

## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



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

#### A. Jasa Yang Dihasilkan

Tidak seperti produk, jasa cukup sulit dibedakan karena pembelian suatu produk kerap kali disertai dengan jasa tertentu dan begitu pula sebaliknya dengan pembelian jasa yang disertai dengan produk tertentu untuk melengkapinya. Karakteristik jasa adalah suatu sifat dari jasa yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang berfungsi untuk membedakan jasa dengan produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:424), empat karakteristik jasa sebagai berikut:

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

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, dicium sebelum jasa itu dibeli.

Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, maka calon pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu saja. Konsumen mencari bukti dari kualitas pelayanan jasa berdasarkan enam hal berikut ini:

##### a. Tempat (*Place*)

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

##### b. Orang (*People*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





c. Peralatan (*Equipment*)

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

d. Komunikasi Material (*Material Communication*)

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

e. Simbol (*Symbol*)

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

f. Harga (*Price*)

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

2. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

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

3. Bervariasi (*Variability*)

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

4. Tidak Dapat Disimpan (*Perishability*)

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

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.



Blessing Event Organizer menawarkan jasa *event planner* atau *party planner* yang bergerak di bidang perencanaan acara, mulai dari persiapan acara, pelaksanaan acara bahkan sampai akhir acara. Selain menawarkan jasa di bidang perencanaan acara, Blessing Event Organizer juga menawarkan jasa untuk dekorasi acara yang termasuk dalam *professional service*, dimana memerlukan tingkat keterampilan khusus dalam mendekorasi dan merencanakan acara agar dapat berjalan dengan baik dan memiliki kesan mewah dalam segi dekorasi. Proses pembelian jasa dilakukan dengan cara konsumen dapat menghubungi Blessing Event Organizer melalui sosial media, nomor telepon maupun datang langsung ke kantor Blessing Event Organizer. Untuk memudahkan konsumen, Blessing Event Organizer memiliki beberapa paket jasa pelayanan. Berikut daftar paket layanan jasa Blessing Event Organizer:

**Tabel 4.1**  
**Daftar Paket Sweet Seventeen Birthday**  
**Blessing Event Organizer**

Rose (Rp 4.300.000)	Baby Breath (Rp 7.500.000)	Tulips (Rp 10.000.000)	Orchid (Rp 11.500.000)	Jasmine (Rp 14.500.000)
MC	MC	MC	MC	MC
Crew	Crew	Crew	Crew	Crew
Games Property	Games Property	Games Property	Games Property	Games Property
Wish Board	Wish Board	Wish Board	Wish Board	Wish Board
Gift	Gift	Gift	Gift	Gift
Candle	Candle	Candle	Candle	Candle
Guest Book	Guest Book	Guest Book	Guest Book	Guest Book
E-Invitation	E-Invitation	E-Invitation	E-Invitation	E-Invitation
Table Decor (50pax)	Table Decor (50pax)	Table Decor (50pax)	Table Decor (50pax)	Table Decor (50pax)
Backdrop	Backdrop	Backdrop	Backdrop	Backdrop
	Photographer	Confetti	Confetti	Confetti
	Videographer	Glow Stick	Glow Stick	Glow Stick
		DJ + Equipment	DJ + Equipment	DJ + Equipment
		Lighting	Lighting	Lighting
		Photographer	Photographer	Photographer
		Videographer	Videographer	Videographer
			Make Up Artist	Make Up Artist
				Photobooth

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

Sumber : Blessing Event Organizer

**Tabel 4.2**

**Daftar Paket *Birthday* Blessing Event Organizer**

<b>Winnie Package (Rp 3.900.000)</b>	<b>Piglet Package (Rp 7.400.000)</b>	<b>Tiger Package (Rp 8.000.000)</b>	<b>Eeyore Package (Rp 10.800.000)</b>
<i>MC</i>	<i>MC</i>	<i>MC</i>	<i>MC</i>
<i>Crew</i>	<i>Crew</i>	<i>Crew</i>	<i>Crew</i>
<i>Games Property</i>	<i>Games Property</i>	<i>Games Property</i>	<i>Games Property</i>
<i>Guest Book</i>	<i>Guest Book</i>	<i>Guest Book</i>	<i>Guest Book</i>
<i>Wish Board</i>	<i>Wish Board</i>	<i>Wish Board</i>	<i>Wish Board</i>
<i>Confetti</i>	<i>Confetti</i>	<i>Confetti</i>	<i>Confetti</i>
<i>E-Invitation</i>	<i>E-Invitation</i>	<i>E-Invitation</i>	<i>E-Invitation</i>
<i>Backdrop</i>	<i>Backdrop</i>	<i>Backdrop</i>	<i>Backdrop</i>
	<i>Dessert Table</i>	<i>Table Decor</i>	<i>Table Decor</i>
	<i>Photographer</i>	<i>Photographer</i>	<i>Photographer</i>
	<i>Videographer</i>	<i>Videographer</i>	<i>Videographer</i>
			<i>Photobooth</i>

Sumber : Blessing Event Organizer

**Tabel 4.3**

**Daftar Paket Acara Blessing Event Organizer**

<b>Promnight (Rp 12.000.000)</b>	<b>Launching Opening, Reuni, Workshop (Rp 8.000.000)</b>	<b>Team Building (Rp 5.000.000)</b>	<b>Sangjit (Rp 4.500.000)</b>	<b>Wedding Organizer (Rp 7.000.000)</b>
<i>MC</i>	<i>MC</i>	<i>MC</i>	<i>MC</i>	<i>Crew</i>
<i>Crew</i>	<i>Crew</i>	<i>Crew</i>	<i>Crew</i>	<i>Mingle</i>
<i>Guest Book</i>	<i>Guest Book</i>	<i>Guest Book</i>	<i>Guest Book</i>	<i>Guest Book</i>
<i>Stage Decoration</i>	<i>Wish Board</i>	<i>Games Property</i>	<i>Table Box Decoration</i>	<i>Bedroom Decoration</i>
<i>Photographer</i>	<i>Confetti</i>		<i>Canvas</i>	<i>Confetti</i>
<i>Videographer</i>	<i>E-Invitation</i>		<i>Backdrop</i>	<i>Corsage</i>
<i>Games Property</i>	<i>Stage Decoration</i>			<i>Tea Pay Decoration</i>
<i>Canvas</i>	<i>Backdrop</i>			<i>Corsage</i>
<i>Opening Gate Decoration</i>	<i>Display Table Decoration</i>			<i>Photo Corner Decoration</i>
<i>Gift</i>	<i>Photographer</i>			
<i>Lighting</i>	<i>Videographer</i>			
<i>Confetti</i>				
<i>E-Invitation</i>				
<i>DJ-Equipment</i>				
<i>Glow Stick</i>				
<i>Fresh Flower</i>				

Sumber : Blessing Event Organizer

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 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.

**Gambar 4.1**

**Contoh Dekorasi *Rose***



Sumber : Blessing Event Organizer

**Gambar 4.2**

**Contoh Dekorasi *Baby Breath***



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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 4.3**

**Contoh Dekorasi Tulips**



Sumber : Blessing Event Organizer

**Gambar 4.4**

**Contoh Dekorasi Orchid**



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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 4.5**

**Contoh Dekorasi Jasmine**



Sumber : Blessing Event Organizer

**Gambar 4.6**

**Contoh Dekorasi Winnie**



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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 4.7

Contoh Dekorasi Piglet



Sumber : Blessing Event Organizer

Gambar 4.8

Contoh Dekorasi Tiger



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 4.9

Contoh Dekorasi Eeyore



Sumber : Blessing Event Organizer

Gambar 4.10

Contoh Dekorasi *Launching, Meet and Greet, Opening*



© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



© 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.

Sumber : Blessing Event Organizer

**Gambar 4.11**

**Contoh Dekorasi Sangjit**



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber : Blessing Event Organizer



**Gambar 4.12**

**Contoh Team Wedding Organizer**



Sumber : Blessing Event Organizer

**Gambar 4.13**

**Contoh Vendor Master of Ceremony**



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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.



**Gambar 4.14**

**Contoh Hasil *Make Up Artist* dan *Hair Do***



Sumber : Blessing Event Organizer

**Gambar 4.15**

**Contoh *Vendor Photobooth***



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Gambar 4.16**

**Contoh Hasil *Photographer***



Sumber : Blessing Event Organizer

**Gambar 4.17**

**Contoh *Vendor Cake***



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**Gambar 4.18**

**Logo Blessing Event Organizer**



Sumber : Blessing Event Organizer

Gambar diatas merupakan logo yang digunakan untuk Blessing Event Organizer. Penulis memilih warna hijau karena memiliki arti kedamaian, ketenangan, dan kesabaran. Memiliki lingkaran dengan bentuk hati karena melalui Blessing Event Organizer, penulis ingin membagikan cinta dan kasih penulis melalui kualitas pelayanan yang penulis berikan. Nama *Blessing* sendiri berarti berkat, dimana penulis ingin menjadi berkat bagi banyak orang melalui pelayanan jasa yang diberikan melalui Blessing Event Organizer.

**B. Gambaran Pasar**

Ramalan penjualan sangat berguna bagi Blessing Event Organizer untuk mengetahui jumlah penjualan yang didapat dari usaha yang dijalankan sehingga pemilik dapat mengetahui langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Berikut **Tabel 4.4** mengenai ramalan penjualan Blessing Event Organizer selama tahun 2021:

© 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.



**Tabel 4.4**

**Ramalan Penjualan Blessing Event Organizer Periode  
Januari – Desember 2021 (dalam paket)**

Paket	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
<i>Rose</i>	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	17
<i>Baby Breath</i>	1	1	1	0	0	0	1	1	2	2	2	2	13
<i>Tulips</i>	0	0	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	13
<i>Orchid</i>	0	0	1	1	0	1	1	2	2	1	1	1	11
<i>Jasmine</i>	0	1	0	1	1	1	1	1	1	2	2	2	13
<i>Winnie</i>	1	1	0	0	1	1	1	1	1	2	2	2	13
<i>Piglet</i>	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	13
<i>Tiger</i>	0	0	0	1	1	1	1	0	1	2	2	2	11
<i>Eeyore</i>	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	2	11
<i>Promnight</i>	0	0	0	1	2	2	3	0	0	0	0	0	8
<i>Launching</i>	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	2	12
<i>Team Building</i>	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	10
<i>Sangjit</i>	0	0	0	0	1	1	1	2	2	3	3	2	15
<i>Wedding Organizer</i>	0	0	0	0	0	0	1	2	3	3	3	4	16
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>176</b>

Sumber : Blessing Event Organizer

**Tabel 4.5**

**Ramalan Anggaran Pendapatan Blessing Event Organizer  
Periode Januari-Desember 2021  
(dalam jutaan Rupiah)**

Paket	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
<i>Rose</i>	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	8,6	8,6	8,6	8,6	8,6	73,1
<i>Baby Breath</i>	7,5	7,5	7,5	-	-	-	7,5	7,5	15	15	15	15	97,5
<i>Tulips</i>	-	-	10	10	10	10	10	20	20	20	10	10	130
<i>Orchid</i>	-	-	11,5	11,5	-	11,5	11,5	23	23	11,5	11,5	11,5	126,5
<i>Jasmine</i>	-	14,50	-	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	29,00	29,00	29,00	188,50
<i>Winnie</i>	3,9	3,9	-	-	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	7,8	7,8	7,8	50,7
<i>Piglet</i>	7,4	7,4	7,4	-	7,4	7,4	7,4	7,4	7,4	14,8	7,4	14,8	96,2
<i>Tiger</i>	-	-	-	8	8	8	8	-	8	16	16	16	88
<i>Eeyore</i>	-	-	-	10,8	10,8	10,8	10,8	21,6	10,8	10,8	10,8	21,6	118,8
<i>Promnight</i>	-	-	-	12	24	24	36	-	-	-	-	-	96
<i>Launching</i>	-	-	-	8	8	8	8	8	8	16	16	16	96
<i>Team Building</i>	5	-	5	-	5	-	5	5	5	5	5	10	50
<i>Sangjit</i>	-	-	-	-	4,5	4,5	4,5	9	9	13,5	13,5	9	67,5
<i>Wedding Organizer</i>	-	-	-	-	-	-	7	14	21	21	21	28	112
<b>Total</b>	<b>28,1</b>	<b>37,6</b>	<b>45,7</b>	<b>79,1</b>	<b>100,4</b>	<b>106,9</b>	<b>138,4</b>	<b>142,5</b>	<b>154,2</b>	<b>189</b>	<b>171,6</b>	<b>197,3</b>	<b>1.390,8</b>

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





Berdasarkan **Tabel 4.4** dan **Tabel 4.5**, penjelasan mengenai ramalan penjualan

Blessing Event Organizer sebagai berikut :

1. Pada tiap bulan Mei, Juni, Juli terjadi peningkatan penjualan paket *promnigh* dikarenakan acara *promnigh* yang diadakan berkisar bulan tersebut. Bulan Agustus, September, Oktober, November dan Desember terjadi peningkatan penjualan paket *wedding organizer* yang cukup tinggi, dikarenakan memasuki bulan yang memiliki acara pernikahan lebih banyak karena di yakini masyarakat keturunan *chinese* sebagai bulan hoki.
2. Kenaikan penjualan setiap bulan lainnya akan mengalami kenaikan yang disebabkan promosi terus-menerus.
3. Penjualan pada tahun berikutnya akan mengalami kenaikan akibat dari penambahan kuantitas penjualan yang disebabkan promosi terus-menerus.

**Tabel 4.6**

**Ramalan Proyeksi Penjualan Blessing Event Organizer**

**Dalam 5 Tahun (dalam Rupiah)**

Tahun	Penjualan
2021	1.390.800.000
2022	1.529.880.000
2023	1.682.868.000
2024	1.851.154.800
2025	2.036.270.280

Sumber : Blessing Event Organizer

**Tabel 4.6** diatas merupakan proyeksi penjualan Blessing Event Organizer selama 5 (lima) tahun dari tahun 2021-2025. Penjualan diasumsikan mengalami kenaikan sebesar 10% karena melihat tren permintaan terhadap *event organizer* mengalami peningkatan dan pengaruh budaya asing serta budaya “instan” yang menjadi gaya hidup di zaman sekarang.



## C. Target Pasar Yang Dituju

Sebagai pelaku bisnis, sangat penting untuk menentukan segmentasi pasar sehingga perusahaan dapat mengetahui pasar potensial yang dapat menjadi fokus dari perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:213), *market segmentation make buyers in any market differ in their wants, resources, locations, buying attitudes, and buying practices.*” Segmentasi pasar merupakan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau sifat yang memerlukan produk dan strategi pemasaran masing-masing secara berbeda satu sama lain. Beberapa pembagian segmentasi pasar konsumen:

### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis didasarkan pada beberapa bagian geografi seperti negara, wilayah, kota, dan desa. Segmentasi geografis dari Blessing Event Organizer berada di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Selain mudah dijangkau, daerah-daerah tersebut juga memiliki gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman.

### 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Untuk kelompok usia, pasar yang dituju oleh Blessing Event Organizer adalah usia 15-39 tahun dengan fokus utama usia 17 tahun. Untuk kelompok pendapatan, Blessing Event Organizer berfokus pada kelompok masyarakat dengan pendapatan menengah ke atas dilihat dari harga paket yang ditawarkan oleh Blessing Event Organizer. Untuk kelompok jenis kelamin, Blessing Event Organizer berfokus pada perempuan, hal ini karena kebanyakan perempuan yang menganggap usia 17 tahun adalah usia matang dan patut untuk dirayakan.

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.



### 3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar berdasarkan kelas sosial, karakteristik personal atau gaya hidup. Blessing Event Organizer berfokus pada konsumen dengan kelas sosial menengah ke atas dengan gaya hidup modern, kekinian, kreatif, dan instan sehingga mementingkan suatu momen berharga dalam hidupnya.

## D. Strategi Pemasaran

### 1. Diferensiasi

Blessing Event Organizer sangat mengutamakan kualitas pelayanan. Hal ini akan terealisasi jika karyawan yang bekerja di Blessing Event Organizer memiliki hal serupa yang menjadi fokus utama mereka dalam melakukan pekerjaannya. Blessing Event Organizer berkomitmen untuk membangun suasana kerja yang nyaman dan mengutamakan kekeluargaan dimana Blessing Event Organizer menganggap karyawan sebagai rekan kerja dan keluarga. Hal ini akan membangun rasa nyaman dan saling memiliki antar rekan kerja dan Blessing Event Organizer itu sendiri. Sebagai usaha jasa, Blessing Event Organizer berusaha membuat diferensiasi dalam proses layanan yang diberikan, seperti melayani dengan ramah, mendengarkan dan melaksanakan sesuai keinginan konsumen, konsultasi dengan ramah dan responsif, serta tepat waktu dalam melakukan pekerjaannya.

### 2. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:228), “*positioning is the way a product is defined by consumers on important attributes.*” Dengan kata lain *positioning* adalah penempatan merek produk kedalam pikiran konsumen. Blessing 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Organizer memiliki *positioning* yaitu, “*Make your dreams come true*” yang

artinya Blessing Event Organizer akan membantu konsumen untuk melaksanakan acara impiannya sesuai dengan permintaan konsumen dengan memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik dan konsep-konsep yang menarik sehingga konsumen dan tamu undangan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Blessing Event Organizer.

### 3) Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), “*price is the amount of money charged for a product or a service.*” Harga adalah sejumlah uang yang dikenakan biaya pada produk atau jasa yang konsumen tukarkan dengan manfaat dan kegunaan dari produk atau jasa tersebut. Penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:309) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu:

a. *Customer Value – Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai pelanggan)

Penetapan harga berdasarkan nilai pelanggan maksudnya adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda. Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu :

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.



(1) *Good-Value Pricing*

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

(2) *Value-Added Pricing*

Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

b. Penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost-based pricing*)

Strategi ini meliputi penetapan harga berdasarkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah dengan tingkat pengembalian untuk upaya dan risiko. Penetapan harga berdasarkan biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

(1) *Cost-plus pricing*

Strategi ini dilakukan dengan menaikkan harga dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke dalam biaya sebuah produk.

(2) *Break-even analysis* dan *Target profit pricing*

Pada strategi ini, perusahaan berusaha untuk menentukan harga dimana akan mencapai titik impas atau membuat target pengembalian yang dicari.

c. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition-Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Harga adalah satu-satunya

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.



elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, elemen lainnya menghasilkan biaya.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal jika berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan jika terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Persepsi konsumen terhadap nilai-nilai dari produk menjadi batas atas dari harga, sedangkan batas bawah adalah biaya produksi.

Metode penetapan harga yang digunakan oleh Blessing Event Organizer adalah *Competition-based pricing*, dimana Blessing Event Organizer menetapkan harga yang terjangkau karena merupakan usaha baru yang masuk ke pasar dan juga banyaknya masyarakat yang ingin memiliki acara yang meriah dengan harga terjangkau.

#### 4. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:359), "*distribution channel is a set of interdependent organizations that help make a product or service available for use or consumption by the consumer or business users.*" Saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi merupakan salah satu yang perlu dipahami dalam sebuah bisnis dimana dalam hal ini distribusi sangat penting untuk mengetahui dan mengatur alur perjalanan sebuah produk untuk dapat sampai ke tangan konsumen sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Ada beberapa tipe tingkatan saluran distribusi, yaitu:

### C Hak cipta milik 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.



a. *Direct marketing channel*

Tipe distribusi ini adalah antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara, penyaluran langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Contoh dari *direct marketing channel* adalah penjualan dari pintu ke pintu, arisan, pesanan surat, pemasaran melalui telepon, penjualan melalui televisi, penjualan melalui internet dan toko milik produsen.

b. *Indirect marketing channel*

Tipe distribusi ini adalah penjualan melalui satu atau lebih perantara penjualan seperti pengecer. Pada pasar konsumsi perantaranya merupakan pedagang berskala besar atau grosir, sedangkan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur distribusi.

Saluran distribusi yang digunakan oleh Blessing Event Organizer adalah *direct marketing channel*. Karena Blessing Event Organizer memberikan jasanya langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara.

Gambar 4.19

Saluran Distribusi Blessing Event Organizer



Sumber : Blessing Event Organizer

5. *People* (Orang)

*People* merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* merupakan sumber daya manusia dengan kinerja tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan dengan kinerja tinggi akan menyebabkan konsumen memiliki kepuasan dan menjadi loyal. Kemampuan dan pengetahuan yang baik akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



menjadi kompetensi dasar dalam segi internal perusahaan dan menjadi citra yang

baik untuk segi eksternal. Faktor penting lainnya dalam *people* adalah sikap dan motivasi karyawan dalam industri jasa.

Untuk itu, Blessing Event Organizer akan memberikan pelatihan dan pengembangan untuk karyawan supaya memiliki kinerja yang baik dan meningkatkan kualitas karyawan. Hal ini dilakukan untuk mencapai kepuasan konsumen dan memperoleh citra yang baik di mata konsumen. Selain itu, Blessing Event Organizer menerapkan sikap yang ramah dan murah senyum ketika melayani konsumen.

#### 6. *Process* (Proses)

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan mulai dari pembelian barang atau jasa sampai diterima oleh konsumen. Dalam memenuhi permintaan konsumen, tentu suatu bisnis harus melewati serangkaian proses. Proses alur jasa akan dijelaskan pada gambar yang terdapat pada Bab V pada sub bab rencana alur jasa.

#### 7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Kantor fisik merupakan karakteristik yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Perhatian terhadap interior, perlengkapan dan fasilitas bangunan, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting yang dapat mempengaruhi suasana hati konsumen dan karyawan. Blessing Event Organizer memiliki desain kantor dengan suasana yang nyaman dan tenang, pada bagian dinding akan dipasang dokumentasi dekorasi dan acara dari Blessing Event Organizer. *Layout* kantor Blessing Event Organizer akan dijelaskan pada Bab V pada sub bab *Layout* bangunan tempat usaha.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang





## E. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:424), “*promotion consist of the specific blend of advertising, public relations, personal selling, sales promotion, and direct marketing tools that the company uses to engage consumers, persuasively communicate customer value and build customer relationship.*” Promosi adalah campuran spesifik alat promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan perseorangan, promosi penjualan, dan penjualan langsung yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan nilai secara persuasif dan juga membangun hubungan dengan konsumen. Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi pemasaran, antara lain:

### 1. *Advertising* (Periklanan)

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

### 2. *Sales Promotion* (Promosi penjualan)

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

### 3. *Personal Selling* (Penjualan perseorangan)

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

### 4. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Membangun hubungan dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi undang-undang. IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media massa.

## 5. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

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

Karena promosi memiliki peran yang penting untuk sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang baru berdiri, maka Blessing Event Organizer berencana untuk melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan:

### 1. Media sosial

Media sosial digunakan sebagai salah satu alat promosi utama Blessing Event Organizer karena masyarakat zaman sekarang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari untuk sekedar melihat berita, belanja *online*, berkomunikasi hingga mencari informasi mengenai suatu hal yang baru muncul.

Adapun sosial media yang digunakan oleh Blessing Event Organizer adalah *Instagram*, *Whatsapp*, dan *E-mail*. Penggunaan sosial media ini berpengaruh besar dalam promosi Blessing Event Organizer. Dalam perencanaannya, Blessing Event Organizer akan berfokus menggunakan *Instagram* untuk membagikan informasi terkait acara yang dilaksanakan, promosi yang berlaku, dan daftar paket yang ditawarkan karena *Instagram* merupakan sosial media yang diakses paling banyak saat ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 4.20

Instagram Blessing Event Organizer



Sumber : Blessing Event Organizer

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

demikian, masyarakat dapat mengetahui Blessing Event Organizer melalui media

tersebut.

**Gambar 4.21**

**Kartu Nama Blessing Event Organizer**



Sumber : Blessing Event Organizer

**3. Personal Selling**

Blessing Event Organizer merencanakan untuk menggunakan *personal selling* karena perusahaan memiliki bagian promosi untuk menawarkan jasa secara langsung kepada calon konsumen dengan mengikuti bazaar, dan melakukan kerjasama dengan hotel/*restaurant*.

**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.