

Studi Kelayakan Bisnis Penyedia Layanan Fotografi dan Videografi Pada Muda Kreasi Digital Untuk Keberlangsungan Bisnis

Margaretha Ayu Kusuma¹, Cahyaning Dewanti², Salza Alfiatus Soliha³

Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Kec.Serengan, Kota Surakarta, Kodepos 57154
HP 088215017524
E-mail : 190101141@fikom.udb.ac.id

Abstrak

Muda Kreasi Digital merupakan rencana bisnis pada bidang jasa fotografi dan videografi. Bisnis ini rencana akan terus dikembangkan dalam kebutuhan foto dan video yang lebih berkualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah agar Muda Kreasi Digital bisa mengetahui apakah bisnis ini layak untuk lanjut atau harus melakukan perubahan terlebih dahulu dalam beberapa hal. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif yang merupakan penggambaran suatu keadaan atau kejadian yang sedang berjalan pada proses penelitian. Berdasarkan dari hasil analisa kelayakan usaha yang dimana apabila hasil penjualan (S) lebih besar dari hasil BEP, diketahui bahwa (S) = 12.000.000 dan hasil dari BEP = 7.984.921, sehingga hasil dari usaha (S) lebih besar dari hasil BEP, Jika presentase dari hasil usaha lebih besar daripada deposito bank serta resiko diketahui bahwa untuk deposito bank sebesar 2% dan resiko sebesar 5%, sehingga dilihat dari data bahwa presentase hasil sebesar 18,87% dan presentase bank dan deposito sebesar 7%. Jadi presentase hasil lebih besar dari deposito bank dan resiko, maka dari hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa usaha Muda Kreasi Digital layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : Fotografi, Videografi, Kelayakan, Bisnis

Abstract

Young Creative Digital is a business plan in the field of photography and videography services. This business plan will continue to be developed in the need for higher quality photos and videos. The purpose of this research is so that Young Creative Digital can find out whether this business is feasible to continue or must make changes first in a number of ways. The research method used is descriptive method which is a description of a situation or event that is currently running in the research process. Based on the results of a business feasibility analysis where if the sales results (S) are greater than the results of the BEP, it is known that (S) = 12,000,000 and the results of the BEP = 7,984,921, so the results of the business (S) are greater than the results of BEP, If the percentage of business results is greater than bank deposits and the risk is known that for bank deposits is 2% and the risk is 5%, so it can be seen from the data that the percentage of returns is 18.87% and the percentage of banks and deposits is 7%. So the percentage of returns is greater than bank deposits and risks, so from the results of this study it can be seen that the Young Kreasi Digital business is feasible to run.

Keywords: Photography, Videography, Appropriateness, Business

1. Pendahuluan

Pada masa sekarang, teknologi fotografi dan videografi terjadi perkembangan yang sangat cepat. Bahkan hampir di seluruh segi kehidupan dapat memanfaatkan teknologi ini. Seperti yang banyak muncul di sosial media sekarang ini, dunia fotografi dan videografi mulai digemari seluruh golongan. Aplikasi Instagram menjadi salah satu media yang memberikan dampak paling besar di bidang fotografi dan videografi. Menurut hasil penelitian Arbi dan Dewi (2017) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif antara media sosial Instagram dengan minat

fotografi. Bisnis fotografi dan videografi adalah suatu bisnis yang menyediakan layanan pemotretan dengan jaminan hasil foto dan video yang berkualitas tinggi, jelas, jernih dan tercapainya tujuan dari pengambilan foto dan video tersebut.

Bisnis penyedia layanan fotografi dan videografi ini menjadikan para pelaku bisnis mulai dari yang kecil sampai besar sebagai salah satu target pasarnya. Kebanyakan dari pelaku bisnis menggunakan layanan jasa fotografi dan videografi sebagai media promosi dengan mengambil foto produk-produk bisnis yang akan dipasarkan. Dengan melakukan promosi menggunakan layanan jasa fotografi dan videografi, pelaku bisnis berharap masyarakat luas akan lebih mengenal produk-produk yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan, promosi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian produk atau jasa yang ditawarkan (Illa dan Nugraha, 2020).

Hasil penelitian salah satu peneliti, mengatakan bahwa setiap orang bisa menjadi fotografer dikarenakan ponsel pintar yang dimiliki sudah dilengkapi dengan fitur kamera yang baik. Meskipun mudah dilakukan, akan tetapi banyak juga orang yang hanya karena beruntung sehingga mereka dapat memberikan hasil yang baik dari jepretan mereka, bukan karena memiliki ilmu tentang fotografi. Untuk mendapatkan hasil gambar yang diinginkan, seharusnya pengambilan gambar yang dilakukan harus menerapkan teknik dasar yang memadai. Jika teknik yang dilakukan tidak memadai, maka proses pengambilan gambar maupun video akan membutuhkan waktu yang lama. Apalagi jika hasil dari pengambilan gambar atau video tersebut digunakan untuk bahan promosi suatu produk, jika proses pengambilan gambar tidak dilakukan oleh orang yang profesional, tentunya akan membutuhkan waktu yang lebih lama. Maka dari itu, untuk menghasilkan foto dan video yang berkualitas serta profesional, maka dibutuhkan suatu bisnis penyedia layanan fotografi dan videografi.

Para pelaku bisnis berharap dengan adanya bisnis penyedia layanan fotografi dan videografi, kebutuhan terkait dengan marketing bisnis yang dijalankan dapat terpenuhi. Pelaku bisnis berharap, dengan dilakukan pemotretan maka akan menghasilkan promosi produk yang menarik meskipun dengan harga yang terjangkau serta para pelaku bisnis terbantu untuk membuat image produk yang menarik perhatian dan memberikan sudut pandang baru jika menggunakan layanan fotografi dan videografi ini.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan rencana bisnis penyedia layanan fotografi dan videografi pada Muda Kreasi Digital. Analisis kelayakan usaha ini penting untuk dilakukan supaya bisnis yang akan dijalankan dapat berkelanjutan dalam mengembangkan potensi bisnis yang dimiliki. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode perhitungan kelayakan bisnis, *Break Even Point (BEP)* dan *Return on Investment (ROI)* serta menganalisis aspek bisnis yang berkaitan dengan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan aspek keuangan.

Menurut Rachmina dan Sari (2017:142), analisis *Break Even Point (BEP)* merupakan metode yang sering digunakan oleh manajemen perusahaan untuk mendapatkan informasi terkait tingkat volume penjualan minimal yang harus dicapai oleh perusahaan supaya perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun keuntungan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) *Return On Investment (ROI)* adalah rasio yang menunjukkan hasil return atau total aktiva yang digunakan dalam perusahaan dan menghasilkan sebuah ukuran yang menunjukkan tentang tingkat efisiensi manajemen perusahaan tersebut.

2. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode observasi dan studi pustaka. Setelah itu data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Maksud dari metode deskriptif itu sendiri yaitu penggambaran suatu keadaan atau kejadian yang sedang berjalan pada proses penelitian. Metode deskriptif memiliki prinsip utama yaitu mengolah dan menganalisis data menjadi sebuah narasi sistematis, terstruktur dan bermakna untuk sebuah paparan pemecahan masalah dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk memahami faktor kelayakan bisnis penyedia layanan fotografi dan videografi muda kreasi digital untuk keberlangsungan suatu bisnis.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama dalam penelitian ini yang diperoleh dari sumbernya yaitu pemilik Muda Kreasi Digital serta tim terkait. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui suatu riset data yang dapat mendukung terhadap data primer. Pada penelitian ini menggunakan beberapa proses tahapan pengumpulan data yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penutup.

- a) Tahap persiapan, mencari serta mengumpulkan data yang berkaitan dengan kelayakan bisnis pada layanan usaha fotografi dan videografi.
- b) Tahap pelaksanaan, melakukan wawancara terhadap pihak yang terkait khususnya pemilik usaha Muda Kreasi Digital.
- c) Tahap penutup, mengumpulkan informasi yang telah didapatkan serta melakukan analisis yang bertujuan mempertajam, memilih, memfokuskan, menyusun data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dari penelitian dapat dibuat dan diverifikasikan.

3. Hasil dan Pembahasan

Aspek Pasar dan Pemasaran

Berdirinya jasa fotografi dan videografi Muda Kreasi Digital ini akan melakukan penjualan dengan melakukan promosi di berbagai media sosial yang saat ini sering diakses oleh setiap orang seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok dan masih banyak lagi. Selain itu Muda Kreasi Digital juga melakukan pembagian brosur setiap hari minggu di sepanjang jalan Slamet Riyadi. Pelanggan dari jasa fotografi dan videografi Muda Kreasi Digital kebanyakan dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum.

Produk yang kita tawarkan disini ada 4 yaitu (1) Foto dan jasa edit, (2) Jasa editing foto, (3) Video promosi 30 detik dan (4) Video promosi 60 detik. Berdasarkan produk yang ditawarkan diatas memiliki harga masing-masing yaitu :

- 1) Foto dan jasa edit
Jasa foto serta editing langsung hasil dari foto yang sudah diambil sebelumnya memiliki harga Rp 50.000,-
- 2) Jasa editing foto
Jasa editing foto yang mana foto dari klien langsung kita hanya jasa editing saja memiliki harga Rp 30.000,-
- 3) Video promosi 30 detik
Jasa membuat video promosi seperti video iklan, kita mulai dari pengambilan gambar sampai editing hanya dengan maksimal durasi 30 detik memiliki harga Rp 250.000,
- 4) Video promosi 60 detik
Jasa membuat video promosi seperti iklan dari mulai pengambilan gambar hingga editing dengan maksimal durasi 60 detik memiliki harga Rp 400.000,-

Aspek Teknis

- a. Lokasi Usaha
Untuk lokasi usaha kami rencana akan membuka di perkotaan sekitar Solo. Karena di daerah ini dapat dijangkau setiap orang dengan mudah untuk melakukan pertemuan dengan team Muda Kreasi Digital. Serta akses jalan di Solo sudah sangat mudah.
- b. Peralatan dan pemilihan teknologi
Peralatan dan perlengkapan yang digunakan oleh Muda Kreasi Digital yaitu :
 1. Kamera DSLR / Mirrorlens
 2. Laptop
 3. Memori
 4. Tripod
 5. Background
 6. Lighting
 7. Hardisk Eksternal
 8. Stabilizer
 9. Meja

10. Kursi

Aspek Manajemen dan SDM

a. Tenaga Kerja

Dalam sumber daya manusia ini kita menggunakan personil yang ada terlebih dahulu dari anggota tetap Muda Kreasi Digital, namun tidak menutup kemungkinan jika usaha berkembang dengan pesat akan membuka perekrutan personil baru nantinya. Terdapat beberapa *jobdesk* dari anggota Muda Kreasi Digital yang disesuaikan dengan keahlian masing-masing anggota. Seperti mempersiapkan studio dan peralatan, menyiapkan *property*, melakukan pemotretan serta pemrosesan foto, editing foto dan mengirim hasil yang sudah selesai merupakan tugas dari videografer dan fotografer. Selain itu ada asisten videografer dan fotografer yang pekerjaannya kurang lebih sama dengan videografer dan fotografer.

b. Struktur Organisasi, Manajemen

Struktur organisasi dari Muda Kreasi Digital ini hanya dibuat sederhana yaitu Rifal dengan bagian pengawas umum, Margaretha dengan bagian pengawas pemasaran, Isnaini dengan bagian pengawas keuangan, Salza dengan bagian pengawas produksi serta Cahyaning dengan bagian pengawas administrasi dan SDM.

Aspek Keuangan

Modal yang digunakan untuk menjalankan kegiatan operasional layanan usaha fotografi dan videografi Muda Kreasi Digital berasal dari dana pribadi pemilik usaha. Modal usaha fotografi dan videografi Muda Kreasi Digital dapat dilihat pada :

Tabel 1. Modal Investasi (MI)

NO	NAMA	JUMLAH	HARGA PER UNIT RP.	TOTAL HARGA RP.	UMUR EKONOMIS (BULAN)	PENYUSUTAN PER BULAN
1	Kamera	1	10.000.000	10.000.000	36	277.778
2	Laptop	1	5.000.000	5.000.000	36	138.889
3	Memori	1	200.000	200.000	36	5.556
4	Tripod	1	500.000	500.000	36	13.889
5	Background	1	100.000	100.000	36	2.778
6	Lighting	1	300.000	300.000	36	8.333
7	Hardisk Eksternal	1	1.500.000	1.500.000	36	41.667
8	Preset Editing	1	75.000	75.000	36	2.083
9	Stabilizer	1	3.000.000	3.000.000	36	83.333
10	Meja	2	300.000	600.000	36	16.667
11	Kursi	3	150.000	450.000	36	12.5
JUMLAH			21.125.000	21.725.000		603.473

Tabel 2. Modal Kerja (MK)

1	BIAYA TIDAK TETAP (BTT)	JUMLAH (Rp)
	a. Biaya listrik	200.000
	b. Biaya internet	300.000
	c. Biaya makan dan minum	700.000
	d. Biaya operasional	200.000

	e. Pembelian alat tulis	100.000
	JUMLAH BTT	1.500.000
2	BIAYA TETAP (BT)	JUMLAH (Rp)
	a. Gaji karyawan	5.000.000
	b. Biaya transportasi (perbulan)	400.000
	c. Sewa tempat	1.000.000
	d. Penyusutan	586.806
	JUMLAH BT	6.986.806

Modal Investasi (MI)	21.125.000
Modal Kerja (MK)	
- Biaya Tidak Tetap (BTT)	1.500.000
- Biaya Tetap (BT)	6.986.806
Modal Usaha (MU) = MI + MK	29.611.806
Asumsi Penjualan (S)	12.000.000
Laba usaha = S - MK	3.513.194
Persentase (X%) = $\frac{\text{Laba Usaha}}{\text{MU}} \times 100\%$ =	12%
BEP (Break Event Point) = $\frac{\text{BT} \times \text{S}}{\text{S} - \text{BTT}}$ =	7.984.921

Kelayakan Usaha

1. Ditinjau dari BEP
Hasil Penjualan (S) > BEP
2. (X%) > Bunga Deposito Bank + Resiko (2% + 5%)
Hasilnya LAYAK untuk dijalankan.

ROI (Return Of Investment)

ROI = $\frac{\text{Laba} + \text{Penyusutan}}{\text{Total Investasi}} \times 100\%$ =	18,87%
Waktu Balik Modal = $\frac{1}{\text{ROI}}$ =	5,3 tahun

4. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa usaha layanan fotografi dan videografi muda kreasi digital merupakan usaha yang layak untuk dijalankan. Kelayakan usaha Muda Kreasi Digital ditinjau dari analisis *Break Event Point (BEP)* yaitu sejumlah 7.984.921. Serta memiliki asumsi hasil dari penjualan yang lebih tinggi yaitu Rp. 12.000.000. persentase (X%) memiliki nilai sebesar 12% dan lebih besar dari bunga deposito bank ditambah resiko yaitu 7%. Ditinjau dari analisis *Return on Investment (ROI)*, Muda Kreasi Digital memiliki nilai ROI sebesar 18,87% dan waktu balik modal selama 5,3 tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Anom, A. S., & Kusuma, M. R. P. (2019). Pengungkapan Estetika Fotografi “Instagramable” Di Era Pariwisata Destinasi Digital. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(3), 319-324.
- Egadhana, E., Ferry, N., Budiarti, R., Rohmah, S., Leny, N. S., & Magdalen, M. (2019). Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Aplikasi “O-Bridge” Aplikasi Penyedia Vendor Jasa. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(2), 115-119.
- Evan, E., & Budi Lestari, R. NINE BROTHER’S PHOTOGRAPHY (Perencanaan Pendirian Usaha Jasa Fotografi).
- Fratana, A., Munthe, I. L. S., & Rikayana, H. L. (2021). ANALISIS BIAYA USAHA MENGGUNAKAN METODE RETURN ON INVESTMENT, NET PRESENT VALUE DAN PAYBACK PERIOD UNTUK MENILAI TINGKAT KELAYAKAN USAHA PADA USAHA KERUPUK IKAN BUNDA OCA. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 2(1), 1-10.
- Komariah, S. H., & Hidayat, D. (2017). Studi Kelayakan Bisnis Konten Kreatif Di Kota Bandung (Studi Kasus: PT. Akses Nusa Karya Infratek). *JRSI (Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri)*, 4(01), 7-15.
- Noviani, R., & Santoso, A. (2021). Analisis Break Even Point dan SWOT Pada Usaha Wedang Warok. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 68-80.
- 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. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 187-199.
- Sudiartini, N. W. A., Astari, A. A. E., Laksmi, N. P. A. D., & Damayanti, N. L. P. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry DI Desa Guwang Kecamatan Sukawati. *JURNAL PENELITIAN EKONOMI DAN AKUNTANSI (JPENSI)*, 6(2), 116-142.
- Tanaka, L. A., & Marlina, M. A. E. (2017). Studi kelayakan bisnis uniquephotocard di mal Ciputra World Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 746-754.
- Tlonaen, M. J. T., Maharani, M., Lamban, M. J. P., Sintari, K., & Izzalqurny, T. R. (2022, June). Analisis Kelayakan Bisnis Blessing Studio: Jasa Fotografi dan Videografi. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 2, No. 1).