

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak yang signifikan dalam transformasi berbagai industri, termasuk industri kreatif seperti fotografi. Sebelumnya, industri fotografi sangat bergantung pada peralatan analog yang memerlukan proses pengambilan gambar dan pengolahan film secara manual, yang tidak hanya memakan waktu, tetapi juga memerlukan biaya yang cukup tinggi. Namun, dengan hadirnya teknologi digital, fotografi kini dapat dilakukan dengan lebih efisien dan lebih terjangkau. Kamera digital dan perangkat lunak pengolah gambar memungkinkan fotografer untuk langsung melihat hasil foto, melakukan edit dengan cepat, dan memproduksi gambar berkualitas tinggi tanpa bergantung pada proses kimia tradisional. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas hasil foto, tetapi juga mengurangi biaya operasional yang sebelumnya terkait dengan film dan pengolahan gambar secara manual (Albari et al., 2024).

Perkembangan digitalisasi juga memperkenalkan alat-alat baru yang memperkaya pengalaman visual, seperti aplikasi editing foto berbasis kecerdasan buatan (AI), yang memungkinkan pengeditan gambar secara otomatis, mengubah komposisi, serta meningkatkan kualitas gambar dengan sedikit intervensi manusia. Platform berbasis cloud juga memungkinkan penyimpanan dan berbagi foto secara cepat, sehingga memberikan fleksibilitas bagi fotografer untuk bekerja di mana saja, tanpa terikat oleh ruang atau perangkat keras tertentu. Ini memperluas aksesibilitas layanan fotografi kepada khalayak yang lebih luas, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM) seperti Hato Self Photo Studio.



Teknologi digital memungkinkan studio fotografi untuk memanfaatkan media sosial dan platform online sebagai saluran utama promosi dan pemasaran. Media sosial seperti Instagram, Facebook, Tok telah menjadi tempat yang efektif bagi bisnis fotografi untuk

menampilkan portofolio , menarik pelanggan baru, serta berinteraksi dengan audiens secara langsung. Hal ini juga membuka peluang bagi Hato Self Photo Studio untuk memanfaatkan fitur-fitur digital, seperti pemesanan online dan pemasaran berbasis geolokasi, guna meningkatkan jangkauan pasar dan mempercepat pertumbuhan pendapatan (Albari et al., 2024). Dengan memanfaatkan teknologi digital, Hato Self Photo Studio tidak hanya bisa meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga meraih keuntungan kompetitif di pasar yang semakin dinamis dan terhubung secara global.

Digitalisasi mempermudah siapa saja untuk memasuki pasar, baik itu melalui platform media sosial, aplikasi pemesanan online, atau website pribadi. Kemudahan akses ini, studio fotografi besar maupun kecil dapat memanfaatkan teknologi untuk menawarkan layanan yang serupa atau bahkan lebih inovatif. Oleh karena itu, studio seperti *Hato Self Photo Studio* harus mampu membedakan diri dari pesaing, baik dari segi kualitas layanan, inovasi, maupun cara pemasaran yang lebih kreatif dan menarik.

Perubahan dalam Preferensi Konsumen juga menjadi tantangan signifikan. Di era digital, perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses informasi melalui internet. Konsumen kini memiliki banyak pilihan dan dapat dengan mudah membandingkan harga, kualitas, serta review dari berbagai penyedia jasa fotografi hanya dengan beberapa klik. Studi fotografi harus dapat memahami perubahan preferensi konsumen yang lebih memilih layanan yang efisien, cepat, dan terjangkau, namun tetap mengutamakan kualitas. Misalnya, konsumen lebih tertarik dengan pengalaman yang lebih personal atau paket layanan yang dapat dipesan secara online, termasuk opsi pembayaran yang lebih fleksibel seperti dompet digital atau transfer online. Studio fotografi harus terus berinovasi untuk mengikuti tren ini dan mengadopsi teknologi yang mudah akses layanan bagi pelanggan.



tantangan dalam pengelolaan arus kas semakin besar di tengah ini. Banyaknya saluran pendapatan baru yang muncul melalui

layanan digital, seperti pemesanan online atau transaksi via aplikasi, studio fotografi seperti *Hato Self Photo Studio* harus dapat mengelola dan memantau semua aliran kas dengan cermat dan efisien. Ketidakmampuan dalam memonitor pengeluaran dan pemasukan secara real-time dapat menghambat kemampuan bisnis untuk melakukan perencanaan keuangan yang efektif. Di sisi lain, teknologi digital memungkinkan bisnis untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat dan efisien, namun juga membuka potensi kebocoran keuangan jika sistem manajemen kas tidak dikelola dengan baik. Untuk itu, Hato Self Photo Studio perlu menggunakan sistem pengelolaan keuangan berbasis digital yang memudahkan pencatatan dan pemantauan transaksi secara otomatis.

Keamanan Data menjadi tantangan lain yang tidak kalah penting di era digital. Dengan semakin banyaknya data pribadi yang diproses secara online, mulai dari data pelanggan hingga informasi transaksi, bisnis seperti studio fotografi harus menjaga agar data tersebut tetap aman dari potensi ancaman siber. Keamanan data yang tidak terjaga dengan baik dapat merusak reputasi bisnis, bahkan menurunkan kepercayaan pelanggan. Hato Self Photo Studio harus memastikan bahwa menggunakan sistem yang aman untuk menyimpan data pelanggan dan melakukan transaksi secara online, serta memperbarui protokol keamanan secara berkala.

Perubahan cepat dalam teknologi juga merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh banyak pelaku bisnis. Teknologi yang terus berkembang berarti bahwa studio fotografi harus selalu beradaptasi dengan perkembangan terbaru dalam perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk pengambilan dan pengolahan gambar (Albari et al., 2024). Penggunaan kamera dengan teknologi tinggi, perangkat editing berbasis AI, atau platform pemasaran yang lebih canggih dapat meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga membutuhkan investasi yang besar. Bagi usaha kecil



Hato Self Photo Studio, tantangan utama adalah bagaimana melakukan investasi tersebut secara efisien tanpa mengorbankan kualitas layanan.

Aliran kas dalam bisnis kreatif seperti fotografi mencakup pendapatan dari layanan foto, penyewaan peralatan, hingga penjualan produk tambahan seperti cetakan foto atau album. Di sisi pengeluaran, kas akan digunakan untuk biaya operasional sehari-hari, termasuk pembayaran sewa tempat, gaji karyawan, pembelian bahan baku (misalnya cetakan atau album), biaya pemasaran, dan perawatan peralatan fotografi. Pada studio fotografi yang beroperasi di era digital, terdapat tambahan pengeluaran untuk teknologi, seperti perangkat lunak editing foto, sistem pemesanan online, serta alat promosi digital melalui media sosial atau platform iklan.

Pengelolaan aliran kas yang efektif memerlukan pemantauan yang ketat terhadap setiap transaksi yang terjadi. Hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak akuntansi berbasis digital yang memudahkan pencatatan transaksi secara otomatis, sehingga pemilik bisnis dapat melihat status keuangan secara real-time (Khoirunisa Cahya Firdarini, 2024). Dengan menggunakan aplikasi berbasis cloud untuk mengelola data keuangan, Hato Self Photo Studio dapat memonitor pemasukan dari berbagai sumber dan memastikan bahwa tidak menghabiskan lebih banyak uang daripada yang diterima. Manajemen kas yang efisien sangat penting bagi keberlanjutan dan perkembangan Hato Self Photo Studio di era digital. Dengan pengelolaan kas yang baik, studio dapat menjaga stabilitas operasional, memanfaatkan peluang yang ada, dan mengantisipasi potensi tantangan yang muncul, sehingga dapat terus berinovasi dan meningkatkan pendapatan.

Salah satu peluang terbesar yang diberikan oleh era digital adalah akses yang lebih luas ke pasar global. Dengan adanya platform digital dan media sosial, studio fotografi seperti Hato Self Photo Studio dapat memasarkan layanan lebih jauh dari sekadar pasar lokal. Pelanggan dari berbagai daerah atau bahkan negara lain dapat dijangkau melalui iklan promosi, dan konten visual yang menarik di platform seperti Instagram, Facebook, atau TikTok. Hal ini memungkinkan studio untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan volume transaksi.



Optimalisasi manajemen kas merupakan hal yang sangat penting bagi setiap bisnis, termasuk dalam industri kreatif seperti studio fotografi, karena dapat secara langsung mempengaruhi kestabilan keuangan dan pertumbuhan usaha. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, terutama di era digital, pengelolaan kas yang efektif menjadi krusial untuk memastikan kelancaran operasional dan memaksimalkan potensi pendapatan (Prasetyawati et al., 2023). Manajemen kas yang optimal tidak hanya mencakup pengaturan aliran kas yang lancar untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga mencakup strategi untuk memanfaatkan dana yang ada dalam mendukung ekspansi bisnis dan investasi pada teknologi yang relevan, seperti perangkat keras dan perangkat lunak fotografi terbaru.

Ketergantungan yang semakin meningkat pada transaksi digital di pasar saat ini menuntut strategi manajemen kas yang kuat. Dengan lebih banyak pelanggan yang memilih metode pembayaran digital, Hato Self Photo Studio harus memastikan praktik manajemen kasnya disesuaikan untuk menangani pembayaran digital secara efisien. Adaptasi ini tidak hanya sesuai dengan perilaku konsumen tetapi juga meningkatkan kemampuan studio untuk menangkap dan mempertahankan pendapatan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhannya di pasar digital yang kompetitif (Ulfa Adiranti & Mohamad Djasuli, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana optimalisasi manajemen kas dapat meningkatkan pendapatan Hato Self Photo Studio di era digital. Dengan meneliti praktik manajemen kas yang ada dan mengidentifikasi peluang untuk perbaikan, studi ini berupaya memberikan rekomendasi strategis yang dapat membantu studio mencapai efisiensi keuangan yang lebih besar dan keberlanjutan.

1.2 Profil Bisnis

Hato Self Photo Studio adalah salah satu pionir studio foto mandiri di Kota Makassar, yang secara resmi dibuka pada 31 Mei 2022. Studio ini menawarkan konsep unik dan modern, di mana pelanggan bisa berfoto secara mandiri tanpa kehadiran fotografer.



Dengan menyediakan ruang pribadi yang nyaman, peralatan foto yang canggih, serta pencahayaan profesional, Hato Self Photo Studio memberi pengalaman berfoto yang intim dan fleksibel. Pelanggan dapat mengontrol seluruh proses pemotretan, dari pengambilan gambar hingga pengaturan pose, memungkinkan mengekspresikan diri dengan lebih bebas. Studio ini telah menjadi tren baru bagi generasi muda di Makassar yang ingin mengabadikan momen spesial dengan gaya pribadi, cocok untuk berbagai kesempatan, mulai dari foto keluarga, teman, hingga perayaan pribadi.

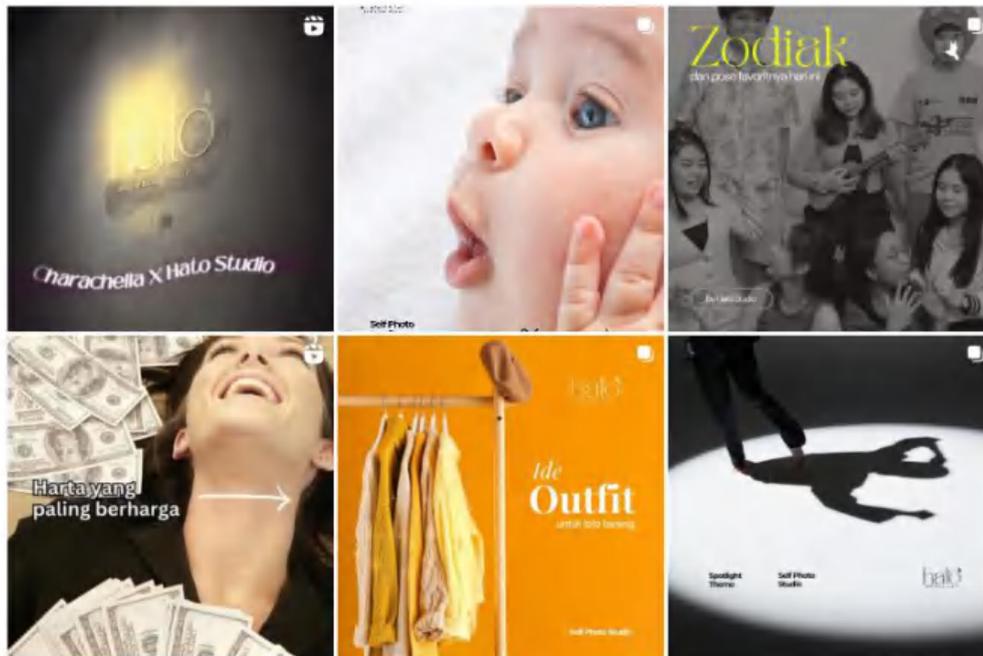


Gambar 1. 1 Logo Hato Studio

Hato Studio memiliki rating 4,8 dari 17 ulasan di Google, yang mencerminkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Hato Studio menyediakan berbagai layanan fotografi kreatif dan telah menjadi pilihan bagi masyarakat di Makassar. Studio ini dapat dihubungi melalui nomor telepon 0812-4532-5002 dan buka pada hari Rabu pukul 10.00 hingga 21.00, serta jam operasional lainnya yang dapat bervariasi. Sebagai sebuah usaha di Sulawesi Selatan, Hato Studio terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan fotografi masyarakat dengan pelayanan yang berkualitas.



Optimized using
trial version
www.balesio.com



Gambar 1. 2 Contoh Foto Hato Studio

1.3 Masalah Bisnis

Masalah bisnis yang dihadapi oleh Hato Self Photo Studio terletak pada kurangnya optimalisasi pengelolaan kas, yang menjadi tantangan utama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan pendapatan. Pada tahun lalu, Hato Self Photo Studio mengalami kerugian besar akibat penggelapan dana kas yang dilakukan oleh seorang karyawan yang juga menjabat sebagai rekan bisnis studio tersebut. Kejadian ini bermula dari ketergantungan yang berlebihan pada rasa saling percaya antara kedua pihak, tanpa adanya sistem pengawasan yang jelas. Penggunaan pencatatan arus kas secara manual semakin memperburuk keadaan, karena tidak ada cara yang efektif untuk memverifikasi setiap transaksi secara akurat dan transparan. Akibatnya, tindakan penyelewengan dana baru terdeteksi setelah sejumlah kerugian besar terjadi. Dampak yang dirasakan sangat signifikan, di mana omset toko mengalami penurunan drastis hingga mencapai angka jutaan rupiah dalam kondisi minus. Insiden



unjukkan betapa pentingnya pengelolaan keuangan yang lebih ur dan penggunaan sistem pencatatan yang lebih modern untuk ah kerugian serupa di masa depan.

Meskipun studio ini memiliki potensi besar dengan layanan fotografi kreatif dan adanya peluang untuk memanfaatkan teknologi digital, pengelolaan arus kas yang tidak terstruktur dengan baik menghambat kemampuan untuk memonitor pengeluaran dan pendapatan secara real-time. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam perencanaan keuangan, alokasi dana untuk investasi, serta pengambilan keputusan strategis yang tepat. Selain itu, meskipun sudah memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan sistem pemesanan online, Hato Self Photo Studio belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi untuk meningkatkan aliran kas dan memperluas pasar, yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan yang belum maksimal.

1.3.1 Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal dalam sebuah bisnis adalah proses identifikasi dan penilaian terhadap elemen-elemen yang berada dalam kendali langsung perusahaan. Faktor internal ini mencakup kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang ada dalam organisasi, yang secara langsung mempengaruhi operasional, daya saing, dan kinerja perusahaan.

1. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan adalah faktor-faktor yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bisnis. Beberapa contoh kekuatan yang umum dalam bisnis kreatif seperti studio fotografi adalah kualitas produk atau layanan yang unggul, keahlian teknis dan profesionalisme tim, brand yang kuat dan dikenal luas, serta kepemilikan peralatan yang modern dan mutakhir. Misalnya, Hato Self Photo Studio mungkin memiliki fasilitas fotografi yang canggih dan unik, pengalaman pelanggan yang luar biasa, atau reputasi baik yang sudah dikenal oleh pasar. Kekuatan ini sangat penting karena dapat menjadi faktor pembeda di pasar yang sangat kompetitif.



2. Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan adalah faktor yang menghambat perusahaan untuk mencapai tujuan atau bertahan dalam persaingan. Dalam analisis faktor internal, kelemahan yang ditemukan perlu diidentifikasi dan diatasi agar tidak merugikan perkembangan perusahaan. Dalam bisnis studio fotografi, kelemahan dapat mencakup kekurangan dalam pemasaran atau promosi yang kurang efektif, keterbatasan dalam sumber daya manusia, ketergantungan pada teknologi tertentu yang cepat usang, atau biaya operasional yang tinggi. Misalnya, Hato Self Photo Studio mungkin memiliki keterbatasan dalam hal pengelolaan kas yang menyebabkan kesulitan dalam pembelian peralatan baru, atau kurangnya kehadiran online yang dapat mengurangi daya tarik bagi pelanggan baru.

Langkah-langkah analisis faktor internal dimulai dengan identifikasi kekuatan yang dimiliki perusahaan. Pada tahap ini, perusahaan perlu menilai berbagai elemen internal yang menjadi keunggulan kompetitif, seperti kualitas produk atau layanan, sumber daya manusia, teknologi, serta reputasi yang dimiliki. Identifikasi ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor mana yang dapat dimaksimalkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Setelah itu, dilanjutkan dengan identifikasi kelemahan, yaitu proses untuk menilai dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan, seperti keterbatasan dalam hal peralatan, manajemen kas yang kurang efisien, atau kekurangan dalam pemasaran. Penting untuk memahami kelemahan agar perusahaan dapat merencanakan tindakan korektif yang sesuai. Selanjutnya, langkah berikutnya adalah evaluasi dan pemberian bobot pada faktor kekuatan dan kelemahan berdasarkan dampaknya terhadap kinerja perusahaan.

Proses ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap keberhasilan jangka panjang. itu, perusahaan dapat merumuskan strategi pengelolaan dengan atankan kekuatan yang ada dan mengatasi kelemahan yang an. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional,



memperkuat posisi kompetitif, dan menciptakan peluang bagi pertumbuhan perusahaan ke depan. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, perusahaan dapat mengembangkan pemahaman yang lebih jelas tentang posisi internalnya dan merumuskan langkah-langkah yang tepat untuk mencapainya.

1.3.2 Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal adalah proses menilai faktor-faktor luar yang dapat mempengaruhi bisnis baik secara positif maupun negatif. Faktor eksternal ini mencakup peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang datang dari lingkungan bisnis di luar kendali langsung perusahaan. Menganalisis faktor eksternal sangat penting agar perusahaan dapat menyesuaikan strategi dengan perubahan dan tren di pasar.

1. Peluang (Opportunities):

Peluang adalah kondisi atau situasi di luar perusahaan yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis atau meningkatkan kinerja. Dalam industri kreatif seperti studio fotografi, peluang dapat muncul dari berbagai faktor eksternal seperti perkembangan teknologi digital, meningkatnya minat masyarakat terhadap jasa fotografi profesional, tren media sosial yang menuntut konten visual berkualitas tinggi, serta potensi kerjasama atau kolaborasi dengan influencer atau brand besar. Misalnya, dengan adanya permintaan yang tinggi untuk foto-foto estetik yang siap pakai di platform media sosial seperti Instagram, studio fotografi dapat memanfaatkan tren ini untuk menawarkan paket layanan khusus yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Ancaman (Threats)

Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat menghambat atau merugikan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Ancaman ini bisa dari pesaing yang semakin banyak dan inovatif, perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi operasi bisnis, fluktuasi ekonomi, serta perubahan preferensi pelanggan yang cepat. Dalam bisnis fotografi,



ancaman dapat muncul dari kemajuan teknologi yang memungkinkan orang untuk mengambil foto berkualitas tinggi hanya dengan ponsel, atau kompetisi yang ketat dengan studio fotografi lain yang menawarkan harga lebih murah atau layanan yang lebih cepat. Misalnya, jika teknologi kamera smartphone semakin berkembang dan menjadi lebih terjangkau, hal ini dapat mengurangi permintaan untuk jasa fotografi profesional, karena banyak orang merasa puas dengan hasil foto dari perangkat pribadi .

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh Hato Self Photo Studio dalam mengelola arus kas di era digital?
2. Apa saja strategi dan yang dapat diterapkan oleh Hato Self Photo Studio untuk mengoptimalkan manajemen kas dalam menghadapi persaingan di era digital?

1.5 Tujuan dan Batasan Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh Hato Self Photo Studio dalam mengelola arus kas di era digital?
2. Apa saja strategi yang dapat diterapkan oleh Hato Self Photo Studio untuk mengoptimalkan manajemen kas dalam menghadapi persaingan di era digital?

1.5.2 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini terbatas pada studi kasus Hato Self Photo Studio sebagai objek penelitian, dengan fokus utama pada pengelolaan kas



onteks usaha kecil dan menengah di sektor kreatif, khususnya yang k di bidang layanan fotografi. Penelitian ini tidak mencakup han industri fotografi atau bisnis serupa lainnya, melainkan hanya

menitikberatkan pada masalah manajemen kas yang dihadapi oleh studio ini. Selain itu, penelitian ini membatasi ruang lingkup pada penerapan teknologi digital yang berkaitan dengan pengelolaan kas, seperti sistem pembayaran online, platform pemesanan digital, dan penggunaan media sosial dalam meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh bisnis fotografi atau industri lainnya yang tidak memiliki karakteristik serupa dengan Hato Self Photo Studio.



Optimized using
trial version
www.balesio.com

Setelah faktor internal dan eksternal dianalisis, langkah berikutnya adalah Analisis Matriks Faktor Internal dan Analisis Matriks Faktor Eksternal, yang berfungsi untuk memberikan bobot atau tingkat kepentingan dari setiap faktor yang telah diidentifikasi. Bobot ini kemudian digunakan untuk mengembangkan Perumusan Alternatif Strategi, yang dihasilkan melalui Matriks TOWS untuk menghubungkan faktor internal dan eksternal guna menentukan strategi yang tepat. Selanjutnya, alternatif strategi yang dihasilkan akan dinilai melalui Matriks IE (Internal-External) untuk menentukan posisi perusahaan dan pilihan strategi yang dapat diambil. Berdasarkan penilaian ini, langkah berikutnya adalah Penentuan Alternatif Strategi melalui Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), yang memberikan evaluasi lebih rinci terhadap berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang telah dianalisis.

Proses terakhir adalah Rekomendasi Alternatif Strategi Peningkatan Penerimaan, yang menyarankan langkah-langkah strategis yang dapat diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan pendapatan berdasarkan hasil dari seluruh analisis dan perumusan strategi tersebut. Diagram ini secara keseluruhan menunjukkan pendekatan sistematis untuk menganalisis dan merumuskan strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar.

Perencanaan strategi berbasis analisis SWOT, Matriks IE, dan Matriks QSPM untuk menghasilkan rekomendasi alternatif strategi yang dapat meningkatkan penerimaan bisnis. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai isi diagram:

1. Identifikasi Masalah Bisnis

Proses dimulai dengan mengenali masalah utama yang dihadapi bisnis, seperti tantangan dalam manajemen kas atau persaingan pasar.



Analisis Faktor Internal dan Eksternal

- **Internal:** Mengidentifikasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dalam organisasi.
- **Eksternal:** Menganalisis peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dari lingkungan luar bisnis.

3. Analisis Matriks Faktor Internal dan Eksternal

Memberikan bobot dan skor pada setiap faktor untuk mengukur sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman memengaruhi bisnis.

4. Perumusan Alternatif Strategi

- **Matriks TOWS:** Menghasilkan strategi berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal.
- **Matriks IE:** Menentukan posisi bisnis dalam matriks untuk memilih strategi yang sesuai (Grow and Build, Hold and Maintain, atau Harvest and Divest).

5. Penentuan Alternatif Strategi (Matriks QSPM)

Matriks QSPM digunakan untuk mengevaluasi daya tarik strategi alternatif berdasarkan hasil analisis sebelumnya.

6. Rekomendasi Strategi

Tahap akhir adalah memberikan rekomendasi strategi yang dapat meningkatkan penerimaan bisnis secara efektif berdasarkan prioritas strategi terbaik dari Matriks QSPM.

2.1.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) suatu organisasi atau bisnis.



onteks HATO Self Photo Studio di era digital, analisis SWOT dapat itu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang jauh kemampuan bisnis untuk mengoptimalkan manajemen kas

dan meningkatkan pendapatan. Kekuatan meliputi keunggulan kompetitif seperti kualitas layanan foto yang inovatif, teknologi terkini dalam studio foto, serta lokasi strategis. Kelemahan mencakup keterbatasan internal seperti biaya operasional yang tinggi, ketergantungan pada musim tertentu, dan kurangnya diversifikasi pendapatan. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi peningkatan tren penggunaan media sosial yang mendorong kebutuhan foto berkualitas tinggi, kemajuan teknologi digital untuk efisiensi operasional, dan potensi kemitraan dengan perusahaan lain dalam kampanye pemasaran. Sementara itu, ancaman meliputi persaingan yang semakin ketat dari studio foto lain, perkembangan teknologi yang cepat yang dapat membuat peralatan usang, serta potensi perubahan tren konsumen.

2.1.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengintegrasikan analisis SWOT ke dalam strategi yang terstruktur. Matriks ini membantu mengidentifikasi strategi yang dapat diambil dengan menghubungkan elemen-elemen SWOT:

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Misalnya, HATO Self Photo Studio dapat memanfaatkan teknologi terkini untuk menawarkan paket layanan berbasis digital yang terintegrasi dengan media sosial, serta mempromosikan keunggulan lokasi strategis untuk menarik lebih banyak pelanggan.

2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Sebagai contoh, studio dapat mengatasi biaya operasional yang tinggi dengan mengadopsi teknologi berbasis cloud untuk pengelolaan pemesanan dan pembayaran yang lebih efisien.



Strategi ST (Strengths-Threats)

Menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman. Misalnya, HATO dapat menghadapi persaingan dengan mengedepankan inovasi layanan dan kualitas hasil foto yang lebih baik daripada kompetitor.

4. Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Sebagai contoh, studio dapat melakukan diversifikasi pendapatan dengan menyediakan layanan tambahan seperti penyewaan perlengkapan foto untuk mengurangi dampak dari perubahan tren konsumen.

Tabel 2. 1 Tabel Matriks SWOT

Analisis Internal	Analisis Eksternal
Strength (Kekuatan)	Opportunity (Peluang)
1. Lokasi strategis di area yang ramai, memudahkan akses pelanggan.	1. Pertumbuhan industri kreatif dan digital membuka peluang pasar yang lebih luas.
2. Penggunaan teknologi fotografi terbaru (kamera dan alat pencahayaan).	2. Meningkatnya permintaan untuk layanan foto online dan pemotretan jarak jauh.
3. Pelayanan pelanggan yang ramah dan desain studio yang nyaman.	3. Kolaborasi dengan influencer atau brand dapat memperluas audiens.
4. Berbagai jenis layanan fotografi yang sesuai dengan berbagai kebutuhan pelanggan.	4. Perkembangan teknologi, seperti AI untuk editing foto, dapat meningkatkan efisiensi.
5. Aktif di media sosial untuk mempromosikan layanan studio.	5. Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai pengalaman foto kreatif.
Weakness (Kelemahan)	Threats (Ancaman)
1. Ketergantungan pada peralatan yang memerlukan biaya pemeliharaan tinggi.	1. Persaingan ketat dengan banyak studio foto yang menawarkan layanan serupa.
2. Jam operasional terbatas yang dapat membatasi kesempatan pelayanan.	2. Fluktuasi ekonomi yang bisa menurunkan daya beli pelanggan.
3. Kurangnya diversifikasi produk layanan yang dapat menarik banyak pelanggan.	3. Perubahan tren konsumen yang lebih memilih menggunakan smartphone untuk foto.



4. Tenaga kerja yang terbatas dalam hal jumlah dan keterampilan.	4. Perubahan regulasi yang ketat terkait pajak, izin usaha, atau kesehatan yang dapat mempengaruhi operasional.
5. Biaya operasional yang tinggi, terutama untuk perawatan peralatan dan lokasi.	5. Ketergantungan pada platform digital yang bisa berisiko jika platform tersebut mengalami masalah teknis.

Penggunaan matriks SWOT, HATO Self Photo Studio dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mengoptimalkan manajemen kas, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempertahankan daya saing di era digital. Strategi ini dapat menjadi pilar utama dalam mencapai tujuan peningkatan pendapatan jangka panjang.

2.1.5 Matriks IFAS-EFAS

Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) adalah alat analisis strategis yang membantu mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi performa bisnis. Dalam konteks HATO Self Photo Studio, matriks IFAS digunakan untuk menganalisis faktor internal berupa kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), sementara EFAS mengevaluasi faktor eksternal seperti peluang (opportunities) dan ancaman (threats).

Pada Matriks IFAS, HATO dapat memanfaatkan kekuatan seperti inovasi teknologi terkini dalam layanan foto, kreativitas dalam menciptakan konsep studio, serta kualitas layanan pelanggan yang unggul. Namun, kelemahan seperti ketergantungan pada musim tertentu atau kurangnya diversifikasi pendapatan perlu diperhatikan agar tidak menghambat optimalisasi manajemen kas.

Matriks EFAS mengidentifikasi peluang eksternal, seperti meningkatnya tren foto personal untuk media sosial, potensi kolaborasi perusahaan lain, dan kemajuan teknologi yang mendukung isi proses bisnis. Namun, ancaman seperti persaingan pasar yang berubah tren konsumen, serta risiko teknologi yang cepat usang



memerlukan strategi mitigasi yang cermat. Dengan matriks ini, HATO dapat memprioritaskan faktor mana yang memiliki dampak terbesar terhadap tujuan bisnis dan mengalokasikan sumber daya secara efisien.

2.1.6 Matriks TOWS

Matriks **TOWS** adalah pengembangan dari analisis SWOT yang fokus pada pengembangan strategi berdasarkan hubungan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Matriks ini dirancang untuk menghasilkan strategi spesifik yang dapat meningkatkan efektivitas manajemen kas sekaligus mendorong pertumbuhan pendapatan.

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities)

HATO dapat memanfaatkan kekuatan seperti teknologi canggih dan layanan pelanggan yang unggul untuk menangkap peluang seperti kolaborasi pemasaran dengan platform media sosial. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas bisnis dan menarik lebih banyak pelanggan.

2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Studio dapat mengatasi kelemahan seperti kurangnya diversifikasi pendapatan dengan memanfaatkan peluang tren digitalisasi untuk menawarkan produk dan layanan baru, seperti cetak foto instan berbasis aplikasi atau layanan pemesanan online.

3. Strategi ST (Strengths-Threats)

HATO dapat menggunakan kekuatannya, seperti keunggulan lokasi dan konsep studio unik, untuk mengatasi ancaman persaingan pasar. Promosi berkelanjutan dan penawaran paket khusus dapat membantu menarik pelanggan meski ada kompetitor yang agresif.



Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Untuk mengurangi kelemahan dan ancaman, HATO dapat meningkatkan efisiensi operasional melalui pelatihan staf dan

penggunaan teknologi berbasis cloud. Selain itu, diversifikasi produk seperti penyewaan peralatan foto atau pelatihan fotografi dapat menjadi langkah strategis untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber pendapatan.

Penggunaan Matriks TOWS, HATO Self Photo Studio dapat menyusun strategi yang terintegrasi untuk mengoptimalkan manajemen kas, menghadapi tantangan, serta memanfaatkan peluang di era digital secara maksimal. Strategi ini mendukung keberlanjutan bisnis sekaligus mendorong pertumbuhan pendapatan secara signifikan.

2.1.7 Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks Internal-Eksternal (IE) adalah alat strategis yang digunakan untuk memetakan posisi organisasi atau bisnis berdasarkan evaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Matriks ini menggabungkan total skor dari analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk menentukan posisi HATO Self Photo Studio dalam sembilan sel matriks, yang terbagi menjadi tiga strategi utama: Grow and Build (tumbuh dan membangun), Hold and Maintain (mempertahankan), dan Harvest or Divest (panen atau pelepasan).

Berdasarkan analisis, jika HATO memiliki skor internal yang tinggi (kekuatan lebih dominan dibanding kelemahan) dan skor eksternal yang tinggi (peluang lebih besar daripada ancaman), maka studio berada di zona Grow and Build. Strategi yang sesuai meliputi pengembangan layanan baru seperti foto tematik digital atau paket eksklusif untuk acara khusus. Jika studio berada di zona Hold and Maintain, strategi fokus pada peningkatan efisiensi operasional dan mempertahankan kualitas layanan. Namun, jika skor menunjukkan posisi di zona Harvest or Divest, HATO perlu mempertimbangkan efisiensi biaya dan fokus pada pengelolaan kas untuk menghindari penurunan lebih lanjut. Matriks IE membantu HATO menentukan prioritas strategi berdasarkan kondisi bisnis saat ini, sehingga mendukung optimalisasi manajemen kas secara efektif.



2.1.8 Matriks QSPM

Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) adalah alat pengambilan keputusan strategis yang digunakan untuk memilih strategi terbaik berdasarkan hasil analisis SWOT, Matriks IE, dan Matriks TOWS. QSPM membantu mengevaluasi strategi alternatif dengan memberikan bobot dan skor daya tarik pada setiap faktor strategis, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang objektif dan terukur.

HATO Self Photo Studio, proses QSPM dimulai dengan mengidentifikasi faktor internal (seperti kemampuan teknologi dan inovasi layanan) serta eksternal (seperti tren media sosial dan persaingan pasar). Selanjutnya, beberapa strategi alternatif, seperti pengembangan aplikasi pemesanan berbasis digital atau kolaborasi dengan influencer media sosial, dianalisis berdasarkan daya tariknya dalam mencapai tujuan optimalisasi manajemen kas. Setiap strategi diberi nilai daya tarik (Attractiveness Score) yang menunjukkan seberapa baik strategi tersebut dapat mengatasi faktor internal dan eksternal yang relevan.

Melalui QSPM, HATO dapat memilih strategi yang memberikan dampak terbesar pada efisiensi manajemen kas dan peningkatan pendapatan. Misalnya, jika hasil QSPM menunjukkan bahwa strategi pengembangan layanan berbasis digital memiliki skor daya tarik tertinggi, maka HATO dapat memprioritaskan langkah tersebut sebagai fokus utama. Dengan pendekatan ini, QSPM tidak hanya membantu memilih strategi terbaik tetapi juga memberikan landasan objektif untuk pengambilan keputusan strategis di era digital.

2.2 Tempat dan Waktu

Penelitian ini akan dilaksanakan di Hato Self Photo Studio, yang terletak di Jl. Nuri No.36d, Kp. Buyang, Kec. Mariso, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Studio ini dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu penyedia jasa fotografi yang terkemuka di kota Makassar, dengan berbagai layanan kreatif yang berhubungan dengan fotografi di era digital. Penelitian ini akan berlangsung selama enam



bulan, dimulai pada bulan Desember 2024. Periode waktu ini dipilih untuk memberikan cukup waktu untuk melakukan analisis mendalam mengenai manajemen kas dan bagaimana pengelolaannya dapat berpengaruh terhadap pendapatan studio di tengah persaingan yang semakin ketat di industri fotografi.

2.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara rinci mengenai kondisi manajemen kas di Hato Self Photo Studio dan bagaimana pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan bisnis. Menurut Sugiyono (2020), metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alami, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (menggabungkan berbagai metode), analisis data dilakukan secara induktif, dan hasil penelitian lebih fokus pada pemahaman makna daripada penerapan generalisasi.

2.4 Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data awal, yaitu dengan melakukan wawancara kepada pemilik dan staf pengelola mengenai proses pengelolaan kas yang diterapkan saat ini. Selain itu, dilakukan observasi langsung di lapangan untuk memahami lebih lanjut tentang pengelolaan keuangan dan manajemen operasional studio. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap laporan keuangan yang ada, yang mencakup penerimaan dan pengeluaran yang terjadi dalam periode tertentu. Selama penelitian, penelitian ini akan berfokus pada evaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen kas, serta pengaruhnya terhadap kinerja dan peningkatan pendapatan studio. Hasil penelitian akan dianalisis dan dijadikan dasar dalam merumuskan rekomendasi untuk peningkatan manajemen kas.



Menurut Sugiyono (2020), terdapat empat teknik pengumpulan data yang umum digunakan, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dan dokumentasi).

1. **Observasi**

Observasi adalah proses pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti untuk memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang menyeluruh (holistik).

2. **Wawancara**

Wawancara adalah interaksi antara dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, dengan tujuan untuk memberikan makna dalam topik yang dibahas.

3. **Dokumentasi**

Dokumentasi adalah proses pengumpulan catatan peristiwa yang telah terjadi, yang dapat berupa tulisan, gambar/foto, atau karya-karya monumental yang dihasilkan oleh individu atau institusi.

4. **Triangulasi**

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang ada. Dalam triangulasi, peneliti menggunakan berbagai metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dari sumber yang sama.

2.5 Parameter Pengamatan

Parameter Pengamatan merujuk pada variabel atau aspek yang diamati dan diukur dalam penelitian untuk mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, parameter pengamatan sering kali berkaitan dengan aspek-aspek yang dapat



ikan pemahaman mendalam tentang fenomena yang sedang
erilaku atau Tindakan

Melihat bagaimana subjek penelitian berperilaku atau bertindak dalam situasi tertentu, baik secara langsung maupun melalui interaksi dengan orang lain. Misalnya, pengamatan terhadap interaksi karyawan di sebuah perusahaan atau perilaku konsumen terhadap produk tertentu.

2. Proses atau Aktivitas

Mencatat langkah-langkah atau urutan tindakan yang terjadi dalam suatu aktivitas atau proses. Contohnya bisa berupa analisis tentang bagaimana suatu bisnis kreatif mengelola proyek dari awal hingga selesai, atau bagaimana konsumen melalui perjalanan pembelian produk.

3. Kondisi atau Situasi

Melibatkan pengamatan terhadap lingkungan sekitar atau konteks di mana subjek penelitian berada. Hal ini penting untuk memahami bagaimana situasi eksternal mempengaruhi subjek. Misalnya, pengamatan terhadap kondisi sosial-ekonomi yang memengaruhi perilaku konsumen.

4. Persepsi dan Sikap

Memahami bagaimana individu atau kelompok merespons atau menanggapi situasi tertentu, yang bisa dilihat dari sikap, opini, dan pandangan mereka terhadap suatu isu atau fenomena. Ini dapat diperoleh melalui wawancara atau diskusi kelompok terarah.

5. Interaksi Sosial

Menganalisis bagaimana individu berinteraksi dalam kelompok, misalnya dalam konteks organisasi atau masyarakat. Pengamatan terhadap dinamika interaksi antar anggota tim atau pelanggan dalam suatu layanan bisa menjadi parameter pengamatan yang signifikan.

