

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP JASA WEDDING ORGANIZER DI BANJARMASIN

## ABSTRAK

Vina Al Husna<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Farida Yulianti<sup>3</sup>  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Kalimantan M A B

CV. Berkah Al Husna bergerak dibidang jasa yaitu : Wedding Organizer (WO), Event Organizer dan catering. Seiring dengan berjalannya waktu terus berkembang. Al husna organizer yang sebelumnya telah berdiri sejak tahun 2014. Yang mana perusahaan tersebut adalah milik Ibu MASDIARTI., SH beliau selaku direktur utama. Yang beralamat di Jl. Sriwijaya no 125 Beruntung Jaya, Kecamatan. Banjarmasin selatan kota Banjarmasin.

Berdasarkan penelitian bahwa pemasaran online yang dilakukan CV. Berkah Al Husna mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan pemasaran pada CV. Berkah Al Husna. yang dilakukan oleh CV. Berkah Al Husna untuk bertahan dalam persaingan yaitu dengan memberikan yang terbaik bagi setiap konsumennya serta memperhatikan setiap detail dari semua pekerjaan yang mereka lakukan agar pelanggan mereka merasa puas terhadap jasa yang diberikan oleh CV. Berkah Al Husna.

Kritikan dan saran, CV. Berkah Al Husna terus meningkatkan kualitas layanan jasa guna menarik kepercayaan agar terus digunakan oleh pelanggan dan membuat diferensiasi jasa. Dengan pertumbuhan produk baru akan menimbulkan ketertarikan pelanggan pada inovasi produk jasa tersebut. Terus meningkatkan kegiatan promosi semenarik mungkin dari promosi harga maupun membuat iklan guna membuat pelanggan tertarik pada produk yang diwarakan oleh CV. Berkah Al Husna yang akan meningkatkan volume penjualan jasa yang mereka lakukan.

Kata Kunci : Sistem Pemasaran Online, dan Jasa.

## ABSTRACT

*CV. Blessing Al Husna engaged in services namely: Wedding Organizer (WO), Event Organizer and catering. As time goes by it continues to grow. Al Husna organizer, which previously stood since 2014. Which company is owned by Mrs. MASDIARTI., SH, he is the managing director. Which is located at Jl. Sriwijaya no 125 Beruntung Jaya, District. South Banjarmasin city of Banjarmasin.*

*Based on the results it can be concluded that online marketing carried out by CV. Blessing Al Husna has an important role in increasing marketing to the CV. Blessings of Al Husna. conducted by CV. Al Husna's blessing to survive in the competition is to provide the best for every customer and pay attention to every detail of all the work they do so that their customers feel satisfied with the services provided by CV. Blessings of Al Husna.*

*As for suggestions that can be given in this paper To improve development, CV. Blessing Al Husna continues to improve the quality of services in order to attract trust to continue to be used by consumers and make service differentiation. With the development of new products, consumers will be attracted to the innovation of these service products. Continue to improve promotional activities as attractive as possible from price promotions and create advertisements to make consumers interested in products inherited by CV. Al Husna's blessings will increase the sales volume of the services they do.*

*Keywords: Online Marketing System, and Services.*

## PENDAHULUAN

Persaingan ketat yang terjadi semakin luas dalam ruang bisnis penjualan barang dan jasa khususnya pada penjualan jasa Wedding Organizer (WO). Di era globalisasi juga banyak mengalabui aspek sosial serta ekonomi karena dalam hal ini dapat membuat animo masyarakat terus mengetahui sistem

informasi tersebut secara luas, bahwa ekonomi suatu Negara tidak lagi berdiri sendiri tetapi menjadi satu dengan sistem ekonomi global. Ketatnya persaingan dan kemajuan jaman mengharuskan para pebisnis untuk dapat mengelola dengan baik sumber daya yang ada. Maka kebutuhan akan pengetahuan di dalam performa kinerja menjadi sangat penting untuk

dimiliki khususnya di dalam dunia kerja. Dimana globalisasi mendorong pebisnis untuk menjadi lebih efektif dan efisien guna mengikuti perubahan-perubahan yang muncul begitu pesat.

Media internet dalam mengkases informasi melalui aplikasi media sosial merupakan sumber informasi yang paling banyak digunakan dalam perusahaan. Karena internet dapat menjangkau semua wilayah, potensial dan cepat untuk menyampaikan berbagai informasi secara universal, berkualitas, dan hampir tidak memerlukan cost. Internet memiliki keunggulan dan mampu menarik bagi para pelanggan maupun organisasi atau komunitas misalnya dalam kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi alternatif ruang maupun pilihan yang relative tak terbatas, personalisasi, sumber informasi potensial, dan lain-lain (Chandra, 2013).

Konteks ini marketing dalam metode internet mempunyai sebuah efisiensi yang optimal dalam sebuah pemasaran serta dapat membuat penawaran yang tepat serta maksimal dalam penggunaan internet media sosial. Perkembangan tersebut sangat relevan dalam kemajuan teknologi sebagai dasar hubungan sosial yang dapat terhubung melalui media elektronik secara luas serta universal, dalam hal ini perusahaan mampu membuat pasar yang optimal serta peluang yang lebih besar dalam advertising melalui website sosial serta media internet (Instagram). Internet dapat menggalabi bisnis yang lebih modern dan maju di masa yang akan datang sehingga perkembangan ekonomi tersebut serta telekomunikasi diharapkan dapat mampu membuat infrastruktur informasi baru di era digital.

Resepsi Perkawinan bagian momen paling terpenting bagi pasangan pengantin, peristiwa yang diharapkan sekali seumur hidup ini tentu memerlukan persiapan yang sangat matang. Masyarakat jaman sekarang memiliki tingkat kesibukan yang cukup tinggi sehingga untuk mempersiapkan pesta resepsi perkawinan agar berjalan dengan baik tentunya sangat

menguras pikiran dan waktu. Karena itu peluang bisnis Wedding Organizer sangat menjanjikan.

Seperti halnya yang dilakukan para pebisnis di daerah Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Kurang lebih dalam 5 tahun terakhir ini perusahaan jasa Wedding Organizer, yaitu Alhusna Wedding Organizer Banjarmasin yang berada di jalan Sriwijaya no 125 beruntung jaya kelurahan pemurus dalam, kecamatan Banjarmasin selatan. Resepsi perkawinan merupakan momen paling penting bagi pasangan pengantin, peristiwa yang diharapkan sekali seumur hidup ini tentu memerlukan persiapan yang sangat matang. Masyarakat jaman sekarang memiliki tingkat kesibukan yang cukup tinggi sehingga untuk mempersiapkan pesta resepsi perkawinan agar berjalan dengan baik tentunya sangat menguras pikiran dan waktu. Karena itu peluang bisnis yang cukup menjanjikan dan peluangnya sangat nyata karena banyaknya peminat yang menggunakan barang dan jasa ini.

CV. Berkah Al Husna Banjarmasin merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Wedding Organizer. bertugas untuk membantu calon pengantin dari mulai persiapan resepsi perkawinan, membantu mencarikan vendor seperti gedung atau hotel tempat berlangsungnya acara resepsi resepsi perkawinan, serta yang terkait hubungannya dengan persiapan resepsi perkawinan seperti: tata rias, busana pengantin, Dekorasi, Catering dan lain-lain. Dalam kegiatannya toko tersebut menghadapi pasang surut dalam persaingannya.

## **METODE PENELITIAN**

Untuk menyusun suatu karya ilmiah diperlukan data, baik berupa data primer maupun data sekunder, yaitu akan dijelaskan sebagai berikut: Data Primer Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari Pimpinan dan karyawan yang berkerja di CV. Berkah Al Husna Banjarmasin. Data Sekunder Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara

tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui media perantara.

Analisis data menggunakan berpedoman pada data yang diperoleh dari *field research* (penelitian lapangan) dari data yang telah terkumpul.

## **PEMBAHASAN**

### **1) Pembahasan Mengenai Hubungan Antara Promosi Penjualan Online Dengan Keputusan Pembelian Online .**

Variabel Promosi penjualan online telah dilakukan oleh manajemen CV. Berkah Al Husna Banjarmasin melalui social media seperti melalui Whatsapp, Instagram, Facebook, Line. Di dalam promosi penjualan online yang ditawarkan berisikan berbagai jasa wedding Organizer, Events Organizer, Catering dan lain-lain, tampilan promosi penjualan online iklan CV. Berkah Al Husna Banjarmasin yang dibuat semenarik mungkin, kemudian promosi penjualan online juga dilakukan dengan memberikan potongan harga yang diberikan manajemen CV. Berkah Al Husna Banjarmasin yang kesemuanya itu bertujuan untuk menginformasikan dan membujuk pelanggan secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau jasa yang dijual.

Selain faktor promosi penjualan online, faktor yang mengalibui kepercayaan pelanggan adalah harga. Harga secara internal dipengaruhi oleh tujuan pemasaran (biaya, penguasaan pasar, dan usaha). Selanjutnya adalah organisasi (struktur, skala dan tipe) sedangkan faktor eksternal seperti elastisitas permintaan dan kondisi persaingan pasar. Selain itu harga pesaing dan reaksi pesaing terhadap perubahan harga. Kemudian lingkungan eksternal yang lain, lingkungan mikro, maupun lingkungan makro. Harga adalah salah satu unsur bauran

pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.

Setelah dilakukannya promosi penjualan online dan penentuan harga yang baik, tentunya sangat mengalibui suatu kepercayaan. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama. Apabila kepercayaan sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Kehadiran komitmen dan kepercayaan menjadi pusat kesuksesan *Relationship Marketing*. *Relationship Marketing* mampu memberdayakan kekuatan keinginan pelanggan dengan tekanan teknologi informasi untuk memberikan kepuasan konsumen.

Faktor lain yang berperan dalam hal pemasaran CV. Berkah Al Husna Banjarmasin sehingga diminati oleh para pelanggan adalah dalam hal kemudahan mendapatkan produk atau sering dikaitkan dengan distribusi/place. Strategi distribusi berkaitan dengan upaya membuat produk tersedia kapan dan dimana pelanggan membutuhkannya. Sistem transportasi, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi menjadi syarat utama dalam hal kemudahan mendapatkan suatu produk.

### **2) Hubungan Antara Harga dan Jasa Dengan Keputusan Pembelian Online**

Analisis penulis dari jawaban responden terhadap hubungan antara karyawan dalam memberikan Jaminan kepada pelanggan CV. Berkah Al Husna Banjarmasin dengan kepuasan pelanggan saling ketergantungan, dimana jaminan tersebut mempunyai kemampuan yang meliputi pelayanan sopan santun, Trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai dalam memberikan informasi

pada pelanggan agar pelanggan merasakan kemudahan dalam menggunakan jasa yang diberikan oleh CV. Berkah Al Husna. Manajerial yang tepat untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dalam memberikan informasi pelayanan, prosedur pengurusan, dan transaksi lainnya secara cepat. serta kejujuran karyawan menjadikan pelanggan untuk selalu menggunakan layanan jasa wedding organizer, even organizer dan catering CV. Berkah Al Husna Banjarmasin.

Keuntungan dan kemudahan-kemudahan yang dapat diperoleh oleh pelanggan seperti toko online biasanya yaitu tersedia 24 jam sehari, dan banyak pelanggan memiliki akses internet baik dalam pekerjaan maupun di rumah. Instansi lain seperti warung internet dan beberapa tempat umum menyediakan akses juga. Kunjungan ke toko ritel konvensional membutuhkan perjalanan dan harus berlangsung selama jam kerja. Mencari atau menelusuri sebuah katalog online dapat lebih cepat dari browsing lorong toko fisik. Salah satunya dapat menghindari mal yang penuh sesak dan mengakibatkan antrian panjang, serta tempat parkir yang penuh. Satu keuntungan dari belanja online adalah mampu dengan cepat mencari penawaran untuk barang atau jasa dengan berbagai vendor. Beberapa keunggulan tersebut menjadi pertimbangan bagi pelanggan atau masyarakat untuk berbelanja melalui online shop. Pada sisi yang lain keberadaan online shop dapat memberikan dukungan atas upaya pelanggan untuk mendapatkan barang dengan mudah sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan. Beberapa pertimbangan tersebut dapat mengalibui perilaku pelanggan dalam proses pembelian yang akan dilakukan dan upaya para pemilik usaha online shop

untuk mengalibui calon pelanggan melalui kegiatan periklanan yang akan dilakukan, dimana iklan merupakan salah satu unsur dari bauran promosi.

Harga yang diberikan oleh CV. Berkah Al Husna Banjarmasin pun Relatif terjangkau bagi pelanggan menimbang waktu yang dibutuhkan untuk mencari perlengkapan atau platan untuk melaksanakan kegiatannya. Dilihat dari faktor harga, banyak sekali toko-toko online shop menetapkan beberapa strateginya, mulai dari diskon yang dicantumkan pada produknya. Hal tersebut dilakukan agar mampu menjaring pelanggan lebih banyak lagi.

Harga merupakan sesuatu yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu barang. Pelanggan akan sangat sensitif dalam merespon tingkat penetapan harga yang diterapkan oleh produk tersebut. Apabila harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan, maka pelanggan akan dengan cepat menyadari hal tersebut. Harga yang terlalu murah juga berdampak pada kualitas suatu barang, namun harga yang terlalu mahal pelanggan juga harus mempertimbangkannya. Melihat persepsi harga tersebut manajer CV. Berkah Al Husna Banjarmasin harus menentukan harga yang cocok dengan konsumen. Hasil penelitian ini jhal itu yang harus diperhatikan oleh manajemen CV. Berkah Al Husna Banjarmasin. Harga merupakan faktor penting yang mengalibui keputusan pembelian pada toko online seperti halnya pada beberapa kategori online ,harga secara drastis lebih rendah daripada daftar harga produsen atau outlet pembelian oleh karena itu harga termasuk penting di dalam mengalibui keputusan pembelian pada CV. Berkah Al Husna Banjarmasin. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan pendapat Leliana dan Suryandari (2014:15), pelanggan

memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam memandang suatu harga. Harga yang sesuai dengan pelanggan akan mengakibatkan keputusan pembelian, hal itu yang harus diperhatikan oleh manajemen CV. Berkah Al Husna Banjarmasin.

## **PENUTUP**

Hasil analisis dalam kesimpulan :

- 1) Aplikasi pemasaran Onliine Wedding Organizer Berbasis Web ini dapat memberikan informasi dan kemudahan dalam pemesanan paket wedding secara onliine sehingga memudahkan user atau calon pengantin yang sibuk dengan pekerjaannya.
- 2) Pada Instagram Alhusna Wedding Organizer, calon pengantin dapat melakukan pemesanan dengan memilih paket paket yang telah tersedia di Postingan Al husna Wedding Organizer.
- 3) Terdapat lima (5) faktor penyusun strategi promosi onliine Pasarhosting.com, yaitu Pesaing, Analisa Pasar, STP, Teknologi, Ketersediaan Waktu dan SDM. Pesaing memiliki pengaruh tertinggi dalam menentukan bauran promosi. Prioritas kedua adalah faktor Analisa Pasar; Aktor yang paling berpengaruh pada tim marketing. Tujuan yang paling ingin dicapai adalah meningkatkan penjualan jasa Wedding Oraganizer CV. Berkah Al Husna Banjarmasin.
- 4) Promosi Onliine dan Persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Aryka Shop. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan persepsi harga yang diterapkan oleh Wedding Oraganizer CV. Berkah Al Husna Banjarmasin sudah tepat, karena mampu mengalabui keputusan pembelian yang dilakukan oleh para pelanggan.

- 5) Persepsi Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pengguna jasa Wedding Oraganizer CV. Berkah Al Husna Banjarmasin. Pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian akan mempertimbangkan harga produk, keterjangkauan harga, dan kesesuaian harga dengan anggaran yang dimiliki oleh pelanggan serta persaingan harga dengan produk lainnya. Persepsi harga yang ada pada pelanggan harus diperhatikan oleh manajemen CV. Berkah Al Husna Banjarmasin sehingga perlu memperhatikan harga yang terjangkau dan persaingan dengan jasa wedding oragnizer lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amirullah. 2002. *Perilaku Konssumen, Cetakan Pertama*. Graha Ilmu. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2009, *Prosedur penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Barata, Adya Atep. 2013. *Marketing*. Penerbit Ghalia. Jakarta, Indonesia.
- Basu Swassta, DH., dan Iraawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Moderen*, Liberty, Yogyakarta.
- Alfani, 2016, *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*, Banjarmasin, Prima jaya komputer.
- Engel, James. F, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 2010. *Perilaaku Konsumen. Binarupa Aksara*. Jakarta.
- Febrian J. 2013. *Menggunakan internet*. Bandung (ID) : Penerbit Informatika
- Jogiyanto, 2007. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, ANDI, Jogyakarta
- Kotler, Philliip. 2013. *Manajjemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Malhorta, 2004, *Riset Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Moezamil, Zahamsari, 2000, *Metode Penelitian Sosial*, Erlangga, Jakarta
- Mulyadi. 2013. *Ssistem Akuntansi*. Jakarta:Salemba Empat
- Nurgiyantoro, Burrhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. *Statistik Terrapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetakan Ketiga (Revisi). Gadjah Mada University Press. Yogyakarta

- Susanto, A.B., Gede Prama. Dkk. (2006).  
*Strategi Organisasi*. Yogyakarta:  
Amara Books
- Sugiyono. 2011, *Metode Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*,  
Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip-prinsip  
totality service*. Yogyakarta. Andi  
Offset.