

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam berbisnis, seseorang harus dapat menganalisis tren dan pertumbuhan industri untuk melihat kelayakan suatu bisnis. *Blessing Event Organizer* adalah suatu bisnis yang bergerak di bidang jasa yang merupakan sub sektor dari ekonomi kreatif. *Event organizer* merupakan bisnis yang cukup stabil karena di zaman *millennial* yang serba instan ini, semua orang menginginkan acara yang sukses. Akan tetapi tidak ingin direpotkan untuk mempersiapkan rencana tersebut, karena mereka juga ingin menikmati acara tersebut.

Untuk melihat sebuah industri menarik untuk di geluti dan berkembang atau tidak adalah dengan melihat kontribusi industri tersebut terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang dihasilkan setiap tahunnya. *Event organizer* yang termasuk dalam sub sektor ekonomi kreatif, perlu dilihat dari besar kontribusinya kepada PDB ekonomi kreatif di Indonesia. Oleh sebab itu, data yang akan digunakan adalah data Distribusi PDB Ekonomi Kreatif di Indonesia tahun 2010-2019 dapat di lihat pada

Gambar 3.1 berikut :

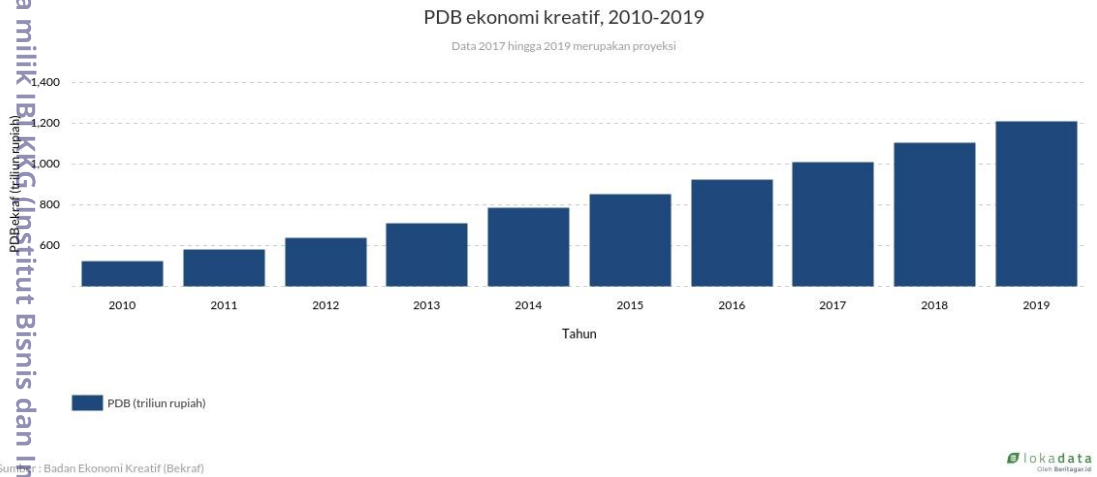




Gambar 3.1

Distribusi PDB Ekonomi Kreatif di Indonesia Tahun 2010-2019

(dalam Triliun Rupiah)



Sumber : <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pdb-ekonomi-kreatif-2010-2019-1563263171> , diakses 30 September 2019

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa industri ekonomi kreatif terus memberikan peningkatan dalam kontribusi untuk Produk Domestik Bruto di Indonesia setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa industri *event organizer* memiliki daya tarik dan peluang sehingga memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

Tren permintaan terhadap suatu usaha juga menjadi salah satu data yang dapat menjadi tolak ukur dalam mengembangkan usaha. Tren permintaan terhadap jasa *event organizer* di Indonesia dalam 5 tahun terakhir dapat di lihat pada **Gambar 3.2** berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

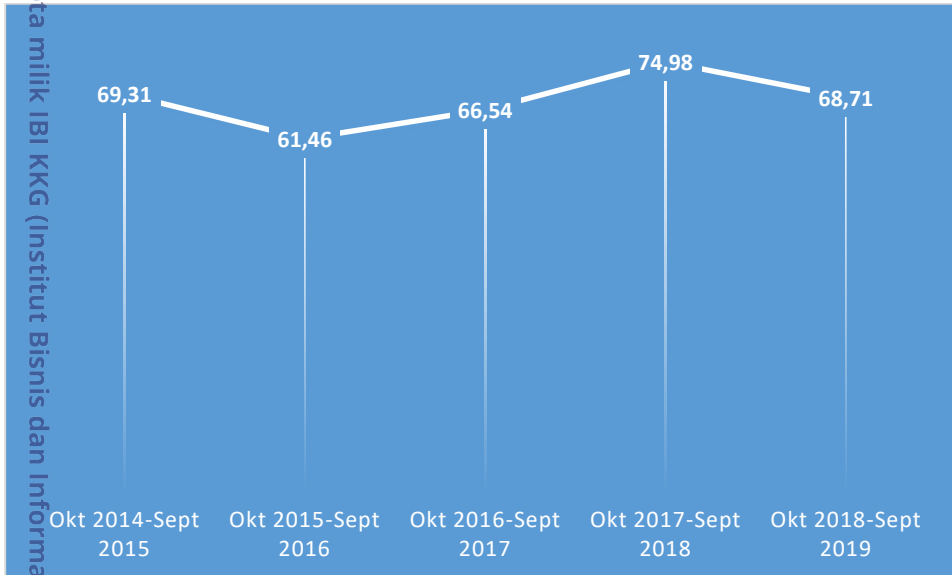
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Gambar 3.2

Tren Permintaan Jasa *Event Organizer* di Indonesia

Periode Oktober 2014-September 2019



Sumber : <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today%205-y&geo=ID&q=event%20organizer>, diakses 30 September 2019

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa permintaan terhadap jasa *event organizer* di Indonesia mengalami fluktuasi cenderung meningkat dalam 5 (lima) tahun terakhir. Hal ini membuktikan bahwa *event organizer* memiliki daya tarik dan peluang sehingga memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, strategi kekuatan dan kelemahan pesaing agar dapat menetapkan strategi yang kompetitif dan efektif. Sebuah perusahaan perlu mencermati produk, harga, saluran distribusi, maupun saluran promosi yang dilakukan oleh para pesaing disekitarnya. Dengan cara ini, perusahaan akan dapat menemukan bidang-bidang mana yang

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



berpotensi untuk dijadikan kekuatan sekaligus mengetahui titik lemah dari pesaing yang dapat di serang dan yang harus di hindari. Pengetahuan mengenai pesaing akan membantu perusahaan dalam menetapkan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan, ancaman, permasalahan strategis, dan cara mempertahankan bisnisnya.

Berikut daftar pesaing Blessing Event Organizer :

1. Imagination Event Organizer

- a. Jenis Jasa : *Event Organizer*
- b. Segmentasi : *Middle High*
- c. Lokasi : Kelapa Gading
- d. Tahun Berdiri : 2016
- e. Website : www.imaginationeo.com
- f. Kontak : 081218869922

2. Groovy Event Organizer

- a. Jenis Jasa : *Event Organizer*
- b. Segmentasi : *High*
- c. Lokasi : The Mansion Kemayoran
- d. Tahun Berdiri : 2007
- e. Website : -
- f. Kontak : 08111606191

3. Great Event Organizer

- a. Jenis Jasa : *Event Organizer & Decoration*
- b. Segmentasi : *Middle High*
- c. Lokasi : Kelapa Gading
- d. Tahun Berdiri : 2011
- e. Website : -

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut 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.



f. Kontak : 08775014618

Tabel 3.1

Analisis Pesaing Blessing Event Organizer

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Imagination Event Organizer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang cukup terjangkau. 2. Memiliki <i>brand</i> yang sudah cukup di kenali. 3. Memiliki tenaga kerja berkualitas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki kantor. 2. Hanya mengambil <i>event</i> dengan <i>audience</i> yang banyak (>50 orang).
Groovy Event Organizer	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand</i> yang cukup di kenali. 2. Memiliki tenaga kerja berkualitas. 3. Berdiri sejak tahun 2007 sampai sekarang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya mengambil <i>event</i> besar. 2. Harga tergolong mahal.
Great Event Organizer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang cukup terjangkau. 2. Hasil dekorasi elegan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki kantor. 2. Dekorasi monoton.

Sumber : Blessing Event Organizer

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

Analisis PESTEL merupakan *tool* yang berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan dimana usaha beroperasi serta kesempatan maupun ancaman yang ada di sekitarnya sehingga dapat mengambil kesempatan yang ada dan juga meminimalkan ancaman yang muncul.

Analisis PESTEL juga merupakan *tool* untuk memahami segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha dan juga posisi, potensi serta arahan strategis untuk bisnis maupun organisasi. Analisis PESTEL dapat digunakan untuk

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.



mencari tahu apakah organisasi di dalam suatu konteks lingkungan dengan segala hal terjadi diluar sana pada saat bersamaan memberi pengaruh ke dalam organisasi.

Menurut David (2015:229), kekuatan PESTEL dibagi menjadi 6 (enam) kategori, yaitu :

1. *Politic* (Politik)

Faktor politik meliputi kebijakan pemerintah, masalah hukum, juga mencakup aturan-aturan formal serta informal dari lingkungan perusahaan dimana perusahaan melakukan kegiatan usahanya. Untuk industri dan perusahaan yang sangat bergantung pada kontrak atau subsidi pemerintah, ramalan keadaan politik, dan kebijakan politik menjadi hal yang harus diperhatikan karena dapat memberi pengaruh yang signifikan pada perusahaan. Kompetisi global semakin meningkat di kalangan ekonomi, pasar, pemerintah, dan organisasi memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan faktor potensial dari variabel politik dalam perumusan dan penetapan serta penerapan strategi kompetitif mereka. Usaha *event organizer* tidak terlalu terpengaruh terhadap lingkungan politik suatu negara karena usaha *event organizer* tidak mendapatkan subsidi dari pemerintah.

Kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi jalannya usaha *event organizer* adalah kebijakan mengenai pajak bumi dan bangunan serta pajak penghasilan sebesar 0,5% (yang bersumber : <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3566181/jokowi-rilis-tarif-baru-pajak-umkm-05-persen-ini-aturan-lengkapnya>).

Melihat kondisi politik dan kebijakan pemerintah seperti ini akan menyediakan peluang bagi usaha Blessing Event Organizer dikarenakan kurangnya pengaruh dan dampak politik terhadap jalannya kegiatan usaha.

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.



2. *Economy* (Ekonomi)

Adanya pertumbuhan ekonomi akan diikuti oleh peningkatan kekayaan konsumen dan usaha yang semakin meluas dikarenakan terjadinya kenaikan pendapatan. Namun, jika yang terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena daya beli konsumen menurun dan berdampak buruk bagi kegiatan usahanya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

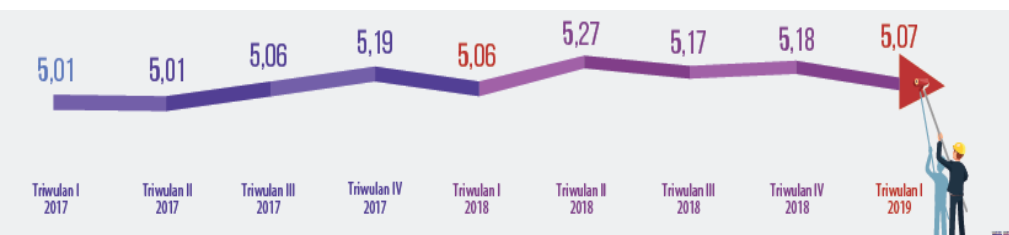
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 3.3

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dari Triwulan I 2017 – Triwulan I 2019



Sumber : <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1620/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2019-tumbuh-5-07-persen.html>, diakses 30 September 2019

Dilihat dari **Gambar 3.3**, perekonomian Indonesia menunjukkan kinerja yang membaik dan terus meningkat. Untuk keseluruhan realisasi tahun 2018, pertumbuhan ekonomi tahun 2018 merupakan yang tertinggi dalam 3 (tiga) tahun terakhir.

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat akan diimbangi dengan meningkatnya daya beli masyarakat. Lingkungan ekonomi berpengaruh terhadap kelangsungan usaha *event organizer* karena suatu acara yang menggunakan jasa *event organizer* identik dengan kemewahan yang bersifat kelas menengah ke atas, dan konsumen yang dapat mengeluarkan sejumlah uang lebih untuk mendapatkan *moment* di hari bahagiannya adalah orang yang berpenghasilan cukup tinggi.

Selama perekonomian masih stabil dan terus mengalami peningkatan ke arah



yang lebih baik, maka hal tersebut akan berpengaruh baik terhadap jalannya

kegiatan usaha *event organizer*.

3. *Social* (Sosial)

Gaya hidup seseorang sangat mempengaruhi perilaku konsumsinya. Menurut Kotler dan Keller (2016:186), “*A lifestyle is a person’s pattern of living in the world as expressed in activities, interests, and opinions.*” Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan di dunia. Zaman sekarang ini masyarakat sudah memiliki tren tersendiri, dimana beranggapan bahwa ketika seseorang yang berumur 17 tahun, terutama seorang wanita, mengadakan acara pesta ulang tahun yang meriah adalah suatu keharusan. Hal ini terjadi secara cepat dan menyebar melalui sosial media sehingga membuat masyarakat tertular untuk mengikuti tren tersebut karena gengsi dan ingin memiliki pengalaman sekali seumur hidup untuk dikenang.

Melihat perkembangan gaya hidup dan tren kehidupan sosial yang terus berkembang, *event organizer* menjadi suatu usaha yang memiliki prospek yang baik sehingga ini menjadi peluang besar bagi Blessing Event Organizer.

4. *Technology* (Teknologi)

Teknologi semakin maju dan berkembang dengan cepat seiring dengan perkembangan zaman. Teknologi merupakan faktor pendukung yang penting dalam suatu usaha untuk mencapai efisiensi. Hal ini mengharuskan pengusaha untuk terus meningkatkan teknologi yang digunakan jika tidak ingin kalah bersaing dari pesaing yang telah menggunakan teknologi yang lebih canggih dan modern. Bagi masyarakat modern, teknologi saat ini menjadi aspek kehidupan

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.



yang sangat penting. Setiap masyarakat modern hidup menggunakan teknologi di setiap kegiatan kesehariannya. Teknologi yang paling umum dan mudah digunakan oleh masyarakat saat ini adalah *smartphone*, internet, media sosial, dan lain-lain.

Melihat minat masyarakat akan pentingnya teknologi, Blessing Event Organizer memiliki standar teknologi untuk menunjang kegiatan usaha *event organizer* yang mengikuti perkembangan zaman, seperti tersedianya *wifi* untuk karyawan sehingga dapat dengan mudah dan nyaman dalam mengerjakan pekerjaannya, dan tablet yang berfungsi untuk memudahkan Blessing Event Organizer dalam melakukan aktivitas. Blessing Event Organizer memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan usaha Blessing Event Organizer melalui media *online* dengan menampilkan konten informasi, promosi, dan juga portofolio Blessing Event Organizer. Kesadaran masyarakat akan perkembangan teknologi dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kehadiran Blessing Event Organizer.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan meliputi segala hal yang mempengaruhi kelestarian lingkungan dan hubungannya dengan usaha yang dijalankan. Blessing Event Organizer memiliki sedikit kendala dalam faktor lingkungan karena Blessing Event Organizer menggunakan bahan yang tidak ramah lingkungan seperti balon plastik, *styrofoam*, *confetti*, dan lain sebagainya.

Hal ini menjadi ancaman bagi Blessing Event Organizer, akan tetapi Blessing Event Organizer mengatasi ancaman ini dengan mendaur ulang sampah hasil usaha Blessing Event Organizer dengan memberikan limbah tersebut kepada

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.



industri kreatif yang membutuhkan untuk di produksi menjadi barang yang lebih berguna.

C

Blessing Event Organizer memiliki kantor dengan kebersihan yang terjamin dan juga memiliki tempat sampah yang membedakan sampah organik dan non organik.

6. Legal (Hukum)

Hukum atau kebijakan yang dibuat oleh negara merupakan aturan yang harus ditaati oleh setiap masyarakat, tidak terkecuali pengusaha. Setiap kegiatan usaha yang dijalankan harus memperhatikan kebijakan yang sudah ada, karena jika melanggar akan mendapatkan sanksi dari negara.

Blessing Event Organizer akan menghindari hal-hal yang bertentangan dengan hukum di Indonesia, seperti :

a. Kebijakan Hak Cipta

Menurut Undang-Undang Nomor 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta. Undang-Undang ini berisi :

- (1) Pengertian Hak Cipta
- (2) Dasar Perlindungan Hak Cipta
- (3) Pengalihan Hak Cipta
- (4) Lingkup Hak Cipta
- (5) Jangka Waktu Perlindungan Suatu Ciptaan
- (6) Pelanggaran dan Sanksi
- (7) Prosedur Pengajuan Permohonan

b. Kebijakan Konten

Menurut Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi, pengertian pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara,

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.



bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan, eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat. Dalam menghasilkan karya fotografi, siapapun tidak diperbolehkan memuat konten pornografi. Pelanggar aturan ini akan dikenakan sanksi pidana sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Pajak Penghasilan

Menurut Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No. SE.11/PJ.52/2003 tanggal 28 Maret 2003 berisi :

- (1) Pengertian Jasa Event Organizer
- (2) Dasar Pengenaan Pajak Jasa Event Organizer

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

Ramalan industri bertujuan untuk memperkirakan jumlah permintaan pasar di masa yang akan datang. Hal tersebut dilakukan dengan mengantisipasi perubahan permintaan di masa depan. Dengan ramalan yang diperkirakan dengan data yang lengkap dan akurat, maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha menguasai pasar dengan lebih mudah dan percaya diri untuk melihat prospek di masa depan.

Menurut David (2015:239), *Porter's Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*. Yang artinya, Model Lima Kekuatan Porter adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Dalam

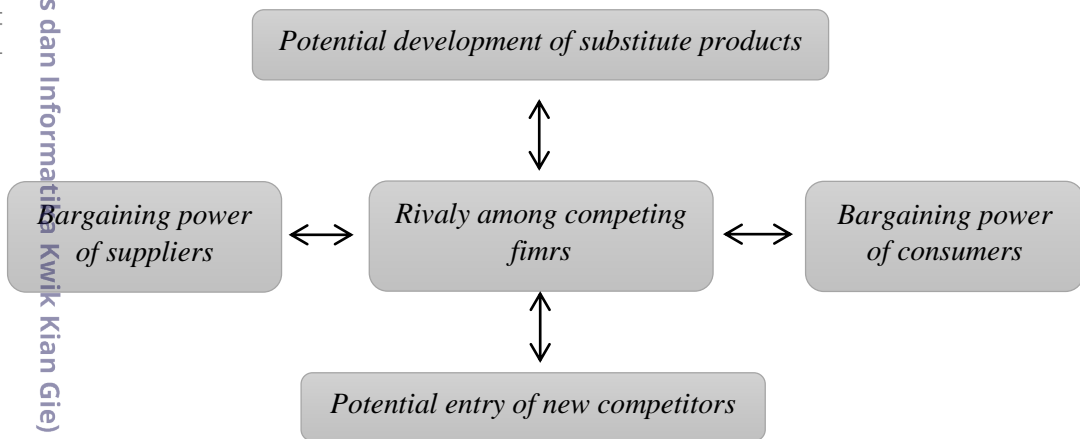
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

menganalisis, seseorang harus mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut adalah analisis

Porter's Five-Forces Model dari Blessing Event Organizer :

Gambar 3.4

Porter's Five-Forces Model



Sumber: David (2015:239)

1. *Rivalry among existing competitors* (Persaingan antar perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama)

Tekanan paling besar dari 5 (lima) kekuatan dalam industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar yang sejenis.

Perusahaan di dalam sebuah pasar yang sama bersaing untuk posisi tertentu dalam usaha mendapatkan keunggulan bersaing. Ketika suatu perusahaan menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, perusahaan pesaing harus beradaptasi serta menghadapi risiko



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.



terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang dinamis dan kompetitif.



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

Untuk menghadapi persaingan tersebut, Blessing Event Organizer melakukan peningkatan kualitas pelayanan agar sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan ide dan konsep yang baru mengikuti perubahan zaman modern. Hal tersebut diharapkan dapat membuat Blessing Event Organizer unggul dalam persaingan.

2. *Bargaining power of buyers* (Daya Tawar Pembeli)

Blessing Event Organizer berfokus pada memberikan layanan perencanaan dan pelaksanaan acara. Dalam hal ini, Blessing Event Organizer memberikan inovasi yang di yakini akan menambah daya tarik konsumen. Blessing Event Organizer memiliki media sosial resmi yang di kelola langsung oleh Blessing Event Organizer dengan menyajikan konten yang menarik serta mudah untuk di akses. Hal ini berguna untuk memudahkan konsumen dalam memilih dan memiliki gambaran mengenai konsep acara yang diinginkan.

Dari semua inovasi ini, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen ialah tingkat kualitas layanan dan kreativitas serta inovasi dari pelayanan yang diberikan oleh Blessing Event Organizer. Untuk mencapai hal tersebut, *first impression* calon konsumen terhadap Blessing Event Organizer merupakan hal utama yang sangat penting untuk diperhatikan. Dalam industri jasa, konsumen akan menilai dari kualitas jasa yang diberikan. Oleh sebab itu, Blessing Event Organizer berkomitmen untuk menjaga dan terus meningkatkan kualitas, kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan loyalitas sehingga daya tawar konsumen menjadi minim.

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.



3. *Bargaining power of suppliers* (Daya tawar pemasok)

Ⓒ Semakin banyak pemasok yang menjual produk atau jasa sejenis, semakin besar kesempatan untuk menawar. Tetapi sebaliknya jika pemasok yang menjual produk atau jasa sejenis hanya sedikit jumlahnya, maka kecil kemungkinan untuk melakukan tawar-menawar.

Dalam kegiatan usahanya, Blessing Event Organizer memiliki banyak pemasok sesuai dengan kebutuhan yang ada. Tetapi, *switching cost* untuk berganti pemasok sejenis tergolong rendah. Maka, dapat disimpulkan daya tawar pemasok untuk *event organizer* tergolong rendah.

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

Seiring berjalannya waktu, peluang akan semakin terbuka bagi perusahaan untuk memasuki suatu pasar atau sektor tertentu. Peluang ini akan berdampak pada kinerja perusahaan yang sudah ada sebelumnya ketika perusahaan pendatang baru memberikan penawaran produk atau jasa sejenis, maka akan ada pangsa pasar yang tergerus.

Hambatan bagi pendatang baru biasanya dapat dilihat dari perlunya modal yang besar, kebutuhan teknologi yang canggih, peraturan pemerintah, dan lain sebagainya. Melihat dari diferensiasi produk, kebutuhan modal dan berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai usaha jasa *Event Organizer*, maka dapat disimpulkan bahwa ancaman pendatang baru yang memasuki industri yang sama adalah tinggi. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi Blessing Event Organizer untuk semakin meningkatkan daya saing dengan cara mempertahankan dan mengembangkan pelayanan dengan memberikan kreativitas dan inovasi untuk setiap acara maupun dekorasi.

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.



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

Produk substitusi adalah produk yang secara fungsional memiliki manfaat yang serupa dengan produk utama. Jika sebuah produk memiliki produk substitusi, maka akan menjadi ancaman bagi suatu usaha.

Produk substitusi Blessing Event Organizer adalah perencanaan dan dekorasi yang dapat dikerjakan sendiri oleh yang memiliki acara tersebut. Tetapi tentunya memiliki kualitas perencanaan dan dekorasi acara yang tidak sebanding dengan menyewa *event organizer* karena kurangnya pengetahuan masyarakat akan perencanaan dan dekorasi sebuah acara. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa ancaman produk substitusi tergolong rendah.

Meskipun ancaman produk substitusi tergolong rendah, Blessing Event Organizer akan berupaya untuk membuat konsumen merasakan nilai tambah walaupun harus mengeluarkan biaya lebih. Dengan begitu, konsumen tidak akan merasa sia-sia dan akan merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh Blessing Event Organizer.

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

Menurut David (2015:245), "*Competitive Profile Matrix identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position.*" Dimana Matriks Profil Kompetitif mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dan kekuatan dan kelemahannya khususnya sehubungan dengan posisi strategis dari perusahaan pesaing. CPM menunjukkan kepada pebisnis mengenai titik kuat dan titik lemah mereka terhadap pesaingnya. Nilai CPM diukur atas dasar faktor penentu keberhasilan, setiap faktor diukur dalam skala yang sama maksudnya adalah bobot tetap sama untuk setiap

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



perusahaan hanya peringkatnya saja yang beragam.

Hal positif tentang CPM adalah untuk memudahkan analisis komparatif antara perusahaan penulis dengan perusahaan pesaing. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) dimana masing-masing faktor internal dan eksternal saja.

1. *Critical Success Factors*

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

2. *Rating (Peringkat)*

Peringkat dalam CPM memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi peringkat yang didapat, memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap CPM, dan juga sebaliknya peringkat rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

Ada beberapa poin penting terkait dengan peringkat dalam CPM :

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



- c. Tanggapan rata-rata diwakili oleh 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 dalam sebuah perusahaan.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0.

3. **Weight (Bobot)**

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

4. **Total Weighted Score**

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

Berikut adalah **Tabel 3.2** yang menyajikan analisis CPM dimana Blessing Event Organizer dibandingkan dengan tiga pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Tabel 3.2

Analisis Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Weight	Blessing EO		Imagination EO		Groovy EO		Great EO	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Brand	0,03	1	0,03	2	0,06	4	0,12	2	0,06
Harga	0,2	4	0,8	2	0,4	2	0,4	3	0,6
Portofolio/ Pengalaman	0,2	2	0,4	4	0,8	4	0,8	3	0,6
Lokasi Kantor	0,07	2	0,14	2	0,14	2	0,14	2	0,14
Mutu Pelayanan	0,3	4	1,2	4	1,2	4	1,2	3	0,9
Fleksibilitas Tinggi	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	2	0,2
Konten Media Sosial	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Total	1,00		3,17		3,3		3,36		2,9

Sumber : Blessing Event Organizer

Keterangan :

- a. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang 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*).

Catatan penting bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak dapat menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Hasil tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda.

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.



Berikut adalah penjelasan mengenai posisi Blessing Event Organizer dan para pesaing berdasarkan **Tabel 3.2** diatas :

a. *Brand* (Merek)

Membangun citra merek yang kuat tentu tidak mudah, memerlukan strategi pemasaran yang tepat, memerlukan waktu yang cukup lama, dan tentu memerlukan dukungan biaya yang tidak sedikit. Merek menjadi salah satu faktor yang akan membawa suatu perusahaan menuju kesuksesannya.

Pada **Tabel 3.2** dapat dilihat bahwa Groovy Event Organizer memperoleh peringkat 4 dikarenakan perusahaan Groovy Event Organizer sudah berdiri sejak tahun 2007 dan memiliki portofolio yang lebih banyak serta *brand* dari Groovy Event Organizer sudah dikenal oleh masyarakat. Sedangkan Great Event Organizer dan Imagination Event Organizer memperoleh peringkat 2 karena sudah berdiri sejak tahun 2011 dan 2016 juga memiliki portofolio yang lebih banyak serta memiliki *brand* yang mulai dikenal oleh masyarakat. Sedangkan Blessing Event Organizer memperoleh peringkat 1 dan menjadi yang terendah diantara yang lain karena Blessing Event Organizer merupakan usaha baru yang sedang dirintis sehingga belum memiliki citra merek yang baik di mata masyarakat di karenakan belum memiliki portofolio dan pengalaman.

b. Harga

Harga merupakan salah satu faktor terpenting yang dilihat oleh konsumen saat memilih suatu produk atau layanan jasa. Pada **Tabel 3.2** diatas, dapat dilihat bahwa faktor harga memiliki bobot yang cukup besar yakni 0,20 sehingga dapat dikatakan harga menjadi faktor penting bagi konsumen.

Imagination Event Organizer dan Groovy Event Organizer memperoleh peringkat 2 dikarenakan biaya yang ditawarkan oleh Imagination Event

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



Organizer dan Groovy Event Organizer dapat dikatakan relatif mahal dibandingkan dengan pesaing lainnya. Sedangkan Great Event Organizer memperoleh peringkat 3 karena menawarkan jasa mereka dengan harga yang terjangkau dan untuk Blessing Event Organizer memperoleh peringkat 4, karena Blessing Event Organizer secara optimis mampu memberikan harga yang kompetitif untuk konsumen.

c. Portofolio/Pengalaman

Portofolio/pengalaman memperoleh bobot sebesar 0,2. Portofolio sebuah acara juga menggambarkan bagaimana dekorasi dan meriahnya sebuah acara. Portofolio/pengalaman menjadi hal yang penting dikarenakan portofolio dapat menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam menilai perusahaan dan menjadi referensi konsep untuk acara yang akan diadakan.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, Imagination Event Organizer dan Groovy Event Organizer memperoleh peringkat 4, tertinggi diantara pesaing lainnya karena foto-foto yang ada di media sosial resmi mereka. Portofolio Imagination Event

Organizer dan Groovy Event Organizer dapat dikatakan yang terbaik didukung dengan kemampuan *photographer*, dekorasi serta hasil *editing* yang menarik. Disusul oleh Great Event Organizer yang memperoleh peringkat 3 karena portofolio yang disediakan oleh Great Event Organizer tidak sebagus dan semewah Imagination Event Organizer dan Groovy Event Organizer. Blessing Event Organizer memperoleh peringkat 2 karena Blessing Event Organizer merupakan jasa *event organizer* yang baru dirintis dan belum memiliki portofolio dan pengalaman yang banyak.

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.



d. Lokasi Kantor

Lokasi kantor memperoleh bobot ke dua terendah sebesar 0,07 di dapat dari hasil kuesioner yang disebar oleh penulis. Hal ini juga didukung karena perusahaan jasa seperti *event organizer* lokasi kantor tidak terlalu berpengaruh bagi perusahaan *event organizer*. Hal ini dapat dilihat dari Imagination Event Organizer dan Great Event Organizer memiliki lokasi kantor di Kelapa Gading dan hanya menggunakan rumah pribadi tetapi dapat memiliki konsumen yang banyak. Karena untuk mendapatkan konsumen di zaman sekarang ini cukup melalui media sosial, jika ingin bertemu untuk *meeting* dapat langsung bertemu di *venue* atau kesepakatan antara *event organizer* dengan konsumen. Berdasarkan **Tabel 3.2**, Blessing Event Organizer memperoleh peringkat yang sama dengan pesaing lainnya karena lokasi kantor Blessing Event Organizer berada dipusat keramaian.

e. Mutu Pelayanan

Mutu pelayanan yang berkualitas dapat membawa suatu perusahaan menjadi unggul karena kualitas pelayanan merupakan elemen yang penting bagi konsumen. Hal ini dapat dilihat pada **Tabel 3.2**, dimana mutu pelayanan memperoleh bobot tertinggi yaitu sebesar 0,30.

Berdasarkan **Tabel 3.2** dapat dilihat bahwa Imagination Event Organizer dan Groovy Event Organizer mendapatkan peringkat 4 karena kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik dan disusul oleh Great Event Organizer dengan peringkat 3. Blessing Event Organizer mampu memberikan pelayanan yang baik setara dengan perusahaan jasa *event organizer* terbaik lainnya.

f. Fleksibilitas Tinggi

Ditengah banyaknya kesibukan setiap individu, fleksibilitas merupakan suatu hal

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.



yang diperlukan dalam memilih jasa *event organizer*. Hal ini sangat berguna jika

konsumen yang memiliki kesibukan yang tinggi tetapi tetap ingin memantau jalannya persiapan acara dengan bertemu dengan pemilik jasa *event organizer*.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, Imagination Event Organizer dan Groovy Event Organizer memperoleh peringkat 3 karena Imagination Event Organizer dan Groovy Event Organizer memberikan kesempatan untuk konsumennya berkonsultasi dengan nyaman disusul dengan Great Event Organizer dengan peringkat 2. Sedangkan Blessing Event Organizer memperoleh peringkat 4, hal ini dikarenakan Blessing Event Organizer secara konsisten mengutamakan kesepakatan dengan konsumen bahkan tidak menutup kemungkinan Blessing Event Organizer akan datang ke tempat konsumen.

g. Konten Media Sosial

Tidak jauh berbeda dengan portofolio, konten media sosial merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan. Konten media sosial juga menjadi tempat bagi perusahaan untuk memperlihatkan portofolio *event* yang pernah dikerjakan oleh *event organizer*.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, Imagination Event Organizer, Groovy Event Organizer dan Great Event Organizer memperoleh peringkat 4 karena Imagination Event Organizer, Groovy Event Organizer dan Great Event Organizer memiliki konten media sosial yang banyak dan menarik. Sedangkan Blessing Event Organizer yang masih merintis usahanya memperoleh peringkat 2 karena belum memiliki banyak portofolio foto.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:79), *SWOT analysis an overall evaluation*

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.



of the company strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).”

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

Kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT adalah dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Analisis SWOT berisi tentang :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar dibandingkan dengan perusahaan sejenis yang ada.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat menjadi sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang merupakan analisis faktor-faktor eksternal yang memiliki kondisi dimana sebuah perusahaan memiliki peluang untuk berkembang dan maju di masa yang akan datang. Peluang ini dapat dimanfaatkan untuk mendorong perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan.



4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang di revisi dapat menjadi ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Berikut analisis SWOT dari Blessing Event Organizer :

a. Kekuatan (*Strengths*) :

(1) Harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing lainnya

Harga yang ditawarkan Blessing Event Organizer tergolong kompetitif dengan pesaing lainnya. Pesaing Blessing Event Organizer memiliki harga yang cukup tinggi dikarenakan memiliki kekuatan dari *brand* sehingga dipandang lebih berkualitas oleh masyarakat. Blessing Event Organizer belum berorientasi sepenuhnya terhadap profit seperti pesaing yang sudah memiliki *brand power*, sehingga menetapkan harga kompetitif untuk menarik perhatian masyarakat namun tidak mengurangi kualitas layanan dan kreativitas serta inovasi yang diberikan oleh Blessing Event Organizer.

(2) Memiliki fleksibilitas yang tinggi

Blessing Event Organizer sangat mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara merencanakan acara dan dekorasi sesuai dengan keinginan dan permintaan konsumen. Blessing Event Organizer memberikan konsultasi dengan menggunakan pendekatan kekeluargaan untuk membuat konsumen nyaman dengan konsultasi yang diberikan. Blessing Event Organizer juga akan memastikan seluruh karyawan Blessing Event Organizer akan selalu ramah dan tersenyum kepada konsumen, tamu undangan pada saat pelaksanaan acara dan melayani dengan menjunjung kualitas yang tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



(3) Memiliki relasi yang baik

Blessing Event Organizer memiliki berbagai rekan *vendor* yang dapat membantu Blessing Event Organizer dalam menyelenggarakan acara yang diinginkan oleh konsumen. *Vendor* yang akan bekerja sama dengan Blessing Event Organizer adalah *photographer, videographer, master of ceremonies (MC), cake, photobooth, sound, lighting*, dan *make up artist*.

(4) Mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dengan memberikan respon yang cepat

Blessing Event Organizer berkomitmen untuk memberikan respon secara cepat kepada konsumen selama jam kerja dengan tetap memperhatikan keramahan dan kualitas jawaban sehingga konsumen dapat berkonsultasi dengan nyaman.

(5) Memiliki kantor fisik yang memadai dan nyaman

Meskipun kantor fisik tidak menjadi hal utama yang diperhatikan oleh konsumen dalam memilih *event organizer*, Blessing Event Organizer memiliki kantor fisik yang nyaman jika konsumen ingin melakukan pertemuan di kantor Blessing Event Organizer. Blessing Event Organizer memiliki suasana kantor yang nyaman dengan nuansa putih dan toska dan juga difasilitasi dengan *Air Conditioner (AC), wifi*, dan sofa yang nyaman.

(6) Memiliki sistem informasi serta promosi yang baik

Blessing Event Organizer menggunakan promosi lewat media sosial. Promosi yang dilakukan lewat media sosial akan didesain dengan menarik dan mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan tren yang terjadi. Konten media sosial juga akan disajikan semenarik dan selengkap mungkin sehingga konsumen dapat dengan mudah mengakses dan mendapat informasi yang

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



diperlukan.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

(1) Belum memiliki *brand image* yang terkenal

Blessing Event Organizer adalah usaha *event organizer* baru yang belum memiliki *brand image* yang baik dan dikenal di mata masyarakat. Hal ini menjadi kelemahan bagi perusahaan sehingga dapat kalah bersaing dengan perusahaan yang sudah memiliki *brand image* yang terkenal.

(2) Belum memiliki pengalaman

Pengalaman sangatlah dipandang penting bagi konsumen karena dapat menumbuhkan rasa percaya dan yakin kepada perusahaan. Namun karena Blessing Event Organizer merupakan usaha baru, maka belum memiliki pengalaman yang menjadi kelemahan dari perusahaan.

c. Peluang (*Opportunities*)

(1) Berkembangnya gaya hidup

Gaya hidup masyarakat zaman sekarang yang suka merayakan ulang tahun, pesta sebelum pernikahan, perayaan 7 bulanan dan berbagai acara lainnya sudah sangat umum dilakukan. Masyarakat zaman sekarang lebih menyukai suatu hal yang bagus di foto, hal ini merupakan salah satu pengaruh dari media sosial.

(2) Pangsa pasar yang sangat luas dan beragam

Pada zaman modern ini, terdapat masyarakat potensial bagi Blessing Event Organizer yang dapat menjadi target pasar. Setiap harinya ada kelahiran yang menyebabkan pertumbuhan penduduk.

(3) Media sosial menjadi bagian kehidupan dari masyarakat *modern*

Pengguna media sosial menjadi peluang bagi Blessing Event Organizer

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.

karena melalui media sosial informasi akan cepat menyebar.

d. Ancaman (*Threat*)

(1) Pendetang baru yang mudah memasuki pasar

Memulai usaha *event organizer* tergolong mudah karena dapat dimulai untuk mempersiapkan acara pribadi atau orang terdekat.

(2) Ketidakpastian penilaian oleh masyarakat

Masyarakat tentunya memiliki pendapat/selera yang berbeda-beda untuk menilai sesuatu. Sehingga dapat menjadi ancaman ketika ada konsumen yang menilai buruk Blessing Event Organizer.

(3) Tingkat persaingan cukup tinggi

Persaingan yang cukup tinggi dikarenakan adanya persaingan dalam faktor harga dari usaha sejenis.

(4) Mudah ditiru

Jasa *event organizer* merupakan salah satu usaha yang mudah ditiru karena jika seseorang sudah mengetahui rincian dalam merencanakan dan mempersiapkan acara akan sangat mudah untuk melakukannya sendiri.

Berikut **Tabel 3.3** mengenai matriks SWOT dari Blessing Event Organizer berdasarkan analisa yang telah diuraikan diatas, serta strategi-strategi untuk mengatasi SWOT tersebut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Tabel 3.3

Matriks SWOT dari Blessing Event Organizer

<p>Matriks</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Kekuatan (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang kompetitif (S1) 2. Memiliki fleksibilitas yang tinggi (S2) 3. Memiliki relasi yang baik (S3) 4. Pelayanan yang baik (S4) 5. Kantor fisik yang memadai dan nyaman (S5) 6. Sosial media (S6) 	<p>Kelemahan (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki <i>brand image</i> yang terkenal (W1) 2. Belum memiliki pengalaman (W2)
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya gaya hidup (O1) 2. Pangsa pasar yang luas dan beragam (O2) 3. Media sosial menjadi bagian dari kehidupan masyarakat (O3) 	<p>S-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Secara konsisten melakukan kegiatan promosi (S1, S3, S4, S6, O1, O2, O3) 2. Menciptakan citra yang baik (S2, S3, S4, O1, O2, O3) 3. Membangun kepercayaan konsumen (S2, S4, S5, O2, O3) 4. Memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen (S2, S4, O3) 5. Membuat paket-paket untuk memudahkan konsumen (S2, S4, S6, O1, O3) 	<p>W-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas layanan dan sumber daya manusia (W2, O1, O2) 2. Memperkenalkan jasa kepada masyarakat luas dengan melakukan promosi (W1, W2, O1, O2, O3) 3. Membangun kerjasama dengan <i>vendor</i> terbaik (W1, O1, O3)
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendatang baru yang mudah memasuki pasar (T1) 2. Ketidakpastian penilaian oleh masyarakat (T2) 3. Tingkat persaingan cukup tinggi (T3) 4. Mudah ditiru (T4) 	<p>S-T Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman (S2, S4, S6, T1, T3, T4) 2. Melakukan kontrol terhadap kualitas jasa dengan <i>google form</i> untuk konsumen dan <i>vendor</i> (S2, S3, S4, T2, T3) 	<p>W-T Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Blessing Event Organizer dengan melakukan <i>endorse</i> artis atau selebgram (W1, W2, T3) 2. Membuat media promosi yang menarik dan informatif (W1, W2, T1, T3) 3. Membangun kerjasama dengan <i>vendor</i> dan <i>venue</i> untuk merekomendasikan Blessing Event Organizer (W1, W2, T2, T3, T4)

Sumber : Blessing Event Organizer

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



1. S-O Strategies

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- a. Secara konsisten melakukan kegiatan promosi (S1, S3, S4, S6, O1, O2, O3)
 - (1) Memaksimalkan penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi.
 - (2) Membuat konten-konten menarik di media sosial Blessing Event Organizer.
 - (3) Selalu memperbaharui sosial media Blessing Event Organizer mengenai acara dan promosi yang dilakukan.
 - b. Menciptakan citra yang baik (S2, S3, S4, O1, O2, O3)
 - (1) Memberikan kesan yang baik kepada konsumen dari segi pelayanan.
 - (2) Memberikan respon secara cepat kepada konsumen.
 - c. Membangun kepercayaan konsumen (S2, S4, S5, O2, O3)
 - (1) Memberikan pelayanan sesuai dengan informasi yang diberikan.
 - (2) Memberikan pelayanan dengan maksimal.
 - d. Memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen (S2, S4, O3)
 - (1) Secara konsisten melakukan eksekusi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.
 - (2) Mengutamakan profesionalitas dan keramahan terhadap konsumen.
 - e. Membuat paket-paket untuk memudahkan konsumen (S2, S4, S6, O1, O3)
 - (1) Memberikan rincian yang didapatkan dari paket tersebut.
 - (2) Memberikan perhitungan harga yang dapat memudahkan konsumen untuk memiliki perkiraan harga.

2. W-O Strategies

- a. Meningkatkan kualitas layanan dan sumber daya manusia (W2, O1, O2)
 - (1) Melakukan seleksi dan orientasi terhadap sumber daya manusia secara maksimal.



- (2) Secara rutin melakukan *training* bersama karyawan yang terlibat.
- b. Memperkenalkan jasa kepada masyarakat luas dengan melakukan promosi (W1, W2, O1, O2, O3)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- (1) Mengaktifkan peran sosial media dan *word of mouth* untuk memperkenalkan Blessing Event Organizer.
- (2) Melakukan kerjasama *endorse* dengan *selebgram*, dan lain-lain.
- c. Membangun kerjasama dengan *vendor-vendor* terbaik (W1, O1, O3)
 - (1) Melakukan kerjasama dengan *vendor* berkualitas dan sudah dikenal masyarakat.
 - (2) Membuat paket dengan kerjasama bersama *vendor*.

3. S-T Strategies

- a. Selalu berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman (S2, S4, S6, T1, T3, T4)
 - (1) Meng-*upgrade* dan meng-*update* konsep dan jenis acara sesuai dengan perkembangan zaman.
- b. Melakukan kontrol terhadap kualitas jasa dengan *google form* untuk konsumen dan *vendor* (S2, S3, S4, T2, T3)
 - (1) Membagikan *google form* kepada konsumen dan *vendor* untuk melakukan kontrol terhadap kualitas jasa yang diberikan.
 - (2) Melakukan evaluasi secara berkala bersama tim dan *vendor*.

4. W-T Strategies

- a. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Blessing Event Organizer dengan melakukan *endorse* artis atau *selebgram* (W1, W2, T3)
 - (1) Melakukan kerjasama dengan melakukan *endorse* artis atau *selebgram*.
 - (2) Mencari peluang untuk menangani acara yang diadakan artis atau

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.



selebgram atau perusahaan besar.

- b.** Membuat media promosi yang menarik dan informatif (W1, W2, T1, T3)
- (1) Memaksimalkan penggunaan media sosial *Instagram*.
 - (2) Memaksimalkan penggunaan brosur dan kartu nama untuk dibagikan.
- c.** Membangun kerjasama dengan *vendor* dan *venue* untuk merekomendasikan Blessing Event Organizer (W1, W2, T2, T3, T4)
- (1) Melakukan kerjasama dengan *vendor* seperti pembuat kue, *photobooth*, *photographer*, *videographer*, dan lain-lain untuk merekomendasikan Blessing Event Organizer.
 - (2) Melakukan kerjasama dengan *venue* seperti *restaurant*, *hotel*, *ballroom* untuk merekomendasikan Blessing Event Organizer.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c 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.