

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA JASA FOTOGRAFI, VIDEOGRAFI, DAN LIVESTREAM (STUDI KASUS: NIMEDIA CREATIVE)

Business Feasibility Analysis Of A Photography, Videography, And Livestreaming Service Business (Case Study: Nimedia Creative)

Briyan Ade Saputra^{*1}, Zaky Ardiansyah², Prasasi Dwi Ramadhani³, Zahwa Haifa Aqilah⁴, Nadya Rahmatika Ulya⁵, Agusti Rona Ayu Widari⁶, Sudiro⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Manajemen Pendidikan Islam, UIN SAIZU Purwokerto, Banyumas, Indonesia

^{*}Penulis Korespondensi; Briyan Ade Saputra^{*}

Email: briyanadesaputra@gmail.com^{*1}, zakyardiansyah783@gmail.com², prasasiramadhani@gmail.com³, zahwahaifaqilah@gmail.com⁴, nadyaulya136@gmail.com⁵, agustironaayuw@gmail.com⁶, sudiroarnuji@gmail.com⁷

Informasi Artikel:

Diterima 17, 06, 2026

Disetujui 20, 06, 2026

Diterbitkan 22, 07, 2026

Keywords:

Studi kelayakan bisnis;
industri kreatif digital;
fotografi dan videografi;
livestream; NIMedia
Creative.

Kata kunci:

Business feasibility study;
digital creative industry;
photography and
videography;
livestreaming; NIMedia
Creative.

Abstract. The development of the digital creative industry has increased public demand for photography, videography, and livestream services as tools for documentation, promotion, and publication. This condition creates opportunities for creative business actors to develop sustainable businesses. This study aims to analyze the business feasibility of NIMedia Creative as a provider of photography, videography, and livestream services in Banyumas Regency. The study employed a qualitative descriptive approach using a case study method. Data were collected through observation, interviews, documentation, and literature review, then analyzed based on market and marketing, technical and operational, human resources, and financial aspects. The results indicate that NIMedia Creative has considerable market potential, supported by adequate production facilities, a structured work system, flexible human resources, and good financial management. Overall, NIMedia Creative has promising prospects and is feasible for further development in the digital creative industry.

Abstrak. Perkembangan industri kreatif digital telah meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap layanan fotografi, videografi, dan livestream sebagai sarana dokumentasi, promosi, dan publikasi. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku usaha kreatif untuk mengembangkan bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan menganalisis kelayakan bisnis NIMedia Creative sebagai penyedia jasa fotografi, videografi, dan livestream di Kabupaten Banyumas. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur, kemudian dianalisis berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, sumber daya manusia, dan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NIMedia Creative memiliki peluang pasar yang cukup besar, didukung fasilitas produksi yang memadai, sistem kerja terstruktur, sumber daya manusia yang fleksibel, serta pengelolaan keuangan yang baik. Secara keseluruhan, NIMedia Creative memiliki prospek yang baik dan layak untuk terus dikembangkan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan bisnis. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat adalah industri kreatif yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, ide, dan inovasi sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi. Meningkatnya penggunaan internet dan media sosial turut memperluas ruang bagi pelaku industri kreatif untuk mengembangkan berbagai layanan berbasis digital yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern. Industri kreatif tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha baru (Rahmadhani and Istiandri 2025).

Di antara berbagai subsektor industri kreatif, jasa fotografi, videografi, dan livestream merupakan bidang yang mengalami pertumbuhan cukup signifikan. Layanan tersebut saat ini tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana dokumentasi, melainkan telah berkembang menjadi media promosi, publikasi, edukasi, hiburan, dan pembentukan identitas organisasi maupun individu. Perkembangan ekonomi digital juga mendorong meningkatnya kebutuhan akan konten visual yang menarik sebagai bagian dari strategi pemasaran modern. Konten visual yang berkualitas mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat citra merek, serta memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Ahmadi et al. 2025).

Untuk mengetahui prospek dan keberlanjutan suatu usaha, diperlukan studi kelayakan bisnis yang mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha. Studi kelayakan bisnis merupakan proses analisis yang dilakukan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan dan dikembangkan berdasarkan berbagai aspek, seperti pasar dan pemasaran, teknis operasional, sumber daya manusia, keuangan, legalitas, teknologi, ekonomi sosial, dan lingkungan (Nugraha et al. 2025). Melalui analisis tersebut, pelaku usaha dapat mengidentifikasi peluang, risiko, kekuatan, dan kelemahan usaha sehingga mampu merumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat dan berkelanjutan. Pentingnya studi kelayakan juga berkaitan dengan kebutuhan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki (Barki 2024).

Salah satu usaha yang bergerak di bidang industri kreatif digital adalah NIMedia Creative yang berlokasi di Kabupaten Banyumas. Usaha ini menyediakan layanan fotografi, videografi,

livestream, desain grafis, dan printing yang melayani sekolah, pesantren, organisasi, serta masyarakat umum. Berawal dari media pesantren yang dirintis sejak tahun 2015, NIMedia Creative berkembang menjadi unit usaha mandiri pada tahun 2023. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis NIMedia Creative melalui berbagai aspek studi kelayakan bisnis guna mengetahui potensi pengembangan usaha serta prospek keberlanjutannya di tengah perkembangan industri kreatif digital yang semakin pesat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada NIMedia Creative, sebuah usaha jasa fotografi, videografi, dan livestream yang berlokasi di Kabupaten Banyumas. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi usaha, strategi yang diterapkan, serta berbagai faktor yang memengaruhi kelayakan dan pengembangan bisnis. Penggunaan studi kasus memungkinkan peneliti mengkaji objek penelitian secara lebih rinci dan komprehensif (Apriyanti and Muhammad 2024).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dokumen usaha, dan berbagai literatur yang relevan. Teknik pengumpulan data tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai kondisi usaha dari berbagai aspek studi kelayakan bisnis (Aghliyah and Rohman 2024).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada aspek pasar dan pemasaran, teknis operasional, sumber daya manusia, keuangan, hukum dan legalitas, teknologi, ekonomi sosial, serta lingkungan untuk mengetahui tingkat kelayakan dan prospek pengembangan usaha NIMedia Creative. Analisis tersebut dilakukan secara menyeluruh karena setiap aspek memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan suatu usaha (Sapriska et al. 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

NIMedia Creative merupakan usaha yang bergerak di bidang industri kreatif digital dengan fokus pada layanan fotografi, videografi, livestream, desain grafis, dan percetakan. Usaha ini berawal dari pengembangan media pesantren bernama Nurul Iman Media yang didirikan pada tahun 2015 sebagai sarana publikasi kegiatan pesantren dan media dakwah. Pengembangan media

tersebut dipelopori oleh Mohammad Luqman, S.Kom., yang berperan dalam membangun dan mengelola sistem media pesantren. Seiring perkembangan teknologi digital dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan media, khususnya pada masa pandemi Covid-19, aktivitas media berkembang semakin luas. Kondisi tersebut mendorong lahirnya unit usaha kreatif yang lebih profesional sehingga pada tahun 2023 dilakukan pemisahan antara media dakwah pesantren dan unit usaha komersial. Sejak saat itu, NIMedia Creative berdiri secara mandiri sebagai penyedia jasa media kreatif yang melayani berbagai kebutuhan dokumentasi, promosi, dan publikasi untuk lembaga pendidikan, organisasi, pesantren, maupun masyarakat umum.

Meskipun belum memiliki visi dan misi yang ditetapkan secara formal, arah pengembangan NIMedia Creative menunjukkan komitmen untuk menjadi perusahaan media kreatif yang profesional, inovatif, dan terpercaya. Orientasi usaha difokuskan pada penyediaan layanan fotografi, videografi, dan livestream yang berkualitas dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan berupaya memberikan hasil produksi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, mengembangkan kreativitas dalam bidang media visual, memaksimalkan pemanfaatan teknologi, membangun kemitraan dengan berbagai lembaga, serta menjaga profesionalisme kerja melalui standar operasional yang berorientasi pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri kreatif, NIMedia Creative menawarkan berbagai layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Pada bidang fotografi, layanan yang disediakan meliputi dokumentasi kegiatan sekolah, organisasi, seminar, wisuda, kegiatan keagamaan, gathering, foto produk, hingga dokumentasi prewedding dan pernikahan. Di bidang videografi, perusahaan menyediakan jasa pembuatan video dokumentasi, video promosi lembaga atau usaha, video profil perusahaan, video pendidikan, video cinematic, serta berbagai konten kreatif berbasis sinematografi. Selain itu, NIMedia Creative juga menyediakan layanan livestream untuk berbagai kegiatan seperti seminar, webinar, pengajian, wisuda, kegiatan sekolah, acara organisasi, hingga siaran langsung pernikahan. Keragaman layanan tersebut menjadi salah satu keunggulan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dari berbagai kalangan.

Target pasar utama NIMedia Creative adalah lembaga pendidikan, terutama sekolah dasar (SD), sekolah menengah atas (SMA), dan sekolah menengah kejuruan (SMK). Selain itu, perusahaan juga melayani berbagai pondok pesantren yang membutuhkan jasa dokumentasi

maupun publikasi kegiatan. Kedekatan historis perusahaan dengan lingkungan pesantren menjadi salah satu faktor yang mendukung terbentuknya jaringan kerja sama yang kuat dengan berbagai lembaga keagamaan. Di luar sektor pendidikan dan pesantren, NIMedia Creative juga menysasar masyarakat umum yang membutuhkan layanan fotografi, videografi, dan livestream untuk berbagai kegiatan pribadi maupun organisasi. Dengan cakupan pasar yang beragam, perusahaan memiliki peluang untuk terus memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan pertumbuhan usaha di masa mendatang.

Dalam menjalankan operasionalnya, NIMedia Creative didukung oleh struktur organisasi yang terdiri atas Komisaris Hj. Siti Zahroh, S.Pd., Gr., Direktur Mohammad Luqman, S.Kom., Manajer Umum Maolana Faozi, dan Manajer Produksi M. Dafa Asadin, M.Sos. Struktur tersebut berperan dalam mengelola kegiatan operasional, produksi, dan pengambilan keputusan strategis perusahaan. Dari sisi pemasaran, NIMedia Creative memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk menampilkan portofolio karya, membangun citra profesional, dan menjangkau calon pelanggan yang lebih luas. Namun demikian, strategi pemasaran yang paling efektif adalah promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), karena banyak pelanggan baru diperoleh melalui rekomendasi pelanggan sebelumnya yang merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, perusahaan juga menjalin kerja sama dengan berbagai vendor dan pelaku industri kreatif guna memperluas jaringan bisnis, meningkatkan kapasitas layanan, serta memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan.

Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

Perkembangan teknologi informasi dan media digital telah mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai layanan kreatif, seperti fotografi, videografi, livestream, sinematografi, desain grafis, dan percetakan. Kondisi tersebut membuka peluang yang besar bagi pelaku usaha jasa kreatif, termasuk NIMedia Creative, untuk menyediakan layanan dokumentasi dan publikasi secara profesional. Berdasarkan hasil observasi, pelanggan NIMedia Creative berasal dari berbagai kalangan, seperti sekolah, pondok pesantren, lembaga keagamaan, organisasi, serta masyarakat umum yang membutuhkan dokumentasi kegiatan maupun media promosi digital. Meningkatnya pemanfaatan media digital dalam aktivitas pemasaran dan komunikasi lembaga turut memperbesar permintaan terhadap konten kreatif yang berkualitas sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat (Paransa 2024).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, NIMedia Creative menerapkan strategi segmentasi, targeting, dan positioning (STP) untuk menentukan pasar sasaran secara lebih efektif. Segmentasi pasar perusahaan mencakup lembaga pendidikan, pesantren, organisasi keagamaan, serta masyarakat umum. Adapun target pasar utama yang menjadi fokus perusahaan adalah sekolah jenjang SD dan SMA/SMK serta pondok pesantren yang membutuhkan layanan dokumentasi dan publikasi kegiatan. Melalui strategi positioning, NIMedia Creative memosisikan diri sebagai vendor kreatif profesional yang memiliki keunggulan pada bidang sinematografi dan dokumentasi kegiatan pendidikan maupun keagamaan. Penerapan strategi STP tersebut menjadi langkah penting dalam membangun citra usaha sekaligus memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan industri kreatif yang semakin kompetitif (Nasution et al. 2023).

Persaingan usaha yang dihadapi NIMedia Creative berasal dari berbagai penyedia jasa sejenis, seperti vendor dokumentasi, studio fotografi, freelancer, maupun agensi kreatif lainnya. Meskipun demikian, perusahaan memiliki beberapa keunggulan kompetitif yang membedakannya dari pesaing, antara lain jaringan kerja sama yang kuat dengan pesantren, kualitas layanan yang dijaga secara konsisten, serta spesialisasi pada bidang sinematografi. Keunggulan tersebut menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas peluang kerja sama dengan berbagai lembaga maupun masyarakat umum. Selain itu, meningkatnya kebutuhan dokumentasi profesional dan konten digital di berbagai sektor menjadi peluang pasar yang sangat potensial bagi pengembangan usaha di masa mendatang.

Strategi pemasaran NIMedia Creative mengacu pada konsep bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Produk yang ditawarkan mencakup layanan fotografi, videografi, livestream, desain grafis, dan percetakan. Penetapan harga dilakukan secara fleksibel sesuai kebutuhan pelanggan dan paket layanan yang dipilih. Dari aspek tempat (place), perusahaan berlokasi di Kabupaten Banyumas dan melayani pemesanan baik secara langsung maupun melalui media digital. Sementara itu, kegiatan promosi dilakukan melalui media sosial serta pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth) yang terbukti menjadi salah satu sumber utama perolehan pelanggan baru. Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi memberikan kontribusi penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran usaha di era digital saat ini (Ghifari and Supendi 2024).

Analisis Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan operasional merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kelayakan suatu usaha, khususnya pada industri kreatif digital yang sangat bergantung pada kesiapan teknologi, fasilitas produksi, dan kemampuan sumber daya manusia. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola operasional industri kreatif melalui pemanfaatan perangkat produksi digital, platform komunikasi daring, serta teknologi pengolahan media yang mampu meningkatkan efisiensi kerja dan memperluas jangkauan layanan kepada pelanggan (Maulana and Nisa 2023). Berdasarkan hasil analisis, NIMedia Creative memiliki fasilitas produksi yang memadai berupa tiga unit kamera profesional, perangkat editing, dan perangkat livestream yang mendukung pelaksanaan berbagai proyek dokumentasi dan produksi konten digital. Selain itu, perusahaan menerapkan strategi penyewaan peralatan tambahan ketika menangani proyek berskala besar sehingga kapasitas produksi dapat disesuaikan dengan kebutuhan tanpa memerlukan investasi yang berlebihan. Strategi tersebut menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya dan sejalan dengan indikator kelayakan teknis yang menekankan pentingnya penyesuaian kapasitas produksi terhadap kebutuhan pasar (Khairunisa et al. 2025).

Dari sisi operasional, NIMedia Creative telah menerapkan sistem kerja yang terstruktur melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-event, event, dan pasca-event. Pada tahap pra-event dilakukan konsultasi dan perencanaan bersama klien untuk menentukan kebutuhan layanan dan konsep kegiatan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, tim bertugas melakukan dokumentasi foto, video, maupun layanan livestream sesuai kebutuhan acara dengan menerapkan standar operasional tertentu untuk menjaga kualitas layanan. Setelah kegiatan selesai, proses dilanjutkan dengan seleksi hasil dokumentasi, editing, revisi, hingga distribusi hasil akhir kepada pelanggan melalui media digital. Pola kerja yang sistematis tersebut menunjukkan adanya manajemen operasional yang terorganisasi sehingga mampu mendukung efektivitas proses produksi dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Kelayakan operasional perusahaan juga didukung oleh pengelolaan sumber daya manusia yang fleksibel melalui kombinasi tenaga kerja tetap dan tenaga freelance sesuai kebutuhan proyek. Struktur tenaga kerja yang terdiri atas fotografer, videografer, editor, operator livestream, dan kru produksi lainnya memungkinkan perusahaan menjalankan berbagai jenis layanan secara optimal. Meskipun demikian, beberapa kendala masih ditemukan, seperti keterbatasan sumber daya

manusia di bidang sinematografi, kebutuhan peralatan tambahan pada proyek berskala besar, serta gangguan teknis berupa audio dan jaringan internet saat pelaksanaan livestream. Untuk mengatasi kendala tersebut, perusahaan melakukan kerja sama dengan tenaga freelance, menyewa peralatan tambahan sesuai kebutuhan, serta melakukan pengecekan teknis sebelum kegiatan berlangsung. Selain itu, adanya rencana pengembangan berupa pembangunan studio pribadi menunjukkan upaya perusahaan dalam meningkatkan kapasitas operasional dan mendukung keberlanjutan usaha di masa mendatang (Adiyani, Widodo, and Widodo 2023).

Analisis Aspek Keuangan

Aspek manajemen keuangan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kelayakan suatu usaha karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh, mengelola, dan mengembangkan sumber daya keuangan untuk mendukung keberlangsungan bisnis. Pengelolaan keuangan yang efektif memungkinkan perusahaan menjalankan operasional secara efisien, mengendalikan biaya, serta merencanakan pengembangan usaha secara berkelanjutan. Sejalan dengan perkembangan teknologi, pengelolaan keuangan modern juga didukung oleh pemanfaatan sistem digital yang mampu meningkatkan akurasi pencatatan, pelaporan, dan pengambilan keputusan keuangan (Hussain et al. 2021). Berdasarkan hasil penelitian, NIMedia Creative memiliki sistem pengelolaan keuangan yang cukup baik yang ditunjukkan melalui pemanfaatan modal pribadi sebagai sumber pendanaan awal yang kemudian diperkuat melalui program inkubasi bisnis pesantren dari Kementerian Agama.

Dari aspek perencanaan dan pengelolaan modal kerja, NIMedia Creative mengalokasikan dana sesuai kebutuhan operasional dan pengembangan usaha, seperti kegiatan produksi, transportasi, akomodasi proyek, serta pengadaan peralatan pendukung. Perusahaan juga menerapkan strategi efisiensi biaya dengan menyewa peralatan tambahan ketika menangani proyek berskala besar dibandingkan melakukan pembelian aset baru. Strategi tersebut dinilai mampu mengurangi beban investasi sekaligus meminimalkan risiko aset tidak terpakai setelah proyek selesai. Selain itu, perusahaan melakukan pengendalian biaya operasional secara berkala untuk menjaga keseimbangan antara pengeluaran dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan (Karakoç 2023). Upaya pengendalian keuangan juga terlihat melalui penerapan sistem pembayaran uang muka (down payment) sebesar 20% sebelum proyek dilaksanakan sebagai langkah mitigasi risiko terhadap kemungkinan pembatalan dari pihak klien (Dong 2020).

Pada aspek investasi dan pengembangan usaha, NIMedia Creative menunjukkan orientasi jangka panjang melalui rencana pembangunan studio fotografi dan produksi konten yang diharapkan mampu menciptakan sumber pendapatan yang lebih stabil. Perusahaan juga terus memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai vendor dan meningkatkan kualitas produksi guna memperkuat daya saing di industri kreatif digital. Langkah tersebut mencerminkan bahwa pengelolaan keuangan tidak hanya berfokus pada pengendalian biaya, tetapi juga diarahkan pada peningkatan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa aspek manajemen keuangan NIMedia Creative berada pada kondisi yang cukup baik dan mendukung kelayakan usaha untuk terus dikembangkan di masa mendatang (Qing and Jin 2023).

Analisis Aspek Kelayakan Umum

Analisis kelayakan bisnis merupakan instrumen penting untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan dan dikembangkan berdasarkan berbagai aspek yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Dalam konteks NIMedia Creative, analisis kelayakan menunjukkan bahwa usaha ini memiliki prospek yang baik ditinjau dari aspek pasar, teknis operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan legalitas. Dari aspek pasar, NIMedia Creative telah memiliki segmen pasar yang jelas, yaitu sekolah, pesantren, dan komunitas keagamaan dengan tingkat permintaan yang relatif stabil. Strategi pemasaran berbasis rekomendasi pelanggan (*word of mouth*) terbukti efektif dalam memperluas jaringan pasar, sementara spesialisasi pada layanan sinematografi menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan perusahaan dari penyedia jasa sejenis. Meskipun demikian, konsentrasi pasar yang masih didominasi oleh jaringan pesantren dan komunitas lokal menunjukkan perlunya diversifikasi pasar untuk mendukung pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

Dari aspek teknis dan operasional, NIMedia Creative didukung oleh sarana produksi yang memadai serta sistem operasional yang cukup terstruktur. Perusahaan menerapkan pengelolaan jadwal produksi, pemeliharaan peralatan secara berkala, dan pemanfaatan tenaga freelance maupun vendor mitra ketika kapasitas produksi mengalami peningkatan. Pendekatan tersebut menunjukkan adanya efisiensi dalam penggunaan sumber daya sekaligus fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Pada aspek sumber daya manusia, perusahaan telah menerapkan sistem rekrutmen yang terbuka dan berorientasi pada kompetensi. Namun demikian, masih terdapat ketergantungan yang cukup tinggi pada pemilik usaha dalam proses editing sinematografi

sehingga diperlukan upaya pengembangan kompetensi tenaga kerja untuk mendukung keberlanjutan dan skalabilitas usaha di masa mendatang.

Sementara itu, dari aspek keuangan, NIMedia Creative menunjukkan pengelolaan yang cukup baik melalui pemanfaatan modal pribadi yang diperkuat dengan dukungan program inkubasi bisnis dari Kementerian Agama. Pengendalian biaya operasional dilakukan secara efisien, didukung oleh sistem pembayaran uang muka (*down payment*) sebagai bentuk mitigasi risiko pembatalan proyek. Dari aspek legalitas, perusahaan telah menjalankan kewajiban administrasi dan perpajakan, meskipun hingga saat ini masih menggunakan legalitas atas nama pribadi pemilik usaha. Kondisi tersebut belum menjadi kendala dalam operasional sehari-hari, namun penguatan badan hukum formal menjadi langkah penting untuk memperluas akses terhadap kerja sama, pendanaan, dan peluang usaha yang lebih besar. Secara umum, berbagai aspek yang dianalisis menunjukkan bahwa NIMedia Creative memiliki fondasi bisnis yang cukup kuat untuk mendukung pengembangan usaha di tengah pertumbuhan industri kreatif digital yang semakin kompetitif (Ichsan 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, NIMedia Creative menunjukkan tingkat kelayakan usaha yang baik ditinjau dari berbagai aspek studi kelayakan bisnis. Dari aspek pasar dan pemasaran, perusahaan memiliki segmen pasar yang jelas dengan permintaan yang relatif stabil serta didukung strategi promosi melalui media sosial dan rekomendasi pelanggan. Dari aspek teknis dan operasional, perusahaan telah memiliki fasilitas produksi yang memadai, sistem kerja yang terstruktur, serta kemampuan menyesuaikan kapasitas produksi sesuai kebutuhan proyek. Aspek sumber daya manusia didukung oleh kombinasi tenaga kerja tetap dan freelance yang memberikan fleksibilitas dalam operasional usaha. Sementara itu, dari aspek keuangan, perusahaan mampu mengelola modal dan biaya operasional secara efisien serta memiliki orientasi pengembangan usaha jangka panjang. Meskipun masih terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia pada bidang tertentu dan perlunya penguatan legalitas usaha, secara umum NIMedia Creative memiliki fondasi bisnis yang cukup kuat dan prospek yang baik untuk terus berkembang di tengah pertumbuhan industri kreatif digital yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyani, Rini, Zandra Dwanita Widodo, and Rissa Marina Widodo. 2023. “Strategi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Industri Kreatif Berbasis Cetak Saring Manual Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Industri Di Era New Normal.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 06(01):1425–31.
- Aghliyah, Suci Putri, and Abdur Rohman. 2024. “Analisis Aspek Teknis Dan Operasional Pada UMKM Legend Ditinjau Dari Studi Kelayakan Bisnis.” *Ekomadania* 8(1):40–53.
- Ahmadi, Adinda Khairunisa, Fakhira Dina, Nabila Intan Sahfira, Reza Novriansah Siahaan, Nadila Syahputri, and Mutiah Khaira Sihotang. 2025. “Analisis Aspek Pasar Sebagai Pilar Utama Dalam Studi Kelayakan Bisnis Untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha.” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 03(01):209–21.
- Apriyanti, Ariska, and Rabhi Fathan Muhammad. 2024. “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Keripik Embayem Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran , Aspek Manajemen Dan Sumber Daya Manusia, Dan Aspek Hukum.” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4(4):386–93.
- Barki, Khotimatul. 2024. “Penguatan Strategi Branding Kreatif Dan Pemasaran Digital Yang Terarah Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kopi.” *AgriDev Journal* 3(1):67–79.
- Dong, Jie. 2020. “Study on the Identification of Financial Risk Path Under the Digital Transformation of Enterprise Based on DEMATEL-ISM-MICMAC.” *Arxiv* 05(04):1–20.
- Ghifari, Luthfia Fazra El, and Moh. Supendi. 2024. “Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Café.” *Jurnal Niara* 16(3):504–12.
- Hussain, Sarfraz, Van Chien Nguyen, Quang Minh Nguyen, Huu Tinh Nguyen, and Thu Thuy Nguyen. 2021. “Macroeconomic Factors, Working Capital Management, and Firm Performance—A Static and Dynamic Panel Analysis.” *Humanities and Social Sciences Communications* 08(123):1–14. doi: 10.1057/s41599-021-00778-x.
- Ichsan, Reza Nurul. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Studi)*. Pertama. edited by R. N. Ichsan, L. Nasution, and S. Sinaga. Medan: CV. Manhaji.
- Karakoç, Bahadır. 2023. “Working Capital Management and Performance in Financially Dependent Firms: Evidence From Developing Asian Economies.” *European Journal of Business Science and Technology* 9(1):37–55. doi: 10.11118/ejobsat.2023.005.

- Khairunisa, Afdilla, Cindy Melani, Destria Nur Hasanah, and Hendra Ibrahim. 2025. "Analisis Lokasi, Layout, Dan Kapasitas Produksi Dalam Studi Kelayakan Bisnis." *Al-Maidah Journal of Islamic Banking (AMANAH)* 1(1):1–21.
- Maulana, M. Faizal, and Faizatul Laily Nisa. 2023. "Peningkatan Akses Pasar Bagi Pelaku Industri Kreatif Melalui Pemanfaatan Platform Digital." *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)* 6(2):71–80.
- Nasution, Desri Amanda Firdayani, Aulia Habibi Saputri, Rizki Hambali, and Suhairi. 2023. "Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)." *Jurnal Minfo Polgan* 12(02):2369–78.
- Nugraha, Ari Pratama, Ghita Nur Ramadhani, Nadia Rahma, and Hendra. 2025. "Aspek Pasar Dalam Studi Kelayakan Bisnis." *Al-Maidah Journal of Islamic Banking (AMANAH)* 1(1):371–76.
- Paransa, Rizki Pratama Johanis. 2024. "Optimalisasi Pertumbuhan UMKM Di Indonesia Melalui Pemasaran Digital." *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi* 21(2):164–81.
- Qing, Chenglin, and Shanyue Jin. 2023. "Does ESG and Digital Transformation Affects Corporate Sustainability ? The Moderating Role of Green Innovation." *Arxiv* 2(3):1–24.
- Rahmadhani, Nadya Fitri, and Debby Nindya Istiandri. 2025. "Media Sosial Dan Digitalisasi: Analisis Perkembangan Fotografi Serta Industri Kreatif Indonesia." *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 1(4):2700–2712.
- Sapriska, Ocha, Helsa Aurelya Wahyudi, Sarah Cahyani, Sabitah Weli, Sulaiman Sitepu, and Riski Aseandi. 2025. "Kajian Kelayakan Bisnis Ditinjau Dai Aspek Lokasi, Tata Letak, Dan Kapasitas Produksi." *Al-Maidah Journal of Islamic Banking (Amanah)* 1(1):1–22.