



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Suatu Bisnis atau industri selalu mempunyai karakteristik yang berbeda-beda hal ini dapat dilihat dari beberapa faktor yang meliputi ekonomi, lingkungan, pasar dan prospek dalam jangka panjang. Semakin berkembangnya era modern banyak sekali perubahan yang terjadi dalam bisnis atau industri yang akan memberikan dampak langsung pada bisnis itu sendiri. Dengan semakin berkembangnya teknologi, kreatifitas dan inovasi akan memberikan dorongan yang semakin besar pada tantangan baru yang akan dihadapi oleh pembisnis. Untuk itu analisis industri dan pesaing di perlukan untuk mengetahui potensi-potensi yang akan di miliki, mengetahui pengetahuan akan tren pasar, mengenali kendala-kendala yang akan dihadapi.

Maka dari itu, pengusaha harus melakukan analisis industri yang berfokus pada tren industri tertentu. Dengan melakukan analisis industri, pengusaha dapat meminimalkan kendala dan risiko yang akan muncul dengan mempersiapkan diri dalam menghadapi risiko terburuk.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Trend merupakan minta konsumen yang sedang diminati dan sedang populer dipasaran, trend merupakan hal cukup penting dalam menjalankan bisnis karena dengan melihat trend dan minat pasar pembisnis dalam menjalankan usaha akan terus berkembang dan diminatin oleh konsumen, dengan melihat perkembangan trend yang sedang diminatin oleh pasar akan membuat pembisnis mampu untuk bersaing dengan pesaing usaha sejenis.



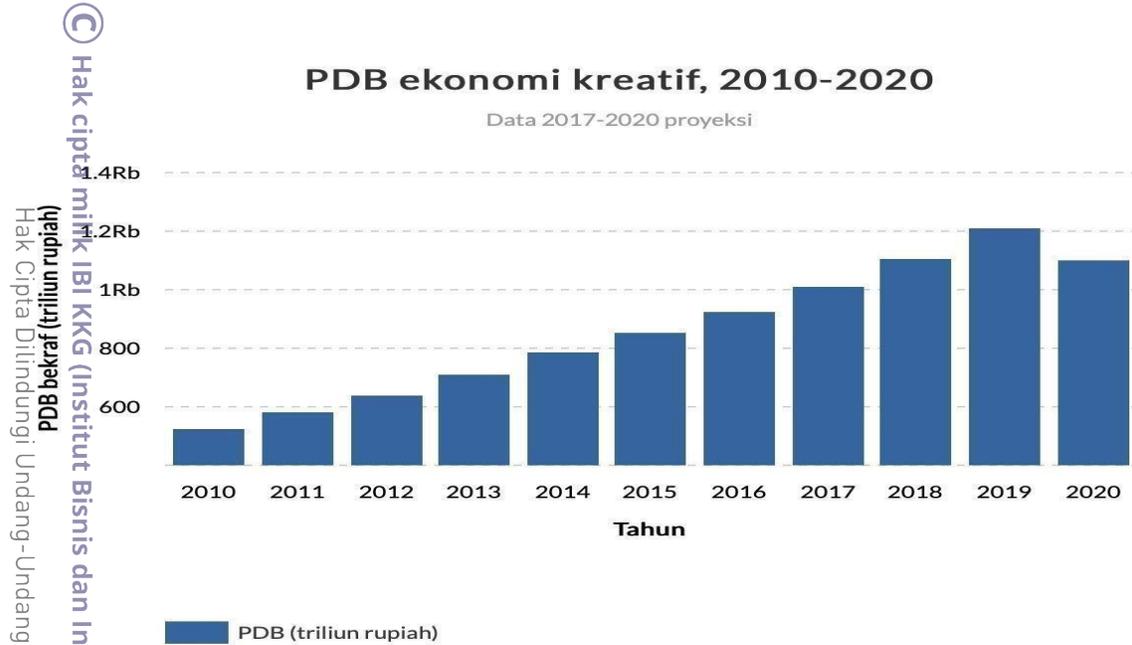
Pertumbuhan industri jasa di Indonesia semakin berkembang, sektor jasa di Indonesia juga berkontribusi untuk PDB, peningkatan lapangan pekerjaan, dan ekspor.

Sektor jasa dilihat sebagai peluang untuk menopang sektor lainnya, maka itu sektor jasa mulai berkembang dan terus meningkat sampai saat ini.

Dalam memulai bisnis setiap pembisnis harus dapat menganalisis trend dan pertumbuhan bisnis atau industri untuk dapat melihat kelayakan suatu bisnis dan dapat melihat prospek pada bisnis itu. *Queen Event Organizer* merupakan bisnis suatu bisnis yang bergerak pada bidang jasa untuk penyelenggaraan acara dan termasuk dalam sektor bisnis ekonomi kreatif. *Event Organizer* atau penyelenggara acara termasuk kedalam bisnis yang cukup berpeluang dan diminati pada era modern saat ini, karena adanya tuntutan untuk selalu produktif yang berpacu pada waktu sehingga menuntut untuk melakukan semua kegiatan dengan instan. Semua orang yang ingin mengadakan acara pasti memiliki keinginan untuk acara berjalan lancar dan sukses. Tetapi tidak ingin direpotkan dalam mempersiapkan rancangan acara tersebut, karena kurangnya ketersediaan waktu untuk merancang acara atau karena menginginkan untuk menikmati acara tersebut.



Gambar 3.1
PDB Ekonomi Kreatif 2010 - 2020



Sumber : <https://lokadata.id/data/pdb-ekonomi-kreatif-2010-2020-1608781919>

Berdasarkan gambar 3.1 diatas, dapat dilihat bahwa bisnis atau industri ekonomi kreatif terus meningkat untuk dari 2010 sampai 2019 tetapi mengalami penurunan pada 2020 diakibatkan karena adanya covid-19 yang mengharuskan adanya *lockdown* dan pergerakan semua bisnis menjadi terhambat. Tetapi pada tahun 2021 ini semua bisnis dan ekonomi mulai bangkit kembali dengan dipemberhentikannya *lockdown* dan meskipun mengalami penurunan yang tidak drastis pada tahun 2020, industri ekonomi kreatif masih cukup berpeluang untuk bisnis *event organizer* di masa yang akan datang.

Salah satu cara untuk melihat industri menarik atau tidak adalah dengan melihat trend permintaan terhadap suatu usaha yang dapat menjadi tolak ukur untuk dalam mengembangkan usaha dan prospek untuk menjalankan suatu bisnis. Trend permintaan jasa *event organizer* dapat dilihat dalam jangka 5 tahun terakhir pada table 3.1 berikut :

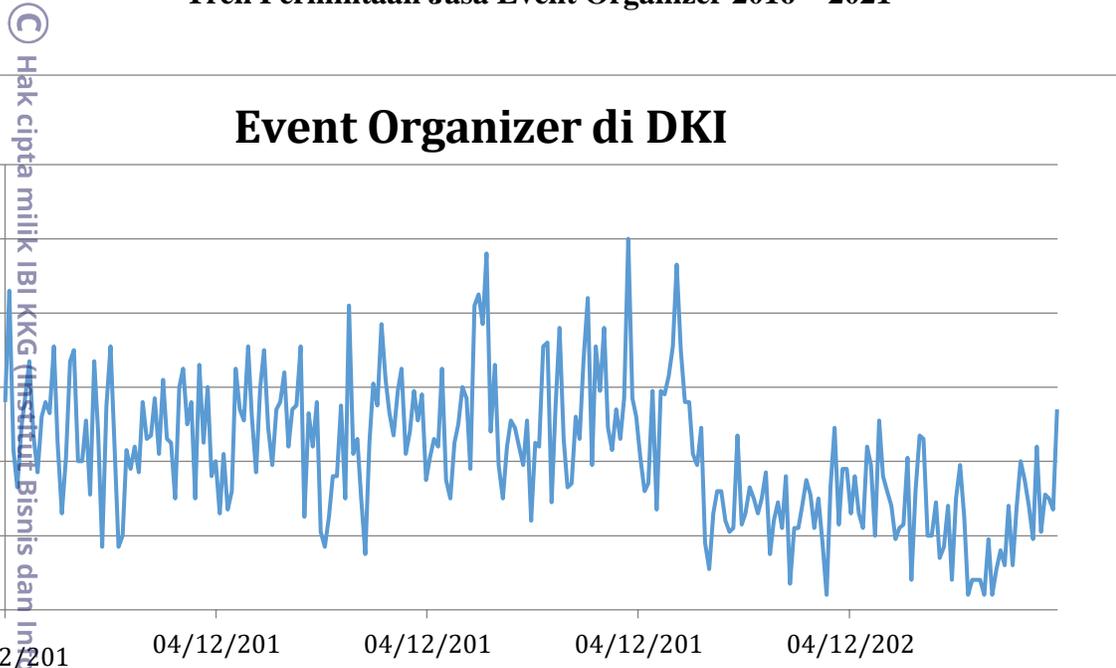
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

PDB kreatif (triliun rupiah)
 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.



Tabel 3. 1
Tren Permintaan Jasa Event Organizer 2016 – 2021



Sumber : <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID-JK&q=event%20organizer>

Penjelasan dari Tabel 3.1 diatas :

Pada Tahun 2016 – 2017 bisnis *Event Organizer* sudah mulai banyak diminati dapat dilihat dengan permintaan *Event Organizer* yang cukup stabil, konsumen sudah mulai banyak menggunakan jasa *Event Organizer* dalam melakukan penyelenggaraan acara karena kemudahan yang ditawarkan dalam perancangan acara. Pada tahun 2018 bisnis *Event organizer* menunjukkan peningkatan dapat dilihat dengan dari data tabel 3.1 permintaan pada tahun 2018 dan semakin meningkat pada tahun 2019 peningkatan proyeksi ini meningkat 15% - 20% banyaknya konsumen yang mulai menyukai menggunakan jasa *Event Organizer* dalam penyelenggaraan acara seperti *Wedding*, *Sangjit*, *Birthday Party*, dan lainnya. Namun mengalami penurunan pada tahun 2020 di karenakan adanya kasus covid 19 pertama kali di Indonesia, dengan adanya virus ini yang terus menyebar dan terus bermutasi membuat perekonomian



Indonesia melemah dan semua bisnis menjadi turun. Hal ini bukan hanya berdampak pada bisnis di bidang jasa seperti *Event Organizer* tetapi berdampak pada semua bisnis, dikarenakan masyarakat atau konsumen sangat dibatasi untuk keluar rumah dan adanya peraturan *lockdown* yang membuat perekonomian Indonesia pada tahun 2020 menurun, hal ini terus berlanjut sampai dengan juli 2021 yang membuat kasus covid 19 di Indonesia meningkat sangat tinggi, namun mulai bulan September 2021 pemerintah mewajibkan semua masyarakat untuk vaksin dan dengan adanya gerakan vaksin yang dilakukan oleh pemerintah membuat keadaan semakin membaik dan mulainya kembali bisnis atau usaha di Indonesia meningkat, mulai dari daya beli konsumen dan permintaan di pasar untuk melakukan kegiatan seperti penyelenggaraan acara untuk pernikahan, hal ini juga yang membuat bisnis *Event Organizer* di Indonesia mengalami peningkatan permintaan meskipun adanya kelonggaran untuk melakukan kegiatan bisnis dan penyelenggaraan acara tetapi tetap mematuhi peraturan dan protokol kesehatan seperti jumlah tamu untuk undangan *maximal* 200 orang dan jumlah kapasitas untuk dalam ruangan hanya 50%, harus tetap mematuhi protokol kesehatan seperti menggunakan masker, tersedianya handsanitizer, alat cek suhu tubuh dan jaga jarak.

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa permintaan jasa *Event Organizer* cenderung mengalami peningkatan dalam 5 tahun terakhir ini. Meskipun mengalami penurunan pada awal tahun 2020 dikarenakan adanya pandemi covid-19. Tetapi mulai kembali mengalami peningkatan pada tahun 2021. Hal ini membuktikan bahwa bisnis *event organizer* memiliki daya tarik dan peluang tersendiri untuk terus berkembang.



B. Analisis Pesaing

Waktu berjalan dengan sangat cepat dan banyak sekali perubahan yang terjadi pada lingkungan, pasar, gaya hidup, teknologi dan ekonomi *social*. Dalam mempertahankan bisnis harus memiliki kreatifitas dan inovasi untuk dapat tetap bersaing dalam pasar dengan pesaing yang ada. Analisis pesaing merupakan proses untuk mengenali dan menilai pesaing-pesaing yang berada dalam bisnis sejenis, dengan melakukan analisis pesaing pembisnis dapat nementukan strategi karena dengan melakukan analisis akan mengetahui kelemahan dan kekuatan yang akan digunakan dalam menentukan strategi yang kompetitif dan efektif.

Pesaing merupakan bagian dari *stakeholder*, Dalam menjalankan bisnis atau usaha di perlukan analisis untuk mencermati harga, produk, saluran distribusi, permintaan pasar dan promosi yang dilakukan oleh pesaing. Hal ini dilakukan untuk mengetahui potensi-potensi yang akan menjadi kekuatan dan juga titik kelemahan dari pesaing, ini dilakukan untuk menghindari serangan dan upaya untuk bersaing dengan pesaing. Dengan mengetahui informasi mengenai pesaing akan memudahkan dalam menentukan strategi dan keputusan yang akan tetap untuk menghadapi ancaman dan permasalahan lainnya dari pesaing.

Bisnis disektor jasa seperti *Event Organizer* cukup diminati oleh pembisnis karena mengingat potensi keuntungan yang cukup menjanjikan, selain itu bisnis *Event Organizer* memberikan peluang untuk berkembang dan mencangkup banyak kegiata acara, bukan hanya pernikahan, dan *brthday party* tetapi acara kegiatan seperti seminar dan *workshop*, acara kegiatan internal kantor, konser, grand opening, *family gathering*, penyedia jasa pelatihan dan lainnya. Karena memiliki potensi untuk terus berkembang dan memperluas jangkauan pasar,



dalam menjalankan bisnis ini cukup terbilang mudah untuk yang sudah *professional* tetapi cukup sulit untuk pemula. Selain itu tantangan yang harus dihadapi oleh pembisnis dalam membuka *Event Organizer* adalah pengelolaan sumber daya manusia atau tim yang harus memiliki mutu dalam memberikan pelayanan terbaik. berikut ini merupakan beberapa daftar nama bisnis *Event Organizer* di Jakarta utara yang bertempat di Kelapa Gading dan sekitarnya:

Tabel 3. 2
Daftar Wedding Organizer di Kelapa Gading dan sekitarnya

Daftar Nama Bisnis <i>Event Organizer</i> di Jakarta Utara (Kelapa Gading dan Sekitarnya)		
No	Daftar Pesaing di Jakarta Utara	Alamat
1	WEDDING ORGANIZER SYAR'I - OEMAR EVENT PLANNER	Jl. Alur Laut I No.4, RT.2/RW.3, Rawabadak Sel., Kec. Koja, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14230
2	Akmal Organizer	Jl. Walang Bar., Tugu Utara, Kec. Koja, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
3	D45 event organizer	Jl. Semangka No.42, RT.3/RW.9, Lagoa, Kec. Koja, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14270
4	CAHAYA ORGANIZER	Jl. Kesemek No.27, RT.1/RW.12, Semper Bar., Kec. Cilincing, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14130
5	NUSANTARA WEDDING	Jl. Kalibaru Barat IV, RT.3/RW.7, Kali Baru, Kec. Cilincing, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14110
6	Aldy Organizer	Jl. Warakas X Gg. 23 No.24, RW.13, Papanggo, Tj. Priok, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14340
7	ELIMO SYARI WEDDING ORGANIZER	Jl. Cilincing Baru No.25, RW.7, Kali Baru, Kec. Cilincing, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14110
8	BIDADARI WEDDING ORGANIZER	Jl.warakas tj.priok Gg 10 No.96 rt/rw 006/010, RT.3/RW.10, Warakas, Tj. Priok, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14370
9	VERLINA ORGANIZER	Gang. Paguyuban I No.1, RW.5, Tugu Sel., Kec. Koja, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14260



10	<i>LUMINEUX ORGANIZER</i>	Jl. Gading Griya Lestari No.67, RT.12/RW.5, Sukapura, Kec. Cilincing, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14140
11	<i>Chitra Organizer</i>	Jalan Pintu 3 Pertamina No.3, RW.8, Klp. Gading Bar., Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14230
12	<i>Isabella Wedding & Event Organizer</i>	Jl. Sunter Agung II No.22, RT.1/RW.1, Danau Sunter., Kec. Sunter Agung, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350
13	<i>Event Organizer Jakarta Wedding Organizer Jakarta Dancer Indonesia</i>	Rukan Italian Walk Blok C Kelapa Gading Square, RT.18/RW.8, Klp. Gading Bar., Kec. Klp. Gading, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240
14	<i>Jakarta Wedding Organizer – GWO</i>	Apartemen Gading River View Tower Miami Bay 0521, Jl. Boulevard Bar. Raya, RT.10/RW.19, Klp. Gading Bar., Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240
15	<i>Gemini Organizer</i>	Jl. Kalibaru Barat IV No.19, RT.11/RW.1, Kali Baru, Kec. Cilincing, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14110
16	<i>Twins Organizer</i>	Jl. Raya Klp. Hybrida Blok PF 21 No.8, RT.10/RW.3, Pegangsaan Dua, Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14250
17	<i>JADE Wedding Organizer Planner and Entertainment Jakarta Bali</i>	Gading Mas Barat V No.3, RW.11, Pegangsaan Dua, Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14250
18	<i>Jakarta Wedding Planner (JWP)</i>	Jl. Yapong No.16, RT.3/RW.6, Pegangsaan Dua, Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14250
19	<i>Robinson organizer</i>	Gading Nias Dahlia, RT.13/RW.3, Pegangsaan Dua, Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240

Sumber : <https://tinyurl.com/Eventorganizerdikelapagading>

Dari tabel 3.2 diatas, merupakan beberapa data nama *Event Organizer* yang ada di Jakarta Utara. Tetapi untuk menganalisi pesaing dari *Queen Event Organizer* hanya akan mengambil dua nama dari data tersebut, yaitu *Isabella Wedding & Event Organizer* dan *Lumineux Organizer*. Pengambilan dua data dari tabel 3.2 diatas dilakukan untuk memfokuskan pesaing utama dari *Queen Event Organizer* dan langkah ini diambil untuk memudahkan proses

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.



pengambilan keputusan dalam strategi yang akan di gunakan.

Queen Event Organizer akan berfokus pada dua pesaing ini untuk sekarang, karena strategi dan langkah pemasaran yang dilakukan oleh *Isabella Wedding & Event Organizer* dan *Lumineux Organizer* dianggap cocok dengan *image* yang akan dibangun oleh *Queen Event Organizer*. Dengan menggabungkan dua strategi berbeda yang dimiliki oleh pesaing, akan membuat kekuatan untuk *Queen Event Organizer* mampu bersaing dengan pesaing lainnya dan bertahan pada pasar. Berikut ini adalah daftar pesaing dari *Queen Event Organizer*:

Daftar Pesaing dari *Queen Event Organizer*

1. Nama : *Isabella Wedding & Event Organizer*
Jenis Jasa : *Event Organizer*
Lokasi : Jakarta, Bali
Website : www.bridestory.com/id/isabella-wedding-organizer
Kontak :0817145100
2. Nama : *Lumineux Event Organizer*
Jenis Jasa : *Event Organizer*
Lokasi : Jakarta
Gmail : lumineuxorganizer@gmail.com
Kontak :08121152311





Tabel 3. 3
Analisis Pesaing *Queen Event Organizer*

No	Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
1.	<i>Isabella Wedding & Event Organizer</i>	1. memiliki brand yang cukup di kenal	1. harga tergolong mahal
		2. memiliki tenaga kerja yang berkualitas	2. hanya mengambil event besar
			3. tidak memiliki website resmi untuk media promosi
	<i>Lumineux Organizer</i>	1. memiliki harga yang cukup terjangkau	1. kurangnya tenaga kerja berkualitas
2. memiliki kantor		2. dekorasi monoton atau kurang menarik	
		3. kurangnya dalam pengelolaan promosi	

Sumber : *Queen Event Organizer*

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

Analisis PESTEL adalah analisis eksternal suatu bisnis untuk dapat melihat kesempatan dan ancaman yang ada pada pasar, serta dapat melihat peluang-peluang yang ada. Analisis ini bertujuan untuk menggali potensi-potensi apa yang dapat di kembangkan. berikut ini adalah hasil analisis dari PESTEL untuk bisnis *Queen Event Organizer*.

1. Urut-urutan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Tabel 3. 4
Analisis PESTEL (Political, Economy, Social, Technology, Environment, and Legal)

	<i>Political</i>	<i>Economic</i>	<i>Social</i>	<i>Technology</i>	<i>Environment</i>	<i>Legal, Law, Regulation</i>
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.	Peraturan pemerintah naik turunnya pajak. Keputusan pemerintah dalam lingkungan bisnis.	Pertumbuhan ekonomi Naik turun daya beli konsumen	Gaya Hidup Pengaruh Sosial Media	Perkembangan teknologi Memperluas jangkauan pasar membantu proses bisnis	Tempat Penyelenggaraan acara penggunaan bahan yang dapat di daur ulang bekerja sama dengan lingkungan sosial	Peraturan dalam menjalankan bisnis, surat izin usaha , NPWP. Menghindari pelanggaran hak cipta membayar pajak

Sumber : *Queen Event Organizer*

1. Political (Politik)

Politik merupakan faktor yang mungkin mempengaruhi dalam bisnis.

Faktor dalam politik meliputi kebijakan pemerintah, masalah hukum, juga mencakup aturan formal maupun informal yang berkaitan dengan lingkungan bisnis. Dalam kondisi tertentu politik dapat mempengaruhi lingkungan bisnis. Jika terjadi masalah atau bahkan menyebabkan kerusuhan akan berdampak *negative* pada aktivitas bisnis. Contoh perubahan yang dapat memberikan dampak pada bisnis adalah dengan adanya kenaikan atau penurunan pajak, keputusan dalam politik juga dapat memberikan dampak pada lingkungan bisnis, keuangan serta sosial. Bagi bisnis *Event Organizer* tidak terlalu terpengaruh terhadap lingkungan politik suatu Negara, karena usaha atau bisnis *Event Organizer* tidak mendapatkan subsidi dari pemerintah. Kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi jalannya



usaha atau bisnis *Event Organizer* adalah keterkaitan dengan pajak bumi bangunan dan pajak penghasilan. Dengan melihat kebijakan pemerintah yang kurangnya berpengaruh dengan bisnis *Event Organizer*, tersedianya peluang untuk menjalankan usaha *Queen Event Organizer* karena kurangnya pengaruh dampak politik bagi kegiatan usaha.

Ekonomi

Lingkungan ekonomi sangatlah penting untuk semua jenis usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Ada berbagai macam hal yang dapat mempengaruhi kondisi ekonomi seperti tingkat daya beli masyarakat, dengan adanya pertumbuhan pasar yang diikuti oleh peningkatan kekayaan dari konsumen dan usaha atau bisnis yang semakin meluas dikarenakan adanya kenaikan pendapatan. Namun, jika terjadi sebaliknya setiap pembisnis harus berhati-hati karena adanya penurunan daya beli dimasyarakat akan berpengaruh terhadap jalannya suatu bisnis.

Melihat pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2021 dapat di lihat dengan pernyataan kementerian kordinator bidang perekonomian Republik Indonesia yaitu “Ekonomi Triwulan-III 2021 yang Tetap Tumbuh Positif Memberikan Optimisme Pencapaian Target Pertumbuhan Ekonomi yang Berkelanjutan“ Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan III-2021 berhasil tumbuh positif sebesar 3,51% (yoy) atau 1,55% (qtq), melanjutkan pertumbuhan positif sebelumnya dari Triwulan II-2021. Respon cepat Pemerintah dalam mengendalikan lonjakan kasus varian delta pada awal Triwulan III-2021 dapat memperkuat kembali momentum pemulihan ekonomi nasional.

Pulihnya kepercayaan masyarakat secara cepat dalam melakukan aktivitas

C Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

ekonomi, menjadikan momentum pemulihan di sisi *demand* dan *supply* tetap terjaga. Percepatan realisasi dari hasil *refocusing* anggaran Program PEN yang mengikuti dinamika pandemi selama Triwulan III-2021 juga telah mendorong konsumsi Pemerintah untuk tumbuh mencapai 0,66% (yoy).

Selanjutnya, situasi pandemi yang mulai terkendali telah mendorong peningkatan aktivitas ekonomi domestik. Konsumsi rumah tangga tumbuh sebesar 1,03% (yoy) dan konsumsi Lembaga Non-Profit yang Melayani Rumah Tangga tumbuh sebesar 2,96% (yoy). Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) juga tumbuh sebesar 3,74% (yoy) sejalan dengan meningkatnya kapasitas produksi dunia usaha.

Sumber : <https://tinyurl.com/ekonomitriwulanindonesia>

Dengan melihatnya perekonomian Indonesia 2021 menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, menunjukkan kinerja yang membaik dan terus mengalami peningkatan. Meskipun, sempat mengalami penurunan yang diakibatkan karena covid-19 tetapi telah pulihnya kepercayaan masyarakat secara cepat dalam melakukan aktivitas ekonomi dan juga sebagai pemulihan bagi ekonomi di Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat ini akan diimbangi dengan daya beli masyarakat. Dengan meningkatnya daya beli masyarakat akan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha atau bisnis *event organizer*. Karena dalam penyelenggaraan acara konsumen pasti menginginkan hasil yang terbaik dan dapat membuat momen yang berkesan untuk konsumen, dan dengan melihat faktor inilah konsumen dapat mengeluarkan uang lebih untuk mendapatk hasil yang maximal



dan moment yang berharga di hari bahagianya. Selama perekomonian masih terus mengalami peningkatan kearah yang lebih baik, maka hal tersebut dapat berpengaruh baik bagi jalannya bisnis *event organizer*.



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

3. Social

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Social budaya sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tindakan dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Pada zaman ini kehidupan *social* di masyarakat berubah seiring dengan berkembangnya teknologi. Gaya hidup individu sangat mempengaruhi terhadap pola konsumsi. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan di dunia. Pada era *modern* saat ini semua orang menginginkan mengadakan acara pernikahan yang meriah dan sesuai dengan harapan keinginannya atau pernikahan impian. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh dari *social media* dan budaya luar yang membuat seseorang berkeinginan untuk memiliki pernikahan impian yang dapat menjadi moment tak terlupakan, mengingat banyak harapan pada pernikahan salah satunya adalah pernikahan satu seumur hidup, dengan adanya pola pikir inilah yang semakin memperkuat untuk setiap orang mendapatkan pernikahan impian yang dapat di kenang seumur hidup.

Melihat perkembangan zaman dan adanya permintaan pasar untuk menyelenggarakan acara dengan menawarkan kemudahan dan perencanaan yang matang. *Event organizer* menjadi salah satu prospek bisnis yang cukup baik untuk dapat terus berkembang, sehingga ini pula yang menjadi peluang besar untuk *Queen Event Organizer* hadir dalam menanggapi permintaan pasar dan perkembangan zaman.

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.



4. Teknologi

Pada era saat ini, teknologi menjadi semakin maju dan berkembang dengan pesatnya sehingga hal ini mengharuskan untuk pembisnis meningkatkan kualitas yang akan di berikan kepada konsumen, hal ini dilakukan untuk tetap bertahan dan mampu bersaing dengan para pesaing yang ada. Dengan menggunakan teknologi saat ini salah satu yang dapat di gunakan dalam bisnis dibidang jasa *event organizer* ini adalah dengan mempermudah untuk mencari informasi dan pelayanan yang di berikan oleh *event organizer* dalam media *social*, *website*, *review* konsumen yang dapat mempermudah untuk di akses oleh konsumen sebagai penarik minat konsumen untuk menggunakan jasa dari *Queen Event Organizer*.

Selain teknologi di gunakan untuk mempermudah konsumen, teknologi sekarang ini juga dapat mempermudah kinerja dari tim *Queen Event Organizer* dalam penyelenggaraan acara atau dalam kegiatan *office*. Seperti , ketersedianya *wifi*, *walki talking*, *computer*, dan teknologi lainnya yang dapat menjadi penunjang dalam keberlangsungan bisnis *event organizer*.

Environment (Lingkungan)

Faktor lingkungan sangat berpengaruh terhadap lingkungan bisnis. Faktor lingkungan mempengaruhi beberapa hal seperti kelestarian lingkungan dan berjalannya bisnis. *Queen Event Organizer* memiliki hubungan yang cukup baik dengan lingkungan, karena dalam penyelenggaraan acara adanya dekorasi dari lingkungan atau tempat *outdoor* yang dapat di gunakan sebagai tempat penyelenggaraan acara. Meskipun, memiliki kaitan yang cukup baik dalam menyelenggarakan acara keperluan dekorasi pasti menggunakan bahan yang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



tidak ramah lingkungan dan hal ini dapat menjadi ancaman untuk *Queen Event Organizer* dalam menjalankan usaha. Bahan yang di maksud anantara lain adalah *stayoffom*, plastik, bahan sekali pakai atau dekorasi adat yang dapat merusak atau mencemari lingkungan. Untuk mengatasi anacaman ini *Queen Event Organizer* melakukan kerjasama kepada tempat pengumpulan limbah yang dapat di daur ulang untuk *industry* kreatif dan dapat menjadi barang yang lebih bernilai dan berguna. Selain itu *Queen Event Organizer* mulai untuk menggunakan barang yang dapat di gunakan kembali sebagai langkah untuk mengurangi kerusakan atau pencemaran lingkungan.

Legal (Hukum)

Faktor Hukum, merupakan aturan yang di buat oleh Negara dan harus di patuhi oleh setiap warga Negara termasuk pelaku bisnis, setiap usaha atau bisnis yang dijalankan harus mempertimbangkan faktor hukum atau aturan kebijakan yang di tetapkan oleh pemerintah, karena jika adanya aturan yang tidak di patuhi akan adanya sanksi yang cukup tegas untuk pelaku bisnis. Dalam menjalankan usaha *Queen Event Organizer* pembisnis berusaha untuk mematuhi kebijakan bisnis yang telah di buat. Seperti, memliki surat izin usaha, NPWP pemilik usaha. Dan akan menghindari hal yang bertentangan dengan hukum. Seperti, Kebijakan hak cipta Menurut Undang-Undang Nomor 19 tahun 2002, kebijakan konten dalam promosi Menurut Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008, dan pembayaran pajak penghasilan Menurut Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No. SE.11/PJ.52/2003 tanggal 28 Maret 2003.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

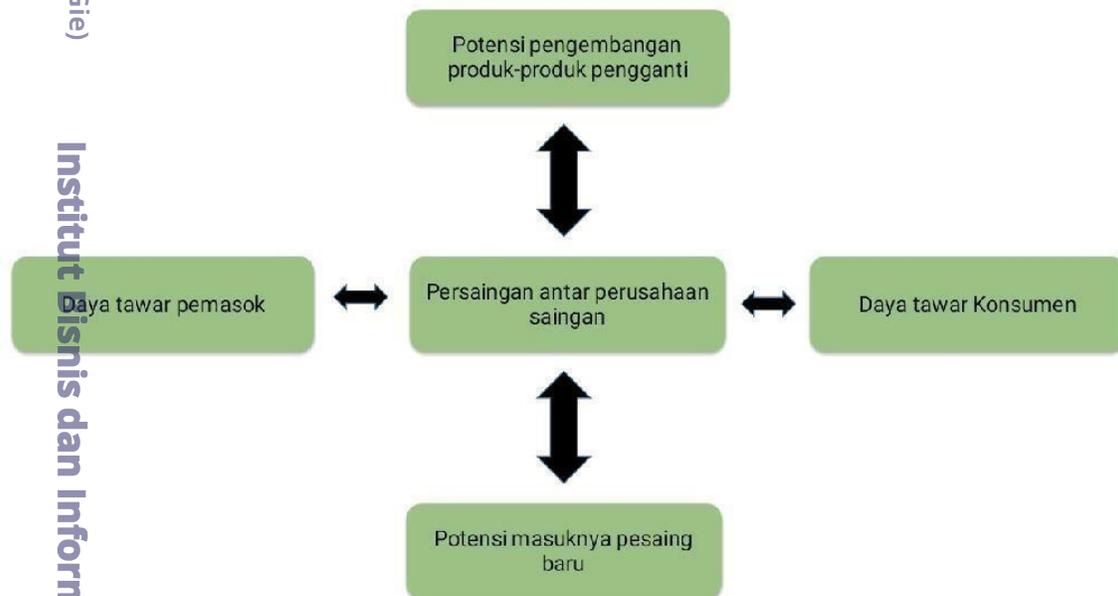
D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaing Model Porter (Porter Five Forces Business Model)

Menurut Fred R. David (2017:229), “lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif

adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.” Ramalan industri bertujuan untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang, hal tersebut dilakukan untuk mengantisipasi perubahan permintaan dimasa depan.

Dengan ramalan yang diperkirakan dengan matang dan data-data yang lengkap dan akurat maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha menguasai pasar dengan mudah dan percaya diri untuk melihat kedepan, berikut ini adalah lima model kekuatan dalam persaingan yang dapat dilihat dibawah ini pada gambar 3.2 :

Gambar 3.2
Lima Kekuatan Pesaing Model Porter



Sumber : Fred R. David (2017 :229), *Strategic Management*





1. Persaingan Antara Perusahaan

Persaingan antara perusahaan adalah perusahaan yang bersaing dalam satu *industry* yang sama, untuk mencapai pasar yang sama dengan memiliki keunggulan yang terus bersaing dengan adanya pemilihan produk, layanan dan jasa yang di berikan. Dengan adanya pesaing anatar perusahaan akan memberikan dampak pada perusahaan sejenisnya, jika perusahaan pesaing melakukan inovasi dan mengembangkan kreatifitas dengan suatu strategi baru yang unik dan dapat di terima oleh pasaran, perusahaan pesaing lainnya harus siap dengan resiko dan anacaman eksternal yang terjadi.

Untuk menghadapi persaingan pada era modern sekarang ini *Queen Event Organizer* melakukan peningkatan pelayanan jasa yang berupa kualitas yang di berikan, memaksimalkan impian yang diharapkan oleh konsumen, memberikan ide dan inovasi dalam kreatifitas berupa konsep-konsep dan gamabaran tema untuk penyelenggaraan acara, memberikan pembeda kualitas dan pelayanan dari pesaing dan terus mengikuti perkembangan zaman dan pasar untuk terus dapat bersaing dengan pesaing.

2. Bargaining power of buyers (Daya tawar konsumen)

Dalam melakukan bisnis tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan, menarik konsumen untuk menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan merupakan salah satu cara untuk dapat mempertahankan bisnis dan dapat bersaing di pasaran. Maka daya tawar pembeli merupakan hal yang harus di pertimbangkan oleh pembisnis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 menarik daya konsumen menggunakan jasa pelayanan, *Queen Event*

Organizer menawarkan pelayanan jasa yang terfokus berupa perencanaan dan pelaksanaan acara. *Queen Event Organizer* memberikan inovasi, kreatifitas dan ide dalam perancangan acara maupun pelaksanaannya dalam hal ini akan menambah daya tarik konsumen untuk menggunakan jasa penyelenggaraan acara. Selain dalam memberikan pelayanan jasa terbaik, *Queen Event Organizer* juga melakukan media promosi dengan social media berupa foto hasil kegiatan acara, *review* konsumen yang telah menggunakan jasa, konten harian dan mingguan untuk terus memberikan update pada media social *Queen Event Organizer* dan adanya *website* untuk memudahkan konsumen akses informasi tentang *Queen Event Organizer*. Hal ini diyakini sangat berguna untuk konsumen dalam memilih dan memiliki gambaran acara yang di inginkan.

Hal ini semua, dilakukan untuk terus menjadi daya tarik konsumen dan juga sebagai langkah untuk meningkatkan kualitas layanan jasa yang akan diberikan.

Penilaian utama konsumen untuk tentang *Queen Event Organizer* merupakan hal yang sangat penting untuk di perhatikan. Dalam industri atau bisnis dibidang jasa konsumen akan memberikan nilai dari kualitas pelayanan yang di berikan dalam perencanaan maupun pelaksanaan. Oleh karenanya dalam berkomintmen *Queen Event Organizer* bersungguh-sungguh untuk mempertahankan kualitas yang di berikan, terus memberikan inovasi dan kreatifitas untuk meningkatkan loyalitas sehingga daya tawar konsumen menjadi minim.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



3. Bargaining power of suppliers (Daya tawar pemasok)

Pemasok merupakan pihak yang sangat penting untuk diperhatikan dalam bisnis, semakin banyaknya pemasok yang menawarkan produk sejenis atau sama, akan menjadi kesempatan besar untuk pembisnis melakukan kesempatan menawar. Tetapi sebaliknya, jika produk yang ditawarkan sedikit kuantitasnya akan lebih kecil kesempatan pembisnis untuk melakukan penawaran. Daya tawar pemasok merupakan tolak ukur kekuatan pemasok dan seberapa besar bisnis tergantung pada pemasoknya.

Daya tawar pemasok akan meningkat jika memiliki jumlah pesaing yang lebih sedikit dari pada jumlah pembeli, harga yang ditawarkan relatif lebih mahal karena pemasok memiliki daya tawar yang lebih tinggi dan banyak pembeli lain yang bersedia untuk membeli barang dari mereka. Tetapi pada era modern semua dapat, didapatkan lebih mudah menggunakan teknologi yang ada untuk mempermudah semua pembisnis dalam menjalankan usahanya.

Dalam menjalankan usaha *Queen Event Organizer*, memiliki banyak pemasok sesuai dengan kebutuhan yang ada untuk menjalankan penyelenggaraan acara yang di inginkan. Tetapi untuk melakukan penggantian pemasok sejenis tergolong rendah dan untuk mendapatkan kebutuhan yang diperlukan relatif mudah. Maka dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok dalam usaha tau bisnis *Event Organizer* ini tergolong rendah.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



4. *Threat of new entrants* (Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industri sejenis)

Salah satu hambatan yang dapat terjadi dalam menjalankan usaha adalah adanya pesaing baru sejenis dalam *industry* sejenis. Dengan banyaknya peluang yang ada akan memudahkan untuk pendatang baru masuk dalam bisnis. Hal ini, akan memberikan dampak pada bisnis lama sejenis jika pendatang baru dapat memberikan penawaran yang dapat diterima oleh pasaran.

Dalam melihat bisnis mudah atau tidaknya dimasuki oleh pendatang baru dengan melihatnya modal dan mudahnya mendapatkan kebutuhan dalam bisnis di dapatkan. Meliha dari peluang yang ada sebagai modal dalam menjalankan usaha atau bisnis *Event Organizer*. Maka, dapat disimpulkan bahwa ancaman dengan adanya pesaing sejenis dalam *industry* sejenis cukup tinggi. Dalam hal ini, tentunya menjadi tantangan untuk *Queen Event Organizer* dapat terus meningkatkan daya saing terhadap pesaing, mempertahankan dan mengembangkan kualitas pelayanan yang diberikan dengan kratifitas dan inovasi dalam setiap dekorasi dan pelayanan untuk setiap kegiatan.

5. *Threats of substitutes* (Ancaman dari produk substitusi/pengganti)

Selain hambatan adanya pendatang baru, hambatan adanya produk pengganti juga menjadi masalah yang harus di perhatikan oleh pembisnis. Produk jasa pengganti dari bisnis *Queen Event Organizer* adalah perencanaan, dekorasi dan pelaksanaan yang di kerjakan sendiri olah penyelenggara acara tersebut. Tetapi tentunya memliki kualitas perencanaan dan pelaksanaan acara yang tidak sebanding dengan menggunakan jasa *Event Organizer* karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perencanaan yang tersusun dan kurangnya jaringan vendor untuk acara impian. Maka dari itu, dapat di simpulkan bahwaacaman produk

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 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.



pengganti sejenis di industry ini tergolong yang rendah. Meskipun dalam produk pengganti ini dalam bisnis ini tergolong rendah, tetapi *Queen Event Organizer* tetap berupaya untuk tetap membuat konsumen merasakan nilai tambah dengan menggunakan jasa *Event Organizer*. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal untuk konsumen akan memberikan rasa puas dan tidak adanya rasa sia-sia menggunakan jasa *event organizer* dan juga bisa menjadi nilai tambah untuk *Queen Event Organizer* sebagai *review* konsumen.

E Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix/CPM*)

Analisis Matriks Profil Persaingan adalah sebuah analisis strategi yang dapat membandingkan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan pesaing agar dapat menemukan kelebihan dan kekurangan perusahaan dibanding saingannya. Dengan membuat matriks ini, pengambilan keputusan strategi akan menjadi lebih baik, mengetahui kesempatan yang ada pada pasar dan membantu dalam menyusun penawaran nilai yang diberikan perusahaan dibanding perusahaan lawan. Setiap perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Walau perusahaan lebih baik dari satu sisi, tapi perusahaan lawan lebih baik dari sisi yang lain.

Dengan menggunakan CPM akan menunjukkan kepada pembisnis mengenai titik kekuatan dari usaha dan titik kelemahan dari usaha yang dijalankan terhadap pesaing. Nilai CPM ini dapat diukur dalam skala yang sama adalah dengan bobot tetap sama untuk setiap perusahaan hanya peringkatnya saja yang beragam. Keuntungan dengan menggunakan CPM adalah memudahkan analisis perbandingan antara *Queen Event Organizer* dengan perusahaan pesaing. Analisa CPM mencakup secara keseluruhan mulai dari faktor eksternal dan faktor internal.

C

Hak cipta milik IBKKG (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 IBKKG.

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



1. Critical Success Factors



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Faktor ini adalah faktor utama dalam menentukan kesuksesan atau keberhasilan dalam suatu usaha yang di jalankan. Hal ini, dapat dianalisis dengan menganalisis lingkungan eksternal dan internal bisnis. Jika terlihat rating tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan yang dilakukan telah berjalan dengan baik atau berhasil, tetapi jika peringkat rating rendah menunjukkan strategi perusahaan yang dijalankan belum cukup baik atau perlunya di perbaiki dalam strategi.

2. Rating (Peringkat)

Rating dalam CPM memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Jika, menunjukkan rating semakin tinggi yang didapatkan, memperlihatkan respon baik dari perusahaan terhadap CPM. Dan jika sebaliknya, peringkat rendah ini menunjukkan bahawa respon perusahaan terhadap CPM kurang baik atau rendah. Peringkat berkisaran antara 1,0 dan 4,0 dan dapat diterapkan berbagai faktor.

Ada beberapa faktor yang terkait dengan peringkat dalam CPM:

- Peringkat di terapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



- d. Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0.

3. **Weight (bobot)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan *relative* dari faktor kesuksesan di dalam *industry* perusahaan. Bobot berkisaran 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 harus diperbaiki.

4. **Total Weight Score**

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1 (rendah) ke 4 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM adalah 2,5 dimana setiap perusahaan dengan total skor dibawah 2,5 dianggap lemah, sedangkan jika total skor tertimbang lebih tinggi dari 2,5 akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang paling tinggi dianggap sebagai pemenang diantara para pesaing yang ada. Berikut ini adalah Tabel 3.5 yang menyajikan analisis CPM *Queen Event Organizer*

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.



Tabel 3. 5
Competitive Profile Matrix

No	Critical Success Factor	Weight	Queen EO		Isabella EO		Lumineux EO	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
1	Brand	0,15	1	0,15	4	0,6	4	0,6
2	Harga	0,2	4	0,8	2	0,4	3	0,6
3	Portofolio Pengalaman	0,2	2	0,4	4	0,8	3	0,6
4	Lokasi Kantor	0,03	3	0,09	3	0,09	3	0,09
5	Mutu Pelayanan	0,3	4	1,2	4	1,2	3	0,9
6	Konten Media Sosial	0,12	4	0,48	4	0,48	2	0,24
	Total	1,00	3,12		3,57		3,03	

Sumber : *Queen Event Organizer*

Keterangan :

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

Tabel Competitive Profile Matrix (CPM) diatas dapat dilihat bahwa critical success factor adalah salah satu faktor yang menunjang kesuksesan suatu bisnis dan analisa peluang berhasil dan kegagalan dari bisnis ataupun dari pesaing.

berikut ini merupakan penjelasan mengenai posisi *Queen Event Organizer* dan para pesaing berdasarkan table 3.2 di atas :



a. Brand Merek

© Dalam berbisnis membangun *brand* merek bukanlah hal yang mudah, memerlukan strategi pemasaran yang tepat, memerlukan biaya dalam promosi, memerlukan waktu yang tidak singkat untuk *brand* dapat dikenal oleh konsumen. *Brand* merek juga menjadi faktor kesuksesan karena dengan kuatnya branding tentang *brand* merek akan semakin mudah untuk menggapai konsumen karena telah tertanamnya tentang *brand* yang dapat di percaya untuk di gunakan.

Pada tabel 3.5 diatas dapat terlihat bahwa *Isabella Event Organizer* mendapatkan peringkat 4 karena *Isabella Event Organizer* sudah berdiri cukup lama dan pastinya memiliki pengalaman yang lebih banyak, dengan banyaknya pengalaman tentunya sudah dikenalnya *brand* dari *Isabella Event Organizer* dalam bisnis ini. Sementara itu, *Lumineux Event Organizer* mendapatkan peringkat 4 karena berdiri sejak 2018 meskipun termasuk bisnis baru tetapi untuk pengalaman cukup banyak dan lumayan di kenal dalam masyarakat. Sedangkan *Queen Event Organizer* memiliki rating 1 karena merupakan usaha baru yang sedang di rintis sehingga belum terkenalnya citra brand dan kurangnya pengalaman di mata konsumen.

b. Harga

Harga merupakan kompeten penting dalam bisnis, karena seringkali konsumen membuat segiperbandingan harga untuk produk atau jasa yang di inginkan. Pada tabel 3.2 diatas, dapat dilihat bahwa bobot memiliki nilai yang cukup besar yaitu 0,2. Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa fakto harga merupakan faktor yang cukup menjadi nilai perbandingan untuk konsumen dalam menentukan pembelian konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Dalam hal ini, *Isabella Event Organizer* mendapatkan rating 2 karena memiliki harga yang cukup mahal dikalangan konsumen dan untuk, *Luminuex Event Organizer* mendapatkan rating 3 karena memiliki harga yang cukup terjangkau. Sedangkan untuk *Queen Event Organizer* mendapatkan rating 4 ,karena *Queen event organizer* optimis mampu bersaing dengan pesaing dan memberikan harga yang terjangkau untuk konsumen tanpa mengurangi pelayanan yang terbaik.

c. Portofolio/ Pengalaman

Dalam bisnis di bidang jasa pengalaman merupakan hal yang cukup dilihat oleh kosumen untuk perbandingan dan melihat *review* konsumen sebelumnya yang telah menggunakan jasa *Event Organizer*, portofolio/pengalaman memperoleh bobot 0,2 hal ini dikarenakan memiliki tingkat yang cukup penting dalam menarik daya pembelian konsumen dan menjadi tolak ukur konsumen dalam menilai kualitas dari jasa yang diberikan.

Isabella Event Organizer mendapatkan rating tertinggi yaitu 4, karena *Isabella Event Organizer* telah berdiri cukup lama dan telah memiliki pengalaman dalam menjalan bisnis *event organizer*. Hal ini, dapat dilihat melalui *social media* mereka yang membagikan foto-foto penyelenggaraan acara yang telah dilakukan. Sedangkan, *Luminuex Event Organizer* mendapatkan rating 3 karena meskipun sudah berdiri dari 2018 tetapi untuk kegiatan penyelenggaraan masih cukup sedikit dilakukan. Sedangkan *Queen Event Organizer* mendapatkan rating 3. Meskipun merupakan bisnis yang baru dirintis dan belum memiliki pengalaman atau portofolio yang banyak seperti *Isabella event organizer* tetapi *Queen Event Organizer* optimis dalam memberikan pelayan terbaik dan mampu untuk meningkatkan daya beli konsumen sehingga dapat memiliki pengalaman dan *review* baik konsumen.

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. Mutu Pelayanan

Ⓒ **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)** Bisnis dibidang jasa seperti *Event Organizer*, mutu pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Hal ini dikarenakan, mutu pelayanan yang berkualitas dapat membawa suatu perusahaan menjadi unggul dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang menjadi penilaian konsumen dalam menentukan pembelian dalam bidang jasa. Hal ini juga, yang membuat bobot dalam tabel 0,3 yaitu bobot tertinggi di bandingkan yang lain.

Berdasarkan tabel 3.5 diatas dapat dilihat bahwa, *Isabella Event Organizer* mendapatkan *rating* tinggi yaitu 4 karena memiliki kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik, lalu disusul oleh *Queen Event Organizer*, karena *Queen Event Organizer* mampu memberikan pelayanan terbaik dan optimis dapat mencapai kepuasan dari konsumen. Sedangkan, *Lumineux Event Organizer* hanya mampu mendapatkan *rating* 3 karena dalam hal ini adanya review negative dari konsumen sehingga kurangnya kepercayaan dari konsumen.

e. Konten Media Sosial

Konten dalam media *social* sekarang menjadi nilai yang dapat di perhitungkan karena dengan media *social* semua dapat di jangkau dengan lebih cepat dan dapat memberikan informasi yang ingin ditampilkan oleh pembisnis untuk menarik daya beli konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh pembisnis.

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.



Dalam hal ini, *Isabella Event Organizer* mendapatkan nilai rating tertinggi 4

karena dapat memperlihatkan kepada konsumennya pada media sosial konten yang menarik dan enak untuk dilihat, dengan beraturan sesuai komposisi, *Editing* foto dan video yang sesuai dengan pencahayaan sehingga menarik konsumen untuk melihat dan menambah rasa ingin tau tentang bisnis. Lalu ada *Queen Event Organizer* yang memiliki rating 4 hal ini dikarenakan pembisnis mampu melakukan *Editing* yang menarik baik foto, video dan poster untuk penawaran. Sedangkan *Lumineux Event Organizer* hanya mendapatkan rating 2 karena kurang menariknya konten media social yang di tampilkan, tidak adanya editing pada foto dan video sehingga kualitas gambar yang di berikan terkadang kerkesan buram atau warna yang tidak timbul dan untuk poster yang di berikan kurang menarik konsumen.

f. Lokasi Kantor

Lokasi mendapatkan bobot terendah sebesar 0,03 nilai ini didapatkan dari hasil kuisioner yang disebarkan, hal ini pun didukung karena dalam menjalankan bisnis *Event Organizer* yang berada pada sektor jasa, lokasi kantor tidak terlalu berpengaruh bagi bisnis *Event Organizer*, hal ini pun dapat dilihat dari pesaing *Queen Event Organizer* yaitu *Isabella Event Organizer* dan *Lumineux Event Organizer* yang tidak memiliki kantor resmi dan hanya menggunakan alamat rumah pribadi sebagai kantor, dan untuk pertemuan dengan konsumen dengan melihat perkembangan zaman sekarang ini dapat dilakukan online via zoom atau bertemu ditempat yang telah disepakati oleh konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



F. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan oleh pembisnis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Metode analisis SWOT ini ditemukan oleh Albert Humprey pada tahun 1960-an. Dengan menggunakan analisis SWOT pembisnis dapat membuat strategi pemasaran dan dapat mengelolah hal yang menjadi peluang untuk menjadi kekuatan.

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya yang di miliki oleh perusahaan berupa keunggulan dan keterampilan yang menjadi kekuatan untuk meningkatkan peluang ada dalam pasar sehingga dapat bersaing dengan pesaing .

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah keterbatasan dan kekurangan dalam sumber daya usaha yang dimiliki. Dengan adanya kelemahan dalam bisnis membuat terjadinya hambatan dalam menjalankan bisnis.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kesempatan yang terjadi karena adanya faktor yang menguntungkan untuk bisnis, peluang merupakan faktor eksternal dengan adanya peluang akan meningkatkan brand dari bisnis dan membuat bisnis berkembang dengan lebih pesat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©

Hak Cipta dilindungi IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



4. Ancaman (*Threats*)

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Ancaman adalah faktor eksternal yang diluar kendali perusahaan. Perusahaan harus menyusun rencana untuk mempersiapkan perusahaan jika hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. Berikut ini merupakan analisis SWOT dari *Queen Event Organizer* :

Tabel 3. 6
Analisis SWOT Queen Event Organizer

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Harga terjangkau atau dapat bersaing (S1)	1. belum memiliki brand merek yang terkenal. (W1)
2. Mampu memberikan Pelayanan yang baik (S2)	2. belum memiliki pengalaman. (W2)
3. Memiliki hubungan relasi yang baik (S3)	
4. Konten sosial media yang menarik (S4)	
5. memiliki kantor fisik yang memadai dan nyaman. (S5)	
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Berkembangnya gaya hidup pada ere modern (O1)	1. Munculnya pesaing baru pada bisnis sejenis dan pasar sejenis. (T1)
2. Dapat Digunakan oleh semua kalangan konsumen yang ingin melakukan pernikahan (O2)	2. Adanya ketidak pastian penilaian konsumen. (T2)
3. Peluang pasar yang besar dan dapat berkembang terus. (O3)	3. memiliki tingkat pesaingan yang cukup tinggi. (T3)
4. Media Sosial yang menjadi bagian dari masyarakat. (O4)	4. Merupakan bisnis yang mudah ditiru. (T4)
5. Sosial media yang dapat menjangkau konsumen lebih besar dan dapat membuka peluang baru. (O5)	

Sumber : *Queen Event Organizer*

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.



Tabel 3.7
Strategi SWOT Queen Event Organizer

No	S-O Strategi		W-O Strategi	
1.	Secara Konsisten melakukan kegiatan promosi.	(S1, S3, S4, O1,O2,O3)	1. Meningkatkan Kualitas Layanan dan SDM	(W2, O1, O2)
2.	Menciptakan citra dan membangun brand merek yang baik di mata konsumen.	(S2, S3, S4, O1, O2,O3)	2. Memperkenalkan jasa kepada masyarakat luas dengan melakukan promosi yang rutin	(W1, W2, O1, O2, O3)
3.	Membangun Kepercayaan Konsumen	(S2, S4, S5, O2, O3)	3. Membangun Kerja sama dengan vendor dan vanue terbaik	(W1, O1,O3)
4.	Memberikan Pelayanan sesuai dengan Keinginan konsumen	(S2, S4, O3)		
5.	Membuat Paket-Paket untuk memudahkan konsumen	(S2, S4, O1, O3)		
No	S-T Strategi		W-T Strategi	
1.	Selalu Berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman	(S2, S4, T1,T3,T4)	1. Meningkatkan Nama Brand dan kesadaran masyarakat dengan Endorse atau iklan	(W1, W2, T3)
2.	Melakukan Review dan Evaluasi	(S2, S3, S4, T2,T3)	2. Melakukan promosi dengan rutin dan menarik.	(W1, W2, T1, T3)
3.	Memberikan Gift to konsumen	(S2, S3, T1, T2)	3. Melakukan Kerja sama dengan Vendor dan Vanue untuk merekomendasikan Queen Event Organizer	(W1, W2, T2, T3, T4)

Sumber : Queen Event Organizer

1. Diutamakan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis 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.

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



**Gambar 3. 3
SWOT QUADRANT**



Sumber : *Queen Event Organizer*

Berikut ini penjelasan gambar 3.3 diatas merupakan strategi SWOT yang akan di gunakan oleh *Queen Event Organizer* :

1. Strategi Strengths – Opportunities

- a. Promosi (S1, S3, S4,O1,O2,O3) :

Secara Konsisten melakukan kegiatan promosi, Pada zaman modern sekarang ini social media merupakan sebuah media promosi dan media untuk menyampaikan informasi yang lebih mudah untuk diakses oleh konsumen,

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



dengan menggunakan marketing digital di social media dan mengikuti trend yang berkembang di pasar akan memudahkan untuk memperkenalkan produk jasa yang ditawarkan dan lebih mudah untuk membuat konsumen tertarik dalam menggunakan jasa. Selain itu dengan melakukan secara konsisten dan rutin di media social akan lebih cepat untuk menarik konsumen untuk tertarik kepada apa yang ditawarkan, konsisten dalam promosi di sosial media juga membuat produk jasa yang kita tawarkan menjadi lebih cepat untuk dikenal di masyarakat.

b. Membangun Brand ((S2, S3, S4, O1, O2, O3) :

Menciptakan citra dan membangun brand merek yang baik di mata konsumen. Dengan menciptakan citra yang baik dan membangun brand merek yang baik di mata konsumen, hal ini dapat dilakukan dengan membangun brand image di social media, bekerja sama dengan vanue dan vendor yang memiliki kualitas baik, dan memberikan pelayanan yang maksimal pada setiap penyelenggaraan acara yang dijalankan.

c. Trust (S2, S4, S5, O2, O3) :

Membangun kepercayaan konsumen. Dalam bisnis di sektor jasa kepercayaan merupakan hal yang sangat penting, maka dari itu *Queen Event Organizer* akan terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen-konsumennya. Hal ini dilakukan, untuk mendapatkan penilaian terbaik dari setiap konsumen yang menggunakan jasa dari *Queen Event Organizer* lalu, membangun dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain memberikan pelayanan yang maksimal, *Queen Event Organizer* juga akan memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen sebagai pertimbangan dan membangun rasa percaya konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



d. Mutu Pelayanan (S2, S4, O3):

Memberikan Pelayanan sesuai dengan Keinginan konsumen. Bisnis dalam sektor jasa, mutu pelayanan merupakan hal yang sangat berpengaruh dan menjadi tolak ukur konsumen dalam menggunakan jasa. Memberikan pelayanan terbaik kepada setiap konsumen yang menggunakan jasa *Queen Event Organizer*.

e. Variasi Paket (S2, S4,O1, O3) :

Membuat Paket-Paket untuk memudahkan konsumen. Dengan memberikan beberapa varian paket kepada konsumen akan memudahkan konsumen dalam menentukan kebutuhan yang akan digunakan dan memberikan kemudahan konsumen dalam mempertimbangkan harga budget yang sesuai dengan konsumen. Pilihan paket yang ditawarkan merupakan opsi untuk konsumen dalam menentukan kebutuhan dalam penyelenggaraan acara. Selain itu Kreatif dan inovatif sangat dibutuhkan dalam menjalankan bisnis jasa *Event Organizer*, dengan memberikan beberapa pilihan tema acara pernikahan kepada konsumen akan memudahkan konsumen dalam menentukan tema acara dan dekorasi yang diinginkan. Menghadirkan tema baru juga merupakan strategi yang menjadi daya tarik konsumen untuk menggunakan jasa dari *Queen Event Organizer*.

2. Strategi Weaknesses – Opportunities

a. Meningkatkan Kualitas SDM (W2, O1, O2) :

Meningkatkan Kualitas Layanan dan SDM. Dengan memiliki kualitas SDM yang baik merupakan investasi yang dimiliki oleh suatu bisnis, karena dengan memiliki kualitas SDM yang baik akan mempermudah dan melanjutkan setiap kegiatan usaha.

b. Kerja sama Vanue dan Vendor (W1, O1,O3) :



Membangun Kerja sama dengan vendor dan vanue terbaik. Dalam menggunakan vanue dan vendor untuk kegiatan penyelenggaraan acara, sebelum itu akan dilakukan proses pemilihan untuk mendapatkan vanue dan vendor yang memiliki kualitas terbaik dan memiliki reputasi yang baik dimata konsumen.

c. Promosi dan Menaikan Nama (W1, W2, O1, O2, O3):

Membangun Kerja sama dengan vendor dan vanue terbaik. Promosi akan dilakuan untuk menarik konsumen dan menaikan nama brand dari bisnis untuk dapat lebih mudah menjangkau dan membangun kepercayaan konsumen.

3. Strategi *Strenght* – *Threats*

a. Mengikuti Trend dan perkembangan pasar (S2, S4,T1,T3,T4):

Selalu Berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman. Mengikuti trend dipasaran dapat dilakukan sebagai media promosi memperkenalkan nama brand merek dari usaha dengan mengikuti perkembangan zaman akan menuntut pembisnis untuk lebih berinovasi agar lebih unggul disbanding pesaing.

b. Review dan Evaluasi (S2, S3, S4, T2,T3) :

Melakukan Review dan Evaluasi. Review adalah penilaian dari konsumen, review baik sangat berguna untuk menarik konsumen lain yang ingin menggunakan jasa *Queen Event Organizer*, karena dari penilaian baik konsumen akan meningkatkan kualitas kepercayaan kosumen lain untuk menggunakan jasa. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui kritik dan saran dari konsumen yang telah di berikan, evaluasi internal tim juga dilakukan untuk meningkatkan kinerja tim dan mengurangi potensi masalah yang akan terjadi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- c. Gift to konsumen (S2, S3, T1, T2):

Memberikan Gift to konsumen. Istilah ini diberikan oleh *Queen Event Organizer* untuk memberikan pelayanan yang maksimal untuk konsumen, Gift yang diberikan untuk konsumen adalah pelayanan yang terbaik dari mulai sampai akhir. Seperti, memberikan kartu nama, brosur tentang *Queen Event Organizer*, kartu ucapan terimakasih, souvenir untuk konsumen yang telah menggunakan jasa, dan lainnya.

4. Weaknesses – Threats

- a. Endorsment / Iklan (W1, W2, T3):

Meningkatkan Nama Brand dan kesadaran masyarakat dengan Endorse atau iklan. Endorsment salebgram atau seseorang yang memiliki banyak *followers* merupakan hal yang dapat dilakukan sebagai media promosi untuk memperkenalkan nama brand dari *Queen Event Organizer*. Iklan akan dilakukan melalui media Instagram *story* yang berbayar, hal ini dapat menarik konsumen yang sedang mencari informasi mengenai pernikahan dan dapat menarik konsumen untuk menjadi pertimbangan dalam penggunaan jasa.

- b. Promosi Rutin (W1, W2, T1, T3) :

Melakukan promosi dengan rutin dan menarik. *Queen Event Organizer* merupakan usaha baru dan harus melakukan promosi secara rutin, promosi ini

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.

dapat dilakukan di social media pribadi atau dengan mengikuti *event bazaar* untuk EO hal ini dilakukan untuk menjangkau konsumen dan menaikkan nama brand agar lebih cepat dikenal.

c. Bekerja sama dengan Vanue (W1, W2, T2, T3, T4):

Melakukan Kerja sama dengan Vendor dan Vanue untuk merekomendasikan Queen Event Organizer. Vanue adalah tempat penyelenggaraan acara dengan melakukan kerja sama dengan vanue akan sangat menguntungkan kedua belah pihak karena keduanya akan mendapatkan konsumen. Vanue melakukan promosi untuk tempat penyelenggaraan acara dan vanue akan berordinasi dengan pihak

EO dalam proses penyelenggaraan acaranya. Vendor adalah merupakan partner dalam bisnis *Event Organizer*, dengan bekerja sama dengan vendor untuk merekomendasikan *Queen Event Organizer* akan saling menguntungkan untuk kedua pihak.

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