

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru dalam sektor industri di Indonesia. Salah satunya adalah Wedding Organizer, Wedding Organizer termasuk kedalam industri fasilitatif atau disebut juga industri tertier, yang kegiatannya adalah dengan menjual jasa layanan untuk keperluan orang lain. Wedding Organizer adalah suatu jasa khusus yang secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Wedding Organizer (WO) adalah jasa pengorganisasian untuk acara pernikahan, baik dalam perencanaannya maupun pada saat hari pernikahan (Fithrati 2014:75). WO mengelola event pernikahan dari mulai akad nikah, upacara adat, pelaminan, catering, rias pengantin, dokumentasi dan lain-lain. Saat ini, wedding organizer sangat dibutuhkan (Melati 2010:95), selain untuk kepuasan konsep acara pernikahan yang selalu sempurna, para calon pengantin maupun keluarga pengantin tidak perlu direpotkan (Rugaya dan Sudirman 2016) dengan sedemikian rupa persiapan yang memakan tenaga dan waktu yang tidak sedikit. Dengan adanya hal ini, bisnis dibidang Wedding Organizer tentunya sangat menjanjikan sehingga banyak sekelompok orang dalam sebuah organisasi maupun perusahaan memilih untuk membuka usaha di bidang Wedding Organizer.

Fithrati (2014:76) menuturkan bahwa "Wedding Organizer hanyalah perantara antara klien dengan vendor dan antara klien dengan panitia, Wedding Organizer adalah pihak yang

serta Wedding Organizer dapat membantu calon mempelai untuk mencari vendor yang

Dalam situasi ini Harga merupakan pengorbanan riil dan materil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk, dengan mempertimbangkan beberapa hal, seperti membanding- bandingkan harga sebelum menggunakan layanan jasa, memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya.

Pada halaman selanjutnya akan disajikan tabel yang menunjukkan beberapa paket Wedding gedung

Tabel 1.1
Varian Harga Paket Wedding Gedung

No	Wedding Gedung	Harga
1	Paket VELIA	Rp. 30 Juta
2	Paket ROYAL RESTO	Rp. 34 Juta
3	Paket DUAFA CENTER	Rp. 35 Juta
4	Paket AMARA	Rp. 95 Juta

SUMBER : Brosur harga MWG

Dari data yang disajikan dalam Tabel 1.1 di atas kita dapat melihat harga paket prawedding gedung yang di berikan Memes Wedding Gallery kepada konsumen yang yang memakai jasanya. Varian harga paket wedding gedung di atas menunjukkan harga yang ditawarkan mulai dari paket terendah hingga paket tertinggi, paket terendah atau paket Velia bisa dilihat dari harga yang ditawarkan sangat ekonomis dari pada paket-paket pilihan lainnya yang ditawarkan oleh Memes Wedding Gallery. Paket ini tentu saja disesuaikan untuk pelanggan yang mengadakan resepsi dengan kapasitas kecil atau sederhana dengan mempertimbangkan *budget* atau tamu undangan yang sedikit, meski demikian paket ini bukan pilihan utama yang paling sering dilirik oleh pelanggan, melainkan paket yang lainnya, meski demikian bukan berarti tidak ada yang menggunakan paket ini hanya saja mungkin tidak didominasi oleh paket ini karena sebagian orang beranggapan terlalu minimalis. Dan paket kedua dan ketiga yang di tawarkan oleh Memes Wedding Gallery

ialah paket Royal Resto dan paket Duafa Center kedua paket ini lebih banyak diminati oleh para konsumen dan tidak jarang juga pelanggan lebih mempertimbangkan paket ini di banding paket lainnya selain itu juga paket ini menjadi alternative pelanggan yang ingin mengadakan pesta nikah dengan meriah dan tidak terlalu mahal dibanding paket berikutnya.

Terlepas dari semua itu perusahaan juga hanya sebatas bisa menyarankan paket-paket yang ada dan sesuai kebutuhan pelanggan serta kemampuan pelanggan itu sendiri, selebihnya pelanggan bisa jadi dan selalu dominan membeli produk tanpa melalui paket yang telah disediakan. Dan berikutnya adalah paket keempat yang ditawarkan Memes Wedding Gallery ialah paket Amarah adalah daftar paket paling tinggi dibanding paket-paket lainnya yang ditawarkan Memes Wedding Gallery. Dari beberapa paket diatas Memes Wedding Gallery menentukan besarnya dana yang harus dikeluarkan oleh konsumen disesuaikan dengan jumlah tamu yang rencananya akan diundang sehingga kapasitas gedung yang akan di gunakan juga disesuaikan. Harga di atas adalah harga yang mencakup semua kru yang membantu mulai dari pelaksanaan acara dirumah sampai dengan sampai acara resepsi di gedung. Selain itu konsumen juga mendapat fasilitas *one stop service*, konsultasi gratis mengenai *vendor* mana yang baik untuk dipakai dalam menyelenggarakan acara mereka serta mendapatkan jadwal meeting minimal tiga kali guna membahas konsep serta susunan acara atau event yang akan diselenggarakan.

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan. Untuk kalangan masyarakat menengah keatas harga yang terlalu tinggi tidak jadi masalah asalkan mendapatkan kualitas pelayanan dan banyaknya macam-macam perolehan sepadan dengan harga yang ditawarkan, namun untuk kalangan masyarakat menengah kebawah harga yang terlalu tinggi membuat konsumen melakukan perpindahan tempat pembelian, mereka akan mencari tempat berbelanja yang menawarkan

jasa yang sama dengan harga yang lebih murah, namun konsumen tidak memikirkan kualitas jasa tersebut asalkan murah konsumen sudah senang Augusty Ferdinand (2012)

Keputusan penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu yang bersifat relatif terhadap tingkat harga para pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategi pemasaran (Tjiptono, 2006).

Dalam hal ini meskipun Memes Wedding Gallery menetapkan harga yang relatif mahal dari pesaing, namun kualitas jasa yang ditawarkan oleh Memes Wedding Gallery memiliki nilai kualitas yang tinggi.

Pada halaman selanjutnya akan disajikan tabel yang menunjukkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa Memes Wedding Gallery pada tahun 2016 sampai 2017

Tabel 1.2
Data Konsumen Yang Menggunakan Memes Wedding Gallery
Tahun 2016-2017

Bulan	Jumlah Event	
	2016	2017
Januari	10	10
Februari	13	9
Maret	9	8
April	10	10
Mei	10	9
Juni	5	-
Juli	3	6
Agustus	11	9
September	9	9
Oktober	9	10
November	10	14
Desember	10	10
Total	109	104

Sumber: data Memes Wedding Gallery

Dari data yang disajikan melalui Tabel 1.2 di atas kita dapat melihat jumlah acara yang ditangani Memes Wedding Gallery. Dari bulan Januari sampai bulan Desember 2016 terlihat jumlah acara yang ditangani Memes Wedding Gallery berjumlah 109 acara yang jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan tahun 2017 dari bulan Januari sampai bulan Desember

yang hanya menangani 104 acara saja. Dalam menghadapi situasi ini, manajemen pengelola Memes Wedding Gallery harus mencari tahu mengapa hal ini bisa terjadi dan terus berusaha menambahkan kepercayaan kepada konsumen agar konsumen tetap mau menggunakan layanan jasa mereka. Dari tabel 1.2 kita juga bisa melihat pada bulan – bulan tertentu seperti bulan februari, agustus dan november konsumen banyak yang mengadakan acara pernikahan, bahkan di akhir tahun 2016 dan 2017 pun acara yang ditangani sama dan tidak ada peningkatan.

Hal ini dikarenakan memasuki masa liburan dan banyak konsumen yang berencana melaksanakan pesta pernikahan sebelum bulan puasa dan ada pula yang ingin melaksanakan pesta setelah Hari Raya Idul Fitri maupun Natal. Walaupun ada beberapa acara pernikahan pada bulan Agustus sampai September, tetapi tidak seramai bulan – bulan sebelumnya. Setelah itu baru pada bulan selanjutnya diramaikan lagi dengan berbagai acara pernikahan baik yang dilaksanakan didalam kota Ternate maupun luar kota ternate.

Dalam menjalani bisnis *wedding and event organizer*, perusahaan harus paham dan cermat ada bulan – bulan efektif dimana banyak konsumen yang mau menyelenggarakan pesta, untuk itu harus mengetahui cara yang tepat agar konsumen mau menyelenggarakan pesta dengan menggunakan jasa Memes Wedding gallery. Perusahaan juga harus memaklumi bahwa baik di kalangan masyarakat masih mempercayai adanya hari baik maupun bulan baik untuk menyelenggarakan sebuah acara, untuk itu Memes Wedding Gallery tidak bisa memaksakan jadwal dan waktu yang tepat dalam melaksanakan acara yang ingin diadakan oleh konsumen, hal inilah yang dapat dijadikan pemicu perusahaan dibidang jasa acara pernikahan seperti Memes Wedding Gallery untuk lebih mengerti apa yang diinginkan konsumennya dan justru sebagai perusahaan jasa, hendaknya bisa memberi masukan kapan, bagaimana, dan seperti apa pesta atau perayaan yang tepat di selenggarakan oleh konsumen sesuai dengan budget dan kebutuhan mereka.

Bagi konsumen mempertimbangkan faktor harga merupakan salah satu kriteria penting dalam proses pengambilan keputusan. Harga berkaitan erat dengan dengan kemampuan finansial konsumen untuk mampu atau tidak untuk melakukan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong (2006) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk jasa. Harga ialah pengorbanan riil dan materil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk mempertimbangkan beberapa hal, seperti membanding bandingkan harga sebelum menggunakan layanan jasa, memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Promosi sendiri dapat diartikan sebagai kegiatan mengkomunikasikan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kepada khalayak luas, agar khalayak luas atau masyarakat menjadi sadar akan keberadaan produk tersebut di pasaran. Pada dasarnya promosi merupakan aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya (Kotler dan Amstrong, 2006). Biasanya konsumen akan mencari informasi tentang merek (*brand information*) sebelum mereka memilih suatu merek produk atau layanan jasa. Informasi melalui mereka biasanya mereka dapatkan dari iklan ataupun promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Promosi merupakan salah satu komponen bauran pemasaran, Willian J. Stanton memberikan definisi "*promotion is an exercise in information, persuasion and communication*" (Buchari Alma, 2002).

Penyebaran informasi dapat dilakukan dengan promosi. Untuk kegiatan promosi sendiri Dalam hal ini Memes Wedding Gallery menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai sarana promosi untuk berkomunikasi dengan konsumen. Dimana Memes Wedding Gallery menawarkan berbagai macam produknya seperti gaun, make up, dekor dll, Memes wedding gallery memilih mempromosikan produknya melalui media social karna dipikirkannya dimana jaman sekarang orang orang cenderung lebih aktif dan cepat mendapatkan informasi melalui media social dan promosi melalui media social juga dapat mampu memperoleh perhatian konsumen, berikut beberapa gambar konsep pernikahan yang dipromosikan Memes Wedding Gallery di Media sosia

Gambar 1.1 Konsep Pernikahan



Sumber : *instagram @memes_manot*

Kotler Keller (2008:06), bahwa pemasaran adalah: "Suatu proses social yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain".

Citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi. Perusahaan jasa sering dikaitkan dengan citra perusahaan disamping jasa atau produknya sendiri, kualitas jasa merupakan salah satu elemen dalam mengukur citra perusahaan. citra perusahaan Memes Wedding Gallery ini kurang dikenal oleh konsumen dikarenakan promosinya sendiri kurang gencar seperti yang telah dijelaskan diatas, namun kebanyakan konsumen yang telah menggunakan jasa Memes Wedding Gallery merasa terpuaskan oleh pelayanannya, sehingga konsumenpun kembali menggunakan jasa Memes Wedding Gallery, dari sini citra perusahaan mulai terbentuk namun yang disayangkan hanya sebagian besar konsumennya saja yang mengetahui

keberadaan perusahaan ini, namun calon konsumen tidak banyak yang mengetahuinya dikarenakan banyak sekali Wedding Organizer lainnya yang lebih dikenal oleh masyarakat.

Sedangkan definisi jasa atau service menurut *Philip Kotler* dan *Gary Armstrong* (2004:276) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Pada dasarnya promosimerupakan usaha marketing yang memberikan berbagai upaya insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan, mencoba atau membeli suatu produk atau jasa (*Kotler*, 1997:205). Biasanya konsumen akan mencari informasi tentang merek (*brand information*) sebelum mereka memilih suatu merek produk atau layanan jasa. Informasi melalui merek atau jasa biasanya mereka dapatkan dari iklan ataupun promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Promosi merupakan salah satu komponen bauran pemasaran, *William J. Stanton* memberikan definisi "*promotion is an exercise in information, persuasion and communication*" (Buchari Alma, 2002: 135). Perusahaan jasa sering dikaitkan dengan reputasi perusahaan disamping jasa atau produknya sendiri

Dalam hal ini yang akan dibahas adalah perusahaan jasa event organizer, yaitu Memes Wedding Gallery dengan alasan dan pertimbangan bisnis ini begitu menjanjikan dan memiliki peluang besar di masa seperti sekarang dimana pola dan gaya hidup masyarakat semakin sibuk dan individualis sehingga butuh bantuan sebuah event organizer untuk menangani segala kebutuhan dalam rangka penyelenggaraan acara tertentu baik itu perhelatan pernikahan, gathering, ulang tahun maupun acara-acara lainnya

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan di atas, maka rumusan masalah yang di ambil yaitu:

1. Apakah harga yang ditawarkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Memes Wedding Gallery?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Memes Wedding Gallery?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Memes Wedding Gallery?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis pengaruh harga layanan jasa terhadap keputusan pembelian.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh promosi layanan jasa terhadap keputusan pembelian.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh brand image layanan jasa terhadap keputusan pembelian.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi apa yang harus dilakukan perusahaan jasa dalam meningkatkan pelayanan (service) kepada konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan yang akan dikeluarkan.

b. Bagi penulis

Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari penetapan harga, promosi, membentuk serta memberikan citra merek yang bagaimana harus dimiliki dan dilakukan oleh sebuah perusahaan jasa.

c. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu pemasaran, khususnya mengenai strategi penetapan harga, promosi, dan citra merek yang positif dalam perusahaan jasa terutama Memes Wedding Gallery.