

ANALISIS STRATEGI WIRAUSAHA WEDDING ORGANIZER RUMAH PENGANTIN TINI

Syarifah Aini¹, Luktfy Alam², Khairunnisa Alwi³, Bagus Mastori⁴, Nur Alfia JS⁵
syarifahaini981@gmail.com¹, luktfy@gmail.com², khairunnisaal17@gmail.com³,
bagusmastoryy@gmail.com⁴, nuralfiahjs@gmail.com⁵
Universitas Negeri Makassar

ABSTRAK

Strategi dalam berwirausaha tentunya tidak terlepas dari pertimbangan strategi pemasaran yang dikemas pada proses memulai suatu usaha. Dalam merencanakan usaha membutuhkan keahlian dan kecekatan dalam memberikan kesan menarik bagi pelanggan. Penelitian ini menganalisis strategi wirausaha salah seorang pengusaha yang bergerak dibidang jasa layanan dekorasi syukuran pernikahan dan lain-lainnya, yaitu wedding organizer Rumah Pengantin Tini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi serta kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi wirausaha wedding organizer sangat penting dalam beradaptasi dan berintegrasi dengan kondisi tren pernikahan dengan tetap mempertahankan kesan modern dan mengikuti perkembangan zaman. Diperlukan pemikiran dan kegiatan yang inovatif dalam menjalankan bisnis wedding organizer agar mampu bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha yang sama. Strategi bisnis yang dijalankan harus memperhatikan beberapa tahapan atau proses seperti hal-hal yang dipersiapkan dalam memulai usaha, pengolahan usaha, strategi pemasaran, penetapan harga sewa, pendapatan, tantangan dan permasalahan serta solusi yang diambil dalam menghadapi setiap permasalahan yang ada. Dalam berwirausaha diperlukan keberanian, modal, inovasi dan kreatifitas dalam menjalakkannya dengan mengikuti tren terbaru sehingga walaupun banyak tantangan dan persaingan tetap dapat dilalui tanpa merugikan usaha yang digeluti.

Kata Kunci: Strategi Wirausaha, Wedding Organizer.

ABSTRACT

Introduction: Strategy in entrepreneurship is certainly inseparable from the consideration of marketing strategies that are packaged in the process of starting a business. In planning a business requires expertise and agility in giving an attractive impression to customers. This study analyzes the entrepreneurial strategy of one entrepreneur engaged in the field of wedding decoration services and others, namely the wedding organizer Rumah Pengantin Tini. Methods: This study uses a qualitative research method using a descriptive approach. Data collection techniques in this study use observation, interview and documentation techniques as well as literature reviews. Results: The results of the study indicate that the wedding organizer entrepreneurial strategy is very important in adapting and integrating with the conditions of wedding trends while maintaining a modern impression and following the times. Innovative thinking and activities are needed in running a wedding organizer business in order to survive and compete with the same business actors. The business strategy that is implemented must pay attention to several stages or processes such as things that are prepared in starting a business, business management, marketing strategies, setting rental prices, income, challenges and problems and solutions taken in dealing with each problem that exists. Conclusion and suggestion: In entrepreneurship, courage, capital, innovation and creativity are needed in running it by following the latest trends so that even though there are many challenges and competition, they can still be overcome without harming the business being run.

Keywords: Entrepreneurial Strategy, Wedding Organizer.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep kewirausahaan sosial telah menarik perhatian berbagai akademisi dan praktisi yang ditandai dengan semakin banyaknya literatur teoritis serta munculnya komunitas ilmiah dan non ilmiah baru. Sehingga dengan pesatnya pertumbuhan fenomena tersebut banyak bidang penelitian terbaru yang berkembang di strategi bisnis, kewirausahaan, manajemen sektor public, sosiologi, ilmu politik, ekonomi dan pendidikan (Canestrino et al., 2020).

Bisnis wedding organizer sendiri seiring perkembangan zaman mengalami juga perkembangan yang pesat yang diiringi perubahan gaya hidup dan preferensi pasangan modern. Dalam beberapa tahun terakhir, pernikahan bukan hanya pada acara suci dan sacral tetapi juga merupakan momen penting yang harus diabadikan dengan segala macam pernik-pernik yang menghiasi sehingga tampak unik dan berkesan. Untuk mendapatkan hal ini tentunya dibutuhkan layanan jasa ahli untuk mengatur segala kebutuhan pernikahan, dari pakaian, dekorasi, catrin dan hiburan lainnya. Tentunya hal ini diatur oleh layanan wedding organizer (Hasikin & Harmonis, 2024).

Wedding organizer sendiri menurut Sumarsono merupakan forum atau badan yang khusus melayani jasa dibidang pernikahan yang secara langsung membantu calon pengantin mempersiapkan segala yang berhubungan dengan acara sacral pernikahan agar berjalan sesuai yang dikehendaki (Vesselia et al., 2019). Dalam menjalankan bisnis sebagai wedding organizer dibutuhkan kreatifitas dan ketelatenan dalam bekerja, karena banyaknya persaingan didunia kerja WO sehingga sangat dibutuhkan hal tersebut dalam penerapannya.

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi memberikan akses mudah bagi para calon pengantin untuk menemukan referensi dekorasi atau layanan wedding organizer yang dibutuhkan dan tentunya modern dengan masa sekarang. Agar tidak kecewa dan terlalu repot dalam mempersiapkan pernikahan tentunya wedding organizer hadir untuk mempermudah hal tersebut. Wedding Organizer bukan hanya melayani jasa dekorasi tetapi dengan jejaring yang luas seorang wedding organizer memiliki berbagai vendor seperti penyedia fotografer, caterin, hiburan dan lain-lainnya, dengan ini kostumer tidak perlu khawatir mengenai acara pernikahannya lagi.

Strategi wirausaha berkaitan dengan rencana tindakan secara berkelanjutan dan sistematis dalam mencapai tujuan bisnis yang meliputi keputusan dan langkah-langkah strategis yang diambil untuk menciptakan, mengembangkan dan menumbuhkan bisnis yang dijalankan (Minarso & Machmuddah, 2020; Ramadlani et al., 2023; Rossevelt et al., 2024). Strategi dalam berwirausaha tentunya tidak terlepas juga dari pertimbangan strategi pemasaran yang dikemas pada proses memulai suatu usaha. Dalam merencanakan usaha membutuhkan keahlian dan kecekatan dalam memberikan kesan menarik bagi pelanggan. Karena semakin banyaknya pelaku bisnis pada bidang wedding organizer, para pelaku bisnis baik online maupun offline harus berpikir keras untuk tetap memberikan layanan yang berkualitas, berdasarkan pengalaman yang didapatkan, pelanggan cenderung membangun nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memengaruhi pelanggan untuk melakukan perbandingan dengan kompetitor dari produk yang pernah dialaminya (Sope, 2023). Semua ini tentunya tidak terlepas dari adanya strategi kewirausahaan yang telah direncanakan sebelumnya terutama bagi para pelaku usaha wedding organizer itu sendiri.

Menjalankan bisnis sebagai wedding organizer tidak semudah yang dibayangkan melainkan juga diselimuti oleh tantangan-tantangan yang harus dihadapi dengan sabar

karena permintaan klien kadang menyulitkan bahkan berbagai perubahan dari persetujuan yang mungkin telah disepakati bisa saja terjadi. Komunikasi yang baik sangat penting bagi kedua belah pihak yaitu pihak wedding organizer itu sendiri dan klien sebab didalamnya ada keinginan untuk memberikan pelayanan yang baik.

Kinerja dan kreatifitas karyawan dalam proses kerja sangat penting untuk memberikan kesesuaian kerja dan kepuasan pelanggan. Semangat kerja dan kekuatan kerja juga turut serta memberikan peran penting agar tercapainya hasil kerja yang memuaskan (Wanta et al., 2021). Karena perubahan zaman maka budaya pernikahan khususnya pada suku bugis juga mengalami system dan tatanan yang berubah tetapi tetap memperhatikan adat istiadat secara turun temurun. Dekorasi yang mewah telah menjadi hal yang sangat penting dalam acara pernikahan bagi Sebagian masyarakat bugis. Dengan semakin banyaknya pebisnis wedding organizer, kami tertarik untuk menganalisis strategi wirausaha salah seorang pengusaha yang bergerak dibidang jasa layanan dekorasi syukuran pernikahan dan lain-lainnya, yaitu wedding organizer Rumah Pengantin Tini di Kabupaten Bulukumba khususnya beralamat di kecamatan BontoBahari, kelurahan Tanah Beru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai suatu fenomena yang ada di masyarakat secara jelas tanpa adanya sesuatu yang dilebih-lebihkan dalam masalah yang diteliti (Abdussamad, 2021).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi serta kajian literatur. Lokasi dalam penelitian ini terletak di daerah Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. Dalam pengambilan informan menggunakan teknik Purposive Sampling dengan jumlah informan sebanyak 2 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis mulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik Pengabsahan data menggunakan Member check. Tujuan Member check yakni untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan data dari informan. Dalam proses pengumpulan data dengan menggunakan Member check penelitian melakukan wawancara kembali terhadap informan dengan menggunakan pertanyaan yang sama yang bertujuan untuk mengecek kevalidan suatu data (Sidiq dkk., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wirausaha WO ini berdiri sejak tahun 1950 an oleh kakek dan ibu yang menjalankan usaha ini sekarang. Setelah kakek dan ibunya tidak kuat dan sehat sedia kala kemudian diteruskan oleh sang anak yang sekarang menjalani profesi tersebut. Pemilik WO ini kira kira dari perpindahan tangan usaha sekitar tahun 2006 sampai sekarang yaitu kurang lebih 18 tahun menjalani profesi sebagai WO. Usaha ini dijalani oleh sepasang suami istri yang memiliki pekerjaan utama suami sebagai wiraswasta dan istri sebagai ibu rumah tangga. Nama pemilik usaha ini yaitu bapak Muhammad Asri usia 44 tahun dan Ibu Justini 42 tahun. Usaha ini dimulai secara turun temurun, mulai dari kakek, ibu sampai ke cucu sekarang yang melanjutkan usaha tersebut, dapat dikatakan telah menurun ke generasi ketiga. Dulunya belum banyak orang yang berwirausaha sebagai indo botting (wedding organizer) mungkin hanya ada 3-4 orang di daerah tersebut yang melakoni usaha indo botting tersebut. Seiring berjalannya waktu semakin banyak orang yang menjadi indo

botting karena semakin banyak pula generasi sehingga pernikahan dan acara-acara pesta semakin banyak. Pendapatan juga lumayan tinggi, akan tetapi modal usahanya juga membutuhkan biaya besar sehingga butuh keberanian yang tinggi juga dalam melakoni wirausaha ini. Wedding organizer Rumah Pengantin Tini berada di Kabupaten Bulukumba khususnya beralamat di kecamatan BontoBahari, kelurahan Tanah Beru. Untuk asal usul penamaannya yaitu, awal pendirian sampai tahun 2018 belum ada nama untuk WO ini, mungkin karena belum terfikirkan, akan tetapi fotografer langganan WO ini kemudian memberi nama Tini Decoration pada tahun 2019, akan tetapi setelah beberapa bulan diubah oleh pemilik atau owner menjadi Rumah Pengantin Tini dan berlaku hingga sekarang, karena nama ini lebih mudah dikenali, diucapkan, diingat dan unik.

Penerusan wirausaha ini juga karena banyaknya orang yang telah mengenal wedding organizer ini, karena sudah terkenal jadi sayang sekali jika tidak diteruskan oleh generasi penerus terutama bagi cucu yang benar-benar memiliki keberanian menghadapi segala tantangan menjadi seorang indo botting. Dalam perjalanan menjadi seorang wirausaha WO tentunya dibarengi dengan berbagai rintangan, hambatan dan tidak mulus begitu saja. Banyak ujian dalam menjalani usaha tersebut. Tapi karena semangat dan tanggung jawab membuat pemilik WO ini tidak pantang menyerah begitu saja, hingga saat ini terkenal di berbagai wilayah, mungkin juga dipengaruhi dari orang tua dahulu yang sudah banyak dikenal oleh orang-orang.

1. Proses Memulai Usaha

Secara garis besar ada beberapa hal yang sangat penting diperhatikan dalam memulai usaha ini, yaitu keberanian menanggung segala resiko ketika usaha ini berjalan karena dari beberapa pengalaman yang telah terjadi, banyak tantangan- tantangan yang dihadapi seorang interpreneur dalam menjalankan sebuah usaha seperti wirausaha wedding organizer itu sendiri, seperti misalnya jam kerja yang tidak stabil bahkan jam istirahat sangat sedikit terlebih jika banyak dan pekerjaan yang musiman. Sehingga segala bentuk resiko ini harus siap diterima dan dihadapi jika ingin memulai usaha ini. Selain itu, modal juga tidak kalah penting yang dimana harus dipersiapkan modal besar untuk membeli segala peralatan yang dibutuhkan dalam pengerjaan layanan ini. Serta kreativitas yang tinggi terhadap model dan keindahan layanan dekorasi yang ditampilkan. Yang tidak kalah penting juga ialah karyawan yang siap untuk melancarkan usaha ini dan karyawan tersebut tahan terhadap segala perintah dan tenaga yang dibutuhkan.

Dari penelitian oleh (Rasyid et al., 2021) terhadap UmahKulo Wedding & Event Organizer bahwa dalam memulai usaha menjadi wedding organizer kita harus memiliki keberanian dan tekad ketika memulai suatu usaha apapun dan jangan memusingkan kata-kata orang yang membuat kita jatuh. Fokus pada usaha yang kita rintis adalah kunci utamanya. Lalu mempertahankan usaha tersebut dengan terus memantau kondisi dan beradaptasi dengan kondisi yang sedang terjadi.

Proses Mengelola Usaha

Dalam pengelolaan usaha ini, modal didapatkan dari bantuan orang tua, setelah banyak yang menyewa sedikit demi sedikit terbayar modal tersebut. Setiap tahun juga bahan dan material selalu ditambah dan diperbaharui demi mewujudkan permintaan konsumen serta mengikuti perkembangan zaman. Dulunya juga material yang digunakan masih sederhana dan tradisional, tetapi seiring perkembangan zaman maka semakin modern pula dekorasi yang digunakan tanpa menghilangkan ciri khas kebudayaan setempat. Dalam mengelola usaha ini tidak terlepas dari inspirasi, inovasi dan kreativitas dalam mengelola setiap kebutuhan yang digunakan untuk keperluan dekorasi. Bahan yang tiap masa juga semakin tinggi dan mahal, juga memerlukan kepandaian dalam

menyetarakan antara harga sewa dan modal yang dikeluarkan, sehingga sangat dibutuhkan kecekatan dalam perhitungan modal dan pendapatan. Menjadi WO memanglah dibutuhkan pengelolaan yang hati hati dan teliti penuh pertimbangan agar hasil yang dicapai memuaskan dan menutup modal usaha.

Untuk bahan dan material yang digunakan di beli melalui online dan juga secara langsung ke toko yang menjual berbagai alat dan bahan wedding organizer. Pemilik sendiri memiliki 6 orang karyawan, laki laki 3 orang yang bertugas untuk melakukan kegiatan yang berat dan selebihnya perempuan yang memasang dekorasinya dan mengatur barang barang yang digunakan. Pemilik juga turut andil dalam mengelola kebutuhan pemasangan dekorasi, dan mengecek segala perlengkapan yang dibutuhkan konsumen. Barang yang dibawa selain kebutuhan dekorasi juga dipersiapkan alat alat dapur yang digunakan pemilik rumah untuk mempersiapkan hidangan untuk para tamu. Karyawan sendiri berasal dari keluarga pemilik usaha tersebut.

Modal selalu dikeluarkan setiap melihat permintaan konsumen yang keinginannya seperti apa. Modal awal sendiri masih sedikit yaitu Rp. 30.000.000 an juta. Tetapi seiring berjalannya waktu modal setiap tahun juga bertambah karena harga bahan naik dan permintaan konsumen yang bisa dibilang banyak juga. Model pakain pengantin juga selalu berubah ubah dan semakin hari semakin mewah sehingga untuk menarik konsumen dilakukan perubahan dan inovasi baru. Karena berbagai inovasi baru muncul sehingga tiap tahun dapat dikeluarkan modal sebesar Rp. 10.000.000- Rp. 40.000.000 juta. Hal ini juga dipengaruhi oleh alat yang biasanya membutuhkan perbaikan.

Selain itu, dalam pengelolaannya proses penetapan harga dengan cara customer sendiri yang ketempat penyedia jasa layanan Wedding organizer atau sebaliknya, yaitu pelaku wedding organizer yang ke tempat clen yang kemudian sama- sama sepakat dengan harga dan paket layanan serta penentuan tanggal atau hari H acara (Normah, 2017).

Pemasaran

Bagian pemasaran atau penawaran dilakukan dengan media sosial berupa facebook dan juga dari orang lain yang menawarkan untuk menggunakan jasa WO tersebut karena beberapa kelebihan seperti harga yang bisa dibicarakan dan pas dikantong para konsumen. Promosi-promosi social media dan secara langsung ke konsumen akan memberikan kemudahan dalam penyewaan jasa layanan yang ditawarkan. Untuk waktu penyewaan jasa WO sendiri tidak pasti setiap bulannya. Paling banyak yang menyewa itu ada pada bulan-bulan Sya'ban, Syawal dan setelah lebaran haji sesuai penanggalan Islam. Pada bulan ini padat sekali orang yang menikah sehingga bisa didapatkan 9-15 acara pernikahan maupun syukuran aqiqah atau khitanan yang menyewa jasa dekorasi ini. Untuk bulan bulan di luar dari bulan tersebut biasanya hanya didapatkan 3-5 konsumen. Pada bulan ramadhan khususnya tidak ada acara pernikahan maupun syukuran sehingga jasa layanan dekorasi di istirahatkan.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Mewindawati & Faidah, 2018; Aqobah & Dewi, 2023) bahwa dalam proses pemasaran oleh Wedding Organizer yang bernama Agung Wedding Organizer dilakukan dengan penawaran atau promosi harga khusus, potongan harga, dan menggunakan promosi media sosial. Promosi yang dilakukan tentunya menarik konsumen sehingga banyak yang berminat untuk menggunakan jasa layanan tersebut (Firmansyah & Purwanto, 2022).

Penetapan Harga Sewa

Untuk penetapan harga sewa, sesuai kesepakatan kedua belah pihak dan harga bersahabat. Mulai dari Rp. 5.000.000 juta an sampai Rp. 12.000.000 juta dengan variasi harga yang berbeda-beda tentunya mengacu juga pada alat, bahan dan perlengkapan yang

dibawakan konsumen serta biasanya satu paket dengan MUA dan Fotografer. Harga tinggi tentunya merupakan paket lengkapnya. Penetapan harga sewa juga tidak terlepas dari modal yang dikeluarkan termasuk gaji karyawan. Gaji karyawan yang sebatas asisten disesuaikan dengan kepadatan kegiatan yang bisa ditaksir Rp. 200.000 – Rp. 400.000 per pengantin dan perorang untuk karyawan yang khusus memasang dekorasi mulai kain hingga hiasan mendapatkan gaji yang lebih besar yaitu Rp 500.000- Rp 1.500.000 per orang. Pendapatan 5-11 juta termasuk pendapatan kotor atau masih dibagi bagi dengan gaji karyawan. Pendapatan bersih mulai dari 3-9 juta per pengantin, semua tergantung harga sewa dan modal yang dikeluarkan.

Dalam penerapannya harga sewa biasanya dibayar lunas sekaligus setelah acara selesai baik secara tunai maupun non tunai. Selain itu, biasanya juga ada uang muka atau DP yang jumlahnya tergantung kesepakatan kedua belah pihak, kemudian dilunasi setelah acara selesai kira-kira 1-3 hari selesainya acara.

Seperti pada penelitian oleh (Rusdarina & Wiwitan,. Penetapan harga layanan jasa wedding organizer adalah dengan melihat kelengkapan yang di inginkan klien dan kerumitan dekorasi yang diinginkan atau dalam hal ini lebih kepada kualitas yang dilayankan.

Pendapatan

Pendapatan perbulan tidak dapat ditaksir karena acara syukuran atau pernikahan dalam sebulan tidak dapat ditentukan secara pasti semua tergantung dari jumlah customer yang menyewa jasa WO ini tetapi pada bulan-bulan seperti bulan Sya'ban, Syawal dan setelah lebaran haji dapat ditaksir pendapatan kotor itu sekitar 40-75 juta perbulan, pendapatan bersih tidak dapat dipastikan karena modal yang keluar juga diperhitungkan, tetapi keuntungan dapat dikatakan lumayan karena bisa didapatkan sampai puluhan juta. Adapun untuk pendapatan pertahun juga dapat ditaksir sekitar 100-200 juta komplit dengan modal tambahan dan gaji karyawan.

Tantangan dan Permasalahan yang Dihadapi

Tantangan dan masalah yang dihadapi selama melakukan wirausaha ini, yaitu modal yang besar menjadi tantangan tersendiri dalam bewirausaha jasa dekorasi ini, dimana setiap tahun harus mengeluarkan modal besar untuk menutupi segala perbaikan dan perubahan selera masyarakat setempat. Waktu yang tidak menetap juga menjadi salah satu tantangan, karena disesuaikan dengan waktu waktu baik menurut masyarakat dan kepercayaan setempat. Misalnya saja pada bulan puasa pasti pemasukan tidak ada sehingga pemilik tentunya harus pandai memutar otak untuk mendapatkan pendapatan. Selain itu, waktu yang tidak menentu juga membuat pendapatan tidak menentu pula. Pada saat kepadatan acara syukuran tiba juga membutuhkan kerja ekstra dan waktu istirahat yang hanya sedikit, sehingga menjaga kesehatan agar tetap vit juga sangat penting walaupun susah. Masalah yang dihadapi biasanya jika padat orderan pengantin karena biasa dalam pemasangan dekorasi lambat dilaksanakan sehingga ada saja konsumen yang protes dan menuntut untuk mempercepat pekerjaan tersebut. Tantangan yang paling penting disini adalah kesiapan dan kepandaian mengolah strategi usaha dan kepuasan pelanggan. Dibutuhkan kerja ekstra pagi siang malam jika pengantin padat dan harus memutar otak pada saat mengatur semua yang dibutuhkan.

Wirausaha apapun yang digeluti tentunya tidak terlepas dari berbagai rintangan dan tidak ujian yang dihadapi. Musim hujan juga dialami beberapa kendala seperti kerusakan properti dan menghalangi aktivitas jadi butuh kesabaran lebih dalam menghadapinya. Tantangan lain juga adalah banyaknya saingan, seiring berjalannya waktu semakin banyak yang membuka usaha WO yang tentunya membuat kita harus pandai berinovasi ditengah

persaingan yang begitu ketat. Banyak orang yang suka dengan layanan dekorasi ini juga dipengaruhi oleh harganya yang ramah dikantong masyarakat dan bisa dibicarakan secara kekeluargaan. Harga murah tetapi kualitas dan kelengkapan dapat bersaing. Membantu orang yang kurang mampu juga sebagian dari kebaikan yang harus dilakukan, jadi jika ada konsumen yang ingin menyewa tetapi dana terbatas juga bisa dibantu meringankan keinginannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prayudi & Yulistria, 2020) bahwa hal yang menjadi tantangan pokok dalam bisnis wedding organizer adalah banyaknya saingan dari masa kemasa yang semakin meningkat. Selain itu, pengorbanan waktu dan jam istirahat yang kurang dalam menggeluti usaha ini (Tamba & Afriani, 2023).

Solusi dalam Menghadapi Tantangan

Yang terpenting adalah kepuasan pelanggan nomor satu. Dalam menghadapi segala tantangan dan ujian wirausaha ini diperlukan kecekatan dalam berfikir dan mengelola permintaan konsumen. Selalu berinovasi dan mengikuti tren yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat. Jika ada peralatan yang rusak, maka diperbaiki atau diganti dengan peralatan baru. Berdoa, semangat, kerja keras dan pantang menyerah serta rajin berbagi adalah kunci kelancaran bisnis. Sabar merupakan kunci dari ujian-ujian yang dihadapi dalam menjalankan usaha ini. Senantiasa menerima kritikan dengan Ikhlas dan berlapang dada.

Hal ini pula seperti yang terapkan oleh wedding organizer lain yaitu UD Santoso Wedding Organizer dalam menghadapi berbagai permasalahan seperti kerusakan property dapat dilakukan dengan memperbaiki dan memperbaharui peralatan tersebut dan senantiasa berinovasi agar mampu bersaing dengan sehat dan unggul di dunia bisnis seperti wedding organizer ini (Muzaiyan, 2021).

KESIMPULAN

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi memberikan akses mudah bagi para calon pengantin untuk menemukan referensi dekorasi atau layanan wedding organizer yang dibutuhkan dan tentunya modern dengan masa sekarang. Agar tidak kecewa dan terlalu repot dalam mempersiapkan pernikahan tentunya wedding organizer hadir untuk mempermudah hal tersebut. Memulai suatu usaha tentunya membutuhkan keberanian akan segala hal yang akan dihadapi nantinya, modal juga tentunya tidak kalah penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi wirausaha wedding organizer sangat penting dalam beradaptasi dan berintegrasi dengan kondisi tren pernikahan dengan tetap mempertahankan kesan modern dan mengikuti perkembangan zaman. Diperlukan pemikiran dan kegiatan yang inovatif dalam menjalankan bisnis wedding organizer agar mampu bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha yang sama. Strategi bisnis yang dijalankan harus memperhatikan beberapa tahapan atau proses seperti hal-hal yang dipersiapkan dalam memulai usaha, pengolahan usaha, strategi pemasaran, penetapan harga sewa, pendapatan, tantangan dan permasalahan serta solusi yang diambil dalam menghadapi setiap permasalahan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Aman, M. (2021). Pengembangan Sistem Informasi Wedding Organizer Menggunakan Pendekatan Sistem Berorientasi Objek Pada CV Pesta. *Jurnal Janitra Informatika dan sistem informasi*, 1(1), 47-60. <https://doi.org/10.25008/janitra.v1i1.119>
- Aqobah, D. A., & Dewi, P. A. R. (2023). Pengelolaan Promotion mix pada mahar Agung wedding Organizer. *The Commercium*, 7(1), 56-66.

- Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawelek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132-143. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.006>
- Elsani, D., Fitrialis, R., Cahyono, R., Aldiansyah, Y. F., & Fitriana, N. (2024). Analisis Dinamika Perekonomian 3 Sektor dalam Konteks Pertumbuhan Ekonomi Regional. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 3(2), 10-20. <https://doi.org/10.30630/jabei.v3i2.234>
- Firmansyah, R. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 658-662.
- Hasikin, H., & Harmonis, H. (2024). STRATEGI DIPLOMASI DAN NEGOSIASI DALAM BISNIS WEDDING ORGANIZER. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(12), 71-80.
- Kalistarosa, A., & Kusumasari, I. R. (2024). PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN INOVASI PRODUK DI SEKTOR BINIS. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(3), 51-60. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v5i3.6362>
- Mewindawati, R., & Faidah, Mutimmatul. (2018). Strategi Pemasaran Tata Rias Pengantin Di Paras Asri Wedding Organizer. *E-Journal*, 7(1), 43-48.
- Minarso, B., & Machmuddah, Z. (2020). Pentingnya Strategi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Pendapatan Anggota Forum UPPKS Kota Semarang. *Abdimas Unwahas*, 5(2). <http://dx.doi.org/10.31942/abd.v5i2.3725>
- Mulyani, S., & Asnawi, N. (2022). Peran strategis kewirausahaan dalam pembangunan (Tinjauan pendekatan ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2958-2965. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6776>
- Muzaiyin, A. M. (2021). ANALISIS SISTEM PELAYANAN JASA WEDDING ORGANIZER DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di UD. Santoso Wedding Organizer): Analysis Of Wedding Organizer Service System In Terms Of Islamic Business Ethics (Case Study In UD. Santoso Wedding Organizer). *Fenomena*, 20(1), 129-144. <https://doi.org/10.35719/fenomena.v20i1.56>
- Normah, N. (2017). Sistem Informasi Administrasi Wedding Organizer Sanggar Widya Jakarta. *Bina Insani ICT Journal*, 4(2), 161-168.
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan matriks SWOT dan metode QSPM pada strategi pemasaran jasa wedding organizer: Studi kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 224-240. <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Puspita, Y. (2022). Analisis Ekonomi Entrepreneurship. *Jurnal Ar-Ribhu*, 5(2), 372-384. <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i2.658>
- Ramadlani, A. S., Fajri, N., & Dos Santos, E. D. A. (2023). Studi Literatur: Strategi Kewirausahaan Dalam Upaya Mengembangkan Usaha Masyarakat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 6(1), 11-18. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v6i1.11010>
- Rasyid, M. F. A., Azzahra, S., Rizki, M. H., & Mustakim, M. (2021). eksistensi Wedding organizer di tengah pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1)* 4-5. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/11291>
- Rossevelt, F. A., Hamdi, H., Ginting, S., & Syafii, M. (2024). Transfer Pengetahuan Strategi Kewirausahaan Bagi Pedagang Kaki Lima Di Kota Medan. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(1), 650-656. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.767>
- Rusdarina, W., & Wiwitan, T. (2021). Strategi Digital Marketing X Wedding Organizer. *Jurnal Riset Public Relations*, 112-119. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.414>
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87-100.

- <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>
- Tamba, D. U. N., & Afriani, A. (2024). Analisis Strategi Words of Mouth melalui Booklet pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer Menggunakan Metode SWOT (Strength, Weakness, Threat, Opportunity): Studi Kasus pada Kabio Wedding. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 296-307. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.477>
- Tanago, F. E., Pramudia, H., & Pramesti, D. S. (2023). Inovasi Selai Bunga Marigold Sebagai Produk Olahan Selai. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2), 89-100. <https://doi.org/10.46837/inspire.v1i2.14>
- Vesselia, I., Syarifuddin, A., & Hamandia, M. R. (2024). Pola Komunikasi Crew dengan Klien dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan pada Shakila Wedding Organizer. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 4 (1) , 1-9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.3140>
- Violin, V., & Asdar, M. (2021). Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Wirausaha. *YUME: Journal of Management*, 4(3). <https://doi.org/10.37531/yum.v4i3.1609>