

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. LATAR BELAKANG**

Perkembangan industry di era modern ini tentunya tidak terlepas dari pertumbuhan dari industry jasa. Jasa sendiri adalah sector penting dalam roda perekonomian yang mengalami pertumbuhan serta perkembangan pasar yang begitu pesat (G/Tsadik et al., 2020). Karena pesatnya pertumbuhan dan perkembangan industry ini, mengakibatkan munculnya berbagai jasa yang baru, disertai dengan dipengaruhinya perkembangan teknologi yang semakin canggih.

Pengertian jasa sendiri merupakan suatu tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak yang lain yang mana memiliki prinsip tidak berpindahya kepemilikan apapun. Seiring dengan perkembangan industry jasa yang semakin maju, tentunya pemasaran menjadi sangat penting dalam menentukan keberlanjutan usaha suatu perusahaan atau bisnis. Pemasara jasa dapat diartikan dengan kegiatan produsen menawarkan produk kepada konsumen dalam bentuk tidak berwujud serta tidak menimbulkan berpindahya kepemilikan.

Pengertian produk sendiri yaitu semua atribut yang berwujud ataupun tidak berwujud yang meliputi warna, harga, nama baik, dan layanan serta dapat diterima konsumen guna memenuhi kebutuhannya (G/Tsadik et al., 2020). Karena produk merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen tentunya produk yang unik dan memiliki berbagai macam pilihan akan mejadi nilai tambah.

Dalam strategi pemasaran jasa tentu tidak lepas dari promosi. Promosi adalah alat yang diguakan untuk memberitahukan atau menawarkan produk kepada konsumen dengan tujuan menarik pembeli atau pelanggan. Dengan promosi yang berbeda atau unik akan membuat konsumen mudah untuk mengingat produk tersebut, sehingga ada kemungkinan konsumen membeli atau menggunakan produk tersebut. Dan bagi konsumen yang tidak tergugah oleh promosi yang dilakukan, setidaknya konsumen tersebut dapat menjadi alat promosi berjalan.

Promosi yang baik juga tidak terlepas dari suatu layanan. Layanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan atas terpenuhinya kebutuhan atau keinginan konsumen. Layanan yang profesional dapat menarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.

Setelah konsumen mengetahui tentang produk, promosi dan juga layanan dari suatu perusahaan tentunya akan mempengaruhi minat dari konsumen. Konsumen akan menggunakan atau tidak produk yang ditawarkan. Minat konsumen sendiri merupakan suatu reaksi yang dilalui untuk menyukai suatu produk yang ditawarkan sebelum membuat keputusan.

Salah satu bisnis yang menawarkan jasa adalah bisnis *wedding organizer* atau WO. Bisnis *wedding organizer* (WO) sendiri mengalami pertumbuhan yang signifikan karena pernikahan merupakan hal yang sangat penting untuk masyarakat.

Pernikahan sendiri merupakan momen yang sangat didambakan oleh setiap calon pengantin, karena memiliki sifat sakral yang mana untuk mengikat janji kepada Tuhan. Pada tahun 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat setidaknya 1,71 juta pasangan yang melangsungkan acara pernikahan. Karena pernikahan merupakan peristiwa yang paling sacral dan berarti yang dialami oleh setiap manusia terlebih lagi bagi calon pengantin, tentunya calon pengantin ingin pernikahan mereka menjadi momen yang tak terlupakan. Untuk itu pastinya melibatkan banyak proses dan detail pengaturan pernikahan, seperti halnya pesta pernikahan atau resepsi pernikahan.

Dalam penyelenggaraan pesta pernikahan tentunya banyak yang harus disiapkan dari tempat, dekorasi, catering, pengisi acara, MC, fotografer dan lain sebagainya agar sesuai dengan apa yang diinginkan dan didambakan oleh calon pengantin. Akan tetapi, banyak dari calon pengantin yang tidak memiliki cukup waktu, tenaga dan anggota keluarga untuk membantu mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan dalam pra maupun pelaksanaan pernikahan, sehingga membutuhkan jasa yang dapat

membantu dalam pra-acara sampai dengan selesainya acara. Salah satu yang menawarkan jasa tersebut tentunya adalah *wedding organizer* (WO).

*Wedding organizer* adalah suatu jasa yang membantu dalam persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan, dan memiliki tujuan dapat menyediakan serta membantu dalam mengatur pelaksanaan pernikahan dari perancangan, *budgeting*, sampai tahap pelaksanaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa jasa *wedding organizer* (WO) sangat membantu dalam merancang sebuah pernikahan. Memilih menyewa jasa *wedding organizer* (WO) untuk membantu dalam mempersiapkan acara pernikahan merupakan langkah yang tepat, karena ditangani oleh tenaga profesional yang sudah terbiasa dalam mempersiapkan acara pernikahan.

Dalam membuat pernikahan yang diimpikan pastinya calon pengantin memiliki banyak pertimbangan sebelum memilih *wedding organizer* (WO). Banyaknya paket layanan yang ditawarkan oleh setiap *wedding organizer* (WO) dengan harga yang berbeda-beda, menjadikan calon pengantin sangat selektif dalam memilih dan memilah. Dalam mencari jasa *wedding organizer* (WO) biasanya dilakukan dengan pencarian acak di internet dan social media atupun saran dari saudara atau teman yang pernah menggunakan jasa *wedding organizer* (WO). Terkadang disaat telah menemukan paket layanan yang cocok, *budget* yang dimiliki tidak mencukupi untuk memilih paket tersebut, sehingga perlu mencari paket yang lain. Jika tidak beruntung, maka hal tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama hingga menemukan yang sesuai dengan yang diimpikan dan tentunya sedang tersedia pada tanggal pernikahan calon pengantin.

Apabila calon pengantin sudah menemukan jasa *wedding organizer* (WO) yang sesuai dengan yang diimpikan, dan *budget* yang dimiliki sudah cukup. Hal tersebut tidak menandakan bahwa calon pengantin sudah selesai dalam mengurus jasa *wedding organizer* (WO). Karena masih terdapat pemesanan atau pembokingan yang biasanya dilakukan secara langsung atau offline oleh pihak *wedding organizer*-nya. Hal ini tentunya akan menghabiskan tenaga, waktu dan pikiran calon pengantin. Karena tidak semua calon pengantin dapat melakukan setiap tahap dari mencari *wedding organizer* sampai ketahap pembayaran secara langsung.

Selain tidak adanya waktu dalam mengurus setiap tahap pemesanan *wedding organizer*. Terkadang terdapat *wedding organizer* yang sudah

menerima pembayaran ataupun DP, akan tetapi tidak menjalankan tugasnya dalam merancang pesta pernikahan, atau dapat dikatakan bahwa *wedding organizer* tersebut menipu calon pengantin.

Dari penjelasan di atas tentunya masyarakat ingin agar lebih mudah dalam mencari suatu jasa *wedding organizer* (WO) yang memiliki paket layanan sesuai dengan yang diinginkan oleh masyarakat. Dan dari penjelasan di atas juga dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh suatu *wedding organizer* (WO) kurang efisien, karena hanya terfokus pada social media dan promosi berjalan (masyarakat yang mempromosikan atau merekomendasikan *wedding organizer* (WO) tersebut kepada masyarakat atau orang lain). Karena promosi yang kurang efisien tentunya akan mengakibatkan jasa *wedding organizer* (WO) tersebut kurang dikenal oleh masyarakat dan akibatnya *wedding organizer* (WO) tersebut kurang diminati.

Promosi yang buruk akan mengakibatkan tidak berkembangnya suatu jasa *wedding organizer* karena promosi sangat menentukan produk yang ditawarkan diterima oleh masyarakat atau tidak dan promosi juga menjadi titik awal untuk membangun sebuah brand atau merek agar dapat dikenal oleh masyarakat. Jika promosi tidak berjalan dengan baik tentunya akan mengakibatkan ketidak stabilan penjualan atau pemasukan dari suatu bisnis. Jika pemasukan tidak stabil maka akan berakibat buruk dalam menciptakan suatu produk yang baru, karena untuk membuat produk yang baru diperlukan biaya yang tidak sedikit.

Cara yang sering dilakukan pihak *wedding organizer* (WO) dalam melakukan promosi biasanya adalah menggunakan media social seperti instagram, facebook, twitter atau website. Akan tetapi promosi tersebut kurang efisien dikarenakan target customer atau pelanggan hanya terbatas dari followesnya saja atau orang yang tahu tentang *wedding organizer* (WO) tersebut. Walaupun cara tersebut membutuhkan biaya promosi yang sedikit akan tetapi target yang diperoleh belum tentu seseorang yang membutuhkan jasa *wedding organizer* (WO).

Karena berbagai permasalahan yang terjadi, maka dari itu peneliti tertarik untuk membuat system informasi yang mana dapat membantu pihak *wedding organizer* (WO) agar nantinya lebih maksimal dalam melakukan promosi dan juga dapat membantu masyarakat agar lebih mudah untuk mencari informasi mengenai *wedding organizer* (WO).

Oleh karena itu, peneliti ingin menulis skripsi yang berjudul “Rancang Bangun Sistem Jasa *Wedding organizer* Dalam Bentuk Digital Market Berbasis Website”.

## 1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana membuat dan mengimplementasikan sistem informasi promosi jasa *Wedding organizer* berbasis web dengan metode waterfall?
2. Bagaimana proses promosi yang dilakukan pihak *Wedding Organizer*?
3. Bagaimana proses pemesanan dan juga pembayaran yang dilakukan oleh *customer*?
4. Bagaimana proses pengolahan data *Wedding organizer*?

## 1.3. BATASAN MASALAH

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. System dirancang khusus untuk Masyarakat dan WO yang ada di Kabupaten Kudus
2. System dibangun dalam bentuk *website*
3. Data yang digunakan merupakan data dari WO yang ada di Kabupaten Kudus
4. Aplikasi ini nantinya dapat diakses oleh admin, user umum dan user WO yang sudah terdaftar
5. System yang dibuat berisi data user, data katalog, data pembayaran, pemesanan, vendor dan tanggal.

#### **1.4. TUJUAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang aplikasi berbasis *website* untuk mempromosikan *wedding organizer*
2. Melakukan pemesanan serta pembayaran untuk Masyarakat yang memesan jasa *wedding organizer*
3. Mengelola data WO yang sudah terdaftar
4. Bahan Pertimbangan untuk memilih *wedding organizer* yang sesuai

#### **1.5. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan merupakan suatu metode atau tata cara untuk merampungkan atau menyelesaikan sebuah penelitian atau riset yang didalamnya terkandung pendahuluan, tujuan dan juga metode. Tujuan dari sistematika penulisan yaitu agar tugas makalah ataupun skripsi dapat tersusun dengan sistematis, runtut, dan terstruktur.

Salah satu yang membutuhkan sistematika penulisan adalah skripsi. Skripsi sendiri merupakan tugas akhir yang dikerjakan oleh mahasiswa tingkat akhir untuk mendapatkan gelar sarjana. Sistematika penulisan skripsi sendiri terkadang sudah ditentukan oleh pihak Universitas sendiri. Untuk sistematika penulisan skripsi di Universitas Muria Kudus adalah sebagai berikut :

1. Halaman Judul
2. Pengesahan
3. Abstrak/ Ringkasan
4. Kata Pengantar
5. Daftar Isi
6. Daftar Tabel
7. Daftar Gambar
8. BAB I : Pendahuluan
  - a. Latar Belakang Masalah
  - b. Rumusan Masalah
  - c. Batasan Masalah
  - d. Tujuan Penelitian

- e. Sistematika Penulisan
- 9. BAB II : Tinjauan Pustaka
- 10. BAB III : Metode Penelitian
- 11. BAB IV : Hasil dan Pembahasan
- 12. BAB V : Penutup
  - a. Kesimpulan
  - b. Saran
- 13. Daftar Pustaka
- 14. Lampiran

Pada BAB 1 pendahuluan, berisikan mengenai materi latar belakang mengapa mengangkat judul penelitian tersebut serta batasan yang dimuat dalam penelitian tersebut, rumusan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

Pada BAB 2 tinjauan pustaka berisikan tentang kutipan, pengertian, penjelasan mengenai suatu bahasan yang sedang diteliti oleh peneliti yang mana merujuk dari berbagai sumber dan sumber yang dikutip harus sesuai dengan standar penulisan skripsi.

Pada BAB 3 metode penelitian berisi tentang metode yang digunakan dalam menyusun dan merancang suatu pembahasan yang diteliti.

Pada BAB 4 hasil dan pembahasan berisi mengenai hasil yang diperoleh dari penelitian yang sudah dilakukan. Dalam bab ini juga dilakukan analisis mengenai system yang diteliti.

Pada BAB 5 ini yaitu penutup yang mana berisi tentang saran serta kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian dapat bermanfaat bagi penulis lain sebagai bahan pertimbangan agar penelitian dengan pembahasan yang sama bisa lebih maksimal.