

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting di dalam pertumbuhan pembangunan ekonomi. Di Indonesia usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penyumbang terbesar perekonomian. Apalagi negara Indonesia sedang mengalami pembangunan ekonomi yang berkembang. Salah satu pembangunan ekonomi Indonesia yang sedang berkembang adalah usaha kecil dan menengah. Kegiatan usaha kecil dan menengah, baik pada sektor tradisional ataupun modern sedang dikembangkan oleh pemerintah pusat untuk kesejahteraan masyarakat. Dengan begitu peran usaha mikro, kecil dan menengah cukup besar untuk pertumbuhan ekonomi di Negara Indonesia. Dengan perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan pertumbuhan pembangunan ekonomi di Indonesia.

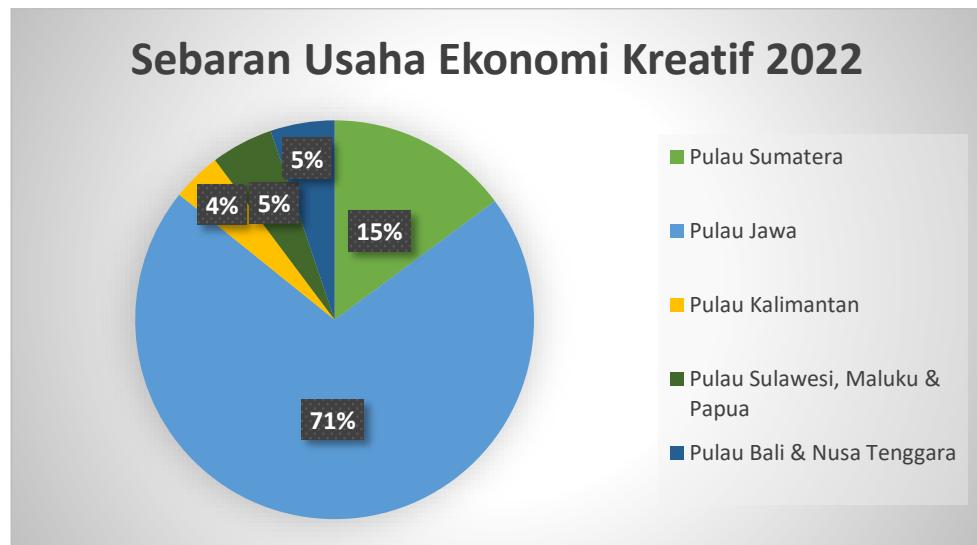
Salah satu sektor UMKM yang berkontribusi tinggi dalam PDB adalah sektor industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi pilar perekonomian Indonesia di masa mendatang. Pada saat ini, pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan tren positif sehingga perkembangan dari sektor ini menjadi salah satu fokus pemerintah.

Ekonomi kreatif merupakan ekonomi yang digerakkan oleh sumber daya manusia. Selain itu bagi Indonesia, ekonomi kreatif tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga memajukan aspek-aspek non-ekonomi berbangsa dan bernegara. Melalui ekonomi kreatif, Indonesia dapat memajukan citra dan

identitas bangsa, mempercepat pertumbuhan inovasi dan kreativitas di dalam negeri. Dampak sosial yang diberikan ekonomi kreatif termasuk peningkatan kualitas hidup dan pemerataan kesejahteraan.

Fotografi sebagai bagian dari industri kreatif Indonesia merupakan sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.

Kontribusi fotografi sendiri terhadap jumlah tenaga kerja mencapai rata-rata 81.757 juta tenaga kerja dan pertumbuhan jumlah tenaga kerja setiap tahunnya mencapai 6,33% dan pertumbuhan jumlah perusahaan fotografi setiap tahunnya mencapai 5,37%. Oleh karena itu, ekonomi kreatif memiliki peluang besar untuk dapat melayani pasar global jika sektor ini dikembangkan dengan efektif. Selain itu, globalisasi nilai-nilai budaya tidak dapat dihindarkan sebagai akibat perkembangan teknologi informasi. Masuknya berbagai budaya ke Indonesia, pada umumnya diikuti dengan masuknya produk dari negara asal budaya tersebut dan juga seringkali mempengaruhi kebiasaan dan perilaku masyarakat. Berikut merupakan sebaran Usaha Ekonomi Kreatif di Indonesia tahun 2022:

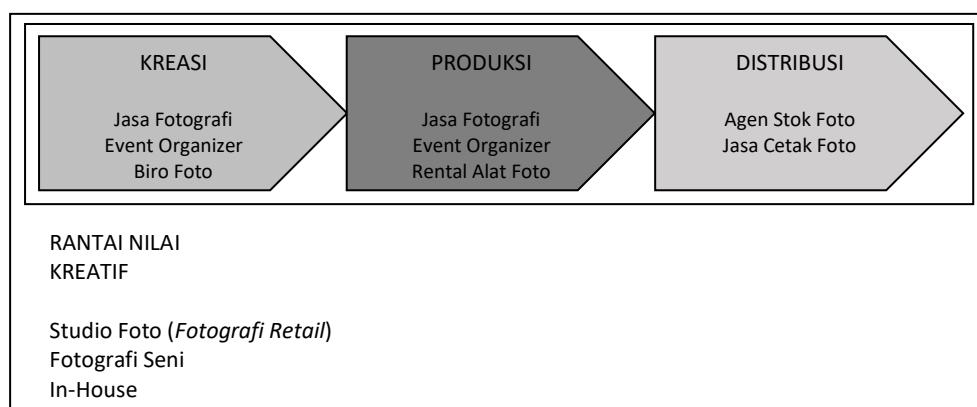


**Gambar 1. 1 Sebaran Usaha Ekonomi Kreatif tahun 2022**

Sumber: Statistik tenaga kerja pariwisata dan ekonomi kreatif 2018-2022

Penyebaran usaha ekonomi kreatif paling besar berada di pulau Jawa sebesar 70,93% disusul pulau Sumatera sebesar 14,86% dan pulau Bali dan Nusa Tenggara.

Model bisnis fotografi di Indonesia dapat dikelompokkan berdasarkan rantai nilai kreatif. Ada model bisnis yang hanya berada dalam satu atau dua mata rantai nilai, dan ada juga model bisnis yang melingkupi semua rantai nilai. Berikut model bisnis yang dibagi berdasarkan rantai nilai kreatif dari ekosistem fotografi:



**Gambar 1. 2 Model Bisnis Fotografi Berdasarkan Rantai Nilai Kreatif**

Sumber: *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Fotografi Nasional 2015-2019*

Industri yang terkait atau berfungsi sebagai pendukung akan lebih memahami kebutuhan fotografi dalam mata rantai produksi. Karena kebutuhan fotografi

semakin khusus selama tahap produksi, terutama dalam hal menghasilkan foto yang sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Selain studio foto dan fotografer yang melakukan tahap praproduksi dan produksi, tahap pascaproduksi juga membutuhkan jasa editor dan cetak foto.

Ekonomi kreatif di Kota Tasikmalaya menunjukkan perkembangan yang signifikan dengan berbagai sektor unggulan seperti bordir, kerajinan kayu, mendong, makanan olahan, konveksi, payung geulis, kelom geulis, dan alas kaki. Kota Tasikmalaya dikenal sebagai pusat industri kreatif yang memanfaatkan keterampilan lokal dan budaya sebagai modal utama pengembangan produk, yang turut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

Di era digital yang semakin berkembang, industri fotografi mengalami transformasi yang signifikan terlebih di kota-kota besar, termasuk Kota Tasikmalaya. Kota Tasikmalaya yang terletak persis di tengah-tengah jantung bumi Priangan Timur dan Selatan, membuat Kota Tasikmalaya menjadi kota perekonomian yang ramai di Jawa Barat. Sumber daya yang dimiliki Kota Tasikmalaya termasuk sumber daya yang mampu menghasilkan sesuatu yang baru dalam industri kreatif.

Pemberdayaan ekonomi adalah perilaku yang terus menerus bergerak dari moral subsisten yang pada dasarnya tidak responsif terhadap ekonomi yang ditawarkan, menuju ke arah ekonomi rasional yang sangat responsive terhadap pembaharuan (Mardikanto & Soebianto, 2013).

Pemberdayaan ekonomi melalui usaha fotografi menjadi penting mengingat sektor ini memiliki multiplier effect yang signifikan. Selain menciptakan lapangan

kerja langsung bagi fotografer dan staf pendukung, usaha fotografi juga membuka peluang bagi industri terkait seperti percetakan, framing, dan souvenir. Namun, tantangan seperti persaingan yang ketat, keterbatasan modal, dan kurangnya akses terhadap pasar yang lebih luas masih menjadi kendala utama.

Perkembangan teknologi dan maraknya pengguna media sosial telah menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha fotografi. Perkembangan ekonomi saat ini menuntut pelaku usaha untuk mampu berinovasi dan menciptakan strategi yang kompetitif guna mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan potensi ekonomi. Fenomena ini memunculkan kebutuhan akan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha fotografi, khususnya melalui strategi kemitraan dan strategi bersaing yang efektif untuk memberdayakan ekonomi dan meningkatkan pendapatan.

Kemitraan merupakan salah satu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling memperbesar. Kartasamita (1996) mengemukakan bahwa kemitraan usaha terutama dalam dunia usaha adalah hubungan antar pelaku usaha yang didasarkan pada ikatan usaha yang saling menguntungkan dalam hubungan kerja yang sinergis, yang hasilnya bukanlah suatu *zero-sum-game*, tetapi *positive-sum-game* atau *win-win situation*. Dengan perkataan lain, kemitraan usaha merupakan hubungan kerjasama antar usaha yang sejalan dilandasi prinsip saling menunjang dan saling menghidupi berdasarkan atas kekeluargaan dan kebersamaan.

Strategi kemitraan menjadi salah satu pendekatan yang potensial dalam

mengatasi berbagai kendala. Melalui kemitraan yang tepat, pelaku usaha fotografi dapat mengakses sumber daya yang lebih besar, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan kapasitas usaha fotografi ini.

Di sisi lain, strategi bersaing yang efektif diperlukan untuk mempertahankan keberadaannya dari munculnya pesaing baru yang siap bersaing dan berusaha untuk dapat menarik konsumen. Menurut Michael E. Porter strategi bersaing adalah pencarian posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi (Bintang S. Perdana, 2018). Dalam menghadapi persaingan, perusahaan fotografi harus mampu memberikan pelayanan dan keinginan sesuai pelanggan. Pelayanan terhadap pelanggan merupakan hal yang cukup penting dalam bisnis fotografi dikarenakan fotografi merupakan layanan jasa.

Kualitas pelayanan dan kesejahteraan dalam sektor jasa fotografi telah menjadi fokus utama dalam perkembangan industri kreatif di era digital. Pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menghasilkan karya visual yang memukau, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Kualitas pelayanan meliputi komunikasi, ketepatan, kecepatan produk jadi sampai kepada konsumen, kemampuan fotografer untuk memahami keinginan konsumen. Kemampuan pelaku usaha dalam menentukan harga yang kompetitif namun menguntungkan, manajemen waktu yang efisien, dan pengembangan berkelanjutan dalam hal keterampilan teknis maupun artistik merupakan kesejahteraan bagi pelaku usaha.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “Strategi Kemitraan Dan Strategi Bersaing Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Pada Usaha Bisnis Fotografi Di Kota Tasikmalaya)”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh strategi kemitraan dan strategi bersaing usaha bisnis fotografi di Kota Tasikmalaya terhadap pemberdayaan ekonomi?
2. Bagaimana pengaruh strategi kemitraan dan strategi bersaing terhadap pendapatan pada usaha bisnis fotografi di Kota Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh pemberdayaan ekonomi terhadap pendapatan usaha bisnis fotografi Kota Tasikmalaya?
4. Bagaimana pengaruh strategi kemitraan dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha bisnis fotografi Kota Tasikmalaya melalui pemberdayaan ekonomi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian yang terdiri dari substansi berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi kemitraan dan strategi bersaing terhadap pemberdayaan ekonomi pada usaha bisnis fotografi Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi kemitraan dan strategi bersaing terhadap pendapatan pada usaha bisnis fotografi di Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemberdayaan ekonomi terhadap pendapatan

usaha bisnis fotografi Kota Tasikmalaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh strategi kemitraan dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha bisnis fotografi Kota Tasikmalaya melalui pemberdayaan ekonomi.

#### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hal baru dalam penelitian ini (novelty) adalah penggunaan variabel pemberdayaan ekonomi yang selama ini masih langka diteliti. Dalam penelitian ini ingin diketahui bagaimana dampak pemberdayaan ekonomi terhadap peningkatan pendapatan pada usaha bisnis fotografi di Kota Tasikmalaya.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi penulis, diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana pelatihan intelektual, penerapan ilmu selama masa perkuliahan serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang Strategi Kemitraan, Strategi Bersaing, Pemberdayaan Ekonomi serta Pendapatan.
2. Bagi pelaku bisnis, memberikan manfaat kepada pelaku bisnis mengenai analisis strategi kemitraan dan strategi bersaing yang memberikan dampak kepada peningkatan pendapatan dan daya saing perusahaan.
3. Bagi pemerintah dan regulator, menjadi masukan untuk memberikan regulasi, pengawasan dan arahan kepada perusahaan fotografi di Kota Tasikmalaya.

#### **1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

##### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian,

terutama sekali dalam menangkap fenomena atau penelitian yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja. Dalam penentuan lokasi penelitian (Moloeng dalam Perdamen, 2012) menyatakan cara yang terbaik ditempuh dengan jalan mempertimbangkan langkah teori substantif dan menjelaki lapangan untuk mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada di lapangan, semacam keterlibatan geografis dan praktis seperti waktu, biaya dan tenaga perlu juga dijadikan bahan pertimbangan dalam penentuan lokasi penelitian. Populasi yang menjadi fokus pada penelitian ini dilaksanakan di Kota Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.

### **1.5.2 Jadwal Penelitian**

Penelitian dilaksanakan sejak bulan Oktober 2024, diawali dengan pengajuan judul kepada pihak Prodi Ekonomi Pembangunan. Kemudian mencari teori dan data yang selaras dengan judul yang diangkat.

### **Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian**