

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FOTOGRAFI
MERASA WISUDA**

SKRIPSI BUSINESS PLAN

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun Oleh:

Ahmad Zunan Syahrul A'mal

21.92.0365

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FOTOGRAFI MERASA WISUDA

SKRIPSI BUSINESS PLAN

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun Oleh:

Ahmad Zunan Syahrul A'mal

21.92.0365

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

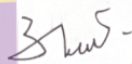
2025

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FOTOGRAFI
MERASA WISUDA

yang disusun dan diajukan oleh
Ahmad Zunan Syahrul A'mal
21.92.0365

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 10 Februari 2025

Dosen Pembimbing



Rahma Widyawati, S.E., M.M.

NIK. 190302013

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FOTOGRAFI
MERASA WISUDA

yang disusun dan diajukan oleh
Ahmad Zunan Syahrul A'mal
21.92.0365

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 28 Februari 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Suvatmi, S.E., M.M.

NIK. 190302019

Env Arivanto, S.E., M.Si., Dr.

NIK. 190302713

Rahma Widyawati, S.E., M.M.

NIK. 190302013

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 28 Februari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufik Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 3 Maret 2025



Ahmad Zunan Syahrul A'mal

NIM.21.92.0380

KATA PENGANTAR

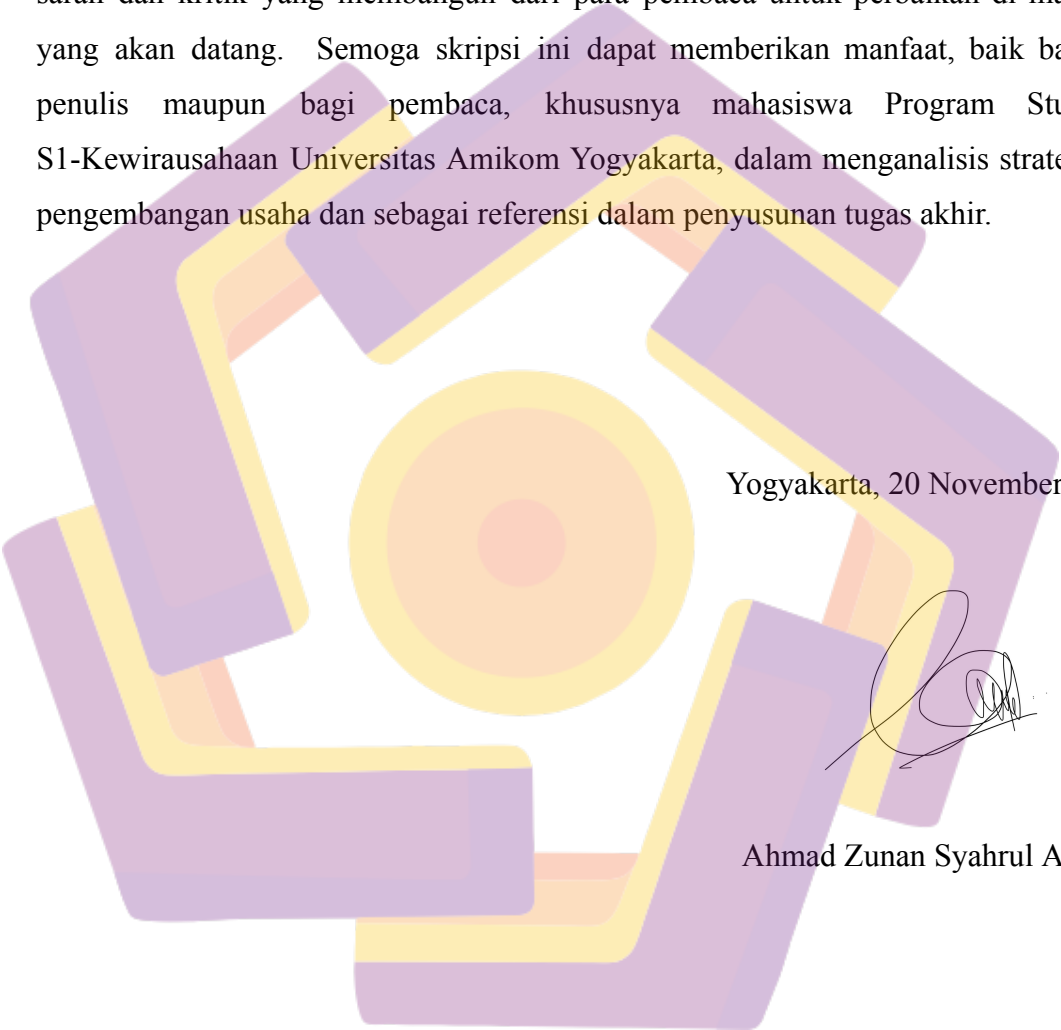
Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dengan mengucapkan Alhamdulillah Rabbil 'Alamin atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Fotografi Merasa Wisuda " sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1-Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan tepat waktu tanpa adanya dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam berbagai bentuk hingga skripsi ini dapat terselesaikan maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Suyatni, S.E., M.M. selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rahma Widyawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1-Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu serta pengalamannya dalam dunia bisnis.
5. Siti Rofingatun, S.Pd., dan Irsat yang merupakan kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa terbaiknya, semangat luar biasa, dan dukungan finansial yang tidak dapat ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tanpa halangan yang berarti sedikitpun.
6. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk kelancaran skripsi penulis.
7. Sahabat dan teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang sering mengingatkan dan memberikan doa kepada penulis.

8. Terakhir penulis mengapresiasi diri sendiri yang telah istiqomah di jalanNya dan selalu berjuang sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tentunya masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan berupa saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi pembaca, khususnya mahasiswa Program Studi S1-Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta, dalam menganalisis strategi pengembangan usaha dan sebagai referensi dalam penyusunan tugas akhir.



Yogyakarta, 20 November 2024

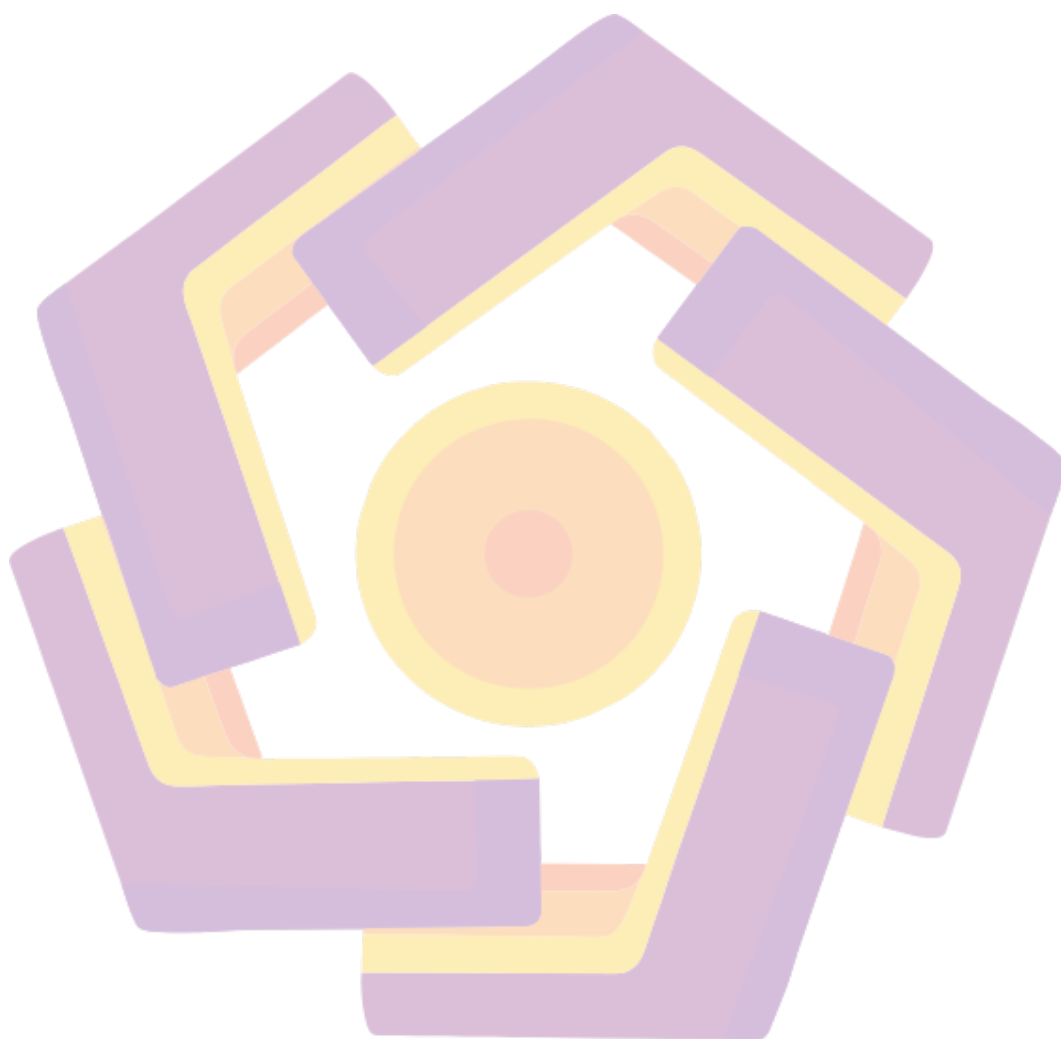


Ahmad Zunan Syahrul A'mal

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	x
RINGKASAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Konsumen.....	2
1.3 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan.....	10
1.4 Noble Purpose.....	11
1.5 Visi dan Misi.....	11
BAB II	
DESKRIPSI BISNIS.....	13
2.1 Sejarah Bisnis.....	13
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan.....	14
2.3 Produk dan Inovasi Produk.....	17
2.4 Ukuran Pasar.....	23
2.5 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	26
BAB III	
RENCANA PENGEMBANGAN.....	53
3.1 Analisis Matrix SWOT.....	53
3.2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	54
BAB IV	
LAPORAN KEUANGAN.....	56
4.1 Neraca.....	56
4.2 Laporan Laba/Rugi.....	57
4.3 Laporan Arus Kas.....	58
4.5 BEP dan ROI.....	60
4.6 Proyeksi Keuangan.....	62
BAB V	
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69

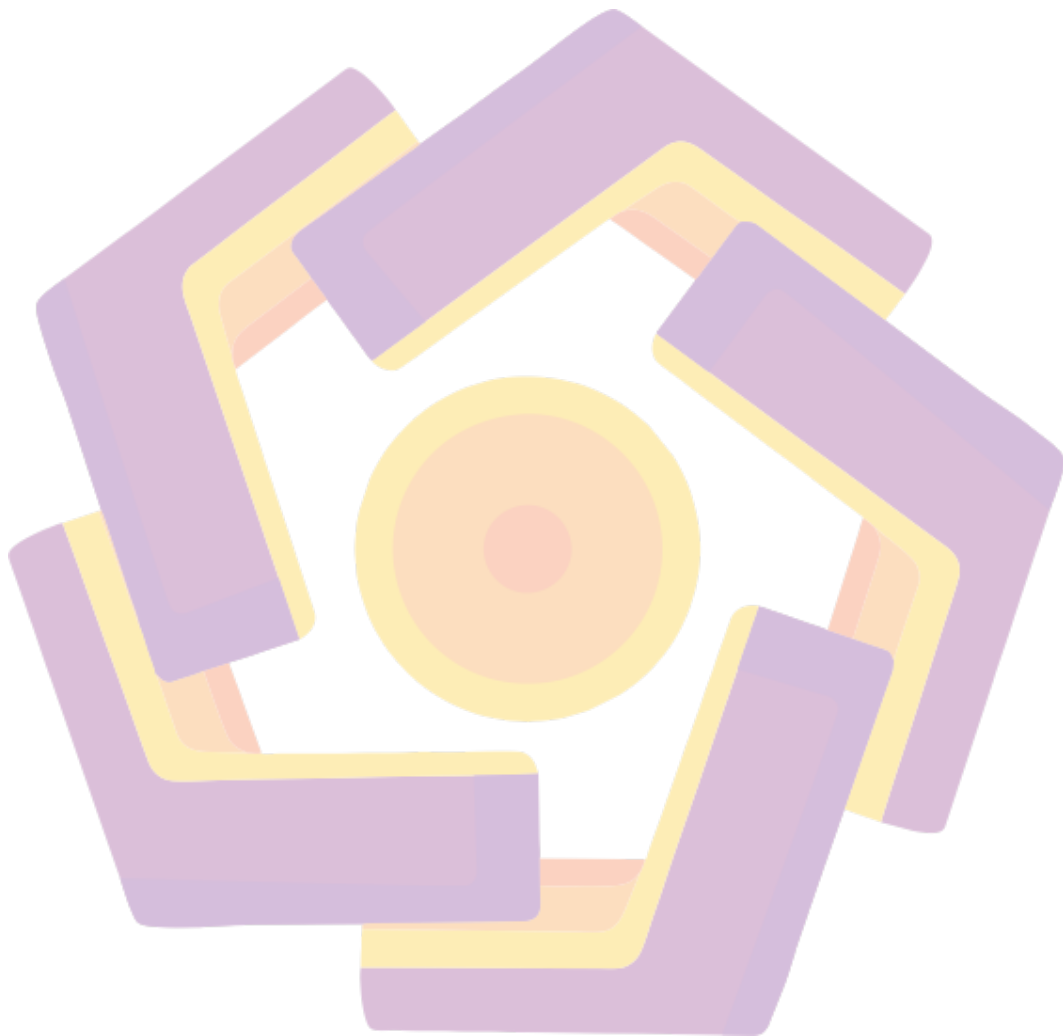
LAMPIRAN.....	70
---------------	----



DAFTAR TABEL

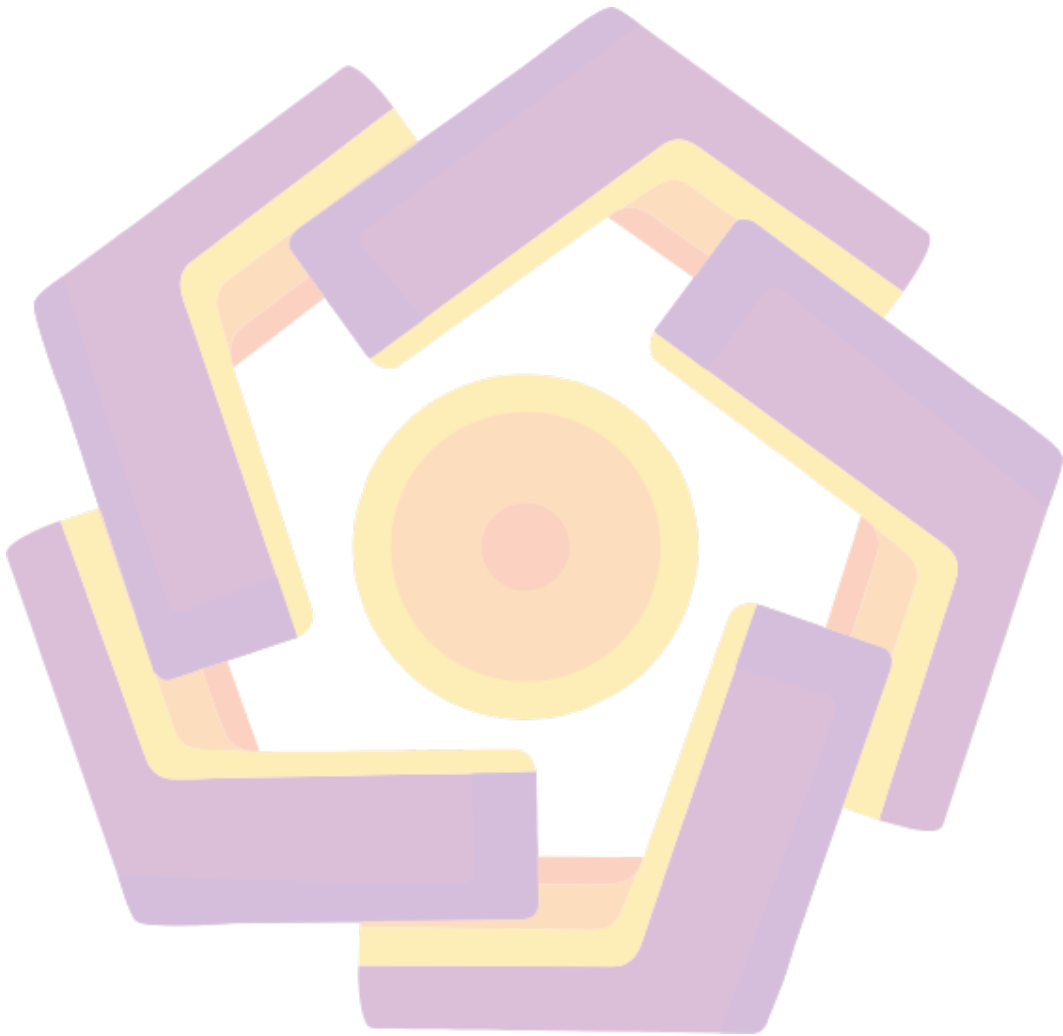
Tabel 1.1 Daftar Paket Merasa Wisuda.....	17
Tabel 1.2 Daftar Paket Merasa Visual.....	20
Tabel 1.3 Total TAM atau Total Addressable Market.....	22
Tabel 1.4 Data Jumlah Penduduk Menurut Umur.....	23
Tabel 1.5 Analisis Perbandingan Kompetitor.....	24
Tabel 1.6 Harga Paket Merasa Wisuda dan Merasa Visual.....	25
Tabel 1.7 HPP Jasa Merasa Wisuda.....	30
Tabel 1.8 HPP Jasa Merasa Visual.....	31
Tabel 1.9 Peralatan Produksi Merasa Wisuda dan Merasa Visual.....	37
Tabel 2.0 Bahan Baku Merasa Wisuda.....	39
Tabel 2.1 Jobdesk Merasa Wisuda dan Merasa Visual.....	41
Tabel 2.2 Bukti Transaksi dan Aktivitas.....	42
Tabel 2.3 Laporan Arus Kas Periode Juni-Desember 2024.....	43
Tabel 2.4 Laba Rugi Periode Juni - Desember 2024.....	44
Tabel 2.5 Neraca Merasa Wisuda dan Merasa Visual.....	45
Tabel 2.6 Analisis Matrix SWOT.....	47
Tabel 2.7 Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	48
Tabel 2.8 Laporan Keuangan Bagian Neraca Periode Juni-Des 2024.....	50
Tabel 2.8 Laporan Keuangan Laba rugi Periode Juni-Desember 2024.....	51
Tabel 2.9 Laporan Keuangan Bagian Arus Kas Periode Juni-Desember 2024.....	52
Tabel 3.0 Laporan BEP Paket Photo Video Wedding.....	53
Tabel 3.1 Laporan BEP Paket Photo Wedding.....	54
Tabel 3.2 Laporan BEP Paket Photo Wisuda Personal I dan II.....	54
Tabel 3.3 Laporan BEP Paket Photo Wisuda Personal III, Couple, dan Group....	55
Tabel 3.4 Laporan Rancangan Kebutuhan Pengembangan.....	55
Tabel 3.5 Laporan Proyeksi Arus Kas.....	57

Tabel 3.6 Laporan Proyeksi Arus Laba Rugi.....	57
Tabel 3.7 Laporan Proyeksi Neraca.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Merasa Wisuda dan Merasa Visual.....	12
Gambar 1.2 Gambar BMC Merasa Wisuda dan Merasa Visual.....	15
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Merasa Wisuda dan Merasa visual.....	41



RINGKASAN

Vendor Merasa Wisuda dan Merasa Visual merupakan dua unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang fotografi. Merasa Wisuda berfokus pada layanan fotografi *graduation* dengan pendekatan impresif dan berkualitas tinggi, sedangkan Merasa Visual melayani segmen *wedding* dan *prewedding* dengan konsep visual yang lebih personal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi serta strategi pengembangan kedua unit bisnis tersebut dalam merespons permasalahan konsumen, khususnya dalam memilih vendor fotografi yang sesuai dengan minat customer, keberagaman gaya fotografi, serta ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan layanan yang diberikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. BMC diterapkan untuk mengeksplorasi sembilan elemen strategis dalam model bisnis, mulai dari segmentasi pelanggan hingga efektivitas operasional. Sementara itu, analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam industri fotografi di wilayah Yogyakarta, Magelang, Semarang, dan Solo. Selain itu, penelitian ini juga membandingkan Merasa Wisuda dan Merasa Visual dengan kompetitor guna mengidentifikasi keunggulan *diferensiasi* di pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter warna foto analog yang ditawarkan Merasa Wisuda memiliki daya saing tinggi di Magelang, Yogyakarta, Solo, dan Semarang sedangkan Merasa Visual mengusung konsep visual modern dengan elemen personal. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa strategi berbasis BMC dan SWOT Matrix dapat menjadi landasan dalam pengembangan bisnis fotografi yang berkelanjutan serta meningkatkan daya saing di industri fotografi.

Kata Kunci : Merasa Wisuda, Strategi Bisnis, Analisis SWOT, BMC, *Photograph*

ABSTRAK

Merasa Wisuda and Merasa Visual are two micro, small and medium enterprises (MSMEs) engaged in photography. Merasa Wisuda focuses on graduation photography services with an impressive and high-quality approach, while Merasa Visual serves the wedding and prewedding segment with a more personalized visual concept. This study aims to analyze the conditions and development strategies of the two business units in responding to consumer problems, especially in choosing a photography vendor that suits customer interests, the diversity of photography styles, and the mismatch between customer expectations and the services provided.

The research methods used were Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. BMC was applied to explore nine strategic elements in the business model, ranging from customer segmentation to operational effectiveness. Meanwhile, SWOT analysis was conducted to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the photography industry in Yogyakarta, Magelang, Semarang, and Solo regions. In addition, this research also compared Merasa Wisuda and Merasa Visual with competitors to identify differentiation advantages in the market.

The results showed that the color character of analog photos offered by Merasa Wisuda has high competitiveness in Magelang, Yogyakarta, Solo, and Semarang while Merasa Visual carries a modern visual concept with personal elements. The conclusion of this research confirms that BMC and SWOT Matrix-based strategies can be the foundation in developing a sustainable photography business and increasing competitiveness in the photography industry.

Keywords: *Merasa Wisuda, Business Strategy, SWOT Analysis, BMC, Photograph*