

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum sebagai Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum

PARTY PARTNER merupakan suatu bisnis atau bidang usaha yang menjual berbagai peralatan dan perlengkapan pesta, baik itu pesta perayaan ulang tahun, pernikahan, *anniversary*, *bridal shower*, wisuda, dan perayaan pesta-pesta lainnya. Bisnis yang baru dirintis kurang lebih selama enam bulan ini, tepatnya sejak tanggal 27 Juli 2015, mulai memasarkan produknya melalui media jejaring sosial Instagram. Menurut Wikipedia (2016) Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jasa jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram menjadi salah satu pangsa pasar penjualan *online* yang mencakup sebagian besar masyarakat Indonesia, khususnya yang menggunakan *gadget*.

Tidak hanya terfokus pada penjualan *online*, pada tanggal 27 Agustus 2015, PARTY PARTNER mencoba untuk memulai penjualan secara *offline*. Penjualan secara *offline* ini berlokasi di dekat Universitas Telkom. Salah satu target penjualannya tidak lain ialah mahasiswa dan masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar wilayah Universitas Telkom.

Produk-produk yang dijual sebagian besar merupakan produk import dari Cina, Jerman, dan Malaysia. Meskipun demikian, PARTY PARTNER juga tidak menutup kemungkinan untuk menjual barang-barang produk dalam negeri. Terlebih lagi *official product* yang dicetak dan dibuat dengan label PARTY PARTNER sendiri. Produk-produk import yang dijual, antara lain balon foil, balon latex, stick balon, pompa, *crazy string*, *snow spray*, *party popper*(*confetti*), topi ulang tahun, slinger, kertas crepe, lilin kue (*magic candle*), dan sebagainya. Sedangkan produk dalam negeri, yakni beberapa balon latex berlabel SNI dan *tea light candle*. Selain itu, PARTY PARTNER juga menjual *official product* perlengkapan pesta yang berlabel PARTY PARTNER, seperti bendera (*bunting*

flag), *photo properties*, selempang wisuda, dan paket pesta anak seperti undangan ulang tahun, *cupcake topper*, dan sebagainya.

Penjualan baik secara *online* dan *offline* terus ditingkatkan oleh PARTY PARTNER guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan perlengkapan pesta. Seperti motto yang dimilikinya, ”*Part of Your Party*”, PARTY PARTNER selalu berusaha menjadi bagian penting dari acara perayaan pesta bagi pelanggan setianya.

1.1.2 Visi dan Misi PARTY PARTNER

Visi :

- Menjadi sarana utama perlengkapan pesta

Misi :

- Memenuhi permintaan pelanggan dengan produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau
- Memberi layanan terbaik guna meminimalisasi segala resiko yang mungkin terjadi
- Membangun hubungan dan kerjasama yang baik dengan pelanggan.

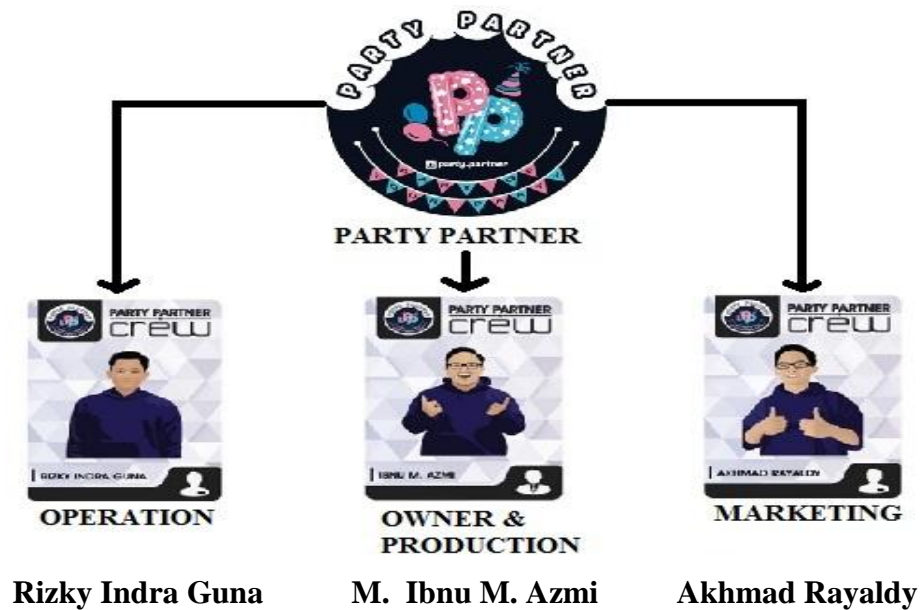
1.1.3 Logo PARTY PARTNER

Berikut ini adalah gambar logo PARTY PARTNER.



Gambar 1.1. Logo PARTY PARTNER

1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1.2 : Struktur Organisasi PARTY PARTNER

Sumber : Olahan peneliti

Keterangan :

1. Owner & Production : Memimpin perusahaan dan bertugas dalam hal produksi.
2. Marketing : Bertugas mengenalkan dan melakukan promosi produk.
3. Operation : Bertugas dalam hal operasional perusahaan.

1.1.5 Jenis Produk

Secara garis besar produk - produk yang dijual oleh secara garis besar produk yang dijual oleh PARTY PARTNER saat ini dibedakan oleh 2 jenis yaitu produk balon dan non balon, untuk contohnya sebagai berikut:

a. Produk Balon



Gambar 1.3 : Produk Balon PARTY PARTNER

Sumber : Olahan peneliti

Terdiri dari balon foil dan balon latex, keduanya dibedakan dari material dasarnya, balon foil terbuat dari kertas foil sedangkan balon lateks terbuat dari bahan karet. Bentuk keduanya pun beragam, umumnya balon foil berbentuk huruf dan angka namun ada yang berbentuk kue ulang tahun dan tokoh kartun. Untuk balon lateks, umumnya berbentuk bulat seperti balon-baon biasanya ada juga yang berbentuk hati.

b. Produk non balon



Gambar 1.4 : Produk non balon PARTY PARTNER

Sumber : Olahan peneliti

Produk non balon yang dijual PARTY PARTNER beraneka ragam, antara lain stick balon, pompa, *crazy string*, *snow spray*, *party popper* (*confetti*) dan *bunting flag*, *goodie bag*, mahkota, topi ulang tahun, slinger, kertas crepe, lilin angka, lilin kue.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Penggunaan balon di masyarakat gemar digunakan sejak dahulu pada acara ulang tahun, seiring berjalannya waktu masyarakat juga menggunakannya pada acara wisuda dan pesta pernikahan, peresmian kantor ataupun acara lainnya. Balon sering digunakan sebagai penghias dinding, sebagai gapura, hingga dijadikan penghias di plafon ruangan ataupun hanya digenggam untuk berfoto, adanya sebuah balon tentunya sebagai pelengkap sentuhan dekorasi pada sebuah acara agar menjadi lebih istimewa. (Kontan.co.id,2015).

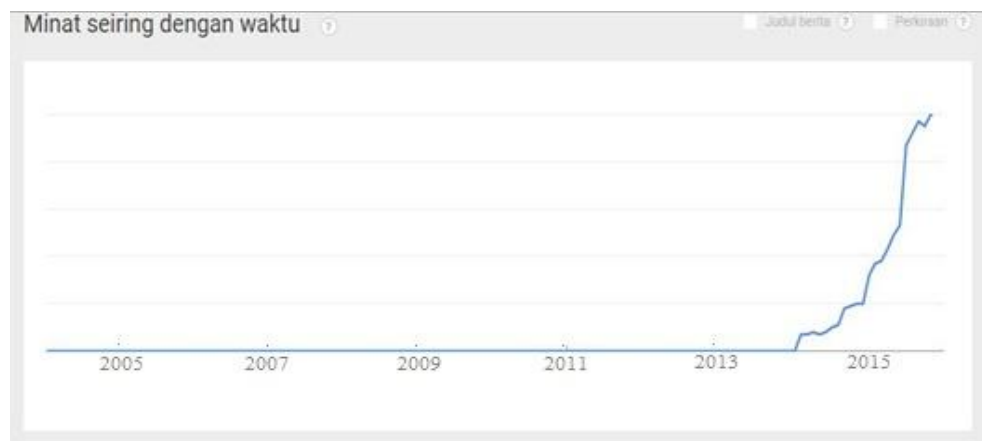
Balon modern dibuat dari bahan semacam karet,lateks, chloroprene dan nilon. Balon modern ditemukan oleh Michael Faraday pada tahun 1800-an, akan tetapi produksi massal balon belum terjadi sampai akhir tahun 1930-an. Perkembangan balon yang dahulu hanya berbentuk bulatan lonjong, kini sudah bertransformasi lebih menarik, balon hadir dengan berbagai macam bentuk, ukuran dan warnanya. (wikipedia.org/balon, 29 Februari 2016).

Tren balon foil dan perlengkapan pesta mulai populer di kalangan masyarakat seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial seperti Instagram. Masyarakat menjadi gemar mengunggah foto mereka bersama balon pesta terutama balon foil. usaha balon dan perlengkapan pesta, diprediksi masih akan baik prospeknya di kota-kota besar di Indonesia dalam dua hingga tiga tahun kedepan (Kontan.co.id, 2015). PARTY PARTNER mencoba menangkap peluang ini dengan cara terjun ke bisnis perlengkapan pesta.

PARTY PARTNER adalah usaha yang bergerak dalam penjualan perlengkapan pesta yang terletak di Jl. Bojongsoang no.288. Rintisan usaha ini merupakan pionir dikawasannya dalam penjualan perlengkapan pesta terutama balon lateks dan balon foil, maupun perlengkapan pesta lainnya. baik itu untuk pesta perayaan ulang tahun, pernikahan, *anniversary*, *bridal shower*, wisuda, dan

perayaan pesta-pesta lainnya. Produk-produk yang dipasarkan PARTY PARTNER berasal dari rekanan *supplier* di Jakarta, berupa produk yang berasal dari dalam dan luar negeri. Produk dalam negeri, yakni beberapa balon lateks berlabel SNI dan *tea light candle*. Selain itu ada pula *official* produk yakni bunting flag. Produk-produk import yang dijual umumnya berasal dari Cina dan Malaysia, antara lain balon foil, balon lateks, stick balon, pompa, *crazy string*, *snow spray*, *party popper(confetti)*, topi ulang tahun, slinger, kertas crepe, lilin kue (*magic candle*), dan lain sebagainya.

Minat terhadap perlengkapan pesta sendiri, misalnya balon huruf yang berbentuk huruf ini kian dicari oleh masyarakat melalui situs pencari di internet. Seperti pada gambar di bawah ini :



Gambar 1.5 Grafik minat balon huruf

Sumber : www.google.co.id/trends/ diakses pada 16 Feb 2016

Pada gambar 1.2 menampilkan grafik minat balon huruf 2005- 2016 di Indonesia. Berdasarkan grafik pencarian dengan kata kunci balon huruf terjadi peningkatan di tahun 2014- 2016 .



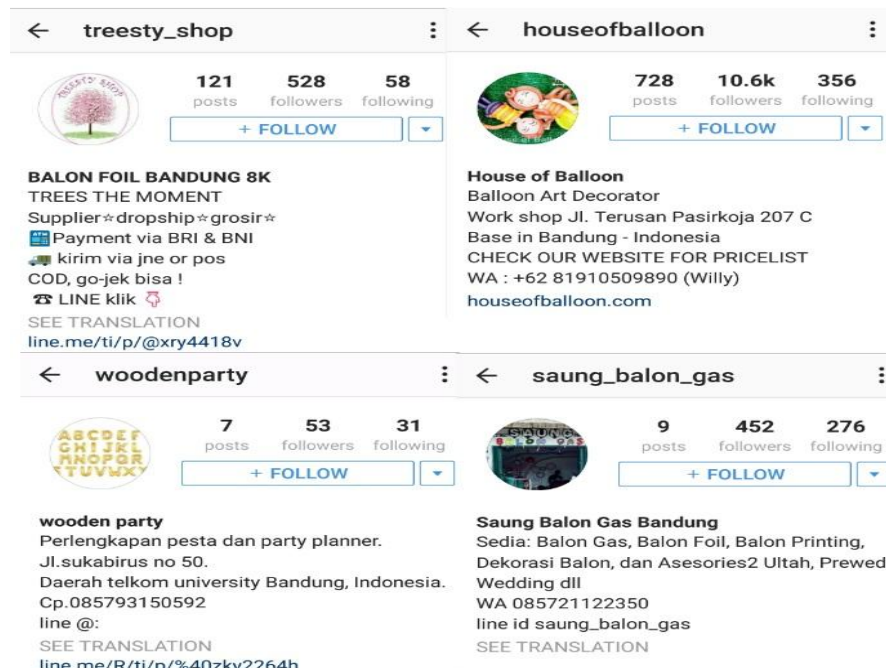
Gambar 1.6 Minat urutan provinsi dari tertinggi-terendah terhadap balon huruf di Indonesia

Sumber : www.google.co.id/trends/ diakses pada 16 Feb 2016

Pada gambar 1.3 menampilkan urutan minat kawasan di Indonesia dari tertinggi ke rendah pada provinsi : DKI Jakarta, Sumatra Utara, Jawa Timur, Jawa Barat terhadap balon huruf.

Perlengkapan pesta bukan hanya balon saja akan tetapi semakin beragam macam & jenisnya. Penggunaan balon dan perlengkapan pesta lainnya telah menjadi trend tersendiri di masyarakat. Di kota-kota besar peluang bisnis perlengkapan pesta sangat terbuka, Tingginya daya beli masyarakat tentunya sangatlah menguntungkan bagi para pengusaha perlengkapan pesta.

Minat usaha balon pesta tumbuh subur seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial seperti Instagram. Banyak pebisnis perlengkapan pesta melakukan pemasarannya di Instagram. Seperti gambar di bawah ini :



Gambar 1.7 Contoh Online Shop sejenis

Sumber : olahan penulis dari instagram

Pada gambar 1.5 menampilkan contoh pesaing online shop usaha sejenis yang menjual balon dan perlengkapan pesta. memasarkan produknya di media sosial salah satunya Instagram. Kata kunci yang biasanya dipakai untuk mencari balon pesta antara lain #balonfoil, #balonhuruf, #balongold dan lain sebagainya. Harga yang ditawarkan juga bervariasi, rata-rata berkisar antara Rp 5.000 – Rp 15.000, namun tidak menutup kemungkinan ada yang menawarkan lebih rendah lagi atau lebih tinggi.

Pada ruang lingkup usaha penjualan perlengkapan pesta dengan *core business* balon pesta, PARTY PARTNER memiliki pesaing di bidang yang serupa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di tabel harga pesaing dan harga PARTY PARTNER berikut ini:

Nama Toko	Pendekatan ke konsumen	Harga Eceran Per Balon	Alamat toko
GIVE GIFT BDG	Instagram, line, Whatsapp	Rp 5.000	Jl. Ciwastra no.301
PARTY PARTNER	Instagram, Line, Whatsapp	Rp 8.000	Jl. Bojongsoang no.288
WOODEN PARTY	Instagram, Line	Rp 10.000	Jl. Sukabirus no.50
TREESTY SHOP	Instagram, Line	Rp 8.000	Jl. Pasir koja Bandung
SAUNG BALON GAS	Instagram, Line, Whatsapp	Rp 15.000	Jl.Taman sari Bandung

Tabel 1.1 : Pesaing & PARTY PARTNER

Sumber : Data PARTY PARTNER dan Data external (pesaing)

Pada tabel diatas adalah perbandingan antara toko perlengkapan pesta dengan *core business* balon huruf atau angka ukuran standar, yang terdekat dari PARTY PARTNER yaitu WOODEN PARTY dan GIVE GIFT BDG. Dapat dilihat bahwa Harga eceran tertinggi dimiliki oleh toko WOODEN PARTY dengan harga per balonnya Rp 10.000, dan Harga terendah dimiliki oleh toko GIVE GIFT BDG dengan harga per balonnya Rp 5.000. Sedangkan harga balon eceran PARTY PARTNER berada di tengah-tengah pesaingnya dengan harga per balonnya Rp 8.000.

Sistem persaingan keempat contoh pesaing yang ditampilkan seperti WOODEN PARTY, TREESTY SHOP, SAUNG BALON GAS, GIVE GIFT BDG dan dibandingkan dengan PARTY PARTNER, dari segi lokasi PARTY PARTNER dan WOODEN PARTY sangat strategis yaitu di kawasan kampus universitas telkom dan berada dipinggir jalan tokonya sama halnya dengan keempat pesaing lainnya posisi toko berada di pinggir jalan yang dapat memudahkan dalam pembelian secara langsung, dari segi harga di PARTY PARTNER, TREESTY SHOP cukup terjangkau yang berada diposisi tengah, harga tertinggi pada WOODEN PARTY, SAUNG BALON GAS dan harga

terendah pada GIVE GIFT BDG, dari segi kelengkapan produk PARTY PARTNER, TREESTY SHOP, SAUNG BALON GAS, GIVE GIFT BDG lebih unggul karena lebih beragam kelengkapan produk yang dijualnya dibanding pesaingnya yaitu WOODEN PARTY. Penjualan pada WOODEN PARTY, TREESTY SHOP, SAUNG BALON GAS, GIVE GIFT BDG menggunakan cara penjualan online yaitu media instagram dan line dan untuk offlinenya membuka toko. Keempat pesaing yaitu WOODEN PARTY, TREESTY SHOP, SAUNG BALON GAS, GIVE GIFT BDG belum menggunakan aplikasi bisnis dalam hal penjualannya.

Semakin banyaknya pelaku usaha yang menjual balon dan perlengkapan pesta, persaingan usaha pun semakin ketat berbagai cara dilakukan baik secara online dan offline, untuk dapat menjawab kebutuhan akan perlengkapan pesta yang seiring berjalannya waktu terus meningkat perlunya sebuah strategi.

Menurut Hunger, J. David dan Whelen, Thomas L. dalam Triton PB (2011:35), manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Untuk meningkatkan keunggulan bersaing di bisnis PARTY PARTNER, diperlukan sebuah keputusan yang sistematis untuk kinerja jangka panjang, salah satunya dengan cara pengembangan jasa baru berbasis aplikasi di PARTY PARTNER agar dapat menjadi pembeda dengan pesaing, lebih memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian dan meningkatkan *profit* di PARTY PARTNER.

1.3 Perumusan Masalah

Pengembangan jasa merupakan suatu elemen penting bagi usaha, karena jika suatu usaha memberikan jasa yang buruk lalu usaha lain memberikan jasa yang lebih baik akan menimbulkan *churn* yaitu perpindahan pelanggan dari suatu usaha ke usaha lainnya yang lebih baik. Untuk mengembangkan suatu jasa pelaku usaha harus mampu mengetahui kebutuhan konsumen dan mengetahui bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan observasi terhadap pengembangan jasa baru usaha PARTY PARTNER dan

tahapan implementasi pengembangan jasa baru di PARTY PARTNER dengan penelitian yang berjudul **Strategi Pengembangan Jasa Baru Berbasis Aplikasi Bisnis PARTY PARTNER.**

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengembangan jasa baru berbasis aplikasi yang akan dikembangkan PARTY PARTNER ?
2. Bagaimana tahapan implementasi pengembangan jasa baru berbasis aplikasi PARTY PARTNER ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan penting yaitu :

1. Untuk mengetahui pengembangan jasa baru berbasis aplikasi yang akan dikembangkan di PARTY PARTNER.
2. Untuk mengetahui tahapan implementasi pengembangan jasa baru berbasis aplikasi di PARTY PARTNER.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6. 1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan, pemahaman, serta pengetahuan berupa informasi mengenai pengembangan jasa usaha rintisan.

1.6. 2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi usaha PARTY PARTNER terkait dengan implelementasi pengembangan jasa baru yang dapat meningkatkan kinerja bisnis.

1.7 Ruang lingkup Objek Penelitian

1.7.1 lokasi dan objek penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap usaha rintisan PARTY PARTNER yang beralamat di Jalan Terusan Buah Batu, Bandung sebelah Apotik K24 yang lokasi sebelumnya di kompleks Palem 2 Residen kawasan Telkom university, Bandung.

1.7.2 waktu dan periode penelitian

Penelitian ini dilakukan pada periode Januari 2016 – Selesai

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian bagi penulis ataupun objek penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan permasalahan, kerangka pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab dan menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang cara pengolahan data serta analisis data yang telah melalui proses pengolahan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang Kesimpulan dan Saran mengenai hasil penelitian.