



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **ANALISIS INDUSTRI**

#### **3.1 Ukuran Industri Kreatif di Indonesia**

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan keterampilan, talenta dan kreativitas yang berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan (Ananda, 2022). Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi sebuah individu. Industri kreatif ini terdiri dari berbagai jenis, yaitu:

1. **Arsitektur**  
Arsitektur merupakan industri kreatif karena mereka berkaitan dengan proses merancang dan membuat sebuah bangunan. Hasil dari bangunan atau rancangan yang dibuat bisa memberikan nilai yang tinggi karena membutuhkan kreativitas dan perhitungan yang tepat.
2. **Periklanan**  
Industri periklanan memiliki banyak sumber daya dimana mereka fokus untuk melakukan promosi terhadap sebuah produk barang atau jasa kepada masyarakat.
3. **Film, Fotografi dan Video**  
Industri ini merupakan industri yang membutuhkan kreativitas dan ide karena saat melakukan pengerjaan proyek tertentu dibutuhkan adanya konsep yang akan diimplementasikan dalam jalannya proyek tersebut.
4. **Musik**  
Industri musik menjadi industri yang berguna untuk bisa menyampaikan atau mengekspresikan aspirasi. Dalam proses membuat musik, dibutuhkan banyak kreativitas dan ide untuk menghasilkan sebuah ritme yang tepat.
5. **Televisi dan Radio**  
Industri ini membutuhkan kreativitas untuk bisa memproduksi sebuah konten atau tayangan yang bisa menghibur dan mengedukasi para penonton. Saat para kreator atau produser membuat sebuah tayangan atau konten radio, maka perlu mencari ide yang bisa menarik perhatian masyarakat.
6. **Pasar Seni dan Budaya**

Industri ini melibatkan penggiat seni dan juga seniman dimana mereka biasanya memproduksi karya tertentu melalui latar belakang sebuah kebudayaan dan juga memiliki kreativitas yang tinggi. Biasanya Pasar seni dan Budaya menghasilkan karya yang memiliki pesan emosional untuk dekat dengan masyarakat.

7. Kerajinan

Industri ini merupakan industri produksi dari bahan baku yang sering ditemukan di lingkungan sekitar seperti bambu, kayu, tanah liat, batu, logam, dan lain lainnya

8. *Fashion*

Industri ini merupakan industri yang selalu mengikuti zaman dan berkembang seiring berjalannya waktu. Biasanya para pencipta model atau biasa disebut desainer mereka menciptakan beragam tren *fashion* untuk menyesuaikan kondisi yang sedang terjadi.

9. Desain

Industri yang berkaitan dengan kegiatan kreatif yang biasanya diperlukan untuk desain interior, desain grafis, desain produk dan lain lainnya. Biasanya para penggiat desain selalu mempunyai ide yang kreatif untuk menciptakan sesuatu.

10. Permainan Interaktif

Industri ini merupakan industri kreatif yang menghasilkan sebuah permainan di komputer, handphone, ataupun video yang memiliki sifat menghibur dan bisa juga mengedukasi masyarakat. Di dalam industri ini dibutuhkan jaringan internet, sehingga di industri ini dibutuhkan dukungan teknologi informatika

11. Layanan Komputer dan Piranti Lunak.

Industri yang berhubungan dengan teknologi informasi. Industri ini menyediakan jasa layanan komputer, pembuatan perangkat lunak hingga menganalisa kerusakan sebuah sistem atau jaringan

12. Seni Pertunjukan

Industri ini berkaitan dengan masyarakat, beberapa contoh diantaranya adalah pagelaran tari, teater, drama musikal, hingga wayang.

13. Penerbitan dan Percetakan

Industri ini merupakan industri kreatif yang melakukan penerbitan dan percetakan produksi suatu hasil karya dalam bentuk buku, majalah, koran, dan lain sebagainya. Tetapi seiring dengan perkembangan teknologi, para kreator mulai migrasi hasil karya tulis ke dalam bentuk digital seperti *e-book*, pdf, *blog*, dan *website*.

Industri yang dimasuki oleh LEUMPANG adalah industri kreatif dan *startup* khususnya di bidang fotografi, videografi, dimana inovasi dibutuhkan untuk memudahkan masyarakat dalam memesan layanan jasa.

### 3.2 Pertumbuhan Industri Kreatif di Indonesia

Industri kreatif menjadi industri yang sangat berkembang saat ini. Banyaknya masyarakat yang berkontribusi dalam industri ini dan juga besarnya pangsa pasar di Indonesia menjadikan industri kreatif salah satu industri yang menjanjikan. Dengan banyaknya generasi muda yang kreatif dan inovatif serta didukung dengan perkembangan teknologi maka membuat industri kreatif memiliki perkembangan yang cukup pesat. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia yaitu Airlangga Hartarto menilai bahwa pelaku usaha kreatif bisa membantu mengembangkan industri tanah air dan menjadi sektor yang menopang pertumbuhan nasional dimana industri kreatif menyumbang 7,44 persen PDB pada tahun 2018 (Prakoso, 2021).

Industri fotografi dan videografi yang menjadi salah satu subsektor industri kreatif juga menunjukkan perkembangan yang cukup potensial dan signifikan. Adanya kebutuhan masyarakat atas jasa fotografi dan videografi yang semakin tinggi juga menuntut agar industri ini semakin berkembang pesat. Selama masa pandemi ini, semakin banyak inovasi yang muncul dalam layanan fotografi dimana muncul *terrace photoshoot* yang melayani jasa foto di rumah pelanggan di area teras rumah dan *virtual photoshoot* yang melayani jasa foto dengan menggunakan

*gadget* masing-masing. Saat ini dengan banyaknya akses untuk mendapatkan hasil foto berkualitas membuat industri ini semakin berkembang (Song, 2022).

Industri yang memiliki prospek menjanjikan dan juga punya potensi yang berkembang akan menarik perhatian banyak orang untuk bisa dikembangkan. Pemerintah Indonesia telah melakukan upaya untuk memperkuat subsektor fotografi melalui acara Kata Kreatif 2022 yang dilaksanakan di Cianjur. Menparekraf Indonesia Sandiaga Uno memperkuat subsektor ekonomi fotografi dengan memberikan upaya berupa pelatihan, pendampingan, sampai pengelolaan usaha untuk bisa menjadi usaha yang stabil dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi seperti inflasi dan resesi (Hendriyani, 2022). Dalam acara KaTa Kreatif ini pemerintah menetapkan visi agar bisa menciptakan lebih dari 1 juta lapangan kerja baru bagi masyarakat luas.

### **3.3 Proyeksi Penjualan Industri**

Potensi atas penjualan industri kreatif cukup menjanjikan, hal ini bisa terlihat bahwa 7.44 persen PDB Indonesia didapat dari industri kreatif (Prakoso, 2021). Dengan persentase yang cukup besar ini menunjukkan bahwa memang banyak sekali usaha yang bergerak di industri kreatif yang sukses dan bisa menghasilkan penjualan yang tinggi. Memang subsektor yang menyumbang besar atas persentase ini bukan industri fotografi melainkan usaha kuliner, *fashion*, dan kriya namun industri fotografi juga memiliki proyeksi penjualan yang cukup tinggi (Pelaku Bisnis, 2018). Industri fotografi dan videografi ini memiliki proyeksi penjualan yang besar. Saat ini banyak masyarakat yang memiliki minat untuk bisa memiliki foto yang bagus yang dipotret oleh fotografer.

Salah satu fotografer sukses asal Indonesia yaitu Rio Motret telah berkecimpung dalam industri fotografi sejak tahun 2004. Setelah berjuang selama kurang lebih tiga tahun, Rio Motret berhasil menjadi salah satu fotografer yang memotret para artis (Farisi, 2021). Rio Motret menjadi salah satu fotografer yang paling sibuk, dengan popularitasnya yang tinggi begitu juga dengan konsep fotonya yang inovatif membuat Rio menjadi fotografer sukses di Indonesia. Untuk bisa menggunakan jasa Rio Motret, para konsumen perlu memesan jadwal kurang lebih

sekitar enam bulan sebelum waktu pemotretan dengan minimal harga sekitar Rp 10 juta rupiah (Fimela, 2018). Dengan waktu pemesanan yang perlu dilakukan jauh-jauh hari menunjukkan bahwa memang penjualan atas industri fotografi ini cukup besar.

Jasa fotografi dan videografi saat ini semakin dibutuhkan dan pebisnis yang bergerak di bidang fotografi juga semakin banyak. Salah satu yang mendukung operasional bisnis ini berupa usaha penyewaan kamera dimana pada tahun 2019 jumlah konsumen mereka mengalami peningkatan sampai 50 persen (Mariana, 2019). Adanya peningkatan jumlah penyewa kamera ini menunjukkan penjualan dari industri fotografi dan videografi mengalami peningkatan yang positif dan penjualan yang tinggi. Dikarenakan tingginya permintaan ini membuat usaha penyewaan dan penjualan kamera semakin banyak karena kebutuhan yang tinggi.

Perkembangan teknologi mendukung adanya perkembangan media sosial yang saat ini digunakan sebagai sarana hiburan masyarakat. Potensi kesuksesan menjadi kreator konten yang semakin banyak membuat pekerjaan ini semakin *booming*. Para kreator konten ini membutuhkan layanan videografi untuk bisa merekam video mereka (Nilawati, 2021). Kameramen dan editor video saat ini menjadi pekerjaan yang cukup menjanjikan karena banyak masyarakat yang membutuhkan jasa mereka untuk memproduksi konten. Youtuber Indonesia sangat banyak dimana sebagian besar dari mereka mempekerjakan kameramen dan editor pribadi untuk bisa memproduksi konten yang sesuai. Perkembangan sosial media dan juga semakin banyaknya kreator di Indonesia mempengaruhi industri videografi dan fotografi yang membuat permintaan atas jasa mereka semakin banyak.

### **3.4 Karakteristik Industri**

Setiap industri memiliki karakteristik yang bisa membedakan industri mereka dengan industri lain. Sebagian besar subsektor dalam industri kreatif memiliki karakteristik yang cukup mirip, biasanya yang membedakan adalah dari segi layanan apa yang ditawarkan. Namun, biasanya industri kreatif ini memiliki ciri khas dari segi operasionalnya yang santai dan cenderung menyenangkan. Santai



ini bisa diartikan bahwa sebagian besar dan suasana kerja dibuat untuk mendukung kreativitas dan kenyamanan bagi karyawannya. Mereka harus memiliki suasana kerja yang nyaman untuk bisa bekerja dengan baik dan mengembangkan ide yang kreatif.

Industri kreatif juga harus bisa inovatif. Inovatif ini menjadi salah satu modal yang bisa membuat konsumen tertarik menggunakan jasa mereka. Dalam menyelesaikan sebuah proyek tertentu maka para karyawan biasanya akan mengeksplorasi ide dan gagasan untuk bisa mencapai hasil yang maksimal. Karakter lain yang menjadi ciri khas dari industri kreatif adalah industri ini harus terus mengikuti perkembangan tren yang ada. Tren yang ada di industri kreatif memiliki pola perubahan yang sangat cepat (LinovHR, 2022). Perubahan atas tren yang ada bisa berubah hanya dalam hitungan hari. Disaat para pelaku usaha tidak bisa mengikuti tren yang ada maka akan membuat mereka tertinggal.

Seluruh karakteristik ini berlaku untuk industri fotografi dan videografi. Sebagai contoh, sebuah studio foto harus memiliki suasana yang nyaman untuk membuat karyawannya bisa lebih banyak berkontribusi untuk mengembangkan konsep yang akan diusulkan kepada konsumen. Jika mereka tidak memiliki suasana kerja yang nyaman maka mereka tidak bisa mengusulkan ide terbaik kepada konsumen untuk bisa menghasilkan foto yang sesuai. Dalam menjalankan operasionalnya juga mereka harus paham dan melakukan banyak *research* atas tren yang ada saat ini agar konsumen tertarik untuk menggunakan jasa studio foto mereka. Seperti saat pandemi maka ada tren *virtual photoshoot* atau merekam menggunakan alat canggih seperti drone. Tren seperti ini harus bisa diimplementasikan dalam usaha mereka agar konsumen berminat untuk menggunakan jasa mereka.

### **3.5 Tren Industri**

Industri kreatif merupakan salah satu industri yang menjanjikan di Indonesia. Dengan pangsa pasar yang sangat besar dan didukung dengan adanya teknologi membuat pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari dua ratus juta jiwa serta hampir seluruh pengguna internet menonton video online.

Perkembangan teknologi dan juga minat masyarakat yang tinggi untuk berkecimpung dalam industri kreatif ini berhasil terlihat dalam jumlah usaha kreatif di Indonesia yang mencapai delapan juta usaha (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2022).

Sebagai sub sektor ekonomi kreatif, industri fotografi dan video menunjukkan pertumbuhan yang cepat. Didukung dengan adanya penggunaan teknologi digital semakin mendukung industri ini untuk terus maju. Saat ini industri foto dan videografi bukan hanya sekedar bentuk foto atau video konvensional. Konvensional yang dimaksud adalah hanya foto dan video dalam bentuk standar yang sederhana.

Pada masa digitalisasi ini foto bukan hanya dibuat dalam bentuk sederhana. Banyak efek yang diberikan berikut dengan penggunaan berbagai properti yang bisa membuat foto itu menjadi lebih menarik dan *eye-catching* (Sari, 2019). Untuk bisa mendapatkan hasil foto yang baik, maka diperlukan banyak ketelitian dan juga kecepatan tangan untuk mengabadikan momen yang tepat. Saat para fotografer membuat foto, maka mereka harus memiliki kemampuan yang perlu dipelajari bukan dalam waktu singkat.

Tren yang sedang berkembang dalam fotografi adalah banyak menggunakan efek. Efek ini bisa berupa penyesuaian warna, kontras, kecerahan, dan sebagainya. Beberapa waktu lalu, banyak yang menggunakan foto dengan menggunakan trik *long exposure* untuk bisa menghasilkan foto yang lebih menarik. Seperti yang terlampir dalam Gambar 3.2 dimana fotografer memanfaatkan api untuk membuat perempuan yang tampak di foto tersebut terlihat memiliki sayap. Foto ini dibuat tanpa *editing* tambahan untuk menghasilkan ilusi sayap yang ada, melainkan menggunakan api dan efek *long exposure*. Saat foto dihasilkan, maka akan membentuk sayap yang melingkupi perempuan dalam foto tersebut. Fotografer yang bertugas hanya perlu menambah dan menonjolkan beberapa warna agar terlihat lebih nyata dan menarik.





**Gambar 3.2 Long Exposure Photo Trick**  
Sumber: *Digital Photo*, 2022

Untuk bisa membuat foto seperti ini membutuhkan fotografer yang memiliki kemampuan menggunakan kamera yang baik. Perlu memiliki kemampuan untuk bisa menentukan waktu yang tepat agar bisa menghasilkan foto seperti ini. Dengan adanya sosial media, kamera yang semakin berkembang, dan juga orang-orang yang kreatif maka membuat tren atas industri fotografi semakin berkembang dan unik.

Hal ini berlaku juga untuk industri video. Pembuatan video bukan hanya mengabadikan berbagai momen yang akan disunting dan dibuat menjadi satu video yang merangkum momen atau aktivitas tertentu. Saat ini industri video sudah jauh berubah, dengan banyak perkembangan peralatan yang semakin canggih dan didukung dengan kreativitas turut membuat industri video menjadi salah satu yang cukup menjanjikan. Setiap hari hampir seluruh konten yang ditonton masyarakat sebagian besar berupa video. Mulai dari vlog, dokumentasi kehidupan, video promosi produk, dan sebagainya.

Produksi video saat ini juga sudah sangat canggih, banyak yang menggunakan drone untuk membuat video lebih menarik karena diambil dari sudut

yang lebih jauh sehingga bisa menampilkan dengan jelas pemandangan atau lokasi pengambilan video. Ada juga yang menggunakan Gopro untuk bisa mengambil video dari dalam air karena kamera yang digunakan cukup ringan dan mudah digunakan.

Tren untuk video yang akan menarik banyak orang adalah video yang bisa diambil dengan sudut pandang yang berbeda. *Videographer* masa kini banyak yang menggunakan menggunakan berbagai efek untuk menciptakan ilustrasi yang lebih nyata serta menggunakan sinematografi untuk bisa menyampaikan ide atau maksud dari video yang dibuat.

### **3.6 Prospek Jangka Panjang Industri**

Kememparekraf mencatat bahwa pada tahun 2019, industri kreatif menyumbang lebih dari seribu triliun untuk pendapatan negara dimana nominal ini hampir mencapai sepuluh persen pendapatan nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2022). Industri kreatif ini sangat berkembang dan sudah dibuktikan kesuksesannya seiring berkembangnya waktu dan juga teknologi yang semakin menunjang membuat industri ini semakin menjanjikan. Videografi dan fotografi yang menjadi bagian dari industri kreatif juga ikut berkontribusi besar. Kebutuhan dan juga tren yang ada saat ini membutuhkan banyak konten berupa video dan foto yang menarik membuat industri ini menjanjikan.

Pembuatan foto dan video saat ini bukan hanya untuk dokumentasi pribadi melainkan bisa digunakan untuk bisnis. Metode pemasaran digital saat ini hampir semuanya menggunakan video dan foto yang diunggah ke media sosial, situs perusahaan, dan sebagainya. Begitu juga dengan banyak kaum milenial yang hampir selalu mendokumentasikan kegiatan mereka. Mulai dari kegiatan sehari-hari, momen penting seperti ada ulang tahun, pernikahan, hamil, sampai kelahiran bayi saat ini didokumentasikan dalam bentuk foto dan video yang dikemas menarik. Biasanya masyarakat akan menyimpan foto dan video ini untuk diri sendiri dan juga tidak sedikit dari mereka yang mengunggah di sosial media pribadi dengan tujuan mengekspresikan perasaan dan berbagi kepada teman dan keluarga.

Berdasarkan kontribusi yang sudah ada berikut dengan minat serta perilaku masyarakat yang semakin berubah setiap tahunnya maka membuat industri foto dan video memiliki prospek yang cukup menjanjikan. Kebutuhan akan sebuah foto dan video yang menarik untuk kebutuhan pribadi maupun keperluan usaha yang tinggi menjadikan para *photographer* dan *videographer* sangat diminati masyarakat.

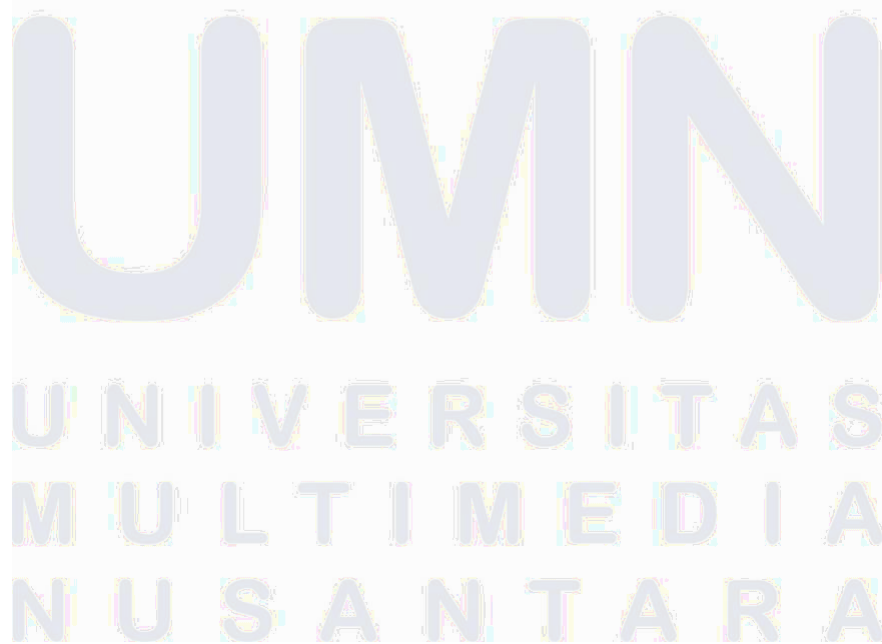
### **3.7 Kesimpulan**

Industri kreatif merupakan industri yang bergerak dengan mengandalkan keterampilan dan kreativitas individu. Industri kreatif terdiri dari berbagai subsektor, yaitu arsitektur, periklanan, televisi, sampai fotografi. Industri ini memiliki perkembangan yang cukup pesat dan memiliki kontribusi yang cukup besar atas PDB Indonesia. Industri fotografi yang meliputi videografi menjadi salah satu industri yang memiliki potensi yang cukup besar. Pemerintah telah melakukan banyak upaya yang bisa mendukung perkembangan industri ini agar bisa terus maju dan menjadi salah satu pilar ekonomi Indonesia.

Saat ini jumlah permintaan atas pelayanan jasa fotografi dan videografi semakin tinggi. Seiring dengan perkembangan teknologi membuat masyarakat menggunakan media sosial dimana mereka mengunggah konten untuk bisa mengekspresikan diri dan juga sebagai mata pencaharian. Banyaknya kesuksesan yang diraih masyarakat dengan pekerjaan yang dilakukan melalui media sosial ini membuat permintaan atas jasa fotografi dan videografi semakin tinggi. Kebutuhan akan seorang fotografer yang bisa menghasilkan foto yang menarik serta videografer yang bisa merekam serta memproduksi video atau konten yang unik menjadikan industri fotografi Indonesia semakin maju. Industri kreatif memiliki karakteristik sebagai industri yang cenderung santai dan juga fleksibel untuk para pelakunya. Para pelaku usaha maupun karyawan yang bekerja dalam industri ini harus didukung dengan fasilitas dan suasana yang nyaman untuk mendorong kreativitas dan ide. Industri ini juga harus terus inovatif dan mengikuti tren untuk bisa bertahan karena perilaku konsumen yang terus berubah dan juga tingkat persaingan yang semakin tinggi.

Tren dalam industri kreatif cenderung berubah, dari segi sektor fotografi maka tren yang saat ini terjadi adalah banyak menggunakan efek dan peralatan yang bisa mendukung agar foto yang dihasilkan menjadi lebih baik. Suntingan untuk mempertajam objek foto dan pengaturan kecerahan dan sebagainya menjadi salah satu kewajiban fotografer untuk menghasilkan foto terbaik. Dari segi videografi juga pembuatan video ini adalah banyak menggunakan peralatan canggih seperti drone atau kamera anti air seperti Gopro. Untuk menghasilkan video yang menarik banyak videografer yang menggunakan kamera yang banyak untuk merekam dari berbagai sudut pandang.

Masyarakat memerlukan para penyedia jasa ini untuk bisa mengabadikan atau mendokumentasikan peristiwa penting di kehidupan mereka dan juga untuk kebutuhan pekerjaan. Apalagi dengan adanya teknologi saat ini membuat masyarakat ingin mengekspresikan diri dan biasanya dikemas dalam bentuk yang menarik. Keterampilan para penyedia jasa yang semakin tinggi dan juga pangsa pasar yang besar membuat industri fotografi menjadi industri yang memiliki prospek yang menjanjikan.



## BAB IV

### ANALISIS PASAR

#### 4.1 Analisis Kompetitor

LEUMPANG menjadi *platform* bagi masyarakat untuk bisa mendapatkan akses untuk bisa mendapatkan jasa fotografer dan videografer yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Setiap klien memiliki preferensi yang berbeda-beda untuk bisa memilih penyedia jasa yang paling sesuai dengan mereka. Selain itu juga *platform* ini juga bisa menjadi akses agar para penyedia jasa, dalam hal ini para fotografer dan videografer bisa mendapatkan klien. Hal ini bisa membantu meningkatkan pendapatan mereka sekaligus membangun portofolio mereka masing-masing.

Konsep *platform* yang menyediakan jasa ini bukan yang pertama di Indonesia. Sejak beberapa tahun lalu, sudah ada beberapa usaha lain yang telah menawarkan layanan sejenis yang bisa diakses oleh masyarakat. Beberapa kompetitor yang menjadi kompetitor Leumpang adalah sebagai berikut:

a. Sweet Escape

Sweet Escape merupakan sebuah *platform* penyedia jasa fotografi dan videografi yang bisa diakses oleh pelanggan melalui aplikasi dan juga *website*. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang melayani jasa bagi para klien untuk bisa mengambil foto atau video para pelanggan. Sebagian besar konsumen menggunakan jasa dari Sweet Escape saat sedang melakukan liburan.

Layanan Sweet Escape bisa diakses mulai dari Indonesia dan juga negara lain di berbagai benua di dunia seperti di Eropa, Amerika, dan Australia. Sampai saat ini Sweet Escape bisa diakses di lebih dari 500 kota yang tersebar di seluruh dunia. Para fotografer juga bisa mendaftarkan diri sebagai bagian dari Sweet Escape dengan mengisi formulir yang tersedia di *website* mereka. Saat ini Sweet Escape juga sudah menjadi mitra resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. (Sweet Escape, 2020)



b. *The Bride Story*

The Bride Story merupakan sebuah *platform* yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pernikahan mereka. Seluruh vendor yang dibutuhkan untuk kebutuhan pernikahan para pasangan bisa ditemukan di *website* mereka. Begitu juga dengan kebutuhan fotografer dan videografer yang bisa mereka dapatkan secara langsung melalui *website*. *Website* ini memang lebih fokus memudahkan kebutuhan pernikahan, namun dikarenakan LEUMPANG juga menasar ke masyarakat yang ingin menikah untuk bisa menemukan fotografer dan videografer melalui *platform* LEUMPANG menyebabkan *The Bride Story* menjadi kompetitor kami. (Bridestory, 2022)

c. *Viufinder*

Viufinder juga menyediakan jasa fotografer profesional. *Platform* ini bisa diakses melalui *website* dimana pelanggan bisa dengan mudah menemukan fotografer yang sesuai dengan *budget* dan kebutuhan masing-masing. Mereka menyediakan fotografer yang berbasis di Indonesia terutama di Pulau Jawa, Bali, dan Sumatera (Viu (Viufinder, 2019).

Tabel 4.1 Perbandingan Kompetitor

<b><i>Platform</i></b>	<b>Operasional Perusahaan</b>	<b>Jangkauan</b>
<b>LEUMPANG</b>	Online ( <i>website</i> dan aplikasi)	Jabodetabek
<b>Sweet Escape</b>	Online ( <i>website</i> dan aplikasi)	500 kota di dunia termasuk Indonesia
<b>The Bride Story</b>	Online ( <i>website</i> dan aplikasi)	Indonesia
<b>Viufinder</b>	Online ( <i>website</i> )	Pulau Jawa dan Sumatera



#### 4.2 Competitive Analysis Grid

Fitur	LEUMPANG	Sweet Escape	The Bride Story	Viufinder
<i>User friendly</i>	✔	✔	✔	✔
<i>Preset</i>	✔	x	x	x
Variasi layanan	✔	✔	x	✔
Akses melalui aplikasi	x (soon)	✔	✔	x

Berdasarkan *competitive analysis grid* yang terlampir, fitur yang akan dibandingkan terdiri dari 4 fitur, yaitu *user friendly*, ketersediaan *preset*, variasi layanan, dan akses melalui aplikasi. Keempat fitur ini merupakan fitur yang menjadi aspek penting untuk aplikasi layanan jasa fotografi dan videografi.

##### - *User friendly*

Aplikasi atau *website* yang dikembangkan oleh pihak perusahaan atau pihak pengembang harus bisa mudah digunakan oleh pengguna atau konsumen. Hal ini dikarenakan *platform-platform* aplikasi dan *website* menjadi penghubung antara pelanggan perusahaan dengan perusahaan itu sendiri. LEUMPANG dan ketiga kompetitornya memiliki aplikasi dan *website* yang mudah digunakan oleh pengguna. Desain UI UX yang dibuat sama-sama memudahkan agar pelanggan bisa mengakses jasa atau pelayanan yang diinginkan.

##### - *Preset*

Saat ini saat masyarakat mengunggah sebuah konten di media sosial baik itu foto atau video banyak yang menggunakan efek dengan pengaturan tertentu seperti cahaya, kontras, dan sebagainya. Maka dari itu, banyak aplikasi penyunting foto menyediakan *filter* atau *preset* yang sudah diatur sedemikian rupa untuk bisa membuat foto memiliki kualitas yang lebih baik. LEUMPANG akan menyediakan *preset* yang bisa digunakan para mitra

(fotografer dan videografer) untuk menyunting hasil foto klien. Ketersediaan *filter* ini menjadi ciri khas LEUMPANG dimana kompetitor LEUMPANG tidak memiliki fitur *preset* khas perusahaan mereka.

- Variasi layanan

Sebagai penyedia jasa terutama fotografer dan videografer, maka variasi layanan ini menjadi salah satu aspek penting yang bisa menarik minat pelanggan untuk menggunakan layanan yang disediakan perusahaan. LEUMPANG menjadi penyedia jasa yang cukup variatif dimana pelanggan bisa menggunakan jasa LEUMPANG untuk berbagai kebutuhan seperti foto pernikahan, kehamilan, liburan, dan juga foto produk. Viufinder juga menyediakan variasi layanan yang sama dengan LEUMPANG. Begitu juga dengan Sweet Escape yang bisa menyediakan foto pernikahan, kehamilan, liburan, namun tidak menyediakan jasa layanan foto produk. Sedangkan Bride Story, mereka hanya menyediakan jasa layanan fotografi dan videografi yang berhubungan dengan kebutuhan pernikahan para pasangan.

- Akses melalui aplikasi

Menjadi perusahaan berbasis *online* dan teknologi, maka membutuhkan akses yang mudah dijangkau dan digunakan oleh para pelanggan. Biasanya perusahaan yang menyediakan layanan melalui *website*, akan membuat aplikasi yang bisa diunduh di perangkat pelanggan agar akses layanan semakin dimudahkan. Untuk itu, jika dilihat dari LEUMPANG dan para kompetitornya. Hampir semuanya menyediakan aplikasi yang bisa digunakan para pelanggan jasa mereka kecuali Viufinder yang hanya bisa diakses melalui *website*. Saat ini memang LEUMPANG belum memiliki aplikasi, namun kedepannya akan ada aplikasi yang diluncurkan sehingga memudahkan proses transaksi. LEUMPANG akan fokus mengembangkan *website* dan setelah stabil baru akan membuat aplikasi.

### 4.3 Estimasi Penjualan Tahunan

LEUMPANG menargetkan minimal terjadi 250 transaksi dalam satu tahun pertama. Kami memperkirakan bahwa 250 transaksi ini akan diterima oleh para penyedia jasa yang mendaftarkan diri di LEUMPANG dimana 50 transaksi pertama atau sebesar 25% akan didapatkan pada kuartal pertama. Untuk kuartal kedua dan kuartal ketiga kami mengestimasi bahwa transaksi akan bertambah dan memenuhi minimal 50% dari target yang ingin dicapai. Untuk kuartal keempat kami menargetkan target utama kami telah tercapai. Pertambahan jumlah pesanan pada kuartal kedua dan ketiga diestimasi akan mengalami peningkatan karena LEUMPANG sudah memiliki bahan atau materi yang bisa digunakan untuk pembuatan testimoni dan *review* dari pelanggan yang sudah menggunakan *website* LEUMPANG. Peningkatan penjualan juga akan meningkat seiring dengan meningkatnya *brand awareness* masyarakat atas ketersediaan *platform* LEUMPANG. Dari penjualan atau pesanan yang dipenuhi melalui *website* LEUMPANG, perusahaan akan mengenakan biaya sebesar 15% dari setiap transaksi yang terjadi. Angka ini menjadi omset yang akan didapatkan LEUMPANG untuk bisa mendapatkan dana untuk operasional, pengembangan, dan juga keuntungan perusahaan.

