

ABSTRAK

Maraknya digitalisasi pada pasca pandemi Covid-19 yang membuat sub sektor desain komunikasi visual (DKV) memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan informasi agar menarik dan mudah dipahami. Dengan permintaan dan penggunaan jasa kreatif oleh perusahaan dan bisnis yang meningkat, jumlah pekerja kreatif khususnya *freelancer* DKV juga ikut meningkat. Namun, hal ini mengakibatkan *freelancer* DKV mengalami kesulitan dalam mengembangkan pasar dan bersaing dengan banyaknya kompetitor. Berdasarkan fenomena dan masalah tersebut, Gravis hadir sebagai tempat dan konektor *freelancer* DKV dan kliennya agar dapat bertransaksi jasa kreatif dengan mudah dan aman. Penelitian dilakukan untuk menghasilkan perencanaan pada kegiatan bisnis *startup* Gravis dari segi pasar, operasional, tenaga kerja, keuangan, dan pengembangan situs web dalam bentuk *Minimum Viable Product* (MVP). Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis data wawancara, SWOT, dan AISAS berdasarkan data yang dikumpulkan melalui studi pustaka, observasi, wawancara berupa *usability testing* purwarupa situs web Gravis. Hasil akhir dari penelitian yang dilakukan adalah situs web Gravis berbasis *marketplace* dalam bentuk MVP yang menawarkan keunikan yaitu fitur *Draft* Gravis.

Kata kunci: *freelancer* DKV, jasa kreatif, *marketplace*, platform, *startup*.