

PERUMUSAN STRATEGI KOMPETITIF PADA BAJIKA WEDDING PLANNER MAKASSAR DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM

Reskiyanti¹, Cici Finansia², Maria Gratiana Dian Jatiningasih²

INTISARI

Latar Belakang: Bajika *Wedding Planner* merupakan tim yang menyediakan jasa layanan khusus untuk acara pernikahan yang membantu calon pengantin mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan acara pernikahan. Berdasarkan wawancara, permasalahan yang dihadapi oleh Bajika *Wedding Planner* yaitu belum mencapai target pelanggan, kurangnya pemasaran ataupun iklan, promosi masih mengandalkan Instagram, tidak adanya halaman *website* yang menampilkan biaya dan jasa layanan. Minat masyarakat yang kurang ingin bekerja pada jasa layanan *wedding organizer* sehingga tim Bajika *Wedding Planner* kurang dan belum bekerja sama dengan banyak vendor sehingga ada beberapa keinginan pelanggan yang tidak dapat terpenuhi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka perlu dilakukan analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hal tersebut digunakan untuk menentukan strategi Bajika *Wedding Planner* agar dapat bersaing dengan kompetitor.

Tujuan: Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal strategi kompetitif yang ada pada Bajika *Wedding Planner*, menentukan strategi kompetitif yang tepat dan menentukan prioritas strategi yang tepat.

Metode Penelitian: *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Hasil: Strategi yang diperlukan Bajika *Wedding Planner* saat ini adalah *grow oriented strategy* (pertumbuhan yang agresif), terdapat 5 (lima) strategi yang dapat diterapkan yaitu menyediakan jasa layanan *wedding* yang menyesuaikan *budget costumer*, menambah personil pada bagian pemasaran, memberikan bonus layanan pendukung kepada *customer*, mengadakan program *customer get customer*, dan personil dalam tim memanfaatkan digitalisasi untuk berinovasi.

Kesimpulan: Prioritas strategi yang tepat untuk diterapkan Bajika *Wedding Planner* yaitu menambah personil pada bagian pemasaran untuk membuat portofolio, membuat iklan, membuat *website* untuk menampilkan layanan jasa, dan aktif membuat konten yang menarik di sosial media.

Kata-kunci: Strategi kompetitif, Analisis SWOT, analisis QSPM

¹Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

²Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

FORMULATION OF COMPETITIVE STRATEGIES AT BAJIKA WEDDING PLANNER MAKASSAR USING SWOT AND QSPM METHOD

Reskiyanti³, Cici Finansia⁴, Maria Gratiana Dian Jatningsih²

ABSTRACT

Background: *Bajika Wedding Planner is a team that provides specialized services for weddings that help brides-to-be prepare everything related to the wedding event. Based on interview, the problem by Bajika Wedding Planner is that it has not yet reached its target customer, lack of marketing or advertising, promotion still relies on Instagram, absence of a web page displaying fees and service, Less public interest in working for wedding organizer services so that the Bajika Wedding Planner team is lacking and has not collaborated with many vendors so that there are some customer wishes that cannot be fulfilled. To overcome these problems, it is necessary to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threat. This is used to determine Bajika Wedding Planner's strategy to compete with competitor.*

Objective: *To identify internal and external competitive strategy factors that exist in the Bajika Wedding Planner, determine the right competitive strategy and determine the right strategic priorities.*

Method: *Strength, Weakness, Opportunity, Threat and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).*

Result: *The strategy needed by Bajika Wedding Planner at this time is a grow oriented strategy (aggressive growth), there are 5 (five) strategies that can be implemented, namely providing wedding services that adjust to the customer's budget, adding personnel to the marketing department, providing bonus support services to customers, holding a customer get customer program, and personnel in the team utilizing digitalization to innovate.*

Conclusion: *The right priority strategy to implement Bajika Wedding Planner is to add personnel to the marketing department to create portfolios, create advertisements, create websites to display services, and actively create interesting content on social media.*

Keywords: *Competitive strategy, SWOT Analysis, QSPM analysis*

¹Student of Industrial Engineering Study Program Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta

²Lecturer of the Industrial Engineering Study Program Jenderal Achmad Yani University, Yogyakarta