

Developing Skill and Talent in Photography Art Entrepreneurship

Nuur Farisha Farhah Mohamad*

*College of Creative Arts, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka,
Alor Gajah, Melaka, Malaysia
Email: frshafrrh@gmail.com*

Nadzri Mohd Sharif*

*College of Creative Arts, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka,
Alor Gajah, Melaka, Malaysia
Corresponding author
Email: nadzri@uitm.edu.my*

Received Date: **02.09.2022**; Accepted Date: **02.03.2023**; Available Online: **22.05.2023**

** These authors contributed equally to this study*

ABSTRACT

Art entrepreneurship is a complex and subjective matter. The definition of entrepreneurship is to achieve profitable outcomes. Previous studies have raised doubts and lack of clear explanation on the art and entrepreneurship. Artists state that they are experts in the field of art but lack skills in business. Therefore, education in the art of entrepreneurship will enable them to apply it to their business. The researcher uses the observation method in order to be able to examine to obtain the results of the study. Based on the objective, the aim is to identify that a company managed by individuals without formal backgrounds in photography and art can advance the company and gain a place in the Malaysian industry. However, a clear definition of entrepreneurship and art is not found, making it difficult to provide clear theories of entrepreneurship education. Therefore, this study finds that art commercial photography is essential and can provide clear opportunities. Samples can be taken to observe a company that provides services in the field of art photography, capable of overcoming the challenges faced in this field. The observation is carried out by observing how they manage the company systematically, even though they do not have a specific background in photography. The results of this study can provide insights on how photography companies can be well-organized and operate effectively.

Keywords: *Art entrepreneurship, Development, Observation, Photography, Skills*

Pembangunan Bakat Dan Kemahiran Dalam Fotografi Seni Keusahawanan

Nuur Farisha Farhah Mohamad*

*Kolej Pengajian Seni Kreatif, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka,
Alor Gajah, Melaka, Malaysia
Email: frshafrrh@gmail.com*

Nadzri Mohd Sharif*

*Kolej Pengajian Seni Kreatif, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka,
Alor Gajah, Melaka, Malaysia
Penulis Koresponden
Email: nadzri@uitm.edu.my*

Tarikh Masuk: **02.09.2022**; Tarikh Terima: **02.03.2023**; Available Online: **22.05.2023**

** Semua penulis menyumbang sama rata terhadap kajian ini*

ABSTRAK

Seni keusahawanan ini adalah perkara yang rumit dan subjektif. Definisi keusahawanan adalah untuk mencapai hasil yang menguntungkan. Kajian ini telah menimbulkan keraguan dan kurangnya penjelasan yang jelas tentang seni dan keusahawanan dalam kajian sebelumnya. Artis menyatakan bahawa mereka memang pakar dalam bidang seni tetapi mereka kurang dari segi kemahiran dalam perniagaan. Oleh itu, pendidikan dalam seni keusahawanan ini akan memudahkan mereka untuk menerapkan dalam perniagaan mereka. Pengkaji menggunakan kaedah pemerhatian agar dapat meneliti untuk mendapatkan hasil kajian. Berdasarkan objektif yang ingin dicapai adalah untuk mengenal pasti bahawa sesebuah syarikat yang ditadbir oleh individu yang tidak mempunyai latar belakang yang formal dalam bidang fotografi dan seni ini mampu untuk memajukan syarikat dan mendapat tempat di dalam industri Malaysia. Namun, definisi yang jelas tentang keusahawanan dan seni tidak ditemui sehingga sulit untuk memberikan teori yang jelas dalam pendidikan seni keusahawanan. Oleh kerana itu, penelitian ini menemukan bahawa seni dalam fotografi komersial ini sangat penting dan dapat memberikan peluang yang jelas. Sampel dapat diambil bertujuan untuk melakukan pemerhatian terhadap sesebuah syarikat yang menyediakan perkhidmatan servis dalam bidang seni fotografi ini mampu untuk mengatasi masalah yang dihadapi dalam bidang ini. Pemerhatian yang dilakukan adalah memerhatikan cara mereka menguruskan syarikat secara bersistematik walaupun tidak mempunyai latar belakang yang khusus dalam bidang fotografi. Hasil kajian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan fotografi dapat diatur dengan baik dan beroperasi secara efektif.

Kata kunci: *Fotografi, Kemahiran, Pembangunan, Pemerhatian, Seni Keusahawanan*

PENGENALAN

Seni merupakan bahagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat. Gabungan seni dan teknologi di seluruh dunia, telah menciptakan inovasi baru iaitu seni keusahawanan. Sukar untuk menjelaskan secara terperinci kerana berdasarkan kajian yang lepas, kita kekurangan teori tentang pendidikan keusahawanan seni. Perkara ini telah dianggap sebagai kontroversi oleh artis di negara seperti Amerika Syarikat, India, Mexico dan beberapa negara yang lain. Cadangan yang telah dibuat oleh artis-artis ini dikaji dan dimasukkan ke dalam teori pendidikan keusahawanan seni yang diterbitkan. Para artis menyatakan bahawa

mereka pakar dalam kemahiran kesenian tetapi kurangnya kemahiran dalam perniagaan. Oleh itu, dengan adanya ilmu tentang seni dan keusahawanan ini mampu membantu mereka menerapkannya. Semua artis adalah usahawan. Semua usahawan adalah artis (Seth Godin Quotes, n.d).

Pengusaha seni yang berjaya dalam industri kreatif ialah mereka yang tidak terlalu memfokuskan dari segi sudut profesional dan kepakaran yang diperlukan untuk mengekalkan kehidupan sebagai seniman. Masalah kajian ini ialah tiada kajian pemahaman yang meneliti dari sudut perspektif keseluruhan dari segi bakat atau kemahiran yang ditekankan dalam bidang seni fotografi. Hasil kajian mendapati bahawa graduan yang mempunyai kelulusan dalam kemahiran seni mencatat peratusan yang tinggi bahawa mereka bekerja di dalam bidang yang tidak berkaitan dengan bidang yang dipelajari (Alper & Wassall, 2006). Tujuan yang ingin disampaikan melalui kajian ini adalah untuk membuka mata para artis supaya mereka merebut peluang untuk mencapai perkara yang diluar jangkaan melalui seni keusahawanan. Pada tahun 2015, bidang pendidikan kerohanian seni dan keusahawanan terus berkembang, tetapi para sarjana dan pegawai kerajaan terkemuka telah menunjukkan bahawa ada sesuatu yang harus dilakukan sebelum ianya memahami sepenuhnya (Beckman, 2014). Kepentingan serta potensi tinggi dalam industri kreatif tempatan di negara mampu menjana pertumbuhan ekonomi kreatif di peringkat tempatan dan antarabangsa. Dalam konteks ini, seni adalah sektor ekonomi kreatif yang kini lazim apabila mereka menghasilkan karya, terutama dalam bidang fotografi. Sebagai pengkarya perlulah yakin dengan hasil kerja mereka mampu membawa ke tahap yang lebih tinggi walaupun hanya bermula dengan sekadar minat. Secara tidak langsung, kehebatan bidang seni dalam fotografi ini mampu memberi potensi yang besar dalam meningkatkan ekonomi negara dan boleh berkembang di dalam mahupun luar negara.

Kajian ini amat penting untuk membongkarkan semua isu yang tidak dapat diselesaikan dalam kajian lepas. Memahami pemikiran seni keusahawanan itu sangat penting kerana dapat meningkatkan pengetahuan dan berfungsi sebagai panduan yang bertujuan untuk memberi motivasi kepada mereka. Ia juga boleh dijadikan panduan kepada pensyarah dan pelajar untuk menjadikannya rujukan. Perkara ini dapat memudahkan hasrat kerajaan untuk menjadi negara yang lebih baik. Seni dalam keusahawanan adalah penyumbang terbesar di negara kita. Terutamanya dalam bidang fotografi. Menurut Kerajaan Jerman dalam laporannya, Budaya inventif dan artistik dan perniagaan inventif di Deutschland mencadangkan memerlukan banyak tindakan strategik untuk tujuan memajukan keusahawanan seni dan menjelaskan cara pemikiran inovasi dalam keusahawanan budaya dan seni. Ia juga mungkin masih menyokong promosi dalam pameran perdagangan dan perniagaan peringkat antarabangsa.

Terdapat halangan yang berlaku di dalam penyelidikan kerana menggabungkan dengan dua bidang yang berbeza menjadikan kajian menjadi sukar untuk diselesaikan. Ini disebabkan kurangnya penerbitan dan penemuan dalam bidang ini. Kajian awal membentuk asas teori subjek kajian. Namun, kajian analisis sebelum ini yang dilakukan terhadap disebabkan oleh saiz subjek yang kecil semasa kajian dilakukan. Ini disebabkan hasil kajian deskriptif yang tidak mempunyai fleksibiliti untuk menilai atau mengesahkan soalan analisis secara statistik, hasil kajian mungkin menunjukkan beberapa hasil. Ianya adalah hala tuju kajian dan persoalan kajian yang dicadangkan oleh tema kajian, tetapi tidak ditangani dalam kajian ini kerana skop penyelidikan yang kecil (Omar, 2021). Kajian ini hanya tertumpu kepada sektor usahawan seni fotografi di Malaysia dan ingin menunjukkan cara mereka mengurus perniagaan secara sistematik. Matlamat utama adalah untuk menarik minat graduan fotografi ke dalam bidang seni keusahawanan. Oleh itu, karya yang mereka hasilkan perlulah menjaga berkualiti dan dalam masa yang sama mampu memberikan kepuasan kepada hati pelanggan yang menggunakan servis mereka.

KAJIAN LITERATUR

Bidang seni dan perniagaan adalah dua bidang yang berbeza. Pemikiran dan kreativiti mereka yang mengagumkan mampu menjana ekonomi yang lebih stabil dan lebih baik. Telah berlakunya desakan dan tekanan dalam bidang pengajaran untuk menerapkan keusahawanan dalam kurikulum untuk mengintegrasikan pelajar lulusan seni ke pasaran (Beckman, 2007). Kepelbagaian dalam kajian penulisan mempercayai bahawa model pendidikan seni sebagai kurikulum tidak menghasilkan tahap penguasaan yang tinggi. Perniagaan tradisional dianggap sebagai proses inovatif di mana peluang untuk membentuk sesuatu dan perkhidmatan masa depan dicari, dinilai dan dieksploitasi (Shane & Venkataraman, 2000).

Teori Linda Essig

Seperti yang diketahui, teori *Means and End* ini telah diterbitkan dan ianya dikupas bahawa keusahawanan seni adalah relevan oleh Linda Essig pada tahun 2015. Teori ini juga menjelaskan bagaimana kehadiran keusahawanan seni dalam masyarakat di seluruh dunia, manakala teori ini juga memberi pendedahan kepada beberapa teori tentang keusahawanan dan kesenian. Selaras dengan (Essig, 2015), beliau telah menemui teori daripada (Scherdin & Zander, 2011). Dalam konteks seni, keusahawanan adalah tentang mencari idea baharu dan bentuk organisasi sebagai jalan alternatif yang tepat dalam menyampaikan idea-idea ini kepada masyarakat (Scherdin & Zander, 2011). Beliau juga meneroka dalam pelbagai aspek kerana usahawan seni mempunyai pelbagai cara dan mereka akan menggunakannya untuk memahami pelbagai tujuan. Berdasarkan teori ini, beliau menyediakan kerangka konsep seni keusahawanan dari segi sektor kemanusiaan dan budaya dalam AS serta meneroka beberapa bidang teori yang berkaitan dengan aktiviti keusahawanan. Kurangnya teori mengenai keusahawanan seni secara khusus, penemuan ini meneroka cara dan hubungan yang perlu dalam teori umum keusahawanan dan diaplikasikan kepada sektor kemanusiaan dan budaya dalam konteks A.S. dan khususnya kepada pembentukan perusahaan seni. Pengaruh untuk memahami tentang hubungan *end-to-end* yang baru perlulah sefahaman (Shane & Venkataraman, 2000). Walaupun pelbagai pandangan dan perspektif adalah penting untuk perbincangan, proses penciptaan pada dasarnya adalah terhad kerana seseorang tidak boleh hanya mencari hubungan *end-to-end* tetapi juga boleh mewujudkan hubungan antara cara dan tujuan, seperti yang dijelaskan dalam contoh berikut.

Kemahiran dan Bakat

Dalam kajian lepas telah membincangkan tentang kelebihan yang paling ketara antara kemahiran atau bakat mampu memupuk minat dan kesungguhan dalam bidang usahawan seni dalam bidang fotografi. Bagi menyokong kajian lepas, kajian terhadap usahawan seni adalah sangat terhad. Dalam beberapa tahun kebelakangan ini, terdapat tekanan terhadap pengajaran untuk memasukkan keusahawanan dalam kurikulum untuk mengintegrasikan pelajar siswazah seni ke dalam pasaran. Setiap orang mempunyai bakat. Ia hanya perlu bertindak untuk mendapatkan hasil (George Lucas Quotes, n.d.). Kepelbagaian kajian penulisan sebelum ini percaya bahawa model pendidikan seni sebagai kurikulum universiti dan projek sedemikian tidak menghasilkan tahap pekerjaan sendiri yang tinggi (Omar, 2021). Antara masalah yang timbul dalam dunia kita dan keupayaan kita untuk menyelesaikannya kerana 'jurang kecerdasan' (Dartnell & Homer-Dixon, 2000). Bidang ini berkembang pesat dalam mempengaruhi perniagaan, projek penyelidikan, Pendidikan dan alam sekitar.

Nilai Dalam Pemimpin Seni Keusahawan

Dunia kreatif biasanya disebut sebagai perniagaan khayalan tetapi universiti di seluruh dunia kini memahami potensinya. Pemimpin yang baik boleh menjangkakan tentang apa yang akan berlaku pada masa hadapan. Mereka juga perlulah memberi inspirasi kepada rakan dan pekerja untuk sentiasa meningkatkan tahap dan nilai kualiti diri mereka dalam mentadbir sesebuah perniagaan. Pemimpin perlulah mempunyai strategi untuk jangka panjang dan peningkatan. Sasaran adalah tentang bercita-cita tinggi (Vanacker, 2021). Dalam apa jua perkara kami ingin memikul dan berusaha bersungguh-sungguh kerana ilmu yang diperlukan digali dahulu. Bidang ini amat diperlukan dalam zaman sekarang. Dengan kuasa visual yang digunakan dapat menarik minat ramai masyarakat untuk berbelanja kerana pada masa yang sama dapat membantu sistem kewangan.

Teknologi dalam Seni Keusahawanan

Kekurangan kemahiran dalam penggunaan teknologi dalam seni pendidikan keusahawanan merupakan masalah yang harus dititikberatkan dan diperbaiki dalam pengenalan teknologi IT dalam aktiviti pendidikan. Masalah dalam pembangunan maklumat pendidikan telah diterangkan (Pet'ko et al.,

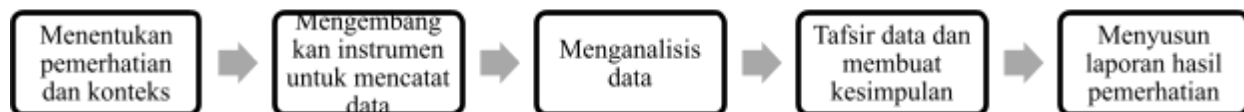
2019). Pelbagai kertas ilmiah yang menerangkan pendekatan yang paling meluas dalam perancangan pendidikan keusahawanan (Pet'ko et al., 2019). Penggunaan teknologi pendidikan kontemporari secara aktif telah dikaji (Christie et al., 2020). Walau bagaimanapun, penggunaan perkhidmatan awam untuk menambah baik organisasi proses akademik dan untuk mewujudkan institusi keperluan pendidikan am untuk kemudahan kepada subjek kajian adalah agak baharu serta ianya tidak dinyatakan sepenuhnya.

METODOLOGI KAJIAN

Dalam konteks ini, berdasarkan kesesuaian kaedah untuk mendapatkan data ini adalah dengan menggunakan kajian tindakan yang menggunakan kaedah kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami perkara yang terjadi dalam konteks yang sukar diukur dengan menggunakan instrumen penelitian yang formal. Penelitian ini melibatkan pengumpulan, menganalisis dan penelitian yang jelas. Dengan menggunakan kaedah pemerhatian, ianya merupakan kaedah pengumpulan data tanpa melibatkan komunikasi secara langsung kepada responden. Kaedah pemerhatian ini mengumpul data tanpa berkomunikasi dengan responden. Tujuan penelitian ini untuk memahami praktik yang digunakan secara lebih mendalam. Metodologi yang digunakan untuk meneliti strategi dalam sebuah syarikat perniagaan fotografi yang mampu untuk melahirkan persekitaran dalaman dan luaran syarikat yang baik dan bersistematik. Cara kaedah ini difahami dengan pemeriksaan kekuatan dan kelemahan dalaman, peluang, dan ancaman serta kerana persekitaran luaran dan ia selaras dengan pemahaman dari (Balamuralikrishna & Dugger, 1995), boleh menjadi alat umum direka bentuk dan digunakan sebagai permulaan langkah awal dalam proses membuat keputusan dan sebagai perancangan strategik.

Langkah seterusnya dalam membuat kajian ialah melalui proses carta alir, iaitu langkah yang telah disusun dalam rajah bagi memudahkan pengkaji melihat proses secara terperinci dan memberi fokus kepada objektif yang ditetapkan. Carta alir juga menunjukkan cara dan kaedah yang lebih bersistematik dalam memperoleh data dan maklumat yang diperlukan. Dalam carta alir pengkaji perlu mengenal pasti kajian yang ingin dilakukan sebagai langkah pertama.

Pilihan sampel yang digunakan adalah sampel bertujuan. Sampel ini dipilih kerana elemen ini sesuai dari seluruh populasi berdasarkan tujuan kajian. Kriteria utama dalam memilih elemen adalah untuk mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan. Populasi yang dipilih adalah usahawan dari seluruh negeri Selangor. Pengkaji memilih *Huzeifa Studio* adalah kerana pengusaha syarikat tidak mempunyai latar belakang yang khusus dalam bidang fotografi dan hanya memulakan perniagaan berdasarkan minat mereka dan kini menjadikan perniagaan tersebut sebagai kerjaya.



Rajah 1. Proses Persampelan Bertujuan

Kaedah persampelan masa juga dipilih. Ianya melibatkan pemilihan waktu khusus untuk membuat pemerhatian dan pengumpulan data. Pengkaji membuat rekod kejadian hanya dalam jangka masa tertentu yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Dalam kaedah pemerhatian yang dilakukan menggunakan pensampelan bersasar. Pengkaji memilih waktu pemerhatian di antara jam 9 pagi hingga 6 petang. Kemudian, pengkaji merekodkannya pada jangka masa tersebut. Semua yang berlaku sebelum atau selepas pada waktu yang ditetapkan menjadikannya tidak relevan dan akan diabaikan. Pendapat dan pandangan orang ramai juga membantu pengkaji mengumpul data. Pengkaji memerlukan data yang kukuh untuk mengukuhkan penyelidikannya.

Berdasarkan empat perspektif yang berbeza di bawah iaitu dari segi kewangan, pelanggan, dalaman dan proses perniagaan. Kesemua perspektif ini digunakan ketika pemerhatian dijalankan. Perspektif pembelajaran dan perkembangan syarikat mampu mengimbangi matlamat jangka masa pendek dan panjang. Hasil yang dijangkakan mampu meningkatkan prestasi untuk lebih maju dan menjadi lebih fleksibel.

Jadual 1. Perspektif dalam kajian

No	Perspektif	Catatan
1	Kewangan	Belanjawan untuk modal dan membayar gaji kakitangan, serta perbelanjaan untuk bahan pemasaran.
2	Pelanggan	Cadangan penilaian pelanggan terdiri daripada hasil karya, hubungan pelanggan, imej dan reputasi.
3	Proses dalaman	Proses inovasi terdiri daripada jenis produk baharu, masa untuk membangunkan produk baharu, kos inovasi dan bilangan produk baharu.
4	Pembelajaran dan perkembangan	Ia terdiri daripada keupayaan pekerja, keupayaan sistem maklumat, dan motivasi pekerja.

ANALISA DAN DAPATAN KAJIAN

Objektif utama dalam dapatan kajian ini adalah untuk menunjukkan keputusan yang lebih mudah difahami dengan menggunakan jadual SWOT dalam bentuk matriks. Dalam keputusan yang terdapat dalam kajian yang telah diedarkan penyelidikan sokongan dalam tempoh yang tertentu dari awal kajian ini pada Mac 2021 hingga Jun 2022 mengenai seni perniagaan dalam bidang fotografi, terdapat beberapa kekurangan, kekuatan, peluang dan juga halangan yang mungkin disenaraikan dari *Huzeifa Studio* itu sendiri. Selain itu, kami menyediakan perspektif kolektif yang sangat baharu bagi analisis SWOT sebagai alat strategik, menilai empat aspek perniagaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) kerana ia membincangkan secara kritis penggunaan SWOT dalam lima bidang berbeza yang penting. Pada mulanya, dengan merujuk kepada implikasi pengurusan am, yang kajian menunjukkan bahawa analisis SWOT ialah alat yang cekap untuk perancangan strategik dan mungkin digunakan dalam konteks yang berbeza di mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perniagaan mungkin wujud dinilai dengan berkesan.

Jadual 2. Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">Faktor Dalam</p> <p style="text-align: center;">Faktor Luaran</p>	<p>Kekuatan (S – Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gambar yang sesuai dan mesra untuk media social - Pasukan yang berdedikasi, aktif dan gemar bekerja dalam kumpulan - Terdapat mentor dan bimbingan perniagaan 	<p>Kelemahan (W -Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kekurangan perkhidmatan dalam Motion 3D - Sumber kewangan yang terhad - Pertumbuhan perniagaan yang pesat - Perselisihan faham pendapat dan idea sesama sendiri
<p>Peluang (O – Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak bergantung pada nilai wang - Gunakan hanya platform dalam talian - Menghasilkan pendidikan dalam pemasaran - Boleh menemui peluang perniagaan baharu selepas pandemik 	<p>Strategi S – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengadaptasi teknologi baharu untuk menarik pelanggan. - Fikirkan cara untuk menyelesaikan perkara yang boleh dikawal 	<p>Strategi W – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memperbaiki sumber wang syarikat - Menambah baik perkhidmatan sedia ada - Melaksanakan pendekatan dan komunikasi yang baik antara semua kakitangan dan pihak pengurusan
<p>Ancaman (T – Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pesaing paling besar bukanlah syarikat lain tetapi aplikasi Tiktok - Pesaing yang sedia ada adalah pendatang baru - Perubahan dari iklan Facebook ke Facebook - Isu dalaman 	<p>Strategi S – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Setiap usaha mempunyai pengesahan, nasihat dan ulasan dari luar - sentiasa bersedia untuk menghadapi segala cabaran kerana mereka mempunyai ramai kakitangan yang perlu dijaga - Sentiasa berkumpul untuk menyelesaikan perselisihan faham 	<p>Strategi W – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cari kakitangan yang bersedia untuk membangunkan sesuatu yang baharu dalam syarikat anda. - Urus kewangan dengan betul dan sentiasa menghargai perkara yang dikelilingi. - Sentiasa berbincang dan cuba menyelesaikan masalah dengan betul dan perlu menerima nasihat dan pendapat daripada orang lain

Dapatan melalui pemerhatian di Huzeifa Studio telah mengenal pasti beberapa kelemahan, kekuatan, peluang dan rintangan dalam menyediakan perkhidmatan pemasaran. Mengekalkan perniagaan seni, terutamanya dalam bidang fotografi, bukanlah satu perkara mudah dan sering melibatkan cabaran yang besar berbanding perniagaan yang tidak melibatkan servis perkhidmatan. Keputusan yang dibuat perlulah mengikut standard agar tidak menjejaskan pekerja atau pelanggan yang menggunakan khidmat mereka. Kajian ini memberikan sumbangan yang penting kepada teori dan amalan cara yang baharu. Dalam kajian ini terdapat perkara yang perlu diukur, analisis bagi memberikan perspektif yang baharu tentang SWOT analisis. Kajian ini memberikan sumbangan kepada kesusasteraan dengan dua acara penting. Pertama, kajian ini mengisi jurang pengetahuan dalam perancangan strategik dengan mengkaji secara terperinci literasi SWOT yang dikeluarkan selama 60 tahun yang lalu. Kedua, kajian ini mengumpulkan perspektif tentang SWOT analisis sebagai alat strategik, menilai kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman perniagaan secara kritikal dalam bidang yang berbeza. Kajian ini juga mencadangkan beberapa implikasi yang bermakna untuk mereka bagi membantu meningkatkan kualiti strategik mereka. Hal ini membuktikan bahawa SWOT analisis ini adalah cara yang cekap untuk perancangan strategik dan boleh digunakan dalam pelbagai konteks. Oleh itu, segala permasalahan boleh diperbaiki dengan segera dan boleh dinilai tahap keberkesanan strategi mereka. Ia juga boleh digabungkan dengan teknik yang dan memberi sumbangan kepada kajian yang seterusnya.

RUMUSAN

Kajian ini membantu pengkaji dalam mengetahui bahawa segala kekuatan serta permasalahan yang berlaku di dalam perusahaan boleh dinilai menggunakan analisis SWOT ini. Pengkaji juga dapat memahami aspek-aspek yang penting dari subjek yang mereka teliti dan membuat keputusan yang lebih tepat. Namun, SWOT analisis juga mempunyai kelemahan seperti faktor eksternal dan internal yang tidak dapat dikawal oleh pengkaji. SWOT analisis adalah alat membantu untuk memahami subjek dengan teliti dan lebih baik. Dalam kajian ini juga dapat memberikan sudut pandangan baru atau alternatif dalam memahami situasi yang mereka sedang hadapi. Bukan itu sahaja, dengan menggunakan kaedah ini, tindakan proaktif atau merencanakan strategi yang tepat boleh dilakukan mana mana pihak pengurusan syarikat terutama dalam seni keusahawanan untuk menghadapi situasi yang muncul. Oleh itu, perkara sebegini mampu membuka mata para pengusaha untuk memperbaiki segala permasalahan yang berlaku dengan lebih pantas agar perusahaan mereka akan menjadi lebih stabil dan dapat menjadikannya lebih berkembang dan maju.

PENGAKUAN

Alhamdulillah dan syukur ke hadrat Allah S.W.T, saya berjaya menyiapkan penulisan dan penyelidikan akademik ‘Pembangunan Bakat dan Kemahiran Dalam Fotografi Seni Keusahawanan’ ini. Penulisan akademik ini berjaya disiapkan dalam masa yang ditetapkan. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada mereka yang berkhidmat sebagai penyelia saya sepanjang menyiapkan penulisan untuk penyelidikan iaitu Ts. Dr. Nadzri bin Mohd Sharif atas tunjuk ajar dan ilmu penuh yang telah diajar sepanjang pengajian ini. Terima kasih kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak membantu saya dalam menyiapkan penyelidikan dan bersedia untuk berkongsi pengetahuan dalam tempoh ini. Banyak maklumat yang dikongsikan sepanjang penyelidikan untuk penulisan dan projek akademik ini. Akhir kata, saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak dalam penyediaan kajian dan tugas yang diberikan.

RUJUKAN

- Alper, N. O., & Wassall, G. H. (2006). Chapter 23 Artists’ Careers and Their Labor Markets. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 813–864. [https://doi.org/10.1016/s1574-0676\(06\)01023-4](https://doi.org/10.1016/s1574-0676(06)01023-4)
- Balamuralikrishna, R., & Dugger, J. C. (1995). SWOT Analysis: A Management Tool for Initiating New Programs in Vocational Schools. *Journal of Career and Technical Education*, 12(1). <https://doi.org/10.21061/jcte.v12i1.498>
- Beckman, G. D. (2007). “Adventuring” Arts Entrepreneurship Curricula in Higher Education: An Examination of Present Efforts, Obstacles, and Best Practices. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 37(2), 87–112. <https://doi.org/10.3200/jaml.37.2.87-112>
- Beckman, G. D. (2014). What Arts Entrepreneurship Isn’t. *Journal of Arts Entrepreneurship Education*. <https://doi.org/10.46776/jaer.v1.15>
- Christie, A. P., Abecasis, D., Adjeroud, M., Alonso, J. C., Amano, T., Anton, A., Baldigo, B. P., Barrientos, R., Bicknell, J. E., Buhl, D. A., Cebrian, J., Ceia, R. S., Cibils-Martina, L., Clarke, S., Claudet, J., Craig, M. D., Davoult, D., Backer, A. D., Donovan, M. K., Sutherland, W. J. (2020). *Quantifying and addressing the prevalence and bias of study designs in the environmental and social sciences - Nature Communications*. Nature. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-20142-y>

- Dartnell, M., & Homer-Dixon, T. (2000). The Ingenuity Gap: How Can We Solve the Problems of the Future? *International Journal*, 56(1), 181. <https://doi.org/10.2307/40203549>
- Essig, L. (2015). Means and Ends: A Theory Framework for Understanding Entrepreneurship in the US Arts and Culture Sector. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2604709>
- George Lucas Quotes. (n.d.). BrainyQuote. https://www.brainyquote.com/quotes/george_lucas_340611
- Omar, H. (2021). The Attorney General's Exercise of Prosecutorial Discretion in Malaysia: A Critique of Scope, Limitation and Challenges. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(10). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i10/11279>
- Pet'ko, L., Holinska, T., Komarowska, O., Melnyk, O., Shpitsa, R., Sova, O., & Strohal, T. (2019). *Cloud Technologies in Art Entrepreneurship Education*. Cloud Technologies in Art Entrepreneurship Education. <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/26008>
- Scherdin, M., & Zander, I. (Eds.). (2011). *Art entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing. Seth Godin Quotes. (n.d.). *Top 500 Seth Godin Quotes (2023 Update) - Quotefancy*. <https://quotefancy.com/seth-godin-quotes>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Vanacker, A. (2021). *Council Post: Ambition Vs. Aspiration: Why Leaders Need To Understand The Difference*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/08/30/ambition-vs-aspiration-why-leaders-need-to-understand-the-differenc>