

BUSINESS PLAN
“SNAPRODUCT PHOTOGRAPHY”



Disusun oleh:

Nama : Resita
NPM : 2113025032

PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG

2022

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan di Era Digital saat ini berkembang sangat pesat. Kita telah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Dari mencari informasi sampai jual beli secara online. Demikian juga dunia fotografi telah berkembang dengan kemajuan teknologi saat ini. Kemudahan yang diperoleh dari fotografi kemudian digunakan untuk berbagai kebutuhan visual, seperti pembuatan potret diri, fotografi arsitektur, dan fotografi still life. Saat ini banyak sekali yang menggunakan fotografi, penggunaan fotografi sudah banyak diterapkan di berbagai kehidupan manusia, salah satunya adalah situs belanja online.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia membuat peluang bisnis menjadi sangat penting. Berjualan di Internet membutuhkan foto untuk memajang produk yang akan dijual. Karena tidak bisa langsung menyentuh produk yang akan dibeli, gambar produk menjadi satu-satunya referensi sebelum membeli secara online. Bagi banyak pebisnis online, mengunggah gambar produk dianggap lebih menguntungkan, terutama saat berpromosi di media sosial. Sebuah foto memainkan peran penting untuk membuat produk tersebut menarik calon pembeli. Sebuah foto harus dapat menunjukkan keunggulan produk dengan jelas menyampaikan pesan yang ingin disampaikan penjual kepada pembeli.

Dalam perkembangannya, banyak bisnis online shop menginginkan omset yang besar, tetapi keinginan tersebut tidak terwujud karena foto produk tidak jelas, gelap, foto tidak menarik, tidak sesuai dengan produk itu sendiri, bahkan terkesan asal-asalan dalam pengambilan fotonya dan tidak sesuai dengan estetika fotografi. Sehingga daya tarik produk bagi konsumen berkurang mereka kurang tertarik untuk membeli produknya. Seperti halnya ketika kita berbelanja, kita akan lebih memilih tempat yang bersih dan suasana yang kondusif untuk berbelanja sehingga konsumen tidak merasa telah mengeluarkan uang walaupun untuk barang yang tidak diperlukan, jika disajikan dengan foto produk yang menarik, foto yang sesuai dengan produk yang dijual, foto yang menggambarkan produk dan detail produk akan menambah kenyamanan saat berbelanja pembelian produk.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang akan dihadapi adalah:

1. Bagaimana metode pemasaran produk?
2. Bagaimana kelayakan usaha untuk dijalankan?

C. Tujuan Proposal

Tujuan usaha yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apa yang itu fotografi produk.
2. Mengetahui hal apa saja yang perlu dilakukan untuk memotret produk.
3. Mengetahui macam-macam teknik fotografi produk.

D. Jenis dan Manfaat Pendirian Bisnis

1. Jenis bisnis

Bisnis yang akan dikembangkan adalah bisnis fotografi produk, yaitu bisnis fotografi yang hanya memotret produk dagangan online shop.

2. Manfaat Pendirian Bisnis

- a. Memperluas pemasaran usaha fotografi produk
- b. Menciptakan peluang bisnis

E. Visi dan Misi

Visi

Menjadi solusi terbaik untuk para pedagang online shop dalam memilih kebutuhan akan jasa photography produk.

Misi

1. Menghasilkan foto produk dengan kualitas terbaik sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Membantu pedagang online shop memasarkan usahanya dengan membuat foto-foto produk yang menarik.

BAB II

ASPEK PEMASARAN

A. GAMBARAN UMUM PASAR

1. Segmentasi Pasar

Fotografi produk adalah suatu cara bagaimana kita mengambil gambar dari suatu produk. Hal tersebut dilakukan agar dapat menjelaskan bentuk dan fungsi produk tersebut. Selain itu, hal ini juga akan membuat produk tersebut menarik agar bisa laris terjual. Jasa fotografi produk online shop pada saat ini masih jarang ditemukan, sehingga hal tersebut dapat menjadi peluang usaha yang menarik.

2. Target Pasar

Berbelanja melalui situs online saat ini sudah menjadi kegemaran masyarakat luas, dengan hanya melakukan proses pembelian maka produk akan diantarkan ke alamat pembeli. Untuk menarik minat pembeli tentunya pedagang online shop harus menggunakan gambar produk yang memiliki nilai keindahan, detail, dan jelas. Sehingga para konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang dijual.

3. Positioning

Belum banyaknya pesaing menjadi salah satu alasan mengapa bisnis ini harus dikembangkan, ditambah lagi kegemaran masyarakat dalam berbelanja online semakin meningkat hal ini membuat para penjual berlomba-lomba untuk menunjukkan gambar produk yang indah dan dapat menarik konsumen. Selain itu juga jasa fotografi produk ini dipasarkan dengan harga yang terjangkau.

B. BRAND

1. Nama brand

Brand adalah identitas tambahan dari suatu produk yang tak hanya membedakannya dari produk pesaing, namun merupakan image atau persepsi seseorang tentang produk yang akan kita buat. Disini usaha yang akan saya buat adalah usaha photography produk, fotografi produk yang akan saya kembangkan adalah fotografi produk online shop, seperti foto produk untuk makanan, minuman, kosmetik, tas, aksesoris dan lain lain. Nama brand dari usaha yang akan saya buat adalah Snapproduct photography. Snap berarti jepretan, product berarti jenis objek fotografi yaitu produk, dan photography yang berasal dari bahasa Yunani yang berarti melukis dengan menggunakan media cahaya. Untuk pemasaran usaha melalui media sosial.

2. Logo brand



Dalam logo brand tersebut saya menggunakan gambar kamera dan terdapat nama brand yaitu snapproduct photography, dengan latar belakang berwarna baby pink.

C. INDIKATOR BRAND

1. Karakteristik merek

Karakteristik merek mempunyai peran yang penting dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen untuk mempercayai suatu merek, salah satu karakteristik merek dari usaha ini adalah Brand Predictability. Prediktabilitas ini dapat berkaitan dengan tingkat kekonsistenan kualitas produk. Persepsi konsumen adalah bahwa suatu merek ini dapat diprediksikan erat kaitannya dengan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Sehingga pada usaha yang akan saya buat saya beri nama Snapproduct photography. Dengan akhiran nama merek photography itu menunjukkan bahwa usaha ini adalah usaha yang bergerak dalam bidang photography.

2. Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan pada sebuah merek. Pengetahuan konsumen terhadap perusahaan kemungkinan akan mempengaruhi penilaiannya terhadap merek perusahaan. Pada usaha yang akan saya buat ini menggunakan karakteristik perusahaan yaitu Trust in the Company (Kepercayaan terhadap Perusahaan). Trust in a company itu sendiri adalah rasa percaya dari konsumen bahwa perusahaan itu bagus, bonafit, dan mempunyai kemampuan untuk menciptakan produk yang berkualitas.

3. Karakteristik Konsumen Merek

Dilihat dari jenis usaha yang akan saya buat yaitu usaha fotografi, disini Karakteristik konsumen merek dari produk yang akan saya buat adalah usaha jasa fotografi produk online shop. Diantaranya menyediakan jasa fotografi untuk produk kosmetik, makanan, minuman, tas, sepatu, masker dan lainlain.

D. SEGMENTASI TARGETING POSITIONING

STP adalah model strategi dalam kegiatan pemasaran yang tugasnya merencanakan komunikasi pemasaran secara lebih efisien. Dengan menggunakan mode ini, bisnis dapat dijalankan dengan lebih baik. Kegiatan pemasaran menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah strategi pemetaan target konsumen berdasarkan karakteristik, kebutuhan, ataupun perilakunya agar perusahaan mampu mengenali kelompok konsumen tersebut dengan lebih baik.

- a. Segmentasi Geografis segmentasi geografis, yaitu pengelompokan konsumen menurut aspek lokasi seperti tempat tinggalnya. Pada usaha saya, saya akan mengembangkan usaha ini di seluruh Indonesia.
- b. Segmentasi Demografis
Segmentasi Demografis yaitu pengelompokan yang berdasarkan umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, daur hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Pada usaha saya penerapan Segmentasi Demografis ini yaitu dikhususkan untuk pedagang online saja, akan tetapi tidak membedakan antara umur, jenis kelamin dan pendapatannya.
- c. Segmentasi psikografis
Segmentasi psikografis yaitu pengelompokan yang berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan karakteristik pribadi. Dalam usaha saya, ditujukan untuk semua kalangan pedagang online tanpa membedakan kelas sosial, gaya hidup dan lain sebagainya.
- d. Segmentasi perilaku
Segmentasi perilaku yaitu pengelompokan yang berdasarkan pengetahuan, sikap, kegunaan, dan tanggap terhadap suatu produk. Di bagian segmentasi perilaku ini usaha yang akan saya kembangkan tersebut masuk ke dalam segmen kegunaan dimana produk yang akan dihasilkan berguna untuk membantu para pedagang online untuk mempromosikan dagangannya.

2. Pasar Sasaran (Market Targeting)

Target pasar adalah kelompok konsumen atau pelanggan yang menjadi sasaran bisnis untuk melakukan pendekatan. Tujuannya adalah agar kelompok konsumen tersebut membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan mengetahui target pasar, strategi pemasaran pun jadi lebih efektif dan efisien, juga menghemat biaya karena target promosi produk ataupun jasa jadi lebih tepat sasaran. Kegiatan-kegiatan untuk menetapkan pasar sasaran meliputi evaluasi segmen pasar dan memilih segmen. Penentuan targeting pada usaha saya dikhususkan untuk pedagang online shop yang ingin mempromosikan dagangannya dengan menggunakan gambar yang menarik dan aesthetic, dengan menggunakan gambar yang indah calon pembeli menjadi tertarik untuk membeli dagangan pedagang online tersebut.

3. Posisi Market (Market Positioning)

Strategi terakhir yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Tujuannya untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam mindset konsumen. Positioning pasar pada usaha saya kali ini merupakan gambar untuk media promosi bagi pedagang-pedagang online shop, yang menyatakan bahwa produk yang akan dihasilkan sebagai media promosi produk online shop. Maka dari itu usaha ini

sedang membangun citra pada konsumen bahwa snapproduct photography merupakan usaha dalam bidang promosi produk.

E. ANALISIS SWOT.

1. STRENGTHS

- a. Fotografer handal yang menguasai fotografi produk dengan baik.
- b. Memiliki kamera canggih yang dapat menghasilkan gambar yang bagus.
- c. Pelayanan yang ramah, dekat dengan pelanggan, dan selalu siap saat diperlukan.
- d. Harga yang terjangkau

2. WEAKNESSES

- a. Tenaga Fotografer yang kurang, sehingga permintaan pelanggan sering ditolak pada beberapa kasus.
- b. Ada beberapa peralatan yang belum begitu lengkap di studio, seperti kamera yang jumlahnya kurang.

3. OPORTUNITIES

Para pedagang produk online shop sudah banyak yang menggemari fotografi produk dengan foto yang memiliki nilai estetika yang tinggi, sehingga peluang dalam bisnis ini semakin besar dari waktu ke waktu.

4. THREATS

- a. Persaingan di dunia usaha yang semakin ketat, menyebabkan pendapatan pasar menurun.
- b. Saat ini hampir sudah memiliki kamera maupun alat potret pribadi lainnya. Sehingga mereka kadang tidak terlalu membutuhkan jasa Fotografi produk ini.
- c. Hampir sebagian orang juga sudah menguasai edit foto sendiri di komputer masing-masing dengan software yang sangat beragam dan mudah diperoleh.

BAB III

ASPEK PRODUKSI

A. PERENCANAAN FASILITAS

a. Lokasi Usaha

1. Letak pasar

Letak untuk usaha saya ini akan terletak di rumah, dimana nantinya akan dibuat satu ruang khusus yang digunakan untuk ruang studio untuk melaksanakan proses pemotretan produk. Akan tetapi studio tersebut hanya untuk tempat pemotretan saja karena pemasaran akan dilakukan secara online.

2. Bahan baku

Bahan baku dalam usaha fotografi produk ini adalah kamera, dan beberapa alat tambahan lainnya untuk menunjang kebutuhan fotografi.

3. Tenaga kerja

Dalam usaha saya saat ini belum berencana merekrut tenaga kerja. Akan tetapi jika usaha yang saya dirikan berkembang pesat, sangat memungkinkan untuk merekrut karyawan.

4. Masyarakat

Dalam usaha saya tidak mengganggu bahkan merugikan masyarakat sekitar. Karena usaha yang akan saya ciptakan ini tidak menghasilkan limbah ataupun sampah yang dapat mengganggu kenyamanan masyarakat.

5. Peraturan Pemerintah

Usaha yang saya kembangkan memilih lokasi yang bukan untuk kawasan industri.

6. Listrik dan telepon

Sarana pendukung ini tersedia, mengingat letak usaha yang akan saya dirikan ini berada di rumah saya sendiri.

7. Transportasi

Dikarenakan hasil foto produk dikirimkan hanya dengan file dan melalui media sosial, jadi saya tidak memerlukan transportasi untuk pengantaran produk usaha ini.

8. Perizinan Usaha

Perizinan Usaha yang akan diajukan adalah:

- Surat Izin Produksi
- Sertifikasi Merek
- Surat Tanda Daftar Perusahaan

b. Regulasi Dalam Perencanaan Bisnis

1. Bidang merek
Merek dari usaha saya ini adalah “Snapproduct photography”
2. Bidang konsumen
konsumen berhak untuk merequest tema foto produk mereka, dimana nantinya fotografer akan membuat foto produk sesuai dengan permintaan konsumen.
3. Hukum dagang
4. Komunikasi efektif dalam organisasi bisnis.

B. PENGELOLAAN SUMBER DAYA PERENCANAAN BISNIS FOTOGRAFI PRODUK

1. Man (SDM)
Sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis ini haruslah orang yang berkompeten dalam bidang fotografi dan memiliki keahlian dalam menyusun tata letak produk agar terlihat aesthetic dan tertata rapi.
2. Money(uang)
Dikarenakan usaha ini merupakan usaha rintisan, maka modal utama yang akan saya gunakan adalah dari tabungan sendiri, setelah usaha ini sudah mendapatkan keuntungan maka selanjutnya saya akan melakukan perputaran dari keuntungan tersebut untuk memenuhi kebutuhan lainnya dalam usaha ini.
3. Materials (Materi)
 - a. Backdrop Foto
 - b. Lighting
 - c. Properti Foto
 - d. Bunga Kering
 - e. Tableware
 - f. Cermin
4. Method (Metode)
Metode yang akan saya gunakan dalam usaha fotografi produk ini adalah dengan mempromosikan usaha melalui media sosial, baik dengan instagram, whatsapp, dan media sosial lainnya.
4. Market (Pasar)
Target utama usaha fotografi produk ini adalah pedagang online shop, terutama pedagang yang menjual kosmetik, makanan basah maupun makanan kering, tas, aksesoris, dan lain sebagainya.

BAB IV

ASPEK KEUANGAN

A. PERENCANAAN KEUANGAN

Perencanaan Keuangan Snapproduct. Photography (Fotografi produk)

Beberapa unsur dari perencanaan keuangan:

1. Sasaran / Tujuan Keuangan
Sebagai tabungan dan sebagai modal untuk membuka usaha lebih baik lagi.
2. Laporan Kekayaan Bersih Individu
Sebagai patokan untuk mengukur perkembangan menuju tujuan finansial di masa depan.
3. Analisis arus kas
Rencana pendapatan : 4.000.000 /bulan
Rencana pengeluaran : 5.00.000/bulan
4. Strategi pensiun
Rencana tersebut harus mencakup strategi untuk mengakumulasi modal pensiun yang diperlukan dan distribusi seumur hidup yang direncanakan.
5. Rencana manajemen risiko yang komprehensif
Rencana manajemen risiko mencakup tinjauan menyeluruh atas asuransi jiwa dan kecacatan, pertanggungan kewajiban pribadi, pertanggungan properti dan korban, dan perlindungan jika terjadi bencana.
6. Rencana investasi jangka panjang
Rencana investasi ini menetapkan pedoman untuk memilih, membeli dan menjual investasi dan menetapkan tolok ukur untuk penilaian kinerja.
7. Strategi pengurangan pajak
Strategi tersebut harus mencakup identifikasi kendaraan investasi yang terkena pajak yang dapat mengurangi pajak penghasilan investasi.

Snapproduct. photography memiliki data-data dan rencana produksi sebagai berikut:

Biaya variabel per jasa : 60.000

- a. Biaya jasa :
 - Editing : 30.000
 - Ide : 30.000
 - Kebutuhan Editing : 20.000
 - Harga jual per jasa Rp. 80.000
- b. Biaya tetap
Biaya listrik : 100.000/bulan

Kuota : 250.000/bulan

c. Menghitung BEP Jasa

$\text{BEP Unit} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual Per Jasa} - \text{Biaya Variabel Per Jasa})$

$\text{BEP Unit} = \text{Rp } 350.000 / (\text{Rp } 80.000 - \text{Rp } 60.000)$

$\text{BEP Unit} = \text{Rp } 350.000 / \text{Rp } 20.000$

$\text{BEP Unit} = \text{Rp } 17.500$

Jadi, BEP per unit dari contoh di atas adalah Rp. 17.500/jasa

d. Untuk cara menghitung BEP Rupiah

$\text{BEP Rupiah} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Kontribusi Margin Per Jasa} / \text{Harga Jual Per Jasa})$

$\text{BEP Rupiah} = \text{Rp } 350.000 / (\text{Rp } 20.000 / \text{Rp } 80.000)$

$\text{BEP Rupiah} = \text{Rp } 350.000 / 0,25$

$\text{BEP Rupiah} = \text{Rp } 1.400.000$

Jadi, BEP rupiah dari contoh di atas adalah Rp 1.400.000

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Bisnis fotografi mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan perkembangan dunia digital. Ditambah dengan pertumbuhan bisnis baru, baik dalam bidang industri, perdagangan, maupun jasa yang sangat mungkin membutuhkan jasa fotografi. fotografi dibutuhkan dalam bidang pemasaran untuk memotret produk. Fotografi produk dapat menjadi peluang bisnis yang sangat menguntungkan, karena dengan meningkatnya belanja online maka fotografi produk juga semakin banyak diminati oleh para pedagang, untuk menarik perhatian konsumen dengan gambar produk yang tidak hanya menampilkan produk akan tetapi juga menampilkan nilai keindahannya.

B. SARAN

Semoga dengan adanya proposal fotografi produk ini diharapkan mampu meningkatkan minat dan bakat para pemuda untuk terus berkarya di bidang fotografi, serta dapat mendirikan usaha fotografinya sendiri, mengingat usaha fotografi ini terus mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan zaman.