

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan bisnis di Indonesia dewasa ini sangatlah pesat terutama dalam sektor jasa. Perkembangan ini terjadi karena perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin maju. Banyak bidang usaha di sektor jasa yang sedang gencar saat ini seperti transportasi, pendidikan, kesehatan, teknologi informasi, *event management*, *wedding organizer*, dan masih banyak lagi. Dilansir dari *website* kemenkue menyatakan bahwa “Pulau Jawa sebagai kontributor utama perekonomian, tumbuh relatif kuat di level 4,8% (yoy). Aktivitas sektor manufaktur dan jasa yang terus meningkat menopang pertumbuhan ekonomi pada wilayah ini.” Keadaan tersebut menggambarkan tingginya potensi dan kontribusi usaha di bidang jasa dalam perekonomian Indonesia.²

Dalam konteks ini setiap perusahaan akan menghadapi persaingan bisnis yang saat ini semakin ketat. Dengan persaingan yang semakin sengit suatu perusahaan harus mampu memenuhi keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan. Hal tersebut mendorong setiap pelaku usaha untuk merancang strategi yang efektif dalam menjaga kualitas layanan agar tetap kompetitif. Salah satunya perusahaan penyedia layanan jasa harus berusaha

² “Badan Kebijakan Fiskal - Pertumbuhan Ekonomi Triwulan I 2024 Tetap Kuat di Tengah Perlambatan Ekonomi Global,” diakses 28 September 2024

memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih maksimal. Salah satu sektor jasa yang mengalami peningkatan permintaan adalah penyelenggara acara pernikahan, atau yang dikenal dengan istilah *Wedding Organizer (WO)*.

Salah satu peristiwa terpenting dalam hidup manusia adalah pernikahan. Menurut Koentjaraningrat pernikahan merupakan perpindahan daur hidup yang manusia lewati dari hidup individual menuju ke kehidupan bersama.³ Ikatan pernikahan merupakan prosesi mengukuhkan hubungan agama dan hukum antara dua insan, sehingga dianggap sakral atau suci. Dalam pelaksanaannya, prosesi pernikahan kini tidak hanya sekadar seremoni keagamaan dan budaya, melainkan juga melibatkan berbagai aspek kompleks yang memerlukan manajemen acara secara profesional. Hal ini mencakup perencanaan yang matang, koordinasi antar *vendor*, serta pengelolaan waktu dan sumber daya yang optimal. Kondisi ini menjadikan jasa *Wedding Organizer* semakin dibutuhkan, khususnya oleh masyarakat menengah hingga menengah ke atas yang menginginkan pelaksanaan pernikahan berjalan lancar dan berkesan tanpa terbebani oleh detail teknis.

Dalam perkembangannya, prosesi pernikahan kini telah menjadi sebuah prosesi yang sakral, mahal, rumit dengan banyak runtutan acara yang harus dilalui dan melibatkan banyak orang, membutuhkan banyak tenaga dan waktu untuk mempersiapkannya, ditambah lagi dengan padatnya

³ Shinta Tyas Pratisthita, “*Representasi Kedudukan Wanita Dalam Upacara Pangih Pengantin Adat Surakarta Sebagai Wujud Regenerasi Budaya Jawa*,” *STHD Klaten*, 2020, hlm 149

kegiatan calon pengantin. Kondisi tersebut menyebabkan banyak keinginan dari calon pengantin untuk pesta pernikahan impiannya sulit tercapai dalam pelaksanaannya. Untuk mengatasi masalah tersebut perlunya sebuah sarana dalam acara pernikahan yang dapat membantu agar proses perkawinan tersebut dapat berjalan dengan lancar sesuai keinginan.⁴ Saat ini *wedding organizer* atau yang banyak dikenal dengan sebutan WO sudah menjadi *trend* di tengah masyarakat kalangan menengah dan kalangan menengah keatas.

Salah satu pelaku bisnis dibidang jasa yang baru-baru ini mulai banyak dibutuhkan masyarakat dibidang jasa adalah *wedding organizer* merupakan suatu organisasi yang secara khusus menyediakan jasa dalam bidang pernikahan. *Wedding organizer* bekerja sebagai suatu tim yang dapat membantu kedua mempelai untuk mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pernikahan agar acara pernikahan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang diinginkan.⁵ Kabupaten Tulungagung merupakan daerah yang memiliki banyak pelaku usaha di bidang *wedding organizer*. Hal tersebut didukung dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang melakukan pendataan pada tingginya angka pernikahan sebesar 7.973 pasangan pengantin yang melaksanakan pernikahan pada tahun 2023.

⁴ Lailatul Azizah, "Innovation Of Wedding Organizer Management In New Normal Era Using Shariah Contract: A Case Study In Wedding House Pasuruan," *Airlangga Journal of Innovation Management* Vol. 3 (Oktober 2022): hlm 150

⁵ Haryadi Mujianto, et al., "The Impact Of Social Media On Increasing The Use Of Wedding Organizer Services," *AICCON* 1 (21 Februari 2024): hlm 3

Tabel 1. 1
Data Angka Pernikahan Terbanyak Tahun 2024

Provinsi	Angka Pernikahan
Jawa Barat	292.969
Jawa Timur	271.406
Jawa Tengah	233.204

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Fenomena tersebut tentunya menjadi peluang yang sangat menggiurkan bagi pelaku usaha khususnya dibidang *wedding*.⁶ Salah satunya Sido Asih *Wedding Organizer* harus mampu bersaing untuk mendapatkan banyak *client* dengan menyiapkan strategi agar dapat mencapai target yang diinginkan. Langkah perlu dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dan menambah jumlah *client* dengan cara meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan jasa yang dimilikinyaa dan juga menggunakan strategi manajemen yang terencana. Fenomena tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi Sido Asih *Wedding Organizer*, mereka harus memiliki perbedaan dalam bentuk service, pelayanan, atau bahkan harga agar konsumen tertarik untuk memilih jasa mereka dibandingkan dengan jasa WO atau EO lain sehingga bisa meyakinkan konsumen untuk menggunakan jasa nya.

⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, “*Perkawinan Menurut Kecamatan dan Jenisnya di Kabupaten Tulungagung 2023 - Tabel Statistik*” diakses 28 September 2024

Tabel 1. 2
Jumlah Pesanan Sido Asih Organizer 3 Tahun Terakhir



Sumber: Owner Sido Asih Organizer

Sido Asih Wedding Organizer memiliki ciri khas yang membedakan dari kompetitornya yaitu *spesialis* dalam menyelenggarakan pernikahan dengan nuansa adat Jawa. Tidak hanya berbekal pengalaman, Sido Asih juga telah *tersertifikasi* resmi sebagai bagian dari Sanggar Kabudayaan Tulungagung, yang menjadi lembaga pelestarian seni dan tradisi lokal. Hal ini memberikan nilai tambah tersendiri bagi klien yang menginginkan prosesi pernikahan tradisional yang otentik, sakral, dan sesuai pakem budaya Jawa. Kemampuan tim Sido Asih dalam merancang dan melaksanakan upacara adat yang detail dan terstruktur menjadi keunggulan yang tidak dimiliki oleh banyak WO lain.

Namun, dalam menghadapi persaingan bisnis yang dinamis, Sido Asih tetap dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanannya untuk memberikan pengalaman yang memuaskan dan berkesan

bagi setiap *client*. Salah satu strategi mendasar yang harus diterapkan dalam internal perusahaan adalah manajemen strategi yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.⁷ Untuk meningkatkan dan menyempurnakan kegiatan suatu *event*, Sido Asih *Wedding Organizer* selalu mengimplementasikan secara terstruktur dan konsisten dalam setiap penyelenggaraan *event*, guna menjamin mutu layanan yang optimal. Diharapkan strategi ini dapat berfungsi sebagai pedoman dan pengendalian terhadap setiap perubahan kondisi di lapangan, yang tentunya setiap *event* tidak bisa disamakan situasi dan kondisinya.

Dengan demikian, dapat teranalisis setiap kesalahan atau kekurangan tim, setiap ancaman yang akan memperburuk citra organisasi dan setiap peluang yang bisa dimanfaatkan sebagai tolak ukur peningkatan kualitas pelayanan.⁸ Penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana strategi manajemen yang diterapkan oleh Sido Asih *Wedding Organizer* dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa, sehingga mampu bersaing secara berkelanjutan dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan usaha Sido Asih Organizer maupun pelaku usaha lain di bidang sejenis.

⁷ Yusuf, et al., " *Teori Management*". (Perum Gardena Maisa 2 C.12, Koto Baru, Kecamatan Kubung, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatra Barat – Indonesia 27361: YAYASAN PENDIDIKAN CENDEKIA MUSLIM, 2023): hlm 21

⁸ Hefniy Hefniy, et al., " *Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepegawaian*". Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 3, no. 1 (30 Juni 2019): hlm 172

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi perencanaan (*planning*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa pada Sido Asih *Wedding and Event Organizer* Tulungagung ?
2. Bagaimana strategi pengorganisasian (*organizing*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa pada Sido Asih *Wedding and Event Organizer* Tulungagung ?
3. Bagaimana strategi pelaksanaan (*actuating*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa pada Sido Asih *Wedding and Event Organizer* Tulungagung ?
4. Bagaimana strategi pengawasan (*controlling*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa pada Sido Asih *Wedding and Event Organizer* Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis strategi perencanaan (*planning*) yang digunakan oleh Sido Asih *Wedding and Event Organizer* dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa.

2. Mengidentifikasi strategi pengorganisasian (*organizing*) yang diterapkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan jasa di Sido Asih *Wedding and Event Organizer*.
3. Mengevaluasi strategi pelaksanaan (*actuating*) dalam pengelolaan event agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.
4. Menilai strategi pengawasan (*controlling*) yang dilakukan untuk memastikan kualitas pelayanan jasa tetap konsisten dan terus meningkat di Sido Asih *Wedding and Event Organizer*.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Untuk mencapai tujuan dan maksud dari penelitian ini, masalah yang dibahas adalah mengidentifikasi strategi-strategi yang diterapkan oleh Sido Asih dalam empat aspek manajemen strategis, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*), guna memastikan kualitas layanan tetap unggul dan mampu bersaing di pasar yang kompetitif.

Batasan masalah penelitian ini dibatasi oleh :

1. Ruang Lingkup Lokasi: Penelitian ini hanya dilakukan pada Sido Asih *Wedding and Event Organizer* yang berlokasi di Tulungagung, sehingga hasilnya mungkin tidak bisa digeneralisasikan untuk WO di lokasi lain.
2. Fokus Strategi: Penelitian difokuskan pada empat aspek manajemen (*planning, organizing, actuating, dan controlling*) yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan, sehingga tidak membahas aspek lain seperti manajemen keuangan atau pemasaran.

3. Periode Penelitian: Analisis kualitas pelayanan didasarkan pada periode tertentu yang mungkin dipengaruhi oleh tren pasar saat itu, sehingga hasilnya bisa berubah jika kondisi bisnis berubah di masa depan.
4. Subjek Penelitian: Penelitian ini memusatkan perhatian pada internal manajemen dan tim pelaksana Sido Asih dan pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

- a. Penelitian ini dapat menambah literatur terkait strategi peningkatan kualitas layanan pada sektor jasa, khususnya dalam industri *wedding organizer*.
- b. Dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih lanjut tentang strategi pelayanan jasa atau manajemen strategi di bidang lain.

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi Sido Asih *Wedding and Event Organizer*: Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang strategi yang efektif dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan pelayanan jasa.
- b. Bagi Pelaku Bisnis Lain: Penelitian ini dapat dijadikan panduan untuk menerapkan strategi manajemen yang efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa dan memberikan wawasan tentang pentingnya perencanaan dan pengelolaan

strategi untuk mencapai kepuasan pelanggan dan keberlangsungan usaha.

- c. Bagi Masyarakat : Memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana perusahaan penyedia jasa seperti *Wedding Organizer* beroperasi dan menjaga kualitas layanan mereka. Serta memberikan informasi yang bermanfaat bagi konsumen dalam memilih penyedia jasa yang berkualitas.

F. Penegasan Istilah

1. Konseptual

a. Pengertian Strategi Manajemen

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategos” (stratos = militer dan ag = memimpin), yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum, strategi sebagai cara mencapai tujuan.⁹

Manajemen Strategik merupakan proses menyusun tujuan suatu organisasi, menetapkan kebijakan, dan perencanaan untuk mencapai tujuan, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan perencanaan tersebut. Manajemen Strategik merupakan level tertinggi dalam aktivitas manajemen.¹⁰

⁹ Opan Arifudin, et al., "*Manajemen Strategik*", (CV. Pena Persada, 2020): hlm 1

¹⁰ Asep Suherman, "*Manajemen Strategi*", (PT Insan Cendekia Mandiri Group, 2022): hlm 4

b. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi secara langsung antara seseorang atau mesin secara fisik dan membantu pelanggan membuat keputusan. Pelayanan didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Sementara melayani berarti membantu menyiapkan atau mengurus kebutuhan seseorang.¹¹

Menurut Kotler pelayanan adalah suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Gronroos menyatakan, pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh organisasi pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.¹²

c. *Wedding and Event Organizer*

Wedding Organizer merupakan bagian dari Event Organizer karena konsepnya sama yaitu penyelenggara acara dan menyediakan

¹¹ Marjani Rachman, "*Manajemen Pelayanan Publik*", (Tahta Media Group, 2021): hlm 6

¹² *Ibid*

layanan. *Wedding Organizer* adalah penyedia jasa yang memberikan layanan pengorganisasian segala macam kegiatan yang ada didalam prosesi pernikahan. Sedangkan *event organizer* adalah seni mengatur dan mengelola suatu acara. *event organizer*, juga dikenal sebagai EO, bertanggung jawab untuk menyelenggarakan sebuah acara atau kegiatan yang terdiri dari sejumlah prosedur yang sistematis dan memerlukan ketekunan, kesungguhan, dan kolaborasi tim. Acara tersebut dijalankan sesuai dengan *deadline*, target, jadwal, *pressure*, dan kerja sama tim yang solid. Sedangkan peran *event organizer* adalah menyelenggarakan acara sesuai dengan pedoman kerja dan konsep acara, dan mengelolanya secara profesional.¹³

2. Operasional

Dalam penelitian ini, strategi manajemen dioperasionalkan sebagai aktivitas yang dilakukan Sido Asih *Organizer* untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang diimplementasikan dalam setiap penyelenggaraan acara pernikahan maupun *event* diluar pernikahan. Tingkat kepuasan *client* terhadap layanan jasa yang diberikan oleh Sido Asih *Wedding and Event Organizer*, diukur berdasarkan beberapa indikator seperti ketepatan

¹³ Alwi Musa Muzaiyin, "Analisis Sistem Pelayanan Jasa Wedding Organizer Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di UD. Santoso Wedding Organizer)", FENOMENA Vol. 20 No. 1 (Juni 2021): hlm 134

waktu, keandalan, sikap, dan kompetensi tim dalam menjalankan tugas sesuai ekspektasi klien.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan berisi tentang urutan terkait dengan pembahasan dalam skripsi serta bertujuan untuk memudahkan dalam memahami isi keseluruhan dari penelitian. Adapun isi keseluruhan dari penelitian ini terdiri dari enam (6) bab yang disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bagian ini terdiri dari : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan penelitian, sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN TEORI. Bagian ini terdiri dari : deskripsi teori, kajian penelitian terdahulu dan paradigma penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN. Bagian ini terdiri dari : pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN. Bagian ini terdiri dari : paparan data atau hasil penelitian, temuan penelitian mengenai profil usaha, struktur organisasi, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Sidoasish Wedding and Event Organizer.

BAB V PEMBAHASAN. Bagian ini membahas analisis dari temuan yang sudah penulis teliti.

BAB VI PENUTUP. Bagian ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran.