KWU - Bussines Plan

By Radithya M.T.P (XI RPL)

- **Nama Bisnis**

DithzStudio, yaitu sebuah bisnis studio kreatif yang melayani dalam bidang kreatif seperti jasa editing video, design grafis, dan jasa pembuatan konten kreatif.

- **Logo**



- **Rincian Anggaran**

Kategori	Fokus Penggunaan	Estimasi anggaran
Perangkat Kerja	PC/Laptop Creator, Dual Monitor, Pen Tablet, Kamera & Lighting	Rp. 41.000.000
Software dan Legalitas	1. Langganan aplikasi editing/design 6 bulan(capcut, canva, afinity) 2. Akta CV	Rp. 6.500.00
Studio dan Operasional	1. Interior, Furnitur 2. AC 3. Internet/Wifi 4. Listrik	Rp. 15.500.000
Pemasaran	Website, Iklan Digital (Ads), Seragam, & Cetak Kit Studio	Rp. 3.000.000
Dana Kas Darurat	Cadangan Modal Kerja & Operasional Tak Terduga	Rp. 24.000.000

- **Cara Produksi**

1. Tahap Inisiasi dan Brief (Perencanaan Awal)

Proses produksi dimulai dengan diskusi awal bersama klien untuk memahami kebutuhan proyek. Klien diminta mengisi creative brief yang memuat tujuan, target audiens, konsep, referensi visual, serta hasil yang diharapkan.

Selanjutnya dilakukan penentuan ruang lingkup pekerjaan, meliputi jenis layanan, jadwal pengerjaan, jumlah revisi, dan format file akhir. Setelah kesepakatan tercapai, klien melakukan pembayaran uang muka (DP) sebesar 50% sebagai tanda dimulainya proyek.

2. Tahap Riset dan Konseptualisasi

Tim melakukan riset terhadap kebutuhan proyek dan mengumpulkan referensi visual melalui berbagai sumber. Hasil riset digunakan untuk menyusun moodboard, menentukan gaya desain, warna, tipografi, serta arah konsep kreatif.
Setelah itu dibuat draf awal, seperti wireframe atau sketsa untuk desain, maupun storyboard dan naskah untuk video. Konsep tersebut dipresentasikan kepada klien untuk memperoleh persetujuan sebelum masuk ke tahap produksi.

3. Tahap Eksekusi dan Produksi

Setelah konsep disetujui, proses produksi dilakukan menggunakan perangkat lunak sesuai kebutuhan. Untuk desain grafis dilakukan pembuatan aset visual, penyusunan identitas merek, pemilihan warna, dan tata letak. Untuk video dilakukan penyortiran bahan, penyusunan rough cut, penyempurnaan editing, penambahan efek, subtitle, audio, serta color grading.

Apabila proyek berupa strategi kreatif, tim menyusun kalender konten, copywriting, atau materi presentasi sesuai tujuan pemasaran klien.

4. Tahap Review dan Revisi

Hasil sementara dikirim kepada klien dalam bentuk pratinjau atau file ber-watermark. Klien memberikan masukan berdasarkan kesepakatan awal, kemudian tim melakukan revisi sesuai batas yang telah ditentukan dalam paket layanan agar proses tetap efisien.

5. Tahap Finalisasi dan Serah Terima

Setelah revisi selesai dan disetujui, klien melakukan pelunasan sisa pembayaran. Selanjutnya seluruh file akhir dikirim dalam format yang diperlukan melalui media penyimpanan daring.

Sebagai penutup, studio meminta masukan atau testimoni dari klien sebagai bahan evaluasi sekaligus pendukung portofolio untuk proyek berikutnya.

● Cara Pemasaran

1. Membangun Identitas Digital

Studio perlu memiliki media promosi yang profesional, seperti website portofolio yang menampilkan hasil karya, layanan, informasi kontak, dan profil singkat. Kehadiran di platform seperti Behance, Dribbble, LinkedIn, Instagram, dan TikTok juga penting untuk meningkatkan kredibilitas serta memperluas jangkauan calon klien.

Konten yang dipublikasikan tidak hanya menampilkan hasil akhir, tetapi juga proses pengerjaan, tips desain, dan edukasi mengenai pentingnya branding bagi pelaku usaha.

2. Content Marketing

Untuk membangun kepercayaan, studio dapat membuat proyek simulasi (mock project) berupa desain atau branding fiktif sebagai contoh kemampuan. Konten edukatif mengenai desain, video promosi, dan strategi pemasaran digital dipublikasikan secara konsisten agar mampu menarik perhatian calon pelanggan.

3. Pendekatan Langsung kepada Calon Klien

Studio secara aktif mencari calon klien, khususnya UMKM lokal, dengan mengamati kebutuhan visual mereka. Pendekatan dilakukan melalui pesan yang sopan disertai saran yang membangun serta penawaran contoh desain sederhana sebagai bentuk perkenalan layanan.

Selain itu, jaringan pertemanan, keluarga, dan relasi dapat dimanfaatkan untuk memperoleh proyek awal serta memperluas portofolio.

4. Promosi Berbayar

Sebagian anggaran pemasaran dialokasikan untuk iklan digital melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Target iklan difokuskan pada pemilik usaha di wilayah tertentu sehingga promosi lebih efektif dan sesuai sasaran.

5. Mempertahankan Pelanggan

Setelah proyek selesai, studio menjaga hubungan baik dengan klien melalui pelayanan yang responsif, pemberian bonus sederhana, serta penawaran paket kerja sama bulanan. Strategi ini bertujuan meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus menciptakan pendapatan yang lebih stabil.