

ANALISIS KELAYAKAN USAHA FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI DI ERA DIGITAL

Annisa Sabilla¹, Novia Fachza², Dwi Astuti³

Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

E-mail : annisasabilla189@gmail.com¹; noviafachzadn@gmail.com²; astutidwi307@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha fotografi dan videografi di era digital dengan mempertimbangkan faktor-faktor pasar, teknis, finansial, serta pemasaran. Perkembangan teknologi digital yang pesat, termasuk kamera berkualitas tinggi, perangkat editing canggih, dan platform media sosial, telah membuka peluang besar bagi pelaku usaha di bidang ini.

Permintaan akan konten visual semakin meningkat, baik untuk kebutuhan pribadi, promosi bisnis, maupun produksi konten digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha fotografi dan videografi di era digital memiliki prospek yang positif, namun kompetisi yang ketat dan kebutuhan untuk terus berinovasi menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif, investasi dalam teknologi terbaru, dan peningkatan kualitas layanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha ini.

Kata Kunci: Usaha Fotografi, Videografi, Kelayakan Usaha, Era Digital, Teknologi Digital, Pemasaran, Kompetisi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the feasibility of photography and videography businesses in the digital era by considering market, technical, financial, and marketing factors. Rapid advancements in digital technology, including high-quality cameras, advanced editing software, and social media platforms, have opened up significant opportunities for entrepreneurs in this field.

The demand for visual content is increasing, driven by personal needs, business promotion, and digital content production. The analysis indicates that photography and videography businesses in the digital era have positive prospects; however, intense competition and the need for continuous innovation pose major challenges. Therefore, effective marketing strategies, investment in the latest technology, and improving service quality are key factors for the success of these businesses.

Keywords: Photography Business, Videography, Business Feasibility, Digital Era, Digital Technology, Marketing, Competition.

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagiarism checker no
871.884.838

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365

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/)

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi digital telah memberikan dampak besar pada berbagai sektor industri, termasuk fotografi dan videografi. Di tengah perkembangan era digital, kebutuhan akan konten visual berkualitas tinggi terus tumbuh, didorong oleh peningkatan penggunaan platform media sosial, strategi pemasaran digital, dan kemajuan industri kreatif. Perubahan ini menciptakan peluang signifikan bagi para pelaku usaha fotografi dan videografi untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Kemajuan teknologi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan (Tunggal Pradini, 2021). Fotografi memiliki banyak manfaat dan tujuan, baik sebagai sarana untuk mendokumentasikan, melakukan penelitian, maupun sebagai media dalam bidang seni. Melalui foto, sebuah momen dapat diceritakan (Informasi et al., 2010). Usaha fotografi dan videografi menawarkan layanan pengambilan gambar dengan hasil foto dan video berkualitas tinggi, jernih, dan mampu memenuhi tujuan dari proses dokumentasi tersebut (M. A. Kusuma et al., 2022).

Fotografi merupakan salah satu faktor yang dapat membantu para pebisnis dalam mempromosikan produk mereka. Kualitas foto yang baik menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di antara pesaing, serta dapat memperkuat elemen-elemen branding seperti citra merek, aktivasi merek, dan lainnya. Hal ini pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk dari bisnis tersebut. Di samping itu, fotografi juga memainkan peran dalam pemasaran melalui media sosial dan media offline, seperti baliho, poster, dan banner. Dengan kontribusinya yang signifikan, fotografi tidak hanya menjadi kebutuhan bagi pengusaha, tetapi juga memberikan peluang bagi fotografer untuk menghasilkan penghasilan. Fotografi kini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kebutuhan bisnis maupun untuk mendokumentasikan momen-momen penting seperti pernikahan (Noviarma & Iswanto, 2023).

Untuk menjaga keberlanjutan bisnis dan tetap kompetitif, pelaku usaha perlu menganalisis kelayakan usaha mereka dengan mempertimbangkan aspek finansial, operasional, dan strategis. Penelitian ini berfokus pada identifikasi potensi serta tantangan yang dihadapi oleh bisnis fotografi dan videografi di era digital, sekaligus memberikan rekomendasi strategi berkelanjutan bagi para pelaku usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menilai kelayakan usaha fotografi dan videografi dalam konteks era digital. Data dikumpulkan melalui survei yang ditujukan kepada pelaku usaha di bidang fotografi dan videografi, serta dengan menganalisis data sekunder terkait tren pasar, kemajuan teknologi digital, dan sektor industri kreatif. Survei ini berfokus pada pertanyaan mengenai aspek finansial, operasional, serta strategi yang diterapkan dalam menjalankan bisnis di tengah perkembangan digital.

Untuk mengevaluasi kelayakan usaha, penelitian ini menggunakan analisis finansial yang melibatkan estimasi pendapatan dan biaya, serta analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam bisnis fotografi dan videografi. Selain itu, analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan antara digitalisasi, seperti pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital, dengan tingkat keberhasilan usaha di bidang ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kelayakan bisnis fotografi dan videografi di era digital, serta menyarankan strategi untuk meningkatkan daya saing dan menjamin keberlanjutan usaha di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Keuangan Usaha

Berdasarkan hasil survei dan analisis keuangan, usaha fotografi dan videografi di era digital memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan. Pendapatan bulanan rata-rata berkisar antara IDR 10 juta hingga IDR 50 juta, dengan margin keuntungan bersih sekitar

20-30%. Layanan utama yang menghasilkan pendapatan berasal dari fotografi pernikahan, dokumentasi acara, dan pembuatan konten iklan.

Namun, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan terkait dengan aspek keuangan, seperti biaya modal yang cukup besar untuk peralatan dan pemeliharaan. Modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis ini dapat mencapai antara IDR 50 juta hingga IDR 200 juta, tergantung pada kualitas peralatan yang digunakan. Meskipun demikian, dengan meningkatnya permintaan untuk konten visual berkualitas, bisnis ini berpotensi memberikan pengembalian investasi yang menguntungkan dalam jangka panjang.

Aspek arus kas juga penting untuk diperhatikan. Usaha ini sangat bergantung pada musim dan tren pasar yang berubah, yang dapat mempengaruhi pendapatan setiap bulan. Meski demikian, dengan adanya kontrak jangka panjang dan pelanggan tetap, sebagian besar pelaku usaha dapat menjaga kestabilan arus kas.

2. Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities dan Threats)

- Kekuatan (Strengths)

Kekuatan utama dari usaha fotografi dan videografi terletak pada kualitas layanan yang diberikan dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Keahlian dalam pengambilan gambar dan pengeditan video menjadi daya tarik utama bagi klien. Selain itu, bisnis ini fleksibel dalam menawarkan berbagai jenis layanan, seperti fotografi pernikahan, acara perusahaan, dan pembuatan konten untuk media sosial. Kemampuan untuk beradaptasi dengan tren digital dan teknologi baru juga menjadi faktor penting yang memberikan keunggulan kompetitif.

- Kelemahan (Weaknesses)

Salah satu kelemahan utama adalah modal awal yang dibutuhkan untuk membeli peralatan yang berkualitas tinggi dan biaya pemeliharaan yang cukup besar. Selain itu, banyak pelaku usaha yang mengeluhkan kesulitan dalam mencari fotografer atau videografer berpengalaman, serta keterbatasan sumber daya manusia yang terampil. Tingginya biaya operasional juga menjadi tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha.

- Peluang (Opportunities)

Peluang bisnis fotografi dan videografi sangat besar, terutama seiring dengan meningkatnya permintaan untuk konten visual berkualitas tinggi di media sosial dan pemasaran digital. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube turut berperan dalam meningkatkan permintaan. Selain itu, teknologi baru seperti drone dan kamera 360 derajat memberikan peluang untuk menawarkan layanan yang lebih inovatif dan menarik bagi pelanggan.

- Ancaman (Threats)

Ancaman terbesar bagi usaha ini adalah persaingan yang semakin ketat. Banyaknya pelaku usaha baru dengan harga yang lebih kompetitif dapat menurunkan pangsa pasar bisnis fotografi dan videografi yang telah ada. Selain itu, perkembangan teknologi yang sangat cepat dapat memaksa pelaku usaha untuk terus berinvestasi dalam peralatan terbaru agar tetap relevan. Permintaan yang fluktuatif juga menjadi tantangan, karena bisnis ini sangat bergantung pada musim atau tren pasar yang berubah-ubah.

3. Pengaruh Digitalisasi terhadap Usaha

Digitalisasi memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan usaha fotografi dan videografi. Penggunaan media sosial dan pemasaran digital menjadi elemen

penting untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan. Pelaku usaha yang memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang mendapatkan klien baru. Selain itu, perkembangan teknologi dalam bidang fotografi dan videografi, seperti penggunaan kamera mirrorless dan drone, memungkinkan peningkatan kualitas layanan serta menawarkan berbagai pilihan yang lebih menarik bagi pelanggan.

Pemasaran digital juga membantu pelaku usaha dalam membangun merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Iklan berbayar dan kolaborasi dengan influencer memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan tepat sasaran.

4. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Dalam perencanaan sumber daya manusia, saat ini ada dua karyawan, yaitu satu orang yang bertanggung jawab sebagai pengguna kamera dan satu orang lagi yang membantu dalam kegiatan pemotretan dan pengeditan foto. Namun, seiring dengan pertumbuhan usaha, kemungkinan akan ada penambahan karyawan untuk mendukung kelancaran proses produksi. Kualifikasi yang dibutuhkan meliputi keterampilan di bidang fotografi, pengeditan foto, pengelolaan administrasi, serta pemasaran dan pengelolaan media sosial sebagai pendukung perkembangan usaha (Y. Kusuma & Yuliyanto, 2022).

Penerapan sumber daya manusia dalam suatu bidang usaha untuk menjalankan kegiatan operasionalnya membutuhkan beberapa faktor yang mendukung untuk tercapainya kinerja yang baik dan produktivitas yang tinggi. Sumber daya manusia adalah aktor terpenting bagi pegawai karena tanpa adanya peran dari sumber daya manusia yang berkualitas, segala aktivitas dalam suatu bidang usaha tidak akan terlaksana dengan optimal.

Pengembangan sumber daya manusia berbasis kompetensi dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan dan sasaran organisasi dengan standar kinerja yang ditetapkan. Perkembangan teknologi yang pesat tidak hanya pada kalangan menengah ke atas namun seluruh kalangan bisa menikmati keindahan seni fotografi dan videografi.

Dengan permintaan pasar yang meningkat, sangat penting untuk mengembangkan sumber daya manusia unggul agar kualitas dari bidang usaha dapat terjaga dan menjadi peluang bisnis yang bagus.

5. Perencanaan Media Promosi Digital

Promosi melalui media sosial menjadi penting dalam bisnis di era digital. Data dari APJII menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221 juta pada 2024. Media sosial mempermudah untuk berbagi cerita melalui gambar, video, dan lainnya. Promosi melalui media sosial merupakan bentuk pemasaran yang dipakai untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, dan tindakan terhadap suatu merek, produk, bisnis, individu, atau kelompok.

Berikut beberapa platform sosial media yang populer pada tahun 2024, (Analytic, 2024):

- Instagram

Dengan 90,18 juta pengguna aktif di tahun 2024, Instagram menjadi salah satu media sosial yang diminati generasi muda. Populeritas fitur reels membantu sebagai wadah promosi bidang usaha seperti bisnis fotografi dan videografi. Dengan trend yang tiada habisnya, menjadi peluang suatu bidang usaha untuk mempromosikan usahannya.

- Tiktok

Tiktok menjadi sosial media yang sedang digandrungi oleh berbagai generasi, pengguna Tiktok sendiri mencapai 157,6 juta pada 2024. Masyarakat lebih tertarik dengan aplikasi ini karena konten video menggabungkan elemen visual seperti gambar, warna, gerakan, dan efek visual yang memikat. Dengan hal ini menjadi ide bagi pelaku usaha untuk mempromosikan bidang usahanya karena trend media sosial dapat membuat promosi pelaku usaha menyebar luas.

- Facebook

Facebook menjadi aplikasi yang dikenal banyak oleh masyarakat, dengan begitu Facebook menjadi peluang besar bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan usaha yang dimiliki.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis kelayakan usaha fotografi dan videografi di era digital menunjukkan bahwa industri ini memiliki potensi yang besar, mengingat semakin berkembangnya penggunaan media sosial, konten digital, dan kebutuhan untuk dokumentasi visual dalam berbagai sektor, seperti pernikahan, event, bisnis, hingga media. Teknologi yang semakin maju, seperti kamera digital dan perangkat editing canggih, juga mempermudah pelaku usaha dalam menghasilkan karya berkualitas tinggi. Permintaan pasar yang terus meningkat dan keterjangkauan alat produksi yang lebih murah memberikan peluang bagi para pelaku usaha baru untuk memasuki pasar ini.

Namun, kompetisi yang ketat serta kebutuhan untuk terus berinovasi dan menguasai tren teknologi menjadi tantangan utama. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif melalui platform digital menjadi hal yang krusial untuk menarik pelanggan.

Saran

1. Peningkatan Kualitas dan Diferensiasi Layanan: Usaha fotografi dan videografi perlu selalu mengedepankan kualitas hasil karya, serta menawarkan layanan yang unik, seperti pengeditan kreatif atau konsep foto atau video yang berbeda untuk menarik perhatian pelanggan.
2. Pemasaran Digital yang Efektif: Manfaatkan platform media sosial dan website untuk memasarkan jasa secara lebih luas. Gunakan SEO (*Search Engine Optimization*), iklan berbayar, dan portofolio online untuk meningkatkan visibilitas.
3. Pelatihan dan Pengembangan: Investasi dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan, serta mengikuti perkembangan teknologi terbaru dalam fotografi dan videografi sangat penting agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar.
4. Diversifikasi Layanan: Menyediakan layanan tambahan, seperti *video editing*, *live streaming*, atau pembuatan konten untuk media sosial dapat memperluas pangsa pasar.
5. Pemeliharaan Relasi Pelanggan: Fokus pada pelayanan pelanggan yang baik dan membangun hubungan jangka panjang untuk mendapatkan rekomendasi dan pelanggan yang *loyal*.

DAFTAR PUSTAKA

- Informasi, J. S., Tinggi, S., & Informatika, M. (2010). Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall Pada. *Aprilia*, 1(1), 1–8.
- Kusuma, M. A., Dewanti, C., Soliha, S. A., No, J. B., Serengan, K., & Surakarta, K. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis Penyedia Layanan Fotografi dan Videografi Pada Muda Kreasi Digital Untuk Keberlangsungan Bisnis*. 2017, 3–8.
- Kusuma, Y., & Yuliyanto, R. E. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Fotografi Toon Studio Project Untuk Keberlanjutan Bisnis. *Seminar Nasional & Call for Paper Hubisintek 2022*.
- Noviarna, F., & Iswanto, R. (2023). Inovasi Bisnis “Thavma Studio” Dalam Permasalahan Tarif Foto Studio Di Masyarakat Kalangan Menengah. *Jurnal Vicidi*, 13(2), 187–203. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v13i2.4361>
- Tunggal Pradini, K. (2021). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Mobile Banking Bca, Bni, Bri*. 10(10), 859–872.
- Anggraeni, A., & Ardani, M. W. (2024). Perancangan Media Promosi Digital Serona Foto Studio Melalui Instagram. *Barik - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 50-64.
- Ahmad, R. U., Rini, R. K., & Ratna, N., H. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Sebagai Solusi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (*Studi Pada Studio Foto Merahdelima Photography*).