

**BAHTERA CREATIVE AGENSI BRANDING BERBASIS
STORYTELLING**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi S1-Kewirausahaan



disusun oleh :

BAHTERA DINAWA

22.92.0515

Kepada

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2026

**BAHTERA CREATIVE AGENSI BRANDING BERBASIS
STORYTELLING**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi S1-Kewirausahaan



disusun oleh :

BAHTERA DINAWA

22.92.0515

Kepada

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**BAHTERA CREATIVE AGENSI BRANDING BERBASIS
STORYTELLING**

yang disusun dan diajukan oleh

BAHTERA DINAWA

22.92.0515

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 April 2026


Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.

NIK. 190302663

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**BAHTERA CREATIVE AGENSI BRANDING BERBASIS
STORYTELLING**

yang disusun dan diajukan oleh

BAHTERA DINAWA

22.92.0515

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 April 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

**Dr. Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M..
NIK. 190302587**

Tanda Tangan



Nama Penguji

**Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A..
NIK. 190302334**

Tanda Tangan



Nama Penguji

**Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.
NIK. 190302663**

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 22 April 2026



**Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302125**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **BAHTERA DINAWA**
NIM : **22.92.0515**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

BAHTERA CREATIVE AGENSI BRANDING BERBASIS STORYTELLING

Dosen Pembimbing : **Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.**

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian **SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 22 April 2026

Yang Menyatakan,



Bahtera Dinawa

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan kemudahan yang telah diberikan, penulis mempersembahkan karya ini sebagai wujud perjalanan, perjuangan, dan pembelajaran hidup yang telah dilalui.

Sebagai bentuk rasa syukur dan penghormatan atas segala doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang telah mengiringi setiap langkah hidup penulis, karya ini penulis persembahkan dengan penuh ketulusan kepada kedua orang tua, serta nenek, kakek, dan seluruh keluarga tercinta, baik yang masih ada maupun yang telah tiada. Terima kasih atas segala cinta, perhatian, dan pengorbanan yang telah diberikan sejak penulis kecil hingga saat ini, yang menjadi alasan utama penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah dalam menjalani kehidupan.

Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis juga mempersembahkan karya ini kepada Mas Abi, Mas Caesar, Mas Qotis, Pakde Lukman, dan Mas Yoyon yang telah penulis anggap sebagai orang tua sendiri. Mereka merupakan sosok pelatih yang telah membimbing penulis sejak masa SMP hingga saat ini. Melalui arahan, didikan, dan dukungan yang diberikan, penulis yang sebelumnya belum memiliki arah dan tujuan, kini mampu menemukan jalan serta memiliki tujuan hidup yang lebih jelas.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ibu Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan kepada penulis kapan pun dan di mana pun selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat sampai pada tahap ini.

Terakhir, penulis persembahkan karya ini kepada teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang telah diberikan selama ini. Meskipun penulis menyadari seringkali merepotkan, kehadiran kalian menjadi bagian penting dalam perjalanan hingga penulis dapat sampai pada tahap ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Bahtera Creative: Agensi Branding Berbasis Storytelling*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil implementasi usaha yang dijalankan penulis melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) serta partisipasi dalam KMI Expo 2025, yang memberikan pengalaman langsung dalam mengembangkan bisnis berbasis kreatif dan digital.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses penyusunan skripsi, serta kepada keluarga, tim Bahtera Creative, dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moral maupun material. Tidak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak penyelenggara P2MW dan KMI Expo 2025 yang telah memberikan kesempatan untuk mengembangkan usaha secara nyata dan memperoleh pengalaman berharga dalam dunia kewirausahaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi penulisan maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri, akademisi, maupun praktisi, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan bisnis kreatif berbasis storytelling di era digital.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN..... i

HALAMAN PENGESAHAN..... ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iii

HALAMAN PERSEMBAHAN..... iv

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL..... x

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR LAMPIRAN..... xii

INTISARI..... xiii

ABSTRACT..... xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar belakang 1

 1.2 Solusi dan Nilai Yang Ditawarkan 2

 1.3 Tujuan Mulia (Noble Purpose) 3

BAB II DESKRIPSI BISNIS 5

 2.1 Sejarah Bisnis..... 5

 2.2 Model Bisnis yang Dijalankan 6

 2.3 Produk 6

 2.3.1 Prototipe/Produk Final 7

 2.3.2 Legalitas 8

 2.3.3 Pengembangan Produk..... 9

 2.4 Ukuran Pasar 10

 2.4.1 TAM (Total Addressable Market) 10

 2.4.2 SAM (Serviceable Available Market)..... 11

 2.4.3 SOM (Serviceable Obtainable Market)..... 11

 2.5 Analisis Perusahaan Dibandingkan Pesaing 12

 2.6 Strategi pengelolaan bisnis..... 13

 2.6.1 Strategi Pemasaran 13

 2.6.2 Instrumen pemasaran 14

 a) Instrumen pemasaran *online* 14

 b) Instrumen pemasaran *offline* 14

 2.6.3 Strategi Operasional dan produksi 14

2.6.4	Sumber Daya.....	15
A.	Peningkatan Kompetensi.....	15
B.	Pengembangan Jejaring, Mitra, Strategi Tenaga Kerja.....	17
C.	Kerjasama Tim.....	17
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....		19
3.1	Analisis Matrik SWOT	19
3.2	Strategi Pengembangan Bisnis	22
BAB IV KEUANGAN.....		44
4.1	Cash Flow	44
Tabel 4. 1 Laporan Arus Kas		44
4.2	Pendapatan.....	45
4.3	Laba Bersih.....	46
BAB V PENUTUP.....		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	48
5.2.1	Saran Untuk Praktisi	49
5.2.2	Saran Untuk Mahasiswa.....	50
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN.....		54

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Produk Bahtera Creative 7

Table 2. 2 Data Segmentasi Pasar Bahtera Creative 10

Table 2. 3 Data Segmentasi Bahtera Creative..... 11

Table 2. 4 Analisis Perusahaan Dengan Pesaing Bahtera Creative 12

Table 2. 5 Peralatan Untuk Produksi..... 14

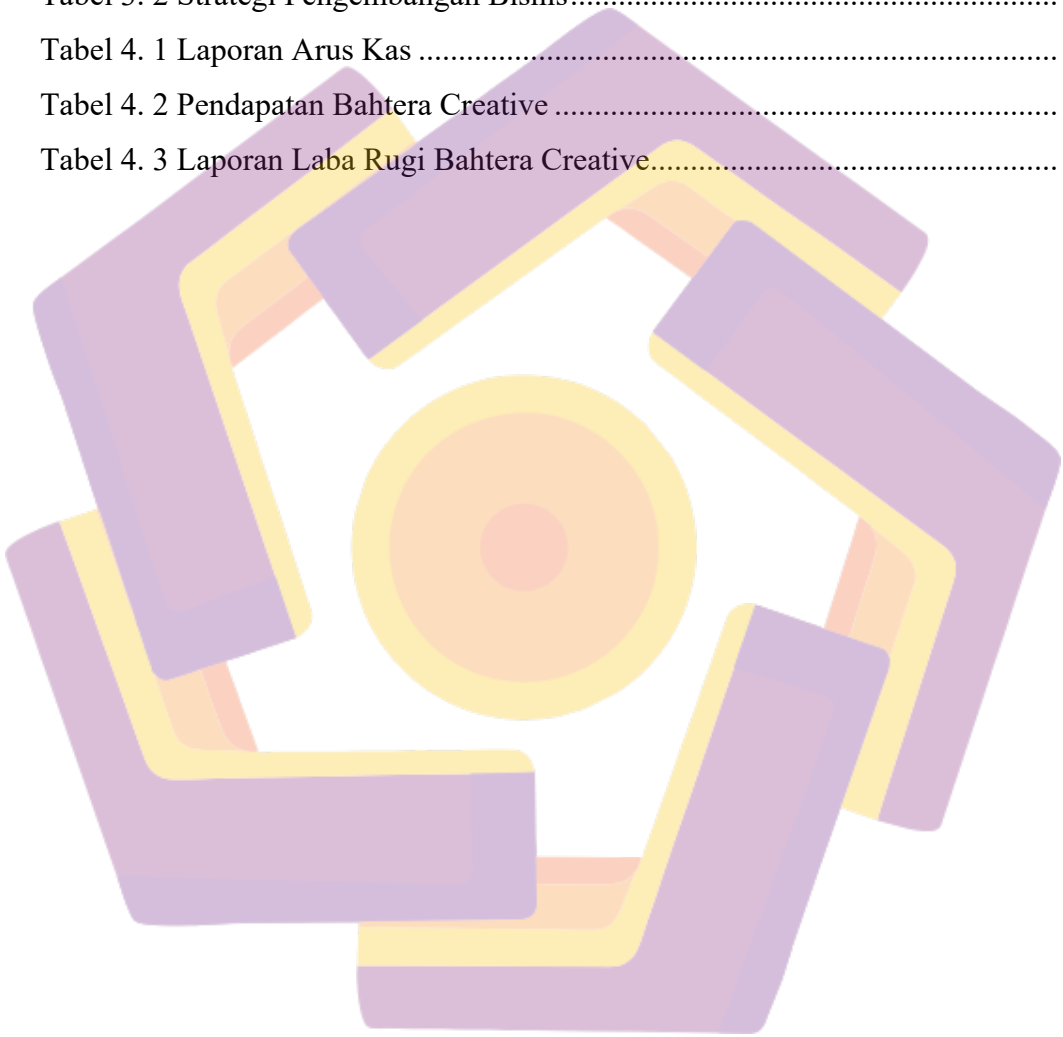
Tabel 3. 1 Matriks SWOT 19

Tabel 3. 2 Strategi Pengembangan Bisnis..... 22

Tabel 4. 1 Laporan Arus Kas 44

Tabel 4. 2 Pendapatan Bahtera Creative 45

Tabel 4. 3 Laporan Laba Rugi Bahtera Creative..... 46



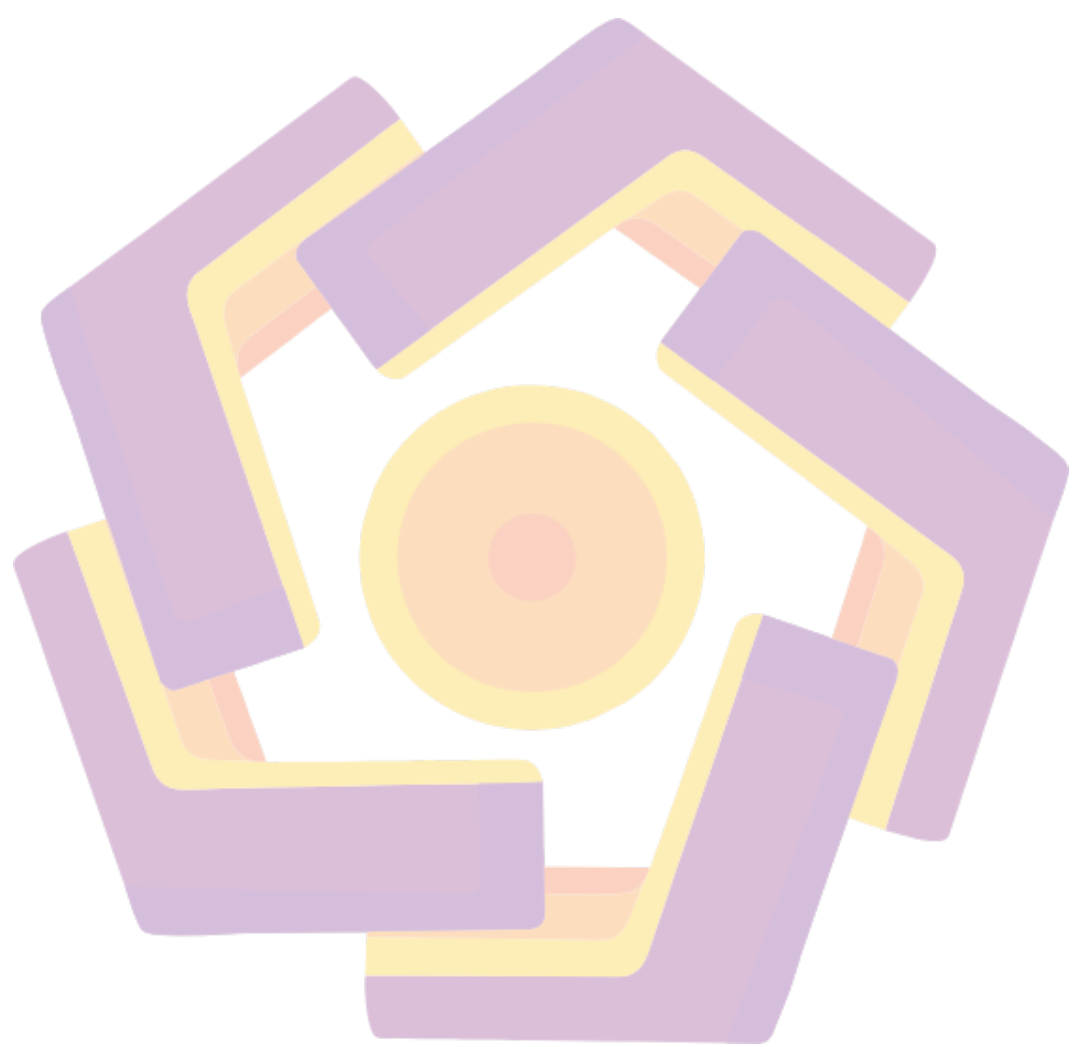
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Produksi Desain Feed..... 5

Gambar 2. 2 Legalitas Bahtera Creative 9

Gambar 2. 3 Kelas Onlie Git Aja 16

Gambar 2. 4 Mentoring Dengan Dosen Pembimbing..... 16



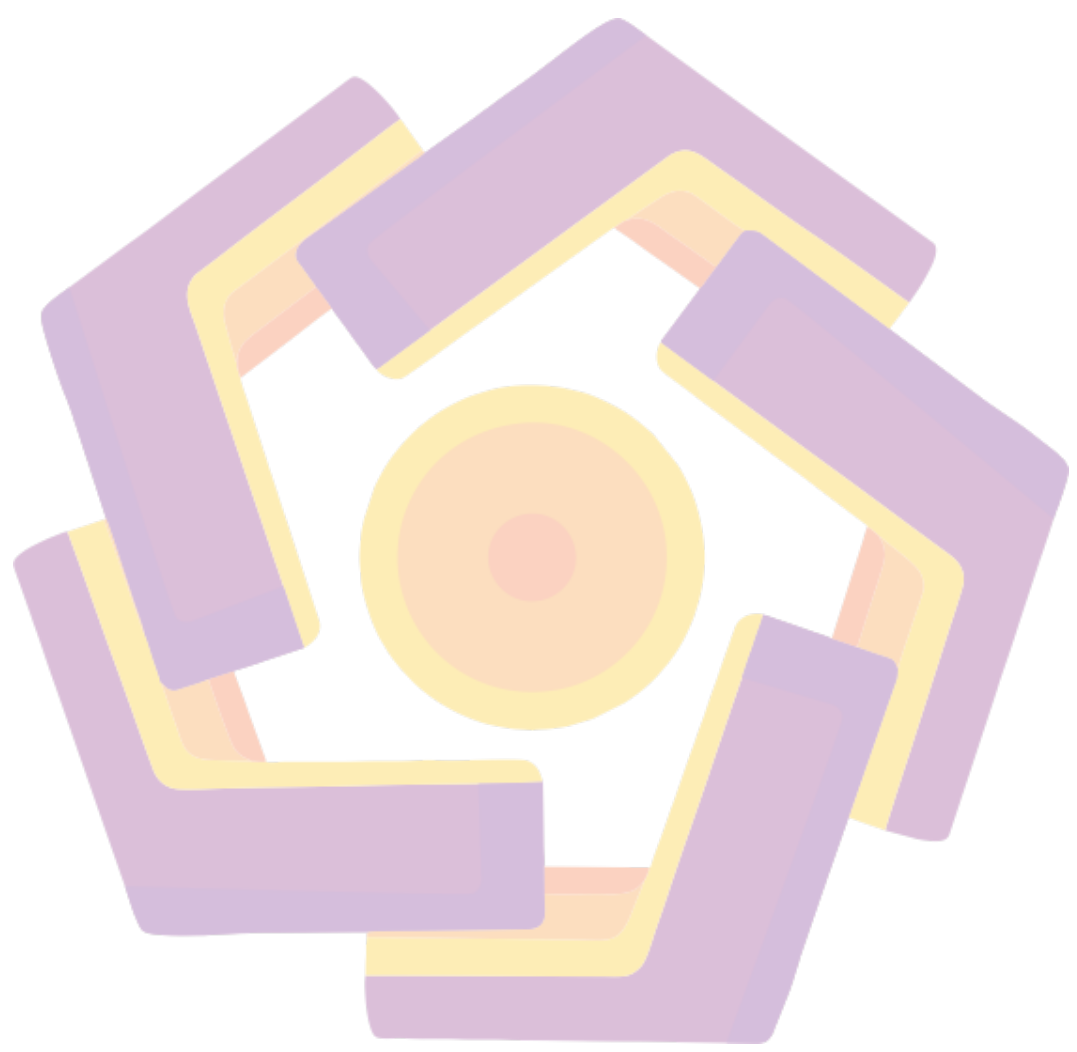
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Legalitas Usaha 54

Lampiran 2 Dokumentasi Aktifitas Bisnis 57

Lampiran 3 Dokemtasi Media Promosi 58

Lampiran 4 Dokumentasi KMI Expo..... 59



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan model bisnis *Bahtera Creative* sebagai agensi branding berbasis *storytelling* yang berfokus pada kebutuhan UMKM dan instansi di era digital. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada permasalahan umum yang dihadapi pelaku usaha, yaitu lemahnya identitas visual, ketidakkonsistenan strategi konten, serta keterbatasan sumber daya dalam membangun tim kreatif internal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan basis data empiris yang diperoleh dari kegiatan kewirausahaan melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) serta partisipasi dalam KMI Expo 2025. Data yang digunakan meliputi laporan keuangan, data klien, aktivitas operasional, serta hasil implementasi strategi bisnis yang telah dijalankan selama periode Agustus hingga November 2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konsep *storytelling-based branding* mampu menjadi diferensiasi utama dalam meningkatkan daya saing usaha. Selama periode tersebut, *Bahtera Creative* berhasil menyelesaikan 32 proyek dengan total omzet sebesar Rp11.700.000, yang menunjukkan adanya validasi pasar terhadap layanan yang ditawarkan. Selain itu, model bisnis yang menggabungkan pendekatan Business to Business (B2B) dan Business to Consumer (B2C) terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan menjaga stabilitas pendapatan.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada harga yang kompetitif, layanan terintegrasi, serta pendekatan *storytelling* yang unik. Sementara itu, peluang terbesar berasal dari meningkatnya kebutuhan konten digital dan tren video pendek. Berdasarkan hasil analisis tersebut, strategi pengembangan bisnis difokuskan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital termasuk kecerdasan buatan, serta ekspansi pasar baik nasional maupun internasional. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Bahtera Creative* memiliki potensi untuk berkembang sebagai agensi branding yang adaptif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan pasar digital, khususnya dalam mendukung penguatan identitas merek UMKM dan instansi.

Kata kunci: branding digital, *storytelling*, UMKM, agensi kreatif, P2MW, kewirausahaan

ABSTRACT

This study aims to analyze and develop the business model of Bahtera Creative as a storytelling-based branding agency focusing on the needs of SMEs and institutions in the digital era. The background of this study is based on common problems faced by business actors, including weak visual identity, inconsistent content strategies, and limited resources to build internal creative teams.

The research method used is a descriptive approach based on empirical data obtained from entrepreneurial activities through the Student Entrepreneurship Development Program (P2MW) and participation in KMI Expo 2025. The data includes financial reports, client data, operational activities, and the results of implemented business strategies during the period of August to November 2025.

The results show that the implementation of storytelling-based branding serves as a key differentiation in enhancing business competitiveness. During the observed period, Bahtera Creative successfully completed 32 projects with a total revenue of IDR 11,700,000, indicating market validation of the services offered. Furthermore, the business model combining Business to Business (B2B) and Business to Consumer (B2C) approaches proved effective in expanding market reach and maintaining revenue stability.

The SWOT analysis reveals that the main strengths lie in competitive pricing, integrated services, and a unique storytelling approach. Meanwhile, the greatest opportunities arise from the increasing demand for digital content and short-form video trends. Based on these findings, business development strategies focus on improving human resource capacity, utilizing digital technologies including artificial intelligence, and expanding both national and international markets. In conclusion, Bahtera Creative has strong potential to grow as an adaptive and innovative branding agency that aligns with digital market needs, particularly in supporting SMEs and institutions in building strong brand identities.

Keywords: digital branding, storytelling, SMEs, creative agency, P2MW, entrepreneurship