

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, Indonesia menjadi salah satu negara yang telah memasuki masa perdagangan bebas dan persaingan global, persaingan global dan perdagangan bebas mempunyai beberapa dampak nyata, sebagaimana dibuktikan dengan banyaknya perusahaan pesaing yang menyediakan produk serupa namun dengan tingkat kualitas dan harga yang berbeda-beda. Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan persaingan bisnis dan permintaan pasar yang berkembang cukup pesat. Permintaan pasar sangat dipengaruhi oleh percepatan pertumbuhan dan kemajuan teknologi. Hal ini tentu meningkatkan persaingan pasar, yang memaksa para pelaku bisnis bekerja keras untuk menghadapinya.

Globalisasi ekonomi sebagai suatu fenomena pada dekade terakhir ini tidak bisa dihindari. Kehadiran Indonesia dalam peta ekonomi, menuntut kemampuan untuk berkembang sebagai suatu kekuatan ekonomi baru. Perkembangan ekonomi yang begitu cepat menuntut kesiapan dan kemampuan pelaku usaha dalam mengikuti perkembangan ekonomi sebagai akibat dari globalisasi ekonomi dunia tersebut.

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat turut mempengaruhi persaingan bisnis di era globalisasi ini telah membuat berbagai usaha berlomba untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya terutama di bidang jasa. Revolusi industri 4.0 berdampak pada peningkatan sektor ekonomi khususnya pada sektor perdagangan dan UMKM. Dampak positif pada perkembangan

bisnis berupa bertambahnya peluang usaha bagi para pengusaha pemula maupun pemain bisnis yang sudah eksis sejak lama, salah satu peluang bisnis yang cukup besar dan terlihat yaitu terdapat pada pembisnis bidang jasa (Hamdan,2018). Kondisi inilah yang membuat para pembisnis untuk menemukan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif, dengan harapan dapat mempertahankan pasarnya untuk maju dan berkembang serta memenangkan persaingan yang ketat dengan usaha jasa lainnya.

Menurut Dindin ABS UMKM adalah usaha produktif atau bisnis yang ada di semua sector ekonomi , yang berdiri sendiri , yang dilakukan perorangan atau badan usaha dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok orang dengan pengukuran skala usaha/bisnis dapat berdasarkan asset/jumlah kekayaan (modal usaha), omset (hasil penjualan) atau berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Arifien: 2019)

Bisnis pada bidang jasa di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Hal ini terlihat dari kemajuan perkembangan berbagai industry jasa seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, ritel, pariwisata, dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan dan pengacara. Selain itu terlihat juga dari maraknya organisasi nirlaba seperti

Lembaga swadaya masyarakat (LSM), Lembaga pemerintahan, rumah sakit, universitas dan lain lain yang kini semakin menyadari perlunya peningkatan orientasi kepada pelanggan/konsumen (Lupiyoadi,2014).

Persaingan usaha merupakan hal yang wajar di dunia perindustrian. Setiap perusahaan berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen perusahaan harus cerdas dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkannya dengan konsumen. Perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Setiap perusahaan harus bekerja keras untuk menciptakan kebijakan kebijakan strategi baru dalam memasarkan produk barang dan jasa mereka terhadap konsumen(kolter dan keller,2016) Pada dasarnya semakin banyak persaingan maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih jasa yang sesuai dengan apa yang diharapkannya.

Strategi persaingan usaha salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi persaingan usaha dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi persaingan usaha adalah semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya. Dalam situasi yang demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi

perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan, terutama pada penetapan strategi persaingan usaha yang harus betul-betul matang sehingga strategi persaingan usaha yang di gunakan nantinya betul-betul bisa menembus pasar di tengah persaingan yang semakin banyak.

Dilansir dari Indonesia professional organizers society (IPOS) menyatakan bahwa pada tahun 2019 bisnis industri pernikahan mencapai nilai 56 triliun rupiah. Hal ini juga didukung dengan PERPRES No.97 Tahun 2019 tentang badan pariwisata dan ekonomi kreatif, dimana eksistensi industri event dan kreatif sudah semakin diakui performa dan keberadaanya. Bisnis wedding organizer atau penyelenggara pesta pernikahan merupakan bisnis baru di abad 21. Layanan jasa penyelenggara pernikahan ini mulai menjadi bahan industry bisis baru di era tahun 1920-an di USA. Kemudian mulai merambat ke Kawasan eropa dan negara-negara lain, salah satunya yaitu Indonesia (Rachman,2020). Pada umumnya setiap calon pengantin menginginkan pernikahan yang berlangsung dengan teratur sesuai rencana yang sudah disusun dari jauh-jauh hari sebelumnya.

Hal tersebut dilakukan demi menciptakan momen paling indah tak terlupakan dan memberi kesan baik serta kepuasan tersendiri kepada tamu undangan.untuk melakukan itu semua dengan persiapan dan konsep yang matang. Calon pengantin perlu bantuan khusus yang ahli pada bidangnya sehingga akan meringankan pekerjaan bagi kedua calon pengantin. Atas kebutuhan tersebut , maka lahirlah layanan jasa pernikahan yang biasa di sebut dengan Wedding organizer.

Wedding organizer merupakan suatu layanan jasa yang bertujuan untuk membantu calon pengantin beserta keluarga dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan rangkaian pesta pernikahan sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan sebelumnya (Deti.2018). Bagi beberapa calon pengantin yang mempunyai kesibukan dan tidak mau repot , wedding organizer merupakan pilihan yang tepat karena layanan jasa wedding organizer juga akan memberikan informasi yang berkaitan dengan acara pernikahan seperti konsep acara, tata rias, dekorasi , dan Gedung (Arian&surosu,2021).

Kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan tidak hanya pada produk saja, tetapi juga kebutuhan akan jasa. Oleh sebab itu, persaingan yang terjadi tidak hanya pada perusahaan manufaktur saja tetapi juga pada perusahaan penyedia pelayanan jasa, salah satunya adalah jasa WEDDING ORGANIZER (WO) yaitu penyedia pelayanan jasa yang membantu calon pengantin untuk mempersiapkan semua yang berhubungan dengan acara sacral pernikahan agar berjalan lancar sesuai dengan yang diinginkan, dengan ini para WO harus bisa memenuhi keinginan yang di harapkan para konsumen dalam merealisasikan acara pernikahan.

Seperti ERD Wedding Organizer usaha yang bergerak di bidang jasa berada di Kecamatan Pasir Jambu (Jalan Villa Indah Ciwidey No.32a, Pasirjambu, Kec. Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40972) sejak 2020. ERD Wedding organizer menyediakan beberapa fasilitas terkait dengan pengadaan acara khususnya pernikahan. ERD wedding organizer mempunyai beberapa pesaing di kabupaten bandung yang mana para pesaing pesaing

tersebut cukup unggul dan mempunyai brand nama terkenal di kabupaten bandung yang mana sangat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk memilih wedding organizer tersebut.

Dalam menjalankan bisnis layanan jasa seperti wedding organizer, tentu setiap perusahaan harus memiliki ciri khas dari usaha tersebut. Salah satu ciri khas dari ERD Wedding Organizer sendiri yaitu price list yang bisa di katakan lebih miring dibandingkan dengan WO lain di Kec Pasir Jambu. Hal tersebut didukung dengan data mengenai price list dari 3 wedding organizer paling direkomendasikan dengan jenis paket wedding yang sama , yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.1
Range Harga Wedding Organizer di Kec. Pasir jambu

No.	Nama Wo	Range harga dengan paket yang sama
1.	Nugie wedding organizer	Rp. 4.500.000
2.	Far'i wedding organizer	Rp. 4.000.000
3.	ERD wedding Organizer	Rp. 3.500.000

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Dari tabel informasi di atas dapat diketahui bahwa dari tiga bisnis wedding organizer yang di rekomendasikan di kecamatan Pasirjambu, ERD Wedding Organizer termasuk ke dalam kategori WO dengan harga yang tidak terlalu mahal. Situasi persaingan ERD wedding Organizer di kabupaten bandung sangat ketat karena para pesaing menawarkan layanan serupa, melihat zaman sekarang sudah mulai banyak bermunculan vendor vendor lain yang dimana menjadikan persaingan semakin sulit. Berdasarkan observasi yang telah di lakukan pada

ERD Wedding Organizer peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana persaingan usaha yang dilakukan pada ERD Wedding Organizer yang cukup ketat dan memiliki banyak pesaing pada bidang yang sama serta apa keunggulan dari ERD Wedding Organizer sendiri untuk menarik dan mempertahankan para konsumennya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Persaingan Usaha Pada ERD Wedding Organizer di Kabupaten Bandung”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana gambaran umum usaha ERD Wedding Organizer di Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana Persaingan usaha ERD wedding Organizer di Kabupaten Bandung?
3. Bagaimana Anaisis SWOT dari ke 4 indikator persaingan usaha ERD wedding Organizer di Kabupaten Bandung ?
4. Apa faktor Pendukung dan penghambat Persaingan usaha ERD Wedding Organizer di kabupaten Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran umum Usaha ERD Wedding Organizer di Kabupaten Bandung.
2. Untuk mengetahui kondisi persaingan usaha Wedding Organizer di Kabupaten Bandung.

3. Untuk Mengetahui Analisis SWOT dari ke 4 indikator persaingan usaha ERD wedding Organizer di Kabupaten Bandung .
4. Untuk mengetahui Faktor Pendukung dan Penghambat Persaingan usaha ERD Wedding Organizer di Kabupaten Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat dan berguna, diantaranya:

1) Kegunaan Teoritis

Peneliti ini di harapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam pengembangan kajian teoritis di bidang ilmu Administrasi bisnis yang ada hubungannya dengan strategi persaingan usaha , Bagaimana persaingan yang sehat. Dan juga sebagai sarana untuk mematangkan dan menambah pengalaman. hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2) Kegunaan Praktis

- a. Bagi peneliti , hasil dari penelitian ini untuk mengetahui persaingan usaha Erd wedding organizer di Kab Bandung.
- b. Bagi ERD Wedding Organizer , hasil penelitian ini diharapkan menjadi saran dan masukan bagi perusahaan bagaimana persaingan yang ideal dan bagaimana persaingan yang baik dapat meningkatkan jumlah pendapatan perusahaan tersebut.khususnya pada persaingan usahanya agar dapat melihat sarana dan masukan bagaimana.
- c. Bagi pihak lain, hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai sumber

informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada ERD Wedding Organizer yang beralamat di Jalan Villa Indah Ciwidey No.32a, Pasirjambu, Kec.Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40972. Lamanya penelitian direncanakan selama 6 (enam) bulan, yaitu mulai dari bulan September 2023 sampai bulan Februari 2024.

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2023-2024																												
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari								
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Tahap Persiapan																														
1	Penjajakan																													
2	Perumusan masalah																													
3	Pengajuan judul																													
4	Studi kepustakaan																													
5	Bimbingan																													
6	Penyusunan (usulan penelitian)																													
7	Seminar (usulan penelitian)																													
Tahap Penelitian																														
1	Pengumpulan Data																													
	a. Observasi																													
	b. Wawancara																													
	c. Angket																													
	d. Pengolahan dan analisis data																													
Tahap Penyusunan																														
1	Penyusunan Laporan																													
2	Sidang																													
3	Perbaikan laporan sidang skripsi																													

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024