

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya perekonomian di kota-kota besar di Indonesia demikian juga Kota Bandar Lampung, maka kebutuhan akan layanan jasa *event organizer* mengalami peningkatan. Hal ini berbarengan dengan kemajuan teknologi, peningkatan gaya hidup serta tingkat kesibukan yang meningkat pula. Situasi kondisi diatas, juga mempengaruhi sebagian manusia dalam memenuhi kebutuhan batinnya untuk merayakan peristiwa-peristiwa penting dalam kehidupan sosial seperti Ulang Tahun (Pribadi, Pernikahan, Organisasi, Kantor), Aqiqah, Launching Produk dll. Tentunya dalam mewujudkan penyelenggaraan pesta tersebut agar berlangsung sukses dan lancar, terkadang timbul persoalan dalam mempersiapkan pelaksanaan acara pesta tersebut. Hal itu dikarena kurangnya ketersediaan waktu, tempat yang tidak memenuhi selera, perlengkapan acara yang tidak tersedia, tidak adanya tenaga yang berpengalaman yang dimiliki seperti tenaga dekorasi, catering, fotografer, badut, *entertainment* dll. Kondisi ini mempengaruhi maraknya berdiri *event organizer* yang khusus bergerak dibidang usaha jasa *party* atau *party planner*, yang merupakan jasa penyelenggara pesta ulang tahun untuk membantu dalam mempermudah penyelenggaraan pesta dalam membuat konsep dan perwujudan ide serta membantu mengabadikan kemeriahan perayaan pesta.

Melihat masalah yang ada maka munculnya jasa EO atau *party planner* untuk membantu mensukseskan acara yang mereka inginkan. *Event Organizer* atau *party planner* adalah penyelenggara acara atau usaha dalam bidang jasa yang secara sah ditunjuk oleh pelanggannya, guna mengorganisasikan seluruh rangkaian acara, mulai dari perencanaan, persiapan, eksekusi hingga evaluasi, dalam rangka membantu mewujudkan tujuan yang diharapkan client dengan membuat acara. Hal ini yang menyebabkan masih sedikit EO atau *party planner* di Bandar Lampung yang mampu menguasai pasar besar. Disisi lain ini menjadi

sebuah peluang bagi masyarakat untuk membuka usaha bidang jasa EO atau *party planner*. Salah satu kota yang mulai bermunculan EO atau *party planner* adalah kota Bandar Lampung. Mobilitas atau perpindahan status seseorang atau sekelompok orang dari satu status ke status yang lain, menjadi salah satu faktor penduduk di Bandar Lampung mulai banyak menggunakan EO atau *party planner* dalam mempercayakan acara yang ingin akan diselenggarakan. Penduduk Bandar Lampung yang memiliki kesibukan yang tinggi dan tidak tersedianya waktu dalam mempersiapkan acara yang akan diselenggarakan. Menjadi peluang munculnya *Event organizer* atau *party planner* di kota Bandar Lampung, berikut adalah nama – nama *Event organizer* atau *party planner* yang ada di kota Bandar Lampung :

Tabel 1.1 beberapa EO di Bandar Lampung

No	Produk	Nama EO
1	<i>Event pemerintahan dan nasional seperti konser, lampung fair, pelantikan dan lain-lain. wedding planner dan food service</i>	Pamela Event
2	<i>Grand opening, soft opening, launching, birthday party, wedding party, anniversary, gathering dll</i>	Eyang Uti Event Organizer & food Service
3	Perencana Pernikahan, Penyewaan Perlengkapan Pesta, Dekorasi Pernikahan, Konsep Dan Dekorasi Acara, <i>Florist</i> , Fotografi Pernikahan	Naik Daun EO
4	Perencana Pernikahan	Deandra Tenda
5	Perencana Pernikahan	Evi Enterprise
6	Perencana Pernikahan	Basic wedding concept
7	Perencana Pernikahan	Vidia Perkasa. CV
8	Perencana Pernikahan	Basic wedding concept

9	Perencana Pernikahan	JH Wedding Organizer
10	Perencana Pernikahan	AnugrahOrganizer.com
11	Perencana Pernikahan	Mahligai Jaya
12	Penyewaan Perlengkapan Pesta, Perencana Pernikahan	Tara Wedding & Catering Service
13	Perencana Pernikahan dan Perlengkapan Pesta	Galang Kreasi Sempurna. PT
14	Perencana Pernikahan dan Perlengkapan Pesta	Mega Rajawali Organizer
15	Perencana Pernikahan dan Perlengkapan Pesta	Lusiana Bridal
16	Perencana Pernikahan dan Perlengkapan Pesta	Fifi Emilia - Evergreen Bridal
17	Perencana Pernikahan dan Perlengkapan Pesta	Dndt Production Network
18	Perencana Pernikahan	JH Wedding Organizer
19	Penyewaan Perlengkapan Pesta, Perencana Pernikahan	HI-PRO Studio
20	Penyewaan Perlengkapan Pesta, Perencana Pernikahan	Iim Puspita
21	Penyewaan Perlengkapan Pesta, Perencana Pernikahan	Vera Catering
22	Penyewaan Perlengkapan Pesta, Perencana Pernikahan	Saint Marry Decoration
23	Perencana Pernikahan	Wedding Ponda
24	Penyewaan Perlengkapan Pesta, Perencana Pernikahan	Sulehan Tenda

Sumber : www.starofservice.co.id, 09:00 Juni 2017

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer* atau *party planner* di Kota Bandar Lampung adalah Abih Decoration dan termasuk kedalam kategori

atau jenis penyelenggara ulang tahun, pernikahan, rapat dan seminar. Abih Decoration berdiri di tahun 2012, yang berlokasi di Jalan Tulang Bawang Bandar Lampung, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa *party planner* atau penyelenggara pesta. Abih Decoration dalam memasarkan jasanya mengutamakan nilai kreasi dan kepuasan konsumen atas jasa tersebut. Segmen yang ingin dituju oleh Abih Decoration yaitu seluruh masyarakat menengah keatas di Bandar Lampung. Produk jasa yang ditawarkan adalah kualitas yang baik, harga yang terjangkau sehingga berdampak pada banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa Abih Decoration. Selain mereka mampu mengubah pesta yang tampak sederhana menjadi hidup dan lebih menarik juga mampu menyelenggarakan pesta dengan waktu yang cukup, Serta mampu memenuhi peralatan dan tenaga yang dibutuhkan oleh konsumen.

Positioning merupakan tindakan untuk memisahkan penawaran perusahaan. Sehingga menepati perbedaan dan nilai di benak konsumen, dengan demikian konsumen memahami dan menghargai apa saja yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaing. Strategi dan perbedaan mana yang akan di pilih oleh konsumen, dari setiap produk yang ada nantinya diambil salah satu atribut untuk diklaim sebagian yang terbaik dari produk tersebut. Abih Decoration dalam industri *party planner* sangat membantu para konsumen dalam kegiatannya. Karena salah satu kelebihan Abih Decoration dibanding dengan pesaingnya adalah memiliki keunggulan dalam design yang keren dari segi *balon art* yang lebih baik, unik dan kreatif dari para pesaingnya. Hal ini yang membuat para pengguna Abih Decoration memilih menggunakan jasa Abih Decoration dibanding para pesaingnya.

Dalam usaha *party planner* begitu banyak pesaing yang membuka usaha dibidang yang sama, yang mana pesaing tersebut menjadi pertimbangan untuk memperbaiki pelayanana dan memberikan inovasi terbaru kepada konsumen. Agar dapat meningkatkan profit dan membuat konsumen selalu merasa puas, maka dari itu kita harus mengetahui kelemahan dan kelebihan dari para pesaing.

Adapun pengusaha-pengusaha di bidang jasa EO atau party planner di Bandar Lampung, sumber (www.starofservice.co.id) adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Pesaing Abih Decoration

No	Nama Perusahaan
1	Pamela Event Solutions wedding organizer & catering lampung
2	Eyang Uti Event Organizer & food Service
3	Naik Daun EO

sumber : www.starofservice.co.id, 09:00 Juni 2017

Dari data tabel 1.2 dapat dilihat pesaing Abih Decoration yang ada di Bandar Lampung yaitu Pamela Event Solutions wedding organizer & catering lampung, Eyang Uti Event Organizer & food Service dan Naik Daun EO. Merupakan event organizer atau party planner yang sudah lama menjalankan bisnis EO atau party planner di Bandar Lampung. Pamela Event Solutions wedding organizer & catering lampung yang beralamat Jln. Letjen Ryacudu jalur dua korpri Gg. hasan IV way hui Bandar Lampung. Pamela Event Solutions wedding organizer & catering lampung menawarkan jasanya seperti acara pernikahan, ulang tahun, syukuran, dan lain-lain atau perusahaan, seperti event anniversary perusahaan, seminar, charity event, gathering perusahaan atau berbagai aktivitas lainnya dan memiliki sebanyak 23 karyawan dalam menjalankan bisnisnya. Eyang Uti Event Organizer & food Service yang beralamat Jl. Padat Karya Sinar Harapan SMA 13 Gg. Sakura no.3 Labuhan Dalam kec. Rajabasa Raya Bandar Lampung. Eyang Uti Event Organizer & food Service menawarkan acara sepaerti Grand opening, soft opening, lauching, birthday party, wedding party, anniversary, gathering dll dan memiliki 53 karyawan. Untuk Naik Daun EO menyediakan acara seperti Perencana Pernikahan, Penyewaan Perlengkapan Pesta, Dekorasi Pernikahan, Konsep Dan Dekorasi Acara, Florist, Fotografi Pernikahan.

Tabel 1. 3 Data Pengguna Jasa Abih Decoration di Tahun 2016

Bulan	Jumlah
Januari	24
Febuari	27
Maret	29
April	30
Mei	32
Juni	28
Juli	25
Agustus	30
September	32
Oktober	34
November	36
Desember	39
Total	366

Sumber : Abih Decoration, 2016

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, memberikan informasi mengenai Event Organizer Abih Decoration yang menggunakan jasa Abih decoration selama tahun 2016. Dalam tabel 1.3 menggambarkan pengguna jasa Abih Decoration mengalami kenaikan pada bulan Januari hingga bulan Mei mengalami kenaikan untuk pemesanan jasa Abih Decoration sebanyak 2 sampai 3 konsumen perbulannya. Pengguna jasa yang terus meningkat di bulan Januari hingga bulan Mei terjadi karena banyaknya permintaan pengguna jasa Abih Decoration yang pada saat bulan ini membutuhkan jasa Event Organizer untuk acara penting yang akan diselenggarakan. Untuk pengguna jasa Abih Decoration pada bulan Juni dan Juli Abih Decoration mengalami penurunan sebanyak 3 sampai 4 pengguna perbulannya. Tetapi untuk penjualan di bulan Juni dan Juli mengalami penurunan dari bulan sebelumnya, penurunan ini terjadi hingga 3 sampai 4 pengguna perbulannya hal ini terjadi dikarenakan Abih Decoration mengalami kendala dari SDM yang tersedia, sehingga membuat omset Abih Decoration mengalami

penurunan. Akan tetapi untuk dibulan Agustus hingga bulan Desember Abih Decoration mulai terjadi kenaikan kembali pada pengguna jasa yang menggunakan jasa Abih Decoration, kenaikan tersebut sebanyak 2 hingga 3 pengguna perbulannya.

Menurut Kotler & Keller (2009, p.225) positioning adalah pengaturan produk untuk menduduki tempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan dibandingkan produk pesaing dalam pikiran konsumen sasaran. Abih Decoration menyadari begitu banyaknya persaingan yang ada dalam menjalankan party planner, maka Abih Decoration berupaya untuk memposisikan produknya agar diingat pikiran konsumen. Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, karena saat ini konsumen lebih cerdas dalam menentukan pilihannya ketika ingin merayakan hari spesialnya agar sesuai dengan keinginan konsumen. Maka untuk menentukan positioning Abih Decoration menggunakan kajian pendekatan strategi manajemen yang menggunakan informasi untuk menciptakan suatu kesan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar yang dituju atau pasarnya.

Menurut Kotler (2009, p.345) terdapat tujuh pendekatan dalam melakukan *positioning*, yaitu Atribut yaitu memposisikan produk berdasarkan atribut atau sifat misalkannya simbol dan lambang. Manfaat yaitu memposisikan produk sebagai pemimpin dalam suatu manfaat tertentu (berdasarkan pengalaman). Kategori yaitu memposisikan produk sebagai pemimpin dalam kategori produk seperti: makanan dan minuman serta perlengkapan. Pengguna atau penerapan yaitu seperangkat nilai-nilai penggunaan atau penerapan yang digunakan sebagai unsur yang ditonjolkan dibandingkan pesaingnya. Pemakai memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah kelompok pemakai. Pesaing yaitu secara keseluruhan menonjolkan nama mereknya secara utuh dan diposisikan lebih baik dari pada pesaingnya. Kategori harga atau kualitas yaitu suatu kategori produk yang dilihat dari segi harga dan kualitas.

Hadirnya Abih Decoration dalam industri party planner sangat membantu para konsumen dalam kegiatannya. Karena salah satu kelebihan Abih Decoration dibanding dengan pesaingnya adalah memiliki keunggulan dalam design yang keren dari segi balon art yang lebih baik, unik dan kreatif dari para pesaingnya karna Abih Decoration memiliki inovasi dalam seni balon art. Untuk logo atau symbol yang digunakan menggunakan nama yang simple dan mudah diingat yaitu “Abih” tetapi logo atau lambang ini dianggap terlalu kurang menarik. Disamping kelebihan yang dimiliki oleh Abih Decoration masih terdapat keluhan konsumen yang di dapat dari hasil prasurvei. Konsumen merasakan keluhan terkait pelayanan yang diberikan Abih Decoration, salah satunya harga paket untuk aqiqah dengan harga 5 juta sedangkan untuk pesaing Abih Decoration membuka harga mulai dari 3-4juta dimana harga tersebut sama dengan paket yang diberikan oleh Abih Decoration kepada konsumennya dan tempat yang seringkali tutup membuat konsumen merasa Abih Decoration masih jauh dalam memberikan pelayanan yang baik. Untuk penyajian makanan, minuman dan perlengkapan masih sangat terbatas, dibandingkan oleh pesaingnya Abih Decoration cukup jauh untuk kelengkapan makanan, minuman maupun perlengkapan lainnya. Konsep balon art yang mudah ditiru oleh para pesaing membuat Abih Decoration harus selalu berinovasi. Abih Decoration memiliki kategori produk seperti acara pernikahan, ulang tahun, syukuran, dan aqiqah atau perusahaan, seperti event anniversary perusahaan, seminar, charity event, gathering . Banyaknya kategori yang ditawarkan oleh Abih Decoration hanya kategori Aqiqah dan pesta ulang tahun yang sering banyak dipesan oleh konsumen Abih Decoration. Selain itu konsumen merasa kualitas balon art yang diberikan Abih Decoration tidak sesuai dengan harga yang diberikan karna ada beberapa konsumen yang saat mengadakan acara, balon art tersebut mengalami pecah ketika berlangsungnya acara dimana itu sangat menggagu dari segi desain yang diberikan oleh Abih Decoration kepada pengguna jasa Abih Decoration.

Dengan diperoleh data tersebut menunjukkan bahwa Abih Decoration harus bisa memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dan mengubah strategi-strategi

pemasaran yang telah digunakan untuk menciptakan kepuasan konsumen di Abih Decoration itu sendiri. Hal ini dilakukan agar konsumen memiliki kepuasan terhadap Abih Decoration dan mau melakukan pembelian kembali di Abih Decoration yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan konsumen terhadap Abih Decoration. Kepuasan konsumen yang berlanjut akan berdampak terhadap penjualan jasa party planner Abih Decoration yang berarti mempengaruhi profit perusahaan untuk kelangsungan hidup party planner itu sendiri.

Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui *positioning* suatu produk adalah metode MDS (*Multi Dimensional Scaling*). Dengan analisis MDS akan dapat diketahui posisi usaha jasa Party Planner berdasarkan persepsi konsumen. Dengan analisis MDS akan dapat diketahui posisi merek - merek Party Planner berdasarkan persepsi konsumen di kota Bandar Lampung. Menurut Supranto (2010, p.177) multidimensional scalling merupakan sekelompok prosedur untuk menggambarkan persepsi dan preferensi responden secara visual sebagai hubungan geometris antara beberapa hal dalam suatu ruang multidimensi. Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “, **ANALISIS POSITIONING ABIH DECORATION MENGGUNAKAN METODE MDS (Multidimensional Scalling) DI BANDAR LAMPUNG ,**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah yaitu, “Bagaimana positioning Abih Decoration menggunakan metode MDS (Multidimensional Scalling) di Bandar Lampung dibandingkan dengan perusahaan pesaing?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Abih Decoration di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah **analisis positioning menggunakan model mds di Abih Decoration bandar lampung**

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Abih Decoration yang beralamatkan di Jl. Tulang Bawang di Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2017 hingga Agustus 2017.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian yang diambil yaitu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis positioning produk Abih Decoration menggunakan MDS (Multi Dimensional Scaling) dibandingkan perusahaan pesaing.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan adalah :

1. Bagi peneliti

Sebagai wahana untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dari perkuliahan pemasaran selama ini, khususnya *positioning* untuk menganalisa secara empiris positioning produk jasa Abih Decoration terhadap produk jasa para pesaingnya.

2. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya supaya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai acuan dari pihak manajemen untuk mengetahui dimanakan positioning Abih Decoration

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini tercantum latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis / peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisa statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika dan hipotesa (bila diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikirnya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada BAB II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan/ rancangan/ model/ teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas dengan tujuan penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan rangkuman dari pembahasan, yang sekurang-kurangnya terdiri dari; (1) jawaban terhadap perumusan masalah dan tujuan penelitian serta hipotesis; (2) hal baru yang ditemukan dan prospek temuan; (3) pemaknaan teoritik dari hal baru yang ditemukan.

Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis. Sekurang-kurangnya memberi saran bagi perusahaan (objek penelitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN