

ABSTRAK

Fotografi di Indonesia telah berkembang menjadi media ekspresif yang memainkan peran penting dalam kemajuan budaya, teknis, dan ekonomi. Thirteen.pose hadir sebagai platform fotografi yang inovatif, mempermudah kolaborasi antara fotografer freelance dan klien melalui layanan digital berbasis pemasaran multichannel di TikTok dan Instagram. Skripsi ini mengeksplorasi strategi pemasaran digital, kelayakan bisnis, dan perencanaan operasional Thirteen.pose untuk meningkatkan daya saingnya di pasar fotografi yang dinamis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan analisis lingkungan internal dan eksternal berdasarkan model SWOT. Hasil penelitian menunjukkan potensi besar melalui pemasaran digital pada platform media sosial, meskipun menghadapi tantangan seperti konsistensi layanan dan persaingan ketat. Secara finansial, Thirteen.pose menunjukkan profitabilitas yang menjanjikan dengan surplus kas dan laba bersih positif selama masa evaluasi. Strategi yang diusulkan mencakup pengelolaan sumber daya manusia, optimalisasi pemasaran digital, dan diversifikasi layanan untuk memperluas jangkauan pasar.

Skripsi ini memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis Thirteen.pose sebagai agensi fotografi yang kompetitif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Kata kunci: *fotografi freelance, strategi pemasaran digital, kelayakan bisnis, perencanaan bisnis*