



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing diperlukan untuk mengetahui potensi-potensi yang dimiliki, memiliki pengetahuan akan tren pasar, dan mengenali kendala-kendala yang akan dihadapi. Sebuah industri memiliki perbedaan antara industri lainnya. Maka dari itu, pengusaha harus melakukan analisis industri yang terfokus pada tren industri tertentu. Dengan melakukan analisis industri pengusaha dapat meminimaliskan kendala dan risiko yang akan muncul dengan mempersiapkan diri untuk menghadapi hal yang terburuk.

#### A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam berbisnis seseorang harus dapat menganalisis tren dan pertumbuhan industri terkait untuk melihat kelayakan suatu bisnis. *Elvarrete Party Planner* adalah suatu bisnis yang bergerak di bidang jasa perencanaan, dekorasi dan pelaksanaan sebuah acara yang merupakan bisnis yang cukup stabil karena banyak masyarakat yang merayakan acara spesial khususnya acara *bridal shower* dan *sweet seventeen birthday party* yang menjadi tren.

Belakangan ini, banyak *party planner* yang beroperasi di Jakarta dengan menawarkan berbagai macam konsep, paket dan kualitas dari jasa. Hal ini juga didukung dengan adanya perkembangan jaman yang mendorong keinginan konsumen yang semakin beragam sehingga mendorong tren acara yang beragam.



Untuk melihat sejauh mana suatu industri menarik dan berkembang atau tidak adalah dengan melihat Produk Domestik Regional Bruto yang dicatat setiap tahunnya.

*Elvarrete Party Planner* menjalankan bisnisnya di daerah Jakarta oleh sebab itu data yang akan digunakan adalah data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) DKI Jakarta. Data untuk Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) DKI Jakarta menurut Lapangan Usaha DKI Jakarta dapat dilihat di **Tabel 3.1** berikut :

**Tabel 3.1**  
**Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2012-2015 (Persen)**

Lapangan Usaha	Tahun			
	2012	2013	2014	2015
Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	29.65	29.93	27.84	28.28
Pertambangan dan Penggalian	14.12	13.80	14.67	14.05
Industri Pengolahan	10.15	10.27	11.28	10.83
Pengadaan Listrik dan Gas	0.07	0.07	0.07	0.07
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampaj, Limbah dan Daur Ulang	0.05	0.04	0.04	0.04
Konstruksi	4.16	4.11	4.26	4.40
Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	17.13	16.88	16.42	16.46
Transportasi dan Pergudangan	2.58	2.60	2.75	2.86
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	3.21	3.20	3.19	3.32
Informasi dan Komunikasi	1.17	1.13	1.10	1.09
Jasa keuangan dan Asuransi	3.21	3.20	3.19	3.32
<i>Real Estate</i>	1.33	1.32	1.37	1.4
Jasa Perusahaan	0.27	0.29	0.29	0.31
Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3.99	3.90	3.76	3.83
Jasa Pendidikan	5.80	6.18	6.43	6.37
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0.89	0.90	0.95	0.99
Jasa lainnya	2.01	2.07	2.15	2.17

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sumber : <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1207>, 15 Febuari 2018

**C**

Pada data di atas dapat dilihat bahwa industri jasa lainnya terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa industri jasa yang akan dilakukan oleh *Elvarrete Party Planner* sebagai *party planner* masih memberikan peluang dan prospek yang baik di masa yang akan datang.

**B. Analisis Pesaing**

Analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai strategi kekuatan dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya, dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari. Analisis pesaing juga adalah usaha mengidentifikasi ancaman, kesempatan atau permasalahan strategis yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial serta kekuatan dan kelemahan pesaing.

Berikut daftar pesaing *Elvarrete Party Planner* :

**1. PrettyTouch id**

- Jenis Jasa : *Prettytouch id*
- Produk Unggulan : *Planner and Decoration*
- Segmentasi harga : *Middle High*
- Jumlah Outlet : 1
- Tipe toko : *Online store*
- Alamat Website : -
- Kontak : 082122666505

**2. Forgetmenot planner**

- Jenis Jasa : *Forgetmenot planner*



Produk Unggulan : *Planner and Decoration*

Segmentasi harga : *Middle High*

Jumlah Outlet : 1

Tipe toko : *Online store*

Alamat Website : -

Kontak : 089608342537



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### C Analisis PESTEL ( *Political, Economy, Social, Technology, Environment, and Legal* )

PESTEL merupakan singkatan dari Political, Economic, Social, Technological, Environment dan Legal. Analisis pastel merupakan *tool* yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan di mana usaha anda beroperasi serta kesempatan maupun ancaman yang ada di sekitarnya. Dengan pemahaman lingkungan secara menyeluruh di mana usaha berada, anda dapat mengambil kesempatan yang ada serta meminimalisir risiko atau ancaman.

Secara khusus analisis pestel adalah *tool* untuk memahami segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, dan juga posisi, potensi serta arahan strategis untuk bisnis maupun organisasi. Analisis pestel juga digunakan untuk mencari tahu apakah organisasi di dalam suatu konteks lingkungan dengan segala hal terjadi di luar sana pada saat bersamaan memberi pengaruh ke dalam organisasi.

#### 1. Politic ( Politik )

Faktor politik meliputi kebijakan pemerintah, masalah-masalah hukum, serta mencangkup aturan-aturan formal dan informal dari lingkungan di mana perusahaan melakukan kegiatan. Faktor politik yang erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah dapat merepresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah



perusahaan. Melihat kondisi politik Indonesia saat ini dapat memberi dampak merugikan pada kegiatan bisnis di Indonesia. Indonesia sedang menghadapi kondisi politik yang serius di mana politik sedang memperebutkan kekuasaan dan telah hilangnya nilai-nilai Pancasila. Nilai Pancasila tidak lagi menjadi dasar negara yang diterapkan dalam kehidupan nyata sehari-hari.

Namun melihat semua itu, *party planner* yang dijalankan ini, menurut penulis tidak terlalu menerima dampak yang signifikan dari politik, berhubung industri ini ialah industri jasa swasta yang masih tergolong usaha kecil. Sehingga politik Selain itu, karena negara tidak melakukan subsidi kepada usaha *party planner* oleh negara. Kebijakan pemerintah yang dapat memengaruhi jalannya bisnis *party planner* adalah kebijakan perpajakan yang menetapkan pajak untuk usaha kecil menengah adalah 1%.

Melihat kondisi politik seperti ini akan menyediakan peluang bagi bisnis *Elvarrete Party Planner* dikarenakan kurangnya pengaruh dan dampak politik terhadap berjalannya bisnis perusahaan.

## 2. Economy (Ekonomi)

Faktor ekonomi meliputi semua faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat dan mempengaruhi iklim dari suatu bisnis yang dijalankan perusahaan. Peluang bisnis terjadi di mana suatu daerah tertentu para konsumen memiliki tingkat pendapatan yang baik dan ketika pertumbuhan ekonomi di suatu negara yang meningkat. Pertumbuhan ekonomi akan menjadi tolak ukur daya beli masyarakat yang sangat berpengaruh bagi kelangsungan bisnis.

Menurut Liputan6.com pertumbuhan ekonomi Jakarta pada triwulan III 2017 mencapai 6,25% dan berada di atas perkiraan Bank Indonesia. Pertumbuhan Ekonomi Jakarta ini di atas pertumbuhan ekonomi nasional yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tercatat 5,06 persen. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa DKI Jakarta memiliki kawasan dengan kondisi ekonomi yang baik.

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat, akan meningkatkan pula daya beli masyarakat. Di satu sisi *Elvarrete Party Planner* menawarkan harga jasa yang cukup terjangkau namun tetap memiliki pelayanan yang berkualitas. Ini sebabnya bahwa ada peluang besar bagi *Elvarrete Party Planner* untuk membuka dan menjalankan bisnisnya di DKI Jakarta.

### 3. Social (Sosial)

Faktor sosial meliputi semua faktor yang mempengaruhi kebutuhan dari pelanggan, mempengaruhi ukuran besarnya pangsa pasar yang ada, tren dan gaya hidup. Bagi masyarakat modern, tren yang sedang terjadi cenderung mewabah.

Jakarta adalah daerah yang memiliki pertumbuhan penduduk yang tinggi dengan masyarakat yang modern dan sekaligus sebagai ibu kota negara, Jakarta merupakan poros perkembangan tren yang terjadi. Tren yang terjadi secara cepat menyebar melalui media sosial sehingga masyarakat yang melihat akan tertular untuk mengikuti. Budaya acara yang sedang menjadi tren adalah perayaan 17 tahun (*sweet seventeen birthday*) dan perayaan lepas lajang pada wanita (*bridal shower*). Melihat perkembangan gaya hidup dan tren di kehidupan sosial Jakarta yang terus berkembang, bisnis ini menjadi suatu bisnis yang memiliki prospek yang bagus sehingga, ini menjadi peluang besar bagi *Elvarrete Party Planner*.

### 4. Technology (Teknologi)

Teknologi merupakan faktor yang mendukung bisnis dalam mencapai efisiensi. Teknologi memiliki perkembangan yang cepat seiring dengan perubahan zaman. Bagi masyarakat modern, teknologi saat ini menjadi aspek kehidupan yang sangat penting. Setiap masyarakat modern pasti hidup menggunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



teknologi di setiap kesehariannya. Teknologi yang paling dekat dengan masyarakat saat ini adalah *smart phone*, internet, media sosial dll.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Melihat minat masyarakat akan pentingnya teknologi, *Elvarrete Party Planner* akan menawarkan suatu layanan khusus yang belum ditawarkan oleh *party planner* lainnya, yaitu sebuah website yang dapat digunakan klien untuk memilih sendiri dengan sesuka hati keinginan dari detail acara. Tentu saja dengan adanya website ini sangat mempermudah klien untuk menciptakan sebuah acara yang diinginkan. Selain itu, *Elvarrete Party Planner* memanfaatkan teknologi untuk berpromosi melalui media *online*, agar mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Teknologi menjadikan bisnis *Elvarrete Party Planner* memiliki peluang karena masyarakat pada jaman ini memiliki kesadaran yang tinggi akan teknologi serta perkembangannya.

**5 Legal (Hukum)**

Setiap proses bisnis yang dijalankan harus memperhatikan kebijakan yang sudah ada, karena bila melanggar akan mendapatkan sanksi atau hukuman legal dari negara. Indonesia memiliki beberapa norma hukum yang mengatur usaha yang dijalankan *Elvarrete Party Planner*. *Elvarrete Party Planner* menaati setiap aspek legal agar tidak mengganggu operasional dari *Elvarrete Party Planner*. Bagi *Elvarrete Party Planner* tidak sulit peraturan hukumnya sehingga tidak sulit untuk menaati hukum yang berlaku seperti membuat surat ijin usaha dan membayar pajak kepada negara. Oleh karena itu, ini menjadi peluang bagi *Elvarrete Party Planner* untuk menjalani bisnis.

**6 Environment (Lingkungan)**

Faktor lingkungan meliputi semua hal yang mempengaruhi kelestarian lingkungan dan hubungan dengan bisnis yang dijalankan. Dalam faktor lingkungan, *Elvarrete Party Planner* menggunakan beberapa bahan yang tidak ramah lingkungan seperti styrofoam, balon plastik dan lain sebagainya. Namun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Elvarrete Party Planner* mengatasi dengan cara mendaur ulang sampah hasil usaha melalui memberikan balon dan styrofoam kepada industri kreatif yang membutuhkan untuk diproduksi menjadi barang yang lebih berguna.

Jika lingkungan dilihat dari lingkup yang lebih kecil, maka *Elvarrete Party Planner* menciptakan kantor dan tempat produksi yang memiliki kebersihan terjamin. *Elvarrete Party Planner* menggunakan desain kantor yang rapih dan nyaman sesuai dengan gaya hidup konsumen di lingkungan kota Jakarta. Oleh karena itu, ini menjadi peluang bagi *Elvarrete Party Planner* untuk menjalani bisnis.

### **D Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter ( Porter Five Forces Business Model )**

Model porter adalah alat strategi bisnis, yang membantu kita dalam menilai intensitas persaingan dan dengan demikian menganalisis daya tarik sebuah struktur industri. Dengan melakukan analisis ini, memungkinkan kita untuk menilai kekuatan posisi kompetitif bisnis kita sekarang, serta kekuatan posisi bisnis yang direncanakan untuk kita capai nantinya. Ketika kita sudah memahami betul di mana letak kekuatan kita, kita dapat memanfaatkan kekuatan itu dan membenahi kelemahan yang ada, sehingga kita dapat bersaing secara efektif

Menurut David (2016:229) *Porter's Five-Forces Model* adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam menganalisis seseorang harus mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut adalah analisis *Porter's Five-Forces Model* dari *Elvarette Party Planner and Decoration* :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dari menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

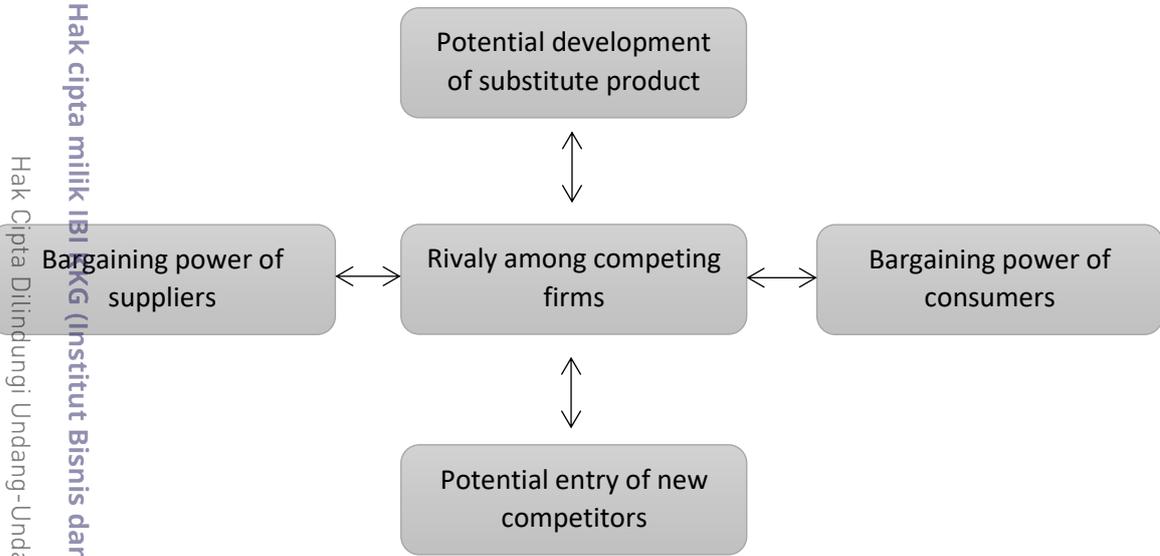
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 3.1

*Porter's Five-Forces Model*



Sumber: Fred David (2017:229)

**1. Persaingan antar perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama**

Persaingan dalam industri yang sama di mana perusahaan selalu bekerja keras untuk merebut pangsa pasar perusahaan lain. Dengan munculnya persaingan yang kompetitif ini, maka setiap perusahaan harus berupaya untuk menawarkan keunggulan masing-masing yang tidak ditemukan oleh pesaing lainnya untuk memenangkan persaingan.

*Elvarrete Party Planner* akan bersaing dengan beberapa *Party Planner* yang sudah lebih dulu terjun ke pasar seperti *party touch id* dan *Forgetmenot planner*. Tentunya pesaing-pesaing di pasar memiliki keunggulan masing-masing, yaitu *party touch id* memiliki tampilan media sosial yang tersusun rapih dan dapat menarik konsumen untuk terus berlama-lama di dalam media sosialnya. Namun memiliki harga yang cukup mahal yaitu Rp 600.000 ,- untuk pasangan dan Rp 150.000 ,- perorang untuk *group* lebih dari 5 orang.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Forgetmenot planner* menggunakan *fresh flower* untuk mendekorasi agar terlihat lebih *fresh*, namun *Forgetmenot planner* memiliki harga yaitu Rp 400.000 ,- untuk pasangan dan Rp 140.000 ,- perorang untuk *group* lebih dari 5 orang.

Untuk menghadapi persaingan *Elvarrete Party Planner* melakukan peningkatan kualitas peralatan yang dipakai, meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan keinginan konsumen, dan memberikan inovasi konsep-konsep yang baru mengikuti perubahan zaman *modern*. Tiga hal ini diharapkan dapat membawa *Elvarrete Party Planner* dapat memenangkan persaingan.

## 2. Daya tawar dari para pembeli

*Party Planner* pada umumnya memberikan layanan perencanaan, dekorasi dan pelaksanaan acara. Dalam hal ini, *Elvarette Party Planner and Decoration* menawarkan inovasi berbeda yang dipercaya akan menambah daya tarik konsumen.

*Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki web untuk memudahkan klien dalam memilih detail acara yang diinginkan. Web yang dimaksud, berisikan pemilihan tema, konsep acara, warna dominan, jenis bunga, warna bunga, desain meja set, warna kain, jenis vas, tambahan aksesoris dan pengisian data untuk keperluan acara seperti pengisian data buku tamu, tulisan untuk meja set, tulisan untuk bendera, tempat dan jam acara. Dengan demikian, klien dapat memilih secara detail acara yang diinginkan.

Dari semua inovasi ini, kembali lagi yang terpenting supaya menjadi daya tarik utama bagi konsumen ialah tingkat kualitas dan kreatifitas dari dekorasi serta kualitas acara yang diberikan. Ketika dekorasi sesuai dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



keinginan klien dan acara yang diberikan memberi kepuasan, maka klien akan memberi penilaian baik. Dalam industri jasa, klien akan menilai dari jasa yang diberikan. Oleh sebab itu, *Elvarette Party Planner and Decoration* akan berkomitmen untuk menjaga dan terus meningkatkan kualitas maupun kreatifitas untuk meningkatkan loyalitas sehingga daya tawar konsumen menjadi minim.

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

### **3. Daya tawar dari pemasok**

Semakin banyak pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama, semakin besar kesempatan kita untuk menawar tetapi sebaliknya bila pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama hanya sedikit jumlahnya maka lebih kecil kesempatan kita untuk melakukan tawar-menawar.

*Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki banyak pemasok sesuai dengan bahan-bahan yang ada, namun *switching cost* untuk berganti pemasok sejenis tergolong rendah. Dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok *Party Planner* adalah rendah.

### **4. Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industri yang sama**

Pesaing baru yang datang ke industri yang sama dapat disebabkan rendahnya hambatan yang ada. Sebaliknya, jika hambatan yang ada pada sebuah industri adalah tinggi, maka akan sedikit untuk pesaing baru dapat memasuki industri yang sama. Setelah ditinjau dari sisi diferensiasi produk, kebutuhan modal dan berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai bisnis jasa *Party Planner* maka dapat disimpulkan bahwa ancaman pendatang baru yang memasuki industri yang sama adalah tinggi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hal ini tentu menjadi tantangan bagi *Elvarette Party Planner and Decoration* untuk semakin meningkatkan daya saing dengan cara mengembangkan pelayanan dengan memberikan konsep acara dan memberikan inovasi-inovasi dalam dekorasi.

**5. Ancaman dari produk substitusi (pengganti)**

Produk substitusi adalah produk yang secara fungsional memiliki manfaat yang serupa dengan produk utama. Jika sebuah produk memiliki produk substitusi sehingga konsumen dapat membeli produk substitusi, akan memberikan ancaman bagi perusahaan.

Produk substitusi *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah perencanaan dan dekorasi acara yang dapat dikerjakan sendiri oleh yang memiliki acara tersebut. Tetapi tentunya memiliki kualitas perencanaan dan dekorasi yang tidak sebanding dengan menyewa *Party Planner* karena kurangnya pengetahuan masyarakat akan perencanaan dan dekorasi sebuah acara. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa ancaman produk substitusi tergolong rendah.

Namun *Elvarette Party Planner and Decoration* akan berupaya sebaik mungkin untuk membuat konsumen merasakan nilai tambah walaupun memiliki penawaran harga yang lebih terjangkau. Dengan begitu, konsumen tidak akan kecewa dan akan merasa puas dengan pelayanan jasa *Elvarette Party Planner and Decoration*.

**E. Analisis Posisi dalam Persaingan**

Sebuah produk pasti akan mengalami siklus produk dari *Introduction* atau

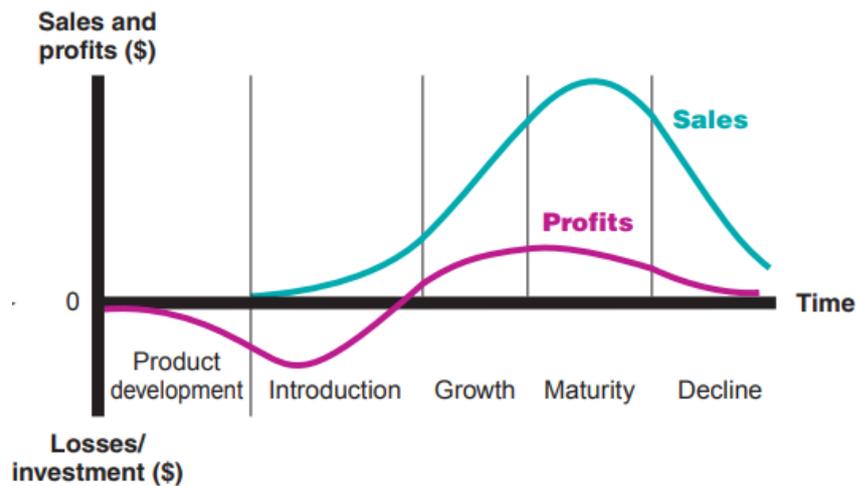
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perkenalan lalu masuk pada tahap *Growth* atau pertumbuhan kemudian masuk pada siklus *mature* dan terakhir akan menurun atau *decline*. Berikut gambaran dari siklus produk:

**Gambar 3.3**  
**Product Life Cycle**



Sumber: Kotler dan Armstrong (2016:306)

Siklus hidup produk umumnya dapat digambarkan ke dalam kurva siklus hidup produk. Kurva tersebut menggambarkan tahapan-tahapan dalam produk yang terdiri atas empat tahap. Keempat tahapan tersebut meliputi tahap pengenalan produk (*Introduction*), tahap pertumbuhan produk (*Growth*), tahap kedewasaan produk (*Maturity*), dan tahap penurunan produk (*Decline*).

1. Tahap Pengenalan (*Introduction*) Jasa

Tahap ini merupakan tahap pertama di mana jasa baru diperkenalkan kepada calon konsumen. Dikarenakan masih awal, maka periode untuk pertumbuhan penjualan masih lambat. Hal ini disebabkan karena calon konsumen belum memiliki kesadaran merek dan jasa. Untuk menyelesaikan hambatan ini maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perusahaan harus gencar dalam melakukan kegiatan promosi guna meningkatkan kesadaran merek pada konsumen.

2. Tahap Pertumbuhan (*Growth*) Jasa

Pada tahap ini, produk telah dikenal dan diharapkan telah diterima oleh konsumen. Di sini terjadi penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang substansial. Perusahaan mendapatkan laba yang tinggi akibat permintaan yang tinggi. Di samping itu, persaingan mulai masuk karena sangat terbukanya ruang untuk masuk dan bersaing dengan jasa sejenis.

3. Tahap Kedewasaan (*Maturity*) Jasa

Pada tahap kedewasaan produk, terjadi pertumbuhan penjualan karena yang konstan produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial dan persaingan semakin meningkat. Laba cenderung stabil bahkan ada potensi menurun. Untuk menghindari tahap penurunan (*Decline*) diperlukan strategi yaitu modifikasi produk, modifikasi pasar, dan modifikasi program pemasaran.

4. Tahap Penurunan (*Decline*) Jasa

Pada tahap ini terjadi penurunan penjualan dikarenakan beberapa alasan, yaitu adanya kemajuan teknologi, terjadinya perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan domestik dan luar negeri. Dengan terjadinya penurunan penjualan, beberapa perusahaan akhirnya menarik diri dari pasar dan perusahaan yang tersisa mungkin mengurangi jumlah jenis jasa yang ditawarkan karena sedikitnya permintaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Untuk menghadapi tahap ini, perusahaan harus menetapkan sistem untuk mengidentifikasi jasa yang kurang laku melalui beberapa departemen serta melakukan strategi untuk pemasaran dan pengembangan jasa.

Pada siklus hidup jasa, posisi usaha *Elvarette Party Planner and Decoration* masih berada pada tahap pengenalan jasa. Jenis pelayanan jasa yang ditawarkan *Elvarette Party Planner and Decoration* sama seperti *Party Planner* lainnya sehingga perlu pemasaran serta inovasi yang lebih untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai jasa yang diberikan *Elvarette Party Planner and Decoration* yang membedakan *Elvarette Party Planner and Decoration* dengan pesaing lainnya. Untuk menghadapi pesaing yang telah memasuki fase kedewasaan, *Elvarette Party Planner and Decoration* melakukan inovasi pemesanan secara online melalui website. Pada website akan disediakan form pemesanan yang setelahnya dapat langsung mengkalkulasi harga sehingga sangat memudahkan calon klien.

#### F. Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Menurut David (2013:113), "*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*". Dengan kata lain, CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, serta menganalisis faktor-faktor kunci sukses serta membandingkan terhadap usaha / pesaing yang sejenis.

Profil Kompetitif Matriks menunjukkan kepada pebisnis mengenai titik kuat dan titik lemah mereka terhadap pesaingnya. Nilai CPM diukur atas dasar faktor penentu keberhasilan, setiap faktor diukur dalam skala yang sama berarti berat tetap sama untuk

Hak cipta milik IBIKIS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKIS.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKIS.



setiap perusahaan hanya *rating*-nya yang bervariasi.

Hal positif tentang CPM adalah termasuk usaha jasa yang dimiliki penulis dan juga pesaing lain untuk memudahkan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal perusahaan.

### 1. *Critical Success Factors*

Faktor ini menjadikan penentu keberhasilan yang diambil setelah analisis mendalam dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Jelas di setiap perusahaan ada beberapa keuntungan dan beberapa kerugian bagi perusahaan dalam lingkungan eksternal maupun internal. Jika *rating*-nya tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan *rating* yang lebih rendah menunjukkan strategi perusahaan yang dijalankan belum cukup baik.

### 2. *Rating (peringkat)*

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi *rating* yang didapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan juga sebaliknya bila *rating* rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dan dapat diterapkan untuk faktor kritis atau kunci sukses pada para pesaing.

Ada beberapa poin penting terkait dengan *rating* di CPM:

- a. Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada usaha jasa sejenis.
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan jasa.
- c. Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan jasa.



- d. Tanggapan di atas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan jasa.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan jasa adalah unggul diwakili oleh 4.0

**3. Weight (Bobot)**

Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kesuksesan di dalam industri perusahaan. Bobot berkisar dari 0,0 (yang berarti tidak penting) dan 1,0 (berarti penting), jumlah semua bobot yang dihitung atau total dari seluruh faktor yang ada harus sama dengan 1,0 jika total perhitungan bukanlah 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot di salah satu atau beberapa faktor yang ada yang harus diperbaiki.

**4. Total Weighted Score**

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1,0 (rendah) ke 4.0 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM matriks adalah 2,5 dimana setiap perusahaan dengan total skor di bawah 2,5 dianggap lemah., sedangkan bila total skor tertimbang yang lebih tinggi dari 2.5 ini akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaingnya yang ada.

Berikut adalah **Tabel 3.2** mengenai *Competitive Profile Matrix* dimana *Elvarette Party Planner and Decoration* dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	Elvarette Party Planner and Decoration (Rencana)		The Pretty Touch id		Forgetmenot planner	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Kantor fisik	0.10	4	0.40	3	0.30	3	0.30
Fleksibilitas Tinggi	0.15	4	0.60	2	0.30	2	0.30
Harga Kompetitif	0.20	4	0.60	2	0.40	3	0.60
Kreativitas & Skill	0.20	4	0.80	4	0.80	4	0.80
Website & Sosial Media	0.15	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Vendor/ Relasi	0.05	3	0.15	2	0.10	3	0.15
Pengalaman	0.15	2	0.30	4	0.60	3	0.45
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>3.45</b>		<b>2.95</b>		<b>3.05</b>	

Sumber: Elvarette Party Planner and Decoration, 2018

Keterangan:

- a. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
- b. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu).
- c. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu:  
4 = *major strength*, 3 = *minor strength*, 2 = *minor weakness*, 1 = *major weakness*
- d. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai).

Berdasarkan pada Tabel 3.2 di atas dapat dilihat bahwa Elvarette Party Planner and Decoration direncanakan lebih tinggi skornya dibanding dengan perusahaan pesaing.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Hal ini dikarenakan *Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki harga, fleksibilitas, *website* dan sosial media yang lebih baik daripada pesaing yang umumnya sudah memiliki nama yang dikenal masyarakat. Inilah yang menjadi kekuatan utama perusahaan untuk memasuki pasar untuk bisa bersaing dengan nama-nama besar seperti *The Pretty Touch id* dan *Forgetmenot planner*. Namun dalam interpretasi, perusahaan yang memiliki nilai lebih rendah belum tentu lebih buruk dalam kinerja perusahaan.

Dari hasil analisis **Tabel 3.2** diatas, dapat dilihat bahwa *Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki nilai tertinggi karena memiliki kantor fisik di banding dengan kedua pesaing. Dari faktor fleksibilitas, *Elvarette Party Planner and Decoration* paling baik karena klien bisa memilih secara detail dekorasi dan perencanaan acara yang diinginkan. Dari faktor harga, *Elvarette Party Planner and Decoration* akan menjadi yang terbaik karena perusahaan ini direncanakan akan memiliki harga yang lebih kompetitif dari pesaing. Harga yang ditetapkan pesaing *The Pretty Touch id* yaitu Rp 600.000 ,- untuk pasangan dan Rp 150.000 ,- perorang untuk *group* lebih dari 5 orang. *Forgetmenot planner* menggunakan *fresh flower* untuk mendekorasi agar terlihat lebih *fresh*, namun *Forgetmenot planner* memiliki harga yaitu Rp 400.000 ,- untuk pasangan dan Rp 140.000 ,- perorang untuk *group* lebih dari 5 orang. Dalam faktor kreativitas semua *Party Planner* memiliki nilai yang sama karena memiliki kreativitas yang baik.

Dari faktor *website* dan sosial media, *Elvarette Party Planner and Decoration* direncanakan akan memiliki *webiste* yang akan mempermudah klien untuk melakukan order dan sosial media *Elvarette Party Planner and Decoration* akan menampilkan *portofolio* yang menarik. Dari faktor vendor, *Elvarette Party Planner and Decoration* dan *Forgetmenot planner* memiliki vendor yang lebih beragam dibanding dengan *The Pretty Touch id* yang tidak menggunakan vendor dalam acara yang diselenggarakan. Dari faktor pengalaman, *The Pretty Touch id* menjadi yang terbaik karena sudah lebih dulu membuka usaha juga telah menangani acara yang beragam.



*Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki total skor tertinggi dibandingkan dengan dua pesaingnya. Dapat dikatakan bahwa *Elvarette Party Planner and Decoration* sangat layak untuk dijalankan karena memiliki kekuatan dalam menjalankan bisnis dan dianggap mampu bersaing.

### **G Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)**

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:79) “ Analisis SWOT merupakan evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) sebuah perusahaan. Mengelola fungsi pemasaran bisa dimulai dengan menganalisis situasi perusahaan secara lengkap. Maka dari itu analisis SWOT ini diperlukan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT adalah dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal organisasi. Analisis lingkungan merupakan suatu proses monitoring yang dilakukan oleh penyusun strategi terkait sektor-sektor lingkungan untuk menentukan kesempatan-kegiatan (peluang) dan ancaman-ancaman bagi perusahaan, sedangkan diagnosis lingkungan berisi tentang keputusan manajerial yang dibutuhkan dengan cara menilai signifikan data kesempatan dan ancaman dari analisis lingkungan.

Kotler dan Armstrong (2016:79) juga menjelaskan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan (*strengths*) termasuk dalam kemampuan internal, sumber daya, dan faktor-faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggan dan mencapai tujuannya. Kelemahan termasuk dalam batasan internal dan faktor-faktor situasional negatif yang dapat mengganggu kinerja perusahaan. Peluang adalah faktor-faktor yang menguntungkan atau tren di lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai keuntungan. Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang tidak menguntungkan atau tren yang menjadi tantangan untuk kinerja.



Perusahaan harus menganalisis pasar dan pemasaran lingkungan untuk menemukan peluang yang menarik dan mengidentifikasi ancaman. Tujuannya adalah untuk mencocokkan kekuatan dengan peluang perusahaan, serta secara bersamaan menghilangkan atau mengatasi kelemahan dan ancaman.

Berikut adalah analisis SWOT dari *Elvarette Party Planner and Decoration*.

1. *Strength* (S) yaitu analisis kekuatan, sebuah kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan saat ini. Perusahaan harus dapat menganalisis di mana faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan bila dibanding dengan pesaingnya. *Strengths* dari *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah :

a. Harga paling murah di antara pesaing.

Harga yang ditawarkan *Elvarette Party Planner and Decoration* tergolong termurah di kelasnya. Pesaing *Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki harga yang cukup mahal dikarenakan memiliki kekuatan dari brand sehingga dipandang lebih berkualitas oleh masyarakat. Selain itu, *Elvarette Party Planner and Decoration* belum berorientasi sepenuhnya terhadap profit seperti pesaing yang sudah memiliki *brand power*, sehingga menetapkan harga murah untuk menarik perhatian masyarakat namun tidak mengurangi kualitas layanan dan kreativitas terhadap klien.

b. Fleksibilitas tinggi.

*Elvarette Party Planner and Decoration* sangat mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara merencanakan acara dan dekorasi sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini adalah alasan *Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki web dengan form yang dapat diisi oleh konsumen dengan detail. Selain itu, *Elvarette Party Planner and Decoration* memberikan konsultasi dengan menggunakan pendekatan kekeluargaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



untuk membuat klien nyaman. Hal ini akan membuat *Elvarette Party Planner and Decoration* lebih mengerti keinginan klien dibanding pesaing lainnya. *Elvarette Party Planner and Decoration* juga akan memastikan pekerja akan selalu ramah dan tersenyum kepada klien, tamu undangan pada saat acara dan melayani dengan sepenuh hati.

c. Memiliki relasi yang baik.

*Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki berbagai vendor yang dapat membantu perusahaan untuk menyelenggarakan acara yang diinginkan konsumen. Vendor yang akan bekerja sama adalah vendor foto dan video, master of ceremonies dan fotobooth.

d. Memiliki kantor fisik dengan desain yang nyaman.

Kebanyakan *party planner* hanya memiliki toko online sehingga tidak memiliki kantor secara fisik. *Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki kantor fisik yang beralamat di Ruko Mall of Indonesia Jalan Boulevard Barat Raya RT.18/RW.8, Kelapa Gading Barat, Kelapa Gading, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kantor ini akan menjadi tempat meeting dengan klien yang akan menggunakan jasa *Elvarette Party Planner and Decoration*. *Elvarette Party Planner* akan mendesain kantor dengan ruangan meeting yang menawarkan suasana bernuansa biru dan putih karena kedua warna ini memiliki efek menjernihkan pikiran. Kantor juga akan difasilitasi dengan AC, *wi-fi* dan sofa yang nyaman.

e. Memiliki sistem informasi serta promosi *online* yang baik.

*Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki promosi lewat media sosial, dan *website*. Promosi yang dilakukan lewat media sosial akan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



didesain dengan menarik dan mengikuti perkembangan jaman sehingga sesuai dengan tren yang sedang terjadi. *Elvarette Party Planner and Decoration* memfasilitasi klien dengan form pemesanan yang tersedia di *website* sehingga dapat memudahkan klien untuk menyampaikan apa yang diinginkan dengan detail.

**2. Weakness (W)** yaitu analisis kelemahan, yang merupakan faktor-faktor internal yang dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut kelemahan dari *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah:

- a. Belum memiliki *brand image* yang terkenal.

Karena *Elvarette Party Planner and Decoration* baru didirikan sehingga belum bisa memiliki *brand image* yang baik dan terkenal di mata masyarakat. Hal ini menjadi kelemahan bagi perusahaan sehingga dapat kalah bersaing dengan perusahaan yang sudah memiliki *brand image* yang terkenal.

- b. Memiliki target pasar yang terbatas.

*Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki target pasar yang belum luas seperti party planner lainnya. *Elvarette Party Planner and Decoration* melayani pada daerah Jakarta dan Bekasi karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki yang merupakan kelemahan bagi perusahaan.

- c. Belum memiliki pengalaman.

Pengalaman sangatlah dipandang penting bagi klien karena dapat menumbuhkan rasa percaya dan yakin kepada perusahaan. Namun karena *Elvarette Party Planner and Decoration* merupakan bisnis baru, maka belum memiliki pengalaman yang menjadi kelemahan dari perusahaan.

**© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- d. Belum memiliki citra yang baik.

Citra perusahaan dapat dinilai positif ataupun negatif dengan masyarakat. Karena belum memiliki pengalaman, *Elvarette Party Planner and Decoration* juga belum memiliki citra yang positif di mata masyarakat sehingga jasa yang ditawarkan akan lebih sulit diterima oleh masyarakat dibanding dengan perusahaan yang memiliki pandangan citra positif.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. *Opportunities* (O) yang merupakan analisis faktor-faktor eksternal yang memiliki kondisi di mana sebuah perusahaan memiliki peluang untuk berkembang di masa depan. Peluang ini bisa dimanfaatkan untuk mendorong perusahaan dalam mencapai tujuan. Berikut peluang yang dimiliki *Elvarette Party Planner and Decoration* antara lain:

- a. Berkembangnya gaya hidup.

Gaya hidup masyarakat zaman sekarang yang suka merayakan ulang tahun, pesta sebelum pernikahan, perayaan 7 bulanan dan berbagai acara lainnya. Masyarakat zaman sekarang lebih menyukai sesuatu hal yang bagus di foto, hal ini merupakan salah satu pengaruh dari media sosial. Ini merupakan peluang bagi perusahaan.

- b. Pasar yang sangat luas.

Pada zaman modern ini terdapat masyarakat yang potensial bagi *Elvarette Party Planner and Decoration* yang dapat menjadi target pasar. Karena selalu ada masyarakat yang berulang tahun, tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi di DKI Jakarta dan tingkat pernikahan yang selalu meningkat akan meningkat pula pesta sebelum acara pernikahan.

- c. Media sosial menjadi bagian kehidupan dari masyarakat masa kini.

Pengguna media sosial akan menjadi peluang *Elvarette Party Planner and*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Decoration* karena tren yang terjadi akan cepat menyebar melalui media sosial. Ketika masyarakat *online* mengetahui tren melalui media sosial, maka mereka akan mengikuti tren yang sedang terjadi.

d. Dunia teknologi media sosial yang sangat dinamis dalam penyebarluasan informasi lewat *internet*. Hal ini dapat menjadi peluang untuk *Elvarette Party Planner and Decoration* dalam melakukan kegiatan pemasaran.

4. *Threats* (T) yaitu analisis terhadap faktor-faktor eksternal yang dapat menjadi ancaman. Ancaman yang dihadapi sebuah perusahaan bisa menghambat aktivitas perusahaan bahkan kerugian di berbagai aspek. Berikut ancaman yang dihadapi oleh *Elvarette Party Planner and Decoration*:

a. Pendatang baru yang mudah memasuki pasar.

Untuk memulai bisnis *Party Planner* tergolong mudah karena dapat dimulai membuka toko online dan memiliki pengetahuan tentang dekorasi dan perencanaan acara.

b. Ketidakpastian penilaian perencanaan dan dekorasi oleh masyarakat.

Masyarakat tentunya memiliki pendapat/selera yang berbeda-beda untuk menilai sesuatu. Sehingga dapat menjadi ancaman ketika ada beberapa masyarakat yang menanggapi *Elvarette Party Planner and Decoration* kurang baik.

c. Tingkat persaingan yang cukup tinggi.

Persaingan yang cukup tinggi dikarenakan pesaing-pesaing yang menawarkan jasa dengan paket yang serupa.

d. Potensi adanya pesaing yang meniru inovasi jasa.

Menerima order melalui web dengan tujuan dekorasi dan perencanaan acara sesuai dengan keinginan klien belum ada pada pesaing lain. Maka pesaing

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dapat meniru inovasi *Elvarette Party Planner and Decoration*.

Menurut David (2017:251) “ *SWOT Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weakness-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weakness-threats) strategies* “. (Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis antara lain, strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*). Berikut **Tabel 3.3** mengenai Matriks SWOT:

© Hak cipta milik IBI BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKKG.



**Tabel 3.3 Rencana SWOT Matrix Elvarette Party Planner and Decoration**

<b>Internal</b>  <b>Eksternal</b>	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Harga yang kompetitif. (S1)</li> <li>Fleksibilitas tinggi. (S2)</li> <li>Memiliki kantor fisik. (S3)</li> <li>Memiliki sistem informasi <i>website</i> dan sosial media yg baik. (S4)</li> <li>Memiliki relasi bisnis (S5)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Belum memiliki <i>brand image</i> yang baik. (W1)</li> <li>Memiliki target pasar yang terbatas. (W2)</li> <li>Belum memiliki pengalaman. (W3)</li> <li>Belum memiliki citra yang baik. (W4)</li> </ol>
<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>S-O Strategies</b>	<b>W-O Strategies</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Berkembangnya gaya hidup. (O1)</li> <li>Pasar yang sangat luas. (O2)</li> <li>Media sosial menjadi bagian kehidupan dari masyarakat terkini. (O3)</li> <li>Dunia media sosial yang sangat dinamis dalam penyebaran informasi lewat internet. (O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menetapkan stretegi promosi tepat sasaran. (S1,S4,O1,O2)</li> <li>Menciptakan citra yang baru ala <i>Elvarette Party Planner and Decoration</i>. (S4,O2,O4)</li> <li>Membuat kepercayaan klien kepada perusahaan. (S3,S5,O2)</li> <li>Membagikan setiap kegiatan <i>Elvarette Party Planner and Decoration</i> beserta promo-promo secara rutin di media sosial. (S4,S5,O3,O4)</li> <li>Memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan klien. (S2,S4,O1,O4)</li> <li>Membuat paket-paket lengkap untuk memudahkan klien. (S1,S6,O2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kualitas layanan dan sumber daya manusia. (W2,O1,O2)</li> <li>Memperkenalkan jasa kepada masyarakat luas dengan melakukan penetrasi pasar. (W3,W4,O2,O3,O4)</li> <li>Memanfaatkan maraknya dunia media sosial untuk memperkenalkan <i>party planner</i> baru. (W1,O3,O4)</li> </ol>
<b>Threat (Ancaman)</b>	<b>S-T strategies</b>	<b>W-T strategies</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Pendatang baru yang mudah memasuki pasar. (T1)</li> <li>Ketidapastian penilaian perencanaan dan dekorasi oleh masyarakat. (T2)</li> <li>Tingkat persaingan yang cukup tinggi. (T3)</li> <li>Potensi adanya pesaing yang meniru inovasi jasa. (T4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menunjukkan keunggulan kompetitif <i>Elvarette Party Planner and Decoration</i>. (S1,S4,S5,T1,T3)</li> <li>Selalu meningkatkan inovasi jasa. (S4,S5,T4,T3)</li> <li>Melakukan promosi yang variatif setiap bulan. (S4,T3,T1)</li> <li>Melakukan kontrol kualitas jasa melalui respon dari klien. (S5,T2,T3)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan ketenaran dengan melakukan <i>endorse</i> dengan artis atau <i>selebgram</i>. (W1,W4,T2,T3)</li> <li>Membangun kerjasama dengan vendor untuk merekomendasikan <i>Elvarette Party Planner and Decoration</i>. (W3,T1)</li> </ol>

Sumber : *Elvarette Party Planner and Decoration*,2018

Pada Tabel 3.3 menunjukkan strategi *Elvarette Party Planner and Decoration* untuk memajukan pasar. Salah satu keunggulan strategi dari *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah melakukan inovasi pemesanan secara online melalui website. Pada website akan disediakan form pemesanan yang setelahnya dapat langsung mengkalkulasi harga sehingga sangat memudahkan calon klien.