

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perkeekonomian di era globalisasi ini sangat pesat, ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mengalami peningkatan yang signifikan. Globalisasi ditandai dengan adanya proses perkembangan yang ditunjukkan dengan adanya kecanggihan teknologi dan informasi yang memperkenalkan nilai-nilai baru yang akan mempengaruhi kehidupan masing-masing individu. Nilai-nilai tersebut tercermin dari pola perilaku masyarakat seperti adanya dorongan untuk diakui, gaya berpakaian, gaya hidup dan sebagainya. Ini dapat dibuktikan dengan semakin banyak masyarakat yang mengabadikan momen dan menunjukkan identitas diri, suatu tempat, serta waktu agar diakui oleh khalayak umum. Pelaku usaha industri kreatif melihat fenomena ini sebagai peluang usaha yang dapat dikembangkan (Azmi, 2019).

Usaha atau bisnis merupakan suatu organisasi yang menjual barang atau pun jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan (Tina, 2019). Salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa yaitu usaha fotografi. Pertumbuhan fotografi di Indonesia berlangsung dengan cukup pesat. Pertumbuhan itu dimulai sejak era awal tahun 2000-an. Bukti-bukti majunya perkembangan fotografi Indonesia yaitu dengan banyaknya perlombaan fotografi yang diikuti berbagai golongan, ada yang mulai dari kalangan umum dan ada juga dari kalangan profesional. Selanjutnya yaitu banyaknya website fotografi semacam forum untuk ajang *sharing* antar

fotografer, diantaranya Fotografer.net, Galleryphotographyindonesia.com dan masih banyak lainnya. (Sutianto, 2013)

Fotografi sendiri berasal dari bahasa Yunani dan terdiri dari kata “fotos” yang berarti cahaya dan “grafo” yang berarti melukis atau menggambar. Dengan demikian, fotografi dapat diartikan sebagai proses atau teknik untuk menghasilkan gambar dari suatu objek dengan menangkap pantulan cahaya yang jatuh pada objek tersebut menggunakan media yang sensitif terhadap cahaya. Alat yang digunakan adalah kamera. Cahaya merupakan elemen utama dalam fotografi, karena tanpa cahaya, proses pengambilan gambar tidak bisa dilakukan (Aji, 2015).

Dalam praktek usaha fotografi terdapat dua jenis foto berdasarkan ruangnya. Indoor Photography atau foto Indoor adalah pemotretan yang dilakukan di sebuah ruangan yang memiliki konsep pencahayaan buatan. Sedangkan *Outdoor Photography* atau foto outdoor adalah pemotretan yang dilakukan di luar ruangan dengan memanfaatkan pencahayaan alami dari sinar matahari atau sumber cahaya lainnya. Indoor Photography sering disebut dengan foto studio atau mengambil gambar yang dilakukan di dalam studio foto. Secara umum, studio foto adalah tempat yang digunakan oleh seorang fotografer untuk mengambil gambar dengan menggunakan kamera digital atau non-digital, guna menghasilkan sebuah foto dengan dukungan berbagai alat bantu yang tersedia di dalam ruangan sebagai pelengkap dalam proses pembuatan foto tersebut.

Studio foto terbagi menjadi tiga jenis yaitu studio foto biasa, studio foto tematik dan studio foto 3D. Saat pelaksanaan foto, terdapat beberapa elemen yang berperan dalam proses pengambilan foto, yaitu fotografer, lokasi, peralatan, dan

objek foto. Sehingga dalam proses pemotretan atau pengambilan gambar ada beberapa kelebihan dan kekurangan yang dapat menjadi pertimbangan. Kelebihan studio foto dalam proses pengambilan gambar adalah hemat waktu, kostum dapat disesuaikan dengan tema apapun, keamanan tatanan riasan, kemudahan dalam pengaturan cahaya dan hasil yang diperoleh akan tampak mewah dan eksklusif. Sedangkan kekurangan pada foto studio yaitu pilihan konsep atau background foto terbatas sesuai dengan yang disediakan oleh studio foto masing-masing.

Saat ini kebutuhan manusia akan jasa fotografi memiliki peran yang sangat penting, karena sebagian besar individu pada dasarnya ingin mengabadikan momen-momen tertentu dalam hidup mereka. Hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat pemakaian jasa foto pada momen-momen yang dianggap bermakna. Momen tersebut seperti momen ulang tahun, momen pernikahan, momen aqiqah, momen wisuda maupun momen momen lainnya. Mengingat pentingnya jasa fotografi dalam kehidupan manusia, maka bisnis studio foto dapat dianggap sebagai usaha dengan lahan yang menjanjikan dan memberikan peluang yang cerah dimasa depan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika bisnis studio foto semakin berkembang, baik di kota-kota besar maupun kecil, termasuk di Kota Padang.

Padang merupakan kota yang tengah berkembang dalam berbagai aspek, terutama dalam pengembangan industri kreatif. Salah satu bidang usaha yang terus berkembang di Kota Padang adalah usaha fotografi atau studio foto. Pada tahun 2018 di Kota Padang telah terdaftar sebanyak 59 usaha studio foto (Hasna, 2018). Namun, pada tahun 2024 tentunya usaha di bidang fotografi ini semakin bertambah banyak. Di kota Padang terdapat usaha studio foto memiliki sejarah yang panjang

dan tentunya studio foto ini tergolong terkenal dari dulu hingga sampai sekarang. Studio foto ini bisa dikategorikan besar karena telah beroperasi selama beberapa generasi atau memiliki sejarah yang panjang dalam industri fotografi, kemudian studio tersebut mungkin telah menerima pengakuan dan penghargaan dari organisasi atau komunitas lokal, dan studio tersebut telah melayani klien-klien terkenal seperti tokoh politik ataupun selebriti yang memberikan reputasi yang tinggi pada studio tersebut contohnya yaitu studio foto Fujiana dan studio foto Ratulangi. Namun dengan seiring perkembangan zaman lahirlah studio foto yang bertemakan modern contohnya seperti Line studio, Alter Studio, dan masih banyak lainnya. Studio foto ini justru lebih banyak peminatnya dibandingkan dengan studio foto besar seperti studio foto Fujiana dan Ratulangi, hal ini dikarenakan studio foto yang baru dirintis berdiri antara 1-5 tahun belakangan sehingga konsep studio foto yang dimilikinya lebih modern serta memiliki beberapa pilihan background yang lebih beragam yang tentunya menyesuaikan dengan tren. Sedangkan studio foto yang telah lama tersebut cenderung memiliki background yang formal, sebagian orang menganggap studio foto tersebut tidak mengikuti perkembangan zaman.

Berdasarkan hasil observasi awal Studio foto ini terus melakukan inovasi dalam produk jasa, hingga saat ini telah memiliki beberapa layanan fotografi dengan berbagai layanan antara lain foto ijazah, pas foto, foto personal, foto group, foto prewedding, foto wedding, foto maternity, foto keluarga, foto wisuda, foto catalogue, dan lain sebagainya.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Konsumen Berdasarkan Pemesanan Jadwal Foto

Bulan	Jumlah Pelanggan Alter Studio	Jumlah Pelanggan Line Studio	Jumlah Pelanggan RDJ Studio
Januari	69	106	28
Febuari	44	90	45
Maret	92	139	27
April	82	106	38
Mei	165	207	54
Juni	75	103	65
Juli	79	105	32
Agustus	49	74	29
September	182	178	77
Oktober	236	202	89
November	119	126	31
Desember	29	157	29
Jumlah	1.221	1.593	544

Sumber: Data Primer,2024

Berdasarkan data pelanggan aktif 1 tahun diatas, bahwa secara keseluruhan jumlah pelanggan tidak stabil atau adanya naik turun jumlah pelanggan. Saat ini usaha studio fotografi di Kota Padang cukup banyak didirikan, Dengan banyaknya pesaing dalam bidang usaha ini maka persaingan bisnis ini menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha di bidang fotografi dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif guna untuk mengatasi persaingan yang ada dan dapat memberikan apa yang diinginkan konsumen (Ismono, 2018).

Pada kenyataannya persaingan pemilik jasa fotografi ini bukan hanya dari banyaknya yang memiliki usaha fotografi atau foto studio. Seiring dengan perkembangannya teknologi masyarakat kini dapat melakukan kegiatan berfoto

hanya dengan menggunakan smartphone yang dilengkapi dengan kamera tambahan yang memiliki berbagai ukuran resolusi untuk mendapatkan hasil yang optimal. Canggihnya smartphone yang dimiliki memungkinkan pemiliknya mendapatkan hasil yang sama dengan fotografer. Dengan hasil foto yang memuaskan dari smartphone tersebut banyak penggunanya melakukan kegiatan berfoto dengan menggunakan smartphone miliknya sendiri.

Untuk itu masing-masing studio foto harus berusaha keras baik dengan usaha studio foto lainnya maupun kecanggihannya pada saat era globalisasi. Untuk mempertahankan pelanggan salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu pemilik usaha fotografi dan fotografer harus bisa memanfaatkan modal sosial yang dimilikinya. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha studio foto dalam jangka panjang.

Menurut hasil penelitian Fahmi Haidar Zaki 2021 menyebutkan, bahwa kepemilikan nilai norma, kepercayaan, dan jaringan pada pemilik kios kamera analog dapat membantu dalam mempertahankan eksistensi mereka pada era digitalisasi teknologi kamera. Subjek menyadari bahwa dengan menanamkan nilai moral yang baik dalam setiap tindakan yang mereka lakukan pada saat mengoperasikan kios yang mereka miliki, maka tindakan tersebut akan berbalik kembali kepada diri mereka. Selain itu eksistensi di dukung dengan kuatnya jaringan pertemanan yang terjalin antar sesama pemilik kios dan dengan para pelanggan mereka. Kepercayaan yang tumbuh pada kalangan pelanggan dapat membantu mereka untuk mempertahankan eksistensi kios kamera analog di pasar baru. (Zaki, 2021)

Penelitian Yuli Armianti 2019 menyebutkan , ada 5 pokok utama kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh A Creative Studio Photography Pekanbaru yaitu, bukti langsung (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) , empati dan perhatian (empathy). Namun , perusahaan studio foto harus bisa mempertahankannya. Perusahaan juga perlu mengurangi perbedaan antara harapan dan realitas agar konsumen tidak beralih ke perusahaan pesaing yang memberikan pelayanan yang lebih baik. (Armianti, 2019)

Ditya Briliana pada penelitiannya tahun 2022 menyebutkan bahwa , UMKM (Usaha Mikro , Kecil dan Menengah) yang bergerak dibidang jasa terutama photography kerap mengoptimalkan penggunaan fitur sosial media untuk mempromosikan usahanya. Contohnya seperti instagram, pemilik usaha akan memanfaatkan fitur-fitur yang ada seperti mempromosikan jasanya dengan membuat instastory berdurasi 15 detik, kemudian mengunggah postingan atau foto foto yang mereka miliki , membuat reels yang dapat menampilkan visual baik foto ataupun video. Manfaat media sosial bagi pemilik layanan fotografi antara lain dapat mengurangi biaya promosi, memperluas jangkauan pasar , membantu menganalisis minat dan meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen serta meningkatkan aktivitas penjualan.(Briliana, 2022)

1.2 Rumusan Masalah

Tren menggunakan jasa fotografi disaat momen-momen tertentu membuat pelaku usaha industri kreatif memandang fenomena ini sebagai peluang usaha yang dapat dikembangkan. Di Kota Padang banyak dijumpai usaha yang menawarkan

jasa fotografi. Semakin banyak usaha yang bergerak di bidang fotografi, maka persaingan di antara pemilik jasa fotografi pun semakin ketat, hal ini tentunya mendorong usaha tersebut menawarkan layanan agar dapat menarik konsumen dan laku di pasaran. Pemanfaatan modal sosial oleh pemilik usaha fotografi menjadi salah satu strategi penting dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Adanya faktor-faktor modal sosial seperti kepercayaan, jaringan dan norma-norma dalam usaha tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu : **“Bagaimana Pemanfaatan Modal Sosial Pemilik Usaha Fotografi Dalam Menarik Konsumen ?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan umum dari penelitian ini adalah :

1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan modal sosial pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen.

2. Tujuan Khusus

- a) Mendeskripsikan pemanfaatan kepercayaan (*trust*) dalam pemanfaatan modal sosial oleh pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen.
- b) Mendeskripsikan pemanfaatan jaringan (*networking*) dalam pemanfaatan modal sosial oleh pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen.
- c) Mendeskripsikan pemanfaatan norma (*norm*) dalam pemanfaatan modal sosial oleh pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Akademik

Secara akademik penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah berupa ilmu pengetahuan serta hasilnya dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk sumbangan dan bahan referensi jurusan sosiologi.

2. Aspek Praktik

Penelitian ini berguna bagi penulis sebagai referensi dan pertimbangan bagi akademisi sosial, terutama bagi pihak yang berminat untuk meneliti permasalahan tersebut.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep Modal Sosial

Menurut Bourdieu (dalam Sulaeman,2022:59), modal sosial diartikan melalui hubungan-hubungan sosial yang menghasilkan sumber-sumber yang ada pada modal dalam masyarakat. Dampak dari modal sosial adalah ganjaran (*reward*). Sedangkan menurut James Coleman (Endra,2019), seorang sosiolog memberi batasan modal sosial sebagai kumpulan sumber daya yang melekat dalam hubungan keluarga dan dalam organisasi sosial komunitas, yang sangat bermanfaat bagi perkembangan kognitif dan sosial anak. Coleman juga menyatakan bahwa modal sosial merupakan bagian dari struktur sosial yang mempermudah tindakan individu dalam konteks tersebut.

Sedangkan definisi modal sosial menurut Robert Putnam (1997) yang lebih menekankan pada perspektif masyarakat, dikatakan bahwa : modal sosial adalah

sebuah barang publik (*Public Good*) yang dibangun oleh masyarakat, norma dan kepercayaan (*trust*) kedua aspek tersebut mendasari kerjasama (*cooperation*) dan aksi bersama (*collective action*) untuk mencapai kemanfaatan.

Selain itu, modal sosial dianggap sebagai elemen penting dalam memfasilitasi kebersamaan, mobilitas ide, serta kepercayaan dan keuntungan timbal balik. Menurut Francis Fukuyama, modal sosial adalah segala sesuatu yang memungkinkan masyarakat bersatu untuk mencapai tujuan bersama berdasarkan kebersamaan, dan ini diikat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang berkembang dan dipatuhi. Tujuan bersama ini adalah upaya untuk mencapai kemakmuran yang lebih besar, yang lebih mudah dicapai oleh masyarakat dengan tingkat kepercayaan yang tinggi dibandingkan dengan masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan rendah. Oleh karena itu, modal sosial memiliki peranan penting dalam mendukung dan memperkuat kehidupan modern. Modal sosial adalah syarat mutlak bagi pembangunan manusia, pembangunan ekonomi, politik, sosial, serta stabilitas demokrasi. (dalam Jousairi, 2006)

Robert M.Z Lawang memberikan defenisi tentang modal sosial sebagai kekuatan sosial yang dibangun oleh individu dan kelompok dalam suatu komunitas, dengan merujuk pada struktur sosial yang mereka yakini dapat membantu mencapai tujuan individu atau kelompok secara lebih efektif dan efisien, bersama dengan modal lainnya. Modal sosial mengacu pada ikatan sosial atau yang dikenal sebagai jaringan sosial. Hubungan ini menekankan pentingnya jaringan dalam mendorong kerja sama untuk meraih keuntungan atau mencapai tujuan. Terdapat tiga hal yang

penting dalam membangun modal sosial yaitu, kepercayaan, jaringan, norma (Damsar & Indrayani, 2013).

Berdasarkan pengertian beberapa para ahli tersebut maka modal sosial dapat diartikan sebagai kumpulan norma atau nilai yang disepakati bersama oleh masyarakat, yang berperan dalam memperkuat jaringan sosial atau kerja yang positif. Modal sosial ini memungkinkan terbentuknya kerjasama yang saling menguntungkan, meningkatkan rasa kepedulian dan solidaritas yang tinggi, serta mendorong tingkat kepercayaan antar individu, guna mencapai tujuan bersama.

1.5.2 Konsep Usaha Fotografi

Karya fotografi itu sangat bernilai. Dari hobi fotografi dan sekedar mempublikasi karya fotonya di berbagai media, pada titik tertentu bisa saja mengubah kebiasaan yang awalnya hanya memajang foto secara amatir kemudian menjadi profesional. Seorang fotografer akan merilis identitasnya sebagai fotografer profesional di berbagai event dan dibayar oleh pengguna jasa. Pada akhirnya, sebuah ranah bisnis fotografi diperkenalkan sebagai wujud dari sebuah ekonomi kreatif. Banyak dari fotografer-fotografer di Indonesia merasa tertarik untuk membangun bisnis atau usaha di sector fotografi, karena melihat peluang yang cukup besar. Bagi fotografer merintis usaha studio foto bisa menjadi satu cara untuk membisniskan hobi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, usaha merupakan suatu aktivitas yang mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu tujuan pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, dan daya upaya) untuk memperoleh sesuatu. Dalam Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha

adalah setiap tindakan, perbuatan atau aktivitas apapun dalam sektor perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan mendapatkan keuntungan atau laba (Peraturan Pemerintah RI, 1982)

Usaha fotografi merupakan sebuah bisnis yang berfokus pada penyediaan layanan fotografi profesional. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengambilan gambar hingga pengeditan dan pencetakan foto. Usaha fotografi dapat melayani berbagai segmen pasar seperti pernikahan, acara keluarga, potret pribadi, foto *catalogue*, foto keluarga dan lain sebagainya.

1.5.3 Konsumen

Kata konsumen merupakan istilah yang sering digunakan masyarakat untuk merujuk pada individu yang menggunakan atau memanfaatkan suatu produk atau jasa. Selain itu, beberapa orang juga memberikan definisi konsumen sebagai individu yang memiliki keterkaitan langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Dari definisi di atas dapat kita pahami bahwa setiap individu yang menggunakan jasa atau mengkonsumsi baik yang memiliki keterkaitan langsung antara pelaku usaha dengan konsumen maupun tidak memiliki hubungan langsung dan hanya mengkonsumsi dapat dikatakan sebagai konsumen.

Menurut Kotler dan Keller, konsumen adalah individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Sri handayani, konsumen adalah setiap individu atau rumah tangga yang memberi atau mendapatkan barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Pangemanan J.I.H, 2023).

Menurut Celina (Saputra, 2015) Konsumen adalah orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh. Konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu “consumer”, atau dalam bahasa Belanda yaitu “consument”. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen. Perilaku konsumen dalam permintaan dan kebutuhannya terhadap suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya.

Dari beberapa definisi mengenai konsumen maka dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pada hakikatnya setiap manusia pasti berbeda, begitu pula dengan konsumen, agar dapat memahami konsumen maka harus mengerti terlebih dahulu jenis-jenis konsumen itu sendiri. Jenis-jenis konsumen menurut Irawan dan Wijaya (dalam Syahbuddin, 2018) adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan atau konsumen menurut UU Konsumen merupakan orang yang menggunakan barang dan jasa yang ada di masyarakat baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.
2. Konsumen *Trend Setter*, yaitu tipikal konsumen yang selalu suka akan sesuatu yang baru, dan dia mendefinisikan dirinya untuk menjadi bagian dari barisan pertama yang memiliki atau memanfaatkan teknologi terbaru.
3. Konsumen yang mudah di pengaruhi, terutama oleh konsumen tren setter sehingga bisa dikatakan sebagai pengikut. Kelompok ini disebut konsumen yang terdampak dari efek konsumen *trend setter*.

4. Konsumen *Value Seeker*, adalah mereka yang memiliki pertimbangan atau pendirian sendiri, tipe konsumen ini relatif sulit untuk dipengaruhi karena mereka lebih mendasarkan kebutuhan mereka terhadap alasan-alasan yang rasional.

5. Konsumen yang loyal pada harga, ini tipikal konsumen pada umumnya. Loyalitas pada harga bukan pada penjual.

Konsumen dalam dunia perdagangan erat hubungannya dengan kegiatan perekonomian. Kehidupan konsumen dapat diartikan erat sekali kaitannya dengan masalah kebutuhan dan kepuasan dalam membelanjakan pendapatnya. Konsumen mengalokasikan penghasilan yang terbatas jumlahnya untuk membeli barang atau jasa yang tersedia dipasar sebegitu rupa sehingga tingkat kepuasannya yang di peroleh maksimal, maka dari itu setiap konsumen haruslah menetapkan permintaannya untuk setiap barang dan jasa yang tersedia di pasar. Menurut Dominick Salvatore (Saputra, 2015) Mengenai permintaan, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi permintaan yaitu :

1. Harga dari komoditas.
2. Pendapatan konsumen.
3. Harga dari barang-barang yang berhubungan.
4. Selera konsumen.

1.5.4 Tinjauan sosiologis

Penelitian ini menggunakan teori modal sosial. Modal sosial merupakan sumber daya sosial yang dimiliki oleh suatu masyarakat. Sebagai salah satu bentuk sumber daya, modal sosial dimanfaatkan untuk memberikan dukungan dalam

menghadapi berbagai situasi sosial di dalam masyarakat. Dalam kehidupan bermasyarakat, dikenal beberapa jenis modal, seperti modal alam (*natural capital*), modal manusia (*human capital*), modal fisik (*physical capital*), dan modal keuangan (*financial capital*). Modal sosial juga memiliki sifat produktif. Modal sosial berfungsi sebagai pendorong agar modal sosial dapat berjalan dengan optimal, Jika tidak ada modal sosial maka hal ini dapat mencegah pencapaian tujuan tertentu yang sebelumnya tidak tercapai (Alfitri, 2023:5).

Modal sosial menjadi komitmen dari setiap individu untuk saling terbuka, saling percaya dan memberikan wewenang bagi individu yang terpilih untuk berperan sesuai dengan tanggung jawab yang telah ditetapkan. Hal ini tentunya menghasilkan rasa kebersamaan, serta tanggungjawab dan kemajuan bersama. Putnam (dalam Sulaeman,2022:60)mendefenisikan modal sosial sebagai kejujuran , jaringan dan norma-norma kerja yang memfasilitasi kerja sama agar saling mendapat keuntungan. Kehadiran norma juga membantu dalam memfasilitasi sebuah kerjasama sehingga dalam proses kerjasama tersebut dapat berlangsung dengan lebih mudah. Modal sosial mengacu pada ikatan sosial atau disebut dengan jaringan sosial. Ikatan tersebut menunjukkan pentingnya jaringan sosial dan membuat kerjasama untuk memperoleh keuntungan atau mencapai tujuan. Terdapat 3 aspek penting dalam membangun modal sosial yaitu :

1. Kepercayaan (*Trust*)

Coleman dan Putnam (dalam Zaki, 2021)menyepakati bahwa kepercayaan itu merupakan komponen penting di dalam penyusunan komponen pembentukan modal sosial. Secara umum defenisi kepercayaan yaitu berkenaan dengan adanya

kepercayaan oleh pihak pertama (*one party*) kepada pihak kedua (*another party*) bahwa pihak kedua akan berperilaku yang menyebabkan mendatangkan hasil yang positif kepada pihak yang pertama. Dengan kepercayaan akan memungkinkan individu atau kelompok bisa berkerja sama dengan mudah. Menarik untuk mengamati bagaimana pemilik usaha jasa fotografi berhasil mendapatkan kepercayaan dari konsumen agar mau menggunakan jasa mereka.

2. Jaringan (*Networking*)

Pada elemen modal sosial jaringan itu berpengaruh penting di dalam pembentukan modal sosial. Menurut putnam (dalam Zaki, 2021).Jaringan dapat tumbuh berkat terciptanya hubungan relasi sosial yang terus berlangsung dan akan menghasilkan sebuah kepercayaan secara menyeluruh. Setiap kelompok sosial baik modern maupun tradisional memiliki karakteristik jaringan yang dilandaskan pada sebuah interaksi sosial dalam sebuah hubungan yang terjadi pada kondisi formal maupun tidak formal. Dalam menarik konsumen, para pemilik usaha fotografi menggunakan jaringan yang dimiliki oleh anggota maupun pemiliknya. Jaringan inilah yang akan mendukung dan membangun jaringan baru dengan konsumen yang berada di dalam kota maupun diluar Kota Padang.

3. Norma (*Norm*)

Norma adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kepercayaan dan jaringan. Norma merupakan pedoman yang dapat dipahami dan diajalkan secara bersama-sama untuk mengarahkan perilaku individu. Norma juga berperan sebagai kontrol dari perilaku individu yang terlibat dalam sebuah organisasi atau sektor industri. Pada penelitian ini, peneliti melihat sejumlah aturan dan kebiasaan yang

ditetapkan oleh para pemilik usaha jasa fotografi, dan beberapa hal tersebut memengaruhi kepercayaan para konsumen serta jaringan yang terbentuk oleh studio foto. Selain itu, dari unsur norma yang ada dalam modal sosial, pemilik usaha fotografi menggunakan sistem *reward* dan *punishment* yang diterapkan oleh pemilik usaha kepada perkerja. Sistem *reward* dan *punishment* tersebut tentunya harus seimbang, seperti tercermin dalam ketentuan mengenai jam kerja dan peraturan mengenai pelanggaran yang dilakukan oleh para perkerja. Namun, ketentuan tersebut bersifat lunak dan sanksi yang diberikan hanya berupa teguran dan nasihat.

Putnam (dalam Dwiningrum, 2014) membedakan dua jenis modal sosial yaitu :

1. *Social bridging* merupakan modal sosial yang menyatukan individu-individu dari latar belakang yang sangat beragam. Modal sosial ini terlihat pada orang-orang dari berbagai kelas sosial yang berbeda. Modal ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber daya eksternal dan menjamin kelancaran arus informasi, serta mampu menciptakan identitas dan hubungan timbal balik.
2. *Social Bounding* mampu menghubungkan individu-individu secara erat. Kelompok ini berfokus pada hubungan internal dan membentuk identitas yang eksklusif, sehingga cenderung memperkuat keseragaman di dalam kelompok tersebut. Modal sosial bounding dapat membantu mobilisasi hubungan timbal balik dan solidaritas, serta memperkuat identitas kelompok dan hubungan yang saling mendukung di antara anggotanya.

Putnam memberikan tiga alasan mengenai pentingnya modal sosial dalam kehidupan bermasyarakat (Aswasulasikin dalam Dwiningrum, 2014:14) :

1. Jaringan sosial membuka peluang terjadinya koordinasi dan komunikasi yang membangun rasa saling percaya antar sesama anggota.
2. Kepercayaan memberikan dampak positif dalam kehidupan masyarakat, yang terbukti melalui bagaimana orang-orang yang memiliki rasa saling percaya (*mutual trust*) dalam sebuah jaringan sosial akan memperkuat norma dengan keharusan untuk saling membantu.
3. Keberhasilan yang diraih oleh jaringan sosial dalam waktu sebelumnya akan mendorong keberhasilan pada waktu yang akan datang.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori modal sosial untuk mengetahui apa bentuk modal sosial yang dimiliki oleh pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen untuk mau menggunakan jasa mereka. Penelitian akan menguraikan bahwa konsep modal sosial menjadi faktor utama bagi pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen. Menarik untuk mencari tau apa bentuk modal sosial yang dimiliki oleh pemilik usaha fotografi sehingga konsumen tertarik dan mau menggunakan jasa mereka.

1.5.5 Penelitian Relavan

Penelitian relavan merupakan penelitian yang pernah dilakukan orang lain sebelumnya, yang juga dijadikan sebagai acuan atau sumber dalam melaksanakan penelitian. Dalam penelitian ini penulis berupaya menghubungkan berbagai hal yang berkaitan dengan topik penelitian, yaitu mengenai modal sosial fotografi dalam menarik konsumen. Berikut beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya :

Tabel 1. 2 Penelitian Relevan

No	Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fahmi Haidar Zaki.2021.Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Potret Eksistensi Pemilik Kios Kamera Analog Di Pasar Baru Pada Era Digitalisasi Teknologi Kamera	Untuk mengetahui seperti apa bentuk modal sosial yang terjadi antara pemilik kios kamera analog dengan pengguna kamera analog dalam upaya untuk mempertahankan eksistensi pemilik kios kamera analog di pasar baru pada era digitalisasi teknologi kamera	Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa modal sosial menjadi elemen utama di dalam proses pembentukan modal sosial pedagang. Dengan memiliki modal sosial pedagang masi bertahan hingga sekarang ini.
2.	Yuli Armianti.2019. Skripsi Univeritas Islam Riau.	Analisis Kualitas Pelayanan Pada Acreative Studio Photography Di Pekanbaru	Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa A Creative Studio Photography Pekanbaru	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh konsumen mengatakan kualitas pelayanan pada A Studio Photography di Pekanbaru sudah baik. 5 pokok utama kualitas pelayanan yang

				telah diberikan oleh A Creative Studio Photography Pekanbaru
3.	Ditya Briliana.2022. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Jasa Wedding Photography Amerta Story Di Bengkalis	Untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran jasa wedding photography Amerta Story	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan instagram, pelaku bisnis wedding photography mendapatkan banyak manfaat. Manfaat dapat dilihat dari segala aspek. Mulai dari memperluas jaringan bisnis, memperluas calon konsumen,dll.

Sumber Data: Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian dan Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan menggunakan metode kualitatif adalah untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai realitas dari suatu peristiwa serta karakteristik tertentu, dan untuk mendeskripsikan data secara keseluruhan yang diperoleh di lapangan. Menurut Afrizal penelitian kualitatif adalah penelitian ilmu sosial yang bertujuan mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, sehingga peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah di peroleh dan dengan demikian

tidak menganalisa angka-angka (Afrizal,2014:13). Penelitian kualitatif adalah strategi penelitian yang berfokus pada pencarian makna, pemahaman, konsep, karakteristik, gejala, simbol dan penjelasan suatu fenomena. Metode yang mendalam dan beragam, alami dan menyeluruh, mengutamakan kualitas, menggunakan berbagai metode dan disajikan dengan naratif.

Sementara itu penelitian ini juga menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan suatu peristiwa atau kenyataan sosial yang berkaitan dengan masalah yang muncul dan yang akan diteliti. Fakta atau kenyataan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat disebut sebagai realitas sosial.

Dengan demikian alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif serta tipe penelitian deskriptif adalah untuk dapat menggambarkan secara mendalam mengenai data yang diperoleh dilapangan mulai dari mendeskripsikan bagaimana pemilik usaha fotografi dalam memanfaatkan modal sosial yang dimilikinya.

1.6.2 Informan Penelitian

Informan adalah istilah untuk sampel penelitian kualitatif. Sampel dalam penelitian kualitatif tidak disebut sebagai responden, melainkan narasumber atau partisipan penelitian, pemberi informasi. Informan adalah individu-individu yang memberikan informasi baik mengenai dirinya maupun orang lain atau suatu peristiwa. Ada dua kategori informan yaitu:

1. Informan Pelaku

Informan pelaku adalah informan yang memberikan informasi mengenai dirinya, perilakunya, pandangannya, penjelasannya (makna), atau pengetahuannya.

Dalam penelitian kualitatif, informan pelaku disebut sebagai subjek penelitian karena dianggap sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi peneliti. Pada penelitian ini yang menjadi informan pelaku adalah pemilik usaha jasa fotografi di Kota Padang.

2. Informan Pengamat

Informan pengamat merupakan informan yang memberikan informasi mengenai orang lain atau kejadian suatu hal kepada peneliti. Informan dalam kategori ini bisa berupa orang yang tidak diteliti dengan kata orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau pelaku kejadian yang kita teliti. Mereka disebut sebagai saksi sesuatu kejadian atau pengamat lokal (Afrizal, 2014: 139). Dalam penelitian ini yang menjadi informan pengamat yaitu tenaga kerja dan konsumen yang menggunakan jasa fotografi dari studio foto.

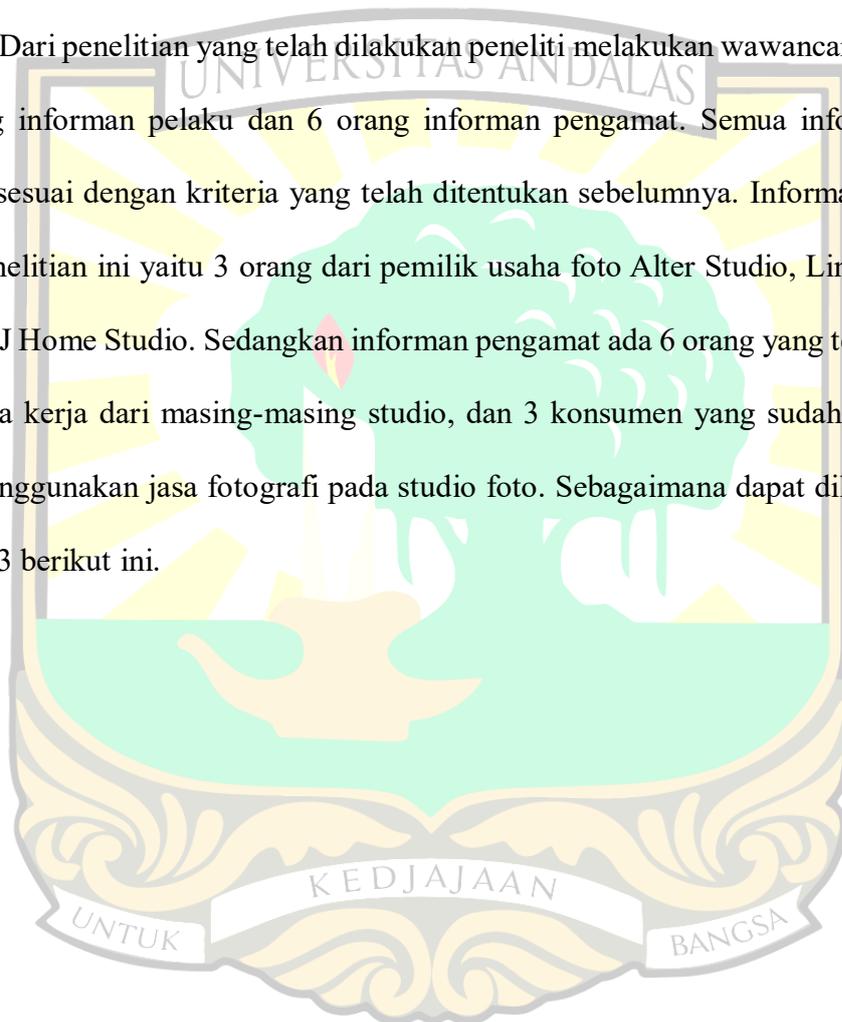
Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang menetapkan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh individu yang menjadi informan pengamat. Menurut (Afrizal, 2014:140) manfaat teknik ini sebagai mekanisme disengaja yang berarti sebelum melaksanakan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh individu yang dijadikan sumber informasi. Adapun kriteria informan pelaku dalam penelitian ini ialah :

1. Pemilik usaha yang langsung terlibat dalam Pemanfaatan Modal Sosial Pemilik Usaha Fotografi dalam Menarik Konsumen di Kota Padang.
2. Pemilik usaha yang memiliki usaha studio foto berumur lebih dari 3 tahun.

Sedangkan untuk informan pengamat terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi sebagai berikut :

1. Tenaga kerja yang berkerja pada usaha fotografi yang dijadikan lokasi penelitian.
2. Konsumen yang telah berulang kali menggunakan jasa foto dari usaha fotografi yang dijadikan lokasi penelitian.

Dari penelitian yang telah dilakukan peneliti melakukan wawancara dengan 3 orang informan pelaku dan 6 orang informan pengamat. Semua informan ini dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Informan pelaku dari penelitian ini yaitu 3 orang dari pemilik usaha foto Alter Studio, Line Studio, dan RDJ Home Studio. Sedangkan informan pengamat ada 6 orang yang terdiri dari 3 tenaga kerja dari masing-masing studio, dan 3 konsumen yang sudah berulang kali menggunakan jasa fotografi pada studio foto. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini.



Tabel 1. 3 Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Keterangan	Kriteria Informan
1.	Andika	23 Tahun	Laki-laki	Pemilik Alter Studio	Pelaku
2.	Khalid	27 Tahun	Laki-laki	Pemilik Line Studio	Pelaku
3.	Axqel	23 Tahun	Laki-laki	Pemilik RDJ Home Studio	Pelaku
4.	Ica	23 Tahun	Perempuan	Tenaga Kerja (Admin) Alter Studio	Pengamat
5.	Riyand	26 Tahun	Laki-laki	Tenaga Kerja (Fotografer dan Editor) RDJ Home Studio	Pengamat
6.	Dinda	23 Tahun	Perempuan	Tenaga Kerja (Front Office) Line Studio	Pengamat
7.	Akbar	21 Tahun	Laki-laki	Konsumen	Pengamat
8.	Sarah	24 Tahun	Perempuan	konsumen	Pengamat
9.	Dhea	29 Tahun	Perempuan	konsumen	Pengamat

Sumber : Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024

1.6.3 Data Yang Diambil

Menurut Afrizal pada penelitian kualitatif data yang digunakan berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia tanpa ada upaya untuk mengkuantifikasikan data yang diperoleh. Menurut Sugiyono (Sugiyono,2013:225) pada penelitian kualitatif terdapat dua sumber data yaitu :

1. Data Primer

Data primer merujuk pada data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari informan penelitian dilapangan. Data ini terdiri dari informasi yang dikumpulkan seperti hasil wawancara yang dilakukan selama penelitian. Dengan

menggunakan teknik wawancara mendalam, peneliti mendapatkan data dan informasi penting dan sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, misalnya melalui pihak lain atau berupa dokumen. Data sekunder dapat diperoleh melalui media cetak seperti studi kepustakaan, yaitu mempelajari bahan-bahan tertulis seperti buku, skripsi, literatur, jurnal, foto-foto, dan statistik yang mempunyai relevansi dengan permasalahan penelitian dan juga melalui media elektronik seperti artikel-artikel, jurnal dan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.6.4 Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara mengumpulkan data yang diperlukan oleh peneliti sedangkan alat pengumpulan data ialah alat-alat yang diperlukan atau alat yang dipergunakan untuk mengumpulkan data. Ada dua macam alat pengumpulan data yaitu :

1. Panduan atau pedoman wawancara mendalam. Merupakan suatu tulisan yang berisikan daftar informasi yang perlu dikumpulkan
2. Buku catatan dan pena. Berfungsi untuk mencatat data hasil wawancara
3. Handphone. Peneliti menggunakan handphone sebagai alat perekam untuk tape recorder, kamera, dan telepon untuk merekam hasil wawancara.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data menggunakan metode-metode tertentu, beberapa metode yang digunakan untuk pengumpulan data tersebut, adalah:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara juga dapat digambarkan sebagai percakapan pribadi (face to face) antara pewawancara dan narasumber, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan dengan mendalami informasi dari seorang informan dengan tujuan untuk mengumpulkan data dari hasil percakapan. Diperlukannya konfirmasi data dengan melakukan wawancara berulang kali yang bertujuan untuk klarifikasi terhadap informasi yang sudah didapatkan dalam wawancara (Afrizal, 2014:137).

Sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat pedoman wawancara terlebih dahulu dan mendiskusikannya dengan dosen pembimbing. Pedoman wawancara selesai dibuat tanggal 10 Juni 2024, tahap selanjutnya adalah turun lapangan dengan melakukan wawancara. Peneliti terlebih dahulu telah mengurus surat penelitian turun lapangan pada tanggal 18 April 2024. Selanjutnya peneliti membuat janji dengan informan. Peneliti ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk menceritakan segala hal yang terkait dengan pemanfaatan modal sosial pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen.

Hari pertama peneliti melakukan wawancara dengan Bang Andika selaku pemilik usaha fotografi Alter studio pada tanggal 21 Juni 2024, peneliti melakukan wawancara di sebuah *coffee shop* pada pukul 10.30 WIB. Di hari yang sama peneliti juga melakukan wawancara dengan tenaga kerja dari Alter studio yang bernama

Kak Ica. Wawancara dengan informan dilakukan pada saat jam kerja informan di usaha fotografi Alter dan wawancara dilakukan pada pukul 15.00 WIB. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan pemilik usaha Line studio yaitu pada tanggal 26 July 2024. Peneliti langsung mengunjungi studio foto pada jam 15.00 WIB. Sesampainya di studio foto peneliti langsung melakukan wawancara dengan Bang Khalid selaku pemilik usaha fotografi. Pada hari yang sama peneliti langsung meminta izin dengan pemilik untuk melakukan wawancara dengan tenaga kerja yang sedang bertugas yaitu bernama Kak Dinda. Setelah membuat janji dengan pemilik usaha fotografi RDJ Home studio, peneliti langsung berkunjung ke studio foto RDJ pada tanggal 17 July 2024 dan melakukan wawancara dengan Bang Aqxel selaku pemilik usaha fotografi pada jam 12.00 WIB. Setelah itu peneliti juga meminta izin kepada pemilik untuk melakukan wawancara dengan Bang Riyand selaku tenaga kerja dari RDJ Home studio.

Pengumpulan data, berupa wawancara mendalam peneliti lanjutkan pada tanggal 4 Agustus dengan Akbar selaku konsumen yang menggunakan jasa fotografi dari tempat lokasi penelitian. wawancara dilakukan di sebuah coffe shop pada jam 19.00 WIB. Selanjutnya pada tanggal 7 Agustus peneliti melakukan wawancara dengan Sarah selaku informan pengamat. Wawancara dilakukan pada saat jam 14.00 WIB. Peneliti sebelumnya telah membuat janji dengan informan untuk melakukan wawancara, pada saat itu informan sedang berada di sebuah *coffe shop* dan peneliti langsung menghampiri informan. Pada Minggu, 11 Agustus peneliti melakukan wawancara dengan informan Kak Dhea selaku konsumen yang

menggunakan jasa fotografi. Wawancara dilakukan saat informan selesai berjalan di Car Free Day pada pukul 09.00 WIB.

Setelah wawancara selesai peneliti melanjutkan dengan mentranskrip hasil wawancara. Setelah itu membuat pembahasan penelitian. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, peneliti memperoleh informasi-informasi mengenai pemanfaatan modal sosial pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data observasi ini adalah pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dengan memanfaatkan panca indera. Marshall (dalam Sugiyono, 2013:226) mengatakan bahwa melalui observasi, peneliti memahami tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Dengan observasi kita dapat melihat, mendengar dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipan dengan mengamati aktivitas yang dilakukan pada 3 usaha fotografi yaitu Alter studio, Line studio dan RDJ Home studio. Aktivitas yang dilakukan seperti mengamati konsumen yang ingin melakukan transaksi, penjemputan foto, menunggu antrian foto dan proses foto berlangsung. Selain itu peneliti juga mengobservasi reward atau keuntungan yang diberikan pemilik baik itu untuk tenaga kerja maupun konsumen. Selama melakukan wawancara dan observasi, kesulitan yang dialami peneliti yaitu hanya pada saat mencocokkan tanggal wawancara dengan pemilik usaha fotografi. Hal ini dikarenakan pemilik mencari waktu dimana jadwal studio tidak begitu ramai dan pekerjaan dari tenaga kerja tidak begitu banyak.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis didalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan penelitian lain objek yang diteliti ditentukan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis ini dilakukan peneliti untuk validitas dan reliabilitas penelitian dapat terjaga. Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah pemilik usaha fotografi.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses pencarian dan pengumpulan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami untuk diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2013:224).

Analisis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Miles dan Huberman membagi analisis data menjadi tiga tahap secara umum, yaitu :

1. Kodifikasi Data

Tahap ini merupakan tahap pengkodean terhadap data. Peneliti menyusun kembali catatan lapangan yang dibuat ketika melakukan wawancara dengan informan. Kemudian catatan lapangan tersebut diberi kode atau penanda untuk memisahkan informasi yang penting dan tidak penting. Informasi penting adalah informasi yang relavan dengan topik penelitian, sedangkan data yang tidak penting

berupa pernyataan informan yang tidak berkaitan. Hasil dari kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi tersebut telah mengalami penamaan oleh peneliti. (Afrizal, 2014:178)

2. Penyajian Data

Sebuah tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matrix dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian agar lebih efektif. (Afrizal, 2014:179).

3. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan merupakan tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi penulis atas temuan dari suatu wawancara dan dokumen. Setelah kesimpulan dibuat, peneliti kemudian mengecek lagi keakuratan interpretasi dengan cara meninjau ulang proses coding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang terjadi (Afrizal, 2014:179).

1.6.7 Definisi Operasional

1. Pemanfaatan yaitu suatu proses cara yang digunakan untuk memanfaatkan sesuatu objek atau benda
2. Modal sosial merupakan investasi sosial yang meliputi sumber daya sosial seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma serta kekuatan menggerakkan dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individu maupun kelompok secara efisien dan efektif dengan kapital lainnya.

3. Usaha fotografi merupakan sebuah bisnis yang berfokus pada penyediaan layanan fotografi profesional. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengambilan gambar hingga pengeditan dan pencetakan foto.
4. Konsumen yaitu orang yang memiliki hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Secara harfiah konsumen adalah orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan.

1.6.7 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tiga studio foto yang memenuhi kriteria yang berada di dua kecamatan di Kota Padang antara lain Kecamatan Padang Timur, dan Kecamatan Padang Barat. Pemilihan lokasi terkait dengan pertimbangan bahwa di tiga studio foto tersebut pada umumnya memiliki lokasi yang berbeda, lokasi yang berbeda ini tentu memiliki pengaruh dengan jumlah konsumen yang datang. Adapun tiga studio foto yang menjadi lokasi penelitian sebagai berikut :

Tabel 1. 4 Daftar Nama Studio Foto Sebagai Lokasi Penelitian di Kota Padang

No.	Nama	Alamat	Tahun Berdiri	Umur Studio foto
1.	Alter Studio	Jl. Perak II No.15 Kp. Jao, Kec. Padang Barat.	2020	4 tahun
2.	Line Studio	Jl. Hangtuah No.207 Belakang Tangsi, Kec. Padang Barat.	2017	7 tahun
3.	Home Studio RDJ	Jl. Aur Duri Indah XIV No.2 Parak Gadang Kec. Padang Timur.	2015	9 tahun

Sumber : Data Primer,tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.4, yang dipilih menjadi lokasi penelitian diketahui terdapat dua studio foto yang sama-sama mewakili satu kecamatan dan juga terdapat hanya satu studio foto mewakili satu kecamatan. Alasan lain memilih tiga studio foto yang ada pada tabel 1.4 adalah karena Alter Studio, Line Studio dan Home Studio RDJ tersebut sudah berumur lebih dari 3 tahun sehingga peneliti berharap mendapatkan informasi yang beragam.

1.6.8 Jadwal Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian agar berjalan dengan efektif dan efisien maka dibuat jadwal penelitian sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dari penelitian. Penelitian ini dilakukan selama 8 bulan, dimulai dari bulan Februari 2024 sampai bulan September 2024. Berikut jadwal penelitian dalam penulisan skripsi ini :

Tabel 1. 5 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2024								
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Oct
1.	Bimbingan Membuat Pedoman Wawancara									
2.	Pengumpulan Data									
3.	Analisis Data									
4.	Penulisan dan Bimbingan Skripsi									
5.	Ujian Skripsi									