

3213

by Gesty Ernestivita

Submission date: 12-Jul-2023 12:54PM (UTC+0530)

Submission ID: 2130006515

File name: 3213.doc (1.2M)

Word count: 3584

Character count: 23144

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENJAGA EKSISTENSI DAN MENINGKATKAN KEPERCAYAAN CALON KONSUMEN PADA LUNA PIENA WEDDING ORGANIZER

6 Caroline Intan Selma Shellya¹, Aji Prasajo², Itot Bian Raharjo³
1)2)3)Universitas Nusantara PGRI Kediri, K.H Achmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
leananoelle1661@gmail.com

13
Informasi Artikel

Tanggal Masuk :30/06/2023

Tanggal Revisi :

Tanggal Diterima :

18 Abstract

The existence of a wedding organizer is very important to be able to make a wedding event happen according to plan. Therefore, this business has a promising potential to continue to grow. However, the competition has become very tight which causes wedding organizer business owners to design and implement appropriate marketing strategies to expand marketing outreach. This research aims to determine the implementation of Luna Piena Wedding Organizer's marketing strategy in maintaining existence and increasing the trust of potential customers. This research uses a qualitative descriptive research method. Research results show that implementation of marketing strategy using analysis segmenting, targeting and positioning. Besides that, in order to maintain existence and increase trust, Luna Piena Wedding Organizer offers the best prices, facilities, and service quality, as well as integrity, ability to solve the problems, also ability to meet consumer needs. The conclusions of the research results show the implementation of Luna Piena Wedding Organizer's marketing strategy in maintaining existence and increasing the trust of potential customers has been going well.

Keywords: marketing strategy, existence, trust, wedding organizer

Abstrak

Keberadaan dari wedding organizer sangat penting untuk dapat mewujudkan sebuah acara pernikahan agar berjalan sesuai dengan rencana. Oleh karena itu, usaha tersebut memiliki potensi yang menjanjikan untuk dapat terus berkembang. Namun, persaingan menjadi sangat ketat yang menyebabkan para pelaku usaha wedding organizer perlu merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat untuk memperluas jangkauan pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran Luna Piena Wedding Organizer dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran menggunakan analisis segmenting, targeting, dan positioning. Selain itu, demi menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan, Luna Piena Wedding Organizer menawarkan harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terbaik, serta menunjukkan integritas, kemampuan dalam menyelesaikan masalah, juga kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan implementasi strategi pemasaran Luna Piena Wedding Organizer dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen sudah berjalan dengan baik.

Kata Kunci: strategi pemasaran, eksistensi, kepercayaan, wedding organizer

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 ditandai oleh peningkatan pada bidang teknologi internet yang menyebabkan dunia bisnis saat ini berkembang pesat. Dengan perkembangan teknologi dan berlalunya waktu, gaya hidup masyarakat juga mengalami peningkatan. Konsumen menjadi lebih cerdas untuk memilih produk barang dan jasa yang akan mereka gunakan setiap hari [1]. Dengan demikian agar bisnis dapat terus beroperasi dan berkembang, maka harus lebih memperhatikan pesaing dalam industri yang sama dengan mengembangkan strategi - strategi baru seperti menentukan strategi pemasaran terbaik. Bisnis dan pemasaran memiliki keterkaitan yang erat. Pemasaran merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari operasional bisnis [2]. Tujuan perusahaan dalam pemasaran adalah menghasilkan keuntungan dengan menjual produk berupa barang atau jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran juga mencakup pembuatan,

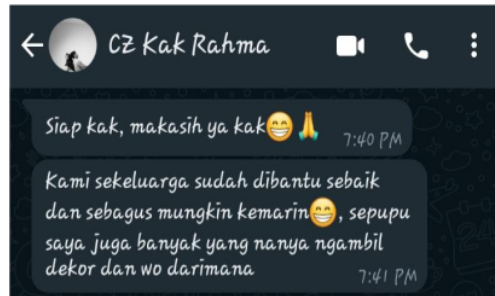
promosi, distribusi program, dan layanan yang disponsori non laba [3]. Persaingan ketat yang terjadi semakin luas dalam ruang bisnis penjualan produk barang dan jasa. Perusahaan yang sudah lama berdiri atau baru merintis perlu menunjukkan kepada masyarakat luas betapa uniknya inovasi bisnis mereka untuk menjaga kredibilitasnya agar setiap orang di kalangan manapun dapat dengan cepat mengenali dan memilih produk barang dan jasa mana yang lebih unggul dari perusahaan tersebut yang dapat mereka beli atau gunakan [4].

Salah satu bisnis jasa yang cukup berkembang saat ini adalah *wedding organizer* atau perancang acara pernikahan. Pernikahan merupakan impian dari setiap orang. Tidak sulit untuk mewujudkan dan merencanakan pernikahan impian. Mempersiapkan acara pernikahan bisa sangat menyenangkan. Namun, persiapan yang cermat juga diperlukan untuk momen sekali seumur hidup ini. Bagi sebagian pasangan yang telah sibuk bekerja, mempersiapkan momen penting pernikahan tersebut dapat menguras pikiran dan waktu. Pernikahan juga membutuhkan banyak biaya dan perencanaan yang matang. Agar semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana dan tidak ada kendala maka diperlukan tenaga kerja profesional yang dituntut untuk dapat merealisasikan dengan meminimalisir resiko pelaksanaan, yaitu dengan menggunakan jasa *wedding organizer* atau yang sering disebut dengan *WO*. Hal ini diperlukan untuk mencapai kepuasan konsumen dalam mengadakan resepsi pernikahan.

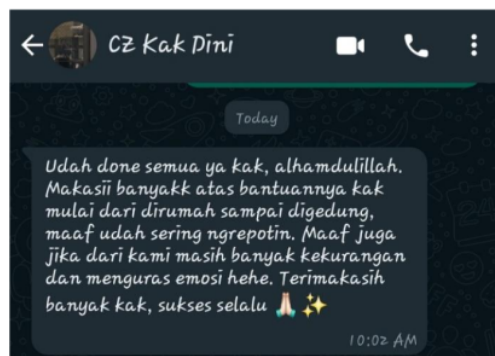
Wedding organizer adalah usaha yang bergerak di bidang jasa pernikahan, yaitu jasa yang menawarkan pelayanan khusus secara pribadi dengan tujuan membantu keluarga calon pengantin selama tahap perencanaan dan pelaksanaan [5]. Dalam tugasnya, *wedding organizer* membantu mengatur segala sesuatu yang diperlukan untuk pernikahan, memberikan informasi tentang berbagai topik terkait pernikahan, penyumbang ide dan konsep pernikahan, berperan sebagai mediator antara kedua belah pihak keluarga, menyiapkan seluruh rangkaian acara pernikahan, serta menjamin seluruh proses acara pernikahan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, banyak sekali pasangan calon pengantin yang kini mencari jasa *wedding organizer*. Karena kehadirannya dianggap perlu agar pernikahan impian bisa terwujud.

Eksistensi sebuah *wedding organizer* bergantung pada bagaimana cara pelaku usaha *wedding organizer* melakukan evaluasi dan perubahan [6]. Tingkat keberhasilan dalam menyukseskan acara pernikahan ditinjau dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dengan memberikan ulasan yang positif dan membangun serta dikenal dan dipercaya oleh masyarakat luas merupakan wujud dari fenomena eksistensi tersebut. Oleh karena itu, agar dapat bersaing dalam menciptakan inovasi - inovasi baru, *wedding organizer* harus mampu berpikir kreatif dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, kepercayaan konsumen perlu dijaga dan ditingkatkan [7]. Dasar kepercayaan masyarakat pada usaha jasa *wedding organizer* adalah kualitas pelayanan dan kompetensi yang bisa diandalkan, dimana portofolio menjadi faktor pendukung utama.

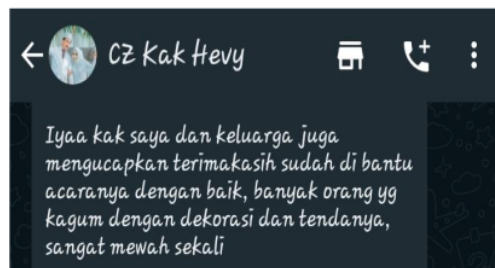
Implementasi strategi pemasaran *wedding organizer* harus berorientasi pada eksistensi dan kepercayaan pengguna jasa. *Luna Piena Wedding Organizer* adalah salah satu organisasi yang menyediakan layanan jasa pernikahan. Usaha ini berlokasi di Jl. Panglima Sudirman, Desa Mangundikaran, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur dan mulai beroperasi pada tahun 2021. *Owner* dari usaha jasa *Luna Piena Wedding Organizer* adalah Ansshel. Selain bertugas memberikan saran dan ide mengenai konsep acara pernikahan yang cocok kepada calon konsumen. Dalam mewujudkan konsep acara pernikahan tersebut, *Luna Piena Wedding Organizer* tidak bekerja secara sendiri. *Owner* bekerja sama dengan beberapa *vendor* pernikahan seperti dekorasi, tenda slayer, *sounds lighting*, *makeup artist*, foto videografer, *entertainment*, dan sebagainya. Dengan bekerja sama, *owner* dapat merekomendasikan *vendor* pernikahan terbaik kepada konsumen. Sehingga konsumen juga akan senang dengan layanan yang diberikan. Ada beberapa pelaku usaha *wedding organizer* di Kabupaten Nganjuk seperti *Master Wedding Organizer*, *Kara Planner*, *Nilina Wedding Organizer*, dan *Kirama Wedding Organizer*. Meski sampai dengan saat ini jumlahnya belum terbilang banyak, akan tetapi usaha ini memiliki potensi untuk dapat terus berkembang. Dengan begitu, besarnya potensi persaingan menyebabkan pelaku usaha jasa *Luna Piena Wedding Organizer* perlu membuat perencanaan yang spesifik untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Memperluas jangkauan pemasaran merupakan langkah krusial dalam mempertahankan eksistensi dan meraih kepercayaan calon konsumen sehingga untuk menawarkan layanan yang ada memerlukan strategi yang terencana. Hasil pengamatan secara langsung pada tanggal 23 Maret hingga 23 Mei 2023 menunjukkan bahwa *Luna Piena Wedding Organizer* mengalami peningkatan penjualan yang dibuktikan oleh beberapa testimoni dari klien dan dokumentasi berupa foto tim bersama klien yang dapat dilihat melalui *Instagram* dari *Luna Piena Wedding Organizer* seperti yang terlihat pada gambar berikut :



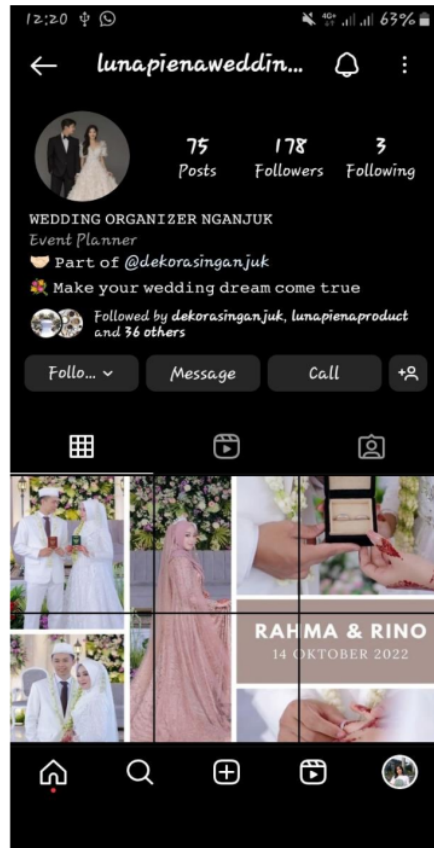
Gambar 1. Testimoni Klien Luna Piena WO Kak Rahma
Sumber : Data Sekunder, 2023



Gambar 2. Testimoni Klien Luna Piena WO Kak Dini
Sumber : Data Sekunder, 2023



Gambar 3. Testimoni Klien Luna Piena WO Kak Hevy
Sumber : Data Sekunder, 2023



Gambar 4. Instagram Luna Piena WO
Sumber : Data Sekunder, 2023

Testimoni yang terlihat pada gambar sebelumnya berhasil diperoleh dari penerapan strategi pemasaran yang tepat oleh *Luna Piena Wedding Organizer* yang ditunjukkan melalui ulasan singkat kepuasan klien atau konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Kepuasan tersebut menjadi dasar kepercayaan yang perlu ditingkatkan agar eksistensi sebuah *wedding organizer* dapat terjaga.

METODE

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu metode yang menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian yang sesuai dengan fakta dan mudah dihubungkan dengan berbagai teori yang mendukung pembahasan sehingga dapat dideskripsikan secara keseluruhan dan hasil akhirnya mudah dipahami. Penelitian ini dilakukan pada usaha jasa *Luna Piena Wedding Organizer* yang berlokasi di Jl. Panglima Sudirman, Desa Mangundikaran, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur. Penulis memilih melakukan penelitian pada usaha jasa *Luna Piena Wedding Organizer* karena penulis ingin mengetahui apakah implementasi strategi pemasaran pada usaha jasa tersebut tepat dan sesuai dengan teori bidang keilmuan yang sudah ada. Teknik pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan informan kunci dan informan utama, yakni *owner*, *leader*, *LO bride* dan *PIC* dari *Luna Piena Wedding Organizer*. Dalam penelitian ini penulis memilih prosedur pengumpulan data melalui kegiatan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai strategi pemasaran, eksistensi dan kepercayaan calon konsumen *Luna Piena Wedding Organizer* adalah sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran *Luna Piena WO*

- a. Pertanyaan 1 : Kepada siapa dan dimana *Luna Piena WO* memasarkan produk jasanya?

Tabel 1. Segmen Dan Target Pasar *Luna Piena WO*

Pertanyaan	Owner	Leader	LO Bride	PIC
Kepada siapa dan dimana <i>Luna Piena WO</i> memasarkan produk jasanya?	Secara Demografis Orang - orang kelas sosial menengah keatas. Orang - orang usia menikah.	Secara Demografis Orang - orang usia 20 tahun keatas atau usia menikah.	Secara Demografis Perempuan. Laki - laki.	Secara Demografis Perempuan. Laki - laki.
	Secara Psikografis Orang - orang yang akan mengadakan pesta pernikahan tapi sibuk bekerja.	Secara Psikografis -	Secara Psikografis Orang - orang yang akan mengadakan acara pernikahan.	Secara Psikografis Calon pengantin.
	Secara Geografis Di Kabupaten Nganjuk dan Kota Madiun.	Secara Geografis Di Nganjuk dan Madiun.	Secara Geografis Di Nganjuk dan Madiun.	Secara Geografis Di Nganjuk dan Madiun.

Analisis : Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari keempat informan, terdapat kesesuaian pernyataan yang mengatakan bahwa *Luna Piena WO* memasarkan produk jasanya kepada orang - orang dengan usia menikah baik perempuan ataupun laki - laki yang akan mengadakan acara atau pesta pernikahan. Disampaikan juga kesesuaian pernyataan mengenai lokasi pemasaran yaitu di Nganjuk dan Madiun.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

- b. Pertanyaan 2 : Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh *Luna Piena WO*?

Tabel 2. Posisi Produk Jasa *Luna Piena WO* di Pasar

Pertanyaan	Owner	Leader	LO Bride	PIC
Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh <i>Luna Piena WO</i> ?	Harga Harga dibawah harga pasaran.	Harga Lebih murah.	Harga -	Harga Tidak mahal.
	Fasilitas Konsultasi <i>budgeting</i> dan <i>concepting</i> .	Fasilitas Klien bisa <i>request</i> sesuai kebutuhan.	Fasilitas -	Fasilitas Kreatif. Inovatif. Banyak ide - ide baru.
	Kualitas Pelayanan Fastrespon.	Kualitas Pelayanan Lebih transparan mengenai anggaran biaya.	Kualitas Pelayanan Kerja tim tepat waktu. Semua tim ramah.	Kualitas Pelayanan -

Analisis : Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari keempat informan, terdapat beberapa perbedaan pernyataan mengenai apa saja keunggulan yang dimiliki oleh *Luna Piena WO*. Dari perbedaan pernyataan tersebut setelah dikategorikan, lebih mengarah pada kesesuaian dari inti jawaban yang menunjukkan keunggulan dari *Luna Piena WO* terletak pada harga yang terjangkau, ragam fasilitas dan kualitas pelayanannya.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

2. Eksistensi *Luna Piena WO*

- a. Pertanyaan 1 : Bagaimana cara *Luna Piena WO* dalam menghadapi persaingan?

Tabel 3. Cara *Luna Piena WO* Menghadapi Persaingan

Pertanyaan	Owner	Leader	LO Bride	PIC
Bagaimana cara <i>Luna Piena WO</i> dalam menghadapi persaingan?	<p>Harga Sering mengadakan harga promo. Harga yang ditawarkan dibawah harga pasaran.</p> <p>Fasilitas Selalu <i>update trend</i>.</p> <p>Kualitas Membangun <i>personal branding</i>. Bermitra atau bekerja sama dengan beberapa <i>vendor</i> yang kompeten.</p>	<p>Harga Menawarkan harga yang lebih murah.</p> <p>Fasilitas -</p> <p>Kualitas Membangun <i>personal branding</i>. Memberikan kualitas pelayanan yang maksimal.</p>	<p>Harga Sering mengadakan diskon.</p> <p>Fasilitas Mengikuti <i>trend</i>. Menciptakan <i>trend</i>.</p> <p>Kualitas -</p>	<p>Harga Sering mengadakan harga promo.</p> <p>Fasilitas -</p> <p>Kualitas Bekerja sama dengan beberapa <i>vendor</i> terpercaya.</p>

Analisis : Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari keempat informan, terdapat kesesuaian pernyataan yang menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan bisnis, *Luna Piena WO* menawarkan harga yang terjangkau dan sering mengadakan promo. Selain itu, juga terdapat fasilitas seperti *trend* yang selalu *update*, ragam kualitas berupa *personal branding*, *vendor* yang kompeten dan terpercaya, serta kualitas pelayanan yang maksimal.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

- b. Pertanyaan 2 : Bagaimana *Luna Piena WO* dapat dikenal oleh masyarakat luas?

Tabel 4. *Luna Piena WO* Dikenal Oleh Masyarakat Luas

Pertanyaan	Owner	Leader	LO Bride	PIC
Bagaimana <i>Luna Piena WO</i> dapat dikenal oleh masyarakat luas?	<p>Medsos Melalui aplikasi <i>IG (Instagram)</i> dan <i>WA (WhatsApp)</i>.</p> <p>Rekomendasi</p>	<p>Medsos Aktif melakukan promosi di media sosial.</p> <p>Rekomendasi</p>	<p>Medsos -</p> <p>Rekomendasi</p>	<p>Medsos Melalui aplikasi <i>IG (Instagram)</i>.</p> <p>Rekomendasi</p>

Mendapat rekomendasi dari klien sebelumnya yang merasa puas dengan kualitas pelayanan dari <i>Luna Piena WO</i> . Mendapat rekomendasi dari <i>vendor</i> .	Mendapat rekomendasi dari klien sebelumnya.	-	-
Kehadiran Mengetahui dengan sendirinya karena diundang oleh pengantin.	Kehadiran -	Kehadiran Orang - orang mengetahui dengan sendirinya saat menyaksikan langsung <i>job</i> dari <i>Luna Piena WO</i> .	Kehadiran -

Analisis : Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari keempat informan, terdapat kesesuaian pernyataan yang mengatakan bahwa *Luna Piena WO* dikenal oleh masyarakat luas melalui aplikasi media sosial IG (*Instagram*) dan WA (*WhatsApp*) secara *online*. Selain itu, masyarakat juga banyak yang mengenal karena mendapat rekomendasi dan hadir ketika diundang untuk menyaksikan langsung *job* dari *Luna Piena WO*.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

3. Kepercayaan Calon Konsumen *Luna Piena WO*

- a. Pertanyaan 1 : Apa saja bentuk integritas dari *Luna Piena WO*?

Tabel 5. Integritas *Luna Piena WO*

Pertanyaan	Owner	Leader	LO Bride	PIC
Apa saja bentuk integritas dari <i>Luna Piena WO</i> ?	Tanggung Jawab Bertanggung jawab. Disiplin Tepat waktu. Memberikan pelayanan yang maksimal. Menghormati orang lain. Jujur Bersedia mengakui kesalahan.	Tanggung Jawab Bertanggung jawab. Disiplin <i>On time</i> . Jujur Bersedia mengakui kesalahan.	Tanggung Jawab Proaktif saat sedang <i>handle</i> acara pernikahan. Disiplin Tepat waktu. Menghormati sesama manusia. Jujur -	Tanggung Jawab Memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan ditunjukkan melalui tindakan pelaksanaan. Disiplin Tepat waktu. Memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Jujur Menepati janji.

Analisis : Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari keempat informan, terdapat beberapa perbedaan pernyataan mengenai apa saja bentuk integritas dari *Luna Piena WO*. Dari perbedaan pernyataan tersebut setelah dikategorikan, lebih mengarah pada kesesuaian dari inti jawaban yang menunjukkan bentuk integritas dari *Luna Piena WO* adalah memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi serta ditunjukkan melalui tindakan pelaksanaan, disiplin, dan jujur.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

- b. Pertanyaan 2 : Apa saja kemampuan yang dimiliki *Luna Piena WO* dalam menyelesaikan masalah?

Tabel 6. Kemampuan *Luna Piena WO* Menyelesaikan Masalah

Pertanyaan	Owner	Leader	LO Bride	PIC
Apa saja kemampuan yang dimiliki <i>Luna Piena WO</i> dalam menyelesaikan masalah?	Mencari tahu permasalahan. Mengumpulkan informasi terkait masalah yang sedang dihadapi. Berunding untuk menentukan akar masalah. Mencari dan menyepakati solusi terbaik. Mengkomunikasikan dengan klien. Menjalankan solusi. Melakukan evaluasi.	Mencari jalan tengah dengan memberikan pilihan solusi kepada klien dan mengkomunikasikannya.	Memberikan saran. Memberikan solusi terbaik.	Meyakinkan klien apabila penyelesaian masalah <i>Luna Piena WO</i> berdasarkan pengalaman sebelumnya.

Analisis : Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari keempat informan, terdapat kesesuaian pernyataan yang menunjukkan bahwa kemampuan *Luna Piena WO* dalam menyelesaikan masalah lebih kepada mencari dan menyepakati solusi terbaik dengan mengkomunikasikannya kepada klien.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

- c. Pertanyaan 3 : Apa saja kemampuan yang dimiliki *Luna Piena WO* dalam memenuhi kebutuhan konsumen?

Tabel 7. Kemampuan *Luna Piena WO* Memenuhi Kebutuhan Konsumen

Pertanyaan	Owner	Leader	LO Bride	PIC
Apa saja kemampuan yang dimiliki <i>Luna Piena WO</i> dalam memenuhi kebutuhan konsumen?	Mendengarkan kendala dan permintaan klien. Menghargai konsep <i>wedding dream</i> klien. Merespons kekurangan dan kelebihan dari permintaan klien. Membantu memberikan solusi dan saran.	Memperhatikan apa yang klien butuhkan. Melakukan komunikasi yang baik dan intens.	Mencari tahu kebutuhan dan keinginan dari calon konsumen. Melakukan interaksi dengan calon konsumen secara <i>online</i> .	Mendengarkan keluhan konsumen. Rutin menyapa atau berinteraksi dengan calon konsumen melalui media sosial <i>IG (Instagram)</i> .

Analisis : Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari keempat informan, terdapat kesesuaian pernyataan yang menunjukkan bahwa kemampuan *Luna Piena WO* dalam memenuhi kebutuhan konsumen lebih kepada mencari tahu kebutuhan dan keinginan dari calon konsumen atau klien dengan rutin berinteraksi atau melakukan komunikasi yang baik.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Hasil wawancara dengan *owner, leader, LO bride*, dan *PIC* dari *Luna Piena Wedding Organizer* diperoleh temuan sebagai berikut :

1. Implementasi Strategi Pemasaran *Luna Piena Wedding Organizer*

Luna Piena Wedding Organizer memasarkan produk jasanya kepada orang - orang dengan usia menikah baik perempuan ataupun laki - laki yang akan mengadakan acara atau pesta pernikahan. Diketahui juga mengenai lokasi pemasaran yaitu di Kabupaten Nganjuk dan Kota Madiun. Sedangkan keunggulan dari produk jasa *Luna Piena Wedding Organizer* itu sendiri terletak pada harga jasa yang terjangkau, ragam fasilitas dan kualitas pelayanannya. Untuk dapat mengetahui hal - hal tersebut, *Luna Piena Wedding Organizer* menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan analisis *segmenting, targeting* dan *positioning*. Hal ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah satu dari banyak cara yang digunakan untuk memenangkan persaingan dengan mengunggulkan keunikan dan kelebihan dari sebuah perusahaan barang atau jasa [8].

2. Eksistensi *Luna Piena Wedding Organizer*

Untuk dapat menjaga eksistensi, *Luna Piena Wedding Organizer* perlu menghadapi persaingan bisnis dan dikenal oleh masyarakat luas. Dalam menghadapi persaingan bisnis, *Luna Piena Wedding Organizer* cenderung menawarkan harga yang terjangkau dan sering mengadakan promo. Selain itu, juga terdapat fasilitas seperti *trend* yang selalu *update*, ragam kualitas berupa *personal branding, vendor* yang kompeten dan terpercaya, serta kualitas pelayanan yang maksimal. Sedangkan untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas, *Luna Piena Wedding Organizer* mengenalkan produk jasanya melalui aplikasi media sosial *IG (Instagram)* dan *WA (Whatsapp)* secara *online*. Disisi lain, masyarakat juga banyak yang mengenal karena mendapat rekomendasi dari klien sebelumnya dan hadir ketika diundang untuk menyaksikan langsung *job* dari *Luna Piena WO*. Hal ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa eksistensi adalah respons dari masyarakat yang membuktikan bahwa keberadaan dari seseorang atau sesuatu itu diakui [9].

3. Kepercayaan Calon Konsumen *Luna Piena Wedding Organizer*

Untuk dapat meningkatkan kepercayaan dari calon konsumen, *Luna Piena Wedding Organizer* perlu menunjukkan integritas, kemampuan dalam menyelesaikan masalah, dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Inti jawaban hasil wawancara menunjukkan, bentuk integritas dari *Luna Piena Wedding Organizer* adalah memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi serta ditunjukkan melalui tindakan pelaksanaan, disiplin dan jujur. Selain itu, ada juga pernyataan yang menunjukkan, kemampuan *Luna Piena Wedding Organizer* dalam menyelesaikan masalah lebih kepada mencari dan menyepakati solusi terbaik dengan mengkomunikasikannya kepada konsumen. Sedangkan kemampuan *Luna Piena Wedding Organizer* dalam memenuhi kebutuhan konsumen adalah mencari tahu kebutuhan dan keinginan dari calon konsumen atau klien dengan rutin berinteraksi atau melakukan komunikasi yang baik. Hal ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa kepercayaan adalah keinginan yang berasal dari dua pihak yang memiliki kepentingan satu sama lain dan dibangun dari waktu ke waktu [10].

KESIMPULAN

Implementasi strategi pemasaran *Luna Piena Wedding Organizer* dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen sudah berjalan dengan baik. Hasil penelitian yang diperoleh dan dipaparkan langsung oleh penulis menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran yang digunakan oleh *Luna Piena Wedding Organizer* adalah implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan analisis *segmenting, targeting*, dan *positioning*. Sedangkan cara *Luna Piena Wedding Organizer* dalam menjaga eksistensi dari awal karir hingga saat ini adalah dengan mengenalkan produk jasanya secara *offline* maupun *online* juga menghadapi persaingan bisnis dengan menawarkan harga yang terjangkau, sering mengadakan promo, selalu *update trend*, memiliki *personal branding* yang berkualitas, *vendor* yang kompeten dan terpercaya, serta kualitas pelayanan yang maksimal. Selain itu, *Luna Piena Wedding Organizer* juga meningkatkan kepercayaan dari calon konsumen dengan menunjukkan integritas yakni memiliki rasa tanggung jawab yang

tinggi serta ditunjukkan melalui tindakan pelaksanaan, disiplin, dan jujur. Didukung dengan kemampuan dalam menyelesaikan masalah yakni mencari dan menyepakati solusi terbaik dengan mengkomunikasikannya kepada konsumen dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yakni mencari tahu kebutuhan dan keinginan dari calon konsumen atau klien dengan rutin berinteraksi atau melakukan komunikasi yang baik.

Saran ¹

Berdasarkan pada hasil temuan, kesimpulan, dan implikasi yang telah disampaikan oleh penulis. Saran yang dapat direkomendasikan terkait dengan penelitian ini adalah :

1. Kepada pelaku usaha jasa pernikahan *Luna Piena Wedding Organizer*, agar lebih menjaga eksistensi dari usaha jasa *wedding organizer* tersebut dengan memasarkan atau mengenalkan kepada masyarakat secara *offline* seperti mengikuti pameran pernikahan. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha *Luna Piena Wedding Organizer* untuk dapat menjaga eksistensinya dan meningkatkan kepercayaan dari calon konsumen.
2. Kepada peneliti selanjutnya, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai implementasi strategi pemasaran dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen pada dunia bisnis *wedding organizer*. Karena penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan pengkajian teori yang dapat mendukung penelitian, maka perlu adanya penelitian lanjutan yang mendalam untuk dapat menyempurnakan penelitian terkait implementasi strategi pemasaran dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] D. Sari, Strategi Pemasaran Markem Wedding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen Di Kota Pekanbaru. Pekanbaru, 2020.
- [2] N. Fitria, Strategi Pemasaran Produk Di PT. Sentral 88 Kota Parepare (Perspektif Manajemen Syariah). Parepare, 2019.
- [3] D. O. Pratiwi, Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.com Di Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam, vol. 6, no. 1. Bengkulu, 2019.
- [4] V. Al Husna, Analisis Strategi Pemasaran Online Terhadap Jasa Wedding Organizer di Banjarmasin, Repos. Univ. Islam, 2020.
- [5] R. Sinaga, Analisis Peluang Usaha Wedding Organizer Pada Kaum Millennial, J. Millenn. Community, vol. 3, no. 2, p. 107, 2021. doi : 10.24114/jmic.v3i2.32346.
- [6] S. F. Rahman, Strategi Promosi Wedding Organizer Cuqow Dalam Menjaga Eksistensi. Medan, 2020.
- [7] M. W. Maulana, Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Gifotohandicraft Di Instagram. Malang, 2019.
- [8] A. G. Nabilla, Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bemyanyi, Kritis, vol. 5, pp. 21 - 40, 2021.
- [9] M. Fauza, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Kecamatan Medan Amplas, At - Tawassuth, vol. 2, no. 1, pp. 146 - 169, 2017.
- [10] A. A. Prakoso, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus). Jakarta, 2017.

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	id.scribd.com Internet Source	1%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	repository.uir.ac.id Internet Source	1%
4	kekunaan.blogspot.co.id Internet Source	1%
5	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
6	Wulan Suci Rimadhani, Karimatus Saidah, Muhamad Basori. "Pengembangan Media Pembelajaran Monopoli pada Materi Fungsi Bagian Tubuh Hewan dan Tumbuhan di Kelas Bagi Siswa Kelas 4 SD", Journal on Education, 2023 Publication	<1%
7	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	<1%

8	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	<1 %
9	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
10	core.ac.uk Internet Source	<1 %
11	library.gunadarma.ac.id Internet Source	<1 %
12	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
13	Rosa Nindia Sari. "DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM BATIK DI KABUPATEN SUMENEP", RISTANSI: Riset Akuntansi, 2021 Publication	<1 %
14	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %
15	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
16	www.jurnalfai-uikabogor.org Internet Source	<1 %
17	docplayer.info Internet Source	<1 %
18	es.scribd.com Internet Source	<1 %

19

issuu.com

Internet Source

<1 %

20

jurnal.umb.ac.id

Internet Source

<1 %

21

scholar.unand.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

3213

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10
