

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran usaha sekarang sangat penting dalam membangun perekonomian di Indonesia, terutama dalam penyediaan tenaga kerja dan sumber penghasilan bagi kelompok masyarakat yang berpenghasilan rendah. Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat turut mempengaruhi persaingan bisnis di era globalisasi ini telah membuat berbagai usaha jasa khususnya yang bergerak dalam bidang penyewaan barang dan jasa berlomba untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Kondisi inilah yang memaksa berbagai usaha jasa untuk menemukan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif, dengan harapan dapat mempertahankan pasarnya untuk maju dan berkembang serta memenangkan persaingan yang ketat dengan usaha jasa lainnya.

Peluang usaha merupakan sebuah proses yang melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tambah guna memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memperhatikan sumber daya yang digunakan (Robbin and Coulter dalam Komala dan Arnold, 2010). Adapun berbagai alasan yang mendorong seseorang dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha yaitu faktor individu atau personal, lingkungan kerja yang tidak nyaman, tingkat Pendidikan yang tidak terlalu tinggi, prestasi yang tidak tinggi, dorongan keluarga, lingkungan pergaulan, ingin lebih dihargai atau self-esteem, dan keterpaksaan karena keadaan.

Dalam dunia bisnis, sudah pasti adanya peningkatan dan penurunan dalam penjualan. Pada saat ini, dengan adanya COVID-19 yang sudah berjalan selama kurang lebih 2 tahun terakhir menimbulkan dampak yang serius dalam dunia bisnis. Banyaknya perusahaan atau bisnis lain seperti Wedding Organizer yang mengalami kerugian dan harus gulung tikar. Dampak dari pandemic tersebut juga dirasakan oleh pelaku bisnis beserta karyawan yang mungkin dari beberapa pegawai di perusahaan yang harus diberhentikan. Hal tersebut, membuat dunia

bisnis saat ini mengalami naik turun yang tidak stabil sehingga banyak faktor lain yang membuat para pengusaha mengalami kerugian besar-besaran.

Salah satu usaha yang saat ini sedang mengalami kesulitan karena pandemi dan sedang meningkatkan serta mengembangkan kembali usahanya adalah usaha jasa penyelenggara pernikahan atau wedding organizer. Dengan adanya bisnis penyelenggara jasa pesta pernikahan membuat banyak pasangan termotivasi merencanakan pesta pernikahannya dengan meriah melalui jasa wedding organizer. Mempersiapkan pernikahan bisa menjadi kegiatan yang sangat menyenangkan. Namun, bagi pasangan yang sibuk, efeknya bisa bertolak belakang, yakni justru dilanda stress. Menyewa jasa wedding organizer bisa menjadi jalan keluar, Alasan calon pengantin menggunakan jasa wedding organizer yaitu: (a) mengurangi stres, (b) manajemen waktu, (c) mengontrol biaya, (d) memperhatikan detail, dan (e) membutuhkan bantuan. Jasa wedding organizer juga membantu client dalam hal mengontrol biaya yang sesuai budget serta membantu dalam hal manajemen waktu. Hal ini karena tim wedding organizer akan mengatur jadwal untuk fitting baju pengantin, test food catering, foto prewedding, dan lain-lain. Oleh sebab itu, jasa wedding organizer banyak dicari para pasangan calon pengantin keberadaannya dianggap sangat dibutuhkan untuk mewujudkan pernikahan impiannya.

Dari data yang diperoleh terlihat banyaknya jumlah wedding organizer di Palembang, sehingga suatu wedding organizer harus bersaing dengan menyiapkan strategi tertentu untuk mencapai target yang telah ditentukan. Langkah penting guna mempertahankan eksistensi serta meningkatkan jumlah client, adalah dengan cara memperluas jangkauan pemasaran, untuk itu diperlukan strategi yang terencana untuk menawarkan produk atau jasa yang ada. Salah satu usaha wedding organizer yang ada di Palembang yaitu Nadysa Wedding Organizer. Layanan jasa yang ditawarkan oleh Nadysa Wedding Organizer ini seperti dekorasi pernikahan, pakaian pengantin, tata rias pengantin, catering, dan lain-lain. Total volume penjualan Nadysa Wedding Organizer selama 3 tahun terakhir dapat di lihat pada table dibawah ini:

Tabel 1.1 Volume Penjualan Nadysa Wedding Organizer

Tahun	2019		2020		2021		
Jenis Paket	Paket 1	Paket 2	Paket 1	Paket 2	Paket 1	Paket 2	Paket 3
Harga (dalam ribuan rupiah)	105.000	115.000	105.000	115.000	105.000	115.000	150.000
Jumlah Paket yang dipakai	25	18	10	8	12	8	15
Total Penjualan (dalam ribuan rupiah)	2.625.000	2.070.000	1.050.000	920.000	1.260.000	920.000	2.250.000

Sumber: Nadysa Wedding Organizer (2021)

Dari table diatas dapat dilihat bahwa total penjualan Nadysa Wedding Organizer pada tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan pada tahun tersebut terjadinya Pandemi Covid 19 dan adanya pembatasan bersekala besar (PSBB) sehingga tidak boleh diadakannya acara-acara yang mengundang banyak orang salah satunya acara pernikahan. Hal tersebut menjadi salah satu hambatan Nadysa Wedding Organizer dalam menjalankan bisnisnya, Oleh karena itu untuk meningkatkan kembali pendapatan (omzet) Nadysa Wedding Organizer melakukan beberapa strategi pemasaran seperti memberikan paket pernikahan yang lebih lengkap, melakukan pameran dan melakukan promosi melalui media social.

Dengan melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran dan promosi diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis dibidang wedding and event organizer dalam memilih dan dapat menyusun strategi agar perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang kuat, sehingga dapat bertahan ditengah persaingan dunia usaha yang semakin ketat, namun ada hambatan dan kelemahan yang dihadapi oleh Nadysa Wedding Organizer ini diantaranya membutuhkan modal yang besar untuk property pelaminan dan banyaknya pesaing yang memberikan discount harga besar-besaran.

Berdasarkan penjelasan yang telah di uraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN PADA NADYSA WEDDING ORGANIZER PALEMBANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan pokok permasalahan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai beriku:

1. Apa kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dihadapi Nadysa Wedding Organizer?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang selama ini diterapkan pada Nadysa Wedding Organizer?
3. Bagaimana upaya untuk meningkatkan pendapatan (Omzet) pada Nadysa Wedding Organizer?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Sehubungan dengan luasnya pembahasan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan supaya pembuatan Laporan Akhir ini menjadi lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada. Batasan masalah tersebut adalah “Kekuatan, Kelmahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) yang dihadapi Nadysa Wedding Organizer” serta “Strategi Pemasaran pada Nadysa Wedding Organizer yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan (Omzet)”

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka Tujuan dari penelitian yang penulis teliti adalah:

1. Untuk mengetahui kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman (SWOT) dari Nadysa Wedding Organizer Palembang
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh Nadysa dalam menjalankan Wedding Organizer Palembang
3. Untuk mengetahui bagaimana upaya Nadysa Wedding Organizer Palembang dalam meningkatkan pendapatan (Omzet).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Penelitian ini dapat Menambah pengetahuan dalam dunia WO (Wedding Organizer) dan EO (Event Organizer) dan dapat memberikan manfaat kepada peneliti tentang bagaimana gambaran yang konkrit mengenai Strategi promosi wedding organizer dalam mempertahankan eksistensinya.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini di harapkan menjadi masukan dan saran bagi perusahaan dalam meningkatkan omzet, kualitas dan eksistensi.
3. Bagi Akademis
Sebagai tambahan literatur bacaan pada Jurusan Administrasi Bisnsi dan Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya dalam bidang kewirausahaan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Lokasi Pengumpulan Data

Dalam menyelesaikan pembuatan Laporan Akhir ini, yang menjadi objek pengumpulan data adalah di Nadysa Wedding Organizer yang beralamat di Jalan Jenderal Ahmad Yani, Tangga Takat, Kec. Sebrang Ulu II, Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a) Jenis Data

1. Kualitatif

Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2018) adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa nama dan alamat obyek penelitian. Penelitian menggunakan metode kualitatif karena penulis dalam melakukan penelitian menggunakan matriks SWOT. Data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam.

2. Kuantitatif

Pengertian data kuantitatif menurut Sugiyono (2018) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif karena penulis dalam melakukan penelitian menggunakan perhitungan bobot, rating dan skor.

b) Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data

primer dari Nadysa Wedding Organaizer melalui wawancara dengan karyawan.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang diolah oleh Nadysa Wedding Organaizer seperti sejarah singkat, struktur organisasi, visi dan misi, jumlah kantor atau unit serta strategi pemasaran yang digunakan.

1.4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir ini menggunakan beberapa metode, Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2018:194) yaitu:

1. Riset Lapangan (Field Research)

Riset Lapangan adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian dan peninjauan secara langsung kelapangan atau organisasi atau perusahaan untuk mendapatkan data yang lengkap.

a. Wawancara

Menurut Yusuf (2014:372) Wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti.

Wawancara yang penulis lakukan dengan menanyakan secara langsung terkait informasi-informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan laporan akhir. Informasi yang dibutuhkan antara lain, harga yang ditetapkan oleh perusahaan, biaya tetap dan volume penjualan pertahunnya.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini yang menjadi sasaran kuisisioner adalah karyawan pada Nadysa Wedding Organizer , dimana kuisisioner ini akan diberikan kepada karyawan untuk mengetahui apakah pengaruh strategi pemasaran pada usaha tersebut.

c. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung keadaan yang ada di Nadysa Wedding Organizer.

2. Riset Kepustakaan (Library Research)

Riset kepustakaan adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari data-data atau informasi dan mempelajari sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Informasi tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan penelitian, jurnal, artikel, dan sumber-sumber artikel lainnya baik itu media cetak maupun elektronik.

Dalam proses penelitian ini, penulis menggunakan beberapa sumber referensi untuk dijadikan data tambahan yaitu melalui buku, jurnal, artikel dan sebagainya yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

(Sugiyono, 2018:148). Populasi pada penelitian ini adalah pemilik dan beberapa karyawan nadysa wedding organizer.

b. Sampel

Menurut Sugiyono, (2018:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh karena semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, yaitu 1 orang pemilik dan 15 orang karyawan Nadysa Wedding Organizer.

c. Teknik Sampling

Teknik sampling menurut Sugiyono, (2018:81) ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan Non-probability Sampling. Non Probability Sampling adalah suatu teknik pengambilan data atau sampel sehingga semua data kemungkinan terpilih sebagai sampel tidak sama besar. Berdasarkan kebijakan peneliti dalam menentukan elemen sampel yang akan digunakan. Pada non probability sampling ini, elemen yang akan digunakan mempunyai sifat tidak menentu.

d. Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).