

STRATEGI, ETIKA, DAN INOVASI DALAM BISNIS KREATIF: REFLEKSI DARI TAYANGAN PODCAST CREATIVERA

Angelika Confrensia Sidabutar¹, Edi Priyono², Dhiandra Namira Invionita³, Evi Octavia Ramadhani⁴, Izzati Maharani⁵, Jeklyn Syafa Illiyin⁶

¹²³⁴⁵⁶ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Correspondence Email: mahotraangell@gmail.com, edipriyono@nalanda.ac.id,
dhiandranamira21@gmail.com, evioktaviar@gmail.com, izzati.maharani04@gmail.com,
jeklynsyf23@gmail.com

ABSTRACT

This study discusses creative business development strategies from scratch, focusing on the importance of communication and branding, marketing and sales strategies for services, team management, and failure evaluation for realistic growth. Additionally, this article examines how podcast episodes from the Creativera channel provide in-depth insights into business strategies, work ethics, and innovation in the creative industry. The methods used include literature review and descriptive qualitative analysis of best practices in the creative business sector, as well as podcast content analyzed through five separate evaluation forms by students. The research findings indicate that effective communication and consistent branding form the core foundation, while digital marketing strategies and responsive customer service enhance service sales. Team management that prioritizes professional ethics and open collaboration drives innovation and productivity. Objective failure evaluation helps businesses adapt and grow sustainably. These findings also emphasize that digital media such as podcasts can serve as practical entrepreneurship education tools, particularly for the younger generation. In conclusion, the integration of strategy, ethics, and innovation is the key to the success of creative businesses from their inception to their growth.

Keywords: *creative business, communication, branding, marketing strategy, professional ethics, failure evaluation, podcast, innovation.*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi pengembangan bisnis kreatif dari nol dengan fokus pada pentingnya komunikasi dan branding, strategi pemasaran dan penjualan jasa, pengelolaan tim, serta evaluasi kegagalan untuk pertumbuhan yang realistis. Selain itu, artikel ini mengkaji bagaimana tayangan podcast dari kanal Creativera menyampaikan wawasan mendalam mengenai strategi bisnis, etika kerja, dan inovasi dalam industri kreatif. Metode yang digunakan adalah studi literatur dan analisis kualitatif deskriptif terhadap praktik terbaik dalam bisnis kreatif serta konten podcast yang dianalisis melalui lima form penilaian terpisah oleh mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang

Article history

Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism checker no 886
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

efektif dan branding yang konsisten menjadi fondasi utama, sementara strategi pemasaran digital dan pelayanan pelanggan yang responsif meningkatkan penjualan jasa. Pengelolaan tim yang mengedepankan etika profesional dan kolaborasi terbuka mendorong inovasi dan produktivitas. Evaluasi kegagalan secara objektif membantu bisnis beradaptasi dan tumbuh secara berkelanjutan. Temuan ini juga menegaskan bahwa media digital seperti podcast dapat berfungsi sebagai sarana edukasi kewirausahaan yang aplikatif, khususnya bagi generasi muda. Kesimpulannya, integrasi strategi, etika, dan inovasi merupakan kunci sukses bisnis kreatif dari tahap awal hingga berkembang.

Kata Kunci: *bisnis kreatif, komunikasi, branding, strategi pemasaran, etika profesional, evaluasi kegagalan, podcast, inovasi.*

PENDAHULUAN

Bisnis kreatif adalah ekspresi jiwa manusia yang penuh dengan ide, mimpi, dan harapan. Ini lebih dari sekadar bisnis atau usaha untuk menghasilkan uang. Setiap produk atau jasa memiliki cerita tentang perjuangan, ketabahan, dan keinginan untuk memberikan manfaat kepada orang lain. Di Indonesia, sektor bisnis kreatif tumbuh dengan sangat cepat, terutama di kalangan generasi muda yang dinamis dan inovatif. Mereka tidak hanya membuat karya, tetapi juga membangun budaya, identitas, dan nilai-nilai yang mampu menyentuh hati banyak orang. Perkembangan ini menjadi harapan sekaligus tantangan, karena mendirikan bisnis kreatif dari nol memerlukan lebih dari sekadar modal dan strategi. Dibutuhkan keberanian menghadapi ketidakpastian, ketulusan dalam berkomunikasi, dan rasa empati yang mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dalam proses membangun bisnis inovatif, komunikasi yang efektif, dan branding yang kuat, tidak hanya perlu menggunakan strategi pemasaran, tetapi juga harus menyampaikan informasi dengan jujur dan menyenangkan sehingga dapat membangun hubungan dengan pelanggan yang tulus dan berkelanjutan. Branding yang kuat berasal dari prinsip-prinsip yang ditanamkan dalam setiap aspek bisnis, mulai dari proses kreatif hingga layanan pelanggan. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang siapa pelanggan, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana produk atau jasa dapat membantu mereka dalam kehidupan mereka adalah dasar dari rencana pemasaran dan penjualan yang kreatif.

Untuk membangun bisnis kreatif yang sukses secara finansial dan bermartabat dan berkelanjutan, pengelolaan tim yang beretika dan profesional sangat penting. Di sini, prinsip-prinsip seperti kepercayaan, rasa saling menghargai, dan kerja sama menjadi kunci untuk mendorong setiap anggota tim untuk bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama. Bisnis yang kreatif dan sehat adalah bisnis yang menghargai setiap peran, memberi orang ruang untuk berkembang, dan membangun budaya kerja yang positif dan inklusif.

Perjalanan bisnis kreatif pasti penuh dengan kegagalan dan tantangan. Namun, kegagalan adalah bagian penting dari proses belajar dan berkembang. Kemampuan untuk menilai kegagalan secara objektif dan objektif memungkinkan kreativitas dan perbaikan yang berkelanjutan. Sikap ini menunjukkan sifat kemanusiaan dan kedewasaan dalam bisnis, yaitu menerima ketidaksempurnaan dengan lapang dada dan terus berusaha memberikan yang

terbaik.

Perkembangan teknologi dan media sosial di era digital saat ini membuka peluang luar biasa untuk pendidikan dan pengembangan diri. Creativera dan jenis kanal YouTube lainnya berfungsi sebagai sumber inspirasi dan pembelajaran yang sangat bermanfaat, terutama bagi generasi muda yang sedang mencari jalan kewirausahaan. Dengan cara yang lugas, jujur, dan menginspirasi, podcast Creativera menyajikan kisah-kisah nyata tentang perjuangan wirausaha, manajemen tim, kegagalan, dan etika kerja. Audiens tidak hanya memperoleh pengetahuan melalui konten-konten ini, tetapi mereka juga merasakan semangat kemanusiaan yang mengalir dari setiap cerita—semangat untuk tidak menyerah, berinovasi, dan membangun bisnis yang bermanfaat bagi banyak orang (Creativera, 2023).

Artikel ini bertujuan untuk merangkum dan merefleksikan bagaimana integrasi antara strategi bisnis, etika kerja, dan inovasi dapat diterapkan secara nyata dalam pengembangan bisnis kreatif dari nol. "Podcast Creativera menyajikan kisah-kisah nyata tentang perjuangan wirausaha, manajemen tim, kegagalan, dan etika kerja dengan cara yang lugas, jujur, dan menginspirasi."

Selain itu, temuan ini menegaskan bahwa media digital bukan sekadar alat pemasaran tetapi juga alat yang sangat berguna untuk meningkatkan nilai-nilai kemanusiaan dalam dunia bisnis. "Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan media sosial membuka peluang luar biasa dalam edukasi dan pengembangan diri" (Annur, 2023). Untuk memajukan industri kreatif di masa depan, sangat penting bagi generasi muda Indonesia untuk memahami dan menerapkan nilai-nilai kemanusiaan agar bisnis yang mereka bangun dapat menghasilkan keuntungan finansial serta berdampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitar (Hutabarat, 2022; Sirait & Irwansyah, 2021; Annur, 2023).

Oleh karena itu, bisnis yang kreatif dan berlandaskan nilai-nilai kemanusiaan adalah bisnis yang dapat menggabungkan inovasi, profesionalisme, dan empati. Bisnis seperti ini tidak hanya menghasilkan barang atau jasa berharga, tetapi mereka juga membentuk komunitas yang peduli, memberdayakan, dan menginspirasi. Di tengah dinamika dunia yang semakin kompleks dan penuh tantangan, keberadaan bisnis kreatif yang berjiwa kemanusiaan memberikan harapan untuk masa depan yang lebih baik di mana inovasi dan kreativitas tidak hanya menjadi alat ekonomi tetapi juga sarana untuk memperkuat hubungan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **deskriptif kualitatif** untuk menganalisis tayangan podcast dari kanal Creativera berdasarkan sudut pandang mahasiswa. Pendekatan ini digunakan karena cocok untuk menggambarkan dan memahami isi tayangan secara mendalam, terutama dalam menilai pesan, nilai, dan strategi yang disampaikan oleh narasumber dan host dalam konteks bisnis kreatif. Data diperoleh dari lima dokumen "Form Penilaian Tayangan Podcast" yang dikerjakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Setiap form berisi hasil penilaian terhadap satu tayangan podcast berbeda, dengan enam indikator utama: kredibilitas host dan narasumber, keberimbangan isi, nilai edukatif, temuan serta rekomendasi. Mahasiswa memberikan respons berupa pilihan skala penilaian dan analisis uraian naratif. Uraian tersebut menjadi sumber utama dalam proses analisis tematik yang mengidentifikasi topik-topik seperti strategi usaha, etika profesional, inovasi, dan kegagalan bisnis.

Proses analisis dilakukan dengan membaca keseluruhan isi form, melakukan identifikasi tema utama secara manual, lalu mengelompokkan hasil temuan ke dalam kategori-kategori tematik. Setiap temuan dibandingkan antar tayangan untuk melihat konsistensi pesan dan nilai-nilai yang dibahas. Metode ini memungkinkan peneliti memahami tidak hanya konten podcast secara faktual, tetapi juga bagaimana mahasiswa memaknainya sebagai pengalaman belajar yang relevan dengan dunia kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metodologi Analisis

Analisis dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Membaca keseluruhan isi form penilaian tayangan podcast yang diisi oleh ke-lima mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen kelompok 4
2. Mengidentifikasi tema utama secara manual dari setiap hasil analisis, berdasarkan isi narasi dan respons mahasiswa terhadap tayangan.
3. Mengelompokkan hasil temuan ke dalam kategori tematik, yaitu: **strategi bisnis, etika profesional, dan inovasi.**
4. Membandingkan antar tayangan podcast untuk melihat konsistensi pesan, relevansi informasi, dan nilai-nilai edukatif

Hasil Analisis

1. Strategi dalam Bisnis Kreatif

Dari hampir semua tayangan, strategi muncul sebagai tema yang paling dominan. Temuan kunci meliputi:

- Strategi Funnel dan Retargeting
Dalam tayangan **“INSIGHT 019: Dari 5 Klien Jadi 50 Klien”**, dijelaskan strategi funnel marketing berlapis untuk meningkatkan konversi klien dengan biaya minim (Creativera, 2023a). Host dan narasumber menyebut metrik seperti CAC (Customer Acquisition Cost) dan lifetime value, menunjukkan pendekatan yang sangat terukur dan profesional.
- Sistemisasi Bisnis dan SOP
Di **“INSIGHT 028: Cara Gedein Bisnis dari Kecil”**, dibahas pentingnya SOP, struktur kerja, dan sistem automasi agar bisnis bisa berkembang tanpa tergantung pada pendirinya (Creativera, 2023b). Strategi ini menunjukkan pentingnya scalability.
- Pertumbuhan Bertahap dan Efisiensi
Episode **“Bikin Usaha Di Industri Kreatif Tanpa Pengalaman”** menekankan bahwa tidak semua bisnis perlu langsung ekspansi besar (Creativera, 2023c). Fokus utama adalah pengelolaan kapasitas dan efisiensi internal sebelum melangkah ke skala lebih luas.

Refleksi:

Strategi yang dibahas dalam semua tayangan bersifat praktis dan berbasis pengalaman. Pendekatannya tidak mengandalkan teori, melainkan proses yang bisa diulang dan ditingkatkan oleh pelaku bisnis pemula.

2. Etika Profesional dalam Industri Kreatif

Etika menjadi tema penting yang mulai muncul secara eksplisit maupun implisit:

- Isu Penipuan dari Internal (Scam dari Bos)
Dalam tayangan **“SCAM di Dunia Kreatif Justru dari Bos”**, narasumber membahas minimnya literasi hukum dan kontrak kerja di kalangan pekerja kreatif (Creativera, 2023d). Banyak kasus di mana bos sendiri melakukan pelanggaran etika profesional.

- **Pentingnya Kontrak dan Kejelasan Role**
Tayangan ini memperlihatkan bahwa pelaku industri perlu diedukasi soal hak dan kewajiban hukum. Kontrak menjadi alat penting untuk melindungi kedua belah pihak dan mencegah eksploitasi.
- **After-Service dan Empati**
Dalam **“INSIGHT 021: Alasan Klien Gak Balik Lagi”**, etika juga tampak dalam aspek layanan pasca proyek (Creativera, 2023e). Kurangnya komunikasi follow-up dan minimnya empati terhadap klien menjadi alasan relasi bisnis terputus.

Refleksi:

Nilai etika dalam bisnis kreatif tidak hanya menyangkut kejujuran, tapi juga komitmen jangka panjang, kejelasan peran, dan komunikasi profesional. Podcast Creativera memberikan refleksi jujur terhadap isu ini, yang jarang dibahas secara terbuka

3. Inovasi dan Adaptasi

Inovasi menjadi kekuatan utama untuk bertahan dan relevan dalam dunia kreatif:

- **Inovasi dalam Branding dan Komunikasi**
Pada episode **“Cara Dikenal dan Unggul dari Kompetitor”**, dibahas bahwa inovasi tidak hanya soal produk, tetapi juga cara menyampaikan pesan yang otentik dan membangun hubungan emosional dengan audiens (Creativera, 2023f).
- **Inovasi Penjualan Jasa**
Di **“Cara Cepat Jual Service”**, narasumber membahas pentingnya packaging service, testimoni, dan soft-selling. Banyak pelaku jasa yang gagal menjual karena tidak punya strategi inovatif untuk menjelaskan nilai jualnya.
- **Adaptasi Teknologi & Kanal Digital**
Tayangan lain menyinggung penggunaan LinkedIn Ads, cold email outreach, dan layered funnel, yang menjadi contoh adaptasi digital marketing modern dalam bisnis kreatif (Creativera, 2023h).

Refleksi:

Inovasi dalam podcast ini ditampilkan sebagai alat evolusi bisnis: dari cara branding, hingga bagaimana menyusun sistem penjualan dan distribusi yang tepat. Narasi ini mendorong pelaku kreatif untuk terus belajar dan beradaptasi

Konsistensi Pesan

Nilai Konsisten	Penjelasan Singkat
Keberhasilan= Proses + Sistem	Semua tayangan menekankan pentingnya proses, bukan hasil instan.
Komunikasi& Retensi Klien= Empati	Layanan pasca proyek dan komunikasi manusiawi menentukan keberlanjutan bisnis.
Inovasi Harus Relevan& Aplikatif	Bukan sekadar tren, tapi benar-benar menjawab kebutuhan dan masalah lapangan.

Etika Kerja= Kunci Kepercayaan	Profesionalisme bukan pilihan, melainkan prasyarat untuk tumbuh di industri kreatif.
--------------------------------	--

Analisis terhadap beberapa tayangan podcast dari kanal Creativera menunjukkan bahwa setiap tayangan tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga menyampaikan wawasan bisnis yang aplikatif, reflektif, dan edukatif. Secara umum, hasil yang diperoleh dari penilaian kelima mahasiswa menunjukkan bahwa topik-topik yang dibahas menyentuh inti persoalan yang dihadapi oleh para pelaku usaha di sektor industri kreatif, terutama dalam aspek strategi pemasaran, komunikasi profesional, etika kerja, dan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Semua tayangan dinilai sangat relevan bagi audiens yang sedang membangun usaha, khususnya dari kalangan muda, freelancer, atau pemilik UMKM.

Melalui kelima tayangan podcast yang telah dianalisis, dapat disintesis bahwa keberhasilan dalam dunia bisnis kreatif sangat bergantung pada tiga hal utama:

1. Strategi bisnis yang jelas dan berbasis data.
2. Etika kerja yang menjamin integritas dan keberlanjutan relasi bisnis.
3. Inovasi tidak hanya soal produk, tetapi juga cara menyampaikan pesan kepada audiens.

Ketiga aspek ini saling berkaitan dan saling menguatkan. Strategi tanpa etika akan menciptakan hubungan yang rapuh. Etika tanpa strategi akan membuat bisnis stagnan. Inovasi tanpa keduanya hanya akan menjadi eksperimen sementara tanpa dampak jangka panjang.

Podcast Creativera secara konsisten menghadirkan konten yang tidak hanya memotivasi, tetapi juga mengedukasi dengan pendekatan berbasis pengalaman nyata. Hal ini menjadikan tayangan mereka sangat efektif sebagai sarana pembelajaran nonformal di bidang kewirausahaan. Bagi mahasiswa dan generasi muda, pengalaman menonton tayangan-tayangan ini membuka perspektif baru bahwa membangun bisnis bukan hanya soal ide kreatif, tetapi juga soal membentuk karakter profesional yang disiplin, komunikatif, dan beretika.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai tayangan podcast Creativera, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam bisnis kreatif ditentukan oleh perpaduan antara strategi yang terstruktur, etika profesional yang kuat, dan inovasi yang berkelanjutan.

1. **Strategi bisnis menjadi fondasi utama,** terutama dalam bentuk sistemisasi kerja, penggunaan metode digital marketing yang terukur (seperti funnel dan retargeting), serta pendekatan realistis dalam ekspansi usaha. Para narasumber menunjukkan bahwa keberhasilan bukan hasil dari keberuntungan semata, tetapi dari perencanaan dan eksekusi yang sistematis.
2. **Etika dalam dunia kreatif muncul** sebagai isu krusial, terutama terkait kejujuran, profesionalisme, dan tanggung jawab terhadap klien maupun tim internal. Tayangan Creativera mengungkap bahwa banyak tantangan berasal dari miskomunikasi dan kurangnya pemahaman tentang kontrak dan hak-hak pekerja, yang berujung pada ketidakpercayaan dan ketidakberlanjutan relasi kerja.
3. **Inovasi ditampilkan sebagai kunci** untuk bertahan dan berkembang. Tidak hanya dalam

bentuk teknologi, tetapi juga dalam cara membangun branding, mengemas layanan, serta berkomunikasi secara otentik dengan audiens. Inovasi yang relevan dan aplikatif terbukti mampu membedakan pelaku usaha kreatif dari kompetitornya.

Secara keseluruhan, tayangan podcast ini menyajikan pembelajaran yang sangat kaya, nyata, dan inspiratif, baik bagi mahasiswa, pelaku UMKM, maupun siapa pun yang tertarik pada dunia usaha kreatif. Nilai-nilai reflektif yang diangkat menjadi bekal penting untuk membangun bisnis yang bukan hanya tumbuh, tetapi juga bertahan dan bermakna

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Annur, C. M. (2023, Februari 28). *Pengguna YouTube di Indonesia peringkat keempat terbanyak di dunia pada awal 2023*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-YouTube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Creativera™. (2023a). *INSIGHT 019: Dari 5 Klien Jadi 50 Klien* [Video]. YouTube. https://youtu.be/dkvOHTa_nRs?si=85he0KaYki6v8_TS
- Creativera™. (2023b). *INSIGHT 028: Cara Gedein Bisnis dari Kecil* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/PwemkZ7jmgo?si=mryFsifVskwkuYk0>
- Creativera™. (2023c). *Bisnis Kecil Jangan Gede-Gedean* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/HgZmXdgPhml?si=mWzYqTpL570Deqc->
- Creativera™. (2023d). *SCAM di Dunia Kreatif Justru dari Bos* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Eknqv49oTQg?si=C6RFiDjbZW5olrFb>
- Creativera™. (2023e). *INSIGHT 021: Alasan Klien Gak Balik Lagi* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/xYkWhJRDjts?si=yrp5VwHzc5XwMs8d>
- Creativera™. (2023f). *Cara Dikenal dan Unggul dari Kompetitor* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/gl23ZM0qD8l?si=kHgdTWOtmQfWO5PE>
- Creativera™. (2023g). *Cara Cepat Jual Service* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/ipn5aEdRHtl?si=80lruoZZ5XoPy7DZ>
- Creativera™. (2023h). *PESAN UNTUK 2024, DARI KAMI SEMUA (CREATIVERA CREW)* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/tDvWcz3GxjM?si=Ag40PJbhzr58ep9e>
- Hutabarat, P. M. (2022). Optimization of podcasts as public communication channels and digital broadcasting media at government institutions. In *Proceedings of the International Conference on Vocational Education Applied Science and Technology (ICVEAST)* (pp. 1-8). MDPI. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022083008>
- Sirait, Y. H., & Irwansyah. (2021). Bangkitnya podcast di Indonesia: Perkembangan podcast new media sebagai budaya populer generasi muda di Indonesia. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 223-224.