

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Latar Belakang

Latar belakang penulis ingin membangun bisnis jasa dalam bidang fotografi ini berawal dari hobi penulis yang telah dijalani semasa Sekolah Menengah Atas, berawal dari mengikuti unit kegiatan sekolah yang bernama Xavelens. Xavelens adalah unit kegiatan untuk siswa-siswi yang memiliki ketertarikan dalam dunia fotografi. Seiring berjalannya waktu penulis semakin memiliki minat tinggi dalam dunia fotografi dan ketertarikan pada fotografi sangat besar dan penulis mulai memiliki mimpi bahwa satu hari nanti penulis harus menjadi fotografer profesional dan dapat menghasilkan uang untuk memperbaiki perekonomian keluarga. Lewat Xavelens penulis belajar bagaimana cara menfotokan acara-acara dan kegiatan-kegiatan di sekolah, hari demi hari penulis semakin mencintai fotografi.

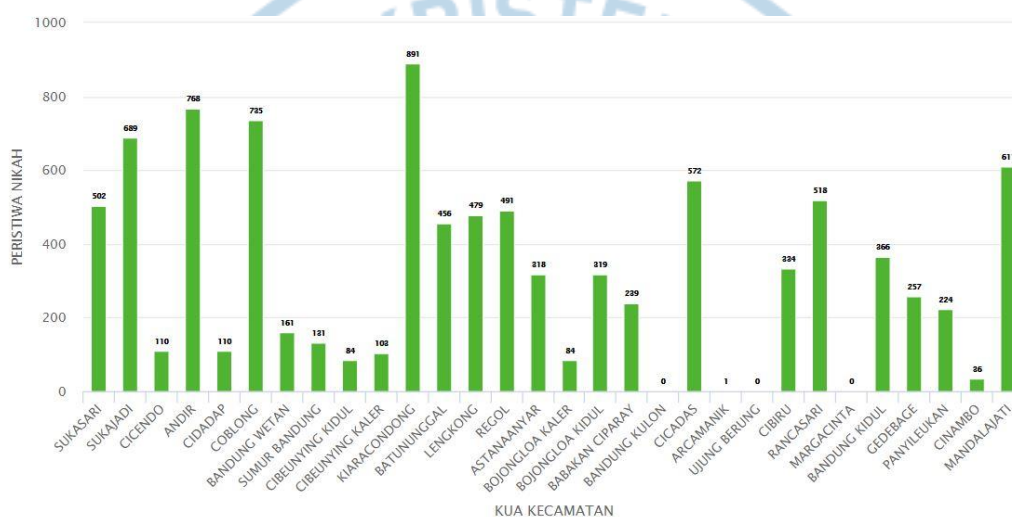
Pada masa perkuliahan yang penulis jalani di Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha penulis tetap terus mengembangkan hobi penulis ini dengan ikut serta di dalam keanggotaan unit kegiatan Maphac (*Maranatha photography club*). Di Maphac ini penulis sering menfotokan acara-acara yang diselenggarakan oleh kampus, dan perlahan-perlahan mempelajari bagaimana berorganisasi dengan baik. Sepanjang perjalanan menyelesaikan perkuliahan penulis sering menerima pekerjaan-pekerjaan menfoto produk dari bisnis yang sedang berkembang, di antaranya penulis mendapatkan tiga konsumen yaitu foto produk, satu foto *prewedding*, dan satu foto *sweet seventeen*. Untuk foto produk penulis memiliki konsumen yang sudah tetap, yaitu *Sizeable pants* yang

menghasilkan produk berupa celana *jeans*, *cino pants* dan celana bahan. Setiap *Sizeable pants* memproduksi celana baru atau warna baru, dia selalu menggunakan jasa penulis untuk memfoto celananya agar dapat di pasarkan dengan menarik. Selain itu penulis pernah mendapat konsumen dari Allure Esprecielo yang bergerak di bidang minuman berupa *greentea latte*. Konsumen ini ingin produknya di foto dengan tema Allure *my simple happiness*. Sampai saat ini, Allure Esprecielo masih menjalin hubungan yang baik dengan penulis. Konsumen penulis berikutnya adalah Beuki. Beuki merupakan usaha kecil menengah yang menjual makanan-makanan ringan. Kemitraan-kemitraan yang telah penulis jalin, bertujuan untuk merencanakan bisnis fotografi yang bergerak di bidang *prewedding* (foto sesi pranikah), *sweet seventeen* (foto ulang tahun yang ke 17), dan foto produk (model dan benda atau barang).

Peluang

Penulis melihat perkembangan fotografi dari hari ke hari semakin meningkat, saat ini teknologi berkembang dengan pesat seperti foto yang dapat di hasilkan dari *handphone*, yang memungkinkan setiap orang memfoto dan mengunggahnya ke dalam media sosial. Orang-orang memiliki keinginan yang tinggi untuk mengabadikan setiap *moment* indah yang mereka lihat, sehingga meningkatkan rasa narsis yang lebih tinggi, agar dapat di lihat oleh teman-temannya dan banyak orang. *Moment* indah ini juga dapat di hasilkan dari *prwedding*, *sweet seventeen*, di mana *moment* tersebut hanya terjadi seumur hidup sekali, dan harus diabadikan sebagai peringatan dan kenangan yang berkesan. Berkaitan dengan foto *prewedding* dan *sweet seventeen*, orang-orang rela mengeluarkan dana yang besar untuk

mengabadikan *moment* penting mereka, agar dapat difoto dan didokumentasikan dengan baik. Melihat peluang ini penulis berkeinginan membuat bisnis jasa fotografi untuk menjawab kebutuhan dari masyarakat yang ingin mengabadikan *moment* penting mereka dengan baik. Kota Bandung memiliki potensi yang besar untuk *prewedding* dan *sweet seventeen*, masyarakat di kota Bandung memiliki tingkat narsis dan kemampuan yang tinggi untuk mengadakan acara-acara penting mereka, dengan berdasarkan data dari peristiwa nikah masyarakat di kota Bandung yang melakukan pernikahan adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik Peristiwa Nikah Kota Bandung Tahun 2016

Sumber: <http://simkah.kemenag.go.id/infonikah/grafik/datanikah>

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa peristiwa nikah di kota Bandung pada tahun 2016 di daerah Sukasari sebanyak 502 orang, Sukajadi sebanyak 689 orang, Cicendo 110 orang, Andir sebanyak 768 orang, Cidadap sebanyak 110 orang, Coblong sebanyak 785, dll. Dari data di atas (gambar 1.1) penulis dapat melihat sebuah peluang yang menjanjikan di kota Bandung kedepannya karena peristiwa nikah pasti akan selalu ada.

Selain acara *prewedding*, acara *sweet seventeen* juga memiliki peluang yang besar, karena banyak remaja-remaja perempuan yang akan berumur 17, dan yang ingin merayakan sebuah acara besar sebagai lambang kebebasan, kedewasaan yang akan mereka terima pada saat berumur 17 tahun. Berikut penulis sertakan data remaja yang akan berumur 17 tahun di Indonesia:

Daerah Tempat Tinggal	Jenis Kelamin	2015						Jumlah
		Tidak/Belum Pernah Sekolah	Belum Tamat SD	SD/ Sederajat	SMP/ Sederajat	SMA/ Sederajat	Perguruan Tinggi	
Perkotaan	Laki-laki	1,91	7,47	20,73	21,70	36,00	12,18	100,00
	Perempuan	4,88	9,47	22,02	21,48	30,34	11,80	100,00
	Laki-laki + Perempuan	3,40	8,47	21,38	21,59	33,17	11,99	100,00

Gambar 1.2 Persentase Penduduk Berumur 15 tahun Ke Atas menurut Daerah Tempat Tinggal, Jenis Kelamin, dan Jenjang Pendidikan tertinggi Yang Ditamatkan, 2009-2015

Sumber: <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1610>

Berdasarkan gambar 1.3 jumlah remaja perempuan berumur 15 – 17 tahun yang berada di Sekolah Menengah Atas, kira-kira berjumlah 30,34% di Indonesia pada tahun 2015 dan dapat di jadikan peluang untuk foto *sweet seventeen*.

Namun permintaan akan foto *prewedding* dan *sweet seventeen* belum tentu ada setiap bulannya. Untuk menutupi kekosongan penulis juga menawarkan jasa foto produk, untuk bisnis-bisnis kecil maupun yang sudah berkembang ingin produknya di foto dengan baik untuk kegiatan promosi bisnis mereka. Peluang foto produk di kota Bandung terbilang besar, karena merupakan kota yang terkenal akan kota *fashion* dan memiliki butik-butik dan *distro* pakaian dewasa maupun remaja, sehingga mereka membutuhkan jasa fotografer untuk memfoto produknya dengan baik untuk menarik konsumen. Berikut adalah data usaha mikro di daerah Jawa Barat (gambar 1.3):

Provinsi	2013		2014		2015	
	Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)		Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)		Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)	
	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil
DKI JAKARTA	20 738	19 172	15 110	22 748	28 378	6 616
JAWA BARAT	382 899	106 861	437 985	60 078	421 881	58 359

Gambar 1.3 Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Provinsi, 2013-2015

Sumber: <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1004>

Berdasarkan peluang-peluang yang telah tersedia, penulis yakin bahwa peluang ini bisa dimanfaatkan untuk menumbuhkan sebuah bisnis fotografi, karena permintaan akan foto *sweet seventeen* dan produk tidak akan pernah berhenti setiap tahunnya.

Persaingan

Melihat besarnya peluang yang ada dalam di bidang fotografi, terdapat juga pesaing-pesaing yang sudah lebih dahulu melihat dan menangkap peluang ini, seperti di bidang foto *wedding*, *prewedding* dan *sweet seventeen*, seperti Indigosix merupakan fotografer yang mendominasi dalam bidang *wedding*, *prewedding* dan *sweet seventeen*, karena Indigosix adalah pemain lama yang sudah memiliki tim dan peralatan yang sangat berkualitas di kota Bandung.

Di kota Bandung untuk foto produk di kuasai oleh Jonas Photo, karena memiliki studio yang relatif besar disetiap outletnya dan memiliki studio foto yang berkualitas. Namun untuk saat ini mereka belum menjadi saingan dari bisnis penulis, dikarenakan perbedaan target yang dituju, target mereka adalah masyarakat-masyarakat menengah ke atas, dan saat ini target penulis masyarakat menengah ke bawah.

Saingan penulis saat ini adalah Hierosphoto. Hierosphoto memiliki keunikan yang menonjolkan pernikahan yang menonjolkan budaya-budaya

Indonesia, dengan menegaskan adat istiadat, dari setiap pasangan yang ingin menikah. Foto *prewedding* yang di garap oleh Hierosphoto juga menegaskan kekentalan budaya-budaya Indonesia. Berikut adalah contoh foto dari Hierosphoto:



Gambar 1.4 Contoh Foto dari Hierosphoto

Sumber: <https://www.Instagram.com/p/BSiAf1eFg1m/?taken-by=hierosphoto>

Keunggulan bisnis yang ingin penulis bangun, akan memberikan nuansa foto-foto yang mencerminkan kebahagiaan dari foto yang penulis hasilkan. Penulis menggabungkan *Photography* dan *cinematography* menjadi *cinemagraph* yaitu berbentuk *still* foto (foto yang tidak bergerak), dengan menampilkan *background* (latar belakang) gambar bergerak, sehingga menghasilkan foto yang dinamis. Selain itu misi yang akan penulis lakukan untuk memunculkan *brand image*, untuk konsumen adalah penulis ingin membuat proyek-proyek kecil *prewedding* untuk portofolio bisnis penulis, dan bermitra dengan penjual gaun pernikahan. Berikut foto *prewedding* dari bisnis penulis (gambar 1.5):



Gambar 1.5 Contoh Foto *Prewedding* Penulis

Sumber: Penulis

Produk

Bisnis yang akan penulis bangun bergerak di bidang jasa foto *prewedding*, *sweet seventeen*, dan produk, namun jasa utama yang penulis tawarkan adalah foto *prewedding* dan *sweet seventeen*, sedangkan foto produk hanya untuk mengisi kekosongan job foto *prewedding* dan *sweet seventeen*. Dari aktivitas selama bisnis ini direncanakan penulis sudah menerima satu foto *prewedding*, lima foto produk, dan satu *sweet seventeen*, permintaan-permintaan tersebut penulis dapatkan dari relasi yang penulis jalin di kelas kewirausahaan selama penulis menjalani perkuliahan di Universitas Kristen Maranatha.

Dalam jasa foto *prewedding* yang penulis tawarkan, penulis memberikan keunikan foto dengan mencerminkan kasih, keceriaan, dan cinta. Konsumen bisa mengenang masa-masa indah mereka, dan menggabungkan *cinematography* dan *photography*. Keunikan yang dimunculkan untuk foto *sweet seventeen* keunikan yang dimunculkan, memberikan kesan gembira bersama sahabat-sahabat mereka

dan juga menggabungkan *cinematography* dan *photography*, yang berbentuk *still* foto (foto yang tidak bergerak), dengan menampilkan *background* (latar belakang) gambar bergerak, sehingga menghasilkan foto yang dinamis. Untuk foto produk biasanya menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen. Konsumen ingin seperti apa produknya di foto, sehingga sesuai dengan konsep pemasaran mereka.

Target dan Potensi Pasar

Target pasar saat ini adalah teman-teman penulis di kampus, di kelas kewirausahaan, gereja, dan keluarga penulis, karena bisnis ini masih di rintis dan belum memiliki peralatan dan tim. Di masa yang akan datang, jika bisnis yang ingin penulis bangun ini sudah berkembang dan sistem yang sudah teruji, maka target penulis adalah masyarakat di Indonesia yang ingin menikah, mengadakan acara *sweet seventeen* atau ulang tahun yang ke 17, dan yang ingin memfoto produk untuk bisnisnya, serta yang memiliki minat beli yang tinggi. Saat ini target penulis hanya di daerah Bandung karena penulis baru memulai bisnis ini dan masih dalam proses pengembangan sistem, tim dan peralatan.

Potensi pasar *prewedding* dan *sweet seventeen*, untuk daerah Bandung berdasarkan dari data kependudukan tahunan, setiap daerah mengalami peningkatan. Tahun 2013 sebesar 130 jiwa/km², tahun 2014 sebesar 132 jiwa/km², tahun 2015 sebesar 134 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik, 2017). Dapat di simpulkan dengan adanya peningkatan jumlah kependudukan setiap tahunnya maka peluang bisnis di bidang fotografipun terus meningkat, karena dengan meningkatnya penduduk di Indonesia permintaan akan foto *prewedding* dan *sweet seventeen* juga semakin meningkat.

Untuk foto produk menurut data usaha mikro dan kecil di Indonesia menunjukkan setiap tahun terdapat peningkatan, di tahun 2014 sebesar 122.91, tahun 2015 sebesar 129.93, dan di tahun 2016 sebesar 137.43 (Badan Pusat Statistik, 2017). Dapat di simpulkan bahwa adanya peningkatan usaha mikro dan kecil di Indonesia juga berdampak peningkatan potensi pasar bisnis penulis, sehingga minimal penulis menargetkan minimal 1% dari jumlah keseluruhan data foto *prewedding*, *sweet seventeen* dan produk tersebut.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang penulis gunakan untuk bisnis penulis saat ini menggunakan metode WOM (*word of mouth*) dan media sosial, seperti *Instagram*. Perubahan di dunia pemasaran sudah sangat berbeda jauh dengan pemasaran-pemasaran yang masih tradisional yang menggunakan jasa majalah dan koran. Di jaman moderen seperti saat ini penggunaan *internet* dan media sosial sebagai media pemasaran lebih efisien untuk digunakan, karena masyarakat Indonesia sudah beralih ke internet dan media sosial untuk mendapatkan informasi-informasi yang mereka inginkan. Kedepannya jika bisnis ini sudah berjalan dengan baik penulis berencana mempromosikan di *web-web* terkenal lainnya seperti *Bridestory*, *mengendorse* pasangan artis-artis muda yang ada di indonesia atau artis-artis *Instagram*.

Kelayakan Investasi

Modal yang di keluarkan untuk memulai bisnis ini berasal dari tabungan penulis sejumlah Rp10.000.000 dan dukungan dana dari keluarga Rp43.000.000. Dengan

melihat dari aktivitas bisnis, yang penulis buat selama proses pembuatan *business plan*. Penulis mendapatkan kesimpulan bahwa setiap bulannya selalu ada orang-orang yang ingin menggunakan jasa penulis. Untuk saat ini proyek yang paling sering penulis kerjakan adalah foto produk sebanyak empat proyek, karena penulis banyak menjalin hubungan dengan para pembisnis muda yang ada di Bandung. Karena penulis belum mulai memasarkan dan masih melengkapi peralatan-peralatan untuk bisnis penulis, keuntunag yang penulis terima sebesar 100% untuk foto produk, dan 80% untuk foto *prewedding* dan *sweet seventeen*.

Prospek kedepannya penulis yakini, dengan pengalaman dan kemampuan yang penulis dapat di dalam bidang fotografi, akan meningkatkan kualitas foto yang di hasilkan. sekarang keuntungan yang penulis terima dapat dikatakan sebesar 80% setiap melakukan foto. kedepannya dengan terbentuknya tim-tim inti penulis yakin akan menambah kapasitas produksi bisnis penulis sehingga keuntungan semakin dapat di optimalkan. Sehingga penulis simpulkan bahwa bisnis ini layak untk di jalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama dari Bisnis: Ferdian *Cinemagraph*

Logo Bisnis:



Gambar 1.6 Logo Bisnis Penulis

Sumber: Penulis

Arti Logo Bisnis: Logo bisnis penulis menggunakan *font thint*, karena mencerminkan elegant pada hurufnya, dan lambang pesegi enam, yang didalamnya terdapat bintang, mengartikan bintang Betlehem yang menandakan lokasi kelahiran Kristus. Bagi penulis taleta di bidang fotografi adalah visi dan arahan dari Tuhan, yang harus penulis kembangkan agar dapat menjadi berkat dan memuliakan nama Tuhan.

Bentuk Kepemilikan: Bisnis penulis adalah perseorangan.

Perizinan: Belum memiliki surat perizinan usaha perdagangan, dan surat izin tempat usaha. Dikarena penulis masih dalam proses perencanaan.

Visi dan misi: Visi penulis untuk menjadi fotografer profesional dan nomor satu serta dapat menjadi berkat di Indonesia.

Misi penulis saat ini, menjadi berkat di sekeliling penulis, memberi *brand image* mengenai produk kepada konsumen, memberikan pelayanan yang terbaik, meng*upgrade* peralatan dan perlengkapan, mendapatkan tim yang memiliki loyalitas yang tinggi, berkarakter sesuai dengan keinginan penulis, dan membangun kantor untuk segala proses produksi.

Alamat perusahaan: Jln Terusan Babakan Jeruk 1 no 115 Bandung. Saat ini masih menggunakan kamar kontrakan, dan belum memiliki kantor, karena keterbatasan modal. Kedepannya penulis berencana membangun atau menyewa bangunan, yang lebih besar untuk membuat kantor.