

## EVALUASI DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS *WEDO PARTY PLANNER* MENGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS*

### *EVALUATION AND DESIGN OF WEDO PARTY PLANNER BUSINESS MODEL USING BUSINESS MODEL CANVAS METHOD*

Dinnia Nahlia Putri<sup>1</sup>, Farda Hasun<sup>2</sup>, Meldi Rendra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung

dinnianahlia@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, fardahasun@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>,  
meldirendra@telkomuniversity.ac.id<sup>3</sup>

#### Abstrak

*Wedo Party Planner* merupakan perusahaan penyedia jasa *party planner* di kota Bandung yang berdiri pada tahun 2018. *Party Planner* merupakan jasa yang membantu klien untuk mempersiapkan acara yang diinginkan. Segmen pelanggan yang menjadi sasaran *Wedo Party Planner* adalah pelanggan individu, yaitu orang-orang yang ingin mengadakan acara untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Dalam kegiatan bisnisnya, *Wedo Party Planner* memiliki beberapa permasalahan, yaitu terjadinya penurunan jumlah penjualan dan pendapatan jasa perencanaan dan dekorasi pesta, kemudian keterbatasan sumber daya manusia, pemasaran melalui media sosial yang belum maksimal serta segmentasi pelanggan yang belum dilakukan dengan baik. Evaluasi model bisnis merupakan salah satu cara agar perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya. Langkah awal yang dilakukan pada penelitian ini adalah memetakan model bisnis saat ini dari *Wedo Party Planner*. Kemudian membuat *customer profile* dan melakukan analisis lingkungan bisnis saat ini dari *Wedo Party Planner*. Selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT untuk merancang strategi untuk masing-masing blok yang terdapat dalam *business model canvas* sebagai pertimbangan untuk melakukan perancangan model bisnis usulan. Setelah perancangan strategi, langkah berikutnya adalah perancangan *value proposition canvas* di mana juga dilakukan proses *fit* antara *value propositions* dengan *customer profile*, yang diikuti dengan perancangan model bisnis yang baru untuk *Wedo Party Planner*. Terdapat beberapa perbaikan yang diusulkan diantaranya menciptakan pesta *virtual*, menawarkan dekorasi pesta yang mengikuti tren, menyediakan souvenir dengan harga yang kompetitif, penerapan protokol kesehatan dalam penyelenggaraan pesta (*offline*), menyediakan layanan konsultasi dekorasi, menyediakan layanan penyewaan perlengkapan dekorasi, menyediakan layanan untuk *graduation party* dan pesta pernikahan, menjalin hubungan baik dengan hotel dan restoran, meningkatkan kegiatan promosi melalui *instagram*, menyediakan *personal assistance*, serta menawarkan *membership* kepada pelanggan.

**Kata kunci** : *Wedo Party Planner*, *Business Model Canvas*, *Customer Profile*, Analisis Lingkungan Bisnis, *Value Proposition Canvas*, Analisis SWOT

#### Abstract

*Wedo Party Planner* is a company providing party planner services in the city of Bandung and has been established since 2018. *Party Planner* is a service that helps clients to prepare the desired event. The customer segment targeted by *Wedo Party Planner* is individual customers, i.e. people who want to organize events to fulfill personal needs. *Wedo Party Planner* has several problems, namely a decrease in the number of sales and revenue of party planning and decoration services, then limited human resources, marketing through social media that has not been maximized and customer segmentation that has not been carried out properly. Therefore, it is necessary to evaluate the business model to improve their competitiveness. The first step in this research to do the business model evaluation is mapping the current business model of *Wedo Party Planner*. The next step is mapping customer profile of *Wedo Party Planner* and analyzing the business environment of *Wedo Party Planner*. Next is to do a SWOT analysis to design strategies for blocks contained in the business model canvas as a consideration for designing the proposed business model. The next step is designing the value proposition canvas including carrying out the fit process between the value propositions and the customer profile, followed by designing the business model for *Wedo Party Planner*. There are several improvements proposed, including creating virtual parties, offering party decorations that follow trends, providing souvenirs at competitive prices, implementing health protocols in organizing parties (*offline*), providing consulting services, providing decoration equipment rental services, providing services for graduation parties and wedding parties, establishing promotional relationships with hotels and restaurants, increasing activity through *Instagram*, providing personal assistance, and offering membership to customers.

**Keywords**: *Wedo Party Planner*, *Business Model Canvas*, *Customer Profile*, Business Environment Analysis, *Value Proposition Canvas*, SWOT Analysis

#### 1. Pendahuluan

Industri MICE merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, dimana pada era globalisasi seperti saat ini terjadi perkembangan Industri 4.0 terutama dengan adanya kemajuan teknologi dan pengetahuan yang mengakibatkan banyaknya penyelenggaraan berbagai pertemuan atau forum baik pada skala nasional atau bahkan internasional. Industri MICE juga mempengaruhi ekonomi Indonesia karena melibatkan banyak sektor dan banyak

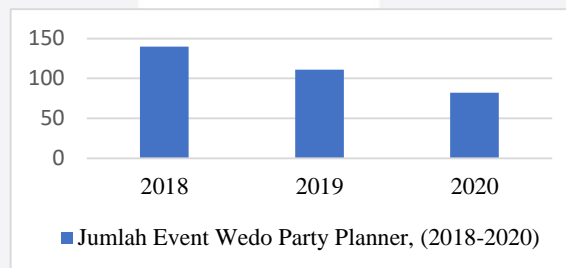
pihak sehingga dapat memberikan lapangan kerja dan keuntungan untuk banyak pihak. Terdapat beberapa pihak potensial yang mendapatkan keuntungan dengan adanya sektor MICE ini, seperti *event organizer* (EO), *professional conference organizer* (PCO), perhotelan, biro perjalanan wisata, serta usaha kecil dan menengah (UKM). Terdapat 16 wilayah yang menjadi destinasi atau kota tujuan kegiatan MICE di Indonesia yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan salah satunya adalah Kota Bandung (Nurillah, 2018).

MICE sendiri memiliki beberapa jenis kegiatan, yaitu *meeting*, *incentive*, *conference* dan *exhibition*. Dalam penyelenggaraannya, keberhasilan acara tergantung dari kinerja pihak penyelenggara, seperti *professional convention organizer* (PCO), *professional exhibition organizer* (PEO), hotel, biro perjalanan wisata, dan *event organizer* (EO). Umumnya masyarakat lebih banyak mengetahui *event organizer* (EO) atau *party planner* (khusus untuk penyelenggaraan pesta). Pertumbuhan pada bisnis jasa *party planner* dipengaruhi oleh permintaan dunia industri dan masyarakat untuk menciptakan acara-acara yang berkualitas dengan ditangani oleh orang yang profesional pada bidangnya.

Adanya usaha *party planner* sangat membantu mereka yang ingin menyelenggarakan sebuah acara, yang umumnya memiliki kesibukan yang tinggi sehingga sulit bagi mereka meluangkan waktu untuk mempersiapkan sendiri segala perlengkapan yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan sebuah pesta atau acara.

*Wedo Party Planner* merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang jasa penyedia *party planner* yang terletak di kota Bandung. Didirikan pada tahun 2018 tepatnya pada bulan Februari, dalam menjalankan usahanya, *Wedo Party Planner* memiliki segmen pelanggan yang berasal dari berbagai kalangan usia mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa yang berada di wilayah Bandung dan sekitarnya, sehingga dapat dikatakan segmen pelanggan dari *Wedo Party Planner* belum tersegmentasi dengan baik. Kemudian untuk menjangkau segmen pelanggannya *Wedo Party Planner* menggunakan media sosial, yaitu *instagram*. Namun, penggunaan *instagram* belum dimanfaatkan dengan baik. *Instagram Wedo Party Planner* belum terkonsep dan tidak ada timeline untuk konten yang akan diunggah, sehingga foto atau video yang diunggah tidak *up to date*. Keterlambatan ini dikarenakan belum ada yang mengelola secara khusus konten-konten yang akan diunggah pada *instagram*. Saat ini *Wedo Party Planner* juga belum memiliki tenaga kerja yang tetap. *Wedo Party Planner* menggunakan tenaga kerja lepas (*freelancer*) untuk membantu dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, seperti untuk kegiatan dekorasi.

Dengan pemanfaatan saluran pemasaran yang tidak digunakan dengan baik maka berpengaruh terhadap jumlah pelanggan baru yang dapat dijangkau oleh *Wedo Party Planner*, sehingga *Wedo Party Planner* mengalami jumlah penjualan jasa yang cenderung menurun, dapat dilihat pada gambar 1 yang menunjukkan jumlah pesta yang diselenggarakan oleh *Wedo Party Planner* pada tahun 2018 hingga 2020.



Gambar 1 Jumlah Acara yang ditangani *Wedo Party Planner*  
(Sumber: Wawancara pemilik *Wedo Party Planner*)

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada kegiatan usaha *Wedo Party Planner*, maka untuk dapat meningkatkan performa usaha dari *Wedo Party Planner* dibutuhkan evaluasi model bisnis. Model Bisnis merupakan penggambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi atau pelaku usaha menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Model bisnis akan dirancang menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) karena BMC dapat mendeskripsikan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menjalankan bisnis melalui sembilan blok dalam satu kanvas, sehingga analisis dapat dilakukan dengan lebih mudah. Kesembilan blok tersebut yaitu *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *key partnership*, *key activities*, *key resource*, *cost structure*, dan *revenue streams*.

Hasil dari penelitian ini adalah berupa model bisnis usulan yang dapat dipertimbangkan dalam menjalankan usaha untuk kedepannya agar *Wedo Party Planner* mampu menjaga keberlanjutan usahanya.

## 2. Dasar Teori

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan alat yang digunakan untuk mendeskripsikan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Model bisnis ini menjelaskan, menganalisis, dan menggambarkan sebuah model bisnis melalui kanvas yang terdiri dari sembilan blok. Kesembilan blok tersebut terdiri dari *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key activities*, *key resources*, *key partnership*, dan *cost structure* (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Untuk merancang kanvas model bisnis, dikembangkan juga kanvas proposisi nilai, atau *value proposition canvas*. *Value proposition canvas* merupakan sebuah alat untuk membantu dalam menciptakan nilai untuk pelanggan yang dirancang dengan memperhatikan profil konsumen yang didefinisikan dalam *jobs*, *pains*, *gains* dan bagaimana organisasi merefleksikan jawaban atas pertanyaan yang diinginkan oleh pelanggan. *Value Proposition Canvas* dibuat bertujuan untuk membantu menjelaskan secara lebih rinci dan sederhana menggunakan visualisasi untuk memudahkan langkah dalam menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan (Osterwalder, et al., 2014).

Langkah krusial dalam mengevaluasi model bisnis adalah melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi suatu usaha serta mengevaluasi faktor apa saja yang mempengaruhi suatu usaha dalam mencapai tujuannya. Penilaian menyeluruh dibagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal, yaitu *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) dan faktor eksternal, yaitu *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) dari suatu perusahaan/organisasi. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan organisasi dan mengidentifikasi potensi peluang dan ancaman. Faktor internal terkait dengan sumber daya yang dimiliki, keuangan, kelemahan dan kelebihan internal, dan pengalaman dari organisasi yang telah berhasil ataupun gagal. Sedangkan faktor eksternal yang berhubungan dengan tren, budaya, peraturan pemerintah, perkembangan teknologi, lingkungan, dan juga peristiwa yang telah terjadi yang memberikan dampak langsung kepada organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung (Rangkuti, 2009).

### 3. Metodologi Penelitian

Yang dilakukan dalam tugas akhir ini adalah mengevaluasi model bisnis yang ada dan kemudian merancang model bisnis yang baru. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

#### 1. Pemetaan model bisnis saat ini *Wedo Party Planner*

Untuk melakukan evaluasi model bisnis diperlukan gambaran model bisnis saat ini dari *Wedo Party Planner*. Data-data tersebut terdiri dari *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key partnership*, *key activities*, *key resources*, dan *cost structure*. Data model bisnis saat ini diperoleh melalui wawancara kepada pemilik *Wedo Party Planner*. Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pemetaan kedalam sembilan blok *business model canvas*.

#### 2. *Customer Profiling*

Langkah berikut yang perlu dilakukan dalam penelitian ini adalah mendefinisikan *customer profile* dengan baik untuk meningkatkan pemahaman mengenai pelanggan *Wedo Party Planner*. Data yang diperlukan untuk *customer profiling* adalah data *jobs*, *pains*, dan *gains* pelanggan. Data tersebut diperoleh melalui wawancara kepada 10 pelanggan *Wedo Party Planner*. Setelah wawancara dilakukan, maka dilakukan proses *coding* untuk memetakan profil pelanggan yang terbagi menjadi 3 bagian, yaitu *customer jobs*, *pains* dan *gains*. Langkah pertama yang dilakukan untuk mengolah data ini adalah menyiapkan data mentah dapat berupa dokumen transkrip yang diperoleh dari hasil wawancara untuk selanjutnya dilakukan identifikasi kode dari transkrip wawancara yang telah dibuat. Kode dalam penelitian merupakan kata atau frasa pendek yang secara simbolis bersifat merangkum, menonjolkan pesan, dan menangkap esensi dari suatu segmen data baik berupa data bahasa atau data *visual* (Saldana, 2009).

#### 3. Analisis Lingkungan Bisnis

Dalam menganalisis kondisi lingkungan bisnis saat ini dari *Wedo Party Planner* dapat dibagi menjadi empat bidang utama, yaitu *market forces*, *industry forces*, *key trends* dan *macro economic forces*. Data-data tersebut diperoleh dengan melakukan studi literatur melalui artikel, jurnal dan internet.

#### 4. Analisis SWOT dan Perancangan Strategi Usulan

Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang akan dihadapi *Wedo Party Planner*. Analisis SWOT dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu melakukan identifikasi SWOT melalui data-data yang telah terkumpul (model bisnis saat ini, *customer profile*, analisis lingkungan bisnis), lalu dilakukan konfirmasi kepada pihak *Wedo Party Planner*. Setelah dikonfirmasi dilakukan penyusunan kuesioner SWOT yang akan diisi oleh pihak *Wedo Party Planner*. Untuk selanjutnya kuesioner akan disebarakan kepada responden dan dilakukan pembobotan serta penentuan skor untuk setiap variabel dalam SWOT. Menurut Osterwalder dan Pigneur dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*, penentuan skor dalam analisis SWOT dilakukan untuk seluruh variabel SWOT yang dapat diidentifikasi dalam seluruh blok, di mana sembilan blok ini dikelompokkan menjadi empat grup, yaitu proposisi nilai, biaya dan pendapatan, infrastruktur serta hubungan pelanggan. Dari hasil perhitungan ini kemudian dibuat matriks strategi usulan berdasarkan perhitungan skor yang telah diperoleh, lalu dilakukan perancangan strategi usulan untuk *Wedo Party Planner*.

#### 5. *Value Proposition Canvas*

Langkah berikutnya adalah mendefinisikan *value proposition canvas* berdasarkan strategi yang telah dirumuskan, dengan memperhatikan juga *customer profile*, yang diikuti dengan proses pencocokan antara *value proposition* dan *customer profile* untuk menggambarkan bagaimana produk atau jasa memberikan nilai terhadap pelanggan

#### 6. Perancangan Model Bisnis Usulan

Tahap berikut adalah perancangan model bisnis usulan yang dipetakan kedalam sembilan blok *Business Model Canvas*.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1 Model Bisnis saat ini *Wedo Party Planner*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pihak *Wedo Party Planner* diperoleh model bisnis saat ini yang dipetakan kedalam sembilan blok seperti yang terlihat dalam gambar 2.

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Supplier perlengkapan dekorasi Hotel dan restoran Band Soundsystem Fotografer MC Transportasi online	Pengadaan perlengkapan dekorasi Pemasaran jasa Desain dan perencanaan pesta Pengerjaan dekorasi dan pelaksanaan pesta Dokumentasi pesta  <b>Key Resources</b> Tenaga kerja: Tim dekorasi Perlengkapan dekorasi Ruang penyimpanan perlengkapan dekorasi Kendaraan (Transportasi <i>online</i> ) Alat komunikasi ( <i>Handphone</i> )	Kustomisasi konsep pesta <i>Fast response</i> Rekomendasi <i>vendor</i> berkualitas	<i>Customer service</i> Harga spesial  <b>Channels</b> Instagram Word of mouth	Orang-orang yang ingin mengadakan pesta Skala kecil (Anniversary party, Birthday Party, Bridal Shower, Baby Shower, Acara Syukuran) Skala besar (Acara tunangan)  Wilayah Bandung dan sekitarnya  Masyarakat kalangan menengah dan atas
<b>Cost Structure</b> Biaya gaji tenaga kerja: Tim dekorasi Biaya vendor: Band, sound system, fotografer, MC Biaya pemasaran: Paket internet Biaya pembelian perlengkapan dekorasi Biaya transportasi		<b>Revenue Streams</b> Fee penjualan jasa party planner dan dekorasi		

Gambar 2 Business Model Canvas Saat Ini dari Wedo Party Planner

### Customer Segment

Segmen pelanggan saat ini difokuskan kepada pelanggan yang menggunakan jasa *party planner* untuk memenuhi kebutuhan pribadi yang terdiri dari berbagai kalangan usia mulai dari remaja hingga orang dewasa (17 – 50 tahun) dan tidak terbatas pada jenis kelamin. Segmen pelanggan *Wedo Party Planner* adalah masyarakat kelas menengah dan atas dengan lingkup wilayah di Kota Bandung dan sekitarnya.

### Value Proposition

Nilai yang ditawarkan yaitu 1) pelanggan dapat melakukan kustomisasi konsep pesta sesuai keinginan, 2) cepat tanggap dalam merespons pelanggan, dan 3) memberikan rekomendasi *vendor* dengan kualitas terbaik.

### Channels

Cara menjangkau pelanggan melalui media sosial, *instagram*. Aplikasi *instagram* digunakan untuk membagikan dokumentasi acara yang ditangani oleh *Wedo Party Planner* dapat berupa foto ataupun video. Selain itu, *Word of mouth* juga merupakan cara yang digunakan *Wedo Party Planner* untuk menyampaikan nilai-nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.

### Customer Relationship

Untuk menjaga hubungan dengan pelanggan, perusahaan memanfaatkan *customer service* untuk melayani pelanggan, dengan menggunakan aplikasi *WhatsApp*. Selain itu, pelanggan dapat memperoleh harga spesial dengan memberikan potongan harga sebesar Rp500.000,00 untuk pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa dari *Wedo Party Planner* sebelumnya dan Rp200.000,00 hingga Rp250.000,00 untuk pelanggan baru.

### Revenue Streams

Sumber pendapatan diperoleh dari *fee* penjualan jasa *party planner* dan jasa dekorasi.

### Key Activities

Aktivitas yang dilakukan, yaitu pengadaan perlengkapan dekorasi, promosi jasa melalui *instagram*, perencanaan pesta (*meeting*), pelaksanaan pesta, serta dokumentasi pelaksanaan pesta.

### Key Resources

Terdiri dari tenaga kerja, perlengkapan dekorasi, ruang penyimpanan, kendaraan dan alat komunikasi (*handphone*).

### Key Partnership

*Wedo Party Planner* bekerjasama dengan supplier perlengkapan dekorasi, hotel dan restoran, serta pendukung acara seperti *band*, *sound system* fotografer, MC, dan penyedia transportasi *online*.

### Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis ini, yaitu biaya gaji tenaga kerja, biaya *vendor*, biaya pemasaran, biaya pembelian perlengkapan dekorasi dan biaya transportasi.

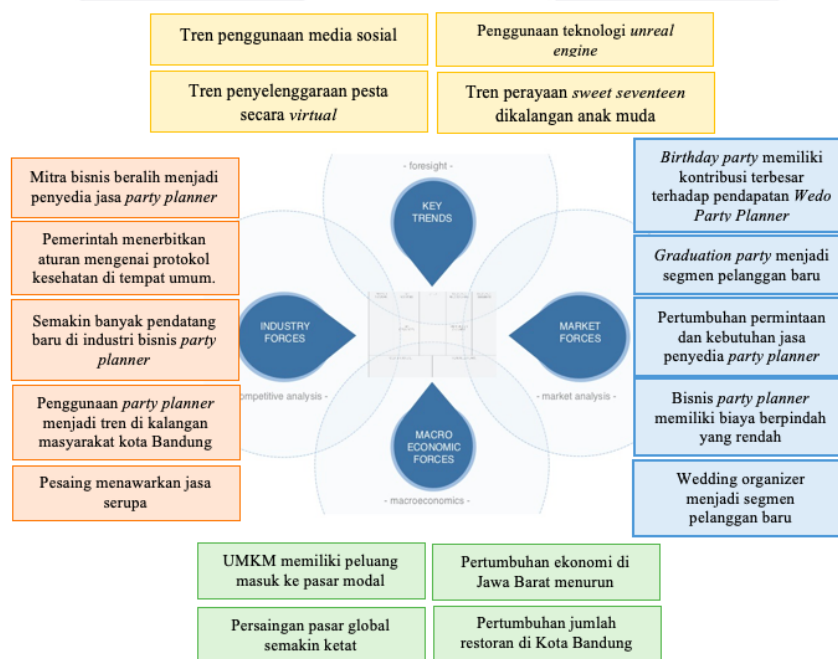
## 4.2 Customer Profile Wedo Party Planner

Data *customer profile* diperoleh dari hasil wawancara kepada 10 pelanggan *Wedo Party Planner* dengan memberikan pertanyaan secara mendalam mengenai *customer jobs*, *customer pains* dan *customer gains*. Diawali dengan melakukan wawancara dan menuliskan transkrip wawancara, setelah itu melakukan pemadatan fakta dari dokumen transkrip. Setelah dilakukan pemadatan fakta, langkah selanjutnya adalah melakukan pengumpulan fakta sejenis sehingga akan menghasilkan data fakta yang lebih mendalam. Dari fakta-fakta sejenis, maka akan dilakukan kategorisasi untuk dibuat dalam bentuk narasi deskriptif sebagai berikut:

1. *Customer Jobs*:
  - a. Mengabadikan momen dengan dekorasi menarik,
  - b. Mewujudkan konsep pesta yang kreatif,
  - c. Mewujudkan pesta sesuai keinginan dengan waktu yang terbatas,
  - d. Menciptakan keamatan hubungan bersama orang terekat dengan susunan acara yang menarik,
  - e. Menciptakan konsep pesta yang terstruktur,
  - f. Menciptakan kesan agar terlihat *up to date*.
2. *Customer Pains*:
  - a. Kurangnya pengetahuan dalam menciptakan konsep pesta yang menarik,
  - b. Proses dekorasi yang menyita waktu,
  - c. Komunikasi yang kurang baik antara pelanggan dengan pihak *party planner*,
  - d. Penyelenggaraan pesta tidak sesuai jadwal,
  - e. Tidak memiliki perlengkapan untuk dekorasi.
3. *Customer Gains*:
  - a. Kemudahan dalam mewujudkan ide konsep pesta sesuai keinginan,
  - b. Kemudahan dalam mendekorasi tempat pesta,
  - c. Mempermudah dalam memenuhi kebutuhan atribut pendukung pesta,
  - d. Memberikan rekomendasi *vendor* dengan kualitas terbaik.

### 4.3 Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis dilakukan dengan melihat kondisi di sekitar lingkungan bisnis *Wedo Party Planner* untuk mengetahui kekuatan, kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Dalam menganalisis kondisi lingkungan bisnis dibagi empat bidang utama, yaitu *market forces*, *industry forces*, *key trends* dan *macro economic forces*, yang diperoleh dari hasil studi literatur artikel, jurnal dan internet. Berikut merupakan hasil analisis lingkungan bisnis *Wedo Party Planner*:



Gambar 3 Analisis Lingkungan Bisnis *Wedo Party Planner*

#### 1. Market Forces

- a. Terdapat segmen pelanggan baru, yaitu layanan perencanaan acara untuk pesta pernikahan dan *graduation party*,
- b. Pandemi Covid-19 mendorong perubahan perilaku masyarakat, seperti menjaga jarak antar tamu, wajib menggunakan masker dan sering mencuci tangan,
- c. Pertumbuhan permintaan dan kebutuhan *party planner*, penggunaan jasa penyedia *party planner* menjadi gaya hidup dan kebutuhan masyarakat. Berdasarkan pengeluaran rata-rata per kapita per bulan menurut kelompok barang di Jawa Barat pada kelompok barang keperluan pesta dan upacara, ada peningkatan dibandingkan tahun 2018 yang besarnya Rp28.120,00 menjadi Rp30.107,00 di tahun 2019,
- d. Bisnis *party planner* memiliki biaya berpindah yang rendah karena industri *party planner* memiliki *barriers to entry* yang rendah sehingga akan meningkatkan persaingan, salah satunya adalah persaingan harga,
- e. *Birthday party* memiliki kontribusi terbesar terhadap pendapatan sebesar 60%.

#### 2. Industry Forces

- a. Pesaing yang menawarkan jasa serupa (perencanaan pesta dan dekorasi),
- b. Kedatangan pesaing baru bernilai tinggi karena memiliki *barriers to entry* yang rendah, maka akan mudah berdatangan pesaing baru,

- c. Mitra bisnis beralih menjadi penyedia jasa *party planner*, seperti hotel atau restoran yang menyediakan *party planner* dari sumber daya internal,
- d. Regulasi pemerintah akan mempengaruhi kegiatan bisnis, seperti yang saat ini terjadi adalah peraturan mengenai penerapan protokol kesehatan di tempat umum,
- e. Penggunaan *party planner* menjadi tren di kalangan anak muda.

### 3. Key Trends

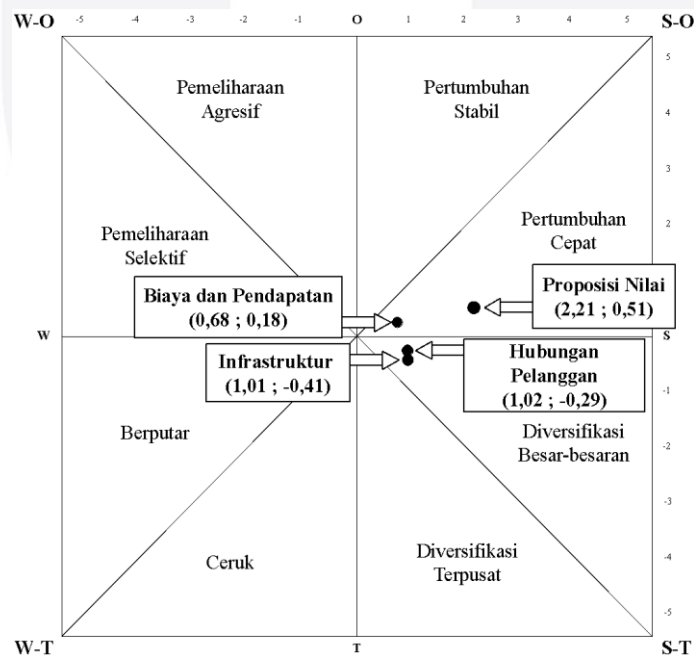
- a. Tren penggunaan media sosial, seperti *instagram*,
- b. Tren penyelenggaraan pesta secara *virtual* akibat pandemi Covid-19,
- c. Tren penggunaan teknologi yang mendukung dalam penyelenggaraan pesta secara *virtual*, seperti penggunaan teknologi *unreal engine/augmented reality*.
- d. Penggunaan *party planner* menjadi tren di kalangan anak muda, khususnya untuk perayaan acara *sweet seventeen*.

### 4. Macro Economic Forces

- a. UMKM memiliki peluang masuk ke pasar modal. Pada tahun 2018, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah merilis peraturan POJK nomor 37 yang mengatur mekanisme pendanaan melalui ECF, dengan adanya peraturan ini, masyarakat akan mendapatkan kepastian hukum untuk berinvestasi pada UKM dan UKM pun mendapat sarana untuk mendapatkan permodalan. Usaha jasa *party planner* termasuk ke dalam jenis usaha, mikro, kecil dan menengah sehingga memiliki peluang untuk masuk ke pasar modal.
- b. Persaingan pasar global semakin ketat,
- c. Pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS), pertumbuhan ekonomi Jawa Barat pada tahun 2019 tumbuh 5,07 persen, sedangkan pada tahun 2020 terkontraksi 2,44% menurun dibandingkan tahun sebelumnya.
- d. Pertumbuhan jumlah restoran di Kota Bandung.

#### 4.4 Analisis SWOT dan Strategi Usulan

Dalam melakukan analisis SWOT, langkah pertama adalah melakukan identifikasi SWOT melalui data-data yang telah terkumpul, yaitu model bisnis saat ini, *customer profile*, dan analisis lingkungan bisnis, lalu dilakukan konfirmasi kepada pihak *Wedo Party Planner*. Setelah dikonfirmasi dilakukan penyusunan kuesioner SWOT yang akan diisi oleh pihak *Wedo Party Planner*. Selanjutnya data kuesioner akan dilakukan pembobotan dan skor untuk setiap variabel dalam SWOT, yang kemudian diterjemahkan ke dalam matriks strategi berdasarkan perhitungan skor yang telah diperoleh, seperti yang terlihat dalam gambar 4.



Gambar 4 Matrix SWOT Wedo Party Planner

#### Proposisi Nilai

Posisi Proposisi Nilai dari *Wedo Party Planner* dalam matrix SWOT berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O). Berdasarkan analisis lingkungan dan perhitungan skor SWOT *Wedo Party Planner* memiliki kekuatan pada beberapa indikator, yaitu memberikan kebebasan kepada pelanggan dalam menentukan konsep pesta, cepat tanggap dalam merespons pelanggan, memberikan rekomendasi vendor berkualitas dan terdapat kelemahan pada indikator desain dekorasi yang ditawarkan kurang up to date. Kemudian untuk peluang terdapat beberapa indikator, yaitu memberikan desain dekorasi yang mengikuti tren, menyediakan penyewaan perlengkapan dekorasi, menyediakan souvenir yang menarik, penerapan protokol kesehatan dalam penyelenggaraan pesta dan penyelenggaraan pesta secara virtual serta terdapat ancaman dengan satu indikator, yaitu pesaing yang menawarkan layanan serupa..

### Biaya dan Pendapatan

Posisi Biaya dan Pendapatan dari *Wedo Party Planner* dalam *matrix* SWOT berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O). Berdasarkan analisis lingkungan dan perhitungan skor SWOT *Wedo Party Planner* memiliki kekuatan pada beberapa indikator, yaitu *Wedo Party Planner* memperoleh margin yang besar, pembelian perlengkapan dilakukan setelah memperoleh pendapatan dan terdapat kelemahan pada beberapa indikator, yaitu *Wedo Party Planner* jarang mendapatkan pembelian layanan secara berulang, pendapatan yang diperoleh *Wedo Party Planner* tidak menentu, sumber pendapatan *Wedo Party Planner* tidak terdiversifikasi, pengeluaran biaya transportasi yang tidak menentu. Kemudian untuk peluang terdapat beberapa indikator, yaitu menciptakan jasa penyewaan perlengkapan dekorasi, menjual souvenir, menciptakan sumber pendapatan lain dari bidang kuliner, efisiensi biaya pembelian perlengkapan dekorasi serta terdapat ancaman yaitu pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat menurun, kenaikan harga kristal, dan pembelian bunga yang tidak dapat diprediksi.

### Infrastruktur

Posisi Infrastruktur dari *Wedo Party Planner* dalam *matrix* SWOT berada pada kuadran diversifikasi besar-besaran (S-T). Berdasarkan analisis lingkungan dan skor SWOT, *Wedo Party Planner* memiliki kekuatan pada beberapa indikator, yaitu memiliki perlengkapan dengan kualitas baik, melakukan pertemuan dengan pelanggan, menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis dengan dan terdapat kelemahan yang dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu keterbatasan sumber daya manusia, belum terdapat SOP dalam pelaksanaan aktivitas bisnis, dan *Wedo Party Planner* bergantung pada satu pemasok. Kemudian untuk peluang dari *Wedo Party Planner* dapat terlihat dari beberapa indikator, yaitu penggunaan teknologi *unreal engine*, melakukan aktivitas evaluasi kinerja, daya tawar pemasok rendah, pertumbuhan jumlah restoran di kota Bandung serta terdapat beberapa ancaman pada beberapa indikator, yaitu pesaing memiliki perlengkapan dan sumber daya manusia yang lebih baik, pandemi Covid-19 mempengaruhi aktivitas *Wedo Party Planner*, dan mitra bisnis beralih menjadi penyedia jasa *party planner*.

### Hubungan Pelanggan

Posisi Hubungan Pelanggan dari *Wedo Party Planner* dalam *matrix* SWOT berada pada kuadran diversifikasi besar-besaran (S-T). Berdasarkan analisis lingkungan dan skor SWOT, *Wedo Party Planner* memiliki kekuatan pada beberapa indikator, yaitu *word of mouth* yang dilakukan pelanggan efektif, memberikan harga spesial kepada pelanggan, memberikan layanan bantuan personal dan terdapat kelemahan yang dapat dilihat pada indikator, yaitu tingkat pelanggan memutuskan hubungan dengan *Wedo Party Planner* tinggi, segmentasi pelanggan belum dilakukan dengan baik, aktivitas pemasaran melalui *instagram* belum efektif. Kemudian terdapat peluang yang dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu pelaksanaan wisuda secara *virtual* dapat menjadi segmen pelanggan baru, perencanaan pesta pernikahan dapat menjadi segmen pelanggan baru, adanya tren perayaan *sweet seventeen* dapat meningkatkan pelanggan baru, tren ingin terlihat *up to date* dapat meningkatkan pelanggan baru, penerapan *search engine marketing* dalam aktivitas pemasaran melalui *instagram*, memberikan layanan konsultasi serta ancaman yang dapat dilihat pada indikator, yaitu pandemi Covid-19 mendorong perubahan perilaku masyarakat, pesaing menggunakan teknologi yang lebih unggul pada aktivitas pemasaran, pesaing menjalin hubungan dengan segmen pelanggan yang sama.

Berdasarkan *matrix* yang telah dibuat maka dapat dilakukan pengembangan strategi usulan untuk setiap variabel. Berikut merupakan strategi untuk masing-masing grup blok, yang tentunya telah disinkronisasi satu sama lain.

Tabel 2 Strategi Usulan *Wedo Party Planner*

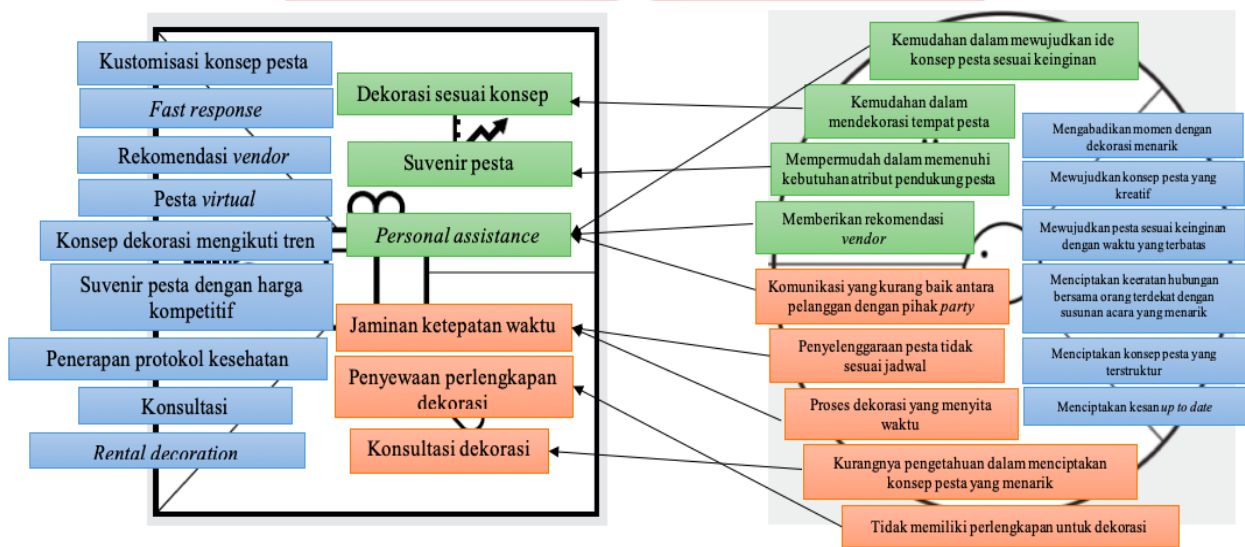
<b>Proposisi Nilai</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Menyediakan jasa penyewaan perlengkapan dekorasi</li> <li>● Menyediakan souvenir yang menarik sesuai konsep pesta</li> <li>● Menerapkan protokol kesehatan dalam penyelenggaraan pesta</li> <li>● Penyelenggaraan pesta secara <i>virtual</i> dengan memanfaatkan teknologi</li> </ul>	<b>Biaya dan Pendapatan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Menciptakan sumber pendapatan baru (<i>fee</i> penjualan jasa perencanaan dan dekorasi, <i>fee</i> penjualan souvenir, <i>fee</i> penyewaan perlengkapan dekorasi)</li> <li>● Melakukan efisiensi biaya pembelian perlengkapan dekorasi</li> </ul>
<b>Infrastruktur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Penggunaan teknologi</li> <li>● Menciptakan standar operasional prosedur</li> <li>● Melakukan evaluasi kinerja</li> <li>● Kontrak dengan tenaga kerja profesional dan melakukan pelatihan tenaga kerja</li> <li>● Meningkatkan hubungan baik dengan mitra bisnis (hotel dan restoran)</li> </ul>	<b>Hubungan Pelanggan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Melayani segmen pelanggan baru</li> <li>● Melakukan perbaikan pada pemasaran melalui <i>instagram</i></li> <li>● <i>Membership</i></li> <li>● Menyediakan personal assistance</li> <li>● Menciptakan layanan konsultasi dekorasi</li> </ul>

#### 4.5 Value Proposition Canvas

*Value proposition Canvas* dibuat agar dapat dilakukan analisa dengan baik bagaimana *value proposition* dari suatu perusahaan. *Value maps* terdiri dari tiga bagian, yaitu *pain relievers*, *gain creator* dan *product and services*. Berikut merupakan *value maps Wedo Party Planner* berdasarkan strategi dari analisis SWOT yang telah dilakukan, antara lain:

1. *Pain Relievers*: Jaminan ketepatan waktu pelaksanaan pesta, menyediakan penyewaan perlengkapan dekorasi, menyediakan konsultasi terkait konsep pesta.
2. *Gains Creators*: Menyediakan dekorasi yang sesuai dengan konsep, menyediakan souvenir pesta yang sesuai dengan konsep pesta, menyediakan *personal assistance*.
3. *Product and Services*: *Wedo Party Planner* memberikan layanan kustomisasi konsep pesta, memberikan dekorasi pesta yang mengikuti tren, menciptakan pesta yang terstruktur, memberikan rekomendasi *vendor* yang berkualitas, fast response kepada pelanggan, dapat menyelenggarakan pesta secara virtual, menyediakan souvenir pesta yang sesuai konsep dengan harga kompetitif, menyediakan jasa penyewaan perlengkapan dekorasi, dan melakukan penerapan protokol kesehatan dalam penyelenggaraan acara (*offline*). Sehingga pelaksanaan pesta terencana dengan baik dan dapat diwujudkan sesuai keinginan pelanggan.

Setelah merumuskan *value proposition* baru maka dilakukan *fit* antara *value proposition* dengan *customer profile*, sebagai berikut:



Gambar 5 Fit Customer Profile dan Value Proposition

#### 4.6 Perancangan Model Bisnis Usulan Wedo Party Planner

Setelah dilakukan perumusan strategi usulan dan value proposition, maka selanjutnya adalah melakukan perancangan model bisnis usulan. Berikut ini merupakan model bisnis usulan dari *Wedo Party Planner*:

##### Customer Segment

Pada blok customer segment terdapat penambahan segmen pelanggan, yaitu *graduation party* dan pesta pernikahan. Dengan adanya penambahan segmen pelanggan tersebut akan mempengaruhi blok lainnya, yaitu pada blok *key activities* dilakukan aktivitas konsultasi dekorasi dan menciptakan standar operasional prosedur untuk *Wedo Party Planner* karena *Wedo Party Planner* akan melayani segmen pelanggan untuk skala yang lebih besar (pesta pernikahan), selain itu juga berdampak kepada *key resources* yang harus ditambah seperti *personal assistance*, tim dekorasi, bagian *technology*, dan juga *marketing*.

##### Value Propositions

Pada blok *value proposition* terdapat layanan baru yang ditawarkan oleh *Wedo Party Planner*, yaitu penyelenggaraan pesta *virtual* dengan memanfaatkan teknologi *unreal engine/augmented reality*, dekorasi pesta yang mengikuti tren, adanya penerapan protokol kesehatan, terdapat layanan untuk konsultasi terkait dekorasi atau konsep pesta. Dengan adanya layanan baru yang ditawarkan, akan berpengaruh terhadap beberapa blok, seperti pada blok *key activities* terdapat aktivitas konsultasi dekorasi, adanya standar operasional prosedur (protokol kesehatan), sedangkan untuk *key resources* berdampak pada penambahan tenaga kerja untuk bagian tim dekorasi, *technology*, peralatan pendukung untuk mewujudkan penyelenggaraan pesta *virtual* (laptop, software). Dengan penambahan *key resources* tersebut tentu akan berdampak pada pengeluaran biaya dari *Wedo Party Planner*. Akan terjadi penambahan biaya untuk tenaga kerja, biaya untuk menggunakan teknologi (*unreal engine*), biaya pelatihan untuk tenaga kerja.

##### Channels

Pada blok *channels* terdapat beberapa cara yang dilakukan *Wedo Party Planner* untuk menjangkau pelanggannya, yaitu melalui *instagram* dan *word of mouth*. *Wedo Party Planner* dapat menggunakan *instagram Ads* untuk meningkatkan promosi. Selain itu, *Wedo Party Planner* juga dapat menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis seperti hotel dan restoran yang dapat dijadikan saluran untuk menjangkau pelanggan baru.

##### Revenue Streams



Pada blok *revenue streams* terdapat sumber pendapatan baru untuk *Wedo Party Planner* yang berasal dari *fee* penjualan suvenir dan *fee* penyewaan perlengkapan dekorasi. Sumber pendapatan baru tersebut ada karena terdapat *value* baru yang ditawarkan *Wedo Party Planner*, yaitu penjualan suvenir dan penyewaan perlengkapan dekorasi (*rental decoration*).

### Key Activities

Pada blok *key activities* terdapat beberapa aktivitas baru karena dampak dari beberapa blok, yaitu pada blok *value proposition* terdapat layanan konsultasi, dekorasi pesta yang sesuai tren berdampak pada aktivitas perencanaan pesta yang harus ditingkatkan agar menghasilkan dekorasi yang memuaskan pelanggan, melakukan peningkatan pada aktivitas pengadaan perlengkapan pesta adalah dampak dari *value proposition* baru yaitu *rental decoration*, peningkatan aktivitas pemasaran (*instagram*), pengadaan suvenir pesta dampak dari adanya *value* baru yaitu menjual suvenir pesta, adanya standar operasional prosedur untuk menjaga kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Wedo Party Planner* karena segmen pelanggan *Wedo Party Planner* ditambah untuk dapat melayani pesta pernikahan (skala besar), terdapat aktivitas kontrak dan pelatihan untuk tenaga kerja agar kualitas sumber daya manusia yang dimiliki *Wedo Party Planner* semakin baik dan konsisten, serta melakukan aktivitas evaluasi kinerja.

### Key Resources

Pada blok *key resources* terdapat penawaran baru yang diberikan oleh *Wedo Party Planner*, yaitu menyediakan *personal assistance* untuk melayani pelanggan yang membutuhkan bantuan seperti konsultasi atau ingin bertanya mengenai harga-harga dari jasa yang ditawarkan *Wedo Party Planner*. Kemudian terdapat penambahan tenaga kerja pada bagian dekorasi dengan membentuk tim dekorasi yang kreatif dan profesional agar dapat mewujudkan *value* baru dari *Wedo Party Planner* yaitu memberikan dekorasi yang mengikuti tren, kemudian merekrut tenaga kerja untuk bagian marketing untuk mengelola *instagram*, dan pada bagian *technology* agar dapat mengoperasikan *software* untuk penyelenggaraan acara *virtual* dengan baik.

### Key Partnership

Pada blok *key partnership* terdapat mitra bisnis baru, yaitu supplier untuk suvenir pesta yang merupakan dampak dari adanya *value* baru dari *Wedo Party Planner* yaitu menjual suvenir pesta. Kemudian *Wedo Party Planner* juga dapat memperkuat hubungan dengan mitra bisnis hotel dan restoran, dengan menjalin hubungan baik dengan hotel dan restoran diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan baru dan dapat mengurangi risiko mitra bisnis (hotel dan restoran) beralih menjadi *party planner* (menggunakan sumber daya internal). Dengan menambah mitra bisnis supplier suvenir akan berdampak kepada adanya biaya untuk pengadaan suvenir. Selain itu, *Wedo Party Planner* dapat melakukan efisiensi pembelian perlengkapan dekorasi dengan mencari supplier perlengkapan dekorasi yang menjual barang (perlengkapan dekorasi) dengan harga yang lebih rendah.

### Cost Structure

Pada blok *cost structure* terdapat beberapa biaya-biaya yang bertambah karena adanya pengaruh dari beberapa blok, seperti adanya biaya tenaga kerja untuk bagian dekorasi, *marketing*, *personal assistance*, *technology* karena adanya layanan-layanan baru dari *Wedo Party Planner*. Selain itu terdapat biaya untuk melakukan pelatihan terhadap tenaga kerja, biaya untuk pemasaran (*instagram ads*), biaya pembelian suvenir karena adanya *value* baru yaitu menjual suvenir, biaya *software* sebagai penunjang penyelenggaraan acara *virtual*, melakukan efisiensi biaya perlengkapan dekorasi dengan melakukan pembelian perlengkapan dekorasi ke supplier yang menjual dengan harga yang lebih rendah dengan kualitas serupa. Kemudian untuk biaya transportasi dapat dikurangi dengan menggunakan kendaraan pribadi, jika menggunakan kendaraan pribadi biaya yang dikeluarkan sekitar Rp150.000,00 – Rp250.000,00 (biaya bensin dan supir).

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Supplier perlengkapan dekorasi Supplier suvenir pesta Hotel dan restoran Band Sound system Fotografer MC Transportasi online	Pengadaan perlengkapan dekorasi Pemasaran jasa Desain dan perencanaan pesta Pengerjaan dekorasi dan pelaksanaan pesta Dokumentasi pesta Konsultasi dekorasi Pengadaan suvenir Standar operasional prosedur Kontrak dengan tenaga kerja Pelatihan tenaga kerja Evaluasi kinerja <b>Key Resources</b> Tenaga kerja (Tim dekorasi, marketing, technology, personal assistance) Perlengkapan dekorasi Alat komunikasi (Handphone) Ruang penyimpanan perlengkapan dekorasi Kendaraan (Transportasi online, Pribadi, Mobil pick-up) Teknologi unreal engine: (Komputer, software)	Kustomisasi konsep pesta Fast response Rekomendasi vendor berkualitas Pesta virtual Dekorasi pesta sesuai tren Suvenir dengan harga kompetitif Penerapan protokol kesehatan Konsultasi dekorasi Rental decoration	Customer service Harga spesial Membership Personal assistance  <b>Channels</b> Instagram Word of mouth Hotel dan restoran	Orang-orang yang ingin mengadakan pesta Skala kecil (Anniversary party, Birthday Party, Bridal Shower, Baby Shower, Acara Syukuran, Graduation party) Skala besar (Acara tunangan dan pesta pernikahan)  Wilayah Bandung dan sekitarnya  Masyarakat kalangan menengah dan atas
<b>Cost Structure</b> Biaya tenaga kerja: Tim dekorasi, marketing, technology, personal assistance Biaya pelatihan tenaga kerja Biaya vendor: (Band, sound system, fotografer, MC) Biaya pemasaran: (Instagram Ads) Biaya pembelian perlengkapan dekorasi Biaya pembelian suvenir pesta Biaya software (teknologi) Biaya transportasi: Transportasi online			<b>Revenue Streams</b> Fee penjualan jasa party planner dan dekorasi Fee penjualan suvenir Fee penyewaan perlengkapan dekorasi	

Keterangan: Diciptakan, Ditingkatkan, Dikurangi, Tetap

## Gambar 6 Business Model Canvas Usulan Wedo Party Planner

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan model bisnis usulan terdapat beberapa perubahan dari kesembilan blok *business model canvas*. Untuk *customer segment*, terdapat segmen pelanggan baru yaitu masyarakat yang akan melaksanakan pesta pernikahan dan *graduation party*. Di blok *value proposition*, diusulkan adanya penyelenggaraan pesta *virtual* dengan memanfaatkan teknologi, dekorasi pesta yang mengikuti tren, penerapan protokol kesehatan, layanan konsultasi, menyediakan suvenir dengan harga kompetitif dan penyewaan perlengkapan dekorasi. Untuk menjangkau pelanggan agar lebih baik maka dilakukan beberapa upaya tambahan, yaitu dengan melakukan peningkatan fungsi *instagram* dan menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis. Di blok *revenue streams* terdapat dua sumber pendapatan baru yang berasal dari penjualan suvenir dan *fee* penyewaan perlengkapan dekorasi. Kemudian pada blok *key activities* dilakukan beberapa aktivitas bisnis baru, yaitu melakukan peningkatan pada pengadaan perlengkapan dekorasi, aktivitas pemasaran dan proses perencanaan pesta. Selain itu juga terdapat beberapa aktivitas baru yang diusulkan, yaitu melakukan layanan konsultasi dekorasi, aktivitas pengadaan suvenir, menciptakan standar operasional prosedur, melakukan kontrak dan pelatihan untuk tenaga kerja, serta melakukan evaluasi kinerja. Selanjutnya pada blok *key resources* terdapat tambahan sumber daya yang digunakan untuk menjalankan bisnis, yaitu tenaga kerja yang terdiri dari tim dekorasi, tim *marketing*, tim *technology* dan *personal assistance*. Selain itu, terdapat teknologi yang digunakan sebagai penunjang penyelenggaraan pesta secara *virtual* seperti *software (unreal engine/augmented reality)* dan perangkat komputer. Kemudian terdapat usulan untuk melakukan peningkatan pada pembelian perlengkapan dekorasi, serta mengganti penggunaan transportasi *online* dengan mobil pribadi atau mobil *pick-up*. Di blok *key partnership* terdapat mitra bisnis baru, yaitu pemasok untuk suvenir pesta. Selain itu, terdapat usulan untuk menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis seperti pemasok perlengkapan dekorasi, hotel dan restoran. Pada blok *cost structure* terdapat tambahan biaya yang harus dikeluarkan seperti biaya gaji tenaga kerja, biaya untuk penerapan protokol kesehatan, biaya pembelian suvenir, biaya pemasaran (*instagram Ads*), biaya *software* penunjang penyelenggaraan pesta *virtual*. Selain itu *Wedo Party Planner* dapat melakukan efisiensi biaya perlengkapan dekorasi dan biaya transportasi. Diharapkan model bisnis yang baru ini akan membantu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

## REFERENSI

- BPS. Ekonomi Jawa Barat Tahun 2020 Terkontraksi 2,44 Persen. Retrieved from Jabar BPS: <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/895/ekonomi-jawa-barat-tahun-2020-terkontraksi-2-44-%20persen.html>
- BPS. Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2020. Retrieved 2021, from <https://jabarprov.go.id/assets/data/menu/Provinsi%20Jawa%20Barat%20Dalam%20Angka%202020.pdf>
- Hootsuite, W. A. (2020). Digital Data Indonesia 2020.
- Karyono, A. H. (1997). Kepariwisata. Jakarta: Grasindo.
- Noor, A. (2013). Event Management. Bandung: Alfabeta.
- Nurillah, Romaduti Sari. 2018. Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang Dalam Meningkatkan Wisata MICE di Kota Padang. JOM FISIP Vol. 5: Edisi II Juli – Desember.
- OJK. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 37 /POJK.04/2018. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Layanan-Urun-Dana-Melalui-Penawaran-Saham-Berbasis-Teknologi-Informasi-%28Equity-Crowdfunding%29/POJK%2037%20-%202018.pdf>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., (2010). Business Model Generation. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, P. (2014). Value Proposition Design. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Rangkuti, F. (2019). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Richard, M. 2019. Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun Ini. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini>.
- Saldana, J. (2009). The Coding Manual for Qualitative Researchers. London: Sage Publications.