



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

Analisis Strategi Bersaing Bisnis Jasa Fotografi
Je Carshoot

Skripsi

Oleh

Ezra Prasetya

6082001059

Pembimbing

Shelvi, S.AB.,M.M.

Bandung

2024



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Strategi Bersaing Bisnis Jasa Fotografi
*Je Carshoot***

Skripsi

Oleh

Ezra Prasetya

6082001059

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ezra Prasetya
Nomor Pokok : 6082001059
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Jasa Fotografi

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 11 Juli 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

: 

Sekretaris

Shelvi, S.AB., M.M.

: 

Anggota

Roni Tua, S.IP., M.T.

: 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

: 

Dr. Orpha Jane

DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Ezra Prasetya
Nomor Pokok Mahasiswa : 6082001059
Program Studi : Administrasi Bisnis
Pembimbing : Shelvi, S.AB.,M.M. (20150075) Pembimbing Tunggal
Hari dan tanggal ujian skripsi : Kamis, 11 Juli 2024
Judul (Bahasa Indonesia) : Analisis Strategi Bersaing Je Carshoot
Judul (Bahasa Inggris) : Competitive Strategy Analysis Je Carshoot

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case)

Judul (Bahasa Indonesia) terlalu singkat. (bisnis jasa fotografi)

Judul (Bahasa Inggris)

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :
cara menunjukan mana bahasan yang dari hasil wawancara.
Abstrak tambahkan latar belakang penelitiannya,

3. Perbaiki di Bab 1 tambahkan data2 penjualan untuk menunjukan eksistensi bisnis ini bagus.

4. Perbaiki di Bab 2

5. Perbaiki di Bab 3 Pembahasan diperdalam. setiap framework yang digunakan/dibahas.

6. Perbaiki di Bab 4

7. Perbaiki di Bab 5

Bandung, 13 April 2024

Ketua Program Studi,

kaprodi_jab.fisip@unpar.ac.id
7/11/2024 14:16:46

Adrianus Tirta, S.E., M.M

Penguji,

gandhi_p@unpar.ac.id
7/11/2024 14:41:15

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

Penguji (Pembimbing),

shelvi@unpar.ac.id
7/11/2024 14:03:49

Shelvi, S.AB.,M.M.

Penguji,

roni.tua@unpar.ac.id
7/12/2024 20:25:34

Roni Tua, S.IP., M.T.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ezra Prasetya
NPM : 6082001059
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Jasa Fotografi *Je Carshoot*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 18 Juni 2024



Ezra Prasetya

ABSTRAK

Nama : Ezra Prasetya
NPM : 6082001059
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Jasa Fotografi *Je Carshoot*

Dari 2022 hingga 2024, fotografi di Bandung mencakup wisuda, pernikahan, ulang tahun, olahraga, acara, dan komersial. Meskipun Jakarta lebih terkenal dengan mobil besar, motor kecil, mobil sport, klasik, dan modifikasi, fotografi mobil di Bandung lebih fokus pada motor kecil dan besar, dengan mobil baru mulai populer. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan jasa fotografi otomotif di Bandung, khususnya pada perusahaan Je Carshoot. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, di mana data diperoleh melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital secara signifikan meningkatkan penjualan Je Carshoot. Penggunaan media sosial, terutama Instagram, memungkinkan Je Carshoot untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Konten visual yang menarik dan interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan *engagement* dan loyalitas pelanggan. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer* dan komunitas otomotif membantu meningkatkan visibilitas dan kredibilitas Je Carshoot di pasar otomotif Bandung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran digital adalah alat yang efektif untuk meningkatkan penjualan dalam industri fotografi otomotif. Rekomendasi diberikan kepada Je Carshoot untuk terus mengoptimalkan penggunaan media sosial, meningkatkan kualitas konten, dan memperluas jaringan kolaborasi dengan komunitas otomotif dan *influencer* untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan penjualan.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Penjualan, Fotografi Otomotif, Media Sosial

ABSTRACT

Name : Ezra Prasetya
Student ID : 6082001059
Title : *Competitive Strategy Analysis Photography Services Business Je Carshoot*

Photographic trends in Bandung from 2022 to 2024 include weddings, portraits, olahraga, events, and commercials. While Jakarta is more associated with large, compact, sport, and customized cars, Bandung's mobile photography scene is more focused on small and compact cars, with newer models becoming more and more popular. This study examines how digital marketing strategies can enhance the sales of automotive photography services in Bandung, specifically for the company Je Carshoot. The research method used is descriptive qualitative, where data were obtained through interviews. The research findings indicate that digital marketing strategies significantly boost Je Carshoot's sales. The use of social media, particularly Instagram, allows Je Carshoot to reach a wider audience and build stronger relationships with customers. Engaging and interactive visual content has proven effective in increasing customer engagement and loyalty. Additionally, collaborations with influencers and automotive communities help enhance Je Carshoot's visibility and credibility in the Bandung automotive market. The study concludes that digital marketing strategies are effective tools for increasing sales in the automotive photography industry. Recommendations for Je Carshoot include continuously optimizing the use of social media, improving content quality, and expanding collaboration networks with automotive communities and influencers to sustain and boost sales growth.

Keywords: Business Strategy, Sales, Automotive Photography, Social Media

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5. Objek Penelitian	7
1.5.1. Profil Perusahaan	7
1.5.2. Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	8
1.5.3. Struktur Organisasi	9
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	10
2.1. Strategi	10
2.1.1. Komponen Strategi.....	11
2.1.2. Tingkatan Strategi	12
2.1.3. Jenis Strategi	13
2.2. Strategi Bersaing	15
2.2.1 Strategi Generik	16
2.2.2 Strategi Generik Modifikasi	19
2.3 Manajemen Strategi	20
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi	20
2.3.2 Tahapan Manajemen Strategi.....	21
2.4 Analisis Lingkungan Internal	22
2.4.1 Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>)	26
2.4.2 Analisis SWOT	27
2.4.3 Matriks SWOT	28
2.5 Analisis Lingkungan Eksternal	30

2.5.1 PESTLE	30
2.5.2 Five Forces	31
2.6 Metode Penelitian.....	34
2.6.1 Jenis Penelitian.....	34
2.6.2 Metode Penelitian.....	35
2.6.3 Operasionalisasi Variabel.....	35
2.7 Prosedur Pengumpulan dan Teknik Analisis Data.....	49
2.7.1 Teknik Observasi	49
2.7.2 Teknik Wawancara.....	50
BAB 3 HASIL DAN TEMUAN	51
3.1 Hasil Pembahasan	51
3.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal	51
3.1.2 Analisis Lingkungan Internal	61
3.1.3 Analisis Internal dan Eksternal	69
3.1.4 Strategi Generik yang digunakan Perusahaan.....	77
3.1.5 Rencana Strategi.....	77
BAB 4 PENUTUPAN	82
4.1 Kesimpulan	82
4.2 Rekomendasi	83
4.3 Implikasi.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjelasan Harga Paket	2
Tabel 1.2 Biaya Tambahan.....	3
Tabel 1.3 Pesaing Je Carshoot.....	5
Tabel 1.4 Transaksi Penjualan Je Carshoot.....	6
Tabel 2.1 Matriks SWOT	28
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
Tabel 3.1 Hasil Analisis SWOT	69
Tabel 3.2 Hasil Analisis Matriks SWOT.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi	8
Gambar 3.1 Value Chain Analysis Model.....	61

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan lancar tanpa kekurangan suatu hal apapun. Laporan ini merupakan tugas individu dari Mata Kuliah Skripsi di Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan, baik dosen Mata Kuliah Skripsi yaitu Ibu Shelvi, teman-teman yang support, dan semua pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Dengan dibuatnya laporan ini, penulis berharap bahwa para pembaca dapat mengambil amanah, serta menginspirasi dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

Terlepas dari semua hal tersebut, penulis sadar bahwa laporan yang dibuat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis meminta maaf apabila ada kesalahan ataupun hal yang kurang berkenan dan dengan rendah hati mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan ini sebagai pembelajaran saya kedepannya agar membuat laporan ini menjadi lebih baik. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih karena telah meluangkan waktu untuk membaca makalah ini.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyak fenomena yang terjadi di zaman sekarang, mulai dari kemajuan fotografi, yang pada awalnya hanya digunakan untuk mendokumentasikan peristiwa, hingga menjadi gaya hidup. Perkembangan fotografi di Bandung di tahun 2022 hingga 2024 memiliki banyak kategori, seperti otomotif, wisuda, pernikahan, ulang tahun, olahraga, acara, dan komersial. Fotografi Bandung di bidang otomotif mulai aktif dan ramai setelah pandemi berakhir sedangkan Jakarta sudah lebih dikenal dan *di gandrungi* dibanding Bandung. Objek foto otomotif yang ada di Jakarta mulai dari motor besar, motor kecil, mobil *sport*, mobil klasik, dan mobil modifikasi sementara di Kota Bandung masih didominasi oleh motor kecil dan motor besar. Objek foto dengan jenis mobil, baru mulai ramai di pasar sekarang. Berdasarkan data yang telah didapatkan ternyata menunjukkan *trend* dimana Jakarta lebih banyak peminat dibandingkan di Bandung (Azhari 2022).

Dilansir dari berita untuk fotografer yang ada di Bandung tepatnya berada di daerah Asia Afrika dan Braga dapat merogoh kocek hingga 2 juta per hari dimana mereka menargetkan wisatawan yang ingin mendokumentasikan kenangan mereka di Bandung. Komunitas fotografer yang ada di Bandung bermula dari kelompok hingga menjadi komunitas yang disebut Cikapundung River Spot (CRS).

Salah satu usaha yang sedang berkembang di ranah ini adalah Je Carshoot yaitu usaha jasa yang bergerak dalam bidang fotografi otomotif dan lebih tertuju kepada mobil dimana Je Carshoot memiliki pasar yang cukup besar juga di Jakarta. Usaha ini berdiri dari tahun lalu yaitu 2023 dengan memiliki pasar awal berada di daerah Jakarta dan melakukan ekspansi ke daerah Bandung. Cikal bakal Je Carshoot didirikan oleh Jerry karena diminta untuk mengabadikan foto mobil rekannya dan akhirnya tetap berlanjut hingga saat ini. Dalam pemasarannya Je Carshoot memiliki 4 paket foto yaitu *silver*, *gold*, *platinum*, dan *titanium*, paket penjualan ini dibedakan berdasarkan jumlah banyaknya foto yang diambil dan tambahan seperti video *instagram* atau foto yang sudah di *edit*.

Tabel 1.1 Penjelasan Harga Paket

Paket Penjualan	Harga
Paket Silver	Rp 600.000
20 foto diam yang di <i>edit</i>	
Paket Gold	Rp 750.000
15 - 20 foto berjalan sudah di <i>edit</i>	
Paket Platinum	Rp 950.000
30 foto diam dan 15 - 20 foto berjalan yang sudah di <i>edit</i>	
Paket Titanium	Rp 1.600.000
30 foto diam, 15 - 20 foto berjalan, video berjalan, <i>reels</i> video, foto kolase	

Sumber : Instagram

Berdasarkan data paket yang ditawarkan, penjualan kepada konsumen lebih difokuskan ke paket silver. Paket silver akan menjadi sasaran dalam penjualan karena untuk pengerjaan paket tersebut memakan waktu yang cepat. Paket silver adalah paket yang memiliki harga terjangkau untuk semua kalangan sehingga diminati oleh konsumen. Untuk paket selain Silver biasanya konsumen langsung mengambil paket Titanium karena mereka akan mendapatkan semua layanan yang ada di Je Carshoot. Jika konsumen mengambil paket silver tetapi ingin mendapatkan tambahan lain seperti foto kolase atau foto berjalan yang ada di paket lainnya, mereka dapat membayar biaya tambahan setiap tambahan yang mereka inginkan.

Tabel 1.2 Biaya Tambahan

Additonal	Harga
<i>Photo Collage</i>	Rp 50.000
<i>Car Additional</i>	Rp 150.000
<i>Rolling Video (30 – 40 secs)</i>	Rp 300.000
<i>+ 10 Edited Photos</i>	Rp 300.000
<i>Group Shot (10 photos)</i>	Rp 300.000
<i>Reels Video (30 – 40 secs)</i>	Rp 300.000
<i>Rolling Photo (15 – 20 photos)</i>	Rp 300.000
<i>Photo Watermark (/photo)</i>	Rp 5.000

Sumber : Katalog Penjualan Je Carshoot

Proses foto dilakukan mengikuti keinginan konsumen. Penentuan yang dapat dilakukan konsumen yaitu mulai dari waktu, tanggal, dan tempat. Konsumen dapat memberikan referensi mulai dari tempat yang diinginkan, seperti suasana perkotaan, desa, atau kompleks rumah. Durasi pengambilan foto yang bisa memakan waktu mulai dari 30 menit hingga 3 jam sesuai dengan paket yang diambil. Jika konsumen mengambil paket termurah yaitu silver, waktu yang diperlukan kurang lebih di 30 menit tetapi jika mengambil paket platinum yang dimana mendapatkan semua mulai dari foto dan video akan menempuh waktu kurang lebih 3 jam. Saat dilakukan proses foto konsumen dapat meminjamkan kunci untuk kendaraannya dibawa oleh fotografer ataupun ikut dalam sesi foto. Jika konsumen ikut serta dalam sesi foto, maka konsumen akan diminta oleh fotografer untuk mengikuti kemauan fotografer seperti arah kendaraan dan memindahkan kendaraan menuju lokasi yang menurut fotografer menarik.

Sesi foto akan berbeda hasilnya sesuai dengan daerah karena setiap daerah memiliki ciri khas masing – masing sehingga sulit untuk memenuhi keinginan setiap konsumen. Maka dari itu konsumen juga harus memaklumi perbedaan yang ada di setiap kota. Konsumen juga berhak memberikan referensi mulai dari tempat dan segala aspek untuk mempermudah fotografer dalam melakukan foto.

Persaingan yang ada dalam dunia fotografi otomotif dapat dinilai dari beberapa aspek salah satunya adalah hasil foto karena selera dari konsumen yang berbeda – beda. Setiap fotografer memiliki *taste* tersendiri dalam berbagai

aspek, mulai dari *angle*, *editing warna*, dan lainnya. Ada beberapa pesaing Je Carshoot yang memiliki kesamaan mulai dari domisili dan *taste*, yaitu Kentustel, Rapuyshots, Dreammoments__, Jasonhari, Flv_id, Shotsbyan_, dan Raks.lens. Pesaing ini dilihat dari masing - masing instagram dengan acuan followers dan kemiripan *taste* foto seperti Je Carshoot. Je Carshoot saat ini memiliki pengikut kurang lebih 2400 *followers*. Para pesaing Je Carshoot memiliki jumlah *followers* yang serupa.

Tabel 1.3 Pesaing Je Carshoot

Nama Pesaing	Instagram Pesaing	Jumlah Followersnya
Ken Visual	kentustel	4.876
rapuyshots	rapuyshots	710
dreammoments__	dreammoments__	508
Jason	jasonhari	3.014
Fast Lane Visuals	flv_id	631
Anwar	shotsbyan_	1.541
Raka	raks.lens	342

Sumber : Instagram

Bisnis Je Carshoot memiliki transaksi penjualan setiap minggunya, karena Je Carshoot bisa mendapatkan konsumen di daerah Bandung dan Jakarta. Berikut adalah data transaksi penjualan yang terjadi di Je Carshoot selama bulan Januari hingga April.

Tabel 1.4 Transaksi Penjualan Je Carshoot

Bulan	Jumlah Transaksi	Lokasi
Januari	17	Jakarta
Januari	3	Bandung
Februari	14	Jakarta
Februari	1	Bandung
Maret	10	Jakarta
Maret	3	Bandung
April	11	Jakarta
April	4	Bandung

Sumber : Data Penjualan Je Carshoot

1.2. Identifikasi Masalah

Seperti yang telah diuraikan diatas bahwa fotografi tentang otomotif memiliki potensi dalam meningkatkan penjualan konsumen, khususnya melalui aplikasi media sosial. Maka terdapat beberapa hal yang memicu pertanyaan terkait uraian diatas. Berikut ini pertanyaan yang harus dijawab oleh penulis pada tugas skripsi ini:

1. Apa strategi yang sudah dilakukan oleh Je Carshoot?
2. Apa strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing Je Carshoot?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian dalam menentukan strategi penjualan fotografi di bidang otomotif ini memiliki tujuan yaitu :

1. Mengetahui strategi yang sudah dilakukan oleh Je Carshoot.
2. Mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing Je Carshoot.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam menentukan penggunaan strategi apa yang tepat sesuai dengan teori dan menambah wawasan baru dalam bidang manajemen strategi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini membantu Je Carshoot dalam pengambilan keputusan yang efektif untuk mengikuti pasar, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan dan pembelajaran untuk pengembangan dalam penelitian yang akan dilakukan.

1.5. Objek Penelitian

1.5.1. Profil Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Je Carshoot

1. Nama : Je Carshoot
2. Alamat Perusahaan : Cluster La Seine blok F16/6, Jakarta
Garden City, Jakarta Timur.
3. Nama Pemilik : Jerry Julian

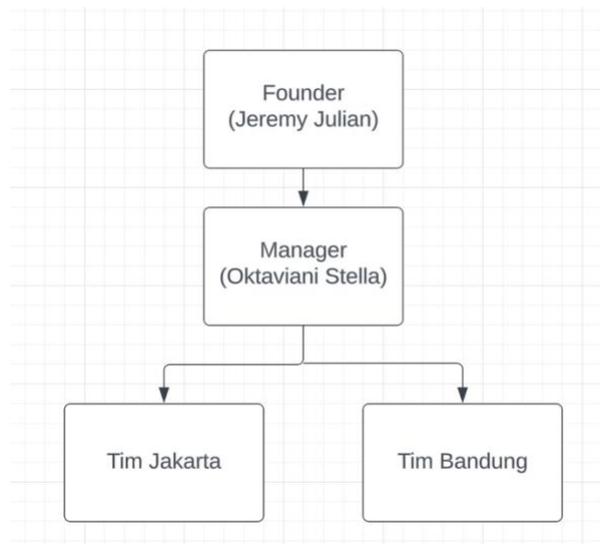
4. Tahun Berdiri : 2023

1.5.2. Sejarah Perkembangan Perusahaan

Je Carshoot diluncurkan pada tahun 2023 dan berfokus di bidang otomotif. Awal mula Je Carshoot berada di Jakarta kemudian melakukan ekspansi ke daerah Bandung. Awalnya Je Carshoot dibuat untuk membantu rekan dalam mengabadikan foto kendaraannya. Seiring waktu berjalan dan banyak peminat, maka Je Carshoot mulai menerima konsumen. Dibukanya Je Carshoot secara umum diterima dengan antusias yang baik oleh masyarakat. Je Carshoot juga membantu orang - orang dalam menambah lapangan pekerjaan baru terutama untuk fotografer *freelancer* dalam menambah portofolio mereka.

Tujuan Je Carshoot berdiri adalah untuk membantu konsumen yang ingin mengabadikan kendaraannya secara profesional untuk keperluan pribadi maupun komersial. Je Carshoot ingin memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada konsumen dalam menggunakan jasa foto agar terjadinya *repeat order*. Je Carshoot juga menerima foto kendaraan baik solo maupun group. Selain itu, Je Carshoot juga ingin menjadi tempat di mana fotografer dapat mengekspresikan cara fotografi mereka. Setiap fotografer memiliki rasa tersendiri dalam setiap pengambilan foto mereka sendiri.

1.5.3. Struktur Organisasi



Gambar 1.1 Struktur Organisasi

Struktur ini adalah bagian dari Je Carshoot. Founder atau pendiri yaitu Jeremy Julian kemudian manajer oleh Oktaviani Stella setelah itu dipecah menjadi 2 yaitu tim Bandung dan Jakarta. Tim Bandung memiliki 2 orang dan tim Jakarta memiliki 10 orang.