

Inovasi Bisnis “Thavma Studio” Dalam Permasalahan Tarif Foto Studio Di Masyarakat Kalangan Menengah

Fenny Noviarma¹, Rendy Iswanto²

sendme.fennynoviarma@gmail.com, rendy.iswanto@ciputra.ac.id

Visual Communication Design, School of Creative Industry
Universitas Ciputra Surabaya

ABSTRACT

Di era yang sudah memiliki kemajuan teknologi, diantaranya masih ada masyarakat ekonomi kelas menengah yang ingin merasakan pengalaman studio foto, namun terhambat adanya permasalahan biaya maka tak jarang masyarakat ekonomi kelas menengah lebih memilih untuk mengurungkan niatnya untuk melakukan foto studio. Thavma Studio hadir untuk mengatasi permasalahan tersebut. Thavma Studio telah berhasil membidik target utama masyarakat kelas menengah dalam bisnis studio foto. Sumber data utama penelitian ini adalah informasi yang diberikan langsung oleh Thavma Studio mengenai *brand*, permasalahan, dan inovasi yang ingin disampaikan. Sumber sekunder diperoleh dari wawancara dengan 5 orang yang sesuai dengan target pasar, dan wawancara dengan 3 klien Thavma Studio.

Kata kunci: Fotografi, Ekonomi, Inovasi, Teknologi, Thavma studio

ABSTRACT

In an era that already has technological advances, among them there are still middle class economic people who want to use the photo studio for experience, but they are hampered by cost problems, so it is not uncommon for middle class economic people to choose not to do photo studios. Thavma Studio is here to solve this problem. Thavma Studio has succeeded in targeting the main target of the middle class in the photo studio business. The main data source of this research is the information provided directly by Thavma Studio about the brand, problems, and innovations to be conveyed. Secondary sources were obtained from interviews with 5 people who matched the target market, and interviews with 3 clients of Thavma Studio.

Keyword: Photography, Economy, Innovation, Technology, Thavma studio

INTRODUCTION

Masyarakat yang menduduki kota besar cenderung mengikuti kemajuan teknologi. Teknologi merupakan faktor penting dari berkembangnya suatu ekonomi. Seiring berjalannya perkembangan teknologi terkini, banyak teknologi yang saat ini tidak bisa dipisahkan dari kebutuhan hidup manusia, (Lynn, T., Rosati, P., Conway, E., Curran, D., Fox, G., & O'Gorman, C. 2022). Teknologi pada masa kini sangat bertumbuh dengan pesat dari banyak sisi. Masyarakat saat ini mulai dapat beradaptasi hidup berdampingan dengan teknologi. Salah satu contoh dari perkembangan teknologi adalah diberikannya suatu inovasi maupun *tools* yang dapat beroperasi dengan instan, otomatis, dan cepat. Dapat dikatakan bahwa teknologi dapat mempermudah dan mempercepat suatu pekerjaan, (Griffin, G. 2022). Kemajuan teknologi salah satunya adalah teknologi fotografi.

Masyarakat dengan ekonomi menengah tidak ingin ketinggalan pula dengan teknologi terkini, (Faiz, A., Purwati, P., & Kurniawaty, I. (2020). Terutama pada fotografi. Masyarakat dengan ekonomi menengah tidak sedikit pula yang ingin merasakan rasanya berfoto dengan kualitas bagus, maka kebanyakan dari mereka membeli *smartphone* dengan kamera yang bagus, namun yang kurang bisa terwujud adalah berfoto di studio foto, hal tersebut dikarenakan permasalahan biaya. Masyarakat dengan ekonomi menengah lebih memilih menggunakan uangnya untuk keperluan kehidupannya dibanding foto studio yang mahal dan terbatas waktu.

Fenomena fotografi mulai diminati masyarakat pada masa kemajuan teknologi digital karena dapat membuat peluang usaha baru dibidang ekonomi kreatif, (Illa, M. T., & Nugraha, S. A. 2020). Ekonomi kreatif pula menjadi salah satu harapan Indonesia untuk memenuhi kebutuhan perekonomian pada masa kini. Kemajuan teknologi membuat para pebisnis juga harus *up to date* mengenai perkembangannya. Fotografi juga dapat membantu para pebisnis dalam menawarkan produknya, kualitas foto produk yang baik pula juga dapat menciptakan daya saing yang tinggi pada kompetitor dengan meningkatkan kualitas *branding*, *brand image*, *brand activation*, dan sebagainya. Yang pada akhirnya akan menambah keyakinan *customer* dalam membeli produk dari bisnis

tersebut. Hal tersebut tak lepas pula dari peranan fotografi sebagai salah satu penunjang kenaikan kualitas. Fotografi juga dapat membantu memasarkan suatu hal yang berkaitan dengan bisnis, *event*, maupun perusahaan, baik memasarkan melalui *online media social*, maupun *offline* melalui media baliho, poster, *banner*, dan sebagainya. Fotografi sangat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pengusaha, hal tersebut dijadikan peluang para *fotografer* untuk mencari nafkah. Karena fotografi sudah menjadi suatu hal yang tidak bisa lepas dari keseharian hidup manusia. Tak hanya kebutuhan pengusaha, fotografi pula dibutuhkan untuk mendokumentasikan acara maupun momen penting yang salah satunya adalah pernikahan.

Peluang usaha di bidang fotografi tentu saja memiliki pengelompokan berdasarkan kualitas dan tarif yang ditawarkan. Tentu saja semua orang sudah memahami bahwa semakin tinggi tarif seharusnya semakin tinggi pula kualitas hasil dan pelayanan yang didapatkan. Namun hal tersebut tak luput dari terjadinya suatu hal yang tidak diharapkan, salah satunya adalah konflik yang dipublikasikan dalam media berita detik.com (Wysnu Subrata, 2008). Konflik diawali oleh salah satu studio foto yang berada di ibu kota yang memberi tarif cukup mahal, akan tetapi pelayanan dan hasil dari studio foto yang diberikan tersebut dapat dibilang bermasalah dengan pihak pelapor. Hal tersebut sangat merugikan pihak korban karena telah mengeluarkan cukup banyak biaya untuk melakukan foto di studio foto tersebut tetapi tidak menerima hal yang sebanding dengan biaya tersebut.

Maka dari itu Thavma Studio ingin memberikan harga yang bersaing untuk masyarakat dengan ekonomi menengah, tanpa mengurangi kualitas foto. Durasi yang ditawarkan juga cukup panjang, jadi *customer* tidak akan panik maupun terburu-buru saat proses pemotretan. Thavma Studio juga menjamin dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan untuk semua *customer* Thavma Studio

Thavma Studio merupakan sebuah studio foto rumahan yang menyediakan jasa foto studio. Didirikan oleh Fenny Noviarma (21) pada tahun 2021, yang memiliki target *market* utama masyarakat dengan ekonomi menengah dan UMKM di

daerah Surabaya barat dengan tujuan memberikan jasa foto yang baik untuk kalangan menengah yang sebelumnya tidak pernah merasakan rasanya foto studio karena mahalnya tarif kebanyakan studio foto di Surabaya barat. Serta memberikan hasil foto produk terbaik untuk masyarakat pejuang UMKM agar membantu menunjang penjualan baik secara langsung di toko *offline* maupun penjualan digital.

RESEARCH METHOD

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data-data adalah dengan cara observasi dan studi literatur dengan mencari data, catatan-catatan dan laporan-laporan baik melalui buku maupun internet yang relevan untuk masalah yang ingin dipecahkan. Mendeskripsikan dan menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, lalu menjabarkan, dan menjelaskan hasil yang didapatkan. Sumber data utama dari *research* ini adalah informasi-informasi yang diberikan langsung oleh Thavma Studio mengenai *brand*, permasalahan, dan inovasi yang ingin disampaikan. Sumber sekunder diperoleh dari wawancara kepada 5 orang yang sesuai dengan *market* yang dituju, dan wawancara kepada 3 *client* Thavma Studio.

RESULT AND DISCUSSION

1. Masyarakat ekonomi menengah dengan kemajuan teknologi

Masyarakat menengah sangat memikirkan pengeluaran dana untuk hal yang diperlukan karena banyaknya kebutuhan hidup dan dana yang tidak lebih untuk kebutuhan tersebut. Tentu saja mereka lebih memilih mengeluarkan dana untuk hal yang penting untuk kehidupannya, contohnya kebutuhan rumah, kebutuhan makanan, dan sebagainya (Delistiawati, N. 2018). Tak luput dari kemajuan teknologi informasi dan teknologi digital, mereka tidak bisa lepas juga dari hal tersebut. *Smartphone* adalah hal paling penting yang harus dimiliki semua orang pada zaman sekarang. Tak peduli ekonomi, banyak yang mengupayakan untuk memiliki *smartphone*, karena *smartphone* merupakan pengganti buku yang bisa

juga disebut jendela dunia, *smartphone* merupakan segala sumber informasi dan *update* terkini tentang segala hal yang terjadi, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Segala hal dilakukan untuk dapat memiliki *smartphone*, karena pada zaman sekarang segala pekerjaan juga ada kaitannya dengan penggunaan *smartphone*, seperti untuk komunikasi jarak jauh dengan menggunakan aplikasi Whatsapp, dan aplikasi komunikasi lainnya (Griffin, G. 2022). SMS merupakan hal yang sudah ketinggalan zaman dan jarang digunakan masyarakat pada zaman kini, maka dari itu masyarakat harus *upgrade* dari *handphone* jadul ke *smartphone* yang minimal bisa digunakan untuk aplikasi online. Belum lagi beberapa pekerjaan memang mewajibkan pekerja tersebut untuk menggunakan *smartphone*, contohnya pekerjaan *admin store*, penjual *online*, *streamer*, dan pekerjaan yang menggunakan media *online* lainnya. Internet dan *gadget* sangat tidak bisa lepas dari masyarakat jaman kini, dan masyarakat yang ketinggalan sangat dituntut untuk mengikuti zaman yang ada (Faiz, A., Purwati, P., & Kurniawaty, I. 2020).

2. Fotografi untuk perkembangan zaman teknologi

Fotografi merupakan salah satu media visual yang tidak bisa lepas dari zaman ini, dimana visual yang baik sangat dibutuhkan untuk banyak hal, baik hal kebutuhan bisnis maupun pribadi. Fotografi sangat berguna untuk penunjang bisnis pada masa kini, karena kemajuan teknologi digital membuat para perusahaan dan *startup business* harus mengikuti kemajuan tersebut dengan menggunakan berbagai platform yang juga menonjolkan visual yang mewakili bisnis tersebut (Illa, M. T., & Nugraha, S. A. 2020). Contohnya promosi pada media *online* digital, perusahaan harus dapat membangun *brand image* baik dengan memberikan visual yang baik pada media *online* tersebut, salah satunya dengan cara memberikan kualitas *postingan* yang bagus, dan menyelipkan beberapa foto dari perusahaannya seperti foto kantor, foto pegawai saat kerja, dan sebagainya yang bisa juga disebut *company profile*. Tidak hanya melalui media *online*, pada media *offline* juga harus menggunakan visual yang menarik untuk menaikkan sebuah *brand image*. Contohnya baliho, pada baliho tersebut harus diberikan visual yang menarik berupa foto, teks, dan informasi mengenai promosi yang

diberikan. Tentu saja jika visual yang dihasilkan tidak menarik, maka audiens yang melihat pula tidak akan tertarik. Maka dari itu sangat penting memperhatikan kualitas visual dan foto yang ingin dipublikasi, (Illa, M. T., & Nugraha, S. A. 2020). Menurut Keller pada Iswanto (2022) *Brand image* adalah persepsi dari konsumen terhadap suatu brand yang sudah melekat dalam ingatan para konsumen.

Diluar bisnis, fotografi juga sangat rengkat dalam kebutuhan hidup manusia. Masyarakat jaman kini tidak bisa lepas dari adanya fotografi untuk *update* media sosial maupun kebutuhan dokumentasi momen terpenting seperti pernikahan, ulang tahun, dan momen penting lainnya. Fotografi memiliki kedudukan paling penting dalam hal ini. Karena fotografi merupakan sarana manusia dalam menyimpan kenangan dari momen-momen terpenting dalam hidupnya yang tidak bisa diulang kembali. Sebuah foto menampilkan visual dari momen tersebut yang akan membuat orang yang melihatnya jadi tahu dan seolah dalam momen tersebut. Foto merupakan sarana mengenang sebuah kenangan yang lebih menarik dibandingkan tulisan di buku *diary*, karena disini dapat melihat secara langsung visual dari momen tersebut, Klasić, H. (2021).

Ekonomi kreatif juga sudah menjadi harapan indonesia pada perekonomian saat ini. Hal ini didorong dengan adanya nilai tambah yang diciptakan oleh pengusaha ekonomi kreatif yang dapat meningkatkan daya saing di Indonesia. Dengan munculnya *startup* sekarang ini membuka jalan bagi para pengusaha dengan prospek yang cukup baik. Subsektor-subsektor ekonomi kreatif di Indonesia yang sangat berkembang pesat selain subsektor kuliner, *fashion*, dan kriya, subsektor berkembang salah satunya adalah subsektor fotografi, dan karena tuntutan zaman menjadikan usaha ekonomi kreatif di subsektor fotografi disukai para *fotografer* maupun mahasiswa yang memiliki hobi di bidang fotografi, (Sanjaya, H. B., Ruslan, D. R., Sundari, S. R., Hakim, M. A., Alexandri, M. B. 2020). Fenomena fotografi muncul disaat orang-orang senang mengabadikan momen-momen di dalam hidupnya, dimana mereka merasa puas jika hasil dari momen itu diambil dengan hasil yang bagus baik kamera *smartphone* yang berkualitas baik maupun kamera profesional. Maka dari itu fotografi merupakan salah satu peluang bisnis

kreatif yang dapat memiliki *market* besar pada zaman kini (Illa, M. T., & Nugraha, S. A. 2020).

3. Masyarakat ekonomi menengah ingin melakukan foto studio

Dalam penggunaan *smartphone*, masyarakat tidak dapat lepas pula dari aplikasi *online* seperti media sosial. Media sosial sangat penting pada zaman kini untuk berkomunikasi jarak jauh dan membagikan *update* segala hal untuk orang yang dituju. Hal tersebut tak luput pula dari foto yang digunakan sebagai profil diri di media sosial, juga *update* atau *upload* di beranda media sosial. Maka dari itu masyarakat berusaha menampilkan foto terbaik untuk media sosialnya. Begitupun juga foto keluarga, maupun foto pada momen penting lainnya, sangat penting umumnya untuk mengabadikannya dengan baik seperti melakukan foto studio bersama. Namun kebanyakan dari mereka lebih memilih mengeluarkan dana untuk kebutuhan sehari hari daripada foto studio yang mahal dan tidak seberapa penting. Foto studio di tarif rata-rata harga Rp 200.000,- ke atas dengan waktu yang singkat dan *file* yang didapat terbatas. Biasanya harga foto studio belum *include* dengan *fotografer*nya, maka dari itu jika belum dengan *fotografer*nya akan ada biaya tambahan lagi untuk *fotografer*nya atau biasanya tersedia harga *bundle* yang harganya lumayan. Belum lagi jika *fotografer* sangat kaku dan tidak *friendly*, sehingga membuat suasana tidak enak dan canggung yang jatuhnya jadi susah buat *action* di depan kamera, sedangkan durasi terus berjalan tetapi masih merasa belum puas dengan hasil yang didapat. Ditemukan sebuah berita di detik.com, adanya permasalahan dari sebuah studio foto di Jakarta yang melabeli harga cukup mahal tetapi pelayanan dan hasil dari studio foto tersebut dapat dibilang bermasalah dengan pihak pelapor. Hal tersebut sangat merugikan pihak korban karena telah mengeluarkan cukup banyak biaya untuk melakukan foto di studio foto tersebut tetapi tidak menerima hal yang sebanding dengan biaya tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah sikap, sifat, dan kreativitas karyawan itu sendiri. Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan dari awal sampai akhir layanan harus sopan, ramah, dan melakukan setiap tahapan dengan sesuai prosedur yang ada. Loyalitas konsumen menggambarkan para konsumen yang tidak hanya puas tetapi

juga senang dengan pelayanan. Memiliki konsumen yang loyal memungkinkan sebuah bisnis untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan-hubungan *customer* jangka panjang.

4. Thavma Studio



Gambar 4.1 Logo Thavma Studio
sumber: dokumentasi penulis

Thavma Studio merupakan studio foto rumahan yang didirikan oleh Fenny Noviarma (21) pada tahun 2021. Thavma Studio memiliki misi untuk memberikan jasa foto terbaik untuk masyarakat menengah yang belum pernah merasakan studio foto karena permasalahan biaya. Tentu saja tidak semua *fotografer* maupun studio foto berani memberi harga miring jika memang anggaran biaya yang dikeluarkan memang cukup atau bahkan sangat banyak. Namun disini studio foto sederhana dengan peralatan dasar studio yang cukup lengkap dengan *fotografer* yang menghasilkan foto yang tidak kalah bagus dengan *fotografer* mahal dapat merealisasikan hal tersebut karena biaya pengeluaran operasional studio tidak sebesar studio besar, maka dari itu Thavma Studio berani memberi harga miring dan tidak rugi.

Studio foto terletak pada lantai dua di rumah di sebuah perumahan, dengan fasilitas toilet, ruang make up dan ruang ganti baju.

Thavma Studio percaya bahwa semua orang baik kalangan ke atas maupun menengah berhak merasakan rasanya foto studio dan mempunyai foto yang baik untuk beberapa momen penting. Thavma Studio akan terus berusaha memberikan yang terbaik untuk *client*.

5. Inovasi Thavma Studio

Terdapat beberapa masalah yang mendasari inovasi dari Thavma Studio. Masalah yang pertama adalah biaya, dengan *market* masyarakat menengah Thavma Studio menawarkan harga yang cukup ramah kantong, yaitu harga Rp 165.000,- dengan yang didapat berupa durasi pemotretan 2,5 jam, *unlimited* foto, semua *file* foto di Google Drive, 7 foto terpilih akan di *retouch*. Untuk masalah yang kedua adalah pelayanan, Thavma Studio akan memastikan memberikan pelayanan terbaik untuk *client*, dan memberikan suasana pemotretan yang asik dan tidak canggung selama sesi pemotretan berlangsung. Untuk masalah ketiga adalah transparansi harga, Thavma Studio akan memberikan rincian harga dan apa saja yang didapat pada awal *client* melakukan kesepakatan untuk melakukan pembayaran, jadi tidak akan ada miskomunikasi antara pihak Thavma Studio dan pihak *client* dalam masalah pembayaran. Sejauh ini inovasi yang diberikan oleh Thavma Studio berjalan baik sesuai dengan rencana dan keinginan.

6. Hasil *interview*

Beberapa argumen yang dijabarkan akan dijelaskan dengan adanya bukti pendukung berupa *interview* dengan orang dengan *market* Thavma Studio yang terlampir tabel 1, serta pada tabel 2 terdapat bukti pendukung berupa *interview* dengan *client* yang pernah menggunakan jasa Thavma Studio.

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Rangkuman Hasil <i>Interview</i>
1	<i>Interview online</i> melalui Google <i>Forms</i>	Vania Hawali (21)	Dijaman yang serba modern seperti sekarang banyak orang bergantung dengan teknologi yang dapat memudahkan pekerjaan dan mendapatkan sumber informasi maka hampir seluruh masyarakat baik ekonomi atas maupun menengah sudah mulai ikut mengikuti perkembangan teknologi bahkan banyak juga diantara mereka yang

		<p>tidak bisa lepas dari pengaruh gadget dan internet.</p> <p>Dengan adanya foto dapat memudahkan manusia untuk mengenang beberapa memori penting dalam hidup mereka, tidak hanya itu jaman sekarang foto juga penting untuk ajang promosi di sosmed dimana hal itu dapat memudahkan <i>customer</i> mengetahui bentuk dan desain dari produk yang akan mereka beli.</p> <p>Kebanyakan dari mereka biasanya menggunakan media HP pribadi untuk mengambil beberapa foto, namun sebagai alternatif untuk foto dalam jumlah besar/kelompok seperti foto album kenangan atau foto keluarga alangkah baiknya jika studio foto menyediakan beberapa paket khusus dengan harga yang lebih murah namun pelayanan yang sesuai juga semisal agar pihak studio foto tidak perlu menyiapkan properti bisa dengan alternatif foto diluar ruangan dengan <i>background</i> pemandangan yang bagus.</p> <p>Dilihat dari rentang usia biasanya anak-anak atau remaja tidak terlalu mementingkan foto keluarga namun jika ada acara acara penting seperti hari raya, wisuda, <i>prewedding</i>, dll maka foto studio atau foto keluarga menjadi</p>
--	--	--

			penting untuk mengabadikan momen-momen khusus seperti itu. Untuk harga yang ditarif sudah cocok untuk orang kalangan menengah.
2	<i>Interview online</i> melalui Google <i>Forms</i>	Raditya Faiz (22)	Masyarakat dengan ekonomi menengah masih cukup mengikuti kemajuan teknologi gadget, media internet dan sosial media. Berfoto itu sangat penting. Untuk tarif foto studio yang besar sangat disayangkan, jika tarif lebih murah maka lebih banyak yang bisa melakukan foto studio. Melakukan foto studio cukup penting, karena bisa juga digunakan sebagai kenang-kenangan. Untuk harga yang ditarif sudah cocok, karena menurut saya jarang studio foto yang menawarkan durasi 2,5 jam dengan harga 165.000, dan kemungkinan besar itu pun tidak mendapatkan semua file fotonya, hanya sebagian saja.
3	<i>Interview online</i> melalui Google <i>Forms</i>	Novan Mahaputra (26)	Masyarakat dengan ekonomi menengah masih bisa mengikuti kemajuan teknologi gadget, media internet dan sosial media tetapi jangan memaksakan keinginan. Berfoto sangat penting tapi pada momen tertentu. Tanggapan masyarakat dengan ekonomi menengah yang ingin melakukan foto studio tapi terhalang tarif yang besar adalah dengan harga di buat lebih terjangkau.

			Berfoto itu penting karena untuk membuat kenang-kenangan. Untuk harga yang ditarif sudah cocok untuk orang kalangan menengah karena harga sudah terjangkau.
4	<i>Interview online</i> melalui Google <i>Forms</i>	Santi Dwi Mujiarti, S. Ak (26)	Masyarakat dengan ekonomi menengah sudah cukup mengikuti kemajuan teknologi gadget, media internet dan sosial media. Berfoto sangat penting bagi mereka yg memang menyukai foto. Banyak dari mereka yg membandingkan harga terlebih dahulu, tapi tak jarang pula mereka lebih memilih untuk foto dirumah jikalau memang merasa harga tidak terjangkau. Menurut saya, foto keluarga sangatlah penting, karena itu merupakan momen langka, dan foto keluarga apabila dilakukan di studio sangatlah mendukung. Sangat cocok, harga tersebut sangatlah terjangkau, karena dengan durasi 2,5 jam cukup dengan berbagai macam gaya.

5	<i>Interview online melalui Google Forms</i>	Handrian Nugraha (21)	<p>Semua orang di zaman sekarang masyarakat menengah menurut saya sudah mengikuti perubahan ke era digital yang terjadi saat ini. Berkaca dari pengalaman pribadi, hampir seluruh masyarakat menengah bawah dan atas sudah paham terhadap dunia digital dan teknologi-teknologi terbaru saat ini dan sudah banyak panduan-panduan agar tidak gagap teknologi. Sangat penting bagi semua orang untuk keperluan dokumentasi, kenangan momen-momen tertentu, dan di zaman serba digital saat ini foto digunakan untuk keperluan komersial dan lain-lain</p> <p>Fotografi dan studio adalah suatu yang berkaitan, dimana studio menyediakan jasa foto dan studio butuh peralatan foto serta tenaga sumber daya manusia. Peralatan fotografi dan properti penunjang fotografi memang membutuhkan biaya yang cukup mahal dan relatif mahal tergantung kebutuhan masing-masing. Maka dari itu foto studio mahal, untuk masyarakat menengah jika terhalang oleh tarif yang besar adalah hal yang wajar dan jika terhalang tarif yang besar terdapat juga studio foto yang terjangkau untuk masyarakat menengah dengan properti apa adanya dan mungkin lebih sedikit pilihannya seperti <i>background</i>, dan fasilitas daripada studio yang lebih besar</p>
---	--	-----------------------	--

		<p>tarifnya. Semua kembali kepada kebutuhan pribadi masing-masing dengan keinginan foto seperti apa, <i>background</i> yang bagaimana, keperluan untuk apa barulah setelah itu menentukan foto studio beserta tarif yang akan diambil.</p> <p>Sangat penting untuk mendokumentasikan momen bersama keluarga besar yang mungkin jarang bertemu, kemudian untuk kebutuhan pribadi bisa di figura dan diletakkan di tembok sebagai hiasan.</p> <p>Harga yang terjangkau, kualitas bagus dengan durasi yang cukup lama serta dapat seluruh file menurut saya sangat cocok dan terjangkau bagi masyarakat menengah khususnya pelajar atau mahasiswa yang ingin foto studio karena harga seperti itu jarang ditemui apalagi di kota-kota besar jadi, sangat <i>worth it</i> dengan harga tersebut.</p>
--	--	--

Tabel 4.1 Hasil *interview* target *market*
sumber: *interview* pribadi penulis

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Rangkuman Hasil Interview
1	<i>Interview online</i> melalui Whatsapp	Anggi Jessy (21)	Menurut pengalaman saya melakukan sesi foto di Thavma, pelayanannya baik banget, kakak-kakaknya asyik diajak ngobrol, curhat, bahkan bertukar pikiran di sela-sela waktu. Sesi foto juga gak canggung soalnya asisten <i>fotografer</i> nya ngelawak biar suasannya cair, suasannya asyik juga diiringi lagu.
2	<i>Interview online</i> melalui Whatsapp	Iis Dahlianti Putri (26)	Waktu <i>prewed</i> di studio Thavma saya merasa nyaman banget karena disambut ramah sama <i>fotografer</i> dan temannya, <i>make up</i> nya juga bagus, semua orang asyik diajak ngobrol dan gak canggung, pelayanannya ok.
3	<i>Interview online</i> melalui Whatsapp	Lintang Fairuzhenda (23)	Saya suka sekali dengan Thavma Studio karena dari segi pelayanan, studio, hingga hasil foto tidak mengecewakan. Dengan harga yg bisa dibilang terjangkau, kita mendapatkan durasi panjang untuk berfoto dan tentunya jumlah foto yg <i>unlimited</i> . Dengan kemampuan <i>skill</i> mereka, hasil foto yg mereka buat pastinya sangat bagus dan tidak mengecewakan.

Tabel 4.2 Hasil *interview* klien Thavma Studio
sumber: *interview* pribadi penulis

CONCLUSION

Berdasarkan hasil dan pembahasan terhadap inovasi bisnis Thavma Studio yang telah dijabarkan dalam bab sebelumnya, Thavma Studio telah berhasil mencapai tujuannya terutama dalam mengambil masyarakat kelas menengah dalam bisnis studio foto dengan memberikan hasil foto dan pelayanan yang tidak kalah jauh dengan foto studio kelas atas, di era yang sudah memiliki kemajuan teknologi yang canggih, masih ada masyarakat kelas menengah yang ingin merasakan pengalaman foto studio sehingga Thavma Studio hadir untuk mengatasi permasalahan tersebut agar masyarakat menengah dapat juga merasakan foto studio, dan inovasi yang dijalankan oleh Thavma studio berjalan dengan baik dan selaras sesuai yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- DetikNews, Wysnu Subrata., (2008). Hati-Hati Memilih Studio Foto. *detiknews*. Retrieved March 14, 2022, from <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-971627/hati-hati-memilih-studio-foto>
- Delistiawati, N. (2018). Upaya Kelompok Ekonomi Menengah Atas Dalam Menangani kemiskinan. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 12(2), 72. <https://doi.org/10.32832/jpls.v12i2.2796>
- Faiz, A., Purwati, P., & Kurniawaty, I. (2020). Construction of prosocial empathy values through project based learning methods based on social experiments (study of discovering cultural themes in the sumber-cirebon society). *Ta Dib : Jurnal Pendidikan Islam*, 9(1), 51–62. <https://doi.org/10.29313/tjpi.v9i1.6220>
- Griffin, G. (2022). Digital Technology. *Encyclopedia of Social Work*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199975839.013.1440>
- Illa, M. T., & Nugraha, S. A. (2020). Pengaruh promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap minat pemakaian Jasa Fotografi. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 120. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.69>
- Klasić, H. (2021). Photography, first and foremost. *Red Glow*, 9–14. <https://doi.org/10.1515/9783422986480-001>

- Laachiri, S. L. (2021). Morocco in colonial photography. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 3(12), 01–08.
<https://doi.org/10.32996/jhsss.2021.3.12.1>
- Lynn, T., Rosati, P., Conway, E., Curran, D., Fox, G., & O'Gorman, C. (2022). Digital Technologies and civil society. *Digital Towns*, 91–108.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-91247-5_5
- Madichie, N. O. (2021). Creative Industries for Sustainable Development. *UNIZIK JOURNAL OF BUSINESS*, 4(1).
<https://doi.org/10.36108/unizikjb/1202.40.0110>
- Marsellia Putri, Marsha. (2019). Tentang Fotografi. ISBN : A14.2018-01910
- Mulyati, W., & Kristaung, R. (2018). IMPLIKASI humor Dan Peran Layanan Karyawan garis depan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 249–266.
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2524>
- R, Iswanto (2022). Designing Visual Identity as An Asset for Photo Cabin Rebranding. VCD (Journal of Visual Communication Design) 7 (1), 53-63
- Rose, N. N., Ishak, A. S., Sultan, N. H., Ismail, F., & Fahrudin, A. (2022). Effect of digital technology on adolescents. *Impact and Role of Digital Technologies in Adolescent Lives*, 1–18. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8318-0.ch001>
- Sanjaya, H. B., Ruslan, D. R., Sundari, S. R., Hakim, M. A., & Alexandri, M. B. (2020). Analisis Peluang Bisnis Jasa Fotografi "Garis Photography" Dengan Business Model Canvas Dan Analisis Swot. pISSN: 1907-3011 - eISSN: 2528-1127
- Silviana, I., Ikhtiarini, R. U., Putri, R. A., & Putri, M. Y. (2020). Analisis Penetapan Harga Jasa Fotografi. *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan*, 2(1), 15–20. <https://doi.org/10.34199/oh.2.1.2020.002>
- Utami, D. P., Melliani, D., Maolana, F. N., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021). Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2735–2742. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8>
- Wohl, H. (2021). Innovation and creativity in creative industries. *Sociology Compass*, 16(2). <https://doi.org/10.1111/soc4.12956>