

PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS DALAM PENGEMBANGAN USAHA PT LETRA STUDIO INDONESIA

Leonardo Putra, A A Istri Ita Paramitha, I Gst Agung Pramesti Dwi Putri

Sistem Informasi, Universitas Primakara
Jl. Tukad Badung, No.135, Renon, Denpasar, Bali.
leonardoputra68@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah memberikan pengaruh signifikan pada berbagai industri, termasuk sektor kreatif. PT Letra Studio Indonesia, sebuah usaha jasa fotografi dan videografi yang berbasis di Bali, telah beroperasi sejak tahun 2022 dengan tujuan memenuhi kebutuhan pasar sekaligus memanfaatkan kemajuan teknologi. Namun, perusahaan menghadapi tantangan seperti kurangnya inovasi, efisiensi operasional yang rendah, dan pemahaman yang kurang terhadap pelanggan. Penelitian ini menerapkan kerangka Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan operasional bisnis dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan. Penelitian ini mengidentifikasi segmen pelanggan utama, proposisi nilai, dan aliran pendapatan sambil menangani kesenjangan operasional. Penerapan BMC meningkatkan fleksibilitas layanan, profesionalisme, dan keberadaan digital PT Letra Studio melalui strategi media sosial yang dioptimalkan. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan kesadaran merek sebesar 26,57% dan peningkatan signifikan dalam keterlibatan pelanggan serta pendapatan. Studi ini menyimpulkan bahwa integrasi BMC dalam strategi bisnis PT Letra Studio Indonesia secara efektif mengatasi tantangan pasar dan mendorong pertumbuhan bisnis. Rekomendasi untuk masa depan meliputi inovasi layanan yang berkelanjutan, program loyalitas pelanggan, dan pelatihan karyawan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Kata kunci : *Business Model Canvas, industri fotografi, strategi digital, keterlibatan pelanggan, pengembangan bisnis*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa dampak besar, baik positif maupun negatif, pada berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi digital yang dimaksud bisa memberikan dampak positif jika mampu meningkatkan kapasitas, kemampuan dan potensi manusia secara menyeluruh tanpa menggantikannya [1]. Peran generasi muda bisa memanfaatkan dengan baik perkembangan teknologi digital akan menjadi kemampuan dan potensi yang baik untuk perkembangan ekonomi di Indonesia.

Dengan perkembangan dunia teknologi membuat perkembangan aspek – aspek yang ada di Indonesia memiliki pengaruh yang baik. Aspek yang dimaksud diantaranya aspek Pendidikan, sosial maupun aspek ekonomi [2]. Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah mendukung kemajuan industri, termasuk industri fotografi yang dimulai pada akhir abad ke-19. Di Indonesia dengan semakin eksistensinya sosial media membuat kebutuhan terhadap fotografi dan videografi terus meningkat [3]. D Perkembangan pesat sub sektor fotografi menarik banyak generasi muda yang antusias belajar dan berprofesi di bidang ini sebagai sumber penghasilan.

Berdasarkan penelitian Redjo & Manane, (2024) dikatakan bahwa perkembangan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan sub sektor fotografi. Teknologi yang semakin maju, terutama dalam hal digitalisasi dan akses ke peralatan fotografi yang semakin terjangkau, telah mendorong pertumbuhan yang pesat dalam dunia fotografi.

Kemajuan dalam teknologi kamera digital, perangkat lunak pengeditan foto, serta platform media sosial telah membuka banyak peluang bagi para pemula dan profesional untuk menunjukkan karya mereka kepada audiens yang lebih luas [4].

Antusiasme generasi muda dalam belajar fotografi semakin meningkat berkat kemudahan akses terhadap perangkat kamera, seperti kamera digital dan smartphone berkualitas tinggi. Platform media sosial seperti Instagram memberikan ruang bagi mereka untuk memamerkan karya dan meraih pengakuan serta peluang bisnis. Teknologi juga mempermudah proses belajar melalui tutorial online, kelas daring, dan komunitas digital yang mendukung pengembangan keterampilan. Dengan demikian, sub sektor fotografi bukan hanya sekadar hobi, tetapi juga menjadi peluang karir menjanjikan dalam ekonomi kreatif, di mana generasi muda dapat berinovasi dalam menciptakan karya visual yang menarik.

Salah satu usaha di dunia fotografi yang ada di bali adalah PT. Letra Studio Indonesia, PT. Letra Studio Indonesia adalah jenis usaha yang bergerak dibidang industri kreadtif jasa fotografi yang didirikan oleh Leonardo Putra pada tahun 2022 di daerah Jimbaran, tepatnya di Jl. Taman Baruna blok Kecubung No.88. Awal berdirinya Letra Studio dari penulis melihat peluang pasar yang cukup besar karena lokasi rumah yang dekat dengan universitas dan lokasi wisuda yang biasanya digunakan oleh universitas-universitas yang ada di Bali. selain itu dengan pengalaman yang dimiliki oleh sang owner dari tahun 2017. Kemudian di tahun 2023 owner mendaftarkan

PT. Letra Studio Indonesia yang menaungi Letra Studio dan pada akhir 2023 PT. Letra Studio Indonesia membuat unit bisnis dibidang yang sama dengan pasar yang berbeda dengan nama merk Levaphotoworks yaitu jasa dokumentasi acara, yang saat ini sudah mendapat proyek dari beberapa individu maupun perusahaan-perusahaan besar di Indonesia.

Pencapaian yang sudah didapatkan dari 2 tahun berdirinya PT. Letra Studio Indonesia salah satunya yaitu meningkatkan harga paket dengan jumlah *customer* yang konsisten dari tahun sebelumnya serta membangun unit bisnis baru. Dengan pencapaian yang didapatkan penulis ingin berbagi informasi dan pengalaman terkait dengan pencapaian yang sudah didapatkan PT Letra Studio Indonesia. Maka dari itu dalam tugas akhir ini akan membahas apa saja pencapaian dan juga apa saja yang sudah dilakukan oleh PT. Letra Studio Indonesia dalam pengembangan bisnisnya hingga sampai saat ini.

Meskipun PT Letra Studio Indonesia sudah bergerak sejak 2022, usaha ini masih mengalami beberapa masalah dalam proses bisnisnya, seperti kurangnya inovasi, kurangnya pemahaman terkait kebutuhan para pelanggan dan calon pelanggan, ketidakefisienan oprasional, serta mengalami kesulitan dalam mengelola aliran pendapatan dan struktur biaya. Berdasarkan permasalahan yang dialami PT Letra Studio Indonesia maka perlu diterapkannya *Business Model Canvas* (BMC) pada proses bisnisnya.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh PT Letra Studio Indonesia, maka perlu diterapkannya *Business Model Canvas* (BMC) pada proses bisnisnya demi pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

Tujuan dilakukannya kegiatan ini untuk menjabarkan bagaimana pengaplikasian bisnis model kanvas pada jasa fotografi dan videografi dan menentukan strategi pengembangan bisnis PT. Letra Studio Indonesia berdasarkan Bussines Model Canvas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka manajemen untuk memudahkan dalam melihat gambaran ide bisnis dan realisasinya secara cepat. Strategi ini disusun dengan tujuan untuk menjabarkan ide dan konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual [5]. BMC sendiri terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Arus Pendapatan, Sumber Daya Kunci, Aktivitas Kunci, Mitra Kunci, dan Struktur Biaya. Alat ini membantu pemilik bisnis dan pengusaha memahami bagaimana elemen-elemen tersebut berinteraksi dan berkontribusi dalam menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai dari produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan menggunakan BMC, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang, kelemahan, dan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk pertumbuhan bisnis [6][7][8].

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa penerapan *Business Model Canvas*

(BMC) pada usaha seperti PT Letra Studio Indonesia dapat membantu pengembangan usaha menjadi lebih terarah dan strategis.

Penelitian oleh Mariana dkk. (2021) menunjukkan bahwa penerapan *Business Model Canvas* (BMC) di Exstudio, sebuah studio fotografi di Pekanbaru, membantu pengembangan usaha secara terarah dan strategis. BMC memungkinkan Exstudio mengidentifikasi segmen pelanggan utama, menawarkan proposisi nilai berupa kualitas foto tinggi dan layanan ramah, serta memahami saluran distribusi melalui media sosial dan situs web untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan menjaga hubungan pelanggan yang baik melalui interaksi personal dan profesional, serta merumuskan struktur biaya dan arus pendapatan yang efisien, Exstudio dapat meningkatkan produktivitas dan bersaing lebih baik di pasar [9].

Penelitian oleh Pramawati dkk. (2024), juga menyatakan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam bisnis fotografi dapat memberikan struktur yang jelas untuk merumuskan strategi usaha. BMC membantu fotografer dalam mengidentifikasi segmen pelanggan yang tepat, seperti individu, keluarga, atau bisnis yang membutuhkan layanan fotografi spesifik. Selain itu, BMC memfasilitasi pengembangan proposisi nilai yang kuat, seperti layanan personalisasi dan kualitas tinggi, yang dapat menarik pelanggan. Dengan pemahaman yang baik mengenai saluran distribusi, hubungan pelanggan, dan sumber daya kunci, fotografer dapat mengoptimalkan pemasaran dan operasional mereka. Akhirnya, BMC membantu dalam merencanakan struktur biaya dan arus pendapatan, sehingga bisnis fotografi dapat berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berubah [10].

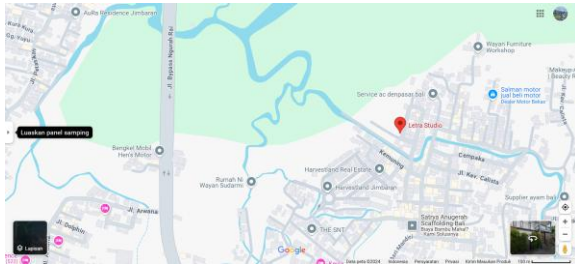
3. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan dalam beberapa tahapan utama untuk memastikan penerapan *Model Business Canvas* dalam pengembangan usaha fotografi dapat dilakukan secara sistematis dan efektif. *Business Model Canvas* pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam tesis doktoralnya pada tahun 2004, yang kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui kolaborasinya dengan Yves Pigneur dalam buku *Business Model Generation* (2010). Buku ini menjadi panduan penting dalam memahami dan menerapkan BMC di berbagai industri. Sejak diperkenalkan, BMC telah digunakan secara luas oleh perusahaan, startup, dan organisasi *non-profit* di seluruh dunia. Kerangka kerja ini didasarkan pada gagasan bahwa model bisnis yang baik adalah fondasi dari keberhasilan sebuah perusahaan, dan kerangka BMC menyediakan alat untuk memvisualisasikan model tersebut secara sederhana namun komprehensif.

3.1. Tempat Dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan akan dilakukan pada PT Letra Studio Indonesia yang terletak di Jalan

Kecubung No.88, Jimbaran, Bali. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Oktober 2024 hingga Januari 2025.

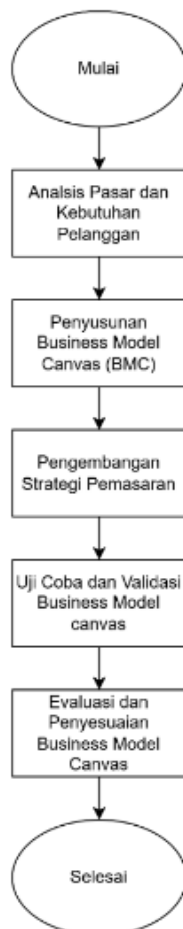


Gambar 1. *Google Maps* PT Letra Studio Indonesia



Gambar 2. Halaman Depan PT Letra Studio Indonesia

3.2. Alur Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 3. Alur Rencana Kegiatan

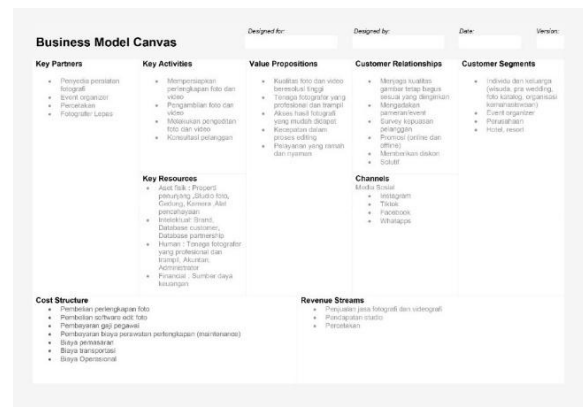
Gambar 3 diatas merupakan alur dari pelaksanaan kegiatan. Dimana dalam metode ini ada 5 tahapan yang akan dilakukan, tahapan tersebut antara lain:

3.3. Analisis Pasar dan Kebutuhan Pelanggan

Pada tahapan ini, kegiatan yang dilakukan yaitu mengidentifikasi target pasar dan segmen pelanggan potensial melalui wawancara dan juga analisis *Google Review* yang sudah ada sejak PT Letra Studio Indonesia di dirikan. Wawancara akan dilakukan ke beberapa kalangan mahasiswa, masyarakat umum dan juga beberapa perusahaan yang berpotensi untuk menjadi konsumen dari bisnis fotografi sebagai responden dalam wawancara ini. Wawancara dan analisis *Google Review* ini dilakukan guna memahami kebutuhan pelanggan terkait dengan jasa fotografi.

3.4. Pembuatan *Business Model Canvas*

Setelah melakukan survei terkait dengan riset pasar dan juga kebutuhan konsumen, pada tahapan selanjutnya adalah pembuatan strategi perencanaan bisnis melalui *Business Model Canvas* (BMC). Tujuan dari pembuatan *business model canvas* itu sendiri guna menjabarkan ide dan konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual.



Gambar 3. BMC Versi 1 PT Letra Studio Indonesia

Gambar 3 diatas merupakan *Business Model Canvas* yang sebelumnya diterapkan dalam proses bisnis PT Letra Studio Indonesia.

3.5. Pengembangan Strategi Promosi dan Branding

Pada tahap ini, PT Letra Studio Indonesia menerapkan strategi pemasaran dan *branding* yang terfokus pada dua metode utama, yaitu melalui platform media sosial dan promosi *offline*. Strategi ini dirancang untuk memperkenalkan produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen secara lebih efektif dan menyeluruh.

3.6. Evaluasi dan Penyesuaian Model Bisnis

Evaluasi bertujuan untuk memastikan bahwa model bisnis yang diterapkan telah berjalan efektif dan efisien. Berdasarkan hasil dari uji coba, model bisnis

ini akan ditinjau ulang secara menyeluruh untuk menemukan area yang masih perlu disempurnakan.

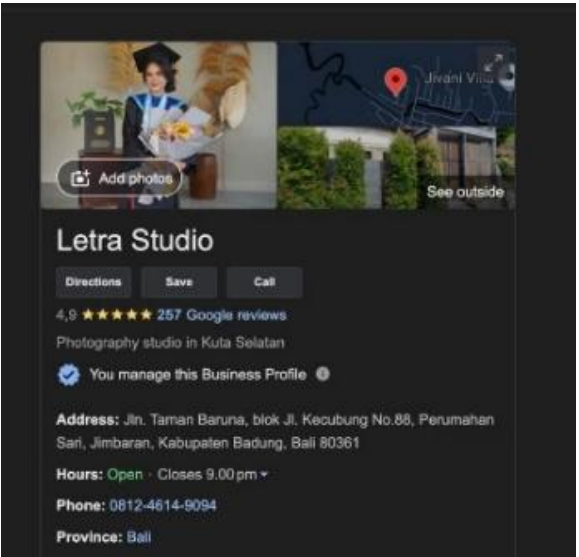
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis Pasar dan Kebutuhan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pasar dan kebutuhan pelanggan yang dilakukan melalui wawancara dan analisis Google Review pada PT Letra Studio Indonesia, diperoleh beberapa temuan penting terkait kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan dalam industri fotografi:

Tabel 1. Hasil Analisis Kebutuhan Pelanggan	
Aspek	Detail
Kualitas Hasil	Pelanggan membutuhkan hasil foto dan video berkualitas tinggi dengan standar profesional.
	Kebutuhan akan hasil <i>editing</i> yang natural namun tetap memperindah objek.
	Konsistensi kualitas dalam setiap proyek.
Fleksibilitas Layanan	Kebutuhan akan paket layanan yang dapat disesuaikan dengan <i>budget</i> dan keperluan spesifik.
	Fleksibilitas waktu pengambilan foto/video sesuai jadwal pelanggan.
	Kemampuan untuk mengakomodasi permintaan khusus atau tema tertentu.
Profesionalisme Tim	Kecepatan respons dalam komunikasi.
	Ketepatan waktu dalam pelayanan dan pengiriman hasil.
	Kemampuan tim dalam memberikan arahan dan menciptakan suasana yang nyaman saat sesi foto.

Sumber: Wawancara dan Google Review, (2024)



Gambar 4. Ringkasan Google Review Sebelum Penerapan BMC

Pada gambar 4 ringkasan google review PT Letra Studio Indonesia sebelum diterapkannya Business

Model Canvas versi 2, memiliki total 257 reviewers dan 4,9 bintang.



Gambar 5. Google Review Terkait Keluhan Pelanggan

Pada gambar 5 terdapat beberapa keluhan dari pelanggan yang dikirimkan pada google review yaitu terkait ketidak konsistenan durasi foto, hasil edit yang lama, pelayanan yang buruk, dan biaya foto yang mahal.

4.2. Hasil Penyusunan Business Model Canvas



Gambar 6. BMC Versi 2 PT Letra Studio Indonesia

Tabel 2. Target Customer Tahun 2024		
No.	Kategori	Jumlah
1.	Siswa	120
2.	Mahasiswa	200
3.	Pasangan	150
4.	Pekerja Kantoran	180
5.	Organisasi	100
Total		750

Tabel 3. Daftar Key Partner		
No.	Key Partner	Layanan
1.	View Camera	Penyedia kamera dan peralatan fotografi.
2.	SKLB	Mitra dalam penyewaan studio untuk photoshoot.
3.	Windurent	Penyedia transportasi untuk keperluan pengangkutan alat.
4.	Project Luar	Partner kolaborasi untuk proyek internasional.
5.	Kantara	Mitra pemasaran dan promosi layanan fotografi.

Sumber : Daftar Key Partner PT Letra Studio Indonesia 2024.

4.3. Hasil Pengembangan Strategi Pemasaran

Berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC) yang telah disusun untuk PT Letra Studio Indonesia, strategi pemasaran yang dikembangkan bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat nilai merek perusahaan. Berikut adalah hasil pengembangan strategi pemasaran:



Gambar 6. Konten Kreatif



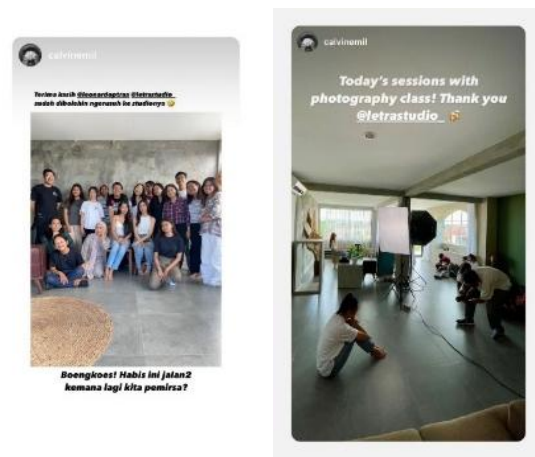
Gambar 7. Aktif Membalas Komentar



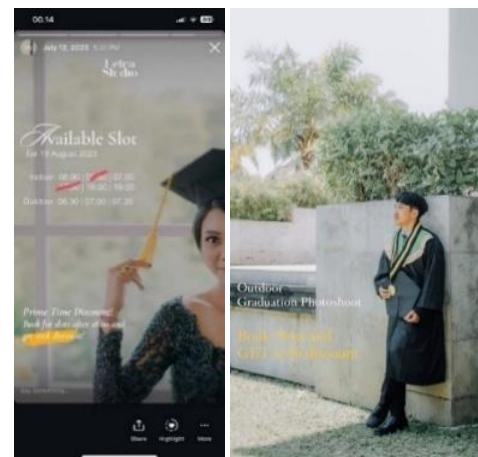
Gambar 8. Iklan Pada Instagram



Gambar 9. Kolaborasi Dengan Key Partner



Gambar 10. Mengadakan Workshop Photography



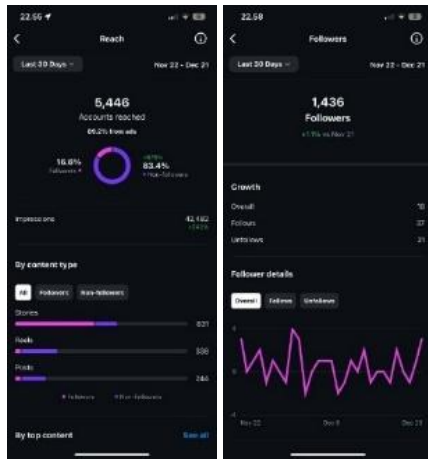
Gambar 11. Promosi Diskon



Gambar 12. Paket Foto Lengkap

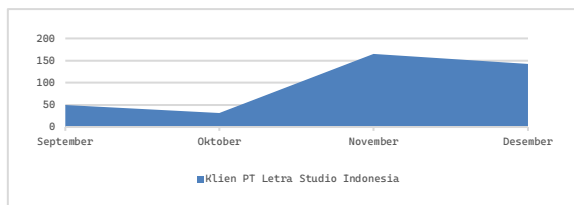
4.4. Uji Coba Strategi Pemasaran

Media Sosial: Dilakukan kampanye digital di Instagram dan TikTok selama 1 bulan. Hasilnya menunjukkan peningkatan engagement sebesar 675% dari *non followers* dan penambahan 1,1% jumlah *followers*.



Gambar 13. Peningkatan *Engagement & Followers*

Promosi Diskon: Program diskon musiman meningkatkan jumlah pelanggan baru sebesar 66.67% dibandingkan periode sebelumnya terlihat dalam kurva pada gambar 14.



Gambar 14. Kurva Peningkatan Jumlah Klien Periode 4 Bulan Terakhir

Sumber: Rekap Jadwal Letra (2024).

4.5. Feedback Pelanggan

Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas foto dan video yang dihasilkan oleh layanan kami?

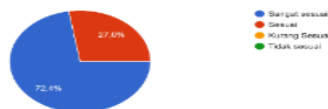
29 jawaban



Gambar 15. *Respond* Terkait Kualitas Foto Dan Video

Apakah fleksibilitas dalam memilih paket layanan kami sudah memenuhi kebutuhan Anda?

29 jawaban



Gambar 16. *Respond* Terkait Fleksibilitas

Berdasarkan survei dengan 29 pelanggan yang telah menggunakan layanan PT Letra Studio Indonesia menggunakan *google form* dan analisis *google review* terbaru, sekitar 90% pelanggan sangat puas dengan

kualitas foto dan video, fleksibilitas paket layanan, serta pelayanan pelanggan yang responsif. Promosi dinilai informatif dan menarik, dengan Instagram sebagai media utama. Kanal komunikasi mudah diakses, dan harga layanan dianggap wajar. Meskipun demikian, sekitar 10% pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan pelanggan, yang perlu perbaikan untuk meningkatkan pengalaman keseluruhan.

Seberapa puas Anda dengan pelayanan pelanggan kami, seperti konsultasi atau respons terhadap pertanyaan?

29 jawaban



Gambar 17. *Respond* Terkait Pelayanan Konsultasi

Apakah promosi yang kami lakukan (online dan offline) memberikan informasi yang jelas dan menarik?

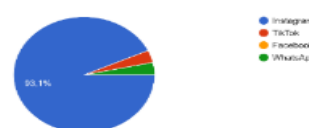
29 jawaban



Gambar 18. *Respond* Terkait Promosi

Media mana yang paling sering Anda gunakan untuk mengetahui informasi tentang layanan kami?

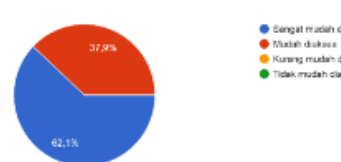
29 jawaban



Gambar 19. *Respond* Terkait Media Informasi

Apakah kanal komunikasi kami mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan Anda?

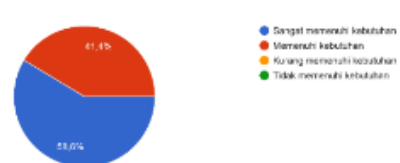
29 jawaban



Gambar 20. *Respond* Terkait Kanal Komunikasi

Apakah layanan kami memenuhi kebutuhan Anda sebagai individu, keluarga, atau kelompok?

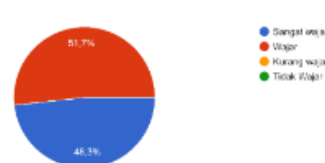
29 jawaban



Gambar 21. *Respond* Terkait Layanan Yang Memenuhi Kebutuhan

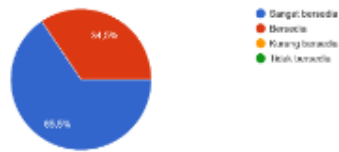
Seberapa wajar harga yang kami tawarkan untuk layanan yang Anda terima?

29 jawaban



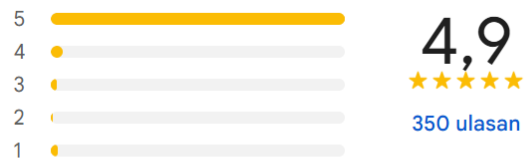
Gambar 22. *Respond* Terkait Harga Yang Di Tawarkan

Apakah Anda bersedia menggunakan layanan kami lagi di masa mendatang?
24 jawaban



Gambar 23. Respond Terkait Minat Pemesanan Kembali

Ringkasan ulasan



"Studio nya keren lengkap, cocok buat photo keluarga atau foto bareng temen

"Layanan dan tempat nya sangat bagus dan bersih, dan hasil nya sangat memuaskan"

"Kakak kakak nya ramah ngarahin gaya foto, sabar, the bestttttt bintang 5"

Gambar 24. Ringkasan Google Review Setelah Penerapan BMC

Tabel 4. Frekuensi Kemunculan Aspek

Aspek yang Dinilai	Frekuensi Kemunculan	Keterangan
Fasilitas Studio	Tinggi	Studio dinilai lengkap dan cocok untuk berbagai jenis foto.
Pelayanan	Tinggi	Pelayanan dinilai sangat baik, bersih, dan memuaskan. Staf dinilai ramah dan sabar.
Hasil Foto	Tinggi	Hasil foto dinilai sangat memuaskan.

Tabel 5. Analisis Kata Kunci Pada Google Review

Kata Kunci	Jumlah Review	Keterangan
Gaya	48	Pelanggan banyak mengomentari mengenai gaya foto yang ditawarkan. Gaya fotonya unik, kekinian, atau sesuai dengan tren.
Pelayanan	27	Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan, seperti keramahan staf, kecepatan respons, atau profesionalitas.
Wisuda	19	Banyak pelanggan yang menggunakan jasa studio ini untuk keperluan foto wisuda.
Sabar	13	Staf studio dinilai sabar dalam melayani pelanggan, terutama saat sesi pemotretan.

Kata Kunci	Jumlah Review	Keterangan
Luas	9	Studio memiliki area yang luas, sehingga bisa mengakomodasi berbagai jenis sesi foto.
Aesthetic	8	Studio memiliki desain yang estetik atau menarik secara visual.
Kakak	8	Staf yang melayani pelanggan sering disapa dengan sebutan "kakak" karena terkesan akrab.
Orang	7	Kata ini berkaitan dengan jumlah orang yang bisa diakomodasi dalam satu sesi foto atau jumlah staf yang membantu.
Daerah	6	Lokasi studio strategis dan mudah dijangkau.
Strategis	6	Sama seperti poin sebelumnya, lokasi studio dianggap strategis.

Ulasan pelanggan menunjukkan bahwa gaya foto yang unik dan kekinian menjadi aspek paling disukai (48 ulasan), diikuti oleh pelayanan yang ramah dan profesional (27 ulasan). Banyak pelanggan menggunakan jasa studio untuk foto wisuda (19 ulasan), sementara stafnya dinilai sabar selama sesi pemotretan (13 ulasan). Studio ini juga mendapat pujian atas luasnya area (9 ulasan) dan desain yang aesthetic (8 ulasan). Keakraban staf terlihat dari sapaan "kakak" (8 ulasan). Selain itu, kapasitas studio (7 ulasan) serta lokasi yang strategis (6 ulasan) menjadi nilai tambah bagi pelanggan.

4.6. Validasi Operasional



Gambar 25. Mandiri Indonesia Goes To Bali Maritime Tourism Hub

Kolaborasi dengan mitra seperti Windurent dan Kantara berhasil menyelesaikan 5 proyek besar dalam 2 bulan.



Gambar 26. KTT IAF 2024

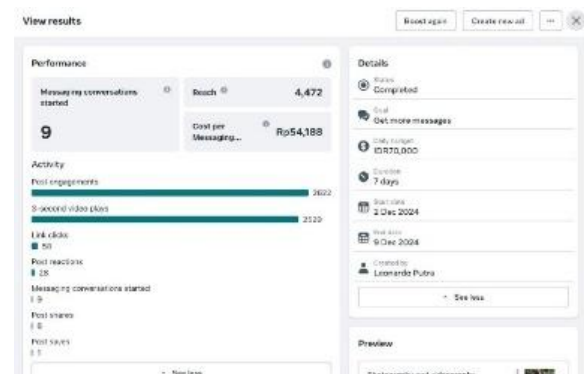
Gambar 27. 10th World Water Forum Bali 2024

Gambar 28. KTT WWF 2024

4.7. Analisis Keuangan

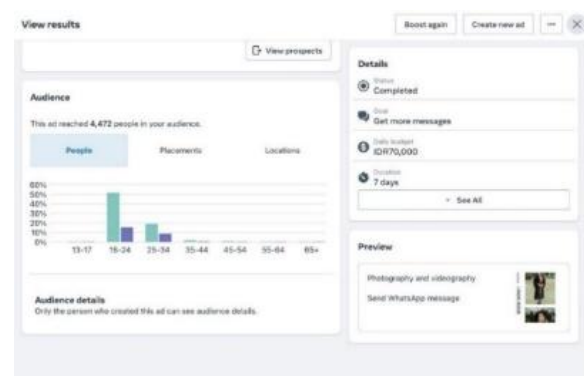
Pendapatan dari promosi PT Letra Studio Indonesia mengalami peningkatan signifikan, dengan kenaikan sebesar 64% dari Oktober ke November dan 818% dari November ke Desember. Meskipun biaya iklan tetap dalam anggaran dengan pengeluaran Rp70.000 per hari, yang totalnya mencapai Rp487.691 di bulan Desember, margin keuntungan kasar diperkirakan mencapai 99%. Kenaikan pendapatan yang signifikan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor,

di antaranya adalah musim wisuda, berbagai acara atau event khusus, serta periode akhir tahun yang sering kali meningkatkan aktivitas dan permintaan jasa fotografi.



Gambar 29. Activity Selama Promosi

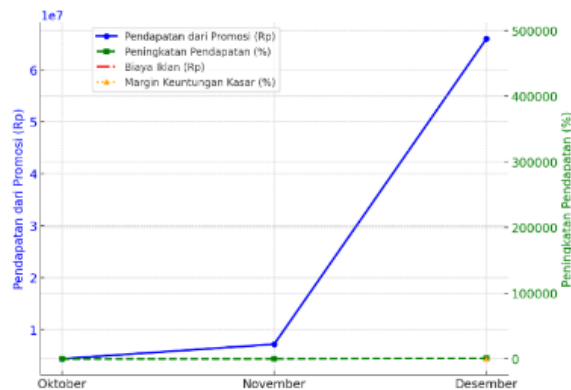
Berdasarkan data promosi, kampanye ini menunjukkan performa yang cukup baik dalam menarik perhatian audiens, dengan total interaksi mencapai 2.622, video diputar minimal 3 detik sebanyak 2.529 kali, dan tautan diklik 58 kali, mengindikasikan minat audiens terhadap konten. Respons emosional positif terlihat dari 28 reaksi pada postingan, sementara 9 percakapan pesan yang dimulai mencerminkan hasil langsung dari tujuan iklan yang berfokus pada komunikasi. Namun, penyebaran organik masih rendah dengan hanya 1 post share dan 1 post save. Secara keseluruhan, kampanye ini berhasil meningkatkan engagement dan awareness, meski interaksi langsung dan penyebaran konten dapat ditingkatkan.



Gambar 30. Audience Selama Promosi

Selama 7 hari promosi dengan anggaran harian Rp70.000, iklan berhasil menjangkau 4.472 orang dalam target audiens. Mayoritas audiens yang tercapai adalah kelompok usia 18-24 tahun, yang mencakup lebih dari 50% dari total jangkauan, diikuti oleh kelompok usia 25-34 tahun dengan kontribusi yang lebih kecil. Kelompok usia lainnya, seperti 13-17 tahun dan di atas 34 tahun, memiliki respons yang sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa promosi paling efektif menjangkau kelompok usia muda, terutama usia 18-24 tahun, yang kemungkinan

merupakan target utama untuk layanan fotografi dan videografi yang dipromosikan.



Gambar 31. Kurva Peningkatan Pendapatan Dari Promosi

Kurva menunjukkan peningkatan signifikan pada pendapatan dari promosi selama periode Oktober hingga Desember. Pada Oktober, pendapatan dari promosi masih rendah, tetapi mulai meningkat pada November, dengan lonjakan tajam terlihat pada Desember, mencapai angka tertinggi. Hal ini mencerminkan efektivitas strategi promosi yang diterapkan, terutama menjelang akhir tahun. Peningkatan pendapatan ini berbanding lurus dengan biaya iklan yang dikeluarkan, namun margin keuntungan kasar tetap stabil. Secara keseluruhan, promosi berhasil mendorong pertumbuhan pendapatan yang signifikan dalam periode tersebut.

4.8. Evaluasi dan Penyesuaian Model Bisnis

Berdasarkan hasil uji coba dan validasi, berikut adalah evaluasi dan penyesuaian yang dilakukan pada model bisnis PT Letra Studio Indonesia:

- Penyesuaian Key Activities**
Mengoptimalkan proses konsultasi pelanggan dengan menerapkan fast respond untuk pengumpulan kebutuhan pelanggan.
- Revisi Value Propositions**
Menambahkan layanan ekspres untuk hasil foto/video dalam waktu singkat guna memenuhi kebutuhan mendesak pelanggan.
- Perbaikan Customer Relationships**
Merekrut admin khusus untuk menangani pertanyaan dan keluhan pelanggan melalui WhatsApp dan media sosial.
- Optimasi Channels**
Mengembangkan konten video pendek yang lebih menarik di TikTok untuk menjangkau generasi muda.
- Pengelolaan Cost Structure**
Meningkatkan efisiensi penggunaan peralatan dengan jadwal pemeliharaan berkala.
- Diversifikasi Revenue Streams**
Menambahkan layanan konsultasi fotografi untuk perusahaan yang ingin meningkatkan kualitas foto produk mereka.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi yang diterapkan oleh PT Letra Studio Indonesia melalui penyempurnaan Business Model Canvas (BMC) berhasil meningkatkan brand awareness pelanggan hingga 26.57%, sebagaimana diukur melalui jumlah ulasan positif di Google Review yang sebelumnya sebanyak 257 ulasan menjadi 350 ulasan, dan peningkatan permintaan layanan dari berbagai segmen pelanggan. Implementasi strategi seperti peningkatan kualitas hasil, fleksibilitas layanan, dan profesionalisme tim tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga memperbaiki kesenjangan dalam layanan. Dampaknya terlihat pada pertumbuhan jumlah pelanggan di berbagai kategori, termasuk individu, pasangan, dan organisasi, yang secara keseluruhan memperkuat posisi perusahaan dalam industri fotografi di Bali.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi efektivitas strategi pemasaran digital lainnya, seperti Search Engine Optimization (SEO) dan iklan berbayar, dalam meningkatkan brand awareness PT Letra Studio Indonesia. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat menganalisis dampak retensi pelanggan melalui program loyalitas atau personalisasi layanan berbasis data pelanggan. Studi komparatif dengan kompetitor di industri fotografi juga dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai keunggulan dan peluang perbaikan strategi bisnis yang diterapkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. R. Kabul, "Penggunaan Teknologi Hrm (Human Resource Management) Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas Manajemen Sumber Daya Manusia.," *Blantika: Multidisciplinary Journal*, Vol. 2, No. 4, Pp. 427–435, 2024.
- [2] A. J. Masyruroh And M. , Julia, "Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi.," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 3, No. 4, Pp. 383–395, 2022.
- [3] A. D. H. Ciptaningrum, "Strategi Komunikasi Digital Marketing Di Royal Konveksi Production (Cv. Royal Putra Utama). ," *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, Vol. 5, No. 2, Pp. 1737–1749, 2024.
- [4] P. R. D. Redjo, M. S. Kase, And D. R. Manane, "Pemberian Pemahaman Dan Peningkatan Motivasi Tentang Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Desa Oebikase Kabupaten Timor Tengah Utara. ," *Perwira Journal Of Community Development*, Vol. 4, No. 2, Pp. 36–40, 2024.
- [5] K. R. P. Richadinata, A. N. B. Aristayudha, V. F. C. Rettobjaan, N. M. Widnyani, And N. L. P. S. Astitiani, *Business Model Canvas*. Media Pustaka Indo., 2024.
- [6] A. I. I. Paramitha, A. G. A. M. Putra, I. G. A. P. D. Putri, And I. N. T. Upayogi, "Pelatihan Kewirausahaan Melalui Pembuatan Pitch Deck

- Untuk Presentasi Produk Di Sma Negeri 1 Petang,” *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, Vol. 5, No. 4, Pp. 921–931, 2024.
- [7] I. G. A. P. D. Putri, A. G. A. M. Putra, A. I. I. Paramitha, And I. N. Y. A. Wijaya, “Digitalisasi Pengelolaan Keuangan Usaha Bagi Wirausaha Muda Di Sma Negeri 1 Petang,” *I-Com: Indonesian Community Journal*, Vol. 4, No. 3, Pp. 1934–1942, 2024.
- [8] A. I. I. Paramitha, G. S. Mahendra, And I. M. Artana, “Sosialisasi Dan Pelatihan Internet Marketing Bagi Umkm Sokasi Di Desa Tigawasa,” *Jurnal Karya Abadi Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, Pp. 276–283, 2020.
- [9] C. D. Mariana, K. Chan, And D. Yusuf, “Perumusan Strategi Business Model Canvas Untuk Pengembangan Usaha Industri Fotografi: Studi Kasus Exstudio, Pekanbaru.,” *Business, Economics And Entrepreneurship*, Vol. 3, No. 1, Pp. 70–76, 2021.
- [10] I. D. A. A. T., I. P. A. Mulyawan, K. M. D. Putri, And N. P. A. S. Wulantari, “Creative Economy Education At Instiki With Business Model Canvas Approach,” *Jurnal Scientia*, Vol. 13, No. 01, Pp. 398–409, 2024.