

Bab 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Key Success Factors* dari bisnis jasa *event organizer* yaitu kreatifitas & inovasi, pengalaman yang baik dalam menjalan sebuah jenis acara, komunikasi yang baik, struktur organisasi yang baik, kepercayaan, kesabaran, kedisiplinan & keseriusan.
2. Kekuatan yang dimiliki HTH Experience yaitu memiliki hubungan yang baik dengan perusahaan-perusahaan yang pernah menyponsori kegiatan-kegiatan atau menjadi pelanggan yang potensial bagi HTH Experience, selalu mengangkat isu tentang ruang & kultur untuk dijadikan *campaign* bagi *event* yang diselenggarakan oleh HTH Experience, memiliki pengalaman dalam menjalankan *event* selama 5 tahun dalam menjalankan *event* berupa festival kuliner, memiliki hubungan baik dengan *vendor* / pemasok kebutuhan logistik untuk sebuah *event* sehingga bisa mendapatkan harga yang murah. Sedangkkn kelemahannya yaitu masih kurangnya pengalaman dalam menjalankan *event* dengan tipe lain selain festival kuliner, masih mengembangkan sistem yang baik untuk menjalankan proses bisnisnya. Dalam industri yang digeluti oleh HTH Experience ada kesempatan antara lain masih banyak jenis *event*, seperti *wedding & birthday*, yang dapat digarap oleh HTH Experience, banyak perusahaan, lembaga, bahkan perorangan masih membutuhkan jasa *event organizer* untuk menajalankan *event* yang mereka perlukan. Terdapat juga ancaman yaitu *event organizer* pesaing yang menawarkan jasa yang serupa namun dengan harga yang lebih rendah dari HTH Experience, konsep kegiatan yang ciptakan oleh HTH Experience dapat dengan mudah

ditiru oleh *event organizer* pesaing, kondisi keuangan pesaing yang lebih kuat sehingga membuat *client* memilih pesaing lain untuk menjalankan *event*-nya, dan perusahaan menggunakan orang internalnya (*in-house*) untuk mengadakan sebuah *event*.

3. HTH Experience memiliki dua (2) segmen pelanggan antara yaitu perusahaan, lembaga pemerintahan, dan/atau perseorangan serta pengunjung dari sebuah *event*. Proposisi nilai yang dimiliki oleh HTH Experience yaitu pengaplikasian desain dekorasi yang rapi serta unik, *layout* acara yang memudahkan pengunjung, memberikan pengalaman baru bagi pengunjung, konten acara yang unik. Saluran yang digunakan oleh HTH Experience yaitu website, media sosial (instagram), dan e-mail. HTH Experience menjaga hubungan dengan segmen pelanggannya melalui *self-service & personal assistance*, *community* dan *Co-Creation*. Aliran pendapatan dari HTH Experience yaitu *Organizing Fee* dan biaya tiket masuk dari sebuah *event*. Sumber-sumber kunci dari HTH Experience adalah *creative persons*, finansial, database pengunjung sebuah *event*, *networking*, pengetahuan serta pengalaman tentang banya *event* (owner), *Brand positioning* dari *holding company*-nya HTH Experience. Aktivitas-aktivitas utama bagi HTH Experience adalah *pre-production activities*, yang meliputi perencanaan dan perancangan, pelatihan, pengurusan ijin, lalu *during production activities*, yang meliputi memberikan pelayanan terbaik, memberikan keamanan serta kenyamanan, komunikasi yang efektif, menjaga kebersihan acara, serta *post production activities*, yang meliputi penyebaran hasil dokumentasi dan memberikan laporan pelaksanaan. Mitra-mitra kunci dari HTH Experience adalah perusahaan yang memiliki dana *sponsorship*, vendor penyedia kebutuhan logistik, *event organizer* di kota lain. Struktur biaya pada HTH Experience adalah biaya operasional, pemasaran, dan pegawai.
4. Implementasi perencanaan pada HTH Experience dituangkan pada visi, misi, tujuan dan penjadwalan yang akan dilakukan pada kurun waktu

yang sudah ditentukan. Model bisnis kanvas, yang telah dilengkapi oleh penulis, dapat membantu mewujudkan hal-hal tersebut. Keunggulan bersaing paling utama dari HTH Experience adalah selalu memberikan pengalaman yang baru dari sebuah *event* yang dijalankannya seperti penggunaan lokasi *event* yang jarang atau bahkan belum pernah ada yang pakai sama sekali dan juga konten-konten dari *event* yang unik. HTH Experience, melalui data anggarannya, tahun 2017 akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 3.319.317.423,00

5.2. Saran

Berikut beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan bagi HTH Experience dalam menjalankan bisnis jasa *event organizer* :

1. Pengembangan ide-ide baru untuk konsep hingga dekorasi sebuah *event*, pelatihan pegawai serta *bench-marking* ke *event* lain harus selalu dilakukan dan ditingkatkan agar menjaga *positioning* PT. Hasta Triyasa Humaniora dan juga HTH Experience sehingga HTH Experience sendiri terus dapat bersaing dalam industrinya.
2. Mempelajari dan mulai menerima jenis *event* lain selain festival kuliner untuk dikerjakan sehingga HTH Experience akan memiliki pengalaman & penghasilan yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Affuah, A. (2004). *Business Models*. New York: McGraw Hill.
- Any, Noor. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Babin, Z.& Griffin, C. (2010). *Business Research Methods*. United State: South-Western College Pub.
- David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis*, edisi sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management Concept & Cases 13th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Heene, A. dan Dessmidt, S. (2010). *Manajem Stratejik Keorganisasian Publik*. Jakarta: PT Refika Aditama.
- Jogiyanto. (2005). *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kurtz, David L. & Boone, Louis E. (2011). *Contemporary Business 14th Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Marrus. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksa.
- Myers, Michael D. (2013). *Qualitative Research in Business & Management*. London: Sage Publication Ltd.
- Naidu, R. M. (2012). *Principles of Business Studies*. Sydney: Xlibris Corportaion.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Siagian. (2004). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.

Tripomo, Tedjo & Udan (2005). *Manajemen Strategi*, Bandung: Rekayasa Sains.

Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*
13th Edition. United States: Pearson Education, Inc.