

BUSINESS PLAN

Videography Creative Agency



Oleh:

Raifan Ahmad Kurniawan

2113025018

**PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

DAFTAR ISI

Executive Summary	3
BAB I	4
PENDAHULUAN	4
A. Latar Belakang	4
B. Visi & Misi Usaha	5
BAB II	6
GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA	6
A. Analisis Produk	6
B. Analisis Usaha	7
C. Analisis Produksi	10
D. Analisis Pasar	12
E. Analisis Sumber Daya Manusia	14
F. Analisis Keuangan	15
BAB III	18
PENUTUP	18
Kesimpulan	18
Daftar Pustaka	19
LAMPIRAN	20

Executive Summary

Kami mempersembahkan rencana bisnis ini untuk mendirikan sebuah agensi videografi yang berkomitmen untuk memberikan layanan videografi berkualitas tinggi kepada klien dari berbagai sektor industri. Agensi kami akan mengkhususkan diri dalam produksi video kreatif yang mencakup iklan, konten promosi, dokumenter, video perusahaan, video acara, dan banyak lagi. Agensi kami menggunakan platform social media untuk bisa mendapatkan pelanggan terutama instagram dan juga tiktok yang sangat relevan untuk dapat dijangkau dengan mudah oleh para calon pelanggan setiap saat, dan di social media yang kami miliki juga terdapat portofolio yang dapat diakses bebas oleh para calon pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri videografi telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan dari **Forrester Research** (Forrester, 2021), permintaan untuk konten video telah meningkat pesat, terutama di era digital ini. Perusahaan dan organisasi dari berbagai sektor industri semakin mengakui kekuatan video dalam berkomunikasi dengan khalayak mereka.

Berdasarkan data dari **Statista** (Statista, 2022), konsumsi video online telah meningkat secara dramatis, dengan platform-platform streaming video seperti YouTube, Netflix, dan TikTok menjadi sumber hiburan utama bagi masyarakat. Ini menciptakan peluang besar untuk agensi videografi yang mampu menghasilkan konten berkualitas tinggi.

Saat ini, pemasaran berbasis video semakin menjadi fokus strategi bisnis. Menurut **HubSpot** (HubSpot, 2022), video dianggap sebagai alat pemasaran yang paling efektif, dan lebih dari 90% pemasar melaporkan bahwa video membantu mereka meningkatkan pemahaman merek dan meningkatkan konversi.

Kualitas produksi video memiliki peran penting dalam mencapai tujuan bisnis. Studi oleh **Brightcove** (Brightcove, 2021) menunjukkan bahwa 62% penonton berhenti menonton video jika kualitasnya buruk. Inilah mengapa klien semakin menuntut layanan videografi yang berkualitas tinggi.

Berdasarkan analisis ini, terlihat bahwa ada peluang besar untuk mendirikan sebuah agensi videografi yang mampu menghasilkan konten berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan klien di era video yang terus berkembang.

B. Visi & Misi Usaha

- Visi:

Menjadi agensi videografi terkemuka yang dikenal dengan kreativitas, kualitas, dan inovasi dalam produksi video. Kami berkomitmen untuk memenuhi dan melebihi harapan klien kami dengan memberikan konten visual yang memikat dan berdampak.

- Misi:

- 1) **Produksi Berkualitas:** Kami bertujuan untuk menghasilkan video berkualitas tinggi yang memenuhi standar industri dan memenuhi kebutuhan klien kami. Kami akan terus berinvestasi dalam teknologi dan peralatan terkini untuk mencapai tujuan ini.
- 2) **Inovasi Kreatif:** Kami akan selalu berusaha untuk menciptakan konsep video yang kreatif dan inovatif. Kami akan bekerja erat dengan klien kami untuk menghasilkan konten yang membedakan merek mereka di pasar.
- 3) **Kepuasan Pelanggan:** Kepuasan pelanggan adalah prioritas kami. Kami akan menjaga komitmen terhadap layanan pelanggan yang luar biasa dengan mendengarkan kebutuhan klien, berkomunikasi dengan jelas, dan memberikan solusi video yang memenuhi atau melebihi harapan mereka.
- 4) **Pendidikan dan Pengembangan:** Kami akan terus mengembangkan tim kami dengan pelatihan dan pendidikan terus-menerus agar mereka tetap terdepan dalam industri ini. Kami juga akan berbagi pengetahuan dan keterampilan kami dengan klien dan mitra.
- 5) **Berkolaborasi:** Kami akan menjalin kemitraan strategis dengan pelanggan, lembaga pendidikan, dan perusahaan lain untuk menghadirkan konten video yang berdampak dan meningkatkan pengaruh merek.
- 6) **Keberlanjutan:** Kami akan berfokus pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan memperhatikan dampak lingkungan dan sosial.

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA

A. Analisis Produk

1. **Jenis Produk:** Agensi videografi kami menawarkan berbagai jenis produk dan layanan yang mencakup:
 - a) **Video Promosi Perusahaan:** Ini mencakup video profil perusahaan, video produk, dan video budaya perusahaan yang dirancang untuk membantu bisnis mempromosikan merek mereka dan meningkatkan kredibilitas.
 - b) **Video Pemasaran Produk:** Video iklan produk yang kreatif dan berfokus pada menyampaikan pesan yang jelas dan memikat kepada konsumen.
 - c) **Video Acara:** Dokumentasi video untuk berbagai acara seperti konferensi, seminar, pameran dagang, dan perayaan.
 - d) **Video Konten Sosial:** Konten video yang dirancang untuk media sosial, termasuk video cerita singkat, tutorial, dan konten pendek yang populer di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube.
 - e) **Video Musik:** Produksi video klip musik untuk seniman dan label musik.
2. **Nama Produk:** Kami memberikan nama produk berdasarkan permintaan dan kebutuhan klien. Sebagai contoh, "Profil Perusahaan Visual," "Iklan Produk Kreatif," "Dokumentasi Acara Visual," "Konten Sosial Viral," dan "Video Musik Hit."
3. **Karakteristik Produk:** Karakteristik produk kami mencakup:
 - a) **Kualitas Tinggi:** Semua video yang kami hasilkan akan memenuhi standar produksi berkualitas tinggi dengan penggunaan peralatan terkini dan tim profesional berpengalaman.
 - b) **Kreativitas:** Produk kami akan mencerminkan pendekatan kreatif dalam pengembangan konsep, pengambilan gambar, penyuntingan, dan penyampaian pesan yang unik.
 - c) **Personalisasi:** Kami akan bekerja erat dengan klien untuk memahami visi mereka dan menciptakan video yang sesuai dengan merek dan pesan mereka.
 - d) **Pengiriman Tepat Waktu:** Kami akan berkomitmen untuk memberikan video kepada klien sesuai jadwal yang disepakati.

- e) **Kelebihan Produk:** Dalam industri videografi yang kompetitif, kami mengidentifikasi beberapa kelebihan produk kami:
- f) **Kualitas Berkualitas Tinggi:** Kami akan fokus pada menghasilkan video berkualitas tinggi dengan peralatan terkini dan tim profesional.
- g) **Kreativitas yang Inovatif:** Kami akan membawa pendekatan kreatif dalam setiap proyek untuk membedakan merek klien di pasar.
- h) **Personalisasi dan Kolaborasi:** Kami akan mendengarkan kebutuhan klien dan berkolaborasi dengan mereka untuk menciptakan video yang sesuai dengan visi mereka.
- i) **Pengiriman Tepat Waktu:** Kami akan menjaga komitmen untuk pengiriman tepat waktu, memastikan klien kami puas dengan hasilnya.

B. Analisis Usaha

1. Analisis SWOT

Kekuatan (Strengths):

- a) Kreativitas: Kemampuan untuk menghasilkan konten video kreatif dan inovatif adalah keunggulan utama.
- b) Tim Profesional: Tim berpengalaman dalam berbagai aspek produksi video, termasuk sinematografi, penyuntingan, dan desain grafis.
- c) Peralatan Berkualitas Tinggi: Investasi dalam teknologi dan peralatan terkini untuk menciptakan video berkualitas tinggi.
- d) Pendekatan Klien yang Berfokus pada Kepuasan: Komitmen untuk memberikan layanan pelanggan yang luar biasa dengan mendengarkan kebutuhan klien.

Kelemahan (Weaknesses):

- a) Persaingan Ketat: Industri videografi yang kompetitif dengan banyak pesaing yang berpengalaman.
- b) Biaya Produksi: Biaya produksi video berkualitas tinggi dapat menjadi tinggi, dan penyesuaian harga mungkin menjadi tantangan.
- c) Ketergantungan pada Pasar Tertentu: Ketergantungan pada sektor-sektor tertentu dalam industri, yang dapat memengaruhi stabilitas pendapatan.

Peluang (Opportunities):

- a) Peningkatan Permintaan Konten Video: Pertumbuhan konsumsi konten video online menciptakan peluang besar untuk menawarkan layanan videografi.
- b) Pemasaran Berbasis Video: Peningkatan fokus pada pemasaran berbasis video membuka peluang untuk kemitraan dengan perusahaan dalam rangka menciptakan konten promosi.
- c) Kemitraan Strategis: Peluang untuk berkolaborasi dengan pelanggan, lembaga pendidikan, dan organisasi lain untuk proyek-proyek video yang berdampak.

Ancaman (Threats):

- a) Perubahan Teknologi: Perubahan cepat dalam teknologi dan tren produksi video yang dapat mengharuskan investasi tambahan.
- b) Persaingan Tinggi: Persaingan yang ketat di industri videografi dengan pesaing yang menawarkan harga yang lebih rendah.
- c) Tantangan Ekonomi: Ketidakpastian ekonomi yang dapat memengaruhi anggaran iklan dan investasi konten video.

2. Bisnis Model Canvas

Memaparkan 9 elemen BMC (panduan pengisian di lampiran 4)

<i>Customer Segments</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>
Pelanggan Utama: Perusahaan-perusahaan dengan kebutuhan produksi video untuk pemasaran, promosi, dan konten perusahaan. Pelanggan Sekunder: Klien individu yang membutuhkan jasa videografi untuk acara pribadi seperti pernikahan.	Produksi Video: Menyusun, merekam, dan menyunting video sesuai dengan kebutuhan klien. Konsultasi Kreatif: Membantu klien mengembangkan ide dan konsep video. Pemasaran dan Promosi: Mempromosikan layanan dan konten untuk menarik pelanggan baru.	Konten Video Kreatif dan Berkualitas Tinggi: Produksi konten video yang kreatif dan berkualitas tinggi untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan klien. Konsultasi Kreatif: Menawarkan saran dan ide kreatif untuk membantu klien mengembangkan konsep video yang kuat. Peralatan dan Teknologi Terbaru: Penggunaan peralatan dan teknologi terkini untuk memastikan
	Key Resources	
	Tim Videografer dan Editor: Tim berpengalaman dalam	

	produksi video. Peralatan Produksi: Kamera, peralatan pencahayaan, perangkat lunak penyuntingan, dan lainnya. Situs Web dan Media Sosial: Platform untuk promosi dan komunikasi.	kualitas produksi yang optimal.
Customer Relationship	Key Partnership	Cost Structure
Konsultasi Berkelanjutan: Memberikan layanan konsultasi berkelanjutan untuk memahami kebutuhan dan tujuan klien. Kerjasama Jangka Panjang: Membangun hubungan jangka panjang dengan klien yang berulang.	Kolaborasi dengan Pemasok Peralatan: Kerjasama dengan pemasok peralatan produksi video dan peralatan pencahayaan. Jejaring Industri: Kemitraan dengan produser, fotografer, dan lembaga terkait dalam industri.	Biaya Personil: Gaji tim kreatif dan produksi. Biaya Peralatan: Biaya perawatan dan pembelian peralatan produksi. Biaya Pemasaran dan Promosi: Biaya iklan, promosi, dan pemasaran online.
Channels	Revenue Stream	
Situs Web dan Media Sosial: Memanfaatkan situs web dan platform media sosial untuk mempromosikan layanan dan hasil karya. Jejaring Industri: Membangun kemitraan dan jaringan dalam industri untuk mendapatkan proyek. Pemasaran Konten: Membagikan portofolio dan konten berkualitas tinggi di berbagai platform	Biaya Produksi: Pendapatan dari proyek-proyek produksi video yang dipesan oleh klien. Lisensi Konten: Menjual lisensi atau hak atas video yang diproduksi untuk penggunaan tertentu.	

online.		
---------	--	--

C. Analisis Produksi

1. Proses Produksi Produk Video:

- a) **Konsultasi Awal:** Proses dimulai dengan konsultasi awal dengan klien. Ini mencakup pemahaman mendalam tentang tujuan video, pesan yang ingin disampaikan, audiens target, dan anggaran.
- b) **Perencanaan dan Konsep:** Setelah mendapatkan pemahaman yang kuat tentang proyek, langkah berikutnya adalah merencanakan konsep video. Ini melibatkan pengembangan ide-ide kreatif, penulisan naskah, dan perencanaan teknis seperti pemilihan lokasi, pemilihan kru, dan peralatan yang dibutuhkan.
- c) **Pra-Produksi:** Tahap ini mencakup persiapan sebelum syuting. Ini termasuk casting, penyiapan lokasi, perizinan (jika diperlukan), perencanaan jadwal, dan peralatan teknis seperti kamera, pencahayaan, dan audio.
- d) **Produksi:** Ini adalah tahap syuting yang melibatkan pengambilan gambar video sesuai dengan rencana pra-produksi. Pada tahap ini, kru akan bertanggung jawab atas aspek teknis produksi, seperti pengambilan gambar, tata cahaya, dan tata suara.
- e) **Pasca-Produksi:** Setelah syuting selesai, video akan melalui tahap pasca-produksi, yang mencakup penyuntingan, pengolahan warna, desain suara, dan efek visual (jika diperlukan). Tahap ini juga melibatkan pemeriksaan kualitas dan revisi jika diperlukan.
- f) **Penyelesaian dan Penyerahan:** Setelah video selesai diedit dan disetujui, langkah terakhir adalah menyelesaikan video dan menyerahkan produk akhir kepada klien dalam format yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. Target Produksi:

Agensi Videografi ini akan fokus pada beberapa jenis produksi video untuk memenuhi kebutuhan berbagai sektor industri. Berikut adalah target produksi yang akan menjadi andalan agensi:

- **Iklan:** Video iklan kreatif untuk produk atau layanan klien.
- **Konten Promosi:** Pembuatan konten promosi yang menarik untuk meningkatkan visibilitas klien di pasar.
- **Dokumenter:** Produksi dokumenter yang menggambarkan perjalanan atau proses tertentu yang relevan untuk klien.

- **Video Perusahaan:** Pembuatan video profil perusahaan dan budaya kerja untuk meningkatkan citra perusahaan.
- **Video Acara:** Pencakupan video profesional untuk acara perusahaan, seminar, atau konferensi.

a) **Kapasitas Tim:** Agensi Videografi ini akan memiliki tim yang terampil dan terdiversifikasi untuk menangani berbagai aspek produksi video. Struktur tim melibatkan:

- **Videografer dan Editor:**
Bertanggung jawab untuk produksi dan pengeditan video.
- **Produser Kreatif:**
Menyusun konsep dan ide kreatif untuk setiap proyek.
- **Manajer Proyek:**
Mengelola aspek logistik dan jadwal produksi.
- **Spesialis Media Sosial:** Menangani promosi dan distribusi video melalui platform Instagram, TikTok, dan platform media sosial lainnya.
- **Tim Administrasi:** Menangani tugas administratif dan dukungan pelanggan.

b) **Permintaan Pasar:**

- **Peningkatan Penggunaan Media Sosial:**
Pertumbuhan penggunaan Instagram dan TikTok sebagai platform utama untuk promosi produk dan layanan.
- **Kebutuhan Konten Berkualitas:**
Peningkatan permintaan klien untuk konten video yang menarik dan profesional.
- **Diversifikasi Industri:**
Permintaan dari berbagai sektor industri untuk jenis video yang berbeda-beda.
- **Portofolio Online:**
Keberadaan portofolio online memudahkan klien untuk melihat kualitas kerja agensi.

c) **Anggaran dan Sumber Daya:**

- **Anggaran Awal:**

Menetapkan anggaran untuk peralatan videografi, perangkat lunak pengeditan, dan promosi awal melalui media sosial.

- **Sumber Daya Manusia:**

Menyediakan anggaran untuk pelatihan dan pengembangan tim agar tetap terkini dengan tren industri.

- **Pemasaran:**

Mengalokasikan anggaran pemasaran untuk promosi online melalui Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya.

- **Peralatan dan Teknologi:**

Memperbaharui dan memperluas inventaris peralatan videografi untuk memastikan produksi berkualitas tinggi.

- **Penyimpanan dan Distribusi Konten:**

Menetapkan sumber daya untuk penyimpanan aman dan distribusi efisien konten yang dihasilkan.

D. Analisis Pasar

- **Pasar Videografi:** Industri videografi telah berkembang pesat dengan meningkatnya permintaan akan konten video berkualitas tinggi. Perusahaan dan organisasi dari berbagai sektor industri semakin mengakui kekuatan video dalam berkomunikasi dengan khalayak mereka. Hal ini menciptakan peluang besar untuk agensi videografi.
- **Segmentasi Pelanggan:** Kami mengidentifikasi pelanggan potensial dan segmentasikan mereka berdasarkan jenis industri, ukuran bisnis, tujuan penggunaan video, dan anggaran. Ini memungkinkan untuk merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan berbagai segmen.
- **Proposisi Nilai:** Kami menawarkan nilai unik yang membedakan agensi, seperti kemampuan untuk menghasilkan video kreatif dan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

- Saluran Distribusi: Kami menentukan saluran distribusi yang efektif untuk menjangkau calon klien. Ini dapat mencakup pemasaran online, jejaring bisnis, partisipasi dalam pameran, dan promosi melalui media sosial.
- Strategi Pemasaran: Kami mengimplementasikan strategi pemasaran yang kuat dengan fokus pada konten visual, studi kasus, dan portofolio proyek sebelumnya. Kami menggunakan media sosial, kampanye iklan berbayar, dan email marketing untuk mencapai target audiens kami.
- Akuisisi Pelanggan: Kami menawarkan paket percobaan atau diskon awal untuk menarik pelanggan baru. Selain itu, kami juga mempertimbangkan kerjasama dengan agen pemasaran atau perusahaan periklanan untuk mencari pelanggan potensial.
- Hubungan Pelanggan: Kami menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan responsif dalam layanan pelanggan. Kami mendapatkan umpan balik mereka secara teratur untuk memahami kebutuhan mereka dan mendapatkan wawasan tentang cara meningkatkan layanan kami.
- Pelayanan Pelanggan: Kami menyediakan berbagai pilihan layanan seperti pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi video untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan.
- Kualitas Produksi: Keunggulan utama agensi kami adalah kemampuan untuk menghasilkan video berkualitas tinggi. Kami pastikan bahwa setiap proyek yang kami kerjakan memenuhi standar kualitas tertinggi.
- Pertumbuhan Berkelanjutan: Pertahankan fokus pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan proyek-proyek inovatif dan kolaborasi strategis dengan pelanggan.
- Monitoring Tren: Pantau tren dalam industri videografi, teknologi, dan pemasaran digital untuk tetap relevan dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

E. Analisis Sumber Daya Manusia

1. Struktur Organisasi Tim:

- a) Pemilik dan CEO (*Chief Executive Officer*)
 - Bertanggung jawab atas pengelolaan umum agensi dan mengambil keputusan strategis.
 - Mengelola hubungan klien utama dan mitra strategis.
 - Membangun visi jangka panjang untuk agensi dan memberikan arahan.
- b) Direktur Kreatif (*Creative Director*)
 - Memimpin tim kreatif dalam pengembangan konsep video.
 - Bertanggung jawab atas kualitas dan estetika produksi video.
 - Mendukung proses kreatif dalam kolaborasi dengan klien.
- c) Manajer Produksi (*Production Manager*)
 - Mengatur produksi video dan mengelola aspek logistik.
 - Berkoordinasi dengan klien, lokasi, kru, dan peralatan.
 - Memastikan proyek berjalan sesuai jadwal dan anggaran.
- d) Sinematografer (*Cinematographer*)
 - Bertanggung jawab atas aspek visual produksi video.
 - Menentukan pengaturan kamera, pencahayaan, dan komposisi visual.
 - Mengelola tim kamera dan peralatan teknis.
- e) Penyunting Video (*Video Editor*)
 - Mengedit rekaman video untuk menciptakan narasi visual yang kohesif.
 - Memproses video, menambahkan efek, dan mengedit suara.
 - Memastikan video sesuai dengan visi klien.
- f) Spesialis Desain Grafis (*Graphic Design Specialist*)
 - Membuat elemen grafis, animasi, dan efek visual yang diperlukan untuk video.
 - Mengintegrasikan desain grafis ke dalam produksi video.

2. Uraian Tugas (Job Descriptions):

- a) Pemilik dan CEO
 - Mengambil keputusan strategis dan menjalankan operasi harian agensi.
 - Mengelola hubungan dengan klien kunci dan mitra bisnis.
 - Memimpin pengembangan visi jangka panjang agensi.
- b) Direktur Kreatif
 - Mengembangkan konsep kreatif untuk proyek-proyek video.
 - Memimpin tim kreatif dalam proses produksi.
 - Menjaga kualitas dan estetika video sesuai visi agensi.

- c) Manajer Produksi
 - Mengelola aspek logistik produksi video.
 - Berkoordinasi dengan klien, tim produksi, dan lokasi.
 - Memastikan proyek berjalan sesuai jadwal dan anggaran.
- d) Sinematografer
 - Menentukan pengaturan kamera, pencahayaan, dan komposisi visual.
 - Mengelola tim kamera dan peralatan teknis.
 - Memastikan hasil visual sesuai visi kreatif.
- e) Penyunting Video
 - Mengedit rekaman video untuk menciptakan narasi visual yang kohesif.
 - Memproses video, menambahkan efek, dan mengedit suara.
 - Menjaga kualitas akhir video sesuai dengan standar agensi.
- f) Spesialis Desain Grafis
 - Membuat elemen grafis, animasi, dan efek visual untuk video.
 - Mengintegrasikan desain grafis dengan produksi video.
 - Memastikan elemen grafis memenuhi standar kualitas agensi.

F. Analisis Keuangan

Pada bagian ini berisi:

1) Investasi yang diperlukan

Modal	Biaya Tetap	Variabel
Rp. 10.000.000	Rp. 4.500.000	Rp.500.000

2) Penentuan HPP

Keterangan :

- HPP, Harga Pokok Satuan
- BPN, Biaya Peralatan
- BPI, Biaya Produksi
- UK, Upah Karyawan
- P, Perizinan
- BOL, Biaya Operasional Lainnya

	BPN	BPI	UK	P	BOL
HPP =	Jumlah Unit Produk				

HPP =	2.000.000	5.000.000	500.000	250.000	3.000.000
	1				

HPP=	10,750,000
	1

HPP per unit adalah 10.750.000 rupiah.

3) *Break Event Point (BEP)*

BEP=	Biaya Tetap
	Biaya Per unit-HPP Per Unit

BEP=	4,500,000
	15.000.000-10.750.000

BEP=	4,500.000
	4.250.000

BEP= 1.0588

4) Rencana laporan laba/rugi

$PendapatanBersih = (HargaJualperUnit - HPPperUnit) \times JumlahUnit - BiayaTetap$

$PendapatanBersih = (15,000,000 - 10,750,000) \times X - 4,500,000$

$PendapatanBersih = 4,250,000 \times X - 4,500,000$

Pemesanan Jasa = 5

$PendapatanBersih = (4,250,000 \times 5) - 4,500,000$

$PendapatanBersih = 21,250,000 - 4,500,000$

$PendapatanBersih = 16,750,000$

Keterangan	Jumlah
Pendapatan Penjualan	15.000.000
Biaya Variabel	500.000

Biaya Tetap	4.500.000
Laba Bersih Bulanan	16,750,000

BAB III

PENUTUP

Kesimpulan

Setelah merinci rencana bisnis kami untuk agensi videografi, kami dapat menyimpulkan bahwa agensi ini memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang di lingkungan yang berkembang pesat dalam industri videografi. Analisis SWOT kami menyoroti kekuatan kreatif, tim profesional, dan komitmen kami terhadap kualitas sebagai landasan bagi kesuksesan kami. Kami juga mengidentifikasi beberapa kelemahan, terutama persaingan ketat dan biaya produksi tinggi, yang perlu kita tangani secara efektif.

Melalui visi dan misi kami, kami bertujuan untuk menjadi agensi videografi terkemuka yang dikenal dengan kualitas, kreativitas, dan inovasi dalam produksi video. Kami ingin menjadi mitra terpercaya bagi klien kami dan berfokus pada kepuasan pelanggan, inovasi, dan pertumbuhan berkelanjutan.

Dengan melihat tren dalam industri videografi, termasuk peningkatan permintaan konten video, pemasaran berbasis video, dan peluang kolaborasi strategis, kami melihat banyak peluang pertumbuhan di masa depan. Kami berkomitmen untuk memanfaatkan peluang ini untuk menciptakan video yang memiliki dampak positif bagi klien kami dan membantu mereka mencapai tujuan bisnis mereka.

Dalam hal ketahanan produk, kami akan terus berinvestasi dalam teknologi dan peralatan terkini, serta pendidikan dan pengembangan tim kami. Ini akan memungkinkan kami untuk tetap berada di depan dalam produksi video berkualitas tinggi yang memenuhi dan melebihi harapan klien kami.

Untuk menjaga keberlanjutan usaha, kami akan berfokus pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan mendukung proyek-proyek berkelanjutan dalam komunitas dan menjaga komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Daftar Pustaka

Forrester Research. (2021). "The State of Video Marketing."

Statista. (2022). "Digital Video Trends."

HubSpot. (2022). "Video Marketing Statistics."

Brightcove. (2021). "The Science of Attention: Video as a Force for Business Growth."

LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Jadwal Kegiatan

No .	Jenis kegiatan	Minggu										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Membuat rencana proyek dan anggaran biaya Mempersiapkan alat dan sumber daya											
2	Menetapkan target pelanggan dan strategi pemasaran											
3	Mempersiapkan alat dan sumber daya											
4	Mempromosikan jasa yang disediakan oleh <i>Videography Creative Agency</i>											
5	Berkomunikasi dengan pelanggan dan menjelaskan proses pengerjaan											
6	Mengumpulkan informasi dan data dari pelanggan											
7	Melakukan briefing dengan pelanggan											
8	Pengumpulan bahan sesuai dengan yang dibutuhkan											
9	Merancang tahapan proses pengerjaan											
10	Menciptakan visualisasi											

	yang menarik dan profesional sesuai dengan permintaan pelanggan													
11	Melakukan pengeditan dan revisi terakhir sesuai keinginan pelanggan dan memastikan kualitasnya													
12	Menyerahkan hasil pengerjaan kepada pelanggan													
13	Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan													
14	Mengevaluasi keberhasilan proyek dan meningkatkan layanan jika diperlukan													
15	Menggunakan umpan balik untuk memperbaiki kualitas layanan													

Lampiran 2. Biodata

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Raifan Ahmad Kurniawan
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	Pendidikan Teknologi Informasi
4	NIM	2113025018
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Talang Mangga, 07 Juni 2003
6	Alamat Email	Raifanahmadkurniawan076@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	082278839510

B. Kegiatan Kemahasiswaan yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Robotika (Formatif)	Co Sie PDD	Oktober 2022
2	For-Gat (Formatif)	Co Sie PDD	Desember 2022 FKIP

Lampiran 2. Riwayat Pemesanan

1. After Movie PT Beautinesia Media Nusantara

INVOICE

#2023

BILLED TO: PT. Beautinesia Media Nusantara

PAY TO: Event Pixy Goes to Campus
Universitas Lampung
Sabtu, 13 Mei 2023

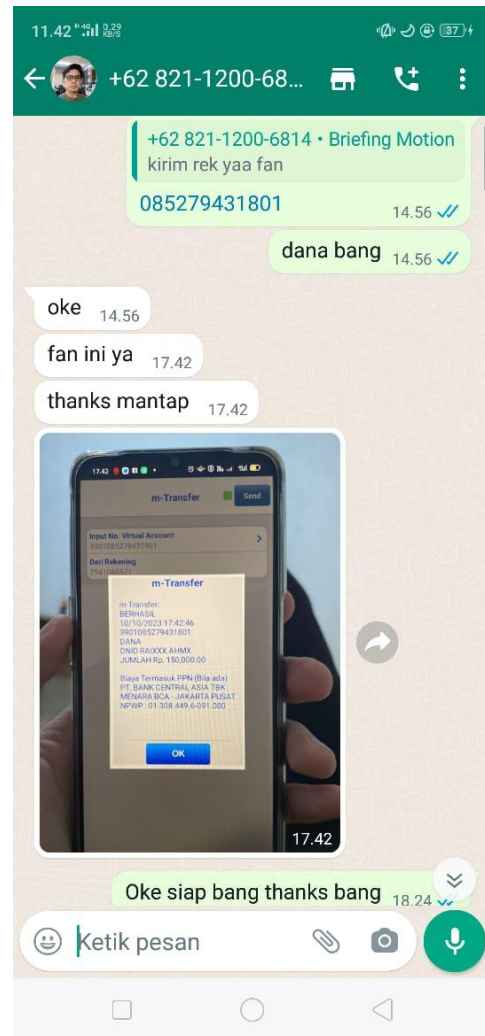
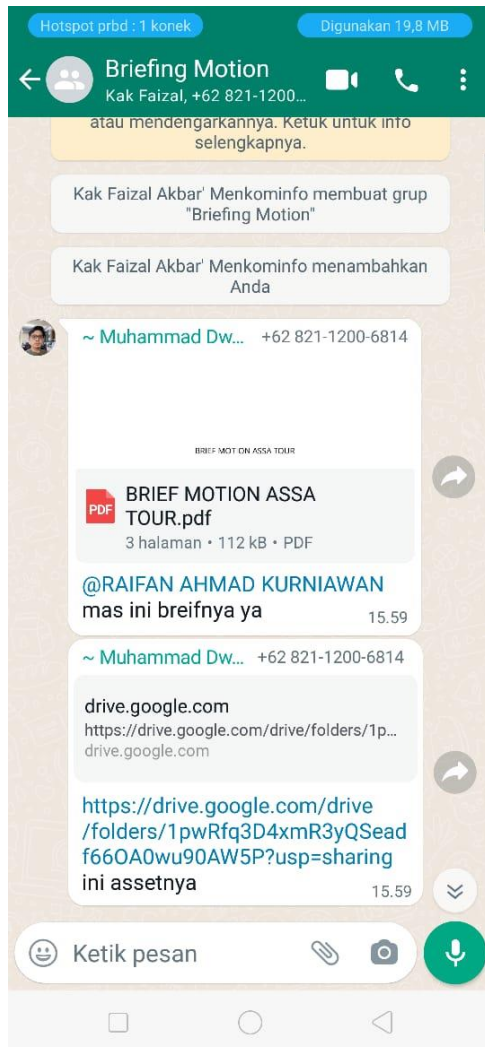
DESCRIPTION	AMOUNT
Photographer, Videographer + Mini After Movie	Rp500.000,-
TOTAL	Rp500.000

Bank DANA
Account Name RAIFAN AHMAD KURNIAWAN
Account Number 085279431801

Notes: Payment is required within 50% before event and 50% after event.

Thank you for your business.

2. Video Motion PT Assa Tour



3. After Movie Seminar BSI

