

UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA TOKO KLIK PHOTO

Arti Melysiani Putri¹, Ema Nurzainul Hakimah², Sigit Ratnanto³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
artimelysiani@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 05/07/2023

Tanggal Revisi : 13/07/2023

Tanggal Diterima : 17/07/2023

Abstract

The purpose of this research is to analyze strategies to improve competitiveness in the creative industry of photography. The research method used in this research is descriptive with a qualitative approach. From the research method used, the type of research is Survey. In this study, the process of collecting data using observation, interviews, and documentation methods. From the results of the discussion, it is known that Toko Klik Photo is an MSME engaged in the creative economy. The amount of highly competitive competition that exists in the creative industry, Toko Klik Photo needs to carry out a strategy to make decisions in an effort to increase competitiveness. Things that need to be considered by reading strengths, weaknesses, opportunities and threats. The strengths and opportunities possessed by Toko Klik Photo can minimize the weaknesses and threats they have. The strengths possessed at Toko Klik Photo are maintaining the quality owned and improving in the development of technology owned in order to keep up with developments in the world of photography.

Keywords: *Competitiveness, Photography Creative Business*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi upaya meningkatkan daya saing pada industri kreatif fotografi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dari metode penelitian yang digunakan maka jenis penelitian berupa Survey. Pada penelitian ini, proses mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa Toko Klik Photo merupakan UMKM yang bergerak pada ekonomi kreatif. Banyaknya persaingan yang sangat kompetitif yang ada di industri kreatif, maka Toko Klik Photo perlu melakukan strategi untuk mengambil keputusan dalam upaya meningkatkan daya saing. Hal yang perlu diperhatikan dengan membaca kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Toko Klik Photo dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dimiliki. Kekuatan yang dimiliki pada Toko Klik Photo mempertahankan pada kualitas dimiliki dan meningkatkan dalam perkembangan teknologi yang dimiliki agar dapat mengikuti perkembangan pada dunia fotografi.

Kata Kunci: *Daya Saing, Bisnis Kreatif Fotografi*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan suatu kegiatan perekonomian yang berasal dari gagasan atau ide berdasarkan kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh UMKM. Ekonomi kreatif memiliki potensi yang sangat besar karena sebagai ekonomi penggerak yang ada di Indonesia. Berdasarkan pada Kementerian perindustrian RI mencatat pada tahun 2012 menyatakan peningkatan perekonomian kreatif telah mencapai Rp. 574 triliun dan ekonomi kreatif mampu menyerap 11,8 juta lapangan pekerjaan [1].

Fotografi termasuk industri kreatif yang ada di Indonesia. Fotografi merupakan pelayanan jasa yang menawarkan produk jasa foto komersial secara langsung [2]. Perkembangan Fotografi di Indonesia mencapai 3,58% selama periode 2010-2013. Sehingga banyaknya masyarakat sangat menyukai bidang fotografer dikarenakan fotografer memiliki jam kerja sangat fleksibel. Banyaknya wadah di Indonesia untuk memproduksi fotografer seperti institusi formal maupun informal bahkan komunitas fotografi untuk menciptakan kualitas pada SDM fotografer [3].

Semakin banyaknya usaha yang ada diekonomi kreatif pada bidang industri fotografi maka semakin banyak persaingan yang sangat ketat. Sehingga para industri kreatif harus menyiapkan strategi untuk mempertahankan posisi yang ada. Salah satu ekonomi kreatif yang bergerak pada bidang industri kreatif adalah Toko Klik Photo. Toko Klik Photo berdiri pada tahun 2020. Toko Klik Photo merupakan industri fotografi yang terbilang sangat muda karena usahanya masih berjalan 1 tahun. Produk jasa yang dimiliki oleh Toko Klik Photo berupa foto wisuda, foto prewedding, foto martentiy dan lain sebagainya.

Banyaknya persaingan yang sangat kompetitif Toko Klik Photo memiliki hambatan untuk meningkatkan penjualan. Hambatan yang dimiliki oleh Toko Klik Photo adalah kurang modal bisnis yang dimiliki yang berakibat minimnya fasilitas yang dimiliki, seperti memiliki 1 spot foto, minimnya teknologi yang dimiliki, karena teknologi yang ada di bidang fotografi cenderung mahal. Toko Klik Photo memiliki kecenderungan hanya berfokus pada foto indoor saja. Sehingga banyaknya kompetitor yang mampu menyediakan foto outdoor. Selain Toko Klik Photo penyedia jasa potret juga menerima jasa cetak foto. Adapun tantangan yang dihadapi yang berupa naiknya bahan baku cetak foto serta mempertahankan kualitas cetak foto yang dimiliki untuk mempertahankan kepercayaan kepada konsumen. Dalam situasi ini Toko Klik Photo perlu membuat strategi untuk meningkatkan daya saing dengan menganalisis pasar.

Hal yang perlu dilakukan yaitu, melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk dapat meningkatkan daya saing. Sebelum melakukan penelitian, peneliti merujuk penelitian pendahulu bertujuan untuk mendapatkan informasi penelitian tentang meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian rujukan berupa : "Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreatif" dengan studi kasus UMKM di Provinsi Jawa Tengah 2007 hingga 2011. Tujuan penelitian tersebut dapat dideskripsikan sebagai berikut mendorong melakukan inovasi dan kreatifitas secara terus menerus [4]. Maka dapat ditarik kesimpulan tujuan penelitian ini adalah mengembangkan strategi pada pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang sifatnya deskriptif. Penelitian yang sifatnya deskriptif merupakan penelitian yang berupaya untuk memberikan pemecah masalah yang sedang terjadi berdasarkan data – data dengan menyajikan, menganalisis serta menginterpretasikan [5]. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami suatu kejadian yang disajikan secara deskriptif melalui kalimat dan Bahasa secara khusus dan ilmiah [6]. Kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang memiliki landasan postpositive yang digunakan untuk mengamati obyek yang akan diteliti. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan survey. Pendekatan survey merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan untuk mendapatkan hasil yang jelas [7]. Metode pendekatan survey adalah pendekatan penelitian yang gunakan pengumpulan datanya secara luas. Metode penelitian yang digunakan pengumpulan data berupa penelitian lapangan (*field work research*), yaitu : Wawancara dan Observasi [8]. Tujuan menggunakan metode wawancara dan observasi adalah agar mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian, dikarenakan memiliki biaya yang sangat relative murah dan waktu lebih efisien. Penelitian ini dilaksanakan di Toko Klik Photo yang berada di JL. Kediri – Tulungagung, Dsn. Wonorejo Ds. Kolak Kec. Ngadiluwih. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pasar untuk meningkatkan daya saing Toko Klik Photo dengan menganalisis faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan industri kreatif untuk mempertahankan posisi yang ada dipasar dalam memenuhi suplay produk dengan kualitas produk, pelayanan, harga yang kompetitif. Daya saing juga memiliki 4 dimensi dalam meningkatkan penjualan, yaitu sebagai berikut: Kualitas, Biaya, Kecepatan penyerahan dan Kendala penyerahan [9]. Faktor yang dapat mempengaruhi daya saing berupa, faktor ekonomi yang memiliki dampak langsung terhadap daya saing seperti kecanggihan teknologi dan faktor ekonomi makro merupakan kebijakan moneter dan fiskal. Dalam meningkatkan daya saing dari kompetitor yang harus diperhatikan adalah penawaran produk barang atau jasa yang dimiliki dengan harga yang sama. Manfaat meningkatkan daya saing, yaitu pelaku usaha harus mampu menghadapi tingkat persaingan yang sangat kompetitif.

Teori Competitive Advantage

Competitive advantage merupakan keunggulan yang dimiliki oleh industri kreatif tetapi tidak dapat dimiliki oleh pesaingnya, keunggulan ini dapat dilihat dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada industri kreatif [10]. Competitive advantage adalah kemampuan untuk membaca Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan ancaman pada industri kreatif. Dengan teori ini industri kreatif dapat mengenali produk apa yang dibutuhkan oleh konsumen, setelah mengenali produk dipasaran maka pelaku usaha mengevaluasi produk yang dimiliki. Selain itu mengevaluasi proses produksi pada produk yang akan dijual kepada konsumen, dengan menyesuaikan harga bahan baku dan proses produksi.

Hasil Penelitian

Merujuk dari teori daya saing dan Competitive advantage untuk meningkatkan daya saing. Toko Klik Photo melihat berbagai faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal. Pada faktor lingkungan internal terdapat 2 faktor yaitu kekuatan dan kelemahan. Sedangkan faktor lingkungan eksternal terdapat 2 faktor peluang dan ancaman. Tujuan pelaku usaha melihat faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal adalah mendapatkan keputusan yang tepat dalam mengambil strategi yang diterapkan.

Bedasarkan penelitian, peneliti mendapatkan data – data dari faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal dari hasil wawancara dengan informan. Berikut indikator faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal.

Tabel faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal.

No	Indikator	keterangan
1	Kekuatan	Promosi online dan offline
		Terdapat potongan harga
		Bahan baku berkualitas
		Pelayanan cepat
2	Kelemahan	Lokasi strategis
		Karyawan kurang ramah
		Keterbatasan modal
		Memiliki 1 spot foto
3	Peluang	Tempat parkir sempit
		Harga terjangkau
4	Ancaman	Banyaknya jenis produk
		Perkembangan teknologi pesat
		Banyaknya pesaing dengan usaha sejenis
		Harga bahan baku naik

Sumber: Data diolah, 2023

Dari indikator diatas maka dapat diketahui bahwa Toko Klik Photo memiliki beberapa faktor kekuatan, faktor kelemahan, faktor peluang dan faktor ancaman. Faktor – faktor ini sebagai penentu untuk menentukan strategi meningkatkan Daya saing.

Di dalam tabel diatas Toko Klik Photo memiliki beberapa kelemahan. Sehingga Toko Klik Photo perlu melakukan meminimalisir kelemahan yang dimiliki dengan melakukan cara memberikan inovasi dan dobrakan didunia fotografi dengan memberikan inovasi terbaru yang belum dimiliki oleh para kompetitornya. Toko Klik Photo juga harus memberikan ciri khas yang dimiliki untuk sebagai pembeda dari para pesaingnya dengan produk sejenis. Demi kelangsungan usaha pada Toko Klik Photo juga harus menciptakan SDM unggulan dan berkualitas bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan pada karyawan Toko Klik Photo. Selain itu, Toko Klik Photo memperbarui teknologi yang dimiliki agar dapat mengikuti perkembangan didunia fotografi.

Pada dasarnya Toko Klik Photo perlu meningkatkan inovasi promosi online maupun offline agar mudah didengar oleh masyarakat luas. Perlunya membangun *brand awreness* bertujuan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Toko Klik Photo memiliki harga terjangkau dan banyak produk. Harga terjangkau ini mefokuskan dapat dinikmati semua kalangan, agar para kalangan bisa menikmati jasa yang ditawarkan oleh Toko Klik Photo.

Toko Klik Photo perlunya mengikuti komunitas fotografi bertujuan untuk menambah ilmu fotografi serta dapat menciptakan kualitas pada SDM yang dimiliki. Selain itu, memudahkan Toko Klik Photo menjalin komunikasi untuk melakukan kalaborasi dengan para usaha sejenis. Serta perlunya Toko Klik Photo mengikiti acara kegiatan fotografi yang diadakan oleh pemerintah. Tujuannya agar Toko Klik Photo dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Seiring berjalannya waktu banyaknya masyarakat sadar bahwa mengabadikan moment itu penting. Sehingga jasa yang ditawarkan oleh Toko Klik Photo memiliki peluang yang cukup besar. Selain itu, Toko Klik Photo memiliki produk jasa yang beragam. Produk jasa yang ditawarkan berupa foto wisuda, foto newboard, foto keluarga, foto martentiy, foto prewedding, dan melayani foto pernikahan. Toko Klik Photo dibanding dengan para kompetitornya terletak pada produk yang dimiliki. Para kompetitor hanya memiliki produk foto wisuda, foto keluarga, dan melayani foto prewedding serta foto pernikahan.

KESIMPULAN

Saran bagi UMKM yang diharapkan dapat membantu meningkatkan daya saing pada Toko Klik Photo. Toko Klik photo perlunya mengikuti perkembangan di dunia fotografi, agar bisa mengikuti trend – trend yang ada. Dari hasil penelitian telah dibuktikan ada beberapa faktor untuk meningkatkan daya saing pada Toko Klik Photo. Faktor yang paling efektif dengan memberikan harga terjangkau berdasarkan kualitas produk yang dimiliki, serta mempertahankan kualitas pelayanan cepat yang ada di Toko Klik Photo dan menambah inovasi pada produk yang dimiliki.

Bagi penelitian selanjutnya dalam penelitian serupa diharapkan dapat mengembangkan hasil yang telah dicapai dengan memperhatikan pengusaha UMKM bidang jasa dengan memperhatikan aspek yang mendukung demi keberlangsungan usaha UMKM sehingga usaha UMKM dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] N. Andayaningsihtyas and H. Arista, "INDUSTRI KREATIF BIDANG FOTOGRAFI SEBAGAI PELUANG KERJA SISWA LULUSAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) PAKET KEAHLIAN MULTIMEDIA," vol. 9, p. 88, 2022.
- [2] T. setiadi, *Fotografi periklanan*, S. M. Moh Muthohir, Ed., Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2023.
- [3] W. B. Santoso and A. Ghazali, *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Fotografi Nasional 2015-2019*, PT. Replibul Solusi.
- [4] Darwanto, "PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BERBASIS INOVASI DAN KREATIVITAS (STRATEGI PENGUATAN PROPERTY RIGHT TERHADAP INOVASI DAN KREATIVITAS)," *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, vol. 20, 2013.
- [5] C. Narbuko and A. Achmad, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.
- [6] L. J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif ; R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- [8] L. J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakaryas, 2018.
- [9] D. N. Mashuri, "ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, vol. 1, p. 109, 2020.
- [10] R. Mohamad and I. Y. Niode, "ANALISIS STRATEGI DAYA SAING (COMPETITIVE ADVANTAGE) KOPIA KARANJI GORONTALO," *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, vol. 13, 2020.