ABSTRAK

Industri kreatif adalah suatu industri yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi yang dinilai mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia secara lebih baik. Industri kreatif saat ini semakin berkembang seiring dengan perhatian pemerintah kepada industri ini dengan memberikan insentif, pelatihan, pendampingan, dan penyediaan tenaga ahli bagi tumbuhnya industri tersebut. Usaha fotografi sebagai salah satu industri kreatif di Indonesia, saat ini juga semakin tumbuh dan berkembang, dan masing-masing usaha fotografi berusaha untuk mendapatkan kiat dan strategi untuk memenangkan persaingan. Dengan menggunakan analisis eksternal, analisis internal, dan implementasi manajerial, penelitian dalam tesis ini bertujuan untuk memperoleh strategi penetrasi pasar untuk memenangkan persaingan di bidang industri kreatif itu. Jenis penelitian yang dipergunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis.

Dari hasil analisis dihasilkan rancangan strategi baru bagi Wajahfotografi, yaitu Strategi Pemasaran dengan **pengembangan layanan variasi jasa melalui Diversifikasi Produk.** Strategi pemasaran dengan diversifikasi produk ini dilakukan dengan menawarkan dua layanan jasa baru kepada konsumen, yaitu *Travelling Pre-wedding* dan *E-Commerce Support*.

Kata Kunci: analisis eksternal, analisis internal, usaha fotografi , B2B, B2C.