Hafizh, terima kasih atas seluruh dukungan tanpa henti. Seluruh harapan dari kalian, kuusahakan terwujud.
7. Elsa Dhea Lestari. Teman dalam setiap perjalananku. Terima kasih atas setiap dukungan, bantuan, dan senyuman sehingga membuatku terus semangat dan berkembang pada proses hidup ini.
8. Geng Badannya Besar (Pattila Mufid, Galih), yang sudah menemani masa perkuliahanku sehingga menjadi sangat menyenangkan. Kemudian, untuk Penghuni Kost Muslim (Hafizh, Rio, Farhan, Dudy, Dimas) yang selalu menghibur hari-hariku dikala bosan dan jenuh. Serta seluruh teman teman 10 Daqu Jogja yang turut serta membuat hidup di Yogyakarta menjadi menyenangkan.
9. Keluarga Marketing and Communication FBE UII periode 2023/2024 yang telah memberikan penulis banyak sekali pengalaman baru.
10. Game Valorant yang menjadi tempat pelarian penulis dari kejenuhan dan penat dari kuliah.

Penulis mengakui penulisan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis sangat bangga telah mencapai titik ini. Penulis mendoakan semua orang yang turut andil membantu proses pengerjaan proposal Perintisan Bisnis ini mendapatkan keberkahan di dunia maupun di akhirat nanti. Terakhir, semoga proposal perintisan bisnis ini bisa bermanfaat dan memberikan dampak pada berjalannya industri rumah produksi yang ada di Indonesia, khususnya di Yogyakarta.

Aamiin Yaa Rabbal Alamiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 9 Mei 2024

Penulis

Muhammad Ashraf Al Khawarizmi

NIM. 20313149

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1. Tujuan Program.....	3
1.4 Luaran yang Diharapkan.....	4
1.5 Manfaat Program.....	4
BAB II	5
TELAAH PUSTAKA	5
2.1. Analisis <i>Value Added</i> , <i>Porter's Five Force</i>	5
2.2. Teori <i>Business Model Canvas</i>	7
BAB III	10
METODE PELAKSANAAN	10
3.1 Gambaran Umum Rencana Bisnis.....	10
3.1.1 Gambaran Umum Rencana Bisnis.....	10

3.1.2	Gambaran Proses Perintisan Usaha.....	11
3.1.3	Gambaran Proses Perintisan Usaha.....	12
3.1.4	Proses Pelaksanaan Produksi.....	14
3.2	Gagasan Kegiatan Bisnis.....	16
3.3	Analisis Peluang Pasar.....	17
3.3.1	<i>Segmentation</i>	17
3.3.2	<i>Targeting</i>	18
3.3.3	<i>Positioning</i>	19
3.4	Analisis Kelayakan Bisnis.....	19
3.4.1	Aspek Pemasaran	20
3.4.2	Aspek Hukum.....	21
3.4.3	Aspek Ekonomi.....	21
3.4.4	Aspek Keuangan.....	22
BAB IV		26
PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS		26
4.1	Realisasi Perkembangan Rencana dan Jadwal Perintisan Bisnis	26
4.1.1	Profil Bisnis.....	26
4.2	Realisasi Anggaran Perintisan Bisnis.....	29
4.3	Identifikasi Masalah dan Pemecahannya	31
4.4	Analisa Pelaksanaan Usaha	32
4.5	Analisa Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis.....	32
BAB V		35
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		35

5.1	Kesimpulan	35
5.2	Rekomendasi.....	38
DAFTAR PUSTAKA		39



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Business Model Canvas</i>	8
Tabel 3.1 Segmentasi Pasar Dekap.inc.....	17
Tabel 3.2 Biaya Harga Pokok Jasa	23
Tabel 4.1 Anggaran Aset Alat Produksi	28
Tabel 4.2 Anggaran Aset Alat Produksi	29
Tabel 4.3 Tabel Jadwal Kegiatan	29
Tabel 4.4 Proyek yang sudah dikerjakan oleh Dekap.inc	31

الجمعة الإسلامية الاندونيسية

DAFTAR GAMBAR

Tabel 3.1 Logo Dekap.inc.....	10
Tabel 3.2 Proses pengerjaan client pertama Dekap.inc	11
Tabel 3.3 Kamera Sony A6400 dan Lensa Kit.....	12
Tabel 3.4 Memori Sandisk 32 GB.....	12
Tabel 3.5 Laptop Acer Nitro 5	13
Tabel 3.6 Tripod Takara 173A	13
Tabel 3.7 Hardisk 500 GB	13
Tabel 3.8 Hasil Foto untuk Peluk Produk	14
Tabel 3.9 Hasil Foto untuk Selamat Lulus!.....	14
Tabel 3.10 Hasil Foto untuk Peluk Momen.....	14
Tabel 3.11 Contoh <i>visual board</i> pada <i>pre-production</i>	15
Tabel 3.12 Proses pengerjaan produk	15
Tabel 3.13 Proses <i>editing</i> foto dan pemberian link ke <i>client</i>	16
Tabel 3.14 Total <i>Insight</i> di akun Instagram Dekap.inc.....	21
Tabel 3.15 Total <i>Ad Insight</i> di akun Instagram Dekap.inc.....	21

Usaha Rumah Produksi dengan Menambahkan Konsep

Cinemagraph dan *Human Interest Style*

Muhammad Ashraf Al Khawarizmi

NIM. 20313149

ABSTRAK

Usaha rumah produksi merupakan salah satu usaha yang berkembang dengan cepat pada era digital saat ini. Kebutuhan untuk memproduksi konten visual di berbagai lini pekerjaan membuat rumah produksi banyak dilibatkan pada proses kreatif dan pembuatannya. Hal ini membuat jenis usaha seperti ini banyak diminati oleh para pekerja kreatif.

Dengan menjamurnya rumah produksi yang ada di Indonesia, khususnya di Yogyakarta, Dekap menambahkan konsep berupa penggunaan teknik *Cinemagraph* dan *Human interest style* sebagai nilai tambah dan meningkatkan daya tarik pada konten yang di produksi. Konsep *Cinemagraph* merupakan konsep yang membuat sebagian foto bergerak dan membekukan sisanya.

Pentingnya menambahkan inovasi pada usaha rumah produksi dikarenakan industri kreatif terus berkembang pesat dan kebutuhan pasar berubah secara dinamis. Terciptanya inovasi bukan sekedar mengikuti tren yang terjadi, tetapi bagaimana rumah produksi bisa mendorong limit kreatif dan memberikan ide dan gagasan yang segar pada industri ini. Itulah yang membuat rumah produksi tetap relevan dan bisa bersaing di industri yang kompetitif seperti ini.

Kata kunci: rumah produksi, *client*, *cinemagraph*, foto

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat dan menjadi sebuah fenomena yang relevan pada perekonomian dunia saat ini. Menandai peralihan dari model tradisional menjadi perekonomian yang berbasis ide dan inovasi. Didukung dengan teknologi yang semakin canggih dan dinamika globalisasi, membuat industri kreatif menjadi sorotan. Industri ini menjadi tempat untuk mengasah kreativitas bagi para pelaku industri khususnya para kalangan muda. Industri kreatif memiliki pasar yang masih sangat besar dan akan terus meningkat. Kreatifitas dan ilmu pengetahuan adalah dua hal yang saling berkaitan jika ingin menghasilkan inovasi baru dan ingin bersaing di pasar yang persaingannya sengit. Berhasil memanfaatkan kreatifitas akan menghasilkan bermacam produk dan jasa yang membuat pendapatan naik. Sehingga industri kreatif pada dasarnya adalah salah satu elemen dari ekonomi kreatif yang menciptakan produk menggunakan kreatifitas dan kecerdikan manusia. Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang mendahulukan kreativitas dan informasi yang mengandalkan pengetahuan dari SDM sebagai faktor produksi. Pada ilmu ekonomi, terdapat empat beberapa produksi yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, dan manajemen. (Arjana 2016,227).

Keseriusan pemerintah Indonesia untuk menaikkan industri kreatif ditunjukkan dengan dibuatnya Badan Ekonomi Kreatif melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 tahun 2015 perihal Badan Ekonomi Kreatif. Saat ini, industri kreatif di Indonesia termasuk dalam tanggungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Menurut data yang diberikan Kemenparekraf tahun 2022, usaha ekonomi kreatif di Indonesia mencapai angka 15.898 dan 14.685 untuk usaha pariwisata. Angka ini akan meningkat setiap tahunnya sehingga peluang industri kreatif untuk turut

serta dalam memajukan perekonomian Indonesia sangatlah besar.

Industri kreatif Indonesia menunjukkan keragaman yang signifikan, sejak terbentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) terhitung sudah ada 16 subsektor yang menjadi komponen dari ekonomi kreatif di Indonesia, yaitu: Kuliner, Fashion, Musik, Periklanan, Rumah Produksi, Penerbitan, Tv dan Radio, Arsitektur, Kerajinan, Perancang Game dan Aplikasi, Musik, dan masih banyak lagi. Di antara berbagai pilihan yang sudah disebutkan, usaha rumah produksi dapat menjadi pilihan yang menjanjikan. Rumah produksi menurut Laksono (dalam Ayuningtyas, 2008 : 40) yaitu badan usaha yang mampu menghasilkan program audio dan audio visual yang dapat ditampilkan dihadapan orang-orang baik secara langsung ataupun melalui *broadcasting house*. Sistem yang ada pada rumah produksi juga berbeda dengan perusahaan lain. Rumah produksi dinilai lebih fleksibel dalam pengerjaannya dan tidak bersifat birokratis yang membuat para pekerja lebih santai dan dapat berfikir kreatif serta dapat menghargai ide satu sama lain. Rumah produksi sendiri banyak dibutuhkan oleh berbagai macam pelaku bisnis baik usaha kecil maupun usaha besar untuk proses produksi iklan, foto produk ataupun pembuatan logo. Tidak hanya pelaku bisnis, bahkan dari pemerintah membutuhkan rumah produksi untuk menghasilkan video iklan dan *company profile*. Ditambah lagi dengan kebutuhan foto untuk mengabadikan momen penting seperti wisuda, pernikahan, ulang tahun dan banyak momen lainnya. Jasa rumah produksi bisa menjadi tempat mereka mengabadikan momen penting tersebut. Maka dari itu, usaha rumah produksi ini memiliki peluang besar untuk menjadi usaha yang bisa mendapat banyak keuntungan. Walaupun perlu diakui, mendirikan rumah produksi bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilakukan. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam membuat bisnis ini. Modal yang dibutuhkan pun tidaklah sedikit. Tetapi, dengan keinginan dan *passion* yang dimiliki penulis untuk menciptakan rumah produksi, semua hal berat tersebut akan dijalani dengan usaha yang keras. Usaha rumah produksi yang ingin penulis buat tentunya akan berbeda dengan rumah produksi lain. Penulis menambahkan inovasi berupa konsep *Cinemagraph*. Konsep *Cinemagraph* merupakan animasi GIF yang membuat sebagian foto bergerak dan membekukan sisanya. Konsep seperti ini pertama kali diperkenalkan oleh fotografer asal New York, *Jemie Beck &*

Kevin Burg. Mereka membuat banyak karya *Cinemagraph* untuk *brand-brand* terkenal di dunia. Karena menghasilkan bentuk foto yang unik, maka konsep ini banyak digunakan pada pengiklanan sebuah produk di *website*. Konsep ini membuat hasil foto terlihat lebih menarik dan dapat menambah nilai dari sebuah produk yang ingin ditampilkan. Penulis berharap dengan menambah konsep *Cinemagraph* pada bisnis rumah produksi Dekap, diharapkan mampu memberikan sebuah warna baru sekaligus menjadi daya tarik bagi para calon *client*. Dengan *taste* dan pandangan visual yang berbeda, rumah produksi yang dijalankan oleh penulis diharapkan mampu menghasilkan karya-karya yang bisa memberikan pesan dan manfaat kepada orang yang menyaksikan. Kami juga ingin memberikan kesan yang nyaman pada proses *pre production*, *production* & *post production* kepada para *client* sehingga mereka bisa berekspresi dan memberikan idenya secara bebas. Kami berharap hasil produksi yang kita buat bisa memberikan keuntungan dan *impact* kepada para *client*.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah menuliskan latar belakang masalah, penulis merumuskan masalah yang akan dibahas pada proyek perintisan bisnis ini, yaitu:

- a. Bagaimana memulai dan melaksanakan bisnis rumah produksi
- b. Bagaimana proses pengembangan untuk bisnis rumah produksi.
- c. Bagaimana mempertahankan keberlangsungan usaha rumah produksi agar tetap bisa bersaing dengan para pesaing.

1.3 Tujuan Program

Setelah menuliskan rumusan masalah, penulis memaparkan tujuan dari proyek perintisan bisnis ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana memulai dan pelaksanaan bisnis rumah produksi.
- b. Untuk mengetahui bagaimana proses pengembangan bisnis rumah produksi.
- c. Untuk mengetahui bagaimana proses pengembangan bisnis rumah produksi.

- d. Untuk mengetahui bagaimana cara mempertahankan keberlangsungan usaha rumah produksi agar tetap bisa bersaing dengan para pesaing

1.4 Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan penulis setelah memulai perintisan bisnis rumah produksi ini adalah mampu belajar untuk memulai dan melaksanakan bisnis sekaligus menerapkan ilmu yang sudah diajarkan oleh universitas. Selain itu, penulis berharap bisnis rumah produksi yang dimualai mampu memberikan inovasi pada produksi projek yang dilakukan dan mampu menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan memberikan dampak bagi penulis, *client*, dan semua orang yang terlibat.

1.5 Manfaat Program

Dengan pengalaman yang dimiliki oleh penulis di industri ini, tentu akan memudahkan dalam proses pra-produksi, produksi, dan post produksinya. Ini menjadi pengalaman tambahan penulis membuat sebuah rumah produksi dan mengajak orang-orang yang mempunyai passion yang sama di industri ini.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Analisis *Value Added, Porter's Five Force*

Sebelum memutuskan untuk membentuk Dekap.inc, penulis terlebih dahulu melakukan analisis untuk mendapatkan gambaran yang terjadi di lapangan dan mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada industri rumah produksi. Penulis menggunakan metode analisis *Porter's Five Force*. Analisis *Porter's Five Force* adalah sebuah metode yang dibuat oleh Michael Porter untuk menganalisis strategi bisnis yang ingin dikembangkan atau analisis lingkungan kompetitif sebagai kontribusi terhadap daya saing dan keunggulan kompetitif (Chairunisa & Irawan, 2020). Berikut merupakan analisis menggunakan metode *Porter's Five Force*:

a. Daya Tawar dari Para pembeli

Setiap penyewa jasa pasti menginginkan harga yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Untuk bisnis rumah produksi, Dekap.inc menawarkan berbagai macam pilihan paket dengan harga yang terjangkau tapi memiliki *high quality & taste*. Paket yang diberikan memiliki tingkatan yang berbeda-beda, sehingga para calon penyewa jasa akan memilih paket yang sesuai dengan kemauan mereka. Tentunya kami akan memberikan hasil produk yang maksimal sesuai dengan kemauan para client. Jika hasil pekerjaan kami sesuai dan disenangi oleh *client*, maka sangat memungkinkan bahwa *client* akan menggunakan jasa kami kembali. Karena jenis usaha kami berupa rumah produksi yang notabene nya memiliki konsumen dengan daya tawar tinggi, maka konsumennya tidak terkonsentrasi.

b. Daya Tawar dari Pemasok

Pemasok memiliki peran penting dalam jalannya sebuah bisnis. Semakin banyak jumlah pemasok yang menyediakan sebuah barang atau jasa, maka semakin mudah kita untuk melakukan penawaran. Begitupun sebaliknya. Pada kasus bisnis rumah produksi

Dekap.inc, pemasok menawarkan pengadaan barang-barang produksi seperti lensa kamera, *lighting*, dan peralatan lain. Dan untuk pemasok yang menyediakan barang serupa di Yogyakarta cukup banyak. Sehingga daya tawar dari pemasok untuk rumah produksi Dekap.inc cukup rendah

c. Ancaman dari Pesaing Baru

Industri kreatif pasti akan terus mendapatkan ancaman dari para pesaing baru. Apalagi untuk rumah produksi. Kami sebagai pelaku bisnis akan terus meningkatkan kualitas kami sebagai rumah produksi yang menghasilkan karya yang memiliki nilai dan mempunyai pesan yang bisa diterima oleh masyarakat. Cara kerja bisnis rumah produksi didasari dengan hubungan penerima jasa dengan calon pembeli/pengguna jasa. Maka, kami dari Dekap.inc akan terus menjaga hubungan dengan *client* yang sudah kita miliki dan terus memberikan hasil yang memuaskan sehingga jasa kami terus digunakan. Hal lain yang bisa kita lakukan adalah melakukan promosi ke media sosial. Dengan memperlihatkan hasil karya yang telah kami hasilkan. Hal tersebut tentu dapat menarik minat calon *client* kami.

d. Ancaman dari Produk Substitusi

Ancaman yang didapatkan dari produk substitusi untuk usaha rumah produksi cukup banyak. Karena kami adalah tempat untuk menyediakan jasa, maka ancaman terbesar juga datang dari para penyedia jasa yang lain seperti foto studio, para *freelancer* dan stasiun tv. Hal yang kami lakukan untuk tetap bertahan adalah memberikan *service* terbaik untuk semua *client* baik dari segi jasa pelayanan dan proses produksi yang berlangsung.

e. Persaingan dalam Industri Sejenis

Persaingan yang terjadi di industri kreatif khususnya rumah produksi tidak akan ada habisnya. Akan selalu ada karya-karya yang lebih inovatif, unik, dan menarik. Inovasi yang bisa kami berikan adalah memberikan konsep foto berupa *Cinemagraph*. *Cinemagraph* merupakan seni foto dimana sebuah foto memiliki gerakan kecil sehingga foto yang ditampilkan bergerak seperti video. Selain itu, untuk pengambilan gambar, Dekap.inc lebih berfokus terhadap gaya human interest yang dimana style foto ini lebih erat dengan

interaksi sesama manusia. Bagi kami, Dekap.inc akan menetapkan *standart & taste* tersendiri. Sehingga para *client* yang sudah menggunakan jasa kami tidak akan berpindah ke tempat lain. Sesuai dengan konsep yang kami gunakan, kami akan “mendekap” *client* yang kami miliki dan menjadikan mereka teman berpikir sehingga kami sebagai eksekutor dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kemauan *client*. Langkah lain yang kami lakukan untuk mempertahankan keberadaan kami di pasar adalah melakukan strategi promosi dan branding di media sosial yaitu *Instagram*. Kami akan membuat media sosial *Instagram* kami menjadi tempat untuk berbagi terkait proyek yang kami lakukan sehingga menimbulkan interaksi antara kami dan para pengikut kami di *Instagram*.

2.2. Teori *Business Model Canvas*

Penulis menggunakan teori ini untuk mengidentifikasi potensi bisnis rumah produksi yang akan dijalankan. Dengan mempunyai model bisnis yang tepat akan memberikan keuntungan dan juga meningkatkan daya saing bisnis rumah produksi. Model bisnis diibaratkan sebagai *blueprint* yang digunakan untuk menentukan rencana yang akan dilakukan dalam bentuk struktur, proses, dan sistem organisasi. (Osterwalder & pigneur, 2010).

Tabel 2.1 *Business Model Canvas*

<i>Key Partners</i>	<i>Key Resources</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Revenue Stream</i>	<i>Cost Structure</i>
1. <i>Client</i> yang akan menggunakan jasa kami. 2. Penyedia Barang untuk Produksi foto & video.	1. Sumber Daya Manusia sebagai eksekutor. 2. Perlatan untuk kegiatan produksi seperti Kamera, Tripod, Lighting, dan lain-lain. 3. Aplikasi untuk mengedit hasil produksi foto & video	1. Pencarian <i>client</i> dan diskusi bersama <i>client</i>. 2. Produksi produk sesuai dengan permintaan <i>client</i>. 3. Proses pra-produksi dan review bersama <i>client</i>. 4. Pemasaran dan promosi rumah produksi Dekap.inc	1. Pembayaran atas jasa yang digunakan dari Dekap.inc	1. Biaya Produksi: Biaya peralatan (Kamera, lensa, tripod, lighting, dan lain-lain), biaya operasional, biaya sewa barang produksi foto & video 2. Biaya pemasaran dan promosi rumah produksi
<i>Costumer Segment</i>	<i>Costumer Relationships</i>	<i>Channels</i>	<i>Value Proposition</i>	

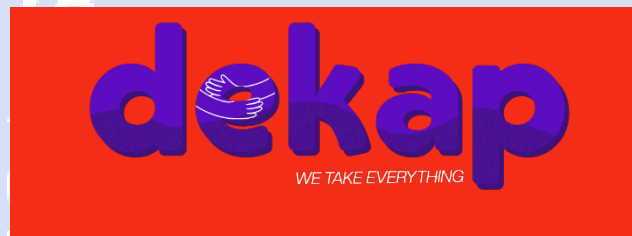
1. Pelaku usaha kecil dan besar	1. Memberikan layanan konsultasi	1. Media Sosial 2. Relasi atau <i>client</i> .	1. Eksekusi & hasil produksi foto dan video yang baik dan berkualitas tinggi. Didukung dengan penggunaan konsep <i>Cinemagraph & Human Interest Style</i> .	Dekap.inc
2. Perusahaan	<i>client</i> terkait			
3. Pemerintah dan Pejabat.	konsep yang akan dikerjakan bersama.			
	2. Menjaga hubungan dengan <i>client</i> dengan terus aktif di media sosial dan mengupload hasil kerja Dekap.inc		2. Pelayanan yang nyaman sehingga membuat <i>client</i> nyaman untuk menggunakan jasa Dekap.inc	
			3. Harga yang terjangkau.	

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Gambaran Umum Rencana Bisnis

3.1.1 Gambaran Umum Rencana Bisnis



Gambar 3.1 Logo Dekap.inc

Dekap yang secara harfiah berarti */de·kap/* v peluk; atau memeluk. "Dekap" juga berarti perbuatan merangkul atau menggenggam sesuatu atau seseorang dengan erat menggunakan tangan atau lengan sebagai ekspresi dari perasaan seperti cinta, kenyamanan, atau dukungan emosional. Dalam konteks yang lebih umum, dekap bisa merujuk pada tindakan memegang erat sesuatu dengan tangan, termasuk merapatkan sesuatu ke dalam genggam tangan. Dalam hal ini, "Dekap" mengajak semua insan untuk mendekap seluruh memorinya dengan menggunakan media foto. Foto juga diharapkan dapat mendekap seluruh calon konsumen bisnis mereka dan menjadi alat untuk melakukan pemasaran. Dengan slogan "We Take Everything", Dekap menaruh harap dapat mengambil semua momen, memori, dan kesempatan yang ada.

3.1.2 Gambaran Proses Perintisan Usaha



Gambar 3.2 Proses pengerjaan *client* pertama Dekap.inc

Usaha rumah produksi Dekap.inc didirikan di bulan Juni 2023 di Kota Yogyakarta. Usaha ini dimulai dengan inisiasi penulis yang ingin mengembangkan bakat dan pengalaman yang sudah dimiliki sambil mengisi waktu luang. Dengan rasa percaya diri yang tinggi, penulis mengajak beberapa teman untuk ikut bergabung sebagai tim produksi dan mulailah perjalanan kita untuk membangun rumah produksi. Kami melakukan analisis terkait para pesaing yang sudah terjun duluan di industri ini, lalu mengambil beberapa metode yang sesuai dengan visi yang kita miliki dan kita kembangkan. Setelah memikirkan konsep dan inovasi yang ingin kita berikan ke khalayak, kita lalu meresmikan Dekap.inc pada bulan Desember 2023.

Bukan hal yang mudah membangun sebuah bisnis, apalagi untuk kami yang terhitung baru pertama kali terjun ke bidang ini. Hal yang pertama yang kami lakukan adalah dengan memasarkan jasa yang kami miliki kepada orang-orang terdekat kami. Kami juga memperluas pemasaran Dekap.inc melalui media sosial. Mendapatkan *client* pertama adalah hal yang kami nantikan. Sebagai rumah produksi yang baru, calon *client* pasti akan melihat portofolio kerja yang kami miliki sebelum menggunakan jasa kami. Hal itu yang membuat *client* maju-mundur untuk menggunakan jasa kami. Tentu kami tidak menyerah untuk mendapatkan seorang *client*. Kami terus memasarkan jasa rumah produksi kami

melalui grup-grup di *Whatsapp* pribadi kami masing-masing. Lalu akhirnya sampailah kita di momen dimana Dekap.inc mendapatkan *client* pertamanya. *Client* pertama yang menghubungi kami berasal dari teman penulis yang mempunyai bisnis di bidang *fashion*. Beliau sedang ingin mengeluarkan produk baru dari bisnis fashionnya dan ingin Dekap.inc yang mengeksekusi produk itu. Dengan kesempatan yang diberikan, Dekap.inc memberikan kerja yang maksimal, dan ini menjadi awal mula bisnis rumah produksi kita berjalan.

3.1.3 Gambaran Proses Perintisan Usaha

Pada proses pengembangan rumah produksi Dekap.inc, kami memiliki beberapa alat untuk produksi proyek-proyek yang dikerjakan bersama *client*. Beberapa alat yang kami miliki yaitu:

- a. Kamera Sony A6400 dan Lensa Kit



Gambar 3.3 Kamera Sony A6400 dan Lensa Kit

- b. Memori Sandisk 32 GB



Gambar 3.4 Memori Sandisk 32 GB

- c. Laptop Acer Nitro 5



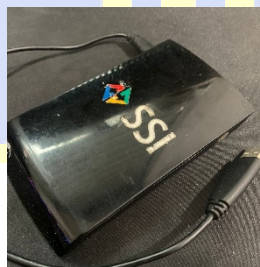
Gambar 3.5 Laptop Acer Nitro 5

- d. Tripod Takara 173A



Gambar 3.6 Tripod Takara 173A

- e. Hardisk 500 GB



Gambar 3.7 Hardisk 500 GB

Alat-alat yang kami sebutkan diatas merupakan beberapa alat yang setidaknya harus dimiliki oleh rumah produksi untuk mengerjakan proyek dari client. Dekap.inc berharap bisa menambah inventaris sehingga bisa menghasilkan karya yang lebih baik lagi kedepannya.

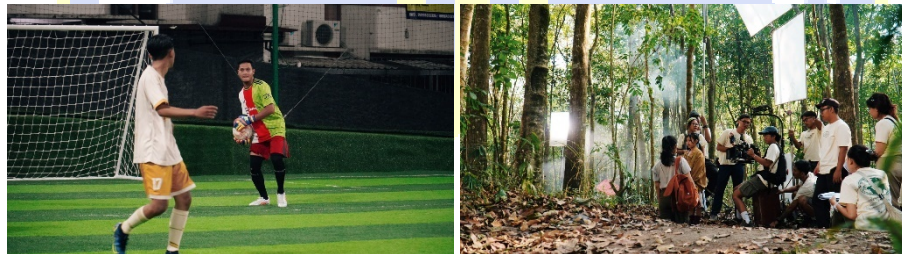
Berikut adalah dokumentasi kegiatan yang dilakukan Dekap,inc pada saat proses proses produksi:



Gambar 3.8 Hasil Foto untuk Peluk Produk



Gambar 3.9 Hasil Foto untuk Selamat Lulus!



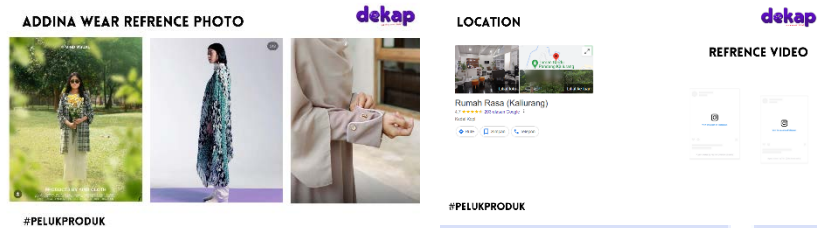
Gambar 3.10 Hasil Foto untuk Peluk Momen

3.1.4 Proses Pelaksanaan Produksi

Dalam mengerjakan sebuah proyek dari client, Dekap,inc sebagai eksekutor membagi metode pelaksanaan menjadi 3 bagian, yaitu *pre-production*, *production*, & *post production*. Penulis akan menjelaskan bagaimana proses pengerjaan dari client kita yaitu addina wear

menggunakan metode yang disebutkan tadi.

a. *Pre-Production*



Gambar 3.11 Contoh *visual board* pada *pre-production*

Proses ini merupakan persiapan sebelum melakukan produksi. Persiapan yang dilakukan berupa penentuan ide dan konsep, pembuatan *storyboard/visual plan*, pemilihan lokasi dan aktor, penentuan harga jasa dan persiapan yang lainnya. Hal ini bertujuan supaya proses produksi berjalan sesuai dengan apa yang sudah di rencanakan. Pada proses ini, kami berunding bersama *client* untuk menyelaraskan pikiran dan ide sehingga apa yang diinginkan oleh *client* bisa kami terjemahkan secara visual sebagai eksekutor. Proses *pre-production* ini dilakukan selama 2 hari.

b. *Production*

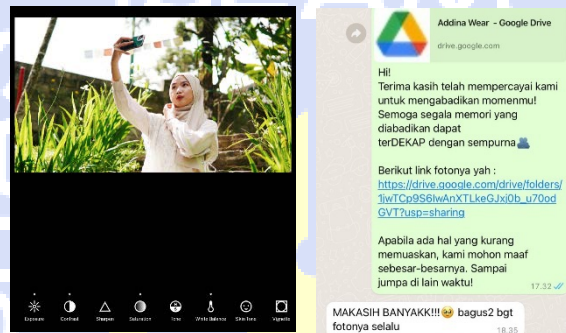


Gambar 3.12 Proses pengerjaan produk

Proses ini merupakan eksekusi dari semua hal yang sudah dipersiapkan di *pre-production*. Bersama dengan tim, kami mulai melakukan foto produk ditempat yang sudah

ditentukan. *Storyboard/visual plan* yang sudah kami buat menjadi acuan dalam pengerjaan proyek ini, sehingga tidak ada lagi kendala terkait konsep yang sudah ditentukan. *Review* dan pengecekan *file photo* juga dilakukan untuk melihat apakah hasil foto sudah sesuai dan *file photo* tidak ada yang *error*. Proses pengerjaan ini berlangsung kurang lebih 2 jam.

c. *Post-Production*



Gambar 3.13 Proses *editing* foto dan pemberian link ke *client*

Setelah melakukan produksi, kami berlanjut ke proses *post-production*. Pada bagian ini, kami melakukan pengecekan kembali sekaligus memilih foto-foto yang nanti akan diserahkan kepada *client*. Kami juga melakukan *editing* pada foto untuk memperindah hasil foto yang sudah dikerjakan. Setelah melakukan *finishing*, kami lalu memberikan hasilnya kepada *client* melalui *Google Drive* untuk ditinjau kembali. Jika *client* setuju dengan hasilnya, kami lalu memberikan *invoice* yang berisi informasi pembayaran atas jasa kami.

3.2 Gagasan Kegiatan Bisnis

Bisnis rumah produksi yang digagas oleh penulis dan teman-temannya dibentuk untuk memberikan warna yang baru pada rumah produksi yang sudah ada di industri ini khususnya di Yogyakarta. Dekap bukan sekedar nama untuk tapi juga bisa mendekap kenangan indah yang orang-orang miliki dengan style khas kita.

Dengan tersebarnya para penyedia jasa rumah produksi di Yogyakarta, menjadi sebuah tantangan bagi Dekap untuk bisa bersaing dan bertahan di industri ini, maka dari itu kami harus memberikan pembeda antara Dekap dengan rumah produksi yang lain.

Inovasi yang kami berikan berupa penerapan foto dengan gaya *cinemagraph*. Konsep *cinemagraph* sendiri dipopulerkan oleh fotografer *fashion* bernama *Jemie Beck & Kevin Burg*. Awal mula konsep foto ini ditampilkan pada *Fashion Week 2011* di *New York*, dan setelah itu konsep ini ramai digunakan sampai sekarang. Pada dasarnya konsep *cinemagraph* ini adalah foto yang bergerak. *Cinemagraph* menggabungkan foto dan *video* sehingga membentuk sebuah *video* yang berulang. Hal yang membuat menarik adalah konsep ini mampu membuat foto yang kita ambil terasa hidup dan memberikan nilai untuk foto itu. Konsep ini digunakan oleh Dekap karena setelah melakukan pengamatan pada beberapa rumah produksi, khususnya di Yogyakarta, belum ada yang menggunakan konsep ini. Jadi konsep ini kami ambil untuk menjadi branding dari Dekap.

3.3 Analisis Peluang Pasar

Banyaknya pelaku usaha bisnis rumah produksi di Indonesia mengharuskan Dekap untuk menentukan model bisnis seperti apa yang harus dijalankan, sehingga mampu tetap eksis di pasar yang sangat beragam. Kami melakukan strategi STP atau *Segmentation, Targeting, dan Positioning* untuk melakukan analisis peluang pasar.

3.3.1 Segmentation

Variabel Segmentasi	Keterangan
Identifikasi Terget Market	Mahasiswa, pelaku UMKM dan perusahaan.
Analisis Demografis	Usia Usia 18 – 50 tahun . Jenis Kelamin Laki-laki dan Perempuan.
Karakteristik Geografis	Mahasiswa, pelaku UMKM, perusahaan yang ada di Yogyakarta .

Perilaku Konsumen	Ingin mengabadikan momen penting Momen wisuda, ulang tahun, pernikahan, dan kegiatan penting lainnya. Mencari jasa foto produk Pelaku UMKM dan perusahaan yang ingin meluncurkan produk terbarunya. Pembuatan Video Profile Perusahaan membutuhkan jasa rumah produksi untuk membuat video profile.
Tantangan dan Peluang	Tantangan Adanya persaingan dengan rumah produksi yang lain. Ketergantungan terhadap <i>client</i> Peluang Menghasilkan produksi karya yang berkualitas. Demand yang tinggi terhadap jasa rumah produksi. Menambah relasi dan jaringan sehingga menambah peluang untuk lebih dikenal oleh masyarakat.

Tabel 3.1 Segmentasi Pasar Dekap.inc

3.3.2 Targeting

Di era industri 4.0 ini, seluruh sektor bisnis “dipaksa” untuk memberikan sesuatu yang kreatif dan inovatif. Apalagi dengan perkembangan teknologi di jaman sekarang, semua kegiatan bisnis berbasis digital. Untuk mendukung perkembangan ini, pelaku bisnis yang mempunyai *platform* digital harus mempunyai konten sesuai dengan keinginan pasar.

Disitulah rumah produksi hadir.

Rumah produksi memiliki peran yang penting dalam mengembangkan industri digital. Dengan menghasilkan karya yang inovatif dan kreatif, akan membangun citra dari sebuah brand yang menggunakan jasa rumah produksi.

Dengan inovasi dan *style* yang Dekap miliki, kami menargetkan jasa kami difokuskan kepada para mahasiswa yang ingin mengabadikan momen wisuda, *brand* yang ingin melakukan foto produk, dan perusahaan yang ingin dibuatkan *video profile*. Sebis mungkin kami akan memahami tujuan dan strategi pemasaran yang dimiliki oleh client sehingga bisa memberikan efek terhadap bisnisnya. Tentu dengan tim ahli dan peralatan produksi yang mumpuni, dipastikan akan mendapatkan kualitas produksi yang terbaik pada foto dan vidionya. Kami juga memberikan pelayanan terbaik mulai dari layanan konsultasi, hingga proses produksi dan final produksinya. Sehingga kami berharap para pelaku bisnis/individu yang menggunakan jasa kami dapat tercapai tujuannya dan puas dengan kinerja kami.

3.3.3 *Positioning*

Analisis *positioning* pada bisnis rumah produksi dinilai penting untuk membedakan produk yang akan kami berikan kepada client dibanding dengan jasa rumah produksi yang lain. Karena kami masih baru terjun di industri ini, kami akan menguatkan *brand* kita sebagai brand yang penuh dengan kehangatan dan visual yang indah. Lalu kita akan menonjolkan inovasi yang kami berikan yaitu *cinemagraph style* yang tentu akan membuat hasil foto yang ditampilkan lebih menarik dari biasanya.

3.4 Analisis Kelayakan Bisnis

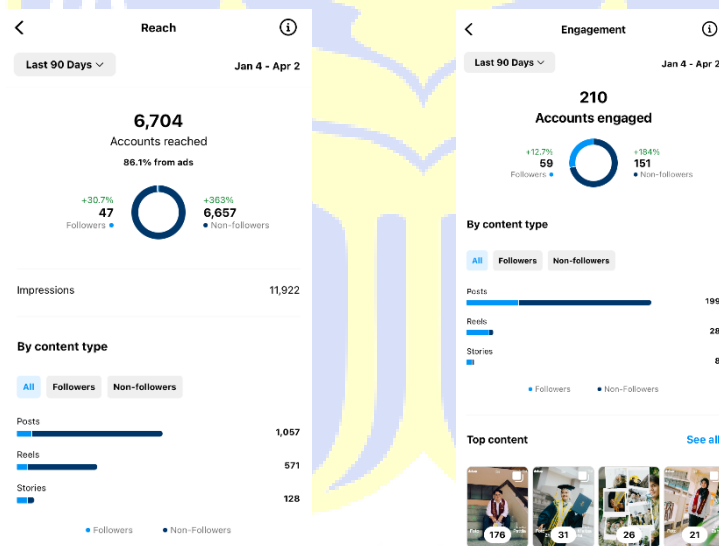
Studi Kelayakan Bisnis adalah studi tentang rencana bisnis yang menganalisis sebuah bisnis layak atau tidak untuk dibangun. Dan juga apakah bisnis itu bisa menghasilkan keuntungan maksimal dengan tanpa batas waktu (Anityasari, 2011). Analisis kelayakan bisnis untuk usaha rumah produksi dijelaskan dalam beberapa aspek yaitu: analisis pasar, produksi, manajemen, keuangan, dan ekonomi.

3.4.1 Aspek Pemasaran

Dekap.inc sebagai rumah produksi yang baru dibentuk kurang lebih dua bulan sudah mendapatkan 4 client dengan permintaan jasa yang berbeda-beda. Client yang menggunakan jasa kami juga puas dengan hasil yang kami berikan sesuai dengan respon yang diberikan kepada kami. Sekarang kami sedang memaksimalkan pemasaran di media sosial menggunakan Instagram ads yang mempunyai layanan pengiklanan yang cukup masif.

Berikut adalah hasil *engagement* akun *Instagram* Dekap.inc dan *Instagram Ads* priode Januari-Maret 2024:

- *Engangment Instagram* Dekap.inc



Gambar 3.14 Total *Insight* di akun *Instagram* Dekap.inc

- *Instagram Ads* Dekap.inc



Gambar 3.15 Total *Ad Insight* di akun Instagram Dekap.inc

3.4.2 Aspek Hukum

Dekap.inc adalah bisnis rumah produksi yang baru dibentuk beberapa bulan yang lalu, sehingga kami belum mendaftarkan bisnis pada badan usaha pemerintah. Kami menjalankan kegiatan usaha dengan nama pribadi. Kelak akan kami daftarkan Dekap jika sudah digunakan oleh banyak orang dan menghasilkan profit yang tinggi. Besar harapan kami untuk rumah produksi ini sehingga bisa menjadi bisnis yang resmi dan dapat memberikan dampak ekonomi bagi semua yang terlibat.

3.4.3 Aspek Ekonomi

Adanya bisnis rumah produksi membantu para pelaku bisnis untuk memasarkan produk yang mereka miliki. Sebagai contoh *client* kami (Addina Wear) yang sudah menggunakan jasa kami. Mereka melakukan launching produk terbaru dengan menggunakan foto yang sudah kami kerjakan sebelumnya. Peran kami sebagai rumah produksi adalah untuk menciptakan konten yang bersifat digital sehingga mampu menarik para audiens untuk membeli produk yang dipasarkan.

Kedepannya kami berencana untuk membantu ekonomi lokal dengan melakukan kolaborasi dengan para konten *creator* digital dalam pengembangan ide dan teknis produksi. Kolaborasi ini membuat kedua belah pihak diuntungkan pada industri dunia digital.

3.4.4 Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan rumah produksi Dekap.inc, penulis menggunakan analisis melalui perhitungan Harga Pokok Jasa atau *Cost of Revenue*. Berikut adalah penjelasannya:

a. Analisis Harga Pokok Jasa

Harga Pokok Jasa atau *Cost of Revenue* adalah total keseluruhan biaya produksi yang muncul dari pelayanan jasa yang diberikan kepada. Harga Pokok Jasa yang ada pada rumah produksi kami mencakup semua hal yang berkaitan dengan biaya produksi. Berikut adalah perhitungannya:

Harga Pokok Jasa =

Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Operasional Produksi + Biaya *Marketing*

1) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Upah yang diberikan kepada pekerja yang melakukan proses produksi konten.

2) Biaya Operasional Produksi

Biaya operasional pada rumah produksi meliputi penyewaan lensa, biaya transportasi ke lokasi produksi dan biaya lain yang terjadi pada saat proses produksi.

3) Biaya *Marketing*

Semua biaya yang berhubungan dengan pemasaran atau *Marketing* untuk jasa rumah produksi sehingga bisa dikenal oleh banyak orang.

Mari kita ambil contoh proses pengerjaan Peluk Produk oleh *Addina Wear*. Biaya jasa yang diberikan sebesar Rp. 350.000 untuk 2 jam (maka Rp.175.000/jam). Berikut adalah perhitungan Harga Produk Jasanya:

Biaya Tenaga Kerja Langsung	a. Biaya satu orang pekerja untuk satu proyek adalah Rp. 100.000 untuk 2 jam Maka, Rp. 50.000/jam
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung: Rp. 50.000	
Biaya Operasional Produksi	a. Biaya Penyewaan Lensa Sigma 30mm f1.4 untuk 2 jam adalah Rp. 50.000 Maka, Rp. 25.000/jam b. Biaya Transportasi: Rp. 15.000
Total Biaya Operasional Produksi: Rp. 40.000	
Biaya Marketing	Biaya Iklan <i>Instagram Ads</i> : Rp. 50.000/tayangan
Total Biaya Marketing: Rp. 50.000	

Tabel 3.2 Biaya Harga Pokok Jasa

Total Biaya Harga Pokok Jasa

= Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Operasioanal Produksi + Biaya Marketing

= Rp. 50.000 + Rp. 40.000 + Rp. 50.000

= Rp. 140.000/jam

Total Laba Kotor

= Biaya Jasa Peluk Produk – Total Biaya Harga Pokok Jasa

= Rp. 175.000 - Rp. 140.000

= Rp. 35.000/jam

= Rp.70.000/projek.

b. Analisis *Break Even Point* (BEP)

Kami menggunakan analisis *Break Even Point* untuk menjalankan usaha rumah produksi guna mengetahui berapa total unit yang harus diproduksi atau sebesar apa uang yang harus diterima jika ingin kembali modal. Kami membagi menjadi dua bagian yaitu Biaya Tetap dan Biaya Variabel. Biaya tetap berupa biaya aset dan sewa alat, sedangkan biaya variabel berupa biaya jasa untuk foto dan editing. Penulis mengambil contoh pada pengerjaan proyek Wisuda Shafa. Berikut penjelasannya:

Anggaran Fixed Cost Atau Inventaris Produksi yang Dimiliki

No	Nama Alat Produksi	Harga per Unit	Satuan	Total
1	Kamera Mirrorless Sony Alpha 6400 + Lensa Kit	Rp. 15.048.000	1 Buah	Rp. 15.048.000
2	Laptop Acer Nitro 5 AN515 57	Rp. 14.000.000	1 Buah	Rp. 14.000.000
3	Memori Sandisk 32 GB/ 48 MBps	Rp. 120.000	1 Buah	Rp. 120.000
4	Tripod Takara 173A	Rp. 120.000	1 Buah	Rp. 120.000
5	Hardisk Seagate One Touch HDD 1 TB	Rp. 865.000	1 Buah	Rp. 865.000
TOTAL				Rp. 30.153.000

Biaya Paket Selamat Lulus! = Rp. 300.000

Dijabarkan menjadi :

Jasa Foto = Rp. 100.000

Jasa Edit Foto = Rp. 50.000

Amortisasi Peralatan = Rp.150.000

Sehingga untuk menghitung *Break Even Point*, dijelaskan sebagai berikut :

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{Jumlah Produksi}} = \frac{\text{Rp.30.153.000}}{\text{Rp.300.000}} = 100 \text{ Paket Selamat Lulus}$$

Maka Artinya usaha rumah produksi ini akan sampai pada titik impas apabila mengerjakan proyek Selamat Lulus sebanyak 100 proyek

BAB IV

PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS

4.1 Realisasi Perkembangan Rencana dan Jadwal Perintisan Bisnis

4.1.1 Profil Bisnis

- a. Nama : Rumah Produksi Dekap.inc
- b. Inovasi : Konsep Foto berupa *Cinemagraph & Human Interest Style*
- c. Deskripsi

Dekap.inc merupakan bisnis rumah produksi yang berfokus kepada jasa *photography* dan *videography*. Dekap menyediakan jasa untuk mengabadikan momen penting *client*, foto produk, ataupun pembuatan video profile untuk perusahaan/lembaga. Dengan banyaknya para pesaing yang menyediakan jasa yang sama, Dekap harus memberikan sesuatu yang beda, Maka dari itu, kami memberikan inovasi berupa penerapan *cinemagraph* pada foto sehingga memberikan tampilan yang menarik dan memberikan nilai pada hasil fotonya. Dengan *style* yang berbeda serta dedikasi yang tinggi, Dekap siap memberikan hasil yang terbaik untuk *client*. Hubungan dengan *client* juga akan terus dijaga sehingga diharapkan akan ada keberlanjutan jika ingin melakukan kerja sama kembali.

- d. Produk dan Varian

Rumah produksi Dekap.inc memberikan beberapa pilihan produk jasa yang sesuai dengan kebutuhan calon *client*, yaitu:

1) Peluk Produk

Pada produk ini, kami menyediakan jasa foto dan pembuatan video untuk *client* yang ingin memasarkan produknya atau ingin mengeluarkan produk baru.

2) Selamat Lulus!

Pada produk ini, kami menyediakan jasa foto dan pembuatan video untuk *client* yang ingin mengabadikan momen kelulusan mereka.

3) Peluk Momen

Pada produk ini, kami menyediakan jasa foto dan pembuatan video untuk *client* yang ingin mengabadikan momen seperti event, foto bts film, foto olahraga, dan momen lainnya.

e. Harga

Pada penetapan harga jasa, Dekap melakukan diskusi terlebih dahulu bersama calon client untuk membahas hal-hal seperti teknis produksi dan apa yang diperlukan sebelum melakukan proses produksi. Setelah itu kami lalu menentukan harga jasanya.

Kami memiliki price list tetap untuk jasa kami, yaitu:

1) Peluk Produk

- 120 menit sesi foto
- Foto tidak terbatas
- 15 Grading Foto
- Hasil foto diunggah di *Google Drive*

IDR 350.000

2) Selamat Lulus!

- 120 menit sesi foto
- Foto tidak terbatas
- 20 Grading Foto
- Hasil foto diunggah di *Google Drive*

-Boleh foto bersama keluarga dan teman

IDR 300.000

3) Peluk Momen

- 90 menit sesi foto

- Foto tidak terbatas

- 50 Grading Foto

- Hasil foto diunggah di *Google Drive*

IDR 250.000

f. Lokasi

Karena bisnis rumah produksi ini baru terbentuk, Dekap. Inc belum memiliki kantor.

g. Harga

Beberapa hal yang menjadi nilai plus untuk rumah produksi kami ialah:

- 1) Rumah produksi Dekap.inc memberikan inovasi berupa *cinemagraph* photo yang akan membuat foto terlihat lebih menarik. *Cinemagraph* merupakan gaya foto yang dimana sebuah foto terdapat gerakan kecil dan bersifat berulang sehingga terlihat seperti video. Ini tentu membuat foto yang dihasilkan menjadi lebih hidup.
- 2) Dekap memiliki *style human interest* sehingga foto yang dihasilkan terasa humanis dan memberikan kenangan kepada orang yang ada di dalamnya.
- 3) Harga yang relatif lebih murah tapi tetap memiliki kualitas yang tinggi.

h. Strategi Pemasaran

Strategi yang kami gunakan untuk memasarkan rumah produksi Dekap.inc adalah dengan melalui *Word of Mouth Marketing* dan digital marketing. Pada awal terbentuknya

dekap, kami memberikan informasi secara langsung kepada kerabat terdekat kami. Kami juga menyebar pesan *broadcast* melalui *Whatsapp* ke grup-grup kenalan kami dan memberikan informasi terkait rumah produksi Dekap.inc yang baru saja dibentuk.

Dekap juga melakukan pengiklanan di Instagram melalui *Facebook ads* sehingga bisa meningkatkan *brand awareness* dan menarik perhatian para calon *client* untuk bisa menggunakan jasa kami.

4.2 Realisasi Anggaran Perintisan Bisnis

Kami akan memberikan realisasi anggaran rumah produksi Dekap.inc selama 2 bulan ini. Dimulai dengan rincian anggaran dalam bentuk *fixed cost* atau biaya tetap yang menjadi inventaris untuk produksi kami. Lalu dilanjutkan dengan anggaran untuk menjalankan bisnis rumah produksi.

No	Nama Alat Produksi	Harga per Unit	Satuan	Total
1	Kamera Mirrorless Sony Alpha 6400 + Lensa Kit	Rp. 15.048.000	1 Buah	Rp. 15.048.000
2	Laptop Acer Nitro 5 AN515 57	Rp. 14.000.000	1 Buah	Rp. 14.000.000
3	Memori Sandisk 32 GB/ 48 MBps	Rp. 120.000	1 Buah	Rp. 120.000
4	Tripod Takara 173A	Rp. 120.000	1 Buah	Rp. 120.000
5	Hardisk Seagate One Touch HDD 1 TB	Rp. 865.000	1 Buah	Rp. 865.000
TOTAL				Rp. 30.153.000

Cinemagraph sehingga memberikan nilai tambah pada produk yang diberikan. Selain itu, mengasah keterampilan yang dimiliki oleh eksekutor Dekap.inc sehingga bisa bersaing dengan rumah produksi yang lain dan selalu *up to date* terhadap tren yang terjadi.

4.4 Analisa Pelaksanaan Usaha

Terhitung dari bulan Desember 2023 sampai Januari 2024, Dekap.inc sudah bekerjasama dengan berbagai *client* dengan permintaan jenis jasa yang berbeda-beda. Penulis akan memaparkan di tabel laporan dibawah ini.

No	Projek yang Dikerjakan
1	Peluk Produk : Foto Produk Baru <i>Addina Wear</i> yaitu Kembang <i>Vest 2 (White & Cream)</i> .
2	Selamat Lulus! : a. Foto Wisuda Def, Zaida, Caca, &Anggi. b. Foto Wisuda Maitsa Zharfa Hana c. Foto Sidang Pattila d. Foto Sidang Zahra
3	Peluk Momen : a. Foto Momen Tim Futsal Regul FC. b. Foto Momen <i>Behind The Scene</i> Pembuatan Film Pendek <i>Jari-Jemari</i> .

Tabel 4.4 Projek yang sudah dikerjakan oleh Dekap.inc

4.5 Analisa Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis

Sebagai rumah produksi baru, Dekap tentu mempunyai banyak daftar impian.

Masih banyak hal yang bisa dijangkau Dekap di masa depan, sehingga diharapkan usaha rumah produksi ini bisa terus konsisten dalam menciptakan karya dan inovasi yang baru. Maka beberapa rencana keberlanjutan untuk usaha rumah produksi Dekap yaitu:

- Jangka Waktu 1-5 Tahun Kedepan

1. Mematekan Merek : Sebagai rumah produksi yang baru, hal yang kami inginkan adalah mendaftarkan dan mematekan nama Dekap sebagai nama rumah produksi sehingga kami memiliki hak atas kepemilikan nama dekap dan mencegah orang lain untuk menggunakan nama tersebut. Selain itu kami ingin mendaftarkan usaha rumah produksi kami menjadi perusahaan yang resmi ke pemerintah dengan harapan kami bisa menciptakan dan mengembangkan peluang bisnis lain selain rumah produksi.
2. Perluasan Jaringan: Menambah relasi dengan para *client* dan vendor yang memiliki potensi di industri yang sama. Tidak lagi berfokus di kota Yogyakarta saja, tapi bisa menjangkau daerah-daerah lain di seluruh Indonesia. Hal ini dapat dicapai dengan ikut tergabung dalam komunitas-komunitas dan memaksimalkan media sosial sebagai tempat untuk menjalin relasi.
3. Pembaharuan Peralatan dan Editing: Seluruh peralatan untuk memproduksi konten dipastikan akan selalu mengikuti perkembangan dan tren yang sedang berjalan sehingga terus bisa relevan seiring usaha ini berjalan. Hal yang dimaksud termasuk dengan melakukan *upgrade* kamera, *lighting*, peralatan audio, sampai dengan aplikasi editing untuk proses *post production*.
4. Meningkatkan Kualitas Tim, Produksi, dan Pelayanan: Dekap berkeinginan untuk memberikan yang terbaik untuk para *client* dengan menciptakan tim yang bertalenta di bidang fotografer, vidiografer, editor foto dan video, dan semua kru produksi yang ada di dalam tim Dekap. Dengan tim yang solid dan berbakat, akan menghasilkan hasil konten yang pasti lebih baik. Selain itu, Dekap akan

meningkatkan pelayanan terhadap *client* dengan memperhatikan lebih dalam lagi kebutuhan dan keingannya. Tentu Dekap akan memberikan Solusi yang kreatif untuk sehingga dapat mencapai ekpektasi yang mereka inginkan.

5. Diversifikasi Layanan: Impian Dekap tidak sekedar menjadi rumah produksi biasa, tapi ingin memberikan tambahan layanan di industri kreatif yang lain sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan tentunya meningkatkan pendapatan usaha. Dekap akan menawarkan layanan yang lain seperti jasa design grafis, social media specialist, dan Dekap juga berencana untuk membuat studio foto yang dibuka untuk umum.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Pada proses pembentukan usaha rumah produksi Dekap.inc, penulis menemukan hasil dan capain,antang, beserta peluang yang akan di jelaskan sebagai berikut:

5.1.1. Hasil dan Capaian

a. Menerapkan Konsep *Cinemagraph* dan *Human Interest*

Berhasil menerapkan konsep *Cinemagraph* kepada *client* yang menggunakan jasa Dekap sehingga memberikan warna baru dan menambah nilai pada suatu konten yang diciptakan . Serta gaya foto *human interest* menjadi salah satu daya tarik dari rumah produksi Dekap.

b. Membangun Nama dan Brand Rumah Produksi Dekap.inc

Sebagai rumah produksi yang baru terjun di industri ini, membangun nama dan brand menjadi tantangan awal bagi Dekap. Dan selama kurang lebih 5 bulan ini, kami terus memasarkan dan membentuk brand Dekap mulai dari promosi melalui media sosial, melakukan pesan *broadcast* di *Whatsapp*, dan memberikan informasi secara lisan kepada teman-teman sekitar sehingga akhirnya sedikit demi sedikit bisa dikenal. Terhitung sampai sekarang, akun *Instagram* @dekap.inc sudah meraih 310 pengikut, dan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu.

c. Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Produksi

Pelayanan yang baik merupakan sebuah keharusan untuk para pelaku usaha yang menyediakan layanan jasa. Dekap berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik mulai dari *pre-production* sampai dengan *post production* sehingga

client merasa puas bekerja sama dengan kami. Hal-hal teknis pada saat proses *production* benar-benar diperhatikan sehingga konten yang di eksekusi mendapatkan hasil yang terbaik. Dekap juga selalu mengikuti tren-tren yang berhubungan dengan proses produksi seperti teknik foto, gaya *editing*, ataupun hal-hal yang sedang ramai dibicarakan *sehingga* tidak tertinggal dan bisa terus relevan di industri ini.

5.1.2. Tantangan

a. Mendapatkan *Client* Secara Konsisten

Setiap pelaku usaha mempunyai tantangan untuk mendapatkan pelanggan yang konsiten, dan Dekap tentu mengalam hal serupa. Dengan umur dekap yang terhitung masih sangat pendek, mendapatkan *client* menjadi sebuah tantangan untuk Dekap. Maka dari itu diperlukan usaha untuk memasarkan Dekap ke khalayak lebih luas secara *online* (melalui media sosial) ataupun *offline* (menawarkan jasa secara langsung ke kerabat) sehingga mampu mendapatkan *client*.

b. Tingginya Tingkat Persaingan Antar Rumah Produksi

Tingginya persaingan pada industri rumah produksi mengakibatkan Dekap terhambat pertumbuhan bisnisnya. Hal yang kemudian Dekap lakukan adalah menambahkan inovasi seperti konsep *Cinemagraph*, mengembangkan keterampilan para eksekutor Dekap, dan lebih giat lagi memasarkan Dekap di media sosial.

5.1.3. Peluang

a. Inovasi Kreatif

Menghasilkan ide-ide yang kreatif dan mengembangkan inovasi tanpa adanya Batasan merupakan sebuah peluang bagi pelaku usaha rumah produksi

b. Melakukan Mitra Secara Fleksibel

Rumah produksi mampu menjalin kemitraan dengan berbagai *stakeholder* seperti pemilik studio, tempat persewaan alat, dan produk-produk lainnya. Hal ini membuat kesempatan untuk mengakses sumber daya tambahan menjadi lebih besar dan menambah relasi dan juga pemasaran usaha.

5.1.4. **Kesimpulan Final**

Setelah melihat hasil dan capaian selama rumah produksi ini dibentuk, tantangan dan peluang yang datang, usaha rumah produksi Dekap memiliki potensi untuk terus bertumbuh dan berkembang, didukung dengan semakin banyaknya kebutuhan untuk menggunakan jasa rumah produksi. Dekap akan memaksimalkan penggunaan konsep *Cinmagraph* dan *Human Interest Stlye*, yang memberikan warna baru dan menambah nilai pada produk yang di eksekusi nantinya. Pelayanan akan terus ditingkatkan, dimulai dari konsultasi, proses *brain storming*, *pre-production*, proses produksi, dan *post production*. Kenyamanan akan menjadi prioritas kami sehingga *client* akan mendapatkan kesan yang baik pada prosesnya dan diharapkan akan terus menggunakan jasa kami.

Masih banyak hal yang harus dilakukan untuk membuat Dekap menjadi bisnis yang lebih besar, maka penulis dan teman-teman akan lebih giat lagi dalam memberikan hasil produksi yang lebih *fresh* dan akan terus mempromosikan Dekap ke masyarakat secara konsisten. Kesuksesan yang diraih rumah produksi tidak terjadi pada waktu yang singkat. Dibutuhkan ketekunan, komitmen, kekompakan, dan kesabaran untuk bisa menjalankan seluruh rencana dan konsep yang sudah dirancang sehingga menciptakan bisnis yang terus bergerak dan berkelanjutan.

5.2 Rekomendasi

Penulis akan menyampaikan rekomendasi yang dapat dilakukan dalam mengelola rumah produksi. Faktor yang harus diperhatikan meliputi penciptaan merek dan keunikan yang ditawarkan oleh rumah produksi. Dengan meningkatnya jumlah usaha sejenis, memperkuat merek dan mengembangkan gaya yang unik tentunya akan menarik perhatian calon *client*. Inovasi dan kreatifitas diperlukan untuk terus bisa bertahan di dalam industri ini. Selanjutnya, memberikan pelayanan yang prima merupakan prasyarat bagi kita sebagai pelaku usaha yang menyediakan layanan jasa. Oleh karena itu, peningkatan pelayanan menjadi faktor utama untuk membuat para *client* merasa puas menggunakan layanan kita. Kualitas produksi dan keterampilan para fotografer, videografer, dan editor harus ditingkatkan agar dapat mengikuti perkembangan tren yang sedang berlaku. Terakhir, membangun jaringan dengan profesional ke berbagai pihak yang terkait dengan industri kreatif. Langkah ini bertujuan untuk menambah relasi, mempermudah akses informasi ataupun akses ke proyek yang diinginkan dan memperbesar jangkauan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, I Gusti Bagus. (2016). Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta: Rajawali Pers
- Beyond. (2020). boxil. *What is a Cinemagraph? Summary of How to Make it, Recommended sites, and apps*
<https://boxil.jp/beyond/a6946/>
- Ayuningtyas, R. N. (2008). Penentuan Pajak Pertambahan Nilai Terutang Atas Penyerahan Paket Program Acara ke Stasiun Televisi oleh Rumah Produksi. Universitas Indonesia.
- Chairunisa, R., & Irawan, F. (2020). "Analisis Nilai Entitas Setelah Penerapan Financial Technology oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk". Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi, Vol. 5 (2), pp: 105–116.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons.Inc
- Antyasari, Maria. (2011). Analisa Kelayakan Usaha. Guna Widya, Surabaya.