



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA  
*PHOTOGRAPER* DAN *VIDEOGRAPHER* PADA 2K.VISUAL  
DI JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Rizky Nugraha Pratama

1502025231

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA  
*PHOTOGRAPER* DAN *VIDEOGRAPHER* PADA 2K.VISUAL DI  
JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Rizky Nugraha Pratama

1502025231

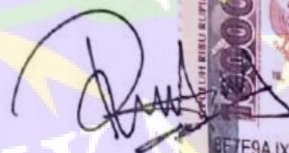
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa Laporan Bisnis dengan judul “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *PHOTGRAPHER* DAN *VIDEOGRAPHER* PADA 2K.VISUAL DI JAKARTA TIMUR”, merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain atau sebagian yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip atau dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari penulisan Laporan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau jiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 9 Desember 2019



( Rizky Nugraha Pratama )

NIM : 1502025231



PERSETUJUAN UJIAN LAPORAN BISNIS

**JUDUL** : ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA  
PHOTGRAPHER DAN VIDEOGRAPHER PADA  
2K.VISUAL DI JAKARTA TIMUR

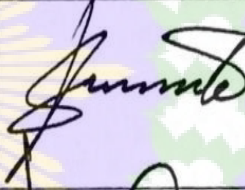
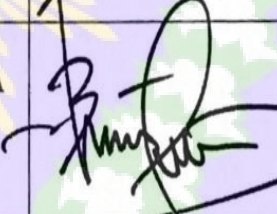
**NAMA** : Rizky Nugraha Pratama

**NIM** : 1502025231

**PROGRAM STUDI** : Manajemen (Kewirausahaan)

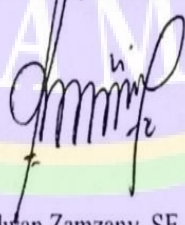
**TAHUN** : 2019

Laporan Bisnis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian :

Pembimbing 1	Dr. Sunarta, SE., MM.,	
Pembimbing 2	Emaridial Ulza, S.E., MA	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof.DR. HAMKA



Faizal Ridwan Zamzany, SE, MM.

**PENGESAHAN LAPORAN BISNIS**

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PHOTOGRAPHER DAN VIDEOGRAPHER PADA 2K.VISUAL DI JAKARTA TIMUR**

Yang disusun oleh :  
Rizky Nugraha Pratama  
1502025231

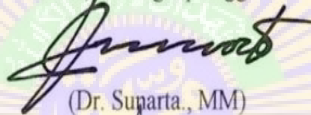
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

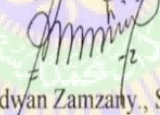
Pada tanggal : 09 Desember 2019

**Tim Penguji**

Ketua, merangkap anggota :

  
(Dr. Suparta., MM)

Sekretaris, merangkap anggota :

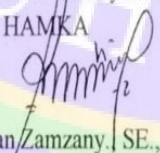
  
(Faizal Ridwan Zamzany., SE., MM)

Anggota :

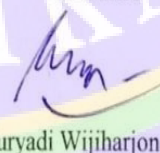
  
(Dr. Adityo Ari Wibowo., SE., MM)

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.  
HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany., SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.  
HAMKA

  
Dr. Nuryadi Wijiharjono., SE., MM



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN BISNIS UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :


Nama : Rizky Nugraha Pratama  
NIM : 1502025231  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Laporan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas Royalti Noneksekutif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *PHOTGRAPHER* DAN *VIDEOGRAPHER* PADA 2K.VISUAL DI JAKARTA TIMUR”** beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, menelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta/Karya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta, 2019

Yang Menyatakan

  
Rizky Nugraha Pratama

## RINGKASAN

Muhammad Rizky Nugraha Pratama (1502025231)

### ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *PHOTOGRAPHER* DAN *VIDEOGRAPHER* PADA 2K.VISUAL DI JAKARTA TIMUR

Laporan Bisnis. Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Kata kunci : strategi pengembangan, usaha photographer dan videographer, rencana bisnis.

Laporan bisnis ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan usaha fotografi yang dijalankan dan mengetahui strategi yang terbaik serta prospek keuntungan atau kerugian dari usaha Fotografi tersebut. Dalam laporan bisnis ini penulis juga bertindak sebagai pemilik usaha Fotografi dan Videografi. Penulisan ini berbentuk business plan atau rencana bisnis atas usaha yang digambarkan melalui bisnis model kanvas (Value Propotion, Customer Segment, Channel, Customer Relationship, Key Activiities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure dan Revenue Stream. Disamping itu, Penulis menggunakan metode Analisis SWOT, PENCILS dan Matriks Ansoff yang dilengkapi dengan sumber referensi representatif lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha 2K.Visual dari aspek profit dan investasi mempunyai kelayakan usaha yang baik. Dari aspek pasar juga mempunyai kelayakan yang baik, karena dari sisi harga dapat terjangkau oleh berbagai kalangan di masyarakat khususnya di Jakarta Timur. Letak dan lokasi usaha 2K.Visual juga memiliki lokasi yang cukup strategis meskipun ruang lingkupnya terbatas. Usaha 2K.Visual dari aspek pemasaran dan promosi masih banyak memiliki kekurangan terutama dalam memasarkan produknya. Banyak hal-hal yang belum dilakukan yang berkaitan dengan pemasaran. Dalam hal pengembangan usaha 2K.Visual telah melakukan beberapa kreatif. Sehingga, memberi kepuasan tersendiri kepada para konsumen. Oleh karena itu sebagai masukan diperlukan adanya kreatifitas dalam pengembangan usaha. Selain itu pemasaran yang dijalankan perlu ditingkatkan malalui pemanfaatan teknologi yang ada, perlu ditingkatkan pengelolaan keuangan dan promosi yang komprehensif dan penambahan aspek-aspek lainnya dalam rangka memajukan tempat usahanya dengan tetap berorientasi pada kepuasan pelanggan atau konsumen.

## ABSTRACT

Muhammad Rizky Nugraha Pratama (1502025231)

ANALYSIS OF PHOTOGRAPHER AND VIDEOGRAPHER BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES IN 2K. VISUAL IN EAST JAKARTA

Business Report. Undergraduate Program Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta

Keywords: development strategy, business photographer and videographer, business plan.

This business report aims to determine the development of a photography business that is run and find out the best strategy and the prospects of profit or loss from the photography business. In this business report the writer also acts as the owner of the Photography and Videography business.

This writing takes the form of a business plan or business plan for the business described through the business model canvas (Value Proposition, Customer Segments, Channels, Customer Relationship, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure and Revenue Stream. In addition, the author uses the Analysis method SWOT, PENCILS and Ansoff Matrix which are equipped with other representative reference sources. The results of the study show that the 2K business. Visual aspects of profit and investment have good business feasibility, from the market aspect it also has a good feasibility, because in terms of prices can be affordable circles in the community, especially in East Jakarta 2. Location and location of business 2K. Visual also has a strategic location even though its scope is limited. Visual 2K business from the marketing and promotion aspects still have many shortcomings, especially in marketing their products. done related to marketing, in terms of knowledge 2K business development. Visual has done some creative. Thus, giving satisfaction to consumers. Therefore, as input, creativity is needed in business development. In addition, marketing needs to be improved through the use of existing technology, comprehensive financial management and promotion needs to be improved and the addition of other aspects in order to advance its business place by staying oriented to customer or consumer satisfaction.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha *Photographer* Dan *Videographer* Pada 2K.Visual Di Jakarta Timur**”. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa umat manusia dari zaman yang gelap hingga terang menderang..

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Tohirin, S.Th.I., M.Pd.I., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Faizal Ridwan Zamzany., S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Dr. Sunarta, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, dan koreksi serta arahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

8. Bapak Emaridial Ulza., S.E, MA. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah menyempatkan waktunya untuk membimbing peneliti dan memberikan saran-sarannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Yulianto, Emak Irna, Nasya, Elsa yang selalu memberikan semangat serta doa yang tiada hentinya selama peneliti menyusun skripsi hingga selesai dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi manajemen.
10. Choirun Saleh, Iksan Efendi, Subhi, Alpin Djaja, Ribut Kurniadi, Wahyu Agus Tino, Rian Novriadi, Risma, Pika, Ika Ayu, Janah, Macil, Mamoy, Hesti kumalasari yang telah memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan kepada pembaca untuk kepentingan dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tercapainya penulisan yang lebih baik lagi. Terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jakarta, November 2019  
Penulis,



(Rizky Nurgraha Pratama)  
NIM. 1502025231

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN UJIAN LAPORAN BISNIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN LAPORAN BISNIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK/INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	5
1.2.3 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Usaha .....	6
1.4 Manfaat Usaha .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA INSPIRASI BISNIS .....</b>	<b>8</b>
2.1 Gambaran Wirausaha Sukses .....	11
2.2 Penelitian Wirausaha Sukses .....	15
2.2.1 <i>Persamaan dan Perbedaan Penelitian Wirausaha Sukses</i> .....	18
2.2.1.1 <i>Persamaan Penelitian Wirausaha Sukses</i> .....	18
2.2.1.2 <i>Perbedaan Penelitian Wirausaha Sukses</i> .....	18
2.3 Telaah Pustaka .....	19

2.3.1 Kewirausahaan .....	19
2.3.1.1 Definisi Kerwirausahaan.....	19
2.3.1.2 Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausaha.....	19
2.3.2 UMKM .....	23
2.3.2.1 Definisi UMKM .....	23
2.3.3 Strategi.....	24
2.3.3.1 Definisi Strategi.....	24
2.3.3.2 Fungsi dari Strategi.....	25
2.3.3.3 Unsur – Unsur Strategi .....	25
2.3.4 Pengembangan Usaha .....	27
2.3.4.1 Definisi Pengembangan Usaha.....	27
2.3.4.2 Tahapan Pengembangan Usaha.....	28
2.3.5 Pemasaran .....	31
2.3.5.1 Definisi Pemasaran .....	31
2.3.6 Kelayakan Bisnis.....	31
2.3.6.1 Definisi Kelayakan Bisnis.....	31
2.3.6.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis .....	32
2.4 Kerangka Konsep Business Plan .....	34
<b>BAB III KERANGKA BISNIS .....</b>	<b>35</b>
3.1 Kerangka Bisnis .....	35
3.2 Model Business Canvas .....	38
3.3 Analisis SWOT .....	40
3.3.1 Strengths (kekuatan) .....	40
3.3.2 Weaknesses (kelemahan) .....	41
3.3.3 Opportunities (peluang).....	41
3.3.4 Threat (Ancaman).....	42
3.4 Public Relation Mix (PENCILS) .....	43
3.5 Rencana Bisnis Masa Depan dengan Matriks Ansoff.....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Kerangka Bisnis .....	51
4.1.1 Ringkasan (Executive Summary) .....	51



4.1.1.1 Tujuann ( <i>Objective</i> ) .....	53
4.1.1.2 Visi dan Misi ( <i>Vision and Mision</i> ) .....	54
4.1.1.3 Kunci Sukses ( <i>Keys to Succes</i> ) .....	54
4.1.2 Tujuan Perusahaan ( <i>Company Summary</i> ) .....	55
4.1.2.1 Kepemilikan Perusahaan ( <i>Company Ownership</i> ) .....	55
4.1.2.2 Lokasi dan Fasilitas Perusahaan ( <i>Company Location and Facilities</i> ) .....	56
4.1.2.3 Ringkasan Pemula ( <i>Start-Up Summary</i> ) .....	57
4.1.3 Pelayanan Kompetitif ( <i>Services Competitive</i> ) .....	58
4.1.3.1 Pelayanan ( <i>Services</i> ) .....	58
4.1.3.2 Deskripsi Pelayanan ( <i>Services Description</i> ) .....	58
4.1.3.3 Perbandingan Kompetitif .....	58
4.1.3.4 Pemenuhan ( <i>Fullfilment</i> ) .....	58
4.1.4 Analisis Ringkasan Pemasaran ( <i>Marketing Analysis Summary</i> ) ..59	
4.1.4.1 Segmentasi Pasar ( <i>Marketing Segmentation</i> ) .....	59
4.1.4.2 Analisis Pesaing ( <i>Competitor Analysis</i> ) .....	60
4.1.5 Ringkasan Strategi dan Implementasi ( <i>Strategy and Implementation</i> ) .....	60
4.1.5.1 Strategi Pemasaran ( <i>Marketing Strategy</i> ) .....	61
4.1.5.2 Strategi Harga ( <i>Pricing Strategy</i> ) .....	62
4.1.5.3 Strategi Promosi ( <i>Promotion Strategy</i> ) .....	62
4.1.6 Ringkasan Manajemen ( <i>Management Summary</i> ) .....	63
4.1.6.1 Struktur Organisasi ( <i>Organization Structure</i> ) .....	63
4.1.6.2 Tim Manajemen ( <i>Management Team</i> ) .....	64
4.1.6.3 Kesenjangan Tim Manajemen ( <i>Management Team Gaps</i> ) .....	65
4.1.6.4 Rencana Pribadi ( <i>Personal Plan</i> ) .....	66
4.1.7 Rencana Keuangan ( <i>Financial Plan</i> ) .....	66
4.1.7.1 Asumsi Penting ( <i>Important Assumption</i> ) .....	66
4.1.7.2 Indikator Keuangan Utama ( <i>Key Financial Indicators</i> ) ...67	
4.1.7.3 Break Event Point .....	67
4.1.7.4 Investasi ( <i>Investation</i> ) .....	68

4.2 <i>Business Model Canvas</i> .....	72
4.2.1 <i>Proposisi Nilai (Value Propotion)</i> .....	72
4.2.2 <i>Segmentasi Pelanggan (Customers Segmen)</i> .....	72
4.2.3 <i>Jaringan atau Saluran (Channels)</i> .....	73
4.2.4 <i>Hubungan dengan Pelanggan (Customers Relationship)</i> .....	73
4.2.5 <i>Kegiatan Utama (Key Activities)</i> .....	73
4.2.6 <i>Sumber Daya (Key Resources)</i> .....	73
4.2.7 <i>Kemitraaan Kunci (Key Partners)</i> .....	74
4.2.8 <i>Komposisi Biaya (Cost Structure)</i> .....	74
4.2.9 <i>Aliran Dana (Revenue)</i> .....	74
4.3 <i>Analisis SWOT</i> .....	76
4.3.1 <i>Kekuatan (Strenghts)</i> .....	76
4.3.2 <i>Kelemahan (Weakness)</i> .....	76
4.3.3 <i>Peluang (Oppurtunities)</i> .....	76
4.3.4 <i>Ancaman (Threats)</i> .....	77
4.4 <i>Public Relation Mix</i> .....	77
4.4.1 <i>Publikasi dan Publisitas (Publication and Publicity)</i> .....	77
4.4.2 <i>Penyusunan Program Acara (Event)</i> .....	77
4.4.3 <i>Menciptakan Berita</i> .....	78
4.4.4 <i>Kepedulian pada Komunitas (Community Involvement)</i> .....	78
4.4.5 <i>Memberitahukan atau Meraih Citra (Inform or Image)</i> .....	79
4.4.6 <i>Pendekatan dan Bernegosiasi (Lobbying and Negotiating)</i> .....	79
4.4.7 <i>Investasi Sosial (Social Investment)</i> .....	79
4.5 <i>Rencana Bisnis Masa Depan</i> .....	80
4.5.1 <i>Program Pemasaran</i> .....	80
4.5.2 <i>Aspek Teknis</i> .....	82
4.5.3 <i>Aspek SDM</i> .....	82
4.5.4 <i>Aspek Pengembangan</i> .....	83
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>85</b>
5.1 <i>Kesimpulan</i> .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausaha.....	15
2.	Anggaran Biaya <i>Start-up</i> Usaha Photography 2K Visual.....	57
3.	Proyek Biaya Gaji .....	68
4.	Proyek Biaya Perawatan Mesin Dan Peralatan .....	69
5.	Proyeksi Biaya Promosi, Transportasi, Sampah, dan Telepon .....	69
6.	Biaya Operasional Per Bulan .....	70
7.	Proyeksi Biaya Penyusutan .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Faktor-faktor Keberhasilan Wirausaha .....	23
2.	Tahap Pengembangan Usaha .....	30
3.	Tujuan Studi Kelayakan Bisnis .....	34
4.	Kerangka Bisnis <i>Business Plan</i> .....	34
5.	<i>Business Model Canvas</i> .....	39
6.	Matrix Analisis SWOT .....	50
7.	Matrix Ansoff.....	50
8.	Lokasi .....	57
9.	Struktur Organisasi.....	64
10.	2K Visual yang menggunakan Metode Canvas .....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Dokumentasi 1 .....	1/6
2.	Dokumentasi 2 .....	2/6
3.	Surat Tugas .....	3/6
4.	Catatan Konsultasi Laporan Bisnis Pembimbing 1 .....	4/6
5.	Catatan Konsultasi Laporan Bisnis Pembimbing 2 .....	5/6
6.	Daftar Riwayat Hidup .....	6/6

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berwirausaha merupakan salah satu cara seseorang untuk bekerja dan meniti karir untuk kehidupan mereka di masa yang akan datang. Dengan berwirausaha dapat pula membukakan lapangan pekerjaan baru bagi orang-orang yang membutuhkan atau sedang mencari sebuah pekerjaan, selain itu dapat membantu tugas pemerintah dalam mengurangi pertumbuhan pengangguran di negeri ini.

Pada zaman modern ini tidak hanya orang-orang dewasa atau tua yang berani untuk memulai bisnis mereka, sekarang banyak terlihat generasi muda yang sudah berani melangkah untuk memulai usaha mereka dan tidak sedikit pula yang dapat meraih kesuksesan di usia muda. Banyak kita lihat disekitar kita usaha-usaha yang ternyata di pelopori oleh anak muda yang notebene masih menempuh pendidikan mereka. Entah itu usaha makanan, fashion, motivator dan lain sebagainya. Mereka mulai berfikir untuk menghasilkan keuntungan sendiri tanpa harus bekerja untuk orang lain.

Jumlah pengangguran di masyarakat dapat diatasi dengan menambahnya wirausahaan baru. Wirausahawan menjadi sebutan wirausaha bagi penduduk Indonesia. Tidak sedikit pula masyarakat yang lebih memilih untuk mendirikan usaha mereka sendiri daripada menggantungkan kehidupan mereka dengan bekerja sebagai karyawan swasta maupun negeri. Dengan tekad dan keuletan segala macam peluang dapat dijadikan sebuah usaha yang menghasilkan pundi-

pundi keuntungan. Tergantung bagaimana mereka dapat memanfaatkan peluang tersebut serta memanfaatkan waktu, tenaga dan uang untuk bisa menjadi seorang pengusaha sukses.

Untuk memulai langkah menjadi seorang wirausahawan, individu tersebut harus berani mengambil resiko dan memiliki keyakinan dengan usaha yang akan diambil. Karena dalam dunia bisnis, intensi berwirausaha dan keyakinan akan kemampuan diri adalah kunci untuk menjadikan usaha tersebut sukses. Ketika seseorang terjun kedalam dunia wirausaha, komitmen sangatlah penting bagi kemajuan usaha itu sendiri, tanpa komitmen yang pasti mereka tidak akan mampu mempertahankan apa yang dimiliki pada saat tertimpa masalah.

Menurut penelitian Sofia (2017) perilaku berwirausaha dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kecakapan pribadi yang menyangkut soal bagaimana seseorang mengelola diri sendiri. Kecakapan pribadi seseorang terdiri atas 3 unsur terpenting, yaitu kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi. Kemudian faktor eksternal terdiri dari kecakapan sosial dan lingkungan (*environment*). Kecakapan sosial yang menyangkut soal bagaimana seseorang menangani suatu hubungan. 2 (dua) unsur terpenting dalam kecakapan sosial, yaitu empati, dan keterampilan sosial. Termasuk dalam hal ini adalah taktik-taktik untuk meyakinkan orang, berkomunikasi secara jelas, bernegosiasi dan mengatasi silang pendapat, bekerja sama untuk tujuan bersama, dan menciptakan sinergi kelompok dalam memperjuangkan kepentingan bersama.

Dalam berwirausaha dapat melakukan penjualan suatu produk ataupun jasa. Usaha jasa merupakan jenis usaha yang memiliki aspek dan lingkup bisnis yang paling luas dibandingkan dengan jenis usaha lainnya. Selain memiliki keanekaragaman produk dan pelayanan, jenis usaha jasa termasuk memiliki persaingan yang paling ketat. Strategi pengelolaan usaha dituntut untuk senantiasa mampu menyerap perubahan pasar dan selera konsumen yang selalu berubah setiap saat. Salah satunya adalah strategi yang berfokus pada konsumen (*consumer orientation*) yang tujuannya untuk memaksimalkan kepuasan konsumen dengan memahami keinginan pelanggan seperti perilaku, kebutuhan, dan keinginan. Pada umumnya, jenis usaha jasa lebih banyak mengandalkan kualitas pelayanan sebagai upaya atau cara untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Dengan menerapkan strategi yang berorientasi pada konsumen, maka diharapkan akan mampu memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Salah satu peluang bisnis yang sedang berkembang pada saat ini adalah bisnis fotografi. Fotografi adalah jenis usaha jasa yang saat ini tidak hanya menjadi sekedar hobi saja, tetapi juga menjadi gaya hidup sekaligus menjadi ladang bisnis baru bagi penggemar fotografi. Menurut Darwis Triadi (2008) seorang ahli fotografer komersial dan fesyen senior Indonesia, menjelaskan Fotografi berasal dari 2 kata yaitu Photo yang berarti cahaya dan Graph yang berarti tulisan atau lukisan. Dalam seni rupa, fotografi adalah proses melukis atau menulis dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam



pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya. Pada dasarnya ada dua aliran umum dalam fotografi, aliran tersebut dibedakan pada lokasi pengambilan gambar. Indoor fotografi yaitu mengambil gambar di dalam ruangan, Dalam *indoor* fotografi diperlukan alat tambahan yang berfungsi sebagai sumber cahaya buatan yang dibutuhkan oleh kamera seperti lampu studio atau pun flash (blitz). Sedangkan foto *outdoor* yaitu pengambilan gambar yang dilakukan di luar ruangan dengan memanfaatkan cahaya alami dari sinar matahari atau lainnya. Foto *outdoor* juga dapat dibantu dengan tambahan flash untuk memperjelas detail fokus kamera terhadap objek foto.

Jenis-jenis permintaan fotografi yang beranekaragam membuat usaha fotografi tidak membosankan. Permintaan fotografi pun bisa bereksplorasi dan menekuni lebih dari satu dari jenis permintaan fotografi, seperti halnya pada peminatan jasa bisnis fotografi ini yang bergerak pada underwater fotografi dengan spesifikasi jasa pemotretan untuk underwater prewedding dan underwater *commercial*. Melalui sebuah foto kenangan demi kenangan dalam hidup yang tidak mungkin kembali, akan diingat selalu dengan memandangi foto, kesan yang terdapat dalam kenangan tersebut akan terasa jika foto yang dihasilkan baik, menarik dan berkesan. Selain untuk mengabadikan momen yang penting, sebuah foto juga dapat mengandung nilai jual atau komersial, jurnalistik, ataupun nilai seni yang tinggi tergantung pada kebutuhan seseorang untuk membuat foto yang diinginkannya. Karena foto dibuat untuk menyampaikan sesuatu yang ingin diingat dan memiliki pesan untuk disampaikan. Foto yang berkualitas adalah foto yang memiliki pesan, layak secara teknis, estetik dan artistik.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk membuka usaha jasa 2k.visual di daerah Jakarta Timur, sehingga penulis memilih untuk membuat laporan akhir dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha 2k.Visual di Daerah Jakarta Timur**”.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang usaha, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam usaha ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengetahui kompetitor persaingan bisnis 2k.visual di daerah Jakarta Timur ?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam mengelola usaha “2k.visual” ?
3. Bagaimana pesanan photography dan videography setelah pembukaan ?
4. Bagaimana mengetahui kapan *break event point* dicapai?

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan indentifikasi masalah diatas agar tidak terlalu luas penulis membatasi masalah untuk memilih usaha 2k.visual.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam usaha ini yaitu: “Bagaimana menjadi *entrepreneur* yang sukses dengan bisnis 2k.visual ?”

## **1.3 Tujuan Usaha**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam *business plan* ini adalah :

1. Untuk mengetahui alasan pemilihan usaha 2k.visual.
2. Untuk mengetahui perkembangan usaha 2k.visual.
3. Untuk mengetahui strategi yang terbaik untuk usaha 2k.visual.
4. Untuk mengetahui potensi-potensi yang ada dalam pengembangan usaha 2k.visual.

#### **1.4 Manfaat Usaha**

##### **1. Manfaat Ekonomi**

Usaha 2k.visual ini cukup menjanjikan, karena keuntungan yang didapat cukup stabil. Kami menawarkan dan memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan memberikan harga yang terjangkau tapi dengan hasil potret yang tidak murahan dengan kata lain kualitas selalu dijaga dan dijamin keramahan dalam setiap pelayanannya. Dengan usaha ini diharapkan dapat memberikan keuntungan.

##### **2. Manfaat Sosial**

###### **1) Bagi Pemilik**

Dengan melihat peluang ini, diharapkan usaha ini dapat berkembang.

Usaha 2k.visual ini cukup menjanjikan bagi kita, karena masih banyak masyarakat yang menginginkan suatu momen untuk dijadikan dokumentasi baik individu maupun keluarga. Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pemilik usaha yaitu dapat menjadikan sebagai pengalaman dalam berbisnis serta dapat menjadi pembelajaran dalam menjalankan bisnis-bisnis yang lain yang lebih besar. Pembelajaran yang diperoleh seperti bagaimana cara melayani konsumen, serta bagaimana supaya

karyawan menjadi senang dengan kebijakan yang kita tetapkan, dan lain sebagainya.

2) Bagi Masyarakat

Dengan adanya jasa 2k.visual ini, dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam dokumentasi suatu keadaan. Selain itu juga secara tidak langsung dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan, karna apabila usaha ini telah berkembang maka membutuhkan tenaga kerja untuk membantu dalam kelancaran usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2010). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Ariani, Dorthea Wahyu. (2005). *Manajemen Kualitas (Pendekatan Sisi Kualitatif)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Daft, Richard. L., Marcic, Dorothy. (2007). *Understanding Management*, 12 Edition, New York, NY: McGraw-Hill Education.
- David, Fred R. (2009). *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Gramedia.
- Dewanti, Retni. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Evan, E., & Budi Lestari, R. *Nine Brother's Photography* (Perencanaan Pendirin Usaha Jasa Fotografi).
- Husnan, Suad. (1997). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Yogyakarta: BPFE.
- Indrawati, S., Herkulana, H., & Syahrud, H. Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Immanuel II. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 6(12).
- Jatmiko, Rahmad Dwi. (2013). *Manajemen Stratejik*. Malang: UMM Press.
- Kuratko, D. F. (2009). *Entrepreneurship, Theory, Process, Praticice*. South-Western: South-Western Cengage Learning.
- Luis et al. (2011). *Goodman and Gilman's The Pharmacological Basic of Therapeutics*. Edisi 12. New York: The McGraw-Hill Companies. Inc. Pp : 1382-1388.
- Purwanto, Ngalim. (2008). *Prinsip-prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung: Rosda Karya.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Salamin, P.P., Hermawan, F., & Tanurrezal, J. S. (2018) Aplikasi Model Bisnis Kanvas, Strategi Bisnis, dan Analisis Kelayakan Keuangan Studi Kasus Pada Bisnis Baru "Capturebox" Photography. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 187-199.



Susanto, J., Surdi Djatikusuma, E., & Cholid, I. *Ninety Photography* (Perencanaan Pendirian Usaha Jasa Photography).

Wheelen, Thomas L dan Hunger, J, David. (2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.

[www.darwistriadischoolphotography.com](http://www.darwistriadischoolphotography.com)

