



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Suatu usaha atau industri selalu memiliki karakteristik yang bermacam- macam bentuknya hal ini dapat diamati dari faktor- faktor yang menjadi pendukung yaitu lingkungan, pasar dan perencanaan suatu perusahaan. Perkembangan era modern saat ini cukup banyak mengalami perubahan yang terjadi dalam sektor industri atau bisnis yang dimana memberikan dampak langsung ataupun tidak langsung terhadap bisnis itu sendiri. Dengan terjadinya perkembangan ternologi yang begitu cepat, akan membuat para pebisnis mencoba segala jenis cara untuk mempertahankan bisnis atau industri tersebut, dengan melakukan kreatifitas dan inovasi akan memberikan dorongan untuk dapat bisa bertahan akan tantang yang akan dihadapi.

Analisis industri bisnis merupakan suatu proses untuk mengevaluasi kondisi pasar, pesaing , dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi suatu industri atau sektor bisnis, untuk itu analisis industri dan pesaing sangat diperlukan untuk dapat mengetahui potensi- potensi yang akan dihadapi. Analisis ini digunakan untuk mengambil keputusan strategis, seperti menentukan produk baru, pasar baru , atau mengevaluasi kelayakan investasi dalam suatu bisnis.

Oleh sebab itu, pebisnis harus melakukan analisis industri dan pesaing pada sektor bisnis atau industri yang akan didirikan. Dengan adanya analisis ini, maka para pelaku bisnis dapat meminimalisir segala kendala dan resiko yang akan dihadapi nantinya dalam menjalankan usaha guna mempersiapkan diri dalam menghadapi resiko terburuk.

© Hak cipta dimiliki BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta dilindungi 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 BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



A. TREND DAN PERTUMBUHAN INDUSTRI

C *Trend* merupakan permintaan masyarakat yang sedang ramai diperbincangkan dan sedang diminati di pasaran, *trend* merupakan suatu hal yang cukup penting dalam menjalankan usaha karena dengan kita melihat trend apa yang sedang populer dan minat pasar dalam menjalankan usaha akan terus mengalami perkembangan dan diminati oleh masyarakat, dengan melihat perkembangan trend yang sedang dibutuhkan oleh pasar akan membuat para pelaku bisnis mampu melakukan persaingan dengan pebisnis lainnya.

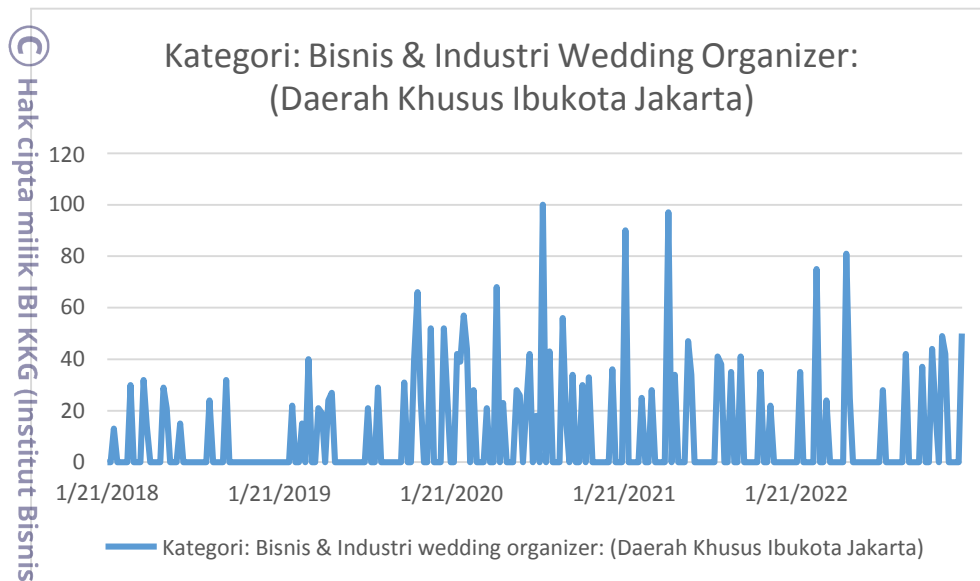
Pertumbuhan industri merupakan suatu proses perkembangan yang terjadi pada sektor industri suatu negara, yang ditandai dengan adanya peningkatan produksi, perluasan pasar, peningkatan jumlah tenaga kerja dan market dari sektor industri tersebut. Hal ini juga dapat dipercepat dengan faktor-faktor seperti peningkatan teknologi, investasi infrastruktur, dan kebijakan ekonomi yang mendukung perkembangan industri itu sendiri.

Pertumbuhan industri jasa penyelenggara acara di Indonesia semakin berkembang, dapat dilihat dari banyaknya acara yang sudah diselenggarakan di daerah khususnya DKI Jakarta. Perkembangan ini juga dipengaruhi oleh minat masyarakat terhadap penyewaan jasa penyelenggara acara seperti *Event Organizer*, dan *Wedding Organizer* yang mana jasa ini menjadi pilihan yang tepat bagi masyarakat guna menyelenggarakan suatu acara.

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.



Gambar 3. 1 Kebutuhan Wedding Organizer di DKI Jakarta



Sumber : <https://tinyurl.com/googletrend-WeddingOrganizer>

Melihat data diatas, kebutuhan jasa penyelenggara *Wedding Organizer* sangat sangat diminati oleh masyarakat Jakarta, mulai dari 2018-2020, pertumbuhan kebutuhan WO meningkat hampir 15- 20% , dan bisa dilihat dari data diatas, bahwa kebutuhan Wedding Organizer itu terjadi di pertengahan bulan dan akhir bulan, pada tahun 2022 kebutuhan permintaan *Wedding Organizer* berada pada angka 80 pada pertengahan bulan ,dan mengalami penurunan pada akhir tahun dan awal tahun 2023. Banyaknya permintaan terhadap penggunaan jasa *Wedding Organizer* dalam menyelenggarakan acara seperti Akad pernikahan, Sangjit, Lamaran, dan acara inti dari pernikahan tersebut. Jasa *wedding organizer* memang semakin awam digunakan oleh para calon pengantin, terutama di kota-kota besar demi mewujudkan pernikahan yang berkesan dan sesuai dengan impian. Dengan menyewa jasa *wedding organizer*, tentunya acara yang akan dibuat jauh lebih matang dan terstruktur, mulai dari penentuan waktu, lokasi, pakaian, makanan dan dekorasi atau *layout* dari tempat pernikahan tersebut. Kehadiran wedding organizer sangat membantu untuk bisa memudahkan masyarakat dalam mempersiapkan acara pernikahan

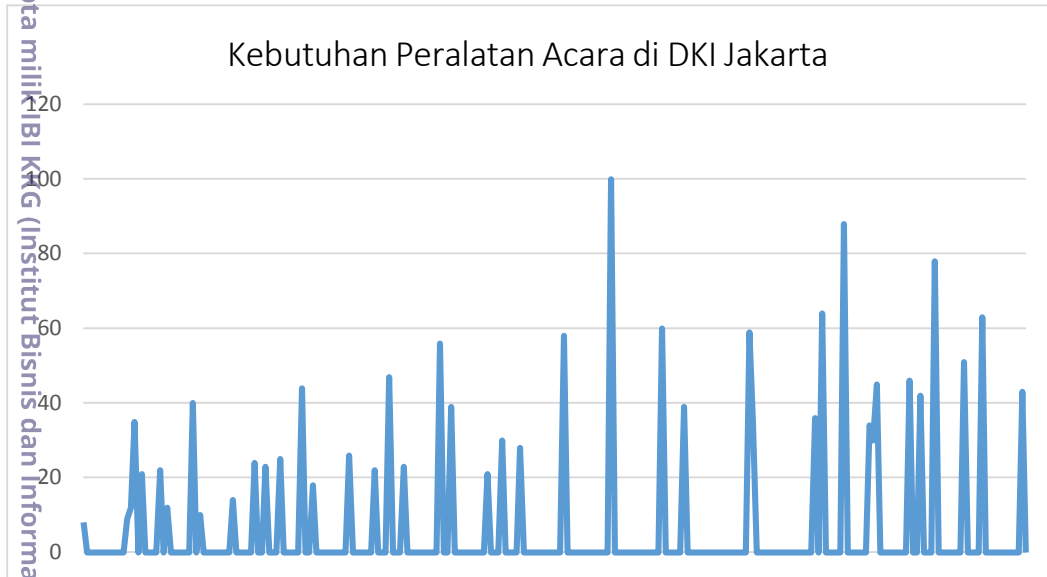
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

sangat memberikan keuntungan seperti lebih hemat tenaga, lebih efisien waktu dan mendapatkan hasil yang terbaik sesuai dengan keinginan para pelanggan.

Gambar 3. 2 Permintaan peralatan acara di DKI Jakarta



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

Penjelasan dari Gambar 3.2 diatas :

Dilihat dari tabel diatas, angka permintaan pada kebutuhan peralatan acara mengalami naik turun sesuai dengan kebutuhan pasar dan banyaknya acara yang diselenggarakan di daerah Ibu Kota DKI Jakarta, angka peningkatan yang terjadi pada tahun 2018 - 2020 mengalami peningkatan kebutuhan peralatan acara rata-rata 3 % - 5% . Disamping itu juga pada tahun 2021, angka permintaan pada peralatan kebutuhan acara meningkat cukup signifikan yaitu 7 – 20% yang disebabkan karena banyaknya acara yang diselenggarakan untuk memenuhi keinginan masyarakat untuk memenuhi rasa kangen masyarakat terhadap suatu acara karena pada tahun 2020 Indonesia banyak mengalami musibah yang menimpa masyarakat untuk tidak menyelenggarakan acara, mulai dari banjir besar besaran pada akhir bulan sampai dengan datangnya virus corona pada tahun 2020.





Pemerintah melakukan penerapan protocol kesehatan bagi masyarakat yang ingin mengikuti sebuah acara dengan syarat mencuci tangan, mengecek suhu tubuh sampai vaksin booster membuat peningkatan terhadap bisnis yang ada di Indonesia termasuk bisnis vendor hiburan. Dengan banyaknya acara yang sudah diselenggarakan juga sangat mendorong peningkatan dalam permintaan peralatan hiburan dan *live music* untuk jalannya atau hidupnya acara tersebut.

Dalam hal ini, bisnis vendor peralatan hiburan dapat menjadi bisnis yang menguntungkan yang karena peningkatan terhadap kebutuhan jasa *event organizer* yang cenderung meningkat. Peralatan hiburan merupakan salah satu *instrument* yang sangat membantu dalam mendukung keindahan suatu acara, dengan acaranya alunan musik membuat suasana acara menjadi lebih berkesan. Alat hiburan dapat digunakan dalam acara untuk menambah suasana tertentu, contohnya dapat menambah suasana romantis pada acara pernikahan, atau untuk menciptakan suasana yang energik pada suatu acara, tidak hanya dalam acara pernikahan saja, alat musik juga dapat digunakan sebagai salah satu bagian dari acara sosial, budaya, dan keagamaan, atau sebagai bagian dari acara komersial seperti pemasaran produk atau event.

B. ANALISIS PESAING

Perkembangan globalisasi terus meningkat, sudah banyak perubahan yang sudah terjadi pada gaya hidup, kebutuhan sosial, ekonomi, lingkungan pasar, dan teknologi. Perkembangan teknologi saat ini menyebar begitu pesat, sehingga kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sosial, gaya hidup dan ekonomi sangat meningkat, sehingga membuat pebisnis harus melakukan terobosan yang memiliki kreatifitas dan inovasi terhadap kebutuhan masyarakat guna untuk dapat bersaing dalam pasar dan pesaing yang ada



Salah satu cara pelaku bisnis agar dapat mempertahankan bisnisnya yaitu melakukan analisis persaingan, analisis pesaing adalah bentuk proses untuk mengidentifikasi pesaing dalam industri atau pasar tertentu, dengan melakukan analisis tersebut akan memberikan informasi yang diperlukan untuk membuat suatu keputusan yang tepat dalam berbisnis, misalnya ketika sudah melakukan analisis bisnis, pelaku bisnis dapat menentukan posisi pasar, harga produk atau jasa yang akan ditawarkan, mengatasi ancaman, dan mengidentifikasi peluang yang dimana dari hal tersebut pelaku bisnis dapat mengembangkan strategi yang sesuai untuk meningkatkan daya saing dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Dengan adanya kebutuhan masyarakat terhadap perlatan hiburan, banyak pelaku bisnis membuat konsep bisnis dengan menawarkan ataupun menyediakan peralatan alat hiburan pendukung seperti: *sound system*, musisi/band, penyanyi, *Master Ceremony*, dan alat musik. Dengan menawarkan beberapa paket dan alat yang lebih bagus dan menarik, sangat membantu para penyelenggara acara untuk meringankan beban pikiran dan waktu mereka untuk mencari *talent* yang tersedia dan belum tentu pasti kinerja yang akan dihasilkan. Vendor hiburan kini hadir menjadi jembatan bagi para penyelenggara acara yang sedang membutuhkan, itu sebab nya banyak masyarakat yang membuat bisnis vendor hiburan. Berikut adalah analisis perusahaan terhadap pesaing vendor hiburan yang ada di Bekasi dan Jakarta guna mengetahui kelebihan dan kekurangan dari konsep bisnis yang akan dijalankan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 3.1 Permintaan pelaratan acara di DKI Jakarta

No	Nama Perusahaan Pesaing	Alamat Perusahaan
1	Good Harmony Entertainment	Komplek Kimia Farma 2 Jl. Padibu Blok AG7 No.13, RT.8/RW.9, Duren Sawit, Kec. Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13440
2	D'fame Entertainment	JL. Sunter Hijau 4, Blok E 4, No. 23, RT.6/RW.10, Sunter Jaya, Kec. Tj. Priok, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350
3	Luxe Voir Enterprise	Citra Garden I No.F3/13, RT.8/RW.1, Kalideres, Kec. Kalideres, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11840
4	Amor Entertainment	Jl. Kedoya Raya No.3, RT.10/RW.4, Kedoya Utara, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11520
5	Evephoria Musik and Entertainment	Jl. Gading Elok Barat II blok CD1 No.9, RT.8/RW.12, Klp. Gading Tim., Kec. Klp. Gading, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240
6	Tujuh Entertainment	Jl. Gn. Merbabu No.53, RT.005/RW.005, Bintara Jaya, Bekasi Barat, Bekasi City, Jakarta 13450
7	Mahalia Entertainment	Jl. Gn. Merbabu No.53, RT.005/RW.005, Bintara Jaya, Bekasi Barat, Bekasi City, Jakarta 13450
8	Sky Wedding Enterprise and Entertainment	Jalan Gajah Mada No.19 Gajah Mada Tower Lt.18 No.18/1, RT.6/RW.2, Petojo Utara, Kecamatan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



		Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10130
©	Toscana Musik Entertainment	Jalan Gajah Mada No.19 Gajah Mada Tower Lt.18 No.18/1, RT.6/RW.2, Petojo Utara, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10130
0	Infinity Live Production	Jl. Palem VII No.78, RT.2/RW.8, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260
1	BL Entertainment	Jl. K. H. Muchtar Tabrani No.70 Rt. 03/04, RT.003/RW.004, Perwira, Kec. Bekasi Utara, Kota Bks, Jawa Barat 17122
2	Raff Musik Management Band Wedding Bekasi	Jl. Perumahan Pesona Anggrek Blk. F1 No.9, RT.005/RW.024, Harapan Jaya, Kec. Bekasi Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17124
3	Good Try Musik Entertainment	Jl. Lubang Buaya, Kec Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13810
4	Relove Musik	Jl. Villa Gading Harapan V Jl. Manggis No.25-27, Satriamekar, Kec. Tambun Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510

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

Penjelasan dari tabel diatas, merupakan beberapa data nama pesaing vendor hiburan yang berada di Jakarta dan Bekasi. Utuk mendapatkan hasil yang maksimal, dari

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.



daftar nama tersebut, *Creativin Entertainment* hanya mengambil dua data nama perusahaan dari daftar nama diatas, yang dimana untuk dijadikan sebagai sampel dalam perbandingan industri, dari data tersebut *Creativin Entertainment* mengambil *Good Try Musik Entertainment & Tujuh Entertainment*. Dengan dilakukannya analisis terhadap dua perusahaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kedua perusahaan tersebut memiliki dua strategi yang berbeda yang dimiliki oleh pesaing, yang dimana akan membuat kekuatan terhadap *Creativin Entertainment* untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Daftar sampel pesaing dari *Creativin Entertainment* :

1. Good Try Musik Entertainment

Jenis Jasa	: Vendor Hiburan
Lokasi	: Jalan Lubang Buaya, Kec Cipayung, Jakarta 13440
Telepon	: 0856-9270-7927
Email	: hova.goodtry@gmail.com
Instagram	: @goodtrymusik_entertainment

2. Tujuh Entertainment

Jenis Jasa	: Vendor Hiburan
Lokasi	: Jl. Gn. Merbabu No.53, RT.005/RW.005, Bintara Jaya, Bekasi Barat, Bekasi City, Jakarta 13450
Telepon	: 0812-1386-4097
Email	: tujuh.entertainment@gmail.com
Website	: www.tujuhentertainment.com

Dengan adanya sampel ini, membuat *Creativin Entertainment* dapat menganalisis kekurangan dan kelebihan dari produk yang akan ditawarkan, sehingga kekuatan jasa yang akan dihasilkan dapat dimaksimalkan dengan baik, oleh sebab itu dari sampel diatas penulis mendapatkan data atas perbandingan pesaing yang sesuai dengan karakteristik atau



segmentasi *Creativin Entertainment*, adapun hasil dari analisis perbandingan pesaing

Creativin Entertainment sebagai berikut :

Tabel 3.2 Perbandingan Pesaing

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Tuh Entertainment	1. Kualitas eksklusif dan harga terjangkau	1. Harga paket cenderung cukup mahal
	2. Memiliki paket yang cukup bervariasi	2. Admin yang cukup slow respon
	3. Memiliki website resmi dan informasi lengkap	3. Kurang aktif dalam melakukan promosi melalui sosial media
	4. Memiliki musisi/band yang cukup bervariasi dan berpengalaman	4. Hanya mengambil acara yang eksklusif berdasarkan konten instagram
Good Fry Musik Entertainment	1. Memiliki harga yang relative murah	1. Tidak memiliki letak lokasi khusus
	2. memiliki pengalaman yang cukup baik	2. kurang aktif dalam promosi melalui sosial media
	3. Admin memberikan informasi yang lengkap	3. Paket list yang kurang bervariasi
		4. Tidak memiliki informasi lengkap terhadap perusahaan

Sumber: *Creativin Entertainment*

- 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.

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

Dalam membangun suatu bisnis, diperlukannya menganalisis beberapa faktor yang akan menjadi faktor petentu dalam jalannya bisnis tersebut misalnya dengan menganalisis PESTEL. Analisis PESTEL merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal yang mempengaruhi suatu perusahaan atau industri. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mungkin saja menjadi pengaruh dalam keberhasilan suatu perusahaan atau industri tersebut dalam jangka panjang sehingga dapat diambil mengidentifikasi tindakan yang sesuai dengan tujuan untuk menggali potensi-potensi apa yang dapat di kembangkan.

Tabel 3.3 Analisis PESTEL (Political, Economy, Sosial, Technology, Environment, and Legal

No	Political	Economic	Social	Technology	Environment	Legal, Law, Regulation
1	Kebijakan pemerintah yang mempengaruhi pajak	Pertumbuhan ekonomi	Pengaruh globalisasi	Perkembangan teknologi	Perizinan menempati tempat	Peraturan dalam menjalankan bisnis, surat izin usaha , NPWP.
2	Peran pemerintah dalam mendukung industri bisnis	Kekuatan daya beli konsumen	Gaya hidup	Memperluas jangkauan pasar	Mematuhi peraturan yang ada	Menghindari pelanggaran hak cipta
3	Peraturan pemerintah terhadap suatu regulasi		Pengaruh sosial media	membantu proses bisnis	bekerja sama dengan lingkungan sosial	membayar pajak

Sumber : *Creativin Entertainment*



1. Political (Politik)

Ⓒ Faktor politik merupakan hal yang mempengaruhi sektor bisnis. Faktor ini dapat disebabkan oleh kebijakan pemerintah, regulasi pemerintah, masalah hukum, peraturan pemerintah yang ditulis melalui undang-undang yang secara tidak langsung memiliki dampak terhadap masyarakat yang berkaitan dengan lingkungan bisnis. Hal ini sangat menentukan kondisi tertentu pasar yang mana akan mempengaruhi sektor bisnis itu sendiri. Biasanya faktor ini sangat berdampak pada pelaku usaha, itu sebabnya politik adalah hal yang dapat membangun atau menjatuhkan lingkungan bisnis, salah satu faktornya adalah kenaikan atau penurunan pajak, yang mana memberikan dampak baik ataupun buruk, keputusan pemerintah dalam politik juga memberikan pengaruh pada keberlangsungan lingkungan bisnis misal salah satu contohnya adalah kenaikan atau penurunan pajak, yang dimana hal tersebut dapat memberi dampak bagi para pelaku usaha. Akan tetapi hal ini tidak menjadi masalah dalam bisnis vendor hiburan, karena vendor hiburan sendiri tidak memiliki hubungan kuat terhadap politik suatu negara, yang memberikan peluang baik untuk menjalankan usaha *Creativin Entertainment*.

2. Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi memiliki pengaruh terhadap sektor bisnis, yang dimana saat ekonomi tumbuh , permintaan masyarakat akan pembelian barang dan jasa juga meningkat, sehingga para pelaku bisnis dapat meningkatkan produksi dan pendapatan , akan tetapi sebaliknya jika pertumbuhan ekonomi sedang mengalami penurunan, daya beli masyarakat terhadap barang dan jasa akan menurun. Pertumbuhan ekonomi juga dapat meningkatkan konsumsi, investasi, dan pembangunan infrastruktur yang dapat mendukung keberlangsungan jalanya suatu bisnis.

Pertumbuhan ekonomi nasional pada triwulan III-2022 tercatat sebesar 5,72% (yoy). Menguatnya pemulihan ekonomi ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi Q3 2022



dibandingkan Q2 2022 sebesar 1,8% (qtq). Dengan tingkat pertumbuhan ini, level PDB nasional secara kumulatif s.d. triwulan III-2022 berada 6,6% di atas level kumulatif I-III 2019. Menurut ibu Sri Mulyani mengatakan bahwa rilis data PDB kuartal ketiga oleh BPS dimana pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,72% sedikit di atas angka proyeksi Kementerian Keuangan yang sebesar 5,7% yang dimana pencapaian ini mencerminkan terus menguatnya pemulihan ekonomi nasional di tengah peningkatan ketidakpastian prospek ekonomi global (Sumber: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Perekonomian-Indonesia-Triwulan-III-2022-5,7>)

Prediksi pertumbuhan ekonomi 2023 sangat bergantung pada faktor politik, perdagangan, dan kondisi global. Namun beberapa analis mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi global diperkirakan akan pulih tahun 2023 setelah terdampak oleh virus korona. Secara khusus pertumbuhan ekonomi akan dipengaruhi oleh faktor kebijakan fiskal dan moneter, tingkat inflasi, tingkat utang, dan kondisi pasar global. Kebijakan ekonomi yang dilakukan pemerintah menjadi salah satu *instrument* penting bagi pebisnis, karena dampak itu akan dirasakan oleh masyarakat yang mempengaruhi pendapatan masyarakat.

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat akan menjadi faktor daya beli masyarakat terhadap barang dan jasa. Dengan terjadinya peningkatan daya beli masyarakat itu akan berpengaruh terhadap jalannya usaha vendor hiburan ataupun event organizer, akan tetapi daya beli pada vendor hiburan tidak begitu berdampak pada pertumbuhan ekonomi, karena pada dasarnya keinginan masyarakat terhadap suatu acara begitu tinggi, dan permintaan peralatan hiburan pun ikut meningkat.

Peningkatan ekonomi di Indonesia saat ini sudah mulai meningkat dikarenakan pelonggaran yang diberikan oleh pemerintah terhadap protokol kesehatan pada suatu acara, banyak acara pernikahan yang sudah berjalan tanpa adanya pembatasan sosial berskala

besar, pemerintah sudah mulai melonggarkan jumlah masyarakat dalam suatu kegiatan, itu membuat industri kreatif mulai bertumbuh dan meningkat secara drastis. Dengan melihat keadaan, ini menjadi salah peluang bagi *Creativin Entertainment* dalam melakukan kegiatan usaha.

Sosial

Perkembangan globalisasi dapat mempengaruhi sosial secara positif dan *negative*. Positifnya, globalisasi dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi, teknologi, dan produk yang lebih baik. Ini juga dapat meningkatkan mobilitas sosial dan kesempatan kerja. Namun globalisasi juga dapat menyebabkan kerugian sosial, seperti ketimpangan ekonomi, pengangguran, dan perubahan iklim yang dapat menyebabkan kerusakan budaya dan lingkungan lokal.

Sosial budaya sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tindakan dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Pada zaman ini kehidupan sosial di masyarakat berubah seiring dengan berkembangnya teknologi. Gaya hidup individu sangat mempengaruhi terhadap pola konsumsi.

Gaya hidup merupakan cara seseorang atau kelompok menjalani kehidupan mereka, termasuk gaya hidup yang ditentukan oleh faktor budaya, agama, pendidikan, kelas sosial dan ekonomi. Hal ini juga dapat mengalami perubahan seiring dengan perubahan faktor-faktor yang mempengaruhinya, salah satunya adalah acara pernikahan, perubahan acara pernikahan pada era sekarang sangat bervariasi, ada yang masih menggunakan proses adat dan budaya, ada yang sudah menggunakan tradisi modern. Ini disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang selalu menginginkan acara pernikahan mereka dapat diselenggarakan dengan lebih berkesan. Dengan adanya perubahan ini mempengaruhi minat alat hiburan seperti musik untuk menambah rasa berkesan terhadap acara yang akan mereka selenggarakan.





Acara pernikahan menjadi salah satu impian semua insan manusia, masyarakat sangat menginginkan acara pernikahan mereka berjalan dengan lancar dengan konsep yang sesuai dengan keinginan kedua mempelai. Adanya peralatan hiburan seperti MC, Band/penyanyi atau pengiring lagu menjadi faktor yang diinginkan mempelai untuk membuat acara mereka menjadi lebih berkesan, untuk itu faktor sosial ini menjadi salah satu peluang yang menguntungkan bagi *Creativin Entertainment* untuk menjalankan kegiatan usaha dan kelancaran bisnis.

4. Teknologi

Di perkembangan jaman saat ini, teknologi merupakan salah satu *instrument* penting dalam menjalankan sebuah bisnis, selain membantu pebisnis dalam melakukan usaha, teknologi juga membantu pelaku bisnis untuk mempermudah melakukan pemasaran. Para pebisnis berlomba-lomba menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk yang mereka tawarkan, dengan perkembangan internet membuat masyarakat sangat mudah mendapatkan informasi terkini dengan melihat berita dari *gadget* mereka

Sosial media menjadi salah satu *platform* bagi kaum milenial untuk tetap eksis di kalangan generasi sekarang, banyak sekali inovasi yang sudah dibentuk untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pembelian atau transaksi melalui internet. Banyak juga aplikasi *online shop* yang bermunculan yang tanpa disadari mempengaruhi gaya hidup masyarakat saat ini.

Dengan kecanggihan teknologi yang ada, *Creativin Entertainment* memanfaatkan sosial media dan *platform* internet lainnya untuk melakukan pemasaran, dengan membuat *website*, aktif dalam *sosial media* seperti facebook, instagram, youtube dan tiktok. Dengan adanya konten yang ada di sosial media, sangat membantu untuk memperkenalkan produk dan kualitas jasa yang ditawarkan.

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.



Perkembangan teknologi juga sangat membantu sektor bisnis untuk lebih efektif dan efisien, dikarenakan proses transaksi saat ini sudah tidak perlu lagi mendatangi *office* secara verbal, tetapi dengan adanya perkembangan teknologi sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli barang dan jasa. Hal ini juga dimanfaatkan oleh *Creativin Entertainment* dengan memberikan alamat email, dan nomor telepon bagi konsumen yang ingin bertanya mengenai jasa vendor hiburan yang ditawarkan.

Dengan adanya perkembangan teknologi, membuat bisnis vendor hiburan mendapatkan promosi secara gratis untuk mempromosikan bisnis mereka. Dengan menampilkan konten band/musisi dan MC yang akan ditawarkan oleh *Creativin entertainment* sekaligus membuka peluang kegiatan bagi para insan manusia yang memiliki bakat dalam dunia *entertainment* ataupun musik. Dengan melihat keadaan seperti ini juga, *Creativin Entertainment* mendapatkan peluang untuk menjalankan kegiatan bisnis yang lebih baik.

Environment (Lingkungan)

Lingkungan merupakan salah satu faktor penting dalam memulai suatu usaha, biasanya para pebisnis melakukan riset lingkungan guna mengetahui resiko yang akan di alami tentang bagaimana keadaan di lingkungan yang akan di ambil untuk menjalankan suatu usaha. Dengan itu, perlu ada nya pengetahuan mengenai peraturan dalam lingkungan tersebut untuk dapat melakukan usaha di sekitar, seperti misalnya perizinan dari Rukun Tetangga(RT) , dan Rukun Warga(RW) yang dimana fungsi dari perzinan ini menjadi salah satu alasan bahwa kegiatan yang akan kita lakukan untuk menjadikan tempat itu menjadi tempat usaha sudah memiliki kualifikasi sesuai dengan ketentuan lingkungan tersebut.

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.



Lingkungan yang akan ditempatkan oleh *Creativin Entertainment* sendiri memiliki ruang lingkup perumahan, yang dimana lokasi dari perusahaan ini berada di area jalan atau ruko yang dimana para pelaku usaha melakukan kegiatan usaha. Dengan syarat-syarat yang sudah disepakati, *Creativin Entertainment* akan memenuhi persyaratan seperti menjaga kebersihan, menjaga ketertiban, dan menghargai warga sekitar.

Faktor ini menjadi pendukung bagi *Creativin Entertainment* dalam menjalankan usaha, karena tempat mempengaruhi peningkatan penjualan usaha, hal ini dikarenakan *Creativin Entertainment* adalah bisnis penyedia alat vendor hiburan, yang dimana kegiatan pembelian dapat dilakukan melalui sosial media seperti Whatsapp, Instagram, dan platform pendukung lainnya karena bisnis ini bergerak di ruang lingkup sosial media yang sangat mendukung jalannya kegiatan usaha *Creativin Entertainment*, akan tetapi dengan adanya kantor fisik dapat meningkatkan kepercayaan terhadap suatu bisnis. Jadi faktor lingkungan ini menjadi peluang bagi *Creativin Entertainment*.

6. 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 *Creativin Entertainment* pebisnis 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.

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.



D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Poster (Five Force Business Model)

Menurut Fred David (2017:229), “model lima kekuatan porter adalah tentang analisis kompetitif dengan melakukan proses pendekatan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.” Menurut porter, pada hakikat persaingan suatu sektor industri dapat dianalisis sebagai kombinasi atas lima kekuatan, yaitu persaingan antara perusahaan sejenis, kemungkinan masuknya pesaing baru potensi pengembangan produk substitusi, kekuatan tawar-menawar penjual, dan kekuatan tawar-menawar pembeli (David,2017). Proses dilakukan ramalan ini memiliki tujuan untuk mengukur jumlah permintaan di masa depan, hal tersebut juga dilakukan untuk mengantisipasi perubahan permintaan di masa yang akan datang.

Analisis ramalan ini dilakukan untuk memprediksi perkembangan yang akan terjadi di masa depan, dengan mengetahui aspek-aspek nya, pebisnis akan jauh lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan yang akan datang, dengan data-data yang sudah dipegang sebagai alat untuk mengukur keputusan yang akan diambil. Di bawah ini adalah *five force business model* dalam menghadapi persaingan yang akan datang dapat dilihat pada gambar

3.3 di bawah ini :

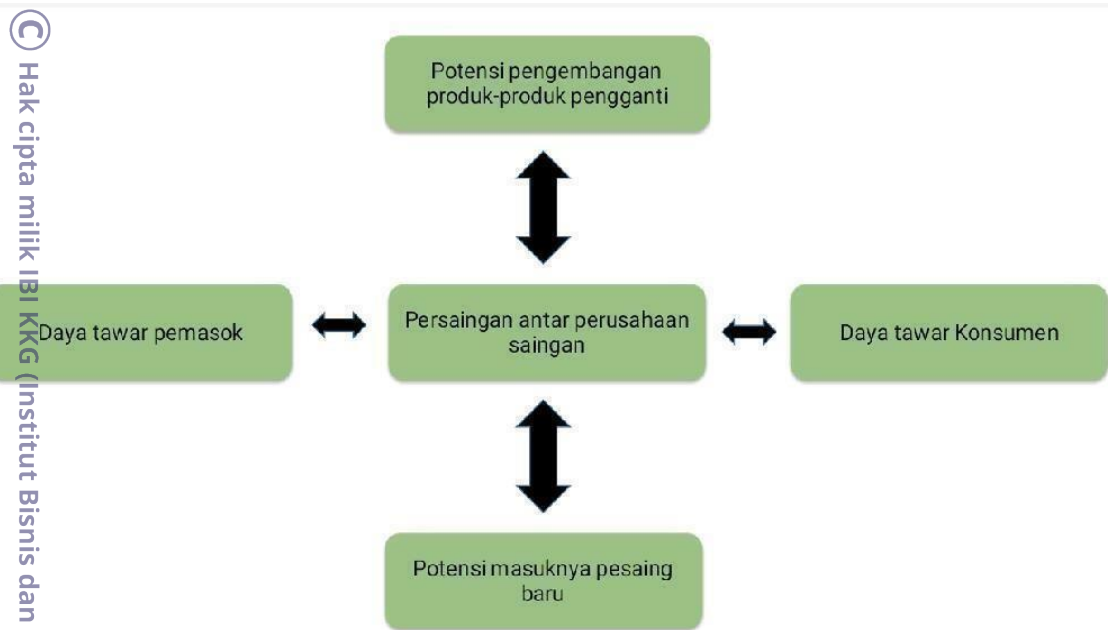
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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.

Gambar 3. 3 Lima kekuatan persaingan model porter



Sumber: Fred R.David (2017:229)

1. Persaingan Antara Perusahaan Saingan

Persaingan antara perusahaan merupakan persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan dalam menyediakan produk atau jasa atau serupa untuk pasar. Persaingan ini dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, serta menjadi faktor awal yang penting dalam menjalankan suatu usaha untuk mencapai pasar yang sama dengan keunggulan yang bersaing dengan adanya pemilihan kualitas mulai dari pemilihan produk, layanan atau jasa dan harga yang ditawarkan.

Dalam menghadapi kondisi persaingan yang semakin signifikan saat ini, *Creativin Entertainment* melakukan beberapa peningkatan pelayanan dan kualitas yang diberikan, dengan melakukan berbagai inovasi terhadap pemasaran melalui promosi digital, dan memberikan pelayanan yang bersahabat dengan konsumen sekaligus memberikan kualitas MC Band/musisi yang sudah berpengalaman untuk memberikan kesan yang indah terhadap acara. Tidak hanya itu, *Creativin Entertainment* mencoba bersaing dengan pesaing dengan perbandingan harga pesaing yang sudah diambil *Creativin Entertainment* sebagai

© 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.



sampel kompetitor, *Creativin Entertainment* akan memberikan harga yang minimalis tetapi kualitas yang ditawarkan tetap berkualitas dan tetap mengikuti perkembangan zaman yang ada untuk dapat bersaing dengan kompetitor.

2. Daya Tawar Konsumen

Dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis, diperlukannya menganalisis apa yang diinginkan oleh konsumen, dengan dilakukan nya suatu analisis terhadap daya tawar konsumen, ini menjadi modal utama para pebisnis untuk dapat bersaing dengan kompetitor yang ada, sehingga brand yang dimiliki bisa memiliki karakteristik dengan tujuan menarik perhatian konsumen. Oleh sebab itu faktor ini merupakan faktor yang penting untuk mengawali usaha yang akan dijalankan, sehingga pebisnis mengetahui pasar yang akan dituju dengan mempertimbangkan kualitas layanan jasa, dan harga yang akan ditawarkan.

Demi mendapatkan perhatian konsumen terhadap permintaan vendor hiburan, *Creativin Entertainment* akan menawarkan penyediaan peralatan hiburan berupa *sound system*, *Master Ceremony*, dan Band/penyanyi yang berkualitas dengan harga yang terjangkau murah dari para pesaing, selain itu *Creativin Entertainment* berfokus pada pelayanan yang baik dan berkualitas serta *Master Ceremony* atau musisi/band yang sudah memiliki pengalaman dalam mengiringi acara pernikahan dengan konsep yang elegan dan kekinian, serta memberikan kesan *Entertaining* terhadap para audiens acara.

Dengan memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi, *Creativin Entertainment* juga akan berfokus pada pembuatan konten bersama para musisi/band ataupun *master ceremony* untuk membuat para konsumen yakin bahwa produk dari *Creativin Entertainment* itu dapat menghidupkan dan memberikan kesan yang menarik untuk acara pernikahan mereka, seperti misalnya membuat konten kegiatan yang sudah dilakukan, cover lagu, podcast tentang industri musik, dan review peralatan alat musik dan sound system yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan adanya konten itu akan menjadi nilai jual bagi para

konsumen yang ingin bekerja sama serta memiliki gambaran bagaimana kualitas yang dimiliki oleh *Creativin Entertainment*.

3. Daya Tawar Pemasok

Pemasok merupakan elemen yang sangat penting untuk diperhatikan dalam kegiatan usaha, karena semakin banyak pemasok yang menawarkan produk yang sama, semakin besar untuk usaha yang dilakukan untuk berkembang, dan pemasok juga menjadi penentu dalam mengukur tolak ukur kekuatan seberapa besar bisnis bergantung pada pemasoknya, semakin usaha tersebut bergantung pada pemasoknya, semakin besar daya menawar, akan tetapi semakin lemahnya ketergantungan usaha terhadap pemasok akan semakin kecil penawarannya.

Di dalam perkembangan teknologi saat ini, membuat para pebisnis mudah untuk menjadi pemasok yang lebih efektif dan efisien tergantung dari kepentingan usaha tersebut. Banyaknya pemasok yang berseliweran di dalam *marketplace* ataupun google, seperti tokopedia, shoope, dan web-web lainnya yang mengumpulkan para pemasok satu jenis barang/jasa dalam satu platform.

Creativin Entertainment tidak memiliki ketergantungan dalam menjalankan usahanya, karena *Creativin Entertainment* sendiri bergerak dalam bidang vendor atau dapat disebut juga sebagai pemasok, akan tetapi *Creativin Entertainment* perlu membeli barang-barang yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan usaha seperti alat musik, *sound system*, dan peralatan hiburan atau musik lainnya. *Creativin Entertainment* memiliki pemasok yang berasal dari teman dan rekan pemilik *Creativin Entertainment* sebagai partner yang dapat bekerja sama dalam pemilihan ataupun menentukan barang yang akan ditawarkan. Untuk jasa yang ditawarkan yang melibatkan sumber daya manusia, *Creativin Entertainment* memulai pemasok dari relasi yang dimiliki oleh penulis, di karenakan penulis sendiri memiliki relasi yang cukup banyak mulai dari pemain band, musisi,





ataupun pemandu acara yang akan terlibat dalam menjalankan usaha *Creativin*

Entertainment

4. Ancaman dari pesaing baru

Di dalam lingkungan bisnis, akan selalu ada pesaing yang akan datang dengan, ini dikarenakan mudah nya mendapatkan informasi di era digital seperti ini tanpa perlu nya mengeluarkan budget atau tenaga yang ekstra. Faktor ini merupakan salah satu yang dapat menjadi tantangan bagi para pelaku usaha dalam menjalankan suatu usaha. Diperlukannya analisis terhadap sektor bisnis yang sedang dijalankan, mencari data-data pendukung untuk dapat menjalankan usahanya dan merancang strategi jangka panjang.

Di era globalisasi ini juga banyak masyarakat yang ingin terjun dalam dunia bisnis, dengan kreatifitas yang inovatif membuat keadaan dunia semakin serba *instant* dan variatif. Begitu juga dalam bidang hiburan saat ini yang dapat menjadi ancaman bagi pelaku bisnis vendor hiburan untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat, oleh karena itu faktor ini merupakan menjadi tantangan bagi *Creativin Entertainment* dalam mengembangkan bisnis nya, dengan terus update hal—hal yang sedang trend, dan melakukan beberapa inovasi mulai dari peralatan musik sampai penampilan yang akan disajikan oleh *Creativin Entertainment*.

5. Ancaman dari produk substitusi atau pengganti

Produk substitusi atau pengganti merupakan salah satu hambatan yang cukup serius dalam bidang vendor hiburan, dikarenakan perkembangan teknologi yang memudahkan kebutuhan masyarakat dalam mencari vendor hiburan bagi acara mereka, akan tetapi pada umumnya masyarakat ingin menginginkan acara yang berkesan tanpa perlu mengeluarkan waktu dan pikiran mereka, itu sebabnya bisnis jasa event organizer menjadi jalan bagi para masyarakat, hal ini juga dapat menjadi ancaman bagi *Creativin Entertainment*.

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.



Karena itu *Creativin Entertainment* akan memberikan value lebih terhadap pelayanan yang akan diberikan oleh konsumen, dengan mengutamakan keramahan dalam sikap pelayanan *social media*, ataupun bidang manapun dan memberikan kualitas pelayanan yang lebih mulai dari penataan atau control dari *sound system*, dan memberikan produk jasa pengiring lagu dan pemandu acara yang kekinian dan memiliki *sense humor* berkualitas.

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

Analisis persaingan matriks profil merupakan kegiatan analisis yang digunakan untuk menjadi pembandingan bagi pelaku usaha agar dapat mendapatkan data mengenai kelebihan dan kekurangan dari perusahaan tersebut dari pesaing yang sudah ada. CPM ini merupakan alat manajemen yang penting karena dengan adanya data ini, bisnis yang akan dijalankan dapat menentukan strategi yang akan dilaksanakan dan hambatan yang akan dihadapi, sehingga dapat mengetahui kesempatan yang ada pada pasar dan juga membantu dalam menentukan karakteristik dari bisnis tersebut.

Oleh karena itu, faktor ini menjadi penting bagi *Creativin Entertainment* dalam menentukan karakteristik bisnis nya, juga membantu dalam menganalisis terhadap elemen-elemen yang penting dalam bisnis vendor hiburan sehingga nantinya *Creativin Entertainment* dapat menentukan langkah yang akan diambil dan bersaing dengan kompetitor yang sudah ada. Dalam menganalisis CPM memerlukan beberapa faktor agar dapat mendapatkan data yang maksimal, adapun faktor-faktor yang ada dalam CPM sebagai berikut:

1. *Critical Success Factors*

Faktor ini merupakan Faktor utama dalam penentu keberhasilan dalam suatu kegiatan usaha yang dilakukan. Hal ini dapat disimpulkan dari melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal bisnis tersebut. Jika data



yang didapatkan mendapatkan rating tinggi, itu dapat disimpulkan bahwa *Competitive Profile Matrix* strategi perusahaan dilakukan dengan baik akan tetapi sebaliknya, jika mendapatkan *rating* lebih rendah menunjukkan bahwa strategi perusahaan yang dijalankan belum dapat dikatakan baik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Rating (Peringkat)

Peringkat dalam dapat memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Semakin tinggi *rating* yang didapatkan, memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap CPM, dan sebaliknya jika peringkat rating rendah itu menunjukkan bahwa respon perusahaan terhadap CPM itu belum dapat dikatakan baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 dan 4,0 dan dapat diterapkan berbagai faktor.

Ada beberapa point penting yang terkait dengan rating di CPM :

- a. Peringkat di terapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan
- c. Tanggapan rata-rata diwakili dengan angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan
- d. Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dari sebuah perusahaan
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0

3. Weight (Bobot)

Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan relative dari faktor kesuksesan di dalam industry perusahaan. Bobot berkisaran dari 0,0 (yang berarti tidak

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.



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.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 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 analisis CPM *Creativin Entertainment* :

Tabel 3. 4 Competitive Profile Matrix

No	Critical Success Faktor	Weight	Creativin Entertainment		Tujuh Entertainment		Good Try Musik Entertainment	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
1	Brand	0.17	2	0.34	4	0.68	4	0.68
2	Harga	0.21	4	0.84	3	0.63	3	0.63
3	Pelayanan	0.29	4	1.16	3	0.87	3	0.87
4	Konten Media sosial	0.09	4	0.36	3	0.27	4	0.36
5	Pengalaman	0.21	2	0.42	4	0.84	3	0.63
6	Lokasi Kantor	0.03	4	0.12	3	0.09	2	0.06
	Total	1,00		3.24		3.38		3.23

Sumber : *Creativin Entertainment*

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.



Keterangan :

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- a. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan
 - b. Total bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu)
 - c. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu : 4= *major strength*, 3= *minor strength*, 2= *minor weakness*, 1= *major weakness*.
 - d. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (rating x score)

Tabel *Competitive Profile Matrix* (CPM) diatas dapat dilihat *bahwa critical success factor* adalah salah satu faktor yang menunjukkan kesuksesan suatu bisnis dan analisis peluang berhasil dan kegagalan dari bisnis ataupun dari pesaing. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai posisi *Creativin Entertainment* dan para pesaing berdasarkan tabel 3,6 diatas :

- a. Brand Merek

Untuk melakukan kegiatan usaha bisnis *brand image* merupakan hal yang penting dalam sebuah usaha, untuk membangun nama *brand* sendiri membutuhkan tenaga, waktu, dan biaya yang cukup ekstra untuk dikeluarkan. Ini disebabkan karena nama brand merupakan faktor penentu kesuksesan suatu bisnis, karena dengan nama *brand* yang kita miliki menjadi pondasi dasar untuk menentukan berjalannya bisnis tersebut, dengan memiliki *brand image* yang baik dapat menjadi pondasi awal untuk menggapai target pasar yang kita tuju karena itu menentukan apakah brand kita sudah dikenal dan digemari oleh masyarakat.

Dari tabel CPM diatas dapat disimpulkan bahwa *Tujuh Entertainment* mendapatkan rating 4, ini disebabkan karena *Tujuh Entertainment* sudah

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

memiliki pengalaman yang cukup banyak, karena vendor hiburan ini sudah berdiri sejak 2008, dan memiliki website yang sudah tertera yang dimana seluruh informasi mengenai harga dan informasi lainnya sudah tertera pada website tersebut. *Good Try Musik Entertainment* pada elemen *brand* memiliki *rating* 4, dengan alasan karena menurut survei sudah dilakukan penulis, *Good Try Musik Entertainment* sudah berdiri sejak 2016 yang dimana asumsi dari postingan instagram *Good Try Musik Entertainment* sendiri, ini menandakan bahwa nama *brand* yang dimiliki oleh *Good Try Entertainment* cukup dikenal oleh warga Jakarta. Sedangkan dari *brand Creativin Entertainment* sendiri belum memiliki nama *brand* yang dipopuler, dengan alasan karena *Creativin Entertainment* adalah usahabaru yang ingin merintis dari tahun 2023, dan citra dari *brand Creativin Entertainment* sendiri belum melekat di masyarakat, itu sebab nya dari elemen *Brand*, *Creativin Entertainment* mendapatkan *rating* 2

b. Harga

Elemen harga adalah faktor penting dalam menentukan pilihan vendor hiburan, biasanya banyak sekali pelaku bisnis melakukan persaingan dengan melakukan perbandingan harga yang ditawarkan oleh kompetitor, dan menjadi faktor penentu konsumen dalam memilih vendor hiburan tersebut. Dalam elemen faktor penentu pemilihan vendor hiburan, elemen harga mendapatkan bobot cukup besar yaitu 0,21, ini dapat disimpulkan bahwa faktor harga merupakan hal yang cukup menjadi penentu dalam memilih vendor hiburan.

Menurut data diatas, menyatakan bahwa *Tujuh Entertainment* mendapatkan *rating* 3, dengan alasan karena vendor hiburan tersebut

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.



memiliki harga yang cukup mahal dan paket yang bervariasi, dengan pengalaman yang sudah dimiliki, menjadi point penting dalam *positioning Tujuh Entertainment* dalam menentukan harga. Harga yang ditawarkan oleh *Tujuh Entertainment* relative mahal untuk kalangan konsumen yang ingin meminimalisir budget pengeluaran suatu acara., begitu pula *dengan Good Try Musik Entertainment* mendapatkan rating 3 dengan alasan karena harga yang ditawarkan relative mahal dengan isi paket yang ditawarkan. Akan tetapi *Creativin Entertainment* mendapatkan rating 4 dengan alasan karena *Creativin Entertainment* memiliki harga paket yang *relative* murah dengan perbandingan antara dua kompetitor diatas.

c. Pelayanan

Pelayanan merupakan aspek yang penting dalam pemilihan vendor hiburan, dikarenakan vendor hiburan adalah suatu bisnis yang menggunakan tenaga jasa untuk membantu orang dalam melengkapi sebuah acara. Dengan adanya bentuk pelayanan yang berkualitas akan mempengaruhi masyarakat terhadap penggunaan jasa vendor hiburan tersebut, karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan akan mendapatkan perhatian lebih terhadap *brand image* bisnis vendor hiburan, dan akan menjadi pilihan yang direkomendasikan secara langsung maupun tidak langsung

Dari data tabel diatas, memperlihatkan bahwa pelayanan menjadi faktor penting dalam pemilihan vendor hiburan, ini dapat dilihat dari bobot yang diberikan adalah 0,29 yang dimana menjadi bobot tertinggi dari elemen yang lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dari elemen pelayanan, *Tujuh Entertainment* mendapatkan *rating* 3, yang memiliki alasan karena *Tujuh Entertainment* sudah memiliki pengalaman yang cukup banyak, dengan begitu banyak testimony yang sudah ada di *Tujuh Entertainment*, begitu juga dengan *Good Try Musik Entertainment* berdasarkan analisis website *bridestory* dan sosial media instagram *Good Try Musik Entertainment*. Sedangkan dari *Creativin Entertainment* sendiri mendapatkan *rating* 4, dengan alasan karena *Creativin Entertainment* memiliki perbedaan yaitu dalam bentuk pelayanan, yang dimana *Creativin Entertainment* optimis dapat memberikan pelayanan lebih terhadap konsumen, dengan memberikan sebuah hiburan pada setiap acara, seperti sebuah komunikasi dibungkus dengan humor dan memberikan sebuah cerita tentang pemilik acara dengan iringan lagu yang sudah dipersiapkan sesuai dengan keinginan konsumen.

d. Konten Media Sosial

Di era teknologi saat ini, sosial media merupakan aspek terpenting dalam membangun *brand image*, banyak pelaku usaha memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi terhadap bisnis yang dijalankan, selain mudah untuk diakses, rata-rata masyarakat saat ini menggunakan media sosial karena bentuk mengikuti perkembangan jaman saat ini. Konten media sosial saat ini menjadi penilaian terhadap suatu bisnis, karena mudah dijangkau, dan mudah untuk mendapatkan informasi yang meliputi informasi-informasi dari bisnis tersebut.

Perkembangan media sosial saat ini juga sudah dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk melakukan promosi secara gratis, dengan

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.

menghadirkan berbagai informasi dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan membuat para konsumen dapat mengenal bagaimana nilai dari suatu bisnis. Dengan adanya media sosial juga dapat membangun kepercayaan terhadap kualitas produk atau jasa tersebut, ini membuktikan bahwa elemen konten media sosial mendapatkan bobot 0,09 dari elemen faktor penentu pemilihan vendor hiburan.

Menurut tabel diatas, *Tujuh Entertainment* mendapatkan *rating* 3, dengan alasan karena *Tujuh Entertainment* memiliki cukup banyak testimoni yang dilakukan, akan tetapi masih belum aktif dalam sosial media dan kurangnya konten yang menarik, berbeda dengan *Good Entertainment* mendapatkan *rating* 4, dengan alasan karena pengalaman dan kegiatan yang sudah mereka lakukan sudah tertera dalam *feeds* instagram yang dimana menurut survei itu merupakan faktor penentu dalam pemilihan vendor hiburan, dengan adanya kegiatan atau portfolio dari sebuah brand akan menaikkan kepercayaan terhadap *brand* tersebut. Sedangkan *Creativin Entertainment* mendapatkan *rating* 4, dengan memiliki alasan bahwa *Creativin Entertainment* memiliki optimis dapat bersaing melalui sosial media, dengan menghadirkan konten-konten yang lebih menarik seperti cover lagu, pengetahuan tentang vendor hiburan, dan berbagai informasi tentang *Creativin Entertainment* seperti *pricelist*, alat yang digunakan, musisi/band yang akan ditawarkan, dan karakteristik MC yang akan ditawarkan kepada konsumen. Selain konten, *Creativin Entertainment* mendapatkan *rating* 4 karena memiliki optimis bahwa *Creativin Entertainment* akan menghadirkan konten

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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

dengan editing dan *script* konten yang bagus, menghibur, sehingga dapat membangun *brand image* pada *Creativin Entertainment* sendiri.

e. Pengalaman

Dalam menggunakan pelayanan vendor hiburan, pengalaman merupakan elemen yang penting dalam pemilihan vendor hiburan. Pengalaman adalah faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap citra dari brand tersebut, karena dengan adanya pengalaman pelanggan memiliki asumsi bahwa jasa yang akan digunakan sudah memiliki kualitas terhadap bentuk pelayanan yang akan disajikan. Elemen pengalaman mendapatkan bobot 0,21 karena menurut survei yang sudah dilakukan, Elemen pengalaman ini menjadi salah satu faktor penentu dalam pemilihan vendor hiburan.

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari elemen pengalaman *Tujuh Entertainment* mendapatkan bobot 4, dengan alasan karena *Tujuh Entertainment* sudah memiliki banyak pengalaman yang dapat kita lihat dari konten media sosial yang disajikan oleh *Tujuh Entertainment*, dengan memiliki perjalanan yang cukup panjang, *Tujuh Entertainment* sudah memiliki pengalaman dalam bidang memeriahkan acara, Berbeda dengan *Good Try Musik Entertainment* yang mendapatkan rating 3 dengan alasan karena perusahaan ini baru berdiri sejak 2018, Sedangkan *Creativin Entertainment* mendapatkan rating 2, dengan alasan karena belum memiliki cukup pengalaman dalam memberikan pelayanan vendor hiburan, akan tetapi sumber daya yang dipilih oleh *Creativin Entertainment* dan vendor sound system berdasarkan relasi dari penulis memiliki optimis yang mampu dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.

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.



f. Lokasi Kantor

Lokasi mendapatkan bobot terendah sebesar 0,03 nilai ini didapatkan dari hasil kuisioner yang disebar, hal ini pun didukung dengan adanya lokasi fisik yang jelas mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand perusahaan tersebut. *Creativin Entertainment* mendapatkan rating 4 karena memiliki kantor yang lebih dipersiapkan, sedangkan *Good Try Entertainment* menurut analisis dari penulis, belum memiliki bentuk kantor yang jelas sehingga mendapatkan rating 2

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

F. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan oleh pebisnis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Metode analisis SWOT ini dapat ditemukan oleh Albert Humphrey pada tahun 1960. Dengan menggunakan analisis SWOT pebisnis dapat membuat strategi pemasaran dan dapat mengelola hal yang menjadi peluang untuk dijadikan kekuatan.

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan suatu tolak ukur internal dari perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan dimana berasal dari sumber daya yang memiliki keterampilan dan keunggulan guna meningkatkan kesempatan bagi perusahaan untuk dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan hal yang menjadi kekurangan internal dari sumber daya perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan adanya kelemahan dapat menjadi suatu halangan atau hambatan bagi perusahaan dalam menjalankan usaha.

3. Peluang (*Opportunities*)

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.



Peluang merupakan suatu celah yang dapat menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan suatu bisnis, faktor eksternal ini dapat mempengaruhi semangat perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis guna membuat bisnis berkembang dengan pesat.

4. Ancaman (Threats)

Ancaman merupakan musuh terbesar dari perusahaan, yang dimana dipengaruhi oleh faktor eksternal yang dapat menentukan berjalannya suatu bisnis tersebut. Dengan adanya faktor ancaman ini membuat perusahaan untuk menyusun strategi untuk dijadikan sebagai langkah jika hal yang tidak diinginkan terjadi. Berikut adalah analisis SWOT yang dilakukan oleh *Creativin Entertainment* :

Tabel 3. 5 SWOT Creativin Entertainment

Kekuatan	Kelemahan
1. Memiliki keunggulan dalam pelayanan karena akan menawarkan <i>mini show case</i> (S1)	1. <i>Brand</i> yang belum dikenal oleh masyarakat (W1)
2. Memiliki harga yang <i>relative</i> murah(S2)	2. belum memiliki pengalaman yang cukup (W2)
3. Konten media sosial yang menarik(S3)	
4. Memiliki kantor fisik yang strategis dan nyaman(S4)	
Peluang	Ancaman
1. Kebutuhan vendor hiburan dalam acara(O1)	1. Munculnya pesaing baru pada bisnis sejenis dan pasar sejenis(T1)
2. Di minati oleh semua kalangan dan semua gender(O2)	2. memiliki tingkat pesaing yang cukup tinggi (T2)
3. Pengaruh sosial media terhadap pembelian (O3)	3. Merupakan bisnis yang mudah ditiru(T3)
4. Band akustik yang diminati dalam memeriahkan acara(O4)	

Sumber : *Creativin Entertainment*

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. 6 Strategi SWOT Matrix Creativin Entertainment

<p>MATRIKS SWOT</p> <p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-undang</p> <p>1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	Strenght (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	1. Memiliki keunggulan dalam pelayanan karena akan menawarkan <i>mini show case</i> (S1)	1.Brand yang belum dikenal oleh masyarakat (W1)
	2. Memiliki harga yang <i>relative</i> murah(S2)	2. belum memiliki pengalaman (W2)
	3. Konten media sosial yang menarik(S3)	
	4. Memiliki kantor fisik yang strategis dan nyaman(S4)	
Opportunities (Peluang)	S-O Strategies	W-O Strategies
1. Kebutuhan vendor hiburan dalam acara(O1)	1. Menciptakan mutu pelayanan yang maksimal (S1,S2,S4,O1,O2,O3)	1. Meningkatkan kualitas dari pelayanan (W2,O1,O2,O3)
2. Di minati oleh semua kalangan dan semua gender(O2)	2. Melakukan kegiatan promosi (S2,S3,S4,O2,O3)	2. Meningkatkan kualitas mutu promosi ke masyarakat luas(W1,W2,O2,O3,O4)
3. Pengaruh sosial media terhadap pembelian (O3)	3. Membuat paket yang menarik (S1,S2,S4,O1,O4)	3. Menjalin kerja sama dengan penyelenggara acara(W1,O1,O3,O4)
4. Musik Akustik menjadi salah satu paket pilihan terhadap vendor hiburan(O4)	4. Membangun citra <i>brand</i> (S1,S2,S3,S4,O1,O3,O4)	
Threats (Ancaman)	S-T Strategies	W-T Strategies
1. Munculnya pesaing baru pada bisnis sejenis dan pasar sejenis(T1)	1. Melakukan inovasi pada konsep pelayanan (S1,S3,T1,T3)	1. Melakukan promosi berbayar melalui sosial media(W1,W2,T2)
2. memiliki jumlah pesaing yang banyak (T2)	2. rutin membuat konten yang kreatif terhadap sosial media(S1,S3,T1,T3)	2. Membangun kerjasama dengan penyelenggara acara(W1,W2,T1,T2)
3. Menupakan bisnis yang mudah ditiru(T3)	3. Melakukan follow up terhadap konsumen atas pelayanan yang sudah dilakukan (S1,S2,T1,T2,T3)	

Sumber: *Creativin Entertainment*



Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan oleh Creativin Entertainment, berikut adalah penjelasan secara rinci tentang langkah yang akan direncanakan oleh Creativin Entertainment :

1. Strategi SO

a. Menciptakan mutu pelayanan yang maksimal (S1,S2,S4,O1,O2,O3)

Memberikan pelayanan yang maksimal dengan cara melayani konsumen melalui whatsapp dengan ramah dan detail dalam menjelaskan rincian yang dimiliki oleh perusahaan, hingga memberikan kualitas pelayanan yang maksimal selama proses acara berlangsung sampai selesai.

b. Meningkatkan kualitas mutu promosi ke masyarakat luas (W1,W2,O2,O3,O4)

Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, membuat para pelaku usaha mendapatkan kemudahan dalam mempromosikan bisnis mereka ke masyarakat luas, salah satu contohnya adalah sosial media , platform ini sangat membantu pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Untuk itu Creativin Entertainment menggunakan media sosial sebagai kekuatan dengan membuat konten di instagram,tiktok,youtube dan facebook. Dengan adanya sosial media yang aktif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk layanan Creativin Entertainment.

c. Menjalini kerja sama dengan penyelenggara acara(W1,O1,O3,O4)

Menawarkan beberapa paket yang sudah ditentukan oleh perusahaan, dengan paket yang bervariasi dengan harga yang terjangkau, sehingga calon konsumen memiliki banyak pilihan terhadap keputusan yang akan diambil sesuai dengan keinginan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Membangun citra brand (S1,S2,S3,S4,O1,O3,O4)

Memaksimalkan kekuatan dari segi pelayanan mulai dari awal pemesanan sampai pada penghujung acara, sehingga konsumen memiliki kesan baik terhadap pelayanan yang sudah dilakukan, sehingga citra brand dapat selalu diminati oleh masyarakat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Strategi WO

1. Meningkatkan kualitas dari pelayanan (W2,O1,O2,O3)

Akan mengutamakan kualitas pelayanan, dengan adan ya kualitas pelayanan akan menjadi nilai plus tersendiri bagi Creativin Entertainment yang baru merintis, salah satu contohnya dengan cara melakukan komunikasi melalui konten instagram, dan memilih admin yang berkompeten dalam menjawab pertanyaan baik dari instagram maupun whatsapp.

2. Membangun kualitas pelayanan yang terbaik(W1,W2,O1,O2)

Akan mengutamakan kualitas pelayanan, dengan adan ya kualitas pelayanan akan menjadi nilai plus tersendiri bagi Creativin Entertainment yang baru merintis, salah satu contohnya dengan cara melakukan komunikasi melalui konten instagram, dan memilih admin yang berkompeten dalam menjawab pertanyaan baik dari instagram maupun whatsapp.

3. Menjalin kerja sama dengan penyelenggara acara(W1,O1,O3,O4)

Dengan adanya kerjasama dengan penyelenggara acara, dapat membantu meningkatkan bisnis dari Creativin Entertainment, agar dapat memenuhi target pasar yang dituju dan dikenal oleh banyak orang. Cara yang dilakukan adalah dengan melakukan promosi melalui sosial media terhadap bentuk kerjasama, seperti misalnya membuat proposal *company profile*, dan

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.

keunggulan yang dimiliki oleh Creativin Entertainment, dan melakukan promosi di website wedding organizer dan vendor hiburan lainnya.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Strategi ST

a. Melakukan inovasi pada konsep pelayanan (S1,S3,T1,T3)

Dengan melihat kekuatan yang dimiliki oleh Creativin Entertainment akan menjadi salah satu bentuk strategi yang akan diambil dalam menghadapi ancaman yang ada. Untuk itu Creativin Entertainment akan terus mempertahankan kualitas layanan dan harga sehingga mampu bersaing dengan pesaing-pesaing yang sudah ada dan sudah memiliki banyak pengalaman. Untuk itu Creativin Entertainment akan meningkatkan kualitas dari para pekerja.

b. Rutin membuat konten yang kreatif terhadap sosial media(S1,S3,T1,T3)

Dengan adanya sosial media membantu para pelaku usaha untuk melakukan promosi secara gratis, dengan demikian Creativin Entertainment memanfaatkan kesempatan itu untuk membuat konten-konten cover lagu dengan arransement yang dikemas dengan indah, selain itu juga aktif dalam memberikan informasi mengenai alat musik dan *mini show case*.

c. Melakukan follow up terhadap konsumen atas pelayanan yang sudah dilakukan (S1,S2,T1,T2,T3)

Melakukan review dan evaluasi atas pelayanan yang sudah dilakukan dengan melakukan follow up terhadap kesan dan pesanatas pelayann yang sudah diberikan serta membuka kritik dan saran untuk mendapatkan apa saja yang harus dikembangkan serta diperbaiki guna mencapai pelayanan yang unggul dan selalu di ingat oleh konsumen.





4. Strategi WT

C a. Melakukan promosi berbayar melalui sosial media(W1,W2,T2)

Melakukan promosi berbayar melalui sosial media mampu meningkatkan jangkauan terhadap suatu bisnis, misalkan dengan melakukan promosi melalui instagram adds, tiktok adds, dan endorse. Metode ini merupakan metode pemasaran yang berkembang sesuai dengan perkembangan jaman. Dengan melakukan promosi berbayar, suatu bisnis dapat menjangkau target pasar yang dituju dan memperkenalkan brand bisnis tersebut.

b. Membangun kerjasama dengan penyelenggara acara(W1,W2,T1,T2)

Membangun kerjasama dengan penyelenggara acara yang ada di

JABODETABEK yang dimana guna meningkatkan target dari bisnis tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan aktif memberikan proposal kerjasama kepada penyelenggara acara, serta memberikan kartu nama dan company profile yang dimiliki oleh perusahaan guna mendapatkan memperluas partner bisnis sehingga brand tersebut semakin di kenal oleh masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

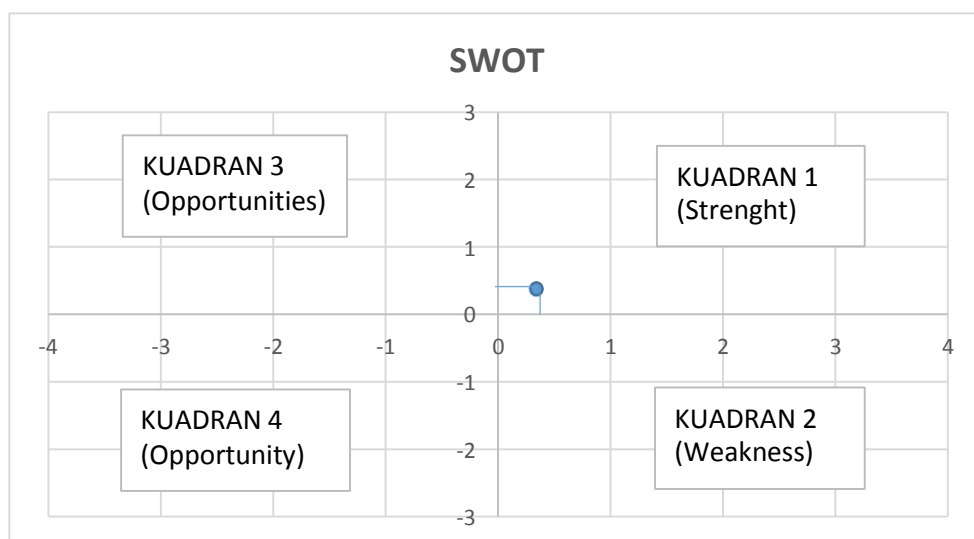
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Gambar 3. 4 SWOT KUADRAN



Sumber: *Creativin Enterainment*

Berdasarkan perhitung SWOT yang sudah dilakukan melalui kuisisioner yang disebar, *Creativin Entertainment* mendapatkan kuadran $x= 0.18$, dan $y= 0.09$, yang mana berada dalam kuadran I yang memiliki arti menguntungkan bagi perusahaan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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