

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

1. Analisa Survey

Target pasar dari Infinite Createve adalah para pelaku bisnis yang memiliki usaha dalam kategori UMKM di segala sektor. Alasan pemilihan target pasar tersebut adalah Infinite Createve berperan sebagai penyedia jasa kreatif berbasis digital dimana pihak Infinite Createve memproduksi konten promosi melalui penyesuain isi desain dengan produk maupun jasa yang dimiliki oleh pelaku bisnis UMKM yang akan bekerja sama dengan Infinite Createve.

Analisa survey pasar yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan penyebaran kuesioner secara *online* dalam bentuk *google form* kepada masyarakat yang memiliki bisnis. Menurut (Sekaran, 2013) yang memberikan pedoman penentuan jumlah sampel menyatakan sebaiknya sampel berada diantara 30 sampai dengan 500 sampel. Berdasarkan hal tersebut Infinte Createve mengambil 40 responden sebagai minimal dalam melakukan survey. Melalui kuesioner ini telah dikumpulkan data sebanyak 77 responden dimana didapatkan bahwa sebanyak 63 responden mengalami dampak dari Pandemi Covid-19 terhadap bisnisnya. Jumlah responden tersebut mencapai jumlah responden yang diharapkan sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk melakukan Analisa survey.

GAMBAR 5
DIAGRAM PRESENTASE MASYARAKAT YANG TERDAMPAK
PANDEMI COVID-19 TERHADAP BISNISNYA

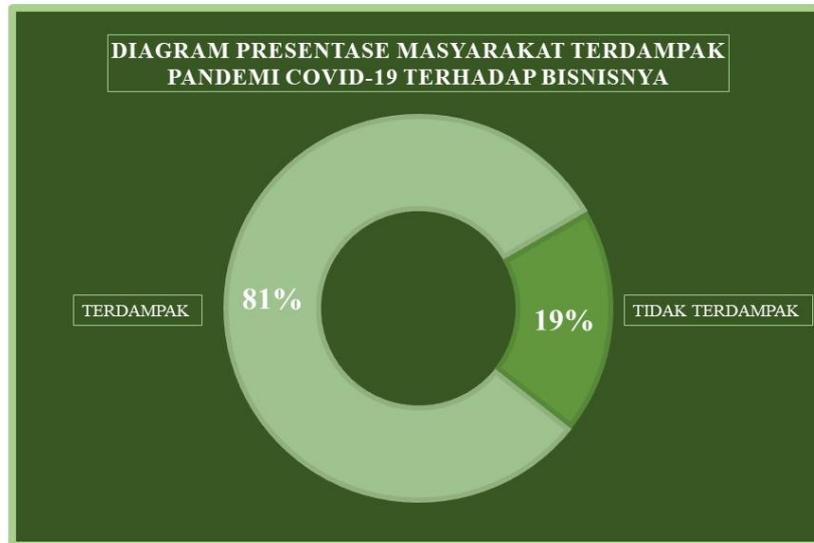
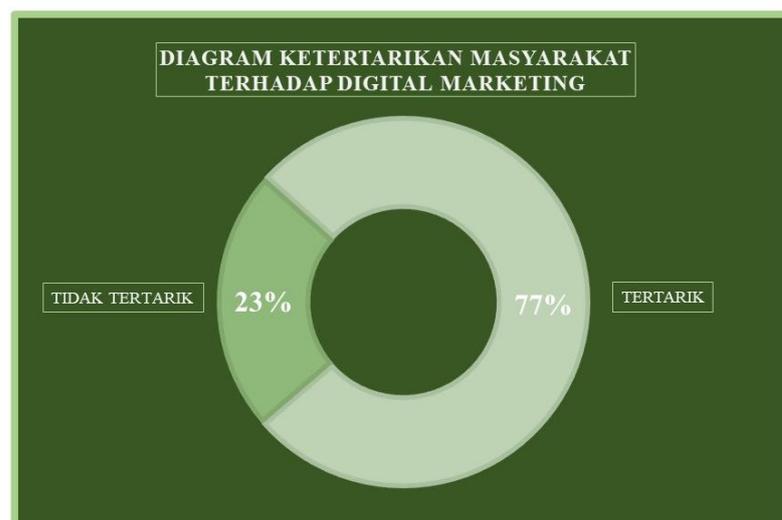


Diagram gambar 5 menunjukkan bahwa sebanyak 81% responden mengalami dampak dari Pandemi Covid-19 terhadap kegiatan bisnis yang sedang dijalani saat ini dan sebanyak 19% tidak mengalami dampak Pandemi Covid-19 terhadap bisnis yang sedang dijalani.

GAMBAR 6
DIAGRAM KETERTARIKAN MASYARAKAT TERHADAP
DIGITAL MARKETING



Pada gambar 6 diagram didapatkan hasil kuesioner dari responden yaitu sebanyak 77% responden menjawab memiliki ketertarikan terhadap digital marketing serta sebanyak 23% memilih tidak tertarik terhadap *digital marketing*

GAMBAR 7
DIAGRAM KETERTARIKAN MASYARAKAT TERHADAP
PRODUK YANG DITAWARKAN



Selanjutnya hasil kuesioner ini diikuti oleh ketertarikan responden terhadap produk yang tawarkan yaitu sebesar 54% memilih *Social Media & Website Handling*, diikuti *Video Promotion* sebesar 24% serta sebanyak 22% memilih *Product Packaging*. Kesimpulan yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner tersebut adalah 77 responden sebanyak 81,5% merasa bisnisnya terdampak oleh Pandemi Covid-19 dan sejumlah 76,6% responden merasa tertarik terhadap digital marketing. Adapun ketertarikan responden terhadap produk yang ditawarkan sebesar 54% *Social Media & Website Handling*, 24% *Video Promotion*, dan 22% *Product Packaging*. Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa target market mencukupi kebutuhan dan produk maupun jasa yang direncanakan dapat dipasarkan kepada market tersebut.

2. *Segmenting, Targeting, Positioning*

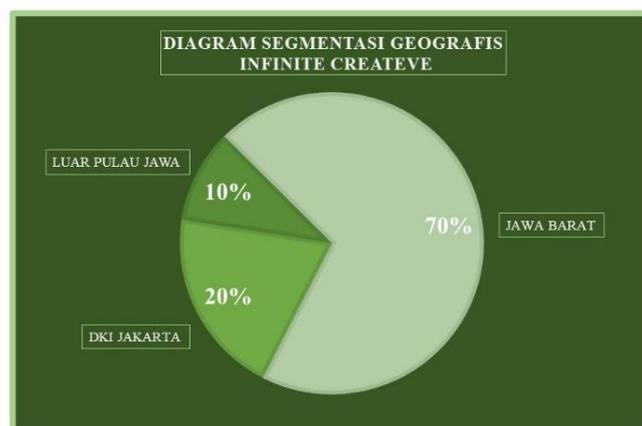
Perusahaan yang akan mendistribusikan layanan produk dan jasanya ke pasar harus mengetahui teknik pemasaran yang dapat digunakan untuk menentukan produk mana yang cocok untuk didistribusikan ke jenis pasar seperti apa, agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat menjangkau pasar yang dituju dan mendatangkan keuntungan bagi bisnis. Menurut (Kotler & Amstrong, 2012) terdapat 3 unsur dalam melakukan strategi pemasaran yang meliputi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang mempunyai pengertian sebagai berikut :

- *Segmenting* adalah proses pembagian pasar yang beragam menjadi kelompok atau segmen yang memiliki kebutuhan, keinginan, dan reaksi yang sama terhadap suatu pemasaran tertentu.
- *Targeting* adalah proses penentuan pasar tertentu yang dijadikan sasaran dengan memilih satu atau beberapa segmen yang akan dilayani.
- *Positioning* merupakan Bisnis penjelasan mengenai posisi produk kepada pelanggan, termasuk perbedaannya dengan produk pesaing dan keunggulan yang ditawarkan.

Penerapan poin *segmenting* yang dilakukan oleh Infinite Createve melihat dari sisi:

1. Geografis

GAMBAR 8
DIAGRAM SEGMENTASI GEOGRAFIS
INFINITE CREATEVE



Secara geografis, pasar Infinite Createve mencakup seluruh Indonesia akan tetapi lebih difokuskan pada daerah Provinsi Jawa Barat dikarenakan dari mayoritas responden yang diambil menunjuk bisnis atau usahanya berdomisili di Provinsi Jawa Barat. Kemudian hasil yang didapatkan oleh penulis dari kuesioner pada Gambar yang disebarakan adalah sebanyak 70% berdomisili di Provinsi Jawa Barat, Provinsi DKI Jakarta sejumlah 20% dan 10% berdomisili di Luar Pulau Jawa. Berdasarkan data tersebut maka Provinsi Jawa Barat menjadi Segmentasi Geografis dari Infinite Createve.

2. Demografik

Dari segi demografik, hasil dari penyebaran kuesioner Infinite Createve menargetkan usia pelanggan ≥ 50 tahun dikarenakan usia pelaku bisnis terbanyak berada pada kategori usia 25 tahun sebesar 20% serta kategori lansia ≥ 50 tahun sebesar 54% mengacu dari hasil kuesioner. Adapun target pasar berdasarkan demografik Infinite Createve akan berfokus pada pelaku bisnis pada kategori lansia dimana banyaknya pelaku bisnis dikategori tersebut yang masih belum menerapkan digital marketing terhadap promosi dari bisnis yang dijalani.

3. Psikografis

Dalam menentukan Segmentasi Psikografis, Infinite Createve akan mengelompokkannya menjadi 3 bagian yaitu Aktivitas, Produk, dan Ketertarikan. Menurut Kotler (2010:241), Segmentasi psikografis adalah pengelompokan individu melalui kualitas psikologis/kepribadian, gaya hidup, dan nilai dari suatu individu. Berdasarkan aktivitas, ditemukan sebanyak 81% bisnis yang aktivitasnya terdampak pandemi. Dari segi produk yang ditawarkan, sebanyak 54% Responden

memilih Social Media & Website Handling, 24% memilih Video Promotion, dan 22% memilih Product Packaging.

TABEL 9
MARKET SEGMENTING

GEOGRAFIS	
Negara	Indonesia
Region	Jawa Barat
DEMOGRAFIS	
Umur	≥ 50 Tahun
Jenis Kelamin	Pria & Wanita
Kategori	Pelaku UMKM
PSIKOGRAFIS	
Aktivitas	Social Media & Website Handling, Video Promotion, Product Packaging, All in One Package
Ketertarikan	Digital Marketing

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Setelah menentukan tahap segmenting, tahap berikutnya yang akan dilakukan adalah *Targeting*. Infinite Createve memilih target market yang memiliki ketertarikan pelaku UMKM terhadap digital marketing yang berada di wilayah Provinsi Jawa Barat pada rentang usia ≥ 50 tahun. UMKM di Jabar masih banyak yang belum memanfaatkan digitalisasi seperti marketplace terutama para pelaku bisnis pada kategori lansia di rentang umur ≥ 50 tahun. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jabar Kusmana Hartadji menyebutkan sekitar 79% dari 4,6 juta UMKM di Provinsi Jawa Barat masi belum melek digitalisasi. (Muhammad, 2022)

Berdasarkan data yang ditemui, penulis dapat melakukan penghitungan *Serviceable Available Market* dari Infinte Createve sebagai berikut :

TABEL 10
SERVICEABLE AVAILABLE MARKET

Serviceable Available Market		
Jumlah UMKM Provinsi Jawa Barat	4.600.000	4.600.000 x 79% =
UMKM yang belum digital	79%	3.634.000

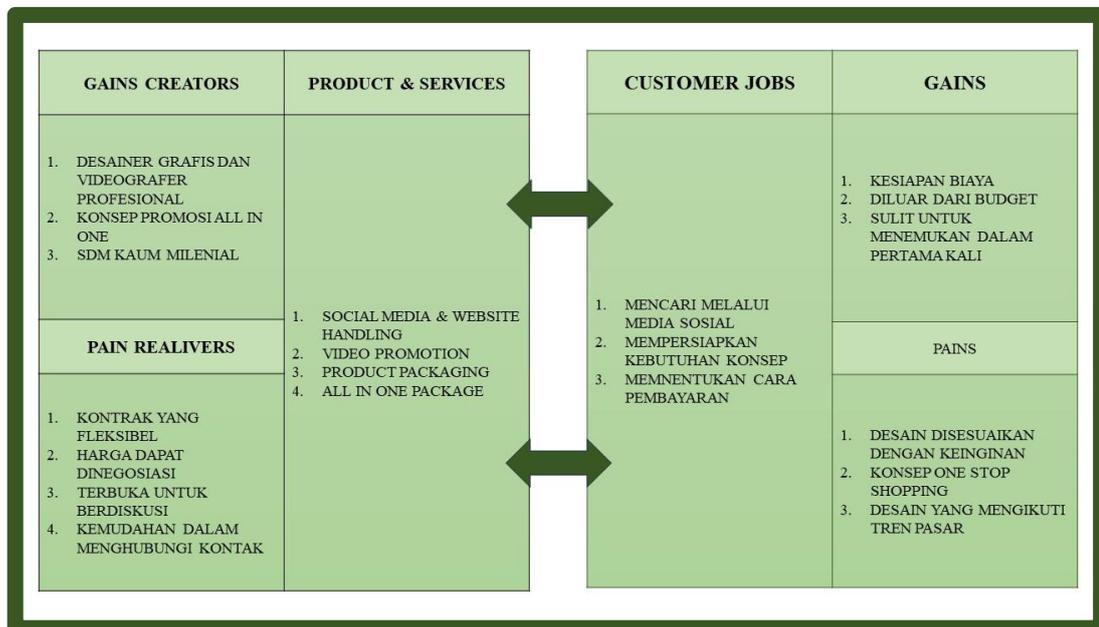
(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa *Serviceable Available Market* dari Infinite Createve adalah sebesar 3.634.000 UMKM. Infinite Createve akan mengambil sebanyak 1% dari *Serviceable Available Market* sehingga didapati sebesar 36.340 UMKM yang akan dijadikan *Servicable Available Market* dari Infinite Createve.

B. Analisa Product – Market Fit

Product - Market Fit mempunyai konsep analisa paling penting dalam pendirian suatu bisnis. Andreessen (2017) menyebutkan, “*Product/Market Fit means being in a good market with a product that can satisfy that market.*” Yang dapat diterjemahkan, “*Product - Market Fit* memiliki arti penempatan pasar secara tepat dengan produk yang akan dipasarkan agar menghasilkan kepuasan bagi pasar tersebut.” Dalam proses penentuan *Product – Market Fit*, penulis akan memanfaatkan *Value Proposition Canvas*. Infinite Createve akan merumuskan *Value Proposition Canvas* yang akan digunakan oleh Infinite Createve. Berikut merupakan *Value Proposition Canvas* dari Infinite Createve :

GAMBAR 9
VALUE PROPOSITION CANVAS INFINITE CREATEVE



(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Produk yang akan dijadikan penawaran oleh Infinite Createve berfokus pada pemasaran digital dari suatu produk maupun jasa yang dimiliki oleh Pelaku UMKM pada kategori lansia (≥ 50 tahun). Setelah kerjasama telah terlaksana Infinite Createve akan meminta testimoni sebagai bentuk timbal balik/*feedback* dari pelanggan mengenai kesan terhadap layanan jasa dari Infinite Createve terhadap produk atau jasa yang dimiliki sebagai bentuk pengembangan untuk kualitas dari jasa Infinite Createve kedepannya. *Feedback* yang terpilih akan diberikan diskon untuk transaksi selanjutnya oleh Infinite Createve.

C. Analisa Kompetitor

Bisnis Infinite Createve direncanakan untuk berlokasi di Kota Bogor. Infinite Createve belum memiliki banyak pesaing yang berfokus pada penyediaan produk maupun jasa terhadap pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Pesaing yang dapat dipertimbangkan sebagai penyediaan layanan

produk dan jasa adalah Vilook dan untuk pesaing dari segi pencapaiannya terdapat Maika Collective yang telah menangani pemasaran perusahaan-perusahaan besar di Indonesia. Berikut merupakan analisis kompetitor yang penulis lakukan untuk membandingkan fitur dan keunggulan yang dimiliki oleh Infinite Createve dengan Vilook dan Maika Collective.

GAMBAR 10
ANALISA KOMPETITOR INFINITE CREATEVE

ANALISA KOMPETITOR			
NAMA PERUSAHAAN	INFINITE CREATEVE	MAIKA COLLECTIVE	VILOOK
LAYANAN PRODUK & JASA	<ul style="list-style-type: none"> • SOCIAL MEDIA & WEBSITE HANDLING • VIDEO PROMOTION • PRODUCT PACKAGING • ALL IN ONE PACKAGE 	<ul style="list-style-type: none"> • GRAPHIC DESIGN • STRUCTURE OF ART • INSTALLMENT • VIDEO PROMOTION • FILM 	<ul style="list-style-type: none"> • SOCIAL MEDIA & WEBSITE HANDLING • VIDEO PROMOTION • PRODUCT PACKAGING • PHOTOGRAPHY
HARGA / LEVEL TARGET PASAR	LOW-MID MARKET	MID-HIGH MARKET	LOW-MID MARKET
LOKASI / TEMPAT	JALAN PANDU RAYA NO.2, TEGAL GUNDIL, BOGOR UTARA, KOTA BOGOR	JALAN CIPETE 9 NO.11, CIPETE SELATAN, CILANDAK, DKI JAKARTA	PAKUAN REGENCY, LINGGABUANA BLOK D6 NO.7, MARGA JAYA, BOGORBARAT, KOTA BOGOR

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

D. Program Pemasaran

Sebuah perusahaan terlibat dalam suatu pemasaran sebagai salah satu kegiatan utama untuk membangun merek dan mengiklankan produknya. Strategi pemasaran yang diperlukan dapat disebut sebagai Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut (Kotler & Keller, Marketing Management 15 Edition, 2016)

Bauran Pemasaran terdiri dari 4 poin utama yang dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari *Product, Price, Place dan Promotion*.

1. Product

Produk yang ditawarkan oleh Infinite Createve merupakan layanan jasa keratif berbasis digital dimana pihak Infinite Createve akan melakukan diskusi dengan pembeli dalam rencana konsep yang akan diterapkan terhadap produknya. Untuk *Social Media & Website Handling* dan *Product Packaging* akan ditangani oleh *Graphic Designer* Infinite Createve sementara *Video Promotion* akan ditangani oleh *Videographer* Infinite Createve. Dari paket yang ditawarkan, Infinite Createve mengharpakan pembeli akan mendapatkan kesan positif terhadap penjualan produk yang dimiliki oleh pembeli.

2. Price

Harga dari layanan produk dan jasa yang diberikan Infinite Createve diambil dari 2 aspek berupa biaya produksi serta Daya beli pembeli. Biaya yang diperlukan untuk terlaksananya pengerjaan konsep *Social Media & Website Handling* dimulai dari Rp 1.000.000 dengan rincian penanganan grafis media sosial maupun *website* pembeli dikelola oleh Infinite Createve untuk setiap kontennya selama 1 Bulan dengan 4 konten disetiap minggunya . Untuk *Product Packaging* biaya yang diperlukan adalah Rp 500.000 dengan rincian harga tersebut belum termasuk biaya pencetakan yang akan dilakukan oleh mitra yang bekerja sama dengan Infinite Createve yaitu Oke Print. Untuk biaya yang dibutuhkan untuk *Video Promotion* adalah Rp 1.500.000 dengan rincian isi dari konten merupakan *Company Profile*. Sementara untuk *All in One Package* adalah RP 3.000.000 yang mencakup keseluruhan layanan yang diberikan Infinite Createve.

Target penjualan yang diambil oleh Infinite Createve adalah 4 transaksi per bulan serta 2 transaksi dijadikan sebagai target minimum penjualan per bulan.

3. *Place*

Dalam Penyampaian layanan produk dan jasa Infinite Createve kepada pembeli, Infinite Createve menyampaikannya melalui media sosial dan bekerja sama dengan mitra Infinite Createve yaitu Reaksi Coworking, Oke Print, dan AH Kamera dengan memberikan informasi tentang layanan produk dan jasa dari Infinite Createve dalam bentuk brosur. Apabila pembeli ingin melakukan booking dapat dilakukan pemesanan melalui kontak Infinite Createve yang tersedia.

4. *Promotion*

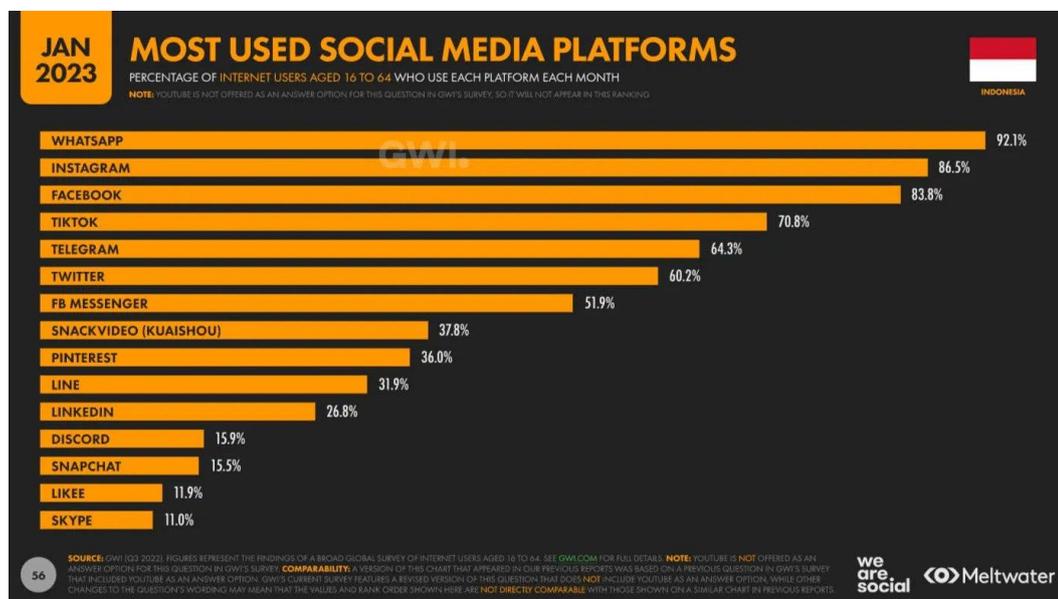
Untuk melakukan kegiatan promosi, Infinite Createve akan melakukan secara *online* maupun *offline*. Media sosial seperti Google & Facebook Ads, Instagram, Tiktok, dan Youtube serta layanan email dengan mengirimkan newsletter kepada para pembeli merupakan kegiatan promosi online dari Infinite Createve. Untuk kegiatan promosi *offline* yang akan dilakukan Infinite Createve adalah mensosialisakn layanan produk maupun jasa Infinite Createve melalui Kmunitas pelaku UMKM serta menyebarkan brosur di Pameran produk UMKM dengan harapan didapatkannya pembeli yang melakukan kegiatan di acara pameran tersebut.

E. Media Pemasaran

Salah satu media pemasaran yang akan digunakan untuk meraih target pasar oleh Infinite Createve adalah Platform Media Sosial. Data Statistik yang diinformasikan oleh Meltwater mengenai urutan pengguna terbesar platform media

sosial di Indonesia adalah sebesar 92% Whatsapp, 86% Instagram, 83% Facebook, dan Tiktok 71%.

GAMBAR 11
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS



(Sumber : Meltware.com, 2023)

Berdasarkan dari hasil penemuan data tersebut, penulis memilih untuk menggunakan Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Tiktok sebagai Media Pemasaran dalam mempromosikan layanan produk dan jasa Infinite Createve. Alasan pemilihan beberapa platform media sosial tersebut adalah jumlah dari pengguna media sosial tersebut. Adapun pemasaran yang akan dilakukan Infinite Createve dapat berupa konten kreatif serta informasi promo maupun diskon yang sedang diberikan oleh Infinite Createve dalam layanan produk dan jasanya dibeberapa waktu tertentu.

Melalui pemilihan media sosial sebagai platformnya, Infinite Createve melanjutkan dengan membuat *Promotional Mix Formula* dari Infinite Createve. Berikut merupakan *Promotional Mix Formula* dari Infinite Createve :

TABEL 11
PROMOTIONAL MIX FORMULA

PROMOTIONAL MIX FORMULA INFINITE CREATEVE	
<i>Define your target audience Profile</i>	Usia : \geq 50 Tahun Daerah Asal : Provinsi Jawa Barat
<i>Define the goals of your promotional mix</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan identitas dan reputasi bisnis 2. Peningkatan penjualan perusahaan
<i>Define Your Message</i>	1. Memberi pesan kepada target pasar bahwa Infinite Createve merupakan layanan produk dan jasa kreatif berbasis digital.
<i>Decide how you will get the message to your target audience</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran produk melalui media sosial (Tiktok, Facebook, Instagram, dan Youtube) 2. Penyebaran Brosur 3. Sosialisasi kepada Komunitas Pelaku UMKM serta Pameran UMKM
<i>Determine what action you want your message to achieve</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian layanan produk dan jasa oleh Pelaku UMKM 2. Pelaku UMKM memberi rekomendasi kepada Pelaku UMKM lain terhadap layanan produk dan jasa Infinite Createve 3. Informasi tentang profil Infinite Createve melalui kontak yang tersedia

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Setelah diketahui *promotional mix formula*, Infinite Createve melanjutkan dengan pembuatan *timeline promotion* dengan tujuan untuk dapat memberi poyeksi terhadap rencana kegiatan yang akan dilakukan. Berikut merupakan *timeline promotion* dari Infinite Createve :

GAMBAR 12
TIMELINE PROMOTION INFINITE CREATEVE

NO	KEGIATAN	BULAN												KETERANGAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	SOCIAL MEDIA PROMOTION													PENERAPAN RUTIN DISETIAP BULAN BERUPA KONTEN (INSTAGRAM,TIKTOK,FACEBOOK, WHATSAPP,YOUTUBE)
2	DIGITAL ADS													FACEBOOK ADS, INSTAGRAM ADS,TIKTOK ADS,YOUTUBE ADS
3	PEMBAGIAN BROSUR													PEMBAGIAN DI LOKASI BERPOTENSI MINAT JASA DIGITAL MARKETING
4	VISIT PAMERAN UMKM													MENYESUAIKAN DENGAN WAKTU PENYELENGARAAN EVENT PAMERAN UMKM

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

GAMBAR 13
TIMELINE PROMOTION SOCIAL MEDIA INFINITE CREATEVE

MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
	1 INTERAKSI PERTANYAAN MENARIK KE AUDIENS	2 VIRAL INFORMASI YANG SEDANG VIRAL	3 SELLING POST FOTO/VIDEO JASA YANG DITAWARKAN	4 EDUKASI SHARING ILMU/FAKTA MENARIK - MENJAWAB PERTANYAAN	5 INSPIRASI QUOTE/MOTIVASI	6 INTERAKSI PERTANYAAN MENARIK KE AUDIENS
7 VIRAL INFORMASI YANG SEDANG VIRAL	8 SELLING POST FOTO/VIDEO JASA YANG DITAWARKAN	9 EDUKASI SHARING ILMU/FAKTA MENARIK - MENJAWAB PERTANYAAN	10 INSPIRASI QUOTE/MOTIVASI	11 INTERAKSI PERTANYAAN MENARIK KE AUDIENS	12 VIRAL INFORMASI YANG SEDANG VIRAL	13 SELLING POST FOTO/VIDEO JASA YANG DITAWARKAN
14 EDUKASI SHARING ILMU/FAKTA MENARIK - MENJAWAB PERTANYAAN	15 INSPIRASI QUOTE/MOTIVASI	16 INTERAKSI PERTANYAAN MENARIK KE AUDIENS	17 VIRAL INFORMASI YANG SEDANG VIRAL	18 SELLING POST FOTO/VIDEO JASA YANG DITAWARKAN	19 EDUKASI SHARING ILMU/FAKTA MENARIK - MENJAWAB PERTANYAAN	20 INSPIRASI QUOTE/MOTIVASI
21 INTERAKSI PERTANYAAN MENARIK KE AUDIENS	22 VIRAL INFORMASI YANG SEDANG VIRAL	23 SELLING POST FOTO/VIDEO JASA YANG DITAWARKAN	24 EDUKASI SHARING ILMU/FAKTA MENARIK - MENJAWAB PERTANYAAN	25 INSPIRASI QUOTE/MOTIVASI	26 INTERAKSI PERTANYAAN MENARIK KE AUDIENS	27 VIRAL INFORMASI YANG SEDANG VIRAL
28 SELLING POST FOTO/VIDEO JASA YANG DITAWARKAN	29 EDUKASI SHARING ILMU/FAKTA MENARIK - MENJAWAB PERTANYAAN	30 INSPIRASI QUOTE/MOTIVASI	NOTES : KONTEN POST PADA TANGGAL MERAH BISA DIGANTI DENGAN KONTEN UCAPAN			

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

F. Proyeksi Penjualan

GAMBAR 14
PROYEKSI PENJUALAN DAN JUMLAH UNIT INFINITE CREATEVE

PRODUK	TAHUN 1			TAHUN 2			TAHUN 3			
	UNIT	HARGA	PENDAPATAN	UNIT	HARGA	PENDAPATAN	UNIT	HARGA	PENDAPATAN	
SOCIAL MEDIA & WEBSITE HAND	40	Rp 1,000,000	Rp 40,000,000	50	Rp 1,000,000	Rp 50,000,000	60	Rp 1,000,000	Rp 60,000,000	
PRODUCT PACKAGING	40	Rp 500,000	Rp 20,000,000	50	Rp 500,000	Rp 25,000,000	60	Rp 500,000	Rp 30,000,000	
VIDEO PROMOTION	40	Rp 1,500,000	Rp 60,000,000	50	Rp 1,500,000	Rp 75,000,000	60	Rp 1,500,000	Rp 90,000,000	
ALL IN ONE PACKAGE	40	Rp 3,000,000	Rp 120,000,000	50	Rp 3,000,000	Rp 150,000,000	60	Rp 3,000,000	Rp 180,000,000	
TOTAL UNIT			160			200			240	
TOTAL PENJUALAN	Rp		352,300,000	Rp		300,000,000	Rp		360,000,000	
NET PROFIT	Rp		243,900,000	Rp		180,650,000	Rp		228,715,000	
			TAHUN 4			TAHUN 5				
			UNIT	HARGA	PENDAPATAN	UNIT	HARGA	PENDAPATAN		
			70	Rp 1,000,000	Rp 70,000,000	80	Rp 1,000,000	Rp 80,000,000		
			70	Rp 500,000	Rp 35,000,000	80	Rp 500,000	Rp 40,000,000		
			70	Rp 1,500,000	Rp 105,000,000	80	Rp 1,500,000	Rp 120,000,000		
			70	Rp 3,000,000	Rp 210,000,000	80	Rp 3,000,000	Rp 240,000,000		
					280			320		
					Rp 420,000,000			Rp 480,000,000		
					Rp 275,586,500			Rp 321,145,150		

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Pada tahun pertama, Infinite Createve akan memproduksi sejumlah 40 Unit dan ditargetkan untuk setiap tahun selanjutnya jumlah pax bertambah sebanyak 10 Unit. Adapun biaya yang dibutuhkan dalam produksi Infinite Createve di setiap tahunnya adalah sebagai berikut :

GAMBAR 15
PROYEKSI PENJUALAN DAN BIAYA

KOMPONEN	TAHUN 1	TAHUN 2	TAHUN 3	TAHUN 4	TAHUN 5
PENDAPATAN					
PENJUALAN SOCIAL MEDIA & WEBSITE HA	Rp 40,000,000	Rp 50,000,000	Rp 60,000,000	Rp 70,000,000	Rp 80,000,000
PENJUALAN PRODUCT PACKAGING	Rp 20,000,000	Rp 25,000,000	Rp 30,000,000	Rp 35,000,000	Rp 40,000,000
PENJUALAN VIDEO PROMOTION	Rp 60,000,000	Rp 75,000,000	Rp 90,000,000	Rp 105,000,000	Rp 120,000,000
PENJUALAN ALL IN ONE PACKAGE	Rp 120,000,000	Rp 150,000,000	Rp 180,000,000	Rp 210,000,000	Rp 240,000,000
INITIAL INVESTMENT	Rp 112,300,000				
TOTAL PENDAPATAN PENJUALAN	Rp 352,300,000	Rp 300,000,000	Rp 360,000,000	Rp 420,000,000	Rp 480,000,000
BIAYA					
SEWA DOMAIN WEBSITE	Rp 500,000	Rp 550,000	Rp 605,000	Rp 665,500	Rp 732,050
SEWA TEMPAT COWORKING	Rp 10,000,000	Rp 11,000,000	Rp 12,100,000	Rp 13,310,000	Rp 14,641,000
BIAYA SDM	Rp 66,000,000	Rp 72,600,000	Rp 79,860,000	Rp 87,846,000	Rp 96,630,600
BIAYA OPERASIONAL	Rp 12,000,000	Rp 13,200,000	Rp 14,520,000	Rp 15,972,000	Rp 17,569,200
BIAYA MARKETING	Rp 10,000,000	Rp 11,000,000	Rp 12,100,000	Rp 13,310,000	Rp 14,641,000
PERALATAN	Rp 10,000,000	Rp 11,000,000	Rp 12,100,000	Rp 13,310,000	Rp 14,641,000
TOTAL BIAYA	Rp 108,500,000	Rp 119,350,000	Rp 131,285,000	Rp 144,413,500	Rp 158,854,850

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)