

## Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Jaringan Bisnis (Studi Kasus Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*)

Resya Dwi Marselina<sup>1</sup>, Sehwuda Sehwuda<sup>2</sup>, Siti Maryam H<sup>3</sup>, Tasha Ratna Dewi<sup>4</sup>,  
Wiwin Fadila<sup>5</sup>, Yani Nuryani<sup>6</sup>  
1,2,3,4,5,6 Universitas Teknologi Digital

Email: [resyadwi@digitechuniversity.ac.id](mailto:resyadwi@digitechuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [sehwuda10220023@digitechuniversity.ac.id](mailto:sehwuda10220023@digitechuniversity.ac.id)<sup>2</sup>,  
[siti10220082@digitechuniversity.ac.id](mailto:siti10220082@digitechuniversity.ac.id)<sup>3</sup>, [tasha10220036@digitechuniversity.ac.id](mailto:tasha10220036@digitechuniversity.ac.id)<sup>4</sup>,  
[wiwin10220009@digitechuniversity.ac.id](mailto:wiwin10220009@digitechuniversity.ac.id)<sup>5</sup>, [yani10220013@digitechuniversity.ac.id](mailto:yani10220013@digitechuniversity.ac.id)<sup>6</sup>

**Abstract.** A wedding is a very important moment for everyone and requires meticulous preparation, sometimes taking months to years, but the lack of time and support from friends and family is often not enough to fulfill all the needs for planning a wedding. In this case, wedding organizers (WOs) are here to solve this problem. This study aims to examine the growing wedding designing business in Tanjungwangi Village, Pacet, Bandung Regency, especially Friskia Ala Ala Wedding Organizer. This research provides an in-depth description of client experiences, processes, and variables that contribute to the services they offer. The method used in this research is, descriptive qualitative method with the technique of collecting data through direct observation and interviews. Friskia Ala Ala Wedding Organizer offers various services, such as make-up artist (MUA), prewedding, decoration, location, catering, photography, film, and entertainment. Friskia Ala Ala Wedding Organizer conducted a SWOT analysis which showed that there are strengths to attract customers and low prices. Friskia Ala Ala Wedding Organizer managed to record a good profit from the sale of its wedding packages. In addition, the net profit generated shows good financial management. The conclusion of this research highlights the importance of business networks, marketing strategies, service production processes, and financial management in running a wedding organizer service business.

**Keyword:** Selling, Bussines, Wedding Organizer

**Abstrak.** Pernikahan adalah momen yang sangat penting bagi setiap orang dan memerlukan persiapan yang teliti, kadang-kadang memakan berbulan-bulan hingga bertahun-tahun, tetapi kurangnya waktu dan dukungan dari teman dan keluarga sering kali tidak cukup untuk memenuhi semua kebutuhan untuk merencanakan pernikahan. Dalam hal ini, *wedding organizer* (WO) hadir untuk menyelesaikan masalah ini. Studi ini bertujuan untuk mempelajari bisnis perancangan pernikahan yang semakin berkembang di Desa Tanjungwangi, Pacet, Kabupaten Bandung, terutama Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*. Penelitian ini memberikan deskripsi mendalam tentang pengalaman klien, proses, dan variabel yang berkontribusi pada layanan yang mereka tawarkan. Metode yang dilakukan penelitian ini adalah, metode kualitatif deskriptif dengan teknik mengumpulkan data melalui observasi langsung dan wawancara. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* menawarkan berbagai layanan, seperti make-up artist (MUA), prewedding, dekorasi, lokasi, catering, fotografi, film, dan hiburan. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* melakukan analisis SWOT yang menunjukkan bahwa ada kekuatan untuk menarik minat pelanggan dan harga murah. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* berhasil mencatatkan keuntungan yang baik dari penjualan paket pernikahannya. Selain itu, laba bersih yang dihasilkan menunjukkan manajemen keuangan yang baik. Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti pentingnya jaringan bisnis, strategi pemasaran, proses produksi jasa, serta manajemen keuangan dalam menjalankan bisnis jasa *wedding organizer*.

**Kata Kunci:** Penjualan, Bisnis, *Wedding Organizer*

### PENDAHULUAN

Pernikahan merupakan satu momen yang sangat penting bagi setiap orang. Untuk mempersiapkan pernikahan biasanya membutuhkan waktu berbulan-bulan, atau mungkin bertahun-tahun. Semua itu guna membuat suatu pesta pernikahan yang sempurna dan tak terlupakan. Namun dimasa ini, orang sering kali tidak mempunyai cukup waktu untuk

mempersiapkan segala kebutuhan untuk hari bahagia tersebut. Bantuan teman atau keluarga untuk membantu persiapan hari bahagia itu pun belum dirasa cukup untuk memenuhi semua yang kita inginkan untuk hari bahagia tersebut. Semua itu terasa rumit dan membuat stress.

Berdasarkan segala kebutuhan diatas, *wedding organizer* muncul untuk memecahkan segala masalah tersebut. *Wedding organizer* adalah suatu jasa yang memberikan pelayanan khusus secara pribadi membantu calon pengantin & keluarga dari mulai tahap perencanaan (*planning*) sampai tahap pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan yang sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Mereka punya tanggung jawab utama memastikan semua agenda hari-H pernikahan mulai dari resepsi hingga acara makan-makan dapat berlangsung secara mulus. Menurut Sutan Malenggang Di Langik didalam blognya pada 9 oktober 2016 *Wedding Organizer* (WO) merupakan "bisnis jasa yang memberikan pelayanan jasa pengorganisasian segala aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan dalam suatu pesta pernikahan".

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merasa tertarik untuk meneliti bisnis *wedding organizer* yang sedang berkembang pesat di daerah Desa Tanjungwangi, Pacet, Kabupaten Bandung yaitu Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah bisnis jasa yang memberikan pelayanan lengkap mulai dari MUA, *Prewedding*, Dekorasi, *Venue*, *Catering*, Fotografer, *Video Cinematic* dan Hiburan.

Berdirinya bisnis Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* ini dimulai dari pemilik usaha yaitu Kiki yang pada awalnya hanya sebagai asisten di *Wedding Organizer* milik orang lain, lalu setelah beberapa lama bergelut dibidang ini sebagai asisten ia memberanikan diri memakai penghasilannya untuk membeli peralatan make up dan mengikuti pelatihan untuk memperdalam *skill* nya. Sejak saat itu Kiki juga mulai untuk mengambil job pribadi yaitu hanya sebatas *make up* dan *wardrobe*. Setelah itu masyarakat mulai mempercayai Kiki untuk menjadi *wedding planner* dalam membantu persiapan acara pernikahan mereka dan mulai dari sana satu persatu job pun mulai berdatangan. Saat itu Kiki masih menyewa peralatan acara pada pihak lain, namun saat ini usaha semakin berkembang dan Kiki sudah mampu membeli peralatan sendiri tanpa harus menyewa pada pihak lain. Dan kini Kiki juga sudah memiliki tim pribadi dan sudah memiliki jaringan bisnis dengan *Wedding Organizer* lainnya.

Dapat dilihat dari awal mula bisnis ini berdiri, jaringan bisnis sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis nya, yang dimana mulanya hanya menjadi asisten MUA lalu mulai mengenal para pelaku usaha lain dibidang yang sama seperti vendor-vendor yang berhubungan dalam bisnis *wedding organizer* ini. Dapat dilihat juga dengan memulai jaringan bisnis, Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* mulai memberanikan diri untuk berdiri sendiri memperluas bisnis ini.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara secara langsung ke tempat penelitian. Metode ini kami pilih untuk menggambarkan secara rinci dan mendalam tentang pengalaman, proses, dan faktor-faktor yang terlibat dalam layanan yang diberikan oleh Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*. Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis mendalam terhadap interaksi antara wedding organizer dengan klien, cara pengelolaan acara, strategi pemasaran yang digunakan, jaringan kerjasama serta penilaian subjektif dari klien tentang kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah bentuk usaha yang bergerak dibidang jasa untuk membantu mengatur persiapan acara pernikahan. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* berada Di Desa Tanjungwangi yang beralamat lengkap Kp. Babakan tanjung, Rt01/Rw01, Desa Tanjungwangi, Kec. Pacet. Kab. Bandung.

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sendiri sudah berdiri sekitar 5 tahun sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang 2023. Berdirinya bisnis Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* ini dimulai dari pemilik usaha yaitu Kiki yang pada awalnya hanya sebagai asisten di *Wedding Organizer* milik orang lain dan penghasilannya digunakan untuk membeli peralatan make up dan belajar serta melakukan latihan untuk menambah kemampuannya. Sejak saat itu Kiki mulai memberanikan diri untuk mengambil job pribadi yaitu hanya sebatas *make up* dan *wardrobe*. Setelah itu masyarakat mulai mempercayai Kiki untuk membantu persiapan acara pernikahan mereka dan job pun mulai berdatangan. Saat itu Kiki masih menyewa peralatan acara pada pihak lain, namun saat ini usaha semakin berkembang dan Kiki sudah mampu membeli peralatan sendiri tanpa harus menyewa pada pihak lain. Dan kini Kiki juga sudah memiliki tim pribadi dan sudah memiliki jaringan bisnis dengan *Wedding Organizer* lainnya.

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sendiri menyediakan pelayanan paket lengkap pernikahan (*Full Package*) mulai dari MUA, *Prewedding*, Dekorasi, *Venue*, *Catering*, Fotografer, *Video Cinematic* dan Hiburan. Nama 'Ala Ala' dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sendiri diambil karena merujuk pada pemilik yang memiliki motivasi semua barang murah bisa dibuat seperti ala ala mahal dengan skill.

## Struktur Organisasi Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*



## Analisis Kompetitor Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*

Indikator	Friskia Ala Ala WO	Kompetitor
Umur	Pria/Wanita Usia Produktif	Priadan Wanita 17-35 Tahun
Fasilitas	<i>Full Package</i>	<i>MakeUp, Wardrobe</i>
Harga	5.000.000 s.d 50.000.000	20.000.000 s.d 75.000.000
Status	Targer Pasar Semua Kalangan	Target Pasar Kalangan Atas

Dari analisis dasar yang kami lakukan bisa dilihat bahwa Friskia Ala Ala Wedding Organizer memiliki produk yang lengkap dan lebih murah serta jasa ini dapat digunakan oleh kalangan menengah keatas maupun kalangan menengah kebawah.

## Jaringan Bisnis Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*

Pihak	Keterangan
Pemasok Bunga Hidup	Rania
Henna	Nessa Henna
Hiburan	Delima Sound
Penyalur Pekerja Harian Lepas	Agus
<i>Customer</i>	Calon Pengantin

Friskia memiliki jaringan kerjasama dengan beberapa *vendor*, mulai dari *vendor* hiburan, *vendor* henna, sampai dengan yayasan penyalur tenaga kerja harian lepas. Awal mula Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* membangun jaringan bisnis ini adalah karna bertemu di dalam suatu job yang sama, seiring berjalannya waktu Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* membangun jaringan bisnis nya sendiri dengan *vendor vendor* tersebut.

Tidak hanya memiliki jaringan bisnis dengan *vendor*, bahkan Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* juga menjalin jaringan bisnis dengan yayasan tenaga kerja harian lepas. Karena bisnis ini membutuhkan banyak SDM agar semua perencanaan dapat berjalan dengan lancar,

maka dari itu jaringan bisnis ini adalah salah satu hal yang paling penting untuk Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* juga memiliki pemasok bunga hidup yang sudah menjadi pemasok utama.

Dalam bisnis jasa ini jaringan jaringan bisnis diatas cukup penting, karna jika tidak memiliki hubungan kerja sama dengan beberapa *vendor* serta pemasok tersebut akan menjadi kendala dalam melakukan persiapannya.

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* juga sering menghadapi beberapa kendala tidak terduga, seperti bunga hidup yang dipesan dari pemasok tidak segar, ataupun stok bunga kosong tapi kami memiliki alternatif lain jika hal itu terjadi, kami menghubungi pemasok lain dari jauh jauh hari untuk menghindari jika hal tersebut terjadi.

Bukan hanya itu saja terkadang ada kendala lebih besar yang dialami mulai dari *customer* yang tiba tiba merubah / *resechedule* hari pernikahan, sedangkan persiapan sudah mulai dilakukan, namun kami juga memiliki alternatif lain jika hal tersebut terjadi, kami memberitahukan di awal pada saat pemesanan tanggal bahwa jika ada perubahan tanggal harus diberitahukan H-20 dari tanggal yang sudah ditetapkan atau jika *customer* memberitahu secara mendadak untuk perubahan tanggal dikenakan biaya tambahan.

## **Pemasaran Friskia Ala Ala *Wedding Organizer***

### **1. *Segmenting***

- a. Geografis: Segmen utama dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah kabupaten Bandung dan sekitarnya terutama di wilayah Pacet dan Majalaya
- b. Demografis: Segmen demografis dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah semua jenis kelamin dengan rentan usia 21 tahun sampai dengan 40 tahun atau usia produktif menikah.
- c. Psikografis: Segmen Psikografis dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah kelas *social*.

### **2. *Targeting***

Kelompok konsumen pemakai jasa ini biasanya mereka yang tidak memiliki banyak waktu sehingga membutuhkan kepraktisan dalam mengkoordinasikan kegiatan pernikahan. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* menentukan target pasar dengan melihat kebutuha yang diinginkan *customer*. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* memilih untuk fokus secara eksklusif pada pasangan yang menginginkan pernikahan tradisional dengan sentuhan budaya lokal untuk menyediakan layanan *Wedding Organizer* yang terpersonalisasi dan mendalam (*Single Segment Concentration*). Friskia ala ala *Wedding Organizer* telah memilih untuk mengkhususkan diri dalam perencanaan pernikahan *outdoor*, pantai eksotis , memberikan

pengalaman unik yang disesuaikan untuk pasangan yang menginginkan pernikahan yang indah dan tak terlupakan di tempat-tempat yang direncanakan oleh *customer*. (*Selective Specialization*). Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* secara khusus mengkhususkan diri dalam menawarkan layanan pernikahan berbasis tema yang sangat kreatif dan eksklusif, menyediakan pengalaman yang dipersonalisasi dan didesain secara unik untuk memenuhi impian pernikahan pasangan dengan sentuhan yang istimewa (*Product Specialization*). Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sebagai penyelenggara pernikahan mengadopsi strategi fokus pada satu segmen pasar dengan menargetkan pasangan yang menginginkan pernikahan tradisional adat dengan gaya *vintage*, menerapkan *selective specialization* dalam memberikan layanan pernikahan destinasi di lokasi pantai yang eksotis, serta *product specialization* dengan menawarkan paket yang terintegrasi dan kreatif berbasis tema untuk memenuhi keinginan unik setiap pasangan dalam momen pernikahannya.

### 3. *Positioning*

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* memposisikan diri sebagai *Wedding Organizer* yang tidak hanya mengadakan pernikahan, tetapi juga menciptakan pengalaman magis yang direncanakan dengan teliti dan disesuaikan dengan keinginan tiap pasangan. Dengan pendekatan yang sangat personal dan penuh inovasi, kami tidak hanya menawarkan layanan perencanaan pernikahan, tetapi juga menjadi mitra setia dalam mewujudkan impian pernikahan unik setiap pasangan dengan keahlian dalam tema-tema khusus dan destinasi yang memukau.

### Analisis SWOT Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*

Analisis SWOT sebagai berikut:

#### 1. Kekuatan (*Strength*)

- a) Mampu menarik minat konsumen.
- b) Harga yang relatif terjangkau.
- c) Free layanan konsultasi.

#### 2. Kelemahan (*Weakness*)

- a) Merek Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* yang masih belum terkenal di Kota Bandung.
- b) Adanya pembatasan pemesanan.

#### 3. Peluang (*Opportunities*)

- a) Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa *party planner*.
- b) Acara yang bersifat terus - menerus.
- c) Harga pesaing yang relatif tinggi, tetapi tidak diiringi dengan layanan yang maksimal.

4. Ancaman (*Threat*)

- a) Pesaing akan meniru konsep dan pelayanan yang ditawarkan Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*.
- b) Pelayanan terbatas.

**Keuangan Friskia Ala Ala *Wedding Organizer***

**Modal Kerja Friskia Ala Ala WO**

Berdasarkan data yang bersumber dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*, diketahui bahwa jumlah modal yang dikeluarkan Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* dalam satu tahun adalah sebesar Rp. 387.518.750 yang terdiri dari berbagai macam biaya Peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan untuk pelayanan produk jasa yang dijalankan oleh bisnisnya.

**Laporan Penjualan**

Penjualan Produk Jasa Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* yang terjadi selama periode tahun 2023 adalah sebanyak 44 paket yaitu 6 paket silver seharga Rp.5.500.000/paket, 36 paket gold dengan harga Rp. 21.500.000/paket dan 2 paket *platinum* dengan harga Rp. 31.500.000/paket. Jadi total pendapatan kotor Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah Rp. 870.000.000 dalam satu tahun.

**Laporan Laba Rugi**

Berdasarkan perhitungan pendapatan dan pengeluaran beban perusahaan maka laba yang didapatkan oleh Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* selama tahun berjalan adalah sebesar Rp. 458.357.188. laba tersebut didapatkan dari total pendapatan pertahun dikurangi pengeluaran pertahun dan pajak.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan Rumusan Masalah pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Proses pembentukan jaringan bisnis Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* berawal dari pertemuan yang berlangsung secara terus-menerus dengan para *vendor* dalam even yang sama. hal tersebut membuat Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* menjalin hubungan yang sangat baik dengan para pemilik *vendor* hingga terciptanya jaringan bisnis.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* diantaranya adalah *Word Of Mouth*, *Social Media*, Brosur dan Iklan pada kegiatan operasionalnya.
3. Proses produksi jasa yang dilakukan oleh Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* yaitu dimulai dengan melakukan promosi lalu klien datang ke kantor Friskia Ala Ala *Wedding*

*Organizer*, lalu melakukan diskusi keinginan dan pilihan klien, jika tidak ada permintaan maka proses selesai sedangkan jika terjadi permintaan maka proses berlanjut dengan negosiasi dan penyelesaian administrasi, setelah itu Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* melakukan permintaan kepada para *vendor* dalam jaringan bisnisnya, setelah itu permintaan di proses dan selesai ketika permintaan telah terpenuhi.

4. Aspek keuangan Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* cukup baik, hasil penyusunan laporan menunjukkan bahwa proses pengelolaan keuangan dilakukan dengan sangat baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, & Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo

Arifin, S. (2023). *Pemasaran Produk: Pengertian, Tujuan, Konsep Dasar dan Tekniknya*. Diambil kembali dari Gmelab.id: <https://www.gamelab.id/news/2418-pemasaran-produk-pengertian-tujuan-konsep-dasar-dan-tekniknya-lengkap>.

Klerk, & Saayman. (2012). *Networking as Key Factor in Artpreneurial Success*. *Journal Of Enterpreneurial Behavior*, 5.

Rahmaini, R., Lubis, Y., Arlinda, L., Ramadhani, M., Ramadhan, R., Aisah, S., & Lestary, A. (2023). USAHA GULA MERAH DARI NIRA KELAPA SAWIT SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN NILAI EKONOMI MASYARAKAT DI DESA PEGAJAHAN. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 117-123. doi:<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2286>

Sudana. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga