

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Profil Perusahaan

Graphic Visual (Gravis) adalah *platform* berbasis *website* yang menyediakan tempat untuk para *freelancer*. *Freelancer* Desain Komunikasi Visual yang selanjutnya disebut DKV berjualan jasa kreatif dan bertransaksi dengan klien agar dapat mengembangkan pasar dan kemampuannya di bidang masing-masing. Latar belakang didirikannya Gravis berawal dari pandemi COVID-19 yang sudah melanda Indonesia selama 2 tahun dan mempengaruhi segala aspek di kehidupan masyarakat baik dari segi kesehatan, sosial, psikologi, dan terutama ekonomi. Masyarakat terpaksa untuk mengalihkan aktivitas mereka dari metode luring menjadi daring dengan urgensi untuk menjaga jarak sosial (*social distancing*) yang bertujuan untuk menghindari kontak fisik dan sosial secara langsung. Kondisi ini mengubah segala hal yang *non-digital* menjadi digital sehingga timbulnya *fleksibilitas* untuk melakukan suatu aktivitas. Timbulnya kebutuhan kreativitas dan pengemasan informasi secara visual mengalami peningkatan karena pandemi ini. Maraknya digitalisasi membuat kreativitas memiliki nilai jual yang tinggi. Banyak individu atau kelompok yang membutuhkan sentuhan kreatif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas agar lebih menarik perhatian dan mudah dimengerti. Dalam hal ini, subsektor DKV memiliki peran penting dalam menjalankannya. Menurut Kemenparekraf Republik Indonesia (2021), prospek DKV merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang terus meningkat. Prospek ini berkontribusi besar terhadap PDB nasional. Sebelum pandemi COVID-19 melanda, subsektor DKV menyumbang Rp579,3 Miliar pada tahun 2016. Sedangkan setelah pandemi COVID-19 melanda, subsektor ini menyumbang Rp0,82 Triliun.

Pada tahun 2020, subsektor DKV tercatat mempekerjakan 29.651 pekerja kreatif dan diprediksi akan meningkat menjadi 30.914 pekerja pasca pandemi. Angka tersebut merupakan 0,012% dari jumlah penduduk Indonesia

yaitu 272.229.372 jiwa yang tercatat pada Administrasi Kependudukan per Juni 2021 (Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2021). Selain itu, dapat diprediksi juga bahwa *freelancer* dalam subsektor DKV akan ikut meningkat, baik yang tercatat dalam data ataupun tidak. Di Indonesia, *freelancer* atau pekerja lepas dalam subsektor DKV marak dijadikan suatu pekerjaan oleh para lulusan baru atau bahkan yang masih menjadi pelajar dan mahasiswa. Hal ini dikarenakan waktu kerja yang fleksibel, menyesuaikan banyaknya pekerjaan yang diambil, dan menjadi pekerjaan sampingan sebelum beranjak ke dunia kerja yang sebenarnya.

Gravis hadir dengan menyediakan desain pengalaman pengguna yang mudah dan nyaman digunakan serta fitur-fitur yang familier oleh masyarakat Indonesia yaitu fitur “Pilih Varian” dan “Add-On”. Gravis turut memberikan inovasi yang dapat memudahkan *freelancer* DKV dan klien mengkomunikasi dan memahami kebutuhan dan keinginan yang ada seperti fitur “Draft Gravis”. Gravis memiliki *tagline* yaitu “*We Connect, You Create*”, dan Logogram Gravis bernama *The Blitz* yang berbentuk seperti kilat serta gabungan antara pita dan perisai.



Gambar 1.1 Logo Gravis

(Sumber: Dokumentasi Gravis)

Logogram *The Blitz* memiliki makna cepat, hubungan erat, dan pelindung. *Logotype* yang digunakan oleh Gravis berasal dari font sans-serif bernama Lexend, yang memiliki berat *extra bold* dengan warna hitam pekat. Penggunaan font ini bertujuan untuk menunjukkan keberanian dan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan terhadap tantangan yang akan datang.

1.1.1. Visi dan Misi Perusahaan

A. Visi Gravis

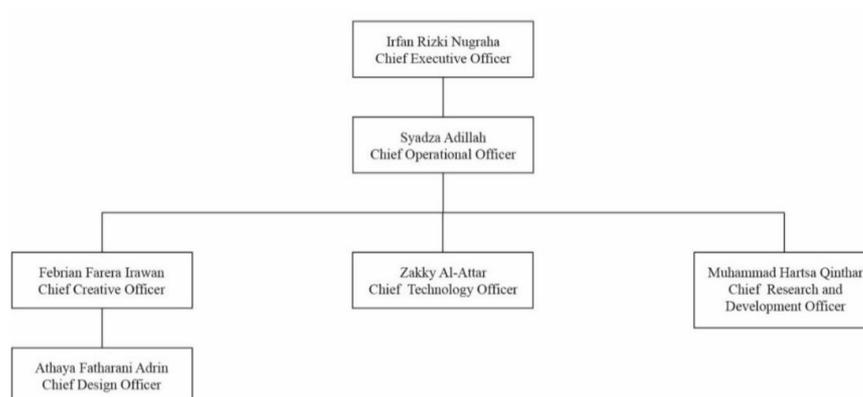
“Menjadi *platform* berbasis *marketplace* yang dapat menciptakan lingkungan *creative commerce* antara para *freelancer* DKV dengan para klien (individu atau kelompok) yang membutuhkan jasa kreatif yang disediakan oleh para *freelancer* DKV”.

B. Misi Gravis

Misi Gravis adalah :

1. Menyediakan *platform* berbentuk situs web yang mudah digunakan oleh pengguna (*freelancer* DKV dan klien);
2. Menyediakan tempat bagi para *freelancer* DKV untuk mengembangkan kemampuan diri dan pasarnya;
3. Menyediakan kebutuhan klien dalam bidang kreatif, dengan sistem *crowdsourcing* dan *direct work* (bekerja langsung dengan *freelancer*);
4. Menyelenggarakan acara dan pelatihan rutin untuk para *freelancer* DKV untuk menambah pengalaman, kemampuan, dan portofolio desain;
5. Menjaga lingkungan *marketplace* yang sehat dan adil.

1.1.2. Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Sumber: (Dokumentasi Gravis)

Struktur organisasi yang digunakan ialah struktur organisasi fungsional yaitu struktur yang paling umum digunakan oleh suatu organisasi utamanya organisasi yang skalanya tidak *massive*. Pembagian kerja dalam bentuk struktur organisasi fungsional ini dilakukan berdasarkan fungsi manajemennya seperti keuangan, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia. Struktur organisasi ini dipilih karena bentuk struktur organisasi ini dapat menekan biaya operasional organisasi/perusahaan.

1.1.3. Aspek Praktik Manajemen

Dalam menjalankan kegiatan usaha Gravis memiliki empat aspek penopang yaitu aspek produksi, keuangan, pemasaran dan aspek SDM dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Aspek Produksi

Gravis menyediakan wadah (*platform*) *website* sebagai tempat jual beli produk dan layanan kreatif dari para pelaku seni yang selanjutnya bisa disebut *freelancer* DKV. Gravis dalam *websitenya* turut memberikan 2 (dua) konsep layanan diantaranya *Crowd-sourcing*, dan *Direct-Work*. Program *Crowdsourcing* memberikan hak kepada *client* untuk membuat ‘sayembara’ dengan konsep sebebaskan mungkin hal ini memungkinkan klien untuk memilih 1 (satu) atau lebih dari banyaknya submisi karya yang *freelancer* berikan dalam ‘sayembara’ yang dibuat oleh *client*. Dan konsep layanan *Direct-Work* dengan fitur sebagai berikut ; memberikan fitur toko untuk para *freelancer* DKV menampilkan isi produk / layanan yang mereka sediakan. Fitur produk yang berguna untuk menampilkan rating, harga, varian, *add-on* dari layanan yang disediakan oleh *freelancer* DKV yang nantinya akan di *checkout* oleh klien. Fitur portofolio yang berguna untuk menampilkan *achievement* atau karya yang telah dibuat *freelancer* dengan *style design* sesuai yang dimiliki oleh para *freelancer* sehingga dapat menarik hati para calon klien.

Semua ‘*card produk*’ karya para *freelancer* Gravis akan selalu ditampilkan di *website* Gravis tanpa batasan waktu, dan setiap *card* akan diberikan label kategori yang sesuai dengan layanan apa yang mereka jual seperti Logo, Poster, Ilustrasi dan lainnya. Fitur filter produk yang berguna untuk memudahkan klien untuk mencari ‘*card produk*’ yang lebih spesifik untuk kebutuhan mereka. Filter yang kami sediakan seperti filter kategori, harga, rating dan sortir dari terbaru atau paling sesuai. Gravis juga memberikan keunggulan dari sisi pengelolaan produk bagi para pemilik toko/*freelancer* DKV berupa *Dashboard* Gravis, *Dashboard* Gravis sendiri berupa *website* yang hanya bisa diakses oleh para *freelancer* guna memperluas jangkauan produk, melihat tinjauan dan aktivitas penjualan, interaksi produk, proyek yang sedang dijalankan, info saldo, dan hingga informasi bisnis yang semua bisa dilihat melalui fitur *Dashboard*, fitur produk memungkinkan para *freelancer* DKV *me-deploy* produk/layanan yang akan dijual di toko mereka, juga fitur portofolio memungkinkan para *freelancer* DKV *me-deploy* hasil karya berupa ringkasan portofolio yang akan ditampilkan di profil mereka, juga di dalam *Dashboard* Gravis, *freelancer* DKV dapat dengan mudah memfilter proyek yang masuk, *ongoing project*, hingga proyek selesai di dalam fitur Project.

Salah satu layanan unggulan dari Gravis adalah ‘*draft Gravis*’ yang memiliki beberapa fitur guna memberikan *draft* yang diekspektasikan klien berupa formulir yang fiturnya berisi nama proyek, deskripsi proyek, pilih palet warna, referensi desain/ilustrasi, dan note untuk *freelancer*. Dengan adanya fitur-fitur ini dalam *draft Gravis*, *freelancer* dapat lebih mudah untuk mengerjakan pesanan dan meminimalisir revisi yang ada, sehingga pengerjaan lebih cepat dan hasil mendekati ekspektasi klien. Namun, saat ini Gravis masih belum memiliki hak paten untuk fitur unggulan tersebut sehingga dapat ditiru oleh kompetitor dan menjadi ancaman bagi Gravis. Kami merupakan startup jasa, yang berarti bisnis kami akan berjalan jika terdapat 3 komponen utama didalamnya, yaitu manajemen Gravis, *freelancer* DKV, dan pelanggan.

2. Aspek Keuangan

Gravis saat ini masih belum memiliki modal awal untuk menjalankan operasionalnya secara keseluruhan, namun bisnis Gravis masih dapat berjalan jika memiliki *freelancer* DKV yang bersedia bergabung dengan Gravis. Sumber pendapatan Gravis berasal dari proyeksi margin keuntungan 15% pada setiap transaksi yang terjadi dalam *website* Gravis. Margin keuntungan akan dipertahankan atau diubah sesuai hasil pada tahun pertama. Selain margin keuntungan, sumber pendapatan jangka panjang Gravis berasal dari layanan iklan eksternal dan layanan iklan internal pada *website* Gravis. Sedangkan untuk pengeluaran Gravis di tahun awal, sebagian besar dikeluarkan untuk biaya pemasaran, biaya pembuatan *website* dan biaya legalitas perusahaan.

3. Aspek Pemasaran

Dalam aspek pemasaran Gravis menggunakan analisis 7P, yaitu:

- a. *Product* : Gravis merupakan *platform* penghubung antara *freelancer* DKV dengan konsumen yang membutuhkan jasa design seperti logo, ilustrasi, desain kemasan, label hingga cover buku/majalah.
- b. *Price* : *Freelancer design* sebagai penjual jasa dapat menentukan harganya sendiri untuk setiap jenis jasa kreatif yang mereka sediakan. Penentuan harga ini berlaku pada fitur varian serta *add-on* jasa. Dengan sistem seperti ini, Gravis dapat lebih fleksibel untuk memasuki lanskap kompetitif yang beragam dari segi harga. Strategi penetapan harga ini dapat menarik pelanggan karena *freelancer* dapat menentukan jasa dengan rentang harga yang beragam dan luas, sehingga klien dapat memilih jasa dan *freelancer* dengan kualitas yang diinginkan dalam *budget* yang sesuai dengan rencana.
- c. *Place* : Gravis akan membuat *platform* pada *website*, membuat akun *Instagram*, *tiktok*, *youtube* dan akun *whatsapp* untuk mengenalkan dan berinteraksi dengan para pelanggan. Selain itu, Gravis akan memaksimalkan *Search Engine Optimization (SEO)* dengan kata kunci

yang berhubungan dengan jasa desain dan *platform* agar *website* Gravis dapat mendapatkan peringkat atas di hasil pencarian calon *customer*.

- d. *Promotion* : Gravis akan melakukan pemasaran menggunakan media sosial yaitu *Instagram*, *tiktok*, hingga *youtube* dengan biaya pemasaran ditahun pertama sebesar Rp. 30.020.000,-
- e. *People* : Sumber daya dari Gravis ialah para *founder* dari Gravis yang terdiri dari enam mahasiswa yang memiliki pencapaian pada kompetisi dibidangnya masing-masing, yaitu dibidang desain, bisnis dan *programming*. Untuk 3 tahun pertama, Gravis belum berencana untuk melakukan perekrutan karyawan baru untuk menimalisir biaya dan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki.
- f. *Physical Evidence* : Seluruh aktivitas dari Gravis dilaksanakan secara daring sehingga bukti Gravis ialah bukti online berupa *website*, *akun Instagram*, *akun youtube*, *akun LinkedIn* para *founder* Gravis hingga portfolio para *freelancer* DKV yang ditampilkan pada *website* Gravis.
- g. *Process* : Gravis dalam *websitenya* memberikan 2 (dua) konsep layanan, salah satunya *Direct-Work*. Untuk proses layanan *Direct-Work*, adalah sebagai berikut :
 - 1) Konsumen melakukan pendaftaran menggunakan *e-mail* pada *website* Gravis,
 - 2) Konsumen melakukan *log-in* menggunakan *e-mail* yang telah didaftarkan sebelumnya,
 - 3) Konsumen memilih kategori produk/layanan yang diinginkan pada beranda *website*, lalu akan muncul daftar *freelancer* sesuai produk/layanan yang telah dipilih oleh konsumen
 - 4) Konsumen memilih *style design* yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen
 - 5) Setelah konsumen meng-*klik* desain yang sesuai, maka *website* akan menampilkan deskripsi produk tersebut. Deskripsi berupa harga, info produk, portofolio *freelancer* hingga ulasan para konsumen mengenai *freelancer* tersebut. Selain itu, *website* akan menampilkan paket yang

tersedia pada produk tersebut yaitu *ala carte*, *essensial* dan *premium*. Konsumen akan memilih paket yang sesuai lalu meng-*klik* order sekarang.

- 6) Setelah itu, *website* akan menampilkan fitur *draft* Gravis, yaitu fitur berupa formulir yang fiturnya berisi nama proyek, deskripsi proyek, pilih palet warna, referensi desain/ilustrasi, dan note untuk *freelancer*. Fitur ini bertujuan agar desain yang akan dibuat akan semakin mendekati ekspektasi konsumen dan menimalisir terjadinya revisi.
- 7) Lalu, konsumen akan diminta mengkonfirmasi kembali dengan memilih order sekarang dan *website* akan menampilkan menu pembayaran.
- 8) Setelah tampil menu pembayaran, konsumen dapat memilih metode pembayaran yang diinginkan lalu mengkonfirmasi metode dan jumlah pembayaran dengan meng-*klik* bayar. *Website* akan menampilkan kode pembayaran dan jumlah pembayaran serta sisa waktu konsumen dapat melakukan pembayaran.
- 9) Setelah konsumen melakukan pembayaran, *website* akan menampilkan informasi “*your payment secured*” yang menandakan pembayaran telah diterima dan pesanan sedang diproses.
- 10) Konsumen dapat melakukan pengecekan mengenai status pesanan pada menu pesanan saya dan dapat melakukan komunikasi dengan *freelancer* menggunakan fitur chat yang tersedia pada *website* Gravis.

4. Aspek Sumber Daya Manusia

Gravis memiliki enam anggota tim yang terbagi atas tiga role utama, yaitu *hustler* (*Marketing & Business*), *hipster* (*Design & User Experience*) dan *hacker* (*Engineer & Developer*). Keenam anggota tim ini kemudian disebut sebagai para pendiri atau *co-founder* dari Gravis. Untuk proses penggajian, kami telah berkomitmen hanya akan mengambil gaji jika pendapatan yang kami peroleh sesuai dengan target pada proyeksi pendapatan Gravis. Untuk tahun pertama hingga ketiga, Gravis belum memiliki rencana untuk melakukan perekrutan tenaga kerja baru sehingga

kemungkinan besar para anggota tim dari Gravis akan melakukan pekerjaan ganda atau saling bantu satu sama lain. Selain itu, Gravis akan melakukan pelatihan terhadap sumber daya yang dimiliki Gravis sebagai *Key Resources* yang mendukung proses bisnis Gravis. Pada saat pembuatan legalitas perusahaan, Gravis akan mencantumkan peraturan pembagian saham, aturan hingga sanksi yang akan diterima para *founder* jika tidak sesuai dengan aturan yang telah disepakati bersama. Secara rinci, posisi dari para *founder* Gravis adalah sebagai berikut:

a. *Chief Executive Officer*

CEO bertugas sebagai pemimpin yang mengawasi, mengelola kebutuhan dan pergerakan *startup*, serta mengambil keputusan terkait kebijakan dan strategi yang akan diimplementasikan dalam Gravis. CEO juga bertugas sebagai komunikator utama antara Gravis dengan pihak luar seperti investor, *partner*, dan lain-lain.

b. *Chief Operational Officer*

COO bertanggung jawab atas operasi harian, keuangan, manajemen serta pemasaran dalam Gravis yang secara rutin dilaporkan kepada *chief executive officer*. COO juga mengawasi dan mengelola kebutuhan dan pergerakan *startup* bersama CEO.

c. *Chief Creative Officer*

CCO bertanggung jawab atas keseluruhan tampilan dan nuansa pemasaran, media, dan *branding* Gravis. CCO mengarahkan hasil kreatif dalam *startup* serta mengembangkan strategi desain yang mendefinisikan merek dan produk. CCO juga ditugaskan untuk mengelola, mengembangkan, dan memimpin tim kreatif saat Gravis sudah memiliki lebih banyak karyawan.

d. *Chief Design Officer*

CDO bertanggung jawab untuk mengawasi semua aspek desain, inovasi produk dan layanan Gravis yang berhubungan dengan desain, seperti desain produk, desain grafis, desain pengalaman pengguna, dan

desain lainnya. CDO juga bertanggung jawab atas periklanan dan pemasaran.

e. *Chief Technology Officer*

CTO bertanggung jawab dalam merancang teknologi yang akan digunakan dalam *startup* yaitu situs web dari segi *back-end* (sistem dan *coding*) yang berhubungan dengan kinerja, keamanan, dan kenyamanan dalam menggunakan situs web sebagai *platform* Gravis.

f. *Chief Research and Development Officer*

R&D *Officer* bertanggung jawab dalam meneliti modul dan fitur dalam teknologi yang sedang dikembangkan yaitu situs web guna meningkatkan operasi dan kemampuan situs web sebagai *platform* Gravis. R&D *Officer* juga ikut membantu CTO dalam merancang situs web dari segi *back-end*.

1.2. Lingkup Unit Kerja

1.2.1. Lokasi Unit Kerja Praktik

Penulis melakukan kerja praktik secara daring dan luring, untuk secara luring kerja praktik dilaksanakan di Kantor Bandung Techno Park, Jalan Telekomunikasi, Kec. Dayeuhkolot, Kab. Bandung, Jawa Barat 40257 dan secara daring melalui media zoom dan *google meet*.

1.2.2. Lingkup Penugasan

Lingkup yang diberikan kepada penulis adalah pada *chief operation officer* dengan metode *work from home* selama 220 hari kerja. Lingkup penugasan selama kegiatan kerja praktik meliputi :

1. Melakukan riset target pasar dan *partnership* Gravis
2. Melakukan validasi ide dan pelanggan Gravis
3. Melakukan analisis SWOT
4. Membuat rencana anggaran Gravis
5. Membuat proyeksi pendapatan Gravis
6. Membuat *business model canvas*

7. Membuat rencana pemasaran Gravis
8. Membuat konten sosial media Gravis
9. Simulasi *pitchdeck*
10. Melakukan *branding* Gravis melalui *event*

1.2.3. Rencana dan Penjadwalan Kerja

Pelaksanaan kerja di Gravis dilaksanakan selama 10 *sprint*. Pelaksanaan kerja Gravis dimulai 16 Agustus 2021 hingga 18 Juni 2022. Penulis melakukan kegiatan 5 hari kerja dalam seminggu, yaitu hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis dan Jumat.

Tabel 1.1 : Rencana dan Penjadwalan Kerja

Hari Kerja	Jam Kerja
Senin – Jumat	08.00 – 13.00