

## **BAB II**

### **IDENTIFIKASI DAN ANALISIS MASALAH**

#### 2.1 Tinjauan Data produk

##### 2.1.1 Nama Perusahaan

Perusahaan yang menjadi objek dalam perancangan iklan komersial ini adalah perusahaan jasa layanan fotografi Alvin Photography Semarang. Data yang ditulis diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan observasi secara langsung dengan Tunjung Agam selaku *manager* perusahaan.



Gambar 2.1 Logo Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

##### 2.1.2 Latar Belakang Perusahaan

Alvin Photography merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa layanan fotografi. Studio ini didirikan Alvin karena kecintaannya dengan dunia fotografi. Alvin tertarik di bidang fotografi sejak masih duduk di bangku SMA, dengan sering berlatih dan mendiskusikan hasil jepretannya ke sesama penghobi fotografi. Dengan kamera sederhananya, ia mampu menghasilkan karya fotografi yang cukup bagus dan disegani oleh kalangan fotografer di komunitasnya.

Pada awal tahun 2009, Alvin bertemu dengan seorang *investor* dan ingin membuka usaha bersama dengannya. Ia menawarkan dana investasi kepada Alvin untuk mendirikan studio foto. Sebagian dana tersebut digunakan untuk menyewa sebuah ruko di Kawasan Sagan, Yogyakarta, sebagian lagi digunakan untuk merenovasi ruko tersebut, serta sebagian lagi ia gunakan untuk membeli perlengkapan dan peralatan fotografi. Ia menerima tawaran investasi dari seorang *investor* yang ternyata juga seorang pehobby fotografi. Dengan modal nol, dan dukungan seorang *investor*, Alvin telah mampu memiliki studio fotografi dan siap memberikan jasa fotografi secara profesional.

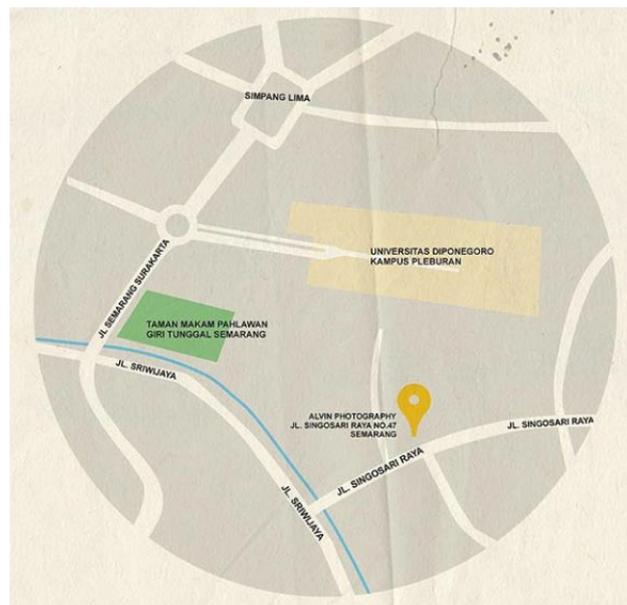
Pada tahun 2014 Alvin mencoba membuka studio baru di Kota Semarang, kota ini dinilai memiliki prospek yang bagus untuk bisnis fotografi kedepannya. Pada awal berdirinya di kota Semarang, Alvin Photography hanya memiliki satu fotografer utama, satu *customer service*, dan seorang manager yang terkadang merangkap sebagai fotografer. Namun karena kewalahan menerima jumlah pelanggan yang terus mengalami kenaikan, Alvin Photography berinisiatif menambah satu fotografer dan beberapa asisten fotografer untuk membantu pemotretan ditambah lagi satu marketing untuk mempromosikan. Sampai saat ini Alvin Photography memiliki 7 karyawan yang memiliki tugas di setiap jabatannya.

### 2.1.3 Lokasi Perusahaan

Alamat : Jalan Singosari Raya no.47, Semarang

Telpon : (024) 8314844

Email : [alvinstudio.smg@gmail.com](mailto:alvinstudio.smg@gmail.com)



Gambar 2.2 Denah Lokasi Perusahaan

Sumber : Alvin Photography

#### 2.1.4 Perkembangan Perusahaan

Sejak awal Alvin Photography ini didirikan di Semarang, perusahaan jasa layanan fotografi ini cukup ramai dikunjungi konsumen, ini dikarenakan banyaknya promo yang ditawarkan seperti foto gratis pada saat *launching* perdana Alvin Photography Semarang, setelah itu mengadakan diskon 50% untuk memperkenalkan kepada masyarakat sekitar. Untuk lebih mengembangkan usahanya, saat ini Alvin Photography bekerja sama dengan beberapa perusahaan seperti *Eva Bridal*, *Hayfa Skin Care*, *Black Code Tailor*, dan *Mahkota Wedding Organizer*.

#### 2.1.5 Spesifikasi Perusahaan

Alvin Photography adalah sebuah jasa layanan fotografi yang didirikan untuk membantu mengabadikan *moment-moment* penting masyarakat melalui berbagai macam keunggulan dan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen.

a. Produk

Beberapa koleksi foto yang dihasilkan antara lain :



Gambar 2.3 : Sampel foto *baby* Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography



Gambar 2.4 : Sampel foto *Pre Wedding* Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography



Gambar 2.5 : Sampel album foto *Wedding Alvin Photography*

Sumber : Dokumentasi Faris Kurnia Rahman

b. Harga :

Berikut merupakan biaya pemotretan di Alvin Photography Semarang:

***Pre Wedding Outdoor***

Tabel 2.1 : Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<b><i>Silver</i></b>	<b><i>Gold</i></b>	<b><i>Platinum</i></b>
5.500. 000	9.500. 000	16. 000. 000
<i>2 Photo Location</i>	<i>3 Photo Location</i>	<i>Photo by Alvin Fauzie</i>
<i>Make up and hair do</i>	<i>Make up and hair do</i>	<i>4 Photo Location</i>
<i>1 Photo with frame 16R</i>	<i>1 Costume</i>	<i>Make up and hair do</i>
<i>1 Book 8RS-20 pages</i>	<i>2 Photo with frame 16R</i>	<i>1 Costume</i>
<i>20 Edited Photos</i>	<i>1 Magazine 30 pages</i>	<i>3 Photo with frame 16R</i>
<i>20 Files on DVD</i>	<i>30 Edited Photos</i>	<i>1 Magazine 40 pages - custom box</i>
	<i>All files on flashdisk</i>	<i>50 Edited Photos</i>
		<i>All files on flashdisk</i>

***Pre Wedding Indoor***

Tabel 2.2 : Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<b><i>Silver</i></b>	<b><i>Gold</i></b>
2.000. 000	4.500. 000
<i>3 hours photo shoot</i>	<i>3 hours photo shot</i>
<i>Make up and hair do</i>	<i>Make up and hair do</i>
<i>1 Photo with frame 16R</i>	<i>Costume</i>
<i>10 Edited Photos</i>	<i>1 Photo with frame 16R</i>
<i>10 Files on DVD</i>	<i>1 album 8RS-20 pages</i>
	<i>20 Edited Photos</i>
	<i>All files on DVD</i>

***Pre Wedding Clip***

Tabel 2.3 : Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<b><i>Silver</i></b>	<b><i>Gold</i></b>
5.000. 000	8.000. 000
<i>Behind the scene video of Pre wedding photoshoot</i>	<i>Cinematic Pre wedding clip</i>
<i>1 Day shooting</i>	<i>1 Day shooting</i>
<i>1 HDSLR camera</i>	<i>2 HDSLR camera</i>
<i>5+ minutes Pre wedding clip</i>	<i>5+ minutes Pre wedding clip</i>
<i>Files on DVD</i>	<i>Files on Flashdisk</i>

### **Wedding Candid**

Tabel 2.4 : Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<b>Silver</b>	<b>Gold</b>	<b>Platinum</b>
7.250. 000	12.500. 000	18. 500. 000
<i>Candid and documentation</i>	<i>Candid and documentation</i>	<i>Photo by Alvin Fauzie</i>
<i>1 Day photo shoot</i>	<i>2 Day photo shoot</i>	<i>Candid and documentation</i>
<i>2 Photographers</i>	<i>2 Photographers</i>	<i>2 Day photo shoot</i>
<i>2 Album 10R-20 pages</i>	<i>Coffe Table Album -2 book 10R – 20 pages -1 book 4R – 20 pages</i>	<i>3 Photographers</i>
<i>20 Edited Photos</i>	<i>1 Photo with frame 20 R</i>	<i>2 Magazine 30 x 40 cm 60 page custom box</i>
<i>All files on DVD</i>	<i>All files on flashdisk</i>	<i>2 Photo with frame 20 R</i>
		<i>All files on flashdisk</i>

### **Wedding Clip**

Tabel 2.5 : Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<b>Silver</b>	<b>Gold</b>	<b>Platinum</b>
7.250. 000	14.000. 000	19. 500. 000
<i>2 HDSLR camera</i>	<i>3 HDSLR Camera</i>	<i>3 HDSLR Camera</i>
<i>1 Day documentation</i>	<i>2 Days documentation</i>	<i>2 Days documentation</i>
<i>5+ minutes wedding clip</i>	<i>5+ minutes wedding clip</i>	<i>5+ minutes wedding clip</i>
<i>Files on DVD</i>	<i>30+ minutes video documentation</i>	<i>30+ minutes video documentation</i>
	<i>File on Flashdisk</i>	<i>15 second wedding clip</i>
		<i>Same day edit</i>
		<i>Behind the scene of Pre</i>

		wedding
		files on flashdisk

## Paket Foto Studio Alvin Photography

### *Personal dan Grup*

Tabel 2.6 : Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<i>Personal</i>	<i>Grup</i>
200.000	300.000
<i>1 person</i>	<i>2-10 person</i>
<i>5 Edited photos 4R</i>	<i>5 Edited photos 4R</i>
<i>CD of edited photos</i>	<i>CD of edited photos</i>

### *Graduation and Family*

Tabel 2.7: Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<i>Regular</i>	<i>Exclusive 1</i>	<i>Exclusive 2</i>
350.000	550.000	700.000
<i>Max 10 persons</i>	<i>Max 10 persons</i>	<i>Max 10 persons</i>
<i>5 Edited photos 4R</i>	<i>5 Edited photos 4R</i>	<i>5 Edited photos 4R</i>
<i>CD of edited photos</i>	<i>1 Photo with minimalis frame 12RS</i>	<i>1 Photo with minimalis frame 16RS</i>
	<i>CD of edited photos</i>	<i>CD of edited photos</i>

### *Maternity and Baby*

Tabel 2.8 : Daftar Harga Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

<i>Regular</i>	<i>Scrapbook Package</i>
400.000	700.000
<i>5 Edited photos 4R</i>	<i>5 Edited photos 4R</i>
<i>CD of edited photos</i>	<i>Scrapbook frame 30x30cm</i>
	<i>CD of edited photos</i>

### *c. Advertisement*

*Advertisement* yang dipakai oleh Alvin Photography Semarang masih berupa promosi lini bawah (*below the line*), dengan menggunakan media cetak seperti *leaflet*.

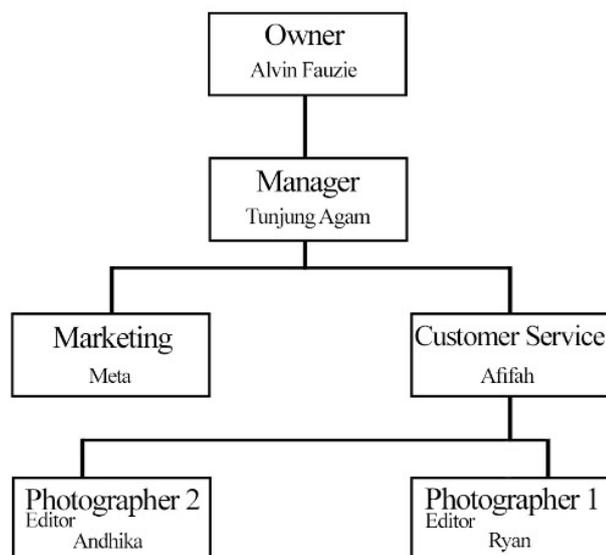


Gambar 2.6 : Contoh media iklan Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

#### d. Struktur Organisasi

Alvin Photography Semarang memiliki struktur organisasi yang di tiap jabatannya memiliki tugasnya masing-masing.



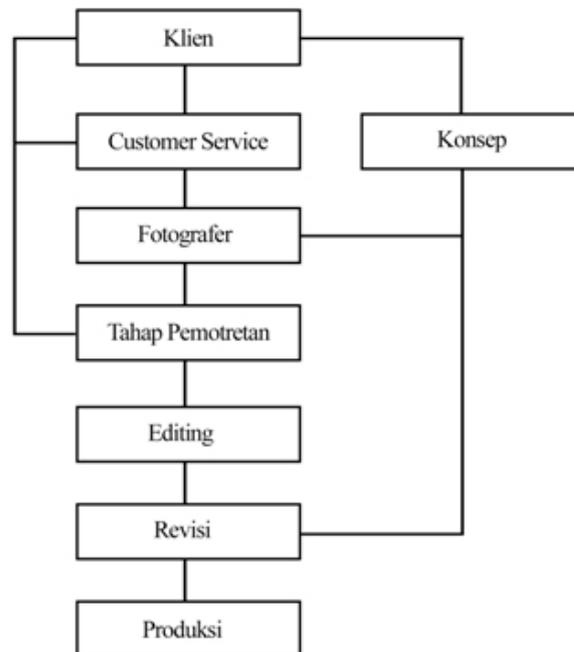
Gambar 2.7 : Struktur Organisasi Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

#### e. Proses (*Process*)

Merupakan tahapan kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan yang diberikan kepada setiap klien yang datang. Sistem pelayanan yang diterapkan Alvin photography sangat berurutan, *customer service* menerima klien dan mengatur jadwal untuk sesi pemotretan, setelah sepakat dengan hari pemotretan, kemudian klien menentukan konsep yang diinginkan. Pada hari pemotretan, fotografer bekerja maksimal memotret klien untuk hasil yang diinginkan. Setelah pemotretan selesai, klien bebas memilih foto mana yang nantinya akan di cetak, selanjutnya *editor* yang akan mengedit setiap foto pilihan klien. Foto yang sudah selesai di edit kemudian dikirm ke klien melalui email untuk tahap revisi, apabila tidak ada revisi dari klien berarti foto sudah siap di cetak. Setelah proses produksi selesai *customer service* akan memberitahu klien bahwa foto sudah siap diambil.

### Birokrasi Karya



Gambar 2.8 : Birokrasi Karya Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

#### f. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

Lingkungan fisik adalah kondisi atau keadaan yang didalamnya juga termasuk fasilitas dan sarana pemotretan.



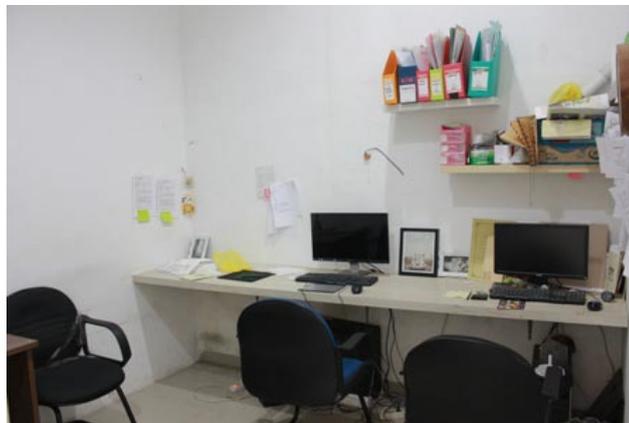
Gambar 2.9 : Studio Alvin Photography

Sumber : Dokumentasi Faris Kurnia Rahman



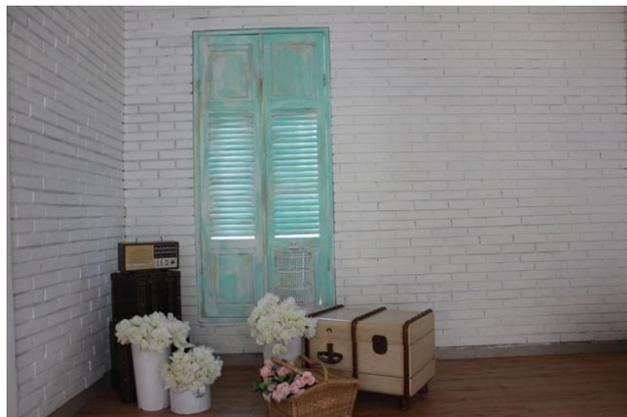
Gambar 2.10 : Ruang *customer service*

Sumber : Dokumentasi Faris Kurnia Rahman



Gambar 2.11 : Ruang *editor* Alvin Photography

Sumber : Dokumentasi Faris Kurnia Rahman



Gambar 2.12 : *Background* Studio Alvin Photography

Sumber : Dokumentasi Faris Kurnia Rahman



Gambar 2.13 : *Background* Studio Alvin Photography

Sumber : Dokumentasi faris Kurnia Rahman



Gambar 2.14 : *Background* Studio Alvin Photography

Sumber : Dokumentasi faris Kurnia Rahman



Gambar 2.15 : *Background* Studio Alvin Photography

Sumber : Dokumentasi faris Kurnia Rahman

#### 2.1.6 *Unique Selling Point (USP)*

Menyediakan pelayanan yang maksimal berdasarkan kebutuhan konsumen, Bertujuan membantu dalam mengabadikan *momentum* penting masyarakat. Alvin Photography memberikan pelayanan yang berbeda dibandingkan dengan studio foto lainnya yaitu konsep *vintage* yang ditawarkan, konsep ini memiliki keunggulan yaitu warna yang *soft* dan gambar yang tajam. Selain itu Alvin Photography juga mengadakan program diskon untuk menarik minat konsumen.

#### 2.1.7 *Product Positioning*

Alvin Photography memposisikan sebagai perusahaan jasa layanan fotografi yang *exclusive* karena menyediakan pelayanan kelas atas dengan standar kualitas tinggi yang mampu melayani berbagai jenis fotografi mulai dari kalangan menengah hingga kalangan atas.

## 2.2 Analisis Permasalahan

### 2.2.1 Media Iklan Saat Ini

Selain di tempatkan di studio Alvin Photography, media cetak *leaflet* juga di tempatkan di beberapa perusahaan mitra kerja yaitu Hayfa *Beauty skincare*, Mahkota *Wedding Organizer* dan *Black Code Tailor* untuk menjaring konsumen. Tapi media iklan Alvin Photography di tempat tersebut berjumlah sedikit dan kurang efektif karena hanya menggunakan *leaflet* tanpa ada media pendukung lainnya. ini yang mengakibatkan media iklan Alvin Photography kurang memenuhi pasar secara keseluruhan.

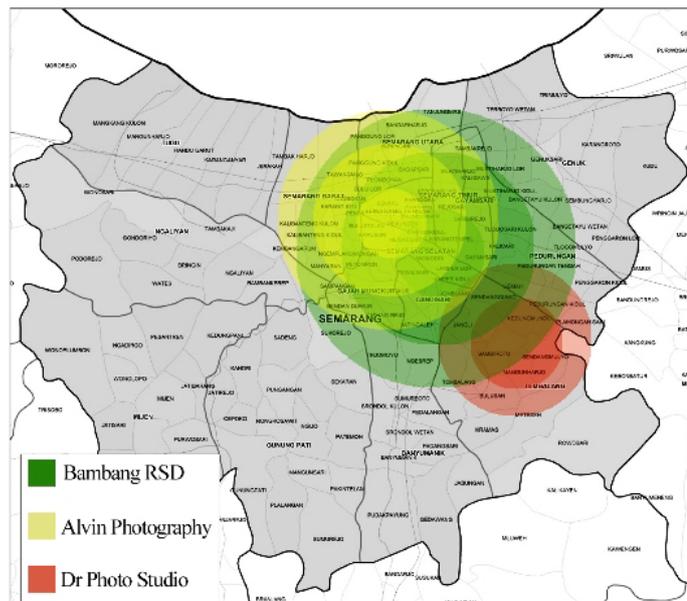
### 2.2.2 Market Positioning

#### 1. Omzet

Pendapatan atau *omzet* perusahaan untuk saat ini berada di kisaran Rp.100.000.000 hingga Rp.120.000.000 tiap bulan nya. Jumlah ini sedikit mengalami penurunan dibandingkan bulan-bulan sebelumnya dikarenakan semakin banyaknya jasa layanan fotografi yang bermunculan akhir-akhir ini, ditambah lagi kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan. Untuk *income* perusahaan, kebanyakan dari pelanggan Alvin Photography adalah konsumen *loyal* yang puas atas jasa pelayanannya.

#### 2. Jangkauan Layanan Konsumen

Secara umum perusahaan ini menjangkau masyarakat yang sadar akan pentingnya mengabadikan *moment* penting mereka. Melalui *survey* yang telah dilakukan, Alvin Photography telah menjangkau daerah Semarang timur hingga menuju pusat kota dimana daerah tersebut merupakan *range* titik bertemunya Alvin Photography dengan kompetitor lainnya di Kota Semarang.

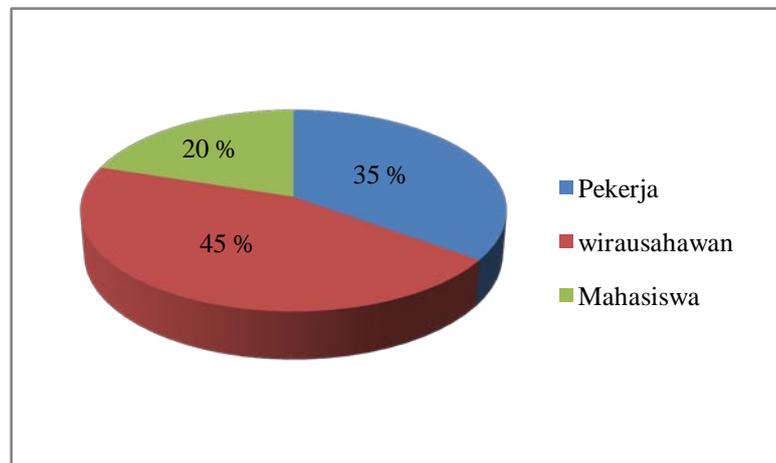


Gambar 2.16 : Peta jangkauan produk Alvin Photography dengan kompetitor

Sumber : *Survey* faris Kurnia Rahman

### 3. Konsumen

Berdasarkan *survey* yang dilakukan dengan pihak manajemen, sebagian besar konsumen yang memanfaatkan jasa layanan Alvin Photography adalah pekerja dan wirausaha untuk foto *pre wedding* dan *wedding*, selebihnya adalah Mahasiswa yang berdomisili di Kota Semarang.



Gambar 2.17 : Diagram konsumen Alvin Photography

Sumber : Alvin Photography

#### 4. *Corporate Image*

Alvin Photography merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa layanan fotografi, saat ini Alvin Photography memiliki keunggulan tersendiri dimata masyarakat dibandingkan dengan kompetitornya yaitu konsep *vintage* yang ditawarkan, selain itu tempat yang luas dan nyaman menjadikan studio ini favorit dikalangan masyarakat Semarang. Pilihan beragam *background* foto studio juga menjadi nilai tambah. Seiring dengan berkembangnya perusahaan, *image* yang berkembang di masyarakat adalah Alvin Photography sebagai jasa layanan fotografi yang cukup *exclusive* namun perusahaan ini masih kurang dalam hal kontinuitas visual pada setiap kegiatan promosinya.

#### 2.2.3 *Potensial Market*

##### Target Pengembangan Pasar

Target dari perusahaan jasa layanan fotografi adalah masyarakat umum kelas menengah atas, kedepannya perusahaan ini akan memfokuskan pada masyarakat sekitar Kota Semarang seperti Kudus, Jepara, Pekalongan, dan Kota sekitarnya.

##### 1. *Market Segmentation*

###### a) Segmentasi Berdasarkan Segi Geografi

Segmentasi pasar Alvin Photography berdasarkan segi geografi yaitu masyarakat Kota Semarang dan Kota-kota sekitarnya.

###### b) Segmentasi Berdasarkan Segi Demografi

Berikut segmentasi pasar Alvin Photography berdasarkan segi demografi.

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan.

Umur : Remaja – Dewasa (18 – 50 tahun).

Pekerjaan : Mahasiswa, Pekerja, dan wirausahawan.

Ekonomi : Menengah atas.

c) Segmentasi Berdasarkan Segi Psikografis.

Secara psikologi, umumnya segmentasi pasar Alvin Photography adalah masyarakat yang sadar akan pentingnya mengabadikan *moment-moment* penting mereka kedalam sebuah bingkai atau album foto. Pada khususnya Alvin Photography akan menjangkau masyarakat yang cinta akan seni fotografi.

## 2.3 Data Kompetitor

### 2.3.1 Doctor Photo Studio



Gambar 2.18 : Logo Doctor Photography Studio

Sumber : Doctor Photography Studio

#### a. Data Perusahaan

Salah satu kompetitor Alvin Photography adalah Doctor Photo Studio, beralamat di jalan Fatmawati 137 kav 3A Semarang Timur, Kota Semarang. Merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan fotografi yang sudah berdiri sejak tahun 2010. Riska Firmansyah pemilik sekaligus pendiri Doctor Photo Studio mengaku mengawali kariernya sebagai fotografer karena kecintaannya dengan dunia fotografi. Studio foto ini mampu memberikan pelayanan pemotretan di dalam air (*underwater*) ditambah lagi dengan harga yang *relative* lebih murah dibandingkan kompetitornya.

### b. Market Segmentation

Untuk menjangkau target utama mereka yaitu pekerja dan wirausahawan, Doctor Photo Studio lebih sering menggunakan media sosial *Instagram*.

### c. Promosi Perusahaan

Hingga saat ini Doctor Photo Studio memanfaatkan media sosial (*instagram*), dalam mempromosikan perusahaanya.



Gambar 2.19 : Media sosial *instagram* Doctor Photography Studio

Sumber : Media sosial *Instagram*

### d. Data produk / Pelayanan

Harga paket pelayanan yang ditawarkan Doctor Photo Studio :

#### *Pre Wedding dan Wedding Package*

Tabel 2.9: Daftar harga Doctor Photo Studio

Sumber : Doctor Photo Studio

<i>Pre Wedding Package</i>	<i>Wedding Package</i>
4.500. 000	4.500. 000
<i>2 Day session</i>	<i>1 Exclusive wedding 20x30 cm</i>

	<i>10 sheet 20 pages</i>
<i>1 Album 20x30 cm 10 sheet 20 pages</i>	<i>1 family photo album 20x30 cm 10 sheet 20 pages</i>
<i>1 Print Photo 60x90 cm + frame</i>	<i>1 print photo 60x90cm + frame</i>
<i>All soft file high resolution</i>	<i>2 Photographer 1 crew</i>
<i>2 Photographer 1 crew</i>	<i>All soft file high resolution</i>

### 2.3.2. Bambang RSD Photography



Gambar 2.20 : Bambang RSD Photography

Sumber : [www.tribunjateng.com](http://www.tribunjateng.com)

#### a. Data Perusahaan

Kompetitor lainnya adalah Bambang RSD Photography, warna kontras ditambah dengan ketajaman gambar yang bagus menjadi ciri khas dari Bambang RSD photography. Bambang selaku pemilik mengawali kariernya sebagai seorang wartawan dari koran suara merdeka, sebelum akhirnya terjun ke fotografi komersial. 15 tahun menekuni bidang fotografi *fashion* dan fokus ke *wedding* fotografi menjadikan nama nya di kenal sebagai fotografer profesional dikalangan fotografer Semarang. Selain itu Bambang RSD juga menjalin kerja sama dengan

vendor majalah ternama seperti *Trend*, Olga serta menjalin relasi dengan Agensi Model Elmosta untuk mempromosikan usahanya.

b. *Market Segmentation*

Karena perusahaan ini sudah lama berdiri dan dikenal oleh banyak orang, terutama para wirausahawan dan pejabat kelas menengah atas, mereka mempercayakan jasa fotografinya kepada Bambang RSD photography karena percaya akan reputasi dan pengalaman beliau yang sudah lama terjun ke dunia fotografi.

c. Promosi

Selain menjalin kerja sama dengan beberapa *vendor* majalah ternama, Bambang RSD Photography juga menggunakan media sosial dan seringkali mengadakan *workshop* dan seminar untuk promosi.



Bakti Pendidikan  
**DJARUM foundation**

Gambar 2.21 : *Workshop* Bambang RSD Photography

Sumber : Bambang RSD Photography

#### d. Data Produk / Pelayanan

##### *Pre Wedding*

Tabel 2.10: Daftar harga Bambang RSD Photography

Sumber : Bambang RSD photography

<b><i>Reguler</i></b>	<b><i>Premium</i></b>
8.000.000	12.500.000
<i>1 Day session</i>	<i>2 Day session</i>
<i>1 Album magazine 10 sheet 20 pages</i>	<i>1 Exclusive album magazine 10 sheet 20 pages</i>
<i>1 Print Photo 60x90 cm + frame</i>	<i>1 print photo 60x90cm + frame</i>
<i>1 Photographer 1 crew</i>	<i>2 Photographer 1 crew</i>
<i>All file high resolution</i>	<i>All soft file high resolution</i>

### **Wedding**

Tabel 2.11: Daftar harga pelayanan Bambang RSD Photography

Sumber : Bambang RSD photography

<b><i>Reguler</i></b>	<b><i>Premium</i></b>
19.500. 000	25.500. 000
<i>1 Album wedding 10 sheet 20 pages</i>	<i>1 Exclusive wedding 10 sheet 20 pages</i>
<i>1 familiy photo album 10 sheet 20 pages</i>	<i>2 familiy photo album 10 sheet 20 pages</i>
<i>1 print photo + frame</i>	<i>2 print photo + frame</i>
<i>2 Photographer 1 crew</i>	<i>3 Photographer 1 crew</i>
<i>All soft file high resolution</i>	<i>All soft file high resolution</i>

## 2.4 Analisa SWOT

Untuk menentukan strategi apa yang akan digunakan untuk mempromosikan Alvin Photography, perlu dilakukan penelitian seputar kelebihan dan kekurangan nya. Berikut adalah penelitian seputar Alvin Photography.

### 2.4.1. *Strength*

1. Mempunyai konsep fotografi yang memiliki ciri khas.
2. Nama besar Alvin Photography yang ada di studio kota Jogjakarta.
3. Mempunyai beragam *background* studio foto.

### 2.4.2. *Weakness*

1. Lokasi studio yang masih mengontrak.

Sampai saat ini lokasi studio Alvin photography Semarang masih mengontrak.

2. Proses produksi yang cukup lama.

Ini dikarenakan banyaknya foto yang harus dipilih dan di edit kemudian masuk ke tahapan cetak yang juga memerlukan waktu yang cukup lama.

#### 2.4.3. *Opportunity*

1. Meningkatnya permintaan jasa layanan fotografi.

Permintaan akan penggunaan jasa layanan fotografi di masyarakat semakin meningkat.

2. Perkembangan Teknologi.

Di era *modern* seperti sekarang ini, mengikuti perkembangan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi sudah menjadi hal yang biasa.

#### 2.4.4. *Threats*

1. Kompetitor semakin menjamur

Seiring meningkatnya kebutuhan akan pemotretan, membuat jasa layanan fotografi semakin menjamur.

2. Strategi pasar kompetitor

Kompetitor yang sudah lama berdiri membuat masyarakat lebih mengerti dan mengenal, selain itu kompetitor juga bekerja sama dengan *vendor* ternama yang mempunyai jaringan lebih luas.

## 2.4.5 Matrix SWOT

Tabel 2.12 Matrix SWOT

Sumber : data primer

<b>Alvin Photography Semarang</b>	<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>THREATS</b>
	<p>1. Meningkatnya permintaan akan penggunaan jasa layanan fotografi di masyarakat.</p> <p>2. Perkembangan teknologi. Mengikuti perkembangan teknologi sudah menjadi hal yang biasa</p>	<p>1. Kompetitor semakin menjamur.</p> <p>2. Strategi pasar Kompetitor. Kompetitor yang sudah lama berdiri membuat masyarakat lebih mengerti dan mengenal.</p>
<b>STRENGTHS</b>	<b>S-O STRATEGIES</b>	<b>S-T STRATEGIES</b>
<p>1. Mempunyai konsep foto yang memiliki ciri khas.</p> <p>2. Nama besar Alvin Photography di cabang kota Jogjakarta</p> <p>3. Mempunyai beragam <i>background</i> foto studio.</p>	<p>Merancang iklan dengan menampilkan keunggulan <i>background</i> studio Alvin Photography agar memiliki ciri khas di tengah meningkatnya permintaan masyarakat akan jasa layanan fotografi. (S3 , O1)</p>	<p>Merancang iklan dengan menampilkan konsep fotografi ciri khas Alvin Photography agar menjadi pembeda dan keunggulan ditengah menjamurnya usaha jasa layanan fotografi. (S1,T1)</p>
<b>WEAKNESS</b>	<b>W-O STRATEGIES</b>	<b>W-T STRATEGIES</b>
<p>1. Lokasi yang masih mengontrak.</p> <p>2. Proses produksi cukup lama.</p>	<p>Lokasi perusahaan yang masih mengontrak bisa diatasi dengan perkembangan teknologi yang ada. Semisal penggunaan <i>gadget</i> untuk mencari letak posisi perusahaan tersebut. (W1,O2)</p>	<p>Merancang iklan dengan pemilihan media promosi yang tepat dan sesuai target <i>audience</i> agar dapat memperkenalkan Alvin Photography kepada masyarakat Kota Semarang dan Kota sekitarnya. (W3,T1)</p>

#### 2.4.6 Analisis Kesimpulan

Berdasarkan hasil matriks SWOT, diperoleh beberapa strategi yang paling mungkin dilakukan adalah strategi *Strength - Threat* (S1,T1), yaitu Merancang iklan dengan menampilkan konsep fotografi ciri khas Alvin Photography agar dapat membuat perbedaan dan keunggulan ditengah menjamurnya usaha jasa layanan fotografi. Dan juga strategi *Weakness – Threat* (W3,T1), merancang iklan dengan pemilihan media promosi yang tepat dan sesuai target *audience* agar dapat memperkuat dan memperluas pasar Alvin Photography di Kota Semarang dan Kota sekitarnya bahwa jasa layanan fotografi ini mempunyai ciri khas yang kuat yaitu konsep fotografi *vintage* yang ditawarkan.