

## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### A. Jasa Yang Dihasilkan

Jasa memiliki perbedaan dengan produk, jasa cukup sulit untuk dibedakan karena pembelian suatu produk atau barang kerap kali disertai oleh jasa-jasa tertentu dan begitu pula sebaliknya dengan pembelian suatu jasa seringkali melibatkan produk atau barang tertentu untuk melengkapi suatu kebutuhan. Untuk memahami hal ini diperlukan pembahasan mengenai pengertian dan karakteristik dari jasa.

Menurut Kasmir (2017: 47), pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Karakteristik jasa adalah suatu sifat dari jasa yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang berfungsi untuk membedakan dengan produk barang. Menurut Kotler dan Keller (2016:424), empat karakteristik jasa sebagai berikut:

#### 1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, maka calon pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu saja. Konsumen mencari bukti dari kualitas pelayanan jasa berdasarkan enam hal

berikut ini:





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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

a. Tempat (*Place*)

Tempat yang mendukung seperti kebersihan yang terjaga, suasana nyaman dan mendukung.

b. Orang (*People*)

Orang yang menangani dan melayani mampu melaksanakan tugas dengan baik. Sudah terlatih dalam menangani masalah dan lain-lain.

c. Peralatan (*Equipment*)

Peralatan penunjang seperti komputer, meja, mesin fax, telepon, dan lain sebagainya.

d. Komunikasi Material (*Material Communication*)

Bukti serupa teks tertulis dan foto, misal kontrak kerja atau portofolio foto.

e. Simbol (*Symbol*)

Nama dan simbol pemberi jasa mencerminkan kemampuan dan kelebihan dalam melayani konsumen.

f. Harga (*Price*)

Harga yang masuk akal dan terjangkau serta dapat dipadukan dengan berbagai macam promosi penjualan, seperti bonus, diskon, dan lain-lain.

2. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.

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.



#### Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat tidak terstandarisasi dan sangat bervariasi. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandar. Kualitas pelayanan jasa bergantung pada siapa penyediannya, kapan, dimana, dan bagaimana jasa itu diberikan. Oleh karena itu jasa sangat bervariasi dan berbeda satu dengan yang lainnya.

#### 4. Tidak Dapat Disimpan (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan untuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diberikan dan langsung diterima oleh si penerimanya. Karakteristik seperti ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dulu, disimpan, dan dipergunakan lain waktu.

*Queen Event Organizer* menawarkan jasa *event planner* atau *wedding planner* yang bergerak dibidang perencanaan acara, mulai dari perencanaan acara, persiapan acara dan pelaksanaan acara mulai dari awal sampai akhir. Selain menawarkan jasa di bidang perencanaan dan penyelenggaraan acara, *Queen Event Organizer* juga menawarkan jasa dekorasi acara yang termasuk pelayanan servis dalam penyelenggaraan acara. Dalam melakukan dekorasi diperlukan tingkat keterampilan yang khusus. Karena dalam melakukan dekorasi memerlukan kreativitas untuk mencapai tingkat keinginan atau impian dari konsumen dan dapat memiliki kesan yang mewah dalam segi dekorasi hal ini dilakukan untuk dapat membuat acara berjalan lancar dan baik. Oleh sebab itu pula yang membuat *Queen Event Organizer* bekerja sama dengan beberapa vendor untuk mendapatkan hasil dekorasi yang sesuai.

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 4. 1**  
**Daftar Penawaran Paket**

<b>Penawaran Paket</b>			
<b>Alona</b>	<b>Christan</b>	<b>Eunike</b>	<b>Gabriel</b>
80 Undangan	150 undangan	Sangjit atau Pertunangan	Sangjit atau Pertunangan
80 pax buffet	150 pax buffet	200 undangan	300 undangan
4 foodstall	4 foodstall	200 pax buffet	300 pax buffet
MC	MC	5 foodstall	5 foodstall
Musik dan <i>Sound System</i>	Musik dan <i>Sound System</i>	MC	MC
Dekorasi	Dekorasi	Musik (bebas pilih gendre band) dan <i>Sound System</i>	Musik (bebas pilih gendre band) dan <i>Sound System</i>
Fotografer + free foto dan video	Fotografer + free foto dan video	Dekorasi	Dekorasi
5 crew hari H	5 crew hari H	Fotografer + free foto dan video	Fotografer + free foto dan video
MUA khusus pengantin dan Hairdo	MUA pengantin dan Hairdo + 2 orang	8 crew hari H	8 crew hari H
40 kursi tamu	Guest Book	MUA pengantin dan Hairdo + 4 orang	MUA pengantin dan Hairdo + 4 orang
7 meja	50 Kursi tamu	Guest Book	Guest Book
Handsantizer, alat cek suhu dan 1 pax masker gratis	7 meja	80 Kursi tamu	150 Kursi tamu
Hand Bouquet ukuran sedang	Handsantizer, alat cek suhu dan 1 pax masker gratis	8 meja	8 meja tamu
	150 Souverni dan 2 souvernir pengantin	Handsantizer, alat cek suhu dan 1 pax masker gratis	Handsantizer, alat cek suhu dan 1 pax masker gratis
	Hand Bouquet ukuran sedang	200 Souverni dan 2 souvernir pengantin	300 Souverni dan 2 souvernir pengantin
	foto prewedding	foto prewedding	foto prewedding
		wedding cake	wedding cake
		wedding gown for rent	wedding gown for rent
		Hand Bouquet ukuran sedang	2 angpao girls (pager ayu)
		2 angpao girls (pager ayu )	Hand Bouquet ukuran sedang

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.



		Photoboot	Acara adat
			Tarian adat
			2 room untuk hari H
			Table Dekorasi (5 pax)
			Wedding Car
			Photoboot

Sumber : *Queen Event Organizer*

Dari data Tabel 4.1 diatas, merupakan penawaran paket yang diberikan oleh *Queen Event Organizer* untuk memudahkan konsumen dalam menentukan kebutuhan penyelenggaraan acara. Paket ini juga bertujuan untuk memudahkan *Queen Event Organizer* dalam mempersiapkan proses penyelenggaraan acara.

**Gambar 4. 1**  
**Contoh Dekorasi Alona**



Sumber : *Queen Event Organizer*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

**Gambar 4. 2**  
**Contoh Dekorasi Christan**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4. 3**  
**Contoh Dekorasi Eunike**



**© 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.



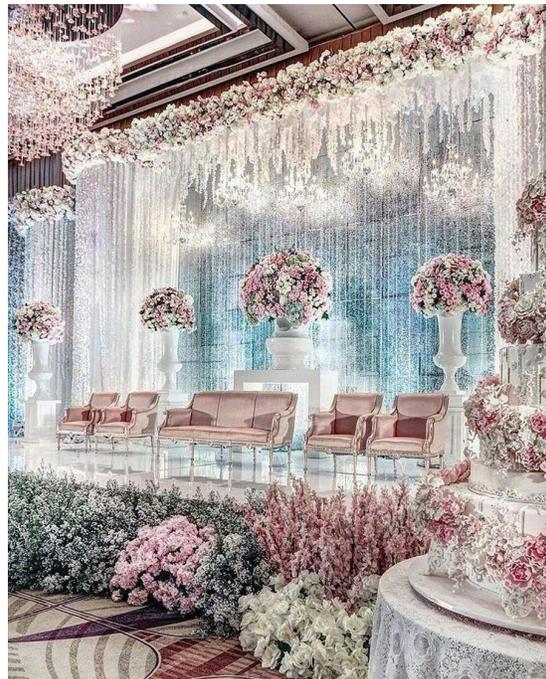
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



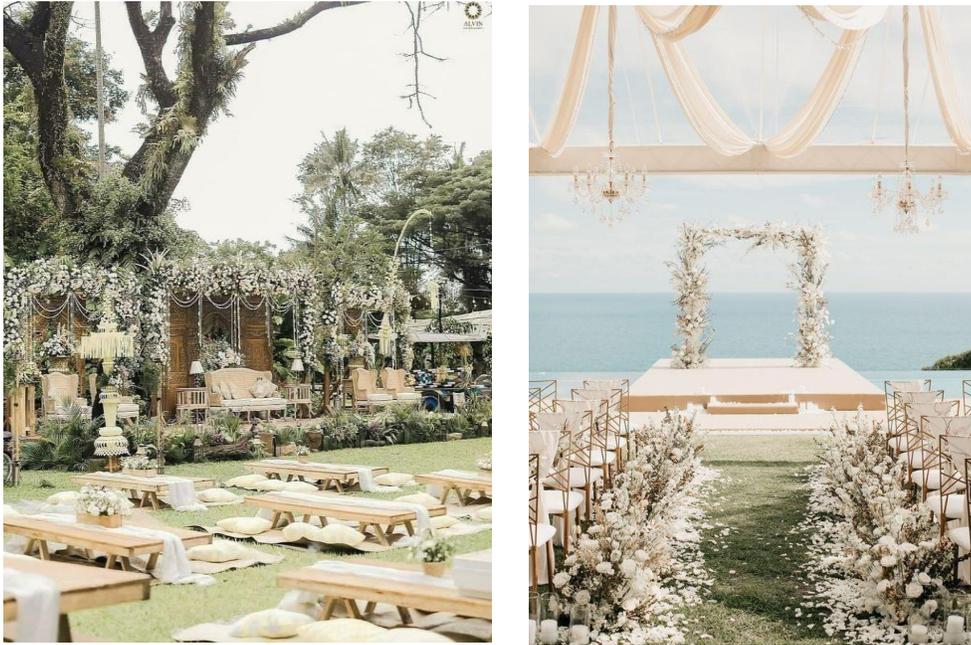
Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4. 4**  
**Contoh Dekorasi Gabriel**



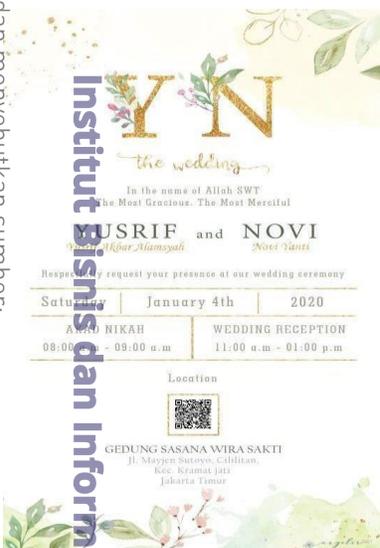
Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4.5**  
**Contoh Dekorasi Outdoor**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4.6**  
**Contoh Undangan Online, Undangan Akrilik, Undangan Biasa**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**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.



Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Jerdin

**Gambar 4.7**  
**Contoh Dekorasi Foodstall**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4.8**  
**Contoh Dekorasi Sangjit**



Sumber : *Queen Event Organizer*

1. Ditaring 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.



**Gambar 4. 9**  
**Contoh *Make up* Pengantin dan *Wedding Gown***



© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Ditarang menutupi 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 : *Queen Event Organizer*



**Gambar 4. 10**  
**Contoh Geust Book dan papan tamu**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4. 11**  
**Contoh Souvernir dan Buku Tamu**



© 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.



**© 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.



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4. 12**  
**Contoh Foto Prewedding**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4. 13**Contoh *Wedding Cake*



Sumber : *Queen Event Organizer*



**Gambar 4. 14**  
**Contoh Pagar Ayu ( Angpao Girls)**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4. 15**  
**Contoh Hand Bouquet**



Sumber : *Queen Event Organizer*



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.

**Gambar 4. 16**  
**Contoh Acara Adat**



Sumber : *Queen Event Organizer*

© Hak cipta m

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



**Gambar 4. 17**  
**Contoh Sewa Mobil Wedding**



Sumber : *Queen Event Organizer*

**Gambar 4. 18**  
**Contoh Tempat Photoboot**



Sumber : *Queen Event Organizer*

© 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.



**Gambar 4. 19**  
**Logo *Queen Event Organizer***



Sumber : *Queen Event Organizer*

Gambar 4.1 di atas merupakan logo yang digunakan oleh *Queen Event Organizer*. Logo di atas memiliki arti yang di sematkan oleh penulis, bingkai desain dengan warna emas memberikan kesan mewah dan elegan. Memiliki mahkota ratu dengan warna emas menggambarkan nama *Queen Event Organizer*. Gaya penulisan nama usaha *Queen Event Organizer* dan tahun berdiri menggambarkan elegan dan berkelas serta tahun untuk memberitahukan tahun pendirian usaha.

Dari gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa penggunaan warna emas menjadi warna utamanya yang di pilih dalam logo. Dalam hal ini, penulis menyampaikan makna harapan baik dan dengan warna emas pula melambangkan keistimewaan, elegan, mewah dan dapat di percaya. Dengan ini, penulis ingin terciptanya rasa percaya dan keistimewahan tersendiri di setiap pelayanan jasa yang diberikan.

© 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.



**B. Gambaran Pasar**

Ramalan penjualan sangat berguna untuk suatu bisnis termasuk dalam bisnis jasa seperti *Queen Event Organizer*, hal ini dilakukan untuk mengetahui jumlah penjualan yang di dapat dari usaha yang dijalankan sehingga pembisnis dapat mengetahui jumlah penjualan dan langkah strategi apa yang akan digunakan untuk menarik minat pasar sehingga meningkatnya penjualan. Berikut ramalan penjualan *Queen Event Organizer* :

**Tabel 4. 2**  
**Harga Jual Paket Jasa**

<i>Harga Jual Jasa</i>		
<i>Jasa</i>	<i>Harga Jual</i>	<i>Harga Jual Per/Pax</i>
<i>Alona</i>	Rp. 60.000.000	Rp. 750.000.00
<i>Christan</i>	Rp. 80.000.000	Rp. 540.000.00
<i>Eunike</i>	Rp. 100.000.000	Rp. 500.000.00
<i>Gabriel</i>	Rp. 125.000.000	Rp. 417.000.00

Sumber : *Queen Event Organizer*

Dari data table 4.2 diatas, merupakan harga penawaran yang diberikan oleh *Queen Event Organizer* dalam harga paket yang di tawarkan

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



**Tabel 4. 3**  
**Harga Jual Paket Jasa**

Ramalan Penjualan 2023													
Paket	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
Alona	0	2	1	0	1	3	0	1	1	0	0	1	10
Christan	1	1	0	2	2	1	1	0	1	2	1	1	13
Eunike	2	2	1	0	1	2	0	1	2	1	2	1	15
Gabriel	1	0	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	9
<b>Total</b>	4	5	3	3	5	8	2	2	5	3	3	3	47

Sumber : *Queen Event Organizer*

Berikut tabel 4.3 diatas merupakan ramalan penjualan dari *Queen Event Organizer* pada Tahun 2023. Menurut tabel diatas selama setahun mulai dari januari – desember 2023 total penjualan paket Alona sebanyak 10 paket yang terjual dan yang telah diselenggarakan untuk konsumen. Peket Christan selama januari- desember 2023 terjual sebanyak 13 paket yang terjual dan telah diselenggarakan. Sementara untuk paket Eunike selama januari- desember 2023 terjual sebanyak 15 paket yang terjual dan telah terlaksana. Untuk paket Gabriel selama januari- desember 2023 telah terjual sebanyak 9 paket dan telah diselenggarakan.

1. Dilarang menyalip sebagian atau seluruhnya 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 4. 4**  
**Anggaran Pendapatan Penjualan *Queen Event Organizer* 2023**  
**(Dalam Jutaan Rupiah )**

Anggaran Pendapatan <i>Queen Event Organizer</i> selama 2023													
Paket	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
<i>Alona</i>	0	120	60	0	60	180	0	60	60	0	0	60	600
<i>Chistan</i>	80	80	0	160	160	80	80	0	80	160	80	80	1,040
<i>Eunike</i>	200	200	100	0	100	200	0	100	200	100	200	100	1,500
<i>Gabriel</i>	125	0	125	125	125	250	125	0	125	0	125	0	1,125
<b>Total</b>	405	400	285	285	445	710	205	160	465	260	405	240	4,265

Sumber : *Queen Event Organizer*

Berikut ini tabel 4.4 diatas, merupakan anggaran pendapatan *Queen Event Organizer* selama setahun 2023. Tabel diatas menunjukkan hasil penjualan selama 2023 yang dapat diketahui dengan (unit yang terjual x harga per paket). Contohnya seperti pada paket Alona di bulan febuari 2023. Unit yang terjual sebanyak 2 paket x harga jual per paket sebesar Rp.60,000,000,- dan mendapatkan hasil Rp. 120,000,000,- untuk paket Alona dibulan febuari 2023. Hal ini, juga berlaku untuk paket yang lain.

1. Ditaring menutup 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 4. 5**  
**Proyeksi Penjualan Perunit *Queen Event Organizer***  
**Dalam 5 Tahun 2023-2027**

Nama Paket	Total Paket Terjual				
	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Alona</i>	10	11	12	13	14
<i>Chistan</i>	13	14	15	16	17
<i>Eunike</i>	15	16	17	18	19
<i>Gabriel</i>	9	10	11	12	13
<b>Total</b>	47	51	55	59	63

Sumber : *Queen Event Organizer*

Dari data table 4.5 diatas, adalah proyeksi penjualan paket per/unit untuk paket yang di tawarkan *Queen Event Organizer* selama 5 tahun yang mengalami kenaikan asumsi per/tahun sebesar 5%.

**Tabel 4. 6**  
**Anggaran Penjualan Pendapatan 2023-2027**  
**( Dalam Jutaan Rupiah )**

2023	2024	2025	2026	2027
4,265,000,000	4,478,000,000	4,702,000,000	4,937,000,000	5,184,000,000

Sumber : *Queen Event Organizer*

Dari data table 4.6 diatas, merupakan ramalan penjualan dari *Queen Event Organizer* yang menunjukkan pendapatan penjualan selama 5 tahun yang mengalami kenaikan dengan asumsi 5% per tahun.



### C. Target Pasar yang dituju

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:213), “*market segmentation make buyers in any market differ in their wants, resources, locations, buying attitudes, and buying practices.*” Segmentasi pasar merupakan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau sifat yang memerlukan produk dan strategi pemasaran masing-masing secara berbeda satu sama lain. Berikut ini adalah segmentasi pasar dari *Queen Event Organizer*:

#### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi sebuah wilayah sesuai dengan geografisnya yang berbeda-beda seperti negara, pulau, provinsi, kota dan, iklim. Daerah yang di anggap potensial dan menguntungkan untuk menjadi segmentasi geografis dari *Queen Event Organizer* Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Di anggap potensial dan menguntungkan karena memiliki jarak yang mudah untuk di jangkau, selain itu daerah tersebut memiliki gaya hidup yang cukup berkembang dan mengikuti perkembangan zaman sehingga lebih mudah untuk melakukan pemasaran.

#### 2. Segmentasi demografis

Segmentasi demografis merupakan pengelompokan pasar berdasarkan beberapa faktor seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan. Pada kelompok usia, target pasar yang dituju oleh *Queen Event Organizer* adalah 17 – 39 tahun untuk wanita dan lelaki. Pada pengelompokan ini usia 17 tahun dianggap sudah dewasa dan diperbolehkan menikah menurut negara. Dengan hal ini, usia 17 – 39 tahun merupakan usia yang dianggap potensial untuk bisnis jasa *Queen Event*

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



*Organizer*. Tetapi mengingat budaya di Indonesia usia yang dianggap adalah ideal untuk menikah adalah usia 24- 28 tahun baik untuk wanita dan lelaki, usia 24-28 tahun merupakan fokus utama dalam segmentasi demografis untuk *Queen Event Organizer*.

### 3. Segmentasi Psikografis

Psikografis merupakan ilmu yang menggunakan psikologi dan demografis untuk lebih memahami konsumen. Segmentasi psikografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan kelas, sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Psikografis *Queen Event Organizer* menargetkan konsumen yang memiliki taraf hidup atau dengan kelas social menengah sampai menengah ke atas yang memiliki gaya hidup modern, kekinian, kreatif, menyukai kemudahan dan praktis. Hal ini, mengingat pada era modern saat ini momen dan kenangan menjadi hal yang penting untuk diabadikan dan dibagikan, termasuk momen bahagia yang akan menjadi kenangan manis.

### 4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku merupakan penggolongan konsumen berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, dan reaksi mereka terhadap suatu produk dan jasa. *Queen Event Organizer* menggunakan segmentasi perilaku berdasarkan perilaku masyarakat sekarang ini yang menginginkan acara pernikahan yang mewah dan berjalan lancar dengan praktis dan perilaku ingin mengabadikan momen penting dalam hidup sebagai kenangan.

## 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 menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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. Strategi Pemasaran

### a. Diferensiasi Jasa

Untuk dapat bersaing dalam era modern saat ini, harus memiliki mutu yang dapat dipercaya oleh konsumen, *Queen Event Organizer* memberikan kualitas pelayanan yang sangat diutamakan. Hal ini dapat dilihat dengan kualitas yang akan bekerja sama sebagai tim dari *Queen Event Organizer* yaitu yang memiliki semangat bekerja yang tinggi, disiplin waktu, teliti dan memiliki ide kreatif dan inovatif dalam setiap keadaan, jika menginginkan sumber daya yang berkualitas dan loyalitas tinggi lingkungan kerja dan suasana dalam bekerja harus nyaman dan merasakan seperti keluarga ke 2. Maka dari itu, *Queen Event Organizer* menganggap karyawan sebagai rekan kerja, teman dan keluarga. Dengan adanya hal ini dapat membangun solidaritas dan loyalitas dari karyawan dan membuat kekompakan dalam tim sehingga membuat mereka nyaman dalam bekerja di *Queen Event organizer* dan memiliki loyalitas yang tinggi dalam hal pekerjaan, sehingga terciptanya “*profesionalisem is our personality*”.

Sebagai sebuah usaha jasa, harus memiliki perbedaan dengan pesaing hal ini dilakukan untuk dapat tetap bersaing dengan pasaran. *Queen Event Organizer* berusaha untuk memberikan diferensiasi dalam layanan yang diberikan, seperti melayani dengan hangat dan ramah, mendengarkan keinginan dan permintaan dari konsumen, berusaha memberikan pelayanan dan menciptakan keinginan konsumen dengan harga yang dapat dijangkau, memberikan respon yang cepat dan tepat, siap selalu saat dibutuhkan dan disiplin waktu untuk setiap melakukan pekerjaan.

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



## b. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:228), “*positioning is the way a product is defined by consumers on important attributes.*” Dengan kata lain positioning adalah penempatan merek produk kedalam pikiran konsumen.

Dari pengertian ini menyebutkan bahwa positioning memiliki metode pemasaran dengan menjangkau dan menanamkan di pikiran dan persepsi konsumen. Berdasarkan konsep diatas, *Queen Event Organizer* memiliki positioning yaitu “*Profesionalizem is our Personality*” yang memiliki makna memberikan pelayanan dengan professional dan sesuai dengan impian dari konsumen tanpa melibatkan masalah personal baik dengan konsumen atau masalah pribadi. Hal ini di lakukan untuk menciptakan personal branding yang baik dimata konsumen karena adanya pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan impian konsumen tanpa adanya rasa tersinggung atau perasaan membedakan pelayanan karena masalah.

## c. Penetapan harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), “*price is the amount of money charged for a product or a service.*” Harga adalah sejumlah uang yang dikenakan biaya pada produk atau jasa yang konsumen tukarkan dengan manfaat dan kegunaan dari produk atau jasa tersebut. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang diperoleh konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:309) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga , yaitu :



### 1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value Base Pricing*)

Konsep ini berdasarkan, penetapan harga dilakukan atas persepsi konsumen terhadap nilai jual suatu produk atau jasa. Dengan menggunakan konsep ini yaitu penetapan harga berdasarkan nilai produk harus dapat menawarkan kualitas dan layanan yang tepat untuk konsumen dan kisaran harga harus rasional. Dengan hal ini, perusahaan tidak perlu mengurangi biaya atau harga untuk menandingi pesaing, melainkan berfokus pada strategi untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan nilai tambah suatu jasa agar dapat mendiferensiasikan produknya.

### 2. Penetapan harga berdasarjab biaya (*cost based pricing*)

Metode ini merupakan penetapan harga yang paling sederhana, karena penetapan harga ini bedasarkan biaya yang dikeluarkan sebagai suatu modal dalam usaha. Pengaturan harga untuk penentapan harga biasanya berdasarkan biaya oprasional yaitu yang melibatkan biaya untuk memproduksi, biaya distribusi dan menjual produk atau jasa, dan adanya tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan resiko. Salah satu pendekatan metode cost based pricing adalah metode penetapan harga dengan menambahkan kenaikan harga standar untuk biaya produk atau jasa.

### 3. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan merupakan metode penetapan harga berdasarkan harga yang di berikan oleh para pesaing terhadap produk atau jasa sejenis dan di satu pasar yang sama. Harga yang ditetapkan oleh pesaing bukan

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.



menjadi tolak ukur untuk harga yang ditetapkan harus sama, melainkan menjadi segi perbandingan harga dan kualitas yang diberikan oleh usaha yang sama dengan pesaing. Dengan metode ini pula, pembisnis mengetahui seberapa besar harga yang diberikan pesaing untuk menawarkan produk atau jasa sejenis. Metode penetapan harga yang digunakan oleh *Queen Event Organizer* adalah penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competiton Based Pricing*), metode ini dipilih karena *Queen Event Organizer* merupakan bisnis yang baru berkembang atau baru memasuki pasar. Sehingga, metode ini dianggap sesuai karena harus dapat bersaing secara harga dengan competitor tetapi memeberika kualitas dan pelayanan yang terbaik dengan harga yang terjangkau. Namun bisnis ini juga menggunakan metode penetapan harga berdasarkan *cost base pricing* hal ini dilakukan untuk menentukan nilai rasional sesuai dengan oprasional tetapi tetap terjangkau oleh konsumen.

d. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:359), “*distribution channel is a set of interdependent organizations that help make a product or service available for use or consumption by the consumer or business users.*” Saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

© 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.



Distribusi merupakan salah satu faktor penting yang diperlu di mengerti dalam menjalankan sebuah bisnis dimana dalam hal ini distribusi sangat penting untuk mengetahui dan mengatur alur perjalanan sebuah produk untuk dapat sampai ke tangan konsumen sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Ada beberapa tipe tingkatan saluran distribusi, yaitu:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Zero Level Channel : Tipe distribusi antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara sehingga penyaluran langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen.
2. One Level Channel  
Penjualan melalui dua perantara penjualan seperti pengecer. Di dalam pasar konsumsi, perantara ini merupakan pedagang besar atau grosir, sedangkan dalam pasar industri mereka merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.
3. Two Level Channel  
Mempunyai dua perantara penjualan. Di dalam pasar konsumsi, mereka merupakan pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer, sedangkan dalam pasar industri mereka merupakan sebuah penyalur tunggal dan industri.
4. Three Level Channel  
Penjualan yang mempunyai level tiga perantara yaitu, pedagang besar (grosir), pemborong dan pengecer. Berdasarkan pengertian dan tipe saluran distribusi tersebut, *Queen Event Organizer* termasuk kedalam tipe saluran pemasaran *Zero Level Channel*.

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



Tipe ini cocok dengan *Queen Event Organizer* karena distribusi ini merupakan penyaluran langsung tanpa perantara. *Queen Event Organizer* termasuk pada tipe saluran pemasaran ini karena penawaran dan pemberian jasa dilakukan secara langsung kepada konsumen melalui tenaga dan ide perancangan yang diberikan oleh *Queen Event Organizer*.

**Gambar 4. 20**  
**Jalur Distribusi *Event Organizer***



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**e. People**

*People* merupakan semua pihak yang berkepentingan dan mempunyai peran dalam penyajian jasa. Sumber daya manusia merupakan salah satu asset yang terpenting dalam sebuah usaha, karena sumberdaya manusia dapat menunjang tingkat produktivitas sebuah bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Dengan memiliki karyawan yang memiliki kualitas akan meningkatkan juga hasil yang diberikan, pemilihan sumberdaya manusia yang baik dapat dilihat dengan adanya kompetensi dasar yang dimiliki oleh karyawan di bidang usaha. Selain itu dengan memperhatikan dan peduli dengan kebutuhan atau kewajiban yang harus diberikan kepada karyawan akan meningkatkan rasa loyalitas yang tinggi dan rasa ingin mencapai satu tujuan yang sama dengan pembisnis, jika dalam segi internal berjalan dengan baik maka akan menjadi citra juga dari segi eksternal.

Selain itu, faktor penting lainnya dari people adalah sikap dan motivasi karyawan terhadap usaha jasa. Maka dari itu *Queen Event Organizer* akan memberikan fasilitas pelatihan dan pengembangan kepada semua karyawan dari *Queen Event Organizer* hal ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan kualitas dari karyawan. Dengan ini ditujukan untuk menciptakan dan mencapai nilai kepuasan konsumen dan memperoleh citra yang baik dari konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan dan akan menggunakan kembali jasa dari *Queen Event Organizer*, lalu dapat merekomendasikan *Queen Event Organizer* kepada kerabat konsumen.

**f. Proses**

Proses merupakan suatu saluran rangkaian alur sistem yang bertujuan untuk menyampaikan jasa kepada konsumen. Proses yang baik adalah proses yang dibuat secara detail dan melihat semua alur yang harus dilalui. Pembuatan jarur proses yang tidak benar dapat mengganggu proses oprasional usaha. Oleh karena itu proses operasional harus di perhatikan, serta dimengerti oleh semua anggota usaha.

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.



**C**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**g. Physical Evidence (Bukti Fisik)**

Kantor fisik merupakan karakteristik yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Perhatian terhadap interior, perlengkapan dan fasilitas bangunan, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting yang dapat mempengaruhi suasana hati konsumen dan karyawan. *Queen Event Organizer* memiliki desain kantor yang minimalis dan nyaman untuk bekerja dan meeting, selain itu kebersihan kantor juga sangat di perhatikan hal ini untuk menjaga rasa nyaman.

**E. Strategi Promosi**

Menurut Kotler Armstrong (2018:424), promosi adalah campuran spesifikasi alat promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan perseorangan, promosi penjualan dan penjualan langsung yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan nilai secara persuasive dan juga membangun hubungan dengan konsumen. Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan suatu organisasi disebut komunikasi pemasaran, antara lain:

**a. Advertising (Periklanan)**

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

**b. Sales Promotion (Promosi penjualan)**

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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. *Personal Selling* (Penjualan perseorangan) Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

d. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Membangun hubungan dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media massa.

e. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, e-mail, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen.

Karena Promosi Memiliki peranan yang cukup penting dalam sebuah usaha, terutama kepada bisnis yang baru berdiri seperti *Queen Event Organizer*, maka dari itu pembisnis berencana untuk melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan :

1. Sosial Media

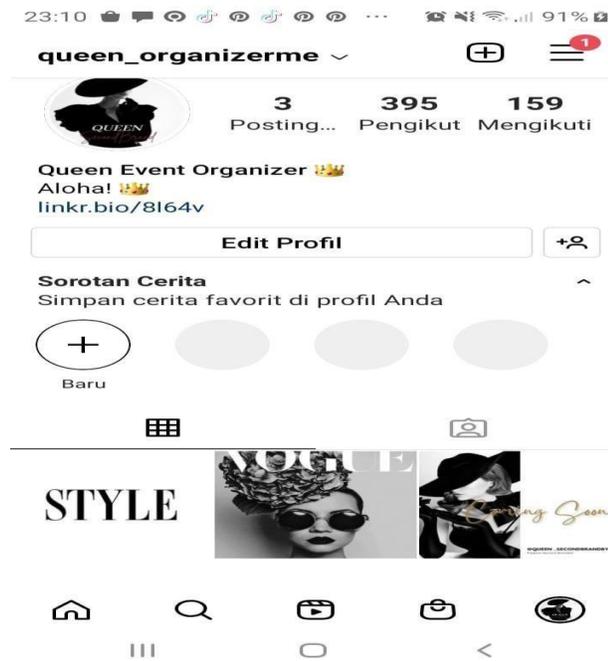
Pada era modern sekarang ini social media merupakan gaya hidup untuk setiap kalangan, karena itu social media digunakan sebagai salah satu alat promosi yang diutamakan oleh *Queen Event Organizer*. Karena kemudahan, praktis dan dapat berbagi informasi tanpa batas, social media menjadi kehidupan sehari-hari yang digunakan oleh masyarakat sekarang ini mulai dari belanja online, melihat berita, dan mencari informasi samapi melakukan komunikasi merupakan hal yang dapat diberikan oleh pengguna social media.

Sosial media yang digunakan oleh *Queen Event Organizer* adalah seperti Instagram, Whatsapp, Twitter, Tiktok. Dalam perencanaan promosi akan



difokuskan dengan media promosi Instagram dan Tiktok dengan membagikan informasi terkait acara yang akan dilakukan, promosi, BTS, tim dari *Queen Event Organizer*, daftar paket yang ditawarkan, dan lainnya.

**Gambar 4. 21**  
**Instagram dari *Queen Event Organizer***  
**(@Queen \_Organizerme)**



Sumber : *Queen Event Organizer*

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

**2. Periklanan ( Advertising )**

Dalam strategi meningkatkan penjualan, melakukan iklan merupakan salah satu langkah yang diambil untuk menjadi kekuatan dalam branding nama bisnis dan dapat dikenal dalam kalangan masyarakat. Periklanan yang akan dilakukan oleh *Queen Event Organizer* dengan melakukan iklan berbayar di social media dan menggunakan kartu nama, brosur, banner pada event *bazaar* tertentu, dengan demikian masyarakat akan dapat lebih mengenal *Queen Event Organizer*. Berikut ini merupakan contoh kartu nama dan *thanks card* dari *Queen Event Organizer* :

**Gambar 4. 22**  
**Kartu Nama dan *Thanks Card***



Sumber : *Queen Event Organizer*

**© 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.



### 3. *Personal Selling*

*Queen Event Organizer* menggunakan strategi personal selling dalam memperkenalkan brand, karena dalam bisnis memiliki bagian promosi untuk menawarkan jasa secara langsung langsung kepada calon konsumen dengan mengikuti bazaar dan melakukan kerja sama dengan hotel/restoran.

#### **© 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.