



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

***Analisis Strategi Bersaing Legacy Wedding Organizer***

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Yoana Mariana

2016320224

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

***Analisis Strategi Bersaing Legacy Wedding Organizer***

Skripsi

Oleh

Yoana Mariana

2016320224

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

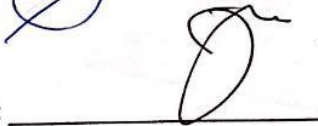
Nama : Yoana Mariana  
Nomor Pokok : 2016320224  
Judul : Analisis Strategi Bersaing *Legacy Wedding Organizer*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 6 Januari 2020  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 


**Sekretaris**  
Dr. Orpha Jane, M.M

: 

**Anggota**  
Angela Caroline, S.AB., M.M.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yoana Mariana

NPM : 2016320114

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing *Legacy Wedding Organizer*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 16 Desember 2019

Yoana Mariana

## ABSTRAK

Nama : Yoana Mariana

NPM : 2016320224

Judul : Analisis Strategi Bersaing *Legacy Wedding Organizer*

---

*Wedding organizer* merupakan bisnis yang memiliki peluang usaha cukup besar karena adanya fenomena menikah tidak lagi diurus sendiri melainkan dibantu dengan tenaga profesional *wedding organizer*. Seiring berjalannya waktu, persaingan antar *wedding organizer* semakin ketat dirasakan oleh para pelaku bisnis *wedding organizer*. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis memiliki strategi bersaing yang tepat sebagai salah satu kunci untuk dapat bertahan ditengah persaingan. Kondisi ini dialami oleh *Legacy Wedding Organizer* sebagai salah satu *wedding organizer* di Kota Bandung yang dituntut memiliki strategi bersaing sehingga dapat bertahan hingga sekarang ini.

Penulis menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif dan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara terstruktur dan observasi. Wawancara dilakukan dengan pihak pemilik dari *Legacy Wedding Organizer* bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing yang digunakan *Legacy Wedding Organizer* selama ini. Penulis menggunakan metode analisis internal yaitu Operasional, Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia dan metode analisis eksternal yaitu analisis PESTEL dan *Porter's Five Forces Model*. Kemudian, akan dianalisis menggunakan Matriks SWOT.

Berdasarkan hasil dari penelitian, *Legacy Wedding Organizer* selama ini menggunakan strategi *cost-leadership*. Harga yang ditawarkan oleh *Legacy Wedding Organizer* lebih murah tetapi dengan kualitas yang sama dibandingkan dengan pesaing. Untuk meningkatkan kinerja yang terjadi selama ini, *Legacy Wedding Organizer* dapat mempertimbangkan strategi *differentiation* untuk mencapai tujuan jangka panjang.

**Kata kunci : Strategi Bersaing, *Wedding Organizer*, Matriks SWOT.**

## ***ABSTRACT***

*Name* : Yoana Mariana

*NPM* : 2016320224

*Title* : *Analysis of Competitive Strategy Legacy Wedding Organizer*

---

Wedding organizer is a business that has a big enough business opportunity because the phenomenon of marriage is no longer being taken care of by the bride and groom, but is assisted by a professional wedding organizer. That over time, the competition between wedding organizers increasingly tight is felt by business people in wedding organizers. This competition requires business people to have the right competitive strategy as one of the keys to survive in the midst of competition. This condition is experienced by Legacy Wedding Organizer as one of the wedding organizers in the city of Bandung who is required to have a competitive strategy so that it can last until now.

The author uses descriptive analysis research type and case study method. Data collection is done by structured interview and observation methods. The interview was conducted with the owner of the Legacy Wedding Organizer to find out how the competitive strategy used by the Legacy Wedding Organizer so far. The author uses internal analysis methods named Operational, Marketing, Finance and Human Resources and external analysis methods namely PESTEL analysis and Porter's Five Forces Model. Then, it will be analyzed using the SWOT Matrix.

Based on the results of the study, Legacy Wedding Organizer uses a cost-leadership strategy. The price offered by Legacy Wedding Organizer is cheaper but with the same quality compared to competitors. To improve performance so far, Legacy Wedding Organizer can consider differentiation strategies to achieve long-term goals.

**Keywords : Competitive Strategy, Wedding Organizer, SWOT Matrix.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu menyertai penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Bersaing *Legacy Wedding Organizer* dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program S1 Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berperan dalam hidup penulis serta kepada pihak yang memberikan saran kepada penulis baik selama kuliah maupun pada saat penyusunan skripsi ini berlangsung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan kasih sayang, berkat, perlindungan dan karunia-Nya kepada penulis. Serta selalu memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menyelesaikan skripsi.
2. Keluarga tercinta, Alm. Papa Omen yang telah mendoakan Ana dari surga, Mama Wati yang selalu berjuang memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya dan Cici Rosalia yang selalu memberikan doa, semangat, dan kasih sayang kepada penulis.

3. Keluarga besar tercinta di Pamanukan dan di Subang yang telah memberikan doa, dukungan serta motivasi. Terutama untuk Ii Yanti dan Ema yang selalu memberikan perhatian kepada penulis
4. Om Jangkung dan istrinya yang telah mendukung penulis secara finansial sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dengan baik. Semoga Tuhan Yesus Kristus memberikan berkat dan kesehatan untuk keluarganya.
5. Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh staf akademik dan pekaya yang telah memberikan pelayanan dan ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi masa depan penulis.
7. Ko Andy Cocoy selaku pemilik *Legacy Wedding Organizer* bersedia sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini dan bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
8. Teman-teman kosan yaitu Belinda, Lea, Via, Verent, Kezia, Helen yang selalu menemani penulis disaat susah dan senang. Membantu dalam menghilangkan stress akibat skripsi, ujian, tugas dan sebagai sahabat curhat keluh kesah dari penulis.
9. Teman-teman kampus yaitu Merinda, Vale, Selie, Grace, Cici yang memberikan nasehat dan semangat kepada penulis. Berkat kalian penulis dapat menjadi pribadi yang lebih baik.



10. Teman-teman SMP yaitu Mega, MK, Cindy, Rafael dan lain-lain yang telah membantu penulis dalam menghilangkan stres dikala penulis sedang membutuhkan hiburan.
11. Seluruh mahasiswa dan mahasiswi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016 sebagai teman seperjuangan penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini yang tidak disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Semoga penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi semua khususnya pihak-pihak terkait.

Bandung, 16 Desember 2019

Yoana Mariana

## DAFTAR ISI

|   |  |
|---|--|
| ABSTRAK .....                               | i                                      |
| <i>ABSTRACT</i> .....                       | ii                                     |
| KATA PENGANTAR .....                        | iii                                    |
| DAFTAR ISI .....                            | vii                                    |
| DAFTAR TABEL .....                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> i  |
| DAFTAR GAMBAR .....                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> ii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....            | <b>Error! Bookmark not defined.</b>    |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....              | <b>Error! Bookmark not defined.</b>    |
| 1.3 Tujuan Penulisan .....                  | 3                                      |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b>    |
| BAB II LANDASAN TEORI .....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b>    |
| 2.1 Pengertian Strategi .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b>    |
| 2.2 Tingkatan Strategi .....                | 6                                      |
| 2.3 Strategi Bersaing .....                 | 7                                      |
| 2.4.1 Strategi Generik Michael Porter ..... | 8                                      |

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 2.4.2 Strategi Generik Modifikasi .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4 Pengertian Manajemen Strategi .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1 Aspek Internal .....                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.1 Operasional .....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.2 Pemasaran .....                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.3 Keuangan.....                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.4 Sumber Daya Manusia .....         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.2 Aspek Eksternal .....               | 21                                  |
| 2.4.2.1 PESTEL Analisis .....             | 21                                  |
| 2.4.2.2 <i>Porter's Five Forces</i> ..... | 25                                  |
| 2.5 Analisis SWOT & Matriks SWOT .....    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....            | 31                                  |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                 | 33                                  |
| 3.2 Metode Penelitian.....                | 33                                  |
| 3.3 Protokol Studi .....                  | 34                                  |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....          | 36                                  |
| 3.3.1 Wawancara.....                      | 36                                  |
| 3.3.2 Observasi .....                     | 37                                  |

|                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 3.5 Sumber Data .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.1 Data Primer .....             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.2 Data Sekunder .....           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6.1 Aspek Internal .....          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6.2 Aspek Eksternal .....         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6.3 Matriks SWOT .....            | 40                                  |
| 3.7 Model Penelitian .....          | 42                                  |
| <b>BAB IV OBJEK PENELITIAN.....</b> | <b>44</b>                           |
| 4.1 Sejarah Perusahaan.....         | 44                                  |
| 4.2 Profil Perusahaan .....         | 45                                  |
| 4.2.1 Logo Perusahaan .....         | 45                                  |
| 4.2.2 Visi Misi Perusahaan .....    | 46                                  |
| 4.3 Penawaran Perusahaan .....      | 46                                  |
| 4.3.1 Aktivitas Perusahaan .....    | 47                                  |
| 4.3.2 Paket dan Harga Jasa.....     | 52                                  |
| 4.3.3 Pemasaran .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.4 Struktur Organisasi .....       | 55                                  |
| 4.4.1 Uraian Tugas .....            | 56                                  |

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| 4.4.2 Kriteria Jabatan .....                         | 58                                  |
| <b>BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN .....</b>            | <b>60</b>                           |
| 5.1 Strategi Yang Digunakan Selama Ini .....         | 60                                  |
| 5.2 Rancangan Strategi Dimasa Yang Akan Datang ..... | 62                                  |
| 5.2.1 Aspek Lingkungan Internal.....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.2.1.1 Operasional .....                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.2.1.2 Pemasaran .....                              | 64                                  |
| 5.2.1.3 Keuangan.....                                | 67                                  |
| 5.2.1.4 Sumber Daya Manusia .....                    | 68                                  |
| 5.2.1 Aspek Lingkungan Eksternal .....               | 71                                  |
| 5.2.1.1 Analisis PESTEL .....                        | 72                                  |
| 5.2.1.2 <i>Porter's Five Forces Model</i> .....      | 76                                  |
| 5.3 SWOT Analisis .....                              | 79                                  |
| 5.4 Matriks SWOT .....                               | 81                                  |
| 5.5 Rancangan Strategi Bersaing .....                | 82                                  |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>             | <b>84</b>                           |
| 6.1 Kesimpulan .....                                 | 84                                  |
| 6.1 Saran .....                                      | 86                                  |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                          | <b>87</b>                           |

LAMPIRAN ..... 90

## DAFTAR TABEL

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... | 31 |
| Tabel 3.1 Protokol Studi .....       | 34 |
| Tabel 3.2 Matriks SWOT .....         | 41 |
| Tabel 5.1 Matriks SWOT .....         | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Gambar 2.1 Strategi Generik Michael Porter.....          | 8                                   |
| Gambar 2.2 Strategi Generik Modifikasi.....              | 10                                  |
| Gambar 2.3 Tahapan Manajemen Strategi.....               | 16                                  |
| Gambar 2.4 <i>Porter's Five Forces Model</i> .....       | 25                                  |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....                         | 45                                  |
| Gambar 4.2 <i>Beauty Shoot</i> .....                     | 47                                  |
| Gambar 4.3 <i>Beauty Shoot with Bridesmaid</i> .....     | 48                                  |
| Gambar 4.4 <i>Photoshoot Groom</i> .....                 | 48                                  |
| Gambar 4.5 <i>Photoshoot with Bestman</i> .....          | 49                                  |
| Gambar 4.6 Temon.....                                    | 48                                  |
| Gambar 4.7 Prosesi Masuk .....                           | 50                                  |
| Gambar 4.8 Pematangan Kue Pernikahan .....               | 50                                  |
| Gambar 4.9 <i>Wedding Dance &amp; Wedding Kiss</i> ..... | 51                                  |
| Gambar 4.10 <i>Photoshoot</i> .....                      | 51                                  |
| Gambar 4.11 Paket 1 dan Daftar Harga .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 4.12 Paket 2 dan Daftar Harga .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 4.13 Paket 3 dan Daftar Harga .....               | 53                                  |



|  |    |
|--|----|
| Gambar 4.14 Instagram.....                   | 54 |
| Gambar 4.15 <i>Website Bride Story</i> ..... | 55 |
| Gambar 4.16 Struktur Perusahaan.....         | 55 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Gaya hidup khususnya di Kota Bandung semakin meningkat mengakibatkan tuntutan acara penting seperti pernikahan tidak mau terlewatkan begitu saja karena pernikahan adalah acara yang sakral dan suci yang seharusnya dialami hanya satu kali seumur hidup. Oleh karena itu, banyak pasangan menginginkan pernikahan yang sesuai dengan impian mereka. Hal ini mengakibatkan munculnya fenomena menikah tidak lagi mengurus sendiri melainkan menggunakan bantuan profesional *wedding organizer*. Sehingga bisnis *wedding organizer* dapat disebut sebagai peluang usaha yang menjanjikan karena calon pasangan yang membutuhkan bantuan dalam melaksanakan momen istimewanya. Sehingga saat ini, tinggi kebutuhan masyarakat akan bantuan profesional dari *wedding organizer*.

*Wedding organizer* adalah sebuah jasa yang diberikan kepada calon pasangan yang ingin mengadakan pernikahan dengan memberikan pelayanan secara menyeluruh mulai dari perencanaan, konsep acara, penghitungan *budget*, mencarikan vendor-vendor lain misalnya vendor dekorasi, *make up*, gedung hingga sampai pada pengawasan pada hari pernikahan sehingga pernikahan berjalan lancar dan tepat waktu sesuai dengan *rundown* yang telah dibuat dengan kesepakatan bersama. Pernikahan memerlukan persiapan yang matang dan banyak calon pasangan yang tidak ingin mengambil resiko untuk mengatur pernikahannya

sendiri karena tidak mengetahui secara rinci acara pernikahan sehingga mereka membutuhkan bantuan profesional dari *wedding organizer*.

Bisnis jasa *wedding organizer* sebagai peluang usaha yang menjanjikan menjadikan banyaknya pesaing baru yang muncul didalam industri pernikahan dan persaingan semakin ketat antar pesaing *wedding organizer* untuk memperebutkan pangsa pasar khususnya di Kota Bandung, sehingga dapat menjadikan ancaman bagi *wedding organizer* yang sudah lama berkecimpung diindustri pernikahan. Hal ini dibuktikan dengan bertumbuh pesatnya jumlah *wedding organizer* khususnya di Bandung pada tahun 2000-an yang hanya ada 5 namun kini mencapai 110 *wedding organizer*. Jumlah ini dapat lebih banyak karena belum didata hingga ke pinggiran Kota Bandung. Salah satu *wedding organizer* di Kota Bandung yang cukup berpengalaman adalah *Legacy Wedding Organizer*. (Kompas, 2018)

Persaingan *wedding organizer* yang semakin ketat dirasakan oleh para pelaku bisnis dibidang jasa *wedding organizer*. Hal ini dirasakan oleh *Legacy Wedding Organizer* yang memilik banyak pesaing di Kota Bandung seperti *Vi Organizer*, *Pride Organizer*, *Hands Organizer*, *Testimo Organizer*, *Rofous Organizer*. Oleh karena itu, *Legacy Wedding Organizer* harus menentukan strategi bersaing yang tepat untuk menetapkan sasaran dan tujuan jangka panjang untuk dapat bertahan ditengah persaingan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti strategi bersaing seperti apa yang telah dilakukan oleh *Legacy Wedding Organizer* selama ini serta menyusun rancangan strategi dimasa yang akan

datang. Dengan demikian penulis melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing *Legacy Wedding Organizer*”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

*Legacy Wedding Organizer* menjadi salah satu *wedding organizer* senior di Kota Bandung. Hal ini dapat dibuktikan dengan bertahannya *Legacy Wedding Organizer* selama 17 tahun berkecimpung didalam industri pernikahan. Selama 17 tahun, *Legacy Wedding Organizer* dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat hingga saat ini. Oleh karena itu, penulis akan membantu untuk menganalisis strategi yang telah digunakan *Legacy Wedding Organizer* selama ini serta membantu dalam merancang strategi berikutnya agar *Legacy Wedding Organizer* dapat memperebutkan pangsa pasar yang lebih luas. Maka dari itu, rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Strategi bersaing apa yang telah digunakan oleh *Legacy Wedding Organizer* selama ini?
2. Bagaimana faktor internal sebagai kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal sebagai peluang dan ancaman bagi *Legacy Wedding Organizer*?
3. Apa rancangan strategi bersaing dimasa yang akan datang untuk *Legacy Wedding Organizer*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada uraian rumusan masalah diatas, berikut adalah tujuan penelitian yang ingin diperoleh sebagai berikut :

1. Merumuskan strategi bersaing yang telah digunakan oleh *Legacy Wedding Organizer* selama ini.
2. Menganalisis faktor internal sebagai kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal sebagai peluang dan ancaman bagi *Legacy Wedding Organizer*.
3. Mengidentifikasi rancangan strategi bersaing yang akan datang untuk *Legacy Wedding Organizer*.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### 1. Manfaat bagi *Legacy Wedding Organizer*

- Memberikan masukan sekaligus ide bagi *Legacy Wedding Organizer* dalam merumuskan strategi bersaing.

##### 2. Manfaat bagi Penulis

- Menambah wawasan serta pembelajaran mengenai strategi bisnis yang efektif agar dapat bersaing.
- Memberikan pengalaman yang berharga dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan.

##### 3. Manfaat bagi Pihak Lain

- Sebagai bahan referensi dan pertimbangan dalam menambah wawasan mengenai *wedding organizer*