

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 11, December 2025, P. 419-427
E-ISSN: 2986-6340
Licenced by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17972439>

Analisis SWOT dalam Optimalisasi Branding *Self Photo Studio* Jatim Information Technology Creative Surabaya Sebagai Ujung Tombak Pendapatan bagi UPT PMPITK

*SWOT Analysis in Optimizing the Branding of the Self Photo Studio at Jatim Information Technology
 Creative Surabaya as a Revenue Driver for the UPT PMPITK*

Raden Burhanuddin Try Pratama Rahmatullah¹, Muchammad Ismail²

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
 Surabaya^{1,2}

E-mail: pram.tp21@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the optimization of self photo studio in Jatim Information Technology Creative (JITC) Surabaya as part of an effort to increase Local Original Income (PAD) by utilizing less productive government assets. JITC was initially a facility provided by the government, more precisely by the Department of Industry and Trade and managed by the UPT for Development of Industrial Product Quality and Creative Technology as a place for start-ups to develop. This study uses qualitative research methods with analytical techniques and SWOT analysis approaches to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats in managing service branding. Although this service is fully supported by the government, this service is still lacking in its development, therefore this study recommends the need to strengthen the branding strategy at the JITC self photo studio is very necessary in order to develop and contribute to increasing East Java PAD.

Keywords:: *Self photo studio, SWOT, government*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi studio foto mandiri (self photo studio) di Jatim Information Technology Creative (JITC) Surabaya sebagai bagian dari upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pemanfaatan aset pemerintah yang kurang produktif. JITC pada awalnya merupakan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah, khususnya oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan dikelola oleh UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif sebagai wadah bagi start-up untuk berkembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis serta pendekatan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengelolaan branding layanan. Meskipun layanan ini sepenuhnya didukung oleh pemerintah, pengembangannya masih belum optimal. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan strategi branding pada studio foto mandiri JITC agar dapat berkembang dan berkontribusi dalam meningkatkan PAD Provinsi Jawa Timur.

Kata kunci: *studio foto mandiri, SWOT, pemerintah.*

Article Info

Received date: 25 November 2025

Revised date: 30 November 2025

Accepted date: 12 December 2025

PENDAHULUAN

Aset (Asset) adalah barang bergerak dan tidak bergerak yang terlibat dalam aktivitas di suatu instansi, organisasi, atau badan usaha perorangan atau individu (Noviyati & Khoirudin, 2023). Aset pemda atau biasa disebut dengan Badan Milih Daerah (MBD) adalah aset yang dapat berupa bergerak dan tidak bergerak seperti tanah dan bangunan, dua aset yang telah disebutkan didapat secara sah dan legal karena mereka langsung berada dikuasa Instansi Pemda (Pemerintah Daerah) dan bukan termasuk bagian dari kekayaan yang dapat dihindarkan. Permasalahan dari pemerintah dalam pengelolaan aset adalah ketidakaturan dalam melakukan pengelolaan aset. Hal ini menyebabkan sulitnya pemerintah daerah dalam melakukan pendataan untuk mengetahui secara pasti aset yang

dimiliki dan dikelola oleh pemerintah yang menyebabkan pemerintah daerah cenderung kurang optimal dalam pemanfaatan aset yang dimiliki.

Saat ini perkembangan Industri kreatif berbasis teknologi dan informasi kini telah menjadi salah satu fondasi penting dalam kemajuan sekaligus perkembangan di Indonesia, terutama pada Provinsi Jawa Timur yang sangat pesat dan cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi industri kreatif yang akan memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing, menciptakan lapangan kerja, serta mendukung sebuah ekosistem inovasi berbasis digital. Sebagai respon terhadap kebutuhan tersebut, Jatim Information Technology Creative (JITC) Surabaya hadir untuk merangkul para pelaku industri dalam melakukan perkembangan industri mereka. JITC didirikan pada tahun 2013 atas inisiatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur. Pendirian JITC merupakan suatu gerakan dari Disperindag yang dimanfaatkan untuk mengaktifkan aset-aset pemerintah yang sudah lama kurang produktif dan hanya menjadi bangunan kosong yang tidak dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin. Tahap awal dari pendirian JITC bertujuan untuk mendukung hanya sebagai tempat untuk mendukung perkembangan industri kreatif dengan memberikan fasilitas bagi komunitas kreatif, wirausaha digital, serta start-up muda. Dengan dukungan infrastruktur dan program kerja yang terarah serta fasilitas tempat bagi *start-up* muda secara gratis tidak dipungut biaya apapun, JITC bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang kondusif agar berkembang dan menciptakan lapangan kerja.

Dalam mengendalikan aset yang dimiliki agar tidak berdebu pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) melalui salah satu Unit Pelaksana Teknis nya (UPT) yaitu Unit Pelaksana Teknis Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif (UPT PMPITK) melakukan gerakan untuk memanfaatkan aset mereka yang kuang aktif selama beberapa tahun. Tepatnya pada tahun 2017 kepala dinas Perindustrian dan Perdagangan membuat kebijakan untuk UPT PMPITK dapat menjadi UPT yang berprestasi dan dapat memenuhi Pendapatan Asli Daerah Jatim, karena kebijakan inilah JITC yang awalnya merupakan bangunan yang hanya digunakan untuk memfasilitasi para wirausahawan dan *Start-up* muda untuk memiliki tempat mereka sendiri, kemudian JITC dikelola berkembang memiliki juga layanan seperti *self photo studio*, *meeting room*, *recording & music studio* dengan fasilitas yang lengkap dan dapat disewa untuk masyarakat umum.

Dengan adanya layanan yang dapat bermanfaat untuk masyarakat JITC memiliki kendala dalam membuat branding yang dapat menarik masyarakat dalam menggunakan layanan mereka. Selain itu adanya keterbatasan pada sumber daya manusia (SDM) dalam membantu dalam mengelola manajemen JITC. Terutama branding untuk layanan *self photo studio* mereka menjadi layanan yang kurang peminat dari ketiga layanan mereka, kendala tersebut menjadikan *self photo studio* di JITC kurang berkembang dalam persewaan layanan mereka dan sulit bersaing di tengah banyaknya peminat masyarakat terutama Gen Z yang banyak meminati kegiatan *self photo*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa dengan SWOT untuk dapat menginovasikan layanan *self photo studio* JITC agar dapat lebih bersaing.

METODE

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam melakukan penelitian ini oleh sebab itu penelitian ini perlu mengumpulkan data secara fakta yang ada dan dengan menggunakan pendekatan atau *SWOT Analysis (Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats)*. *SWOT Analysis* atau Analisis SWOT merupakan hasil perkembangan dari pemikiran dan berbagai banyak kerangka kerja yang strategi yang sebelumnya telah diterapkan dalam konteks dalam medan pertempuran maupun bisnis, dengan mengidentifikasi dan menentukan strategi perlu diperhatikan dari berbagai faktor yang sistematis. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang memaksimalkan pemahaman dari kekuatan (*Strength*) dan peluang atau kesempatan (*Opportunities*), tetapi secara

langsung harus melihat dan meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) bagi suatu usaha.

Subjek dari Penelitian ini dilakukan dan diambil secara *snowball sampling* yakni Pemerintah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur dalam hal ini adalah semua pegawai UPT PMPITK. Sedangkan objek untuk melakukan penelitian ini adalah Jatim Information Technology Center (JITC) dalam membuat branding dan memberikan inovasi untuk layanan *self photo studio* agar dapat menarik masyarakat untuk menggunakan layanan ini, upaya dibuatnya layanan ini untuk menambah Pendapatan Asli Daerah yang mengalami penurunan karena adanya kebijakan dari pemerintah pusat. Pengumpulan data untuk memperdalam hasil penelitian ini dilakukan dengan berbagai teknik dalam pemunahan data perlu kemudian adanya teknik yang berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Terkait melakukan observasi pengumpulan data digunakan untuk memperdalam hasil pemahaman terhadap temuan yang didapat dari penelitian ini, kemudian untuk memperkuat hasil temuan dengan teknik Wawancara dengan kepala sub Tata usaha UPT PMPITK dengan melakukan proses tanya jawab untuk memperoleh data penelitian yang berlangsung secara lisan. Penelitian ini juga menggunakan metode literatur dengan cara memperdalam hasil temuan berdasarkan data yang berupa tulisan, buku dan artikel jurnal yang mendukung kelengkapan data dalam melakukan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding merupakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh merek atau *brand* yang menjadikan merek atau brand tersebut dapat dikenal banyak orang dan memiliki peminat dari para kompetitor mereka. Tujuan dari kegiatan branding adalah untuk membangun dan dapat membesarkan identitas sebuah *brand*/merek dengan jangkauan yang luas, dalam melakukan branding beberapa hal yang diperlukan adalah seperti nama barang, logo, dan sudut pandang konsumen terhadap merek yang di tawarkan. Dengan melakukan branding yang tepat *Self Photo Studio* di JITC dapat menjadi fasilitas yang dimiliki Disperindag Jatim dapat memikat banyak konsumen, karena fasilitas tersebut sudah memenuhi kriteria dalam memenuhi kemauan masyarakat jaman sekarang.

Menurut Kotler brand adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau kombinasi dari semuanya, yang bertujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok enjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing (Setiadi, 2013) Strategi dari UPT PMPITK dalam membuat layanan ini sebenarnya sudah tepat karena jika dilihat dari *Website GoodStats.id* salah satu artikel mereka yang berjudul “Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z” menjelaskan bahwa hasil Sensus Penduduk 2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa di Indonesia adalah Generasi Z, dengan jumlah 74,93 juta generasi atau setara dengan 27,94% dari populasi Indonesia yang sebanyak 270,2 juta jiwa di tahun 2020 (*Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z- GoodStats Data*, n.d.). Dapat dilihat dari data tersebut dapat menjadi sesuatu yang bisa menguntungkan dalam jangka pendek karena pada generasi sekarang Generasi Z lebih senang melakukan *self photo studio*.

JITC adalah fasilitas yang dimiliki oleh Disperindag Jatim, yang pada dasarnya fasilitas ini merupakan fasilitas yang mendapatkan dukungan penuh dari pemerintahan dalam melakukan segala aktivitasnya. Namun dalam fakta lapangan JITC terutama pada fasilitas nya yaitu *Self Photo Studio* mengalami kekurangan peminat atau bisa dikatakan menjadi fasilitas yang mati suri. Hal ini menghambat tujuan dibentuknya JITC yang diharapkan bisa menjadi tambahan Pemasukan Anggaran Daerah (PAD) Jatim, penyebab dari hal ini karena kurangnya branding yang dibentuk oleh para pegawai atau pekerja yang mengelola JITC sendiri, yang mana hal ini adalah para pegawai Unit Pelaksana Teknis Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif (UPT PMPITK) Disperindag Jatim. Untuk mengoptimisasikan untuk melakukan branding dapat

dilakukan analisis SWOT, penjelasan analisis SWOT dalam optimalisasi branding *Self Photo Studio*

Kekuatan (Strengths)

1.) Aset milik pemerintah, legalitas dan dukungan penuh dari instansi.

Dengan mendapatkan dukungan penuh dari pemerintahan menjadikan JITC tidak perlu bingung dan repot dalam mengurus perizinan, terlebih lagi bangunan JITC sendiri merupakan aset pemerintah atau rumah dinas yang dimiliki Disperindag yang disulap menjadi sebuah fasilitas untuk mendukung bisnis *startup*. JITC pada awalnya dibentuk untuk memberikan peluang bagi para Industri Kecil Menengah (IKM) atau *startup* untuk bertahan dan bersaing dengan meningkatkan penjualan secara daring melalui pemanfaatan digitalisasi untuk desain produk. Dengan dibawah naungan pemerinath langsung legalitas fasilitas ini tidak perlu diragukan lagi karena jika tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan maka fasilitas ini akan ditutup oleh pemerintah secara langsung.

Karena JITC Surabaya merupakan fasilitas dan aset yang dimiliki pemerintah maka mereka mendapat subdidi untuk biaya pemeliharaan dan memberikan peluang kerja untuk masyarakat umum dapat melakukan keamanan dan kebersihan fasilitas ini, harga yang ditawarkan oleh *self photo studio* di JITC Surabaya juga dapat bersaing dengan harga studio-studio foto yang banyak tersebar di surabaya dan bahkan dapat dikatakan studio ini menjadi salah satu studio foto dengan harga yang murah untuk biaya sewanya, hal itu disebabkan karena fasilitas ini miliki pemerintah yang mana semua kegiatan dan aktivitas mulai dari aktivitas fisik sampai aktivitas keuangan akan sangat diawasi langsung oleh pemerintah Jawa Timur.

2.) Fasilitas studio modern dan menarik

Fasilitas *Self Photo Studio* di JITC sudah memenuhi kriteria dalam kebutuhan untuk melakukan kegiatan *self photo*. Fasilitas utama yang diberikan oleh JITC adalah seperti kamera pro + remote, lighting pro dan banyak pilihan background. Pada studio ini juga bisa digunakan untuk pengambilan foto produk bagi mereka yang memiliki usaha dan membutuhkan fasilitas dalam pemotretan dengan cara professional. Menurut Laura BC seorang *Photographer and Creative Director* asal spanyol secara sangat mudah untuk membuat sebuah ruangan untuk stufio photo, peralatan yang dibutuhkan dan digunakan dalam studio foto yang hanya membutuhkan ruangan sebesar 1,35m x 2,72m dan satu macam backdrop sudah dapat membuat studio (*How to Build a Home Photography Studio in a Small Place — LAURA BC | Photographer & Creative Director*, n.d.).

Sedangkan fasilitas yang dimiliki JITC Surabaya sendiri terbilang sudah melebihi kebutuhan minimum untuk membuat sebuah self photo studio, yaitu dengan ukuran ruangan sebesar 3m x 5m dan memiliki berbagai macam backdrop yang dapat digunakan sesuai selera. Banyaknya fasilitas yang ditawarkan oleh *self photo studio* JITC Surabaya dapat menjadi nilai lebih untuk daya tarik studio ini, namun dengan cara melakukan branding dengan benar agar sesuai dengan target pasar yang mereka butuhkan. Fasilitas *self photo studio* di JITC tidak hanya bisa digunakan untuk foto couple atau foto trend sekarang, tapi studio ini dapat digunakan untuk foto wisuda, foto *maternity*, dan juga bisa digunakan untuk foto keluarga.

3.) Letak Yang Strategis

Fasilitas JITC Surabaya terletak di Ngangel Timur Surabaya dimana letak fasilitas ini sangat strategis dengan pusat kota dan juga fasilitas ini berdekatan dengan beberapa *caffé shop* yang ramai dan banyak digemari pemuda dari Surabaya maupun luar Surabaya. Beberapa *caffé shop* yang cuku terkenal dikalangan pemuda surabaya dan berdekatan dengan fasilitas JITC Surabaya adalah Sedjagad 36, SLECTA, dan NESC COFFE hal ini menjadikan suatu kelebihan dari fasilitas ini, karena dengan letak yang cukup strategis dnegan tempat yang rami diminati banyak orang dapat menjadi cara untuk memperkenalkan fasilitas JITC Surabaya.

JITC Surabaya sangat strategis karena letaknya yang tengah kota dan dekat dengan berbagai macam fasilitas umum yang mayoritas peminatnya adalah pemuda atau generasi jaman sekarang, fasilitas ini juga dekat dengan Universitas Surabaya (Ubaya) yang ada di daerah Ngagel Jaya, Baratajaya. *Self photo studio* banyak diminati dari kalangan mahasiswa ini merupakan sebuah kelebihan yang dimiliki dari fasilitas JITC Surabaya dengan letak yang dekat dengan kampus Ubaya dapat menjadikan salah satu target pasar mereka untuk menarik pelanggan di JITC Surabaya.

4.) Harga Paling Murah

Layanan yang di berikan JITC Surabaya yang berupa fasilitas *self photo studio* adalah layanan yang bisa di sediakan oleh pemerintah khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur yang bisa di gunakan oleh masyarakat umum dengan menyewa fasilitas tersebut. Karena fasilitas ini merupakan fasilitas dari pemerintah maka harga sewa yang diberikan kepada masyarakat umum sangat murah dibanding dengan fasilitas serupa yang ada di kota Surabaya, mereka hanya memberikan biaya sewa dengan harga Rp.

65.000 ribu untuk penggunaan selama 1 jam.

Dengan biaya yang sangat murah dibanding dengan fasilitas swasta merupakan sebuah keuntungan yang dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh masyarakat umum secara maksimal, karena dengan harga yang terjangkau dan durasi yang cukup lama yaitu 1 jam dan fasilitas yang sangat memadai untuk digunakan merupakan layanan yang sepadan yang diberikan pemerintah untuk kepentingan umum.

Kelemahan (*Weaknesses*)

5.) Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) khusus untuk mengelola

Penyebab dari kurangnya SDM JITC untuk mengelola adalah karena fasilitas ini merupakan fasilitas pemerintah, artinya yang mengelola adalah para pegawai dari pemerintah sendiri dan hal ini dipertanggung jawabkan di UPT PMPITK sebagai pengelola JITC. Inilah yang menjadi penyebab kurangnya SDM karena pegawai UPT PMPITK tidak hanya fokus dalam mengurus JITC namun juga harus tetap fokus dan bertanggung jawab dalam pekerjaan mereka di kantor sebagai PNS atau ASN dari Disperindag Jatim, namun jika dengan menggunakan pihak ketiga sebagai penengah sekaligus pengelola maka ditakutkan dapat menjadi dualisme kepemimpinan antara pihak ketiga atau pihak swasta dengan pihak pemerintah.

Secara peraturan dan hukum JITC memang dikelola oleh pegawai UPT PMPITK oleh bidang Tata Usahan dan Bidang Teknologi Kreatif, namun untuk pemeliharaan kebersihan dan keamanan gedung JITC, fasilitas ini memperkejakan pegawai dari masyarakat umum yang memenuhi syarat untuk bekerja sebagai pegawai JITC. Para pegawai UPT PMPITK sendiri sudah memiliki jadwal tiap hari untuk melakukan monitoring dalam pemeliharaan yang dilakukan oleh pegawai eksternal di JITC, namun hal itu tidak menutup kemungkinan untuk tidak setiap saat dapat melakukan monitoring karena para pegawai ASN sendiri memiliki pekerjaan yang diberikan dari kantor mereka sendiri.

6.) Brand awareness yang masih rendah dikalangan masyarakat

Kurangnya promosi fasilitas yang dimiliki JITC menyebabkan banyak masyarakat yang menganggap bahwa JITC hanyalah bangunan yang disediakan oleh Disperindag untuk tempat para IKM atau *startup* yang membutuhkan tempat dalam melakukan kegiatan bisnis mereka. Sedangkan dalam membentuk branding suatu produk promosi adalah kegiatan yang paling utama dalam menarik peminat produk yang dimiliki, dengan melakukan promosi dapat meningkatkan brand awareness masyarakat terhadap *self photo studio* yang dimiliki JITC. Sementara UPT PMPITK saat ini masih melakukan promosi secara tertutup atau bisa dibilang promosi secara mulut kemulut dan tidak melakukan promosi secara digital melalui media sosial yang sudah beragam macamnya dan yang saat ini merupakan aplikasi yang sangat sering digunakan banyak orang.

Tidak dapat membranding merupakan salah satu kekurangan yang dimiliki dari pengelolaan fasilitas, semestinya membranding sebuah produk adalah langkah awal untuk menarik target pasar yang diinginkan dari sebuah produk. Di era sekarang brand bisa menjadi salah satu cara untuk memasarkan produk, pemasaran merupakan salah satu kunci dari suksesnya sebuah produk (Suryandari et al., n.d.). Untuk membuat sebuah brand perlu yang dinamakan target pasar yang mana sebelum membuat produk perlu dipikirkan siapa target pasar yang akan menjadi konsumen dari fasilitas ini. Sayang sekali fasilitas yang dimiliki UPT PMPITK *self photo studio* kurang mendapat perhatian dari pembentukan sebuah brand, mereka membuat studio tersebut hanya dilihat dari sebuah trend di era sekarang, namun tidak memperhatikan bagaimana mereka akan bersaing dengan banyak kompetitor dan bagaimana cara mereka untuk membentuk brand mereka agar dapat menjadi daya tarik masyarakat di era sekarang.

Peluang (*Opportunities*)

7.) Tren masyarakat terhadap *self photo studio*

Self photo merupakan konsep foto yang terkenal dan marak dijumpai di Kore Selatan pada tahun 2021, konsep *self photo* sendiri tercipta karena adanya keresahan terhadap keterbatasan ekspresi dan bergaya yang menjadi tidak bebas karena pada studio foto yang sering dijumpai mereka memiliki fotografer sendiri. *Self photo studio* merupakan konsep layanan jasa yang menyediakan studio untuk berfoto namun tanpa fotografer, dalam studio tersebut sudah tersedia kamera, layar monitor dan *shutter clicker* yang nantinya ditekan oleh pengunjung.

Penyediaan layanan foto studio seperti *self photo studio* secara manual dan tanpa bantuan fotografer dapat lebih bebas dan menyenangkan dalam berekspresi karena tidak perlu malu di depan fotografer (Wahyuliana et al., 2025). Backdrop yang memiliki banyak pilihan dapat menjadi pilihan untuk memenuhi keinginan para penikmat layanan *self photo studio*, mulai dari 3 macam warna background kemudian 3 jenis background yang dapat dicocokkan dengan situasi foto bersama untuk sebuah acara. Tren *self photo studio* sangat dinikmati oleh kalangan remaja di era sekarang, banyak dari mereka berbondong-bondong untuk mencoba berbagai macam jenis *self photo studio* untuk menjadi kebutuhan sosial media mereka, dengan hal seperti itu dapat menjadi salah satu promosi membentuk brand dari studio photo tersebut, semakin banyak yang menggunakan layanan maka akan semakin banyak yang melakukan promosi secara tidak langsung.

8.) Kolaborasi dengan komunitas dan event lokal

Seperti yang diketahui *self photo studio* JITC merupakan fasilitas dan layanan jasa yang dimiliki oleh pemerintah dibawah pengelola UPT PMPITK, hal ini dapat memberikan peluang untuk membuat kolaborasi dengan para IKM atau Startup yang ada di JITC. Karena pada awalnya JITC merupakan fasilitas untuk melayani startup yang membutuhkan tempat untuk mengembangkan usaha mereka, dengan pengawasan UPT PMIPK startup yang memiliki usaha yang modern dan banyak diminati banyak orang dapat membuat kolaborasi dengan layanan *self photo studio* milik JITC. Kemudian UPT PMPITK juga dapat berkolaborasi dengan program kerja mereka yang bertemakan event lokal.

Dengan memanfaatkan event atau acara yang berkolaborasi dengan komunitas lokal seperti komunitas game, dapat menjadi salah satu upaya untuk membentuk brand dan menjadi kegiatan promosi agar mendapat daya tarik. Saat ini pemerintah Jawa timur sedang mengerjakan dan mengembangkan game-game indie atau game-game lokal agar berkembang dan dapat bersaing, pemerintah Jawa Timur seringkali membuat event untuk melakukan promosi game lokal agar banyak orang mengerti, bahwa masih banyak penikmat game dapat membuat game mereka sendiri namun sulit untuk berkembang, dengan adanya gerakan seperti ini dapat menjadi peluang untuk berkolaborasi di event seperti itu karena game merupakan suatu hal yang dinikmati banyak kalangan umur.

Ancaman (*Threats*)

9.) Persaingan dengan layanan *self photo studio* swasta

Karena pada awal terbentuknya JITC bukan bertujuan untuk membuat layanan seperti ini dan hanya untuk fasilitas berupa gedung yang difasilitasi kepada para IKM atau *startup* yang baru merintis dan membutuhkan tempat untuk mengembangkan usahanya, menyebabkan *self photo studio* yang ada di JITC mengalami keterlambatan dalam berkembang jika dibanding dengan fasilitas *self photo* swasta yang sudah lebih dulu ada. Hal ini menyebabkan kurangnya minat masyarakat terhadap sesuatu yang baru dibanding dengan menggunakan yang sudah ada dan terjamin kualitasnya.

Banyaknya layanan *self photo studio* atau studio-studio foto yang lain menyebabkan persaingan antar layanan semakin ketat, karena itu membentuk sebuah branding sangat diperlukan untuk dapat bersaing dengan banyak layanan terlebih lagi saingan dari layanan JITC sendiri merupakan fasilitas yang dibangun dan dikelola oleh usaha swasta sendiri, mereka akan mencari banyak jalan untuk mencari keuntungan dan mendapat daya tarik dari layanan yang mereka bangun. *Self photo studio* JITC yang dikelola dan dibangun dengan anggaran pemerintah sampai sekarang masih kurang bisa bersaing dengan layanan swasta yang banyak menyebar di daerah Surabaya tepatnya.

10) Keterbatasan anggaran operasional dari UPT PMPITK

Fasilitas ini memang awal dan dasarnya menggunakan anggaran dari anggaran operasional yang dimiliki oleh UPT PMPITK dari Disperindag Jatim, karena menggunakan anggaran yang terbatas menyebabkan kurangnya monitoring dan layanan yang diberikan sebab anggaran yang dibutuhkan juga harus digunakan untuk kebutuhan dari UPT PMPITK sendiri. Karena itulah layanan *self photo studio* ini diharap agar dapat mendapatkan anggaran operasionalnya sendiri dari biaya sewa yang diberikan kepada masyarakat yang memanfaatkan layanan layanan ini.

Dengan pengelolaan dan pemeliharaan fasilitas yang hanya menggunakan dana dari anggaran UPT PMPITK yang mana pasti anggaran dana tersebut akan dibagi rata ke semua bidang UPT PMPITK untuk menjalankan program kerja dari masing-masing bidang, hal ini menyebabkan masih kurangnya fasilitas yang dibutuhkan untuk dapat memenuhi ekspektasi dan menjadi daya tarik para pelanggan. Kemudian dengan keputusan dari presiden melalui Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 1 Tahun 2025 tentang efisiensi belanja yang mengakibatkan pemotongan anggaran sebesar Rp.306 triliun, menyebabkan kesulitan dalam melakukan pemeliharaan dan pengembangan yang perlu dilakukan untuk *self photo studio* di JITC Surabaya.



Gambar 1 Presentasi inovasi *self photo studio* JITC



Gambar 2 Fasilitas *self photo studio* JITC

Dalam melakukan pembentukan sebuah brand atau yang disebut dengan *brand awareness* UPT PMPITK kurang dalam melakukan dan mengoptimalkan hal tersebut. Tidak dapat dipungkiri di era sekarang dan saat ini banyak muncul peluang bisnis baru yang dapat dilakukan dan dikembangkan di Indonesia terutama di bidang fotografi, seperti bisnis jasa layanan *self photo studio* merupakan hal baru yang ada dalam dunia bisnis membuat banyak pelaku bisnis harus dapat beradaptasi untuk menawarkan dan menarik pelanggan mereka. Dalam melakukan optimalisasi pembentukan brand *self photo studio* oleh JITC yang karena layanan ini merupakan fasilitas pemerintah maka tidak banyak hal yang dapat dilakukan karena mereka terikat dengan pemerintahan dan perlu menjaga sikap dalam melakukan pembentukan *brand awareness*. Namun membentuk sebuah brand merupakan suatu hal yang diperlukan untuk perkembangan dari sebuah produk, dalam hal ini ada beberapa yang bisa dilakukan oleh UPT PMPITK yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan branding dengan tetap menjaga marwah dibawah naungan pemerintah. Dari berbagai contoh analisis SWOT tersebut, cara membuat analisis strateginya adalah:

Strategi SO	Strategi WO
1. Selalu berinovasi dan menonjolkan target pasar yang diinginkan 2. Mempertahankan harga yang terjangkau untuk masyarakat umum 3. Media sosial dikelola dengan baik agar pelanggan lebih mudah mencari informasi	1. Menjadikan pesaing sebagai motivasi untuk lebih berinovasi 2. Memaksimalkan SDM yang ada 3. Melakukan inovasi dengan memanfaatkan event yang ada Jatim
Strategi ST	Strategi WT
1. Merawat fasilitas dengan baik sehingga tidak banyak anggaran yang keluar sia- sia 2. Mempertahankan konsep inovasi agar tetap bisa bersaing dengan pesaing	1. Merawat fasilitas dengan memperhatikan masyarakat umum untuk bagian kebersihan dan keamanan 2. Berusaha untuk melakukan promosi lewat media sosial 3. Selalu memberikan inovasi dan promo agar berbeda dengan pesaing

SIMPULAN

Layanan *self photo studio* JITC Surabaya adalah bagian dari upaya untuk mengoptimalkan aset pemerintah yang kurang produktif dengan pemanfaatan fasilitas kreatif. Berdasarkan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa *self photo studio* JITC Surabaya memiliki potensi yang cukup besar untuk dapat berkembang sebagai ujung tombak UPT Pendapatan, meskipun layanan ini didukung penuh oleh pemerintah dan memiliki fasilitas yang modern dan tidak kalah dengan fasilitas layanan swasta, tetapi layanan ini masih belum maksimal dalam menjangkau masyarakat secara luas, karena lemahnya strategi branding yang dilakukan dan adanya keterbatasan SDM yang mengelola. Dalam analisis SWOT ini menunjukkan bahwa legalitas dan dukungan yang diberikan oleh instansi masih tidak dapat membantu perkembangan layanan yang dimiliki JITC. Oleh karena itu, optimalisasi branding sangat penting untuk dapat meningkatkan daya tarik kepada masyarakat terhadap *self photo studio* di JITC dan perlunya inovasi dan strategi membentuk sebuah branding yang lebih kuat dan menarik agar *self photo studio* JITC mampu berkembang dan mampu bersaing dengan studio yang lain, sekaligus dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Jawa Timur.

REFERENSI

- Ahadiyah, F. N. (2024). Perkembangan teknologi informasi terhadap peningkatan bisnis online. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 41–49. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.5>
- Febrian, L., & Pratama, J. (2024). Pengembangan website company profile Ultimade Studio sebagai self photo studio. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 6(1), 111–116. <https://doi.org/10.37253/nacospro.v6i1.9432>
- Laura BC. (n.d.). How to build a home photography studio in a small place. Retrieved May 13, 2025, from <https://laurabc.com/blog/how-to-build-a-home-photography-studio-in-a-small-place>
- Noviyati, A. M., & Khoirudin, R. (2023). Analisis optimalisasi aset pemerintah daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.47134/jeae.v1i2.115>
- Saraswati, M. K., Ariananto, E., Adi, W., Subbidang Iklim dan Lingkungan, & Sekretariat Hukum. (2022). Pemindahan ibu kota negara ke Provinsi Kalimantan Timur berdasarkan analisis SWOT. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(2), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.3086>
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8–19. <http://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/64>
- GoodStats Data. (n.d.). Sensus BPS: Saat ini Indonesia didominasi oleh Gen Z. Retrieved May 3, 2025, from <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen* (3rd ed.). Jakarta: Kencana. <https://www.researchgate.net/publication/258351820>
- Suryandari, D., Hidayah, R., & Suryarini, T. (n.d.). Pelatihan branding bagi usaha mikro dan kecil.
- Suryani, Y., Sulistyaningtyas, T., Supriadi, A., Febriyanti, E. A., & Qurratu'Aini, Q. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding komunitas perajin sulam tali di Kabupaten Ketapang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.11698>
- Ardiansyah, B., Hakim, L., & Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. (2023). Analisis SWOT dan pemetaan strategi lembaga pendidikan Islam (Studi di SMAN 1 Bungo Provinsi Jambi). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 1(2), 39–58. <https://doi.org/10.61104/alz.v1i2.95>
- Terasha, C., Fazri, A., & Program Studi Manajemen FEB Universitas Jambi. (2022). Pengaruh diskon, voucher, dan cashback terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1).
- Wahyuliana, M., Abror, N. F., Ananda, T. N., Vernanda, D., Azhariyah, S., Herdiawan, T., Piarna, R., & Politeknik Negeri Subang. (2025). Sistem informasi manajemen self photo studio berbasis web. *Inventor: Jurnal Inovasi dan Tren Pendidikan Teknologi Informasi*, 3(2), 60–73. <https://doi.org/10.37630/inventor.v3i2.255>