



Analisis Lima Kekuatan Porter dan Swot untuk Perancangan Strategi Pemasaran Jasa Fotografi

Risa Aisyah

Jurnal Kalibrasi
Institut Teknologi Garut
Jl. Mayor Syamsu No. 1 Jayaraga Garut 44151 Indonesia
Email : jurnal@itg.ac.id

risa.aisyah@itg.ac.id

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rekomendasi strategi pemasaran jasa yang dapat meningkatkan minat konsumen terhadap jasa fotografi di Kabupaten Garut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan memilih hingga 5 responden yang memiliki pemahaman yang baik tentang The Hoobs Studio dan memiliki kewenangan dalam pengembangan strategi pemasaran. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi lima kekuatan Porter dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) pada tabel IFAS, faktor-faktor kelemahan lebih dominan daripada faktor-faktor kekuatan; 2) pada tabel EFAS, faktor-faktor peluang lebih signifikan dibandingkan dengan faktor-faktor ancaman, karena langkah-langkah strategi pemasaran yang diterapkan belum mencapai potensi maksimal, terutama dalam hal promosi melalui media sosial; dan 3) belum adanya kebijakan strategis yang mendukung pengembangan industri pariwisata, terutama dalam bidang fotografi.

Kata Kunci – Analisis SWOT; Industri Fotografi; Lima Kekuatan Porter.

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, kita dihadapkan pada suatu peradaban dimana berbagai macam perubahan sedang terjadi di segala bidang [1]. Hal ini berdampak pada sistem perekonomian negara-negara berkembang seperti Indonesia, khususnya dunia usaha. Menurut [2] untuk bertahan dalam persaingan dunia bisnis ini, bentuk bisnis jasa harus memiliki kebiasaan-kebiasaan tertentu yang menjaga bisnis ini pada posisi semula atau lebih tinggi. Dengan persaingan yang semakin ketat dan perilaku konsumen yang selalu berubah, hal ini tentu bukan hal yang mudah dilakukan oleh dunia usaha. Kami dulu membutuhkan film seluloid untuk membuat film. Pekerjaan yang dihasilkan sangat terbatas, dan jika terjadi kesalahan, file foto tidak dapat dihapus. Berbeda dalam teknologi fotografi digital. Seorang fotografer yang dilengkapi dengan kartu memori dapat mengambil hingga ratusan gambar. Dengan berkembangnya teknologi, industri fotografi terus mengalami perkembangan yang pesat [3]. Karena pertumbuhan yang cepat, banyak perusahaan individu menyediakan layanan fotografi kepada konsumen. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan. Sedangkan minat produsen dipicu oleh tingginya minat, kemampuan atau daya beli konsumen, minat konsumen dan daya beli yang baik [4]. Di sisi lain, hal ini juga memicu persaingan yang sangat kompetitif antar produsen.

Foto merupakan dokumentasi yang secara akurat merekam suatu peristiwa [5]. Kehadiran studio foto bersama fotografer dengan alat dan metode kerja profesional merupakan salah satu syarat dari proses dokumentasi event [6]. Meskipun demikian, mengabadikan momen terkini dapat dilakukan dengan kamera koleksi pribadi atau bahkan ponsel pribadi. Meski begitu, kehadiran studio foto dan fotografer profesional merupakan kebutuhan yang tidak bisa diabaikan. Wisata foto digital merupakan salah satu industri andalan bagi kota Garut. Seperti The Hoobs Studio yang didirikan pada 20 Agustus 2021. Terbentuknya The Hoobs Studio berawal dari profesi pemilik sebagai fotografer dan merasa bahwa fotografer di bidang produk masih jarang ditemukan di Garut

sehingga bisa menjadi salah satu peluang untuk membuat bisnis dan banyaknya UMKM yang belum memahami visualisasi fotografi produk [7]. Sebelum berdirinya The Hoobs Studio, sudah ada beberapa studio foto yang didirikan yang bisa menjadi pesaing utama The Hoobs Studio seperti Visual Space, Cahaya Europe, Studio Ftohokkie, D2 Photography. Namun, Hoob's Studio memiliki keunikan yang dijadikan sebagai pusat daya tarik untuk menarik minat konsumen untuk berkunjung, termasuk paket foto yang dikuratori sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti foto produk makanan dan minuman, fashion, beauty, hal ini dikarenakan The Hoobs Studio memiliki tujuan untuk membantu UMKM dalam hal visual foto produk yang menarik. Selain itu, pihaknya juga menyediakan beberapa paket pemilihan tempat seperti indoor atau outdoor tempat yang bisa digunakan untuk foto keluarga, teman atau pre wedding [8]. Berikut adalah beberapa bidikan dari The Hoobs Studio yang dirangkai oleh pemotretan produk pada Gambar 1, tema dekorasi pada Gambar 2, dan pemotretan grup pada Gambar 3.



Gambar 1: Pemotretan Produk
Sumber : Instagram thehoobs.studio (2022)



Gambar 2: Tema Dekorasi
Sumber : Instagram thehoobs.studio (2022)



Gambar 3: Pemotretan Grup
Sumber : Instagram thehoobs.studio (2022)

Berdasarkan gambar yang disajikan, dapat dilihat hasil pemetaan produk foto oleh The Hoobs Studio. The Hoobs Studio sendiri tidak memotret dengan tampilan kasual, namun The Hoobs Studio juga menyiapkan propertinya sendiri untuk menambah kesan pada produk, sehingga konsumen cukup menyiapkan produk tersebut. The Hoobs Studio tidak hanya menyediakan photoshoot untuk produk, tetapi juga menyediakan photoshoot bagi konsumen yang disesuaikan dengan dekorasi tema yang selalu inovatif. Hoobs Studio menyediakan properti tambahan untuk pemotretan jika konsumen ingin menggunakan properti tambahan. Hoobs Studio juga menyediakan pemotretan untuk konsumen seperti pemotretan untuk wisuda, foto keluarga, foto bersama teman, dan lain-lain. Selain itu, The Hoobs Studio memberikan latar belakang yang sangat menarik untuk pemotretan yang akan membuat konsumen puas.

Masalah utama yang dihadapi The Hoobs Studio dalam hal strategi pemasaran adalah kurangnya kesadaran merek dan visibilitas di pasar, yang disebabkan oleh keterbatasan sumber daya dan kurangnya upaya promosi yang efektif. Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang terarah dan inovatif, serta memanfaatkan berbagai platform dan media sosial untuk meningkatkan kehadiran merek. Selain itu, perlu juga dilakukan peningkatan kapasitas SDM, seperti melalui pelatihan dan rekrutmen karyawan tambahan, untuk mengatasi keterlambatan dalam proses editing foto dan memenuhi kebutuhan waktu yang ketat dari konsumen. Dengan berkembangnya teknologi internet, The Hoobs Studio juga memanfaatkan sepenuhnya teknologi tersebut, seperti B. Menggunakan media sosial Instagram, website, Google ads dan Facebook untuk memposting karyanya, yang berguna saat konsumen mencari harga, penawaran atau Anda ingin memesan jasa studio tanpa mengunjungi Hoobs Studio. Selain melalui media sosial, pemasaran juga dilakukan secara offline dengan penawaran ke berbagai pemilik atau pelaku UMKM. Dapat dikatakan bahwa strategi bersaing The Hoobs Studio saat ini lebih mengikuti tren industri ini, seperti tren kota Bandung dan Yogyakarta dalam kaitannya dengan fotografi [9].

Pangsa pasar utama The Hoobs Studio sebagian besar adalah pedagang UMKM, karena studio ini dekat dengan lingkungan bisnis seperti pasar Ciavitali. Untuk kualitas dan profesionalisme, Hoobs Studio dilengkapi dengan fotografer yang tidak hanya ingin memenuhi kebutuhan fotografi di studio, tetapi juga datang ke klien atau bahkan langsung ke lokasi foto yang dipilih oleh konsumen. Fotografi outdoor menjadi semakin populer karena orang ingin mengunggah foto ke media sosial mereka. Karena itu, Hoobs Studio menangani sebagian besar fotografi, bukan proses pencetakan. Pasalnya, perawatan printer foto termasuk operator press membutuhkan perhatian lebih. Sedangkan Hoobs Studio lebih fokus pada fotografi gaya hidup dengan pelayanan yang baik. Layanan Hoobs Studio selalu dinamis untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Mulai dari harga yang terjangkau dengan hasil pengerjaan yang memuaskan hingga pelayanan pasca event dan foto yang diterima

konsumen. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti strategi bersaing untuk meningkatkan daya tarik konsumen di Hoobs Studio.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yg dipakai pada penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif dalam bentuk studi kasus. Pengertian penelitian kualitatif menurut [10] adalah jenis penelitian yang hasilnya tidak dapat diperoleh melalui metode statistik atau metode perhitungan lainnya, dan yang tujuannya adalah untuk memahami dan menginterpretasikan makna peristiwa interaksi perilaku manusia dalam situasi tertentu dari sudut pandang peneliti sendiri. Metode penelitian deskriptif menurut [11] adalah data statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul begitu saja, tanpa bermaksud menarik kesimpulan atau generalisasi yang berlaku secara universal. Pengumpulan data yang diperoleh melalui statistik deskriptif tersusun secara jelas dan jelas serta dapat memberikan informasi kunci [12].

Data kualitatif ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan partisipan untuk memberikan gambaran tentang keterbatasan dan upaya pengembangan perusahaan The Hoobs Studio di Kabupaten Garut. Adapun analisis menggunakan lima kekuatan porter dan analisis SWOT. Objek penelitian ini adalah Studio Hoobs (THS) yang terletak di Jl. Guntur Endah No. 61, Haurpanggung Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Responden dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dianggap memahami dan memiliki kewenangan untuk mengembangkan THS perusahaan terdiri dari 5 responden yang diambil melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Teknik ini digunakan dalam pemilihan sampel secara khusus berdasarkan penelitian, karena teknik wawancara merupakan bagian dari analisis deskriptif dalam memperoleh data. Sistematika metode penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis Lima Kekuatan Porter dan SWOT, hingga menghasilkan temuan rekomendasi strategi kompetitif.

III. HASIL DAN DISKUSI

A. Lima Kekuatan Porter

Berikut lima gaya menurut Michael Porter atau yang lebih dikenal dengan Porter's Five Force Analysis yang disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Lima Kekuatan Porter

Lima Kekuatan Porter	Analisis Hasil
Ancaman Pendetang Baru	Hambatan masuk pasar adalah segala sesuatu yang mencegah atau meminimalkan peluang masuk pasar bagi perusahaan baru. Hambatan muncul karena perusahaan yang ada dengan sengaja menciptakannya, misalnya melalui penentuan harga predator dan kontrol jaringan distribusi. Hal ini disebabkan faktor struktural atau sifat pasar, seperti skala ekonomi dan biaya akuisisi yang tinggi. Mereka membawa kemampuan baru ke pasar, meningkatkan persaingan dan melemahkan profitabilitas. THS membangun penghalang masuk pasar bagi pemain baru. Ide Baru menghasilkan keuntungan jangka panjang ketika memutuskan untuk memasuki pasar. Karena ada beberapa studio foto kompetitor yang dekat dengan THS di masa persaingan yang ketat ini, perusahaan ini sangat berpeluang untuk menarik pelanggan dengan menawarkan harga yang relatif lebih murah dari kompetitor lain atau harga yang ditawarkan THS. kualitas yang sangat menjanjikan bagi pelanggannya, meskipun perusahaan ini relatif masih muda dibandingkan kompetitor lainnya. Secara teknis, THS sudah menggunakan teknologi canggih dan mengikuti tren kapasitas penyimpanan yang cukup besar, lensa kamera yang terang, printer yang berkualitas terutama bentuk dan warna yang estetik, sehingga pelanggan sangat puas untuk memesan kembali. Dengan kualitas gambar yang jernih dan profesionalisme yang tinggi, THS dilengkapi dengan fotografer yang tidak hanya memenuhi

Lima Kekuatan Porter	Analisis Hasil
	kebutuhan fotografi di studio, tetapi juga mau datang ke pelanggan atau bahkan langsung ke lokasi foto yang dipilih oleh konsumen. Memiliki fotografi outdoor menjadi semakin populer karena orang ingin mengunggah foto ke media sosial mereka.
Daya Tawar Pemasok	Daya tawar supplier sangat mempengaruhi profitabilitas dan rating perusahaan, jika supplier menawarkan harga tinggi dan kualitas yang baik, maka penawaran harga yang diberikan oleh perusahaan akan tinggi dan kelebihan dari konsumen ini akan merasa puas dengan produk yang telah diberikan oleh perusahaan sehingga profitabilitas dan peringkat perusahaan akan meningkat, Sebaliknya, jika supplier menawarkan harga yang relatif lebih murah dan kualitas yang buruk, pelanggan akan merasa puas dengan produk yang telah diberikan oleh perusahaan sehingga profitabilitas dan peringkat perusahaan akan meningkat, sebaliknya, jika supplier menawarkan harga yang relatif lebih murah dan kualitas yang buruk, pelanggan akan merasa puas dengan produk yang telah diberikan oleh perusahaan sehingga profitabilitas dan peringkat perusahaan akan meningkat, sebaliknya, jika pemasok menawarkan harga yang relatif lebih murah dan kualitas yang buruk, pelanggan akan merasa puas dengan produk yang telah diberikan oleh perusahaan sehingga profitabilitas dan peringkat perusahaan juga akan meningkat, sebaliknya, jika pemasok menawarkan harga yang relatif lebih murah dan kualitas yang buruk, dengan harga tetapi tidak puas dengan produk yang diberikan, pelanggan memberikan rating yang buruk mengakibatkan penurunan profitabilitas dan yang ketiga jika supplier menawarkan harga yang relatif lebih murah dan kualitas produk yang sangat baik maka profitabilitas dan rating perusahaan juga akan meningkat, dari ketiga jenis supplier tersebut THS memiliki supplier pada poin ketiga dengan supplier menawarkan harga yang relatif lebih murah namun kualitas produk juga akan meningkat, dari ketiga jenis supplier tersebut THS memiliki supplier pada poin ketiga dengan supplier yang menawarkan harga yang relatif lebih murah namun kualitas produk juga dapat diacungi jempol sehingga pelanggan memberikan rating yang sangat baik kepada perusahaan dan profitabilitas yang cukup seimbang sehingga mengakibatkan THS mampu bersaing dengan kompetitor lain yang telah beroperasi lebih lama. THS menawarkan harga yang lebih murah karena THS membeli bahan baku di daerah garut saja, oleh karena itu tidak menimbulkan biaya transportasi yang cukup mahal dan juga THS membeli bahan baku di online shop sehingga harga yang ditawarkan cukup murah, karena karyawan cerdas dalam memilih barang, sehingga mencari supplier yang memberikan harga murah.
Daya Tawar Pembeli	Semakin besar daya tawar pembeli yang menuntut harga yang lebih rendah atau kualitas produk yang lebih tinggi, semakin sedikit laba atau laba yang diterima perusahaan manufaktur. Harga produk yang lebih rendah juga berarti penurunan penjualan perusahaan. Di sisi lain, perusahaan memerlukan biaya yang tinggi untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pembeli, semakin menguntungkan bagi perusahaan kita. Daya tawar pembeli tinggi ketika jumlah barang pengganti banyak dan persediaan banyak tapi pembeli sedikit. THS ini menerapkan sistem harga yang relatif lebih murah asalkan usahanya lancar dan diakui masyarakat luas. Semakin banyak pelanggan, semakin luas jaringan THS ini, mereka percaya bahwa kepuasan dan daya tarik pelanggan akan mempengaruhi bisnis mereka dalam jangka panjang.
Persaingan di antara pesaing yang ada	Tingkat persaingan dengan para pesaing merupakan faktor utama kelancaran operasional perusahaan. Persaingan dari THS cukup sengit karena ada beberapa perusahaan sejenis di bidang jasa yaitu Photostudio, namun THS menyiasati persaingan ini dengan cukup profesional, misalnya dengan menjaga atau mengelola tingkat kepuasan pelanggan dengan iklan. kualitas foto produk di berbagai media, sehingga produknya lebih dikenal dan dipercaya oleh masyarakat, mempermudah proses pembelian THS, sangat memudahkan proses transaksi pelanggannya melalui beberapa hal antara lain mempercepat transaksi penjualan, memberikan jangkauan yang luas berbagai . konsep foto untuk akuisisi pelanggan yang mudah, yang menjamin produk foto dengan konsep foto yang menarik dengan kualitas tahan lama dan kualitas cetak foto serta meningkatkan daya tarik produk dengan diskon atau potongan harga yang selalu diberikan.
Ancaman Pengganti	Hambatan atau ancaman tersebut muncul ketika pembeli/konsumen memperoleh barang pengganti yang lebih murah atau berkualitas lebih tinggi dengan biaya peralihan yang rendah. Semakin sedikit pengganti yang tersedia di pasar, semakin menguntungkan perusahaan kita. Saat ini sudah banyak teknologi yang bisa menggantikan peran fotografer, seperti Ponsel dengan spesifikasi kamera canggih atau bahkan pembatasan produk pengganti THS. Ini

Lima Kekuatan Porter	Analisis Hasil
	adalah jumlah fotografer baru dan dapat mengambil pelanggan dari THS, sehingga perusahaan harus selalu berinovasi agar layanan atau produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak memaksa mereka untuk beralih ke perusahaan lain, misalnya background studio foto harus selalu berwarna. . pada yang lebih modern dan diperbarui lebih baru yang tidak dimiliki semua studio foto.

Sumber: Data Peneliti (2022)

B. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil penelitian yang terdiri dari statistik deskriptif dan kualitatif diperoleh dari hasil wawancara dan observasi lima kekuatan Porter yang dihitung melalui matriks IFAS dan matriks EFAS yang disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1: IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	The Hoobs Studio memiliki karakteristik pemotretan produk yang berbeda dari yang lain	0,12	3	0,35
2.	Tempat studio foto yang nyaman juga banyak pilihan	0,15	4	0,62
3.	Kemudahan melakukan pembayaran	0,12	3	0,35
4.	The Hoobs Studio mematok harga yang sangat terjangkau	0,12	3	0,35
5.	The Hoobs Studio terletak di lokasi yang strategis	0,15	4	0,62
	Subtotal	0,65	17	2,29
Kelemahan				
1.	Kurangnya karyawan di perusahaan The Hoobs Studio	0,08	2	0,15
2.	Tidak adanya ruang rapat	0,08	2	0,15
3.	Promosi yang belum sepenuhnya dilakukan secara maksimal	0,08	2	0,15
4.	Tingkat populasi yang tinggi yang menyebabkan kurangnya minat konsumen pada <i>foto</i>	0,12	3	0,35
	Subtotal	0,35	9	0,80
	Total	1	26	3,09

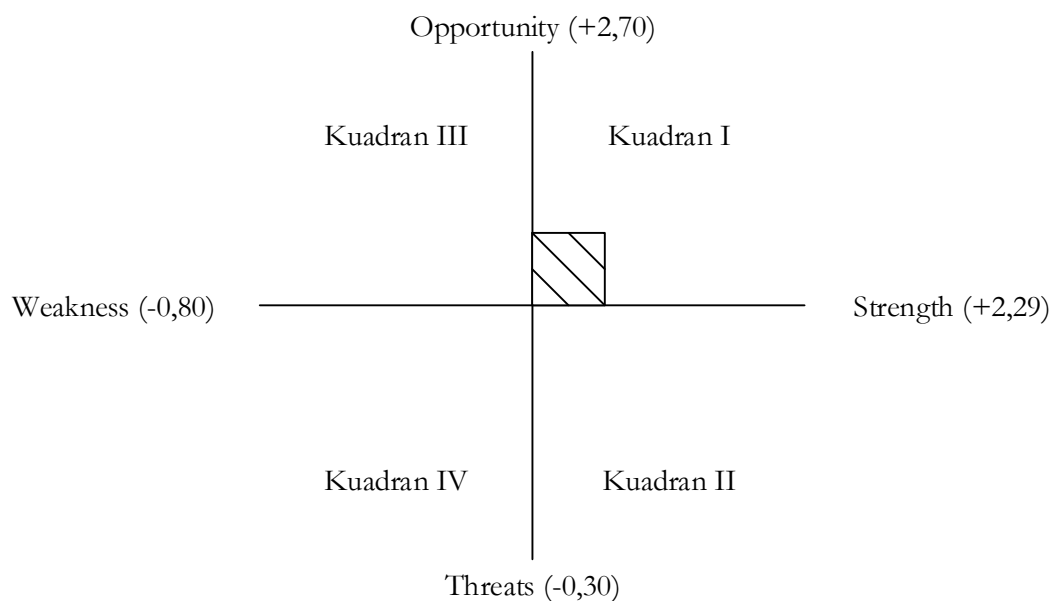
Sumber: Data Peneliti (2022)

Tabel 2. EFAS

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga dapat memudahkan promosi dan penjualan	0,15	3	0,45
2.	Loyalitas pelanggan setia untuk dikunjungi	0,20	4	0,80
3.	Lokasinya berdiri The Hoobs Studio yang berada di kawasan yang lahannya datar dengan kondisi ekonomi yang baik	0,15	3	0,45
4.	Gaya hidup masyarakat yang semakin modern	0,10	2	0,20
5.	Harga terjangkau	0,20	4	0,80
	Subtotal	0,80	16	2,70
Ancaman				
1.	Banyaknya pesaing baru dengan jenis bisnis yang sama	0,05	1	0,05
2.	Pemberlakuan sekolah/perkuliahhan daring dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat	0,10	2	0,20
3.	Kemajuan teknologi pesaing yang semakin canggih	0,05	1	0,05
	Subtotal	0,20	4	0,30
	Total	1	20	3,00

Sumber: Data Peneliti (2022)

Berdasarkan total skor masing-masing faktor internal dan eksternal, termasuk skor faktor internal 2,29 untuk kekuatan dan 0,80 untuk kelemahan, berarti Hoobs Studio memiliki faktor kelemahan lebih tinggi dari faktor kekuatan, dengan skor faktor eksternal untuk peluang 2,70 dan ancaman 0,30, artinya Hoobs Studio memiliki Faktor Peluang yang lebih besar daripada Faktor Ancaman. Hasil selisih yang diperoleh berdasarkan total skor internal (+) 1,49, sedangkan selisih berdasarkan skor total faktor eksternal (+) 2,4 ditunjukkan pada kuadran SWOT Gambar 4.



Gambar 4: Kuadran SWOT
Sumber: Data Peneliti (2022)

Berdasarkan Gambar 4, sangat jelas bahwa perusahaan Hoobs Studio berada pada kuadran 1 atau kuadran pertumbuhan dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan, yang memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat terus mendukung strategi yang ada untuk berorientasi pada pertumbuhan pasar. Memanfaatkan strategi ini, The Hoobs Studio dapat memaksimalkan kekuatannya dan juga memanfaatkan peluang yang ada untuk terus meningkatkan peluang pasar yang ada.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa faktor kelemahan pada tabel IFAS lebih besar dari faktor kekuatan dan faktor peluang lebih besar dari sudut pandang tabel EFAS adalah sebagai faktor ancaman. Strategi pemasaran layanan Hoobs Studio ditinjau dalam fase Porter's Five Forces dan diimplementasikan secara tepat dan sistematis. Selain itu, seluruh tahapan pengembangan produk dilakukan untuk menghasilkan produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, selalu mengikuti perkembangan terkini, namun dengan tidak menghilangkan ciri khas desain foto yang mengedepankan nilai-nilai fotografi. keragaman, seperti gambar produk dan foto resmi dan tidak resmi. Meningkatkan daya saing strategi yang diterapkan dari perspektif strategi yang diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Supardi, "Pendidikan Pesantren dalam Mengantisipasi Dampak Negatif Era Globalisasi di Pondok Pesantren Hidayattullah Batam," *Tadribuna J. Islam. Educ. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 37–55, 2020.
- [2] F. Yeni, Gusnadi Erwin, and Hapzi Ali, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Pt.Federal Internasional Finance (Fif) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko,"

- J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 1, no. 1, pp. 38–54, 2019, doi: 10.31933/jimt.v1i1.34.
- [3] M. Danuri, “Development and Transformation of Digital Technology,” *Infokam*, vol. XV, no. II, pp. 116–123, 2019.
- [4] I. H. Aunillah, Ediyanto, and S. Soeliha, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Interveing Pada Ud Lancar Jaya Di Kabupaten Situbondo,” *J. Mhs. Entrep.*, vol. 1, no. 5, pp. 962–974, 2022.
- [5] M. Pujanarko, “Metode EDFAT Dalam Foto Jurnalistik,” *J. Citra*, vol. 5, no. 1, 2018, doi: 10.31479.
- [6] Y. S. Azoya, “Analisis Pendapat Yusuf Al-Qardhawi Tentang Profesi Fotografer (Studi Pada Foto Studio Lou Bandar Lampung),” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.
- [7] Y. Hereyah and C. K. AW, “Pemanfaatan Media Vlogging Untuk Pengembangan Pemasaran Desa Wisata Kabupaten Lebak (Sawarnah Dan Bayah),” *Pros. Konf. Nas. Pengabdi. Kpd. Masy. dan Corp. Soc. Responsib.*, 2020, doi: 10.37695/pkmcsr.v3i0.1018.
- [8] R. Wulandari, R. Setiawan, and A. Mulyani, “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Wedding Organizer Online Menggunakan Scrum,” *J. Algoritm.*, vol. 16, no. 2, pp. 139–150, 2019.
- [9] M. L. N. Rosmadi, “Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021,” *J. IKRA-ITH Ekon.*, vol. 4, no. 1, pp. 122–127, 2021.
- [10] A. Rijali, “Analisis Data Kualitatif,” *J. Ilmu Dakwah*, vol. 17, no. 33, p. 81, 2019, doi: 10.18592/alhadharah.v17i33.2374.
- [11] F. S. Siregar, “Randing Cafe Serayu Kopi Dalam Menghadapi Persaingan Dikota Medan,” Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021.
- [12] K. Arya and J. Kusuma, “Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Industri Kreatif Seni Kriya Di Bali,” vol. I, no. 2, pp. 242–249, 2019.