



# Pengembangan Manajemen Strategi *Party Planner Forgetmenot*

**Aninda Dyah Hayu Pinasti Putri**

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta,  
Jl. Suryodiningratan 8, Yogyakarta  
E-mail: aninda.dyah1404@gmail.com

## ABSTRAK

*Party planner Forgetmenot* merupakan salah satu *party planner* yang bergerak di bidang usaha jasa dekorasi. Maraknya usaha yang bergerak di bidang dekorasi khususnya *party planner* menimbulkan permasalahan yang dihadapi oleh *party planner Forgetmenot* selaku jasa dekorasi baru untuk ikut bersaing sehat dengan banyaknya kompetitor sejenis yang memiliki pengalaman dan *branding* yang lebih baik. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dilakukan penelitian untuk menganalisis strategi dan sistem yang digunakan oleh *party planner Forgetmenot*. Penelitian menggunakan Teori Manajemen Strategi. Informan dalam penelitian ini sebanyak dua orang, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu mengumpulkan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui sektor apa saja yang perlu dikembangkan dan dibenahi dalam upaya pengembangan *party planner Forgetmenot*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *party planner Forgetmenot* perlu melakukan variasi strategi berupa penerapan tentang penetrasi dan pengembangan pasar, serta melakukan inovasi produk dan konsep baru dan lebih bervariasi.

**Kata kunci:** strategi pengembangan usaha, jasa party planner, analisis SWOT

## *Strategic Management Development*

### *Party Planner "Forgetmenot"*

#### ABSTRACT

*Party planner Forgetmenot is one of the party planners engaged in the decoration service business. The rise of businesses engaged in decoration, especially party planners, has created problems faced by the Forgetmenot party planner as a new decoration service to participate in healthy competition with many similar competitors who have better experience and branding. Based on these problems, a research was conducted to analyze the strategies and systems used by the Forgetmenot party planner. The research uses Strategic Management Theory. There were two informants in this study, using qualitative descriptive method, namely collecting data by interview, observation, and documentation, while the data analysis technique used SWOT analysis to find out what sectors need to be developed and addressed in the effort to develop the Forgetmenot party planner. The results of this study can be concluded that the Forgetmenot party planner needs to vary the strategy in the form of implementing market penetration and development, as well as innovating new and more varied products and concepts.*

**Keywords:** business development strategy, party planner services, SWOT analysis

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan di bidang jasa *Event Organizer* yang sekarang sudah memiliki banyak cabang antara lain, jasa pengelolaan pesta pernikahan, pesta ulang tahun, lamaran, perayaan tujuh bulanan (*baby shower*), bahkan acara konferensi, begitu pun munculnya jasa-jasa *party planner* yang berlomba-lomba untuk ikut serta dalam pengelolaan sebuah pesta maupun acara penting. Salah satunya Forgetmenot yang merupakan salah satu penyedia jasa perencana pesta (*party planner*) baru yang memiliki tujuan untuk ikut serta dan melayani khususnya dalam pengelolaan sebuah pesta maupun acara penting.

Forgetmenot berdiri sejak 2 April 2016. Forgetmenot bergerak di bidang usaha jasa dekorasi dan persiapan dalam sebuah pesta maupun acara penting. Berawal dari kesukaan mendekor, serta keinginan membuat usaha sampingan kemudian didorong dengan adanya peluang bisnis dekorasi yang cukup menarik. Dari peluang yang ada maka Nurlita Devi merekrut beberapa teman yang ahli desain dan fotografi untuk bersama menjalankan usaha *party planner*. Visi Forgetmenot yaitu menjadi jasa *party planner* yang dapat dipercaya dan memberi kepuasan terhadap pelanggan.

Awal strategi bisnis yang dijalankan yaitu bermula dari menawarkan ke orang terdekat seperti teman, kerabat, atau orang-orang sekitar. Setelah mempunyai banyak portofolio dan sudah terlihat cukup terpercaya, serta mencoba strategi pemasaran untuk menunjang promosi dengan cara mengadakan promo pada bulan-bulan tertentu melalui media sosial. Sistem kerja Forgetmenot yaitu ketika mendapat pesanan, tim memberikan jasa konsultasi desain dekorasi sesuai tema yang diinginkan pelanggan. Konsultasi dilakukan secara *online* melalui *Instagram* atau *WhatsApp*. Forgetmenot sangat mementingkan kualitas, mayoritas dekorasi menggunakan bunga asli dibandingkan dengan bunga buatan. Untuk desain dibuat tiga atau empat *preview* desain, kemudian klien akan memilih salah satu desain yang akan digunakan.

Awalnya, pengelola inti dari Forgetmenot terdiri dari Nurlita Devi bersama empat orang temannya yaitu Nami sebagai Sekretaris, Nurlita Devi sebagai Bendahara, Al sebagai Desainer, dan Dudi sebagai Fotografer. Namun saat ini anggota berkurang satu per satu dan hanya tinggal Nurlita Devi yang merangkap semua divisi dan dibantu dengan adiknya bernama Sindy Marlita. Ketika membutuhkan bantuan dekorasi, Nurlita Devi tidak menambah personel tetapi dengan merekrut beberapa orang. Anggota Forgetmenot terdiri dari dua orang yaitu Nurlita Devi dan Sindy Marlita. Sedangkan anggota yang lain hanya bersifat temporer, yakni hanya bekerja saat banyak dekorasi yang dikerjakan.

### 1. Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah membuat pilihan desain,

melakukan persiapan, mengelola, dan mendekorasi suatu acara maupun pesta sesuai permintaan pelanggan.

**Visi:** Menjadi penyedia jasa pengelola dan dekorasi acara pesta yang kreatif dan inovatif, serta dapat dipercaya dan memberi kepuasan terhadap klien.

**Misi:**

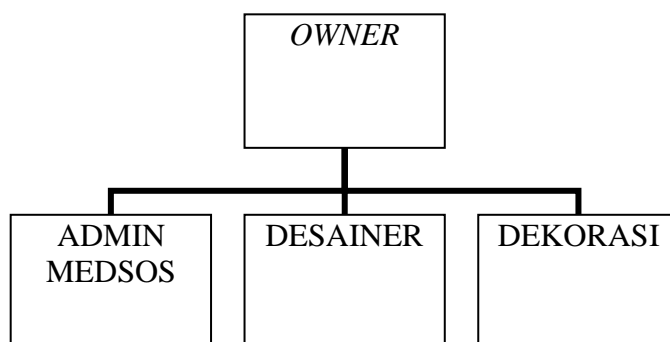
- a. Forgetmenot dapat memberi pelayanan terbaik dan profesional dalam pemesanan dan jasa pemasangan dekorasi.
- b. Membangun kepercayaan, kepuasan, kenyamanan kepada semua klien.

## 2. Sasaran

Sasaran pasar Forgetmenot adalah orang-orang yang ingin mengadakan acara untuk teman yang ingin menikah (*bridal shower*) atau teman yang sebentar lagi akan melahirkan (*baby shower*), dan anak-anak yang berulang tahun, kemudian sasaran usahanya adalah orang-orang yang ingin mencari jasa dekorasi dan *event*.

## 3. Organisasi

Struktur organisasi saat ini



Keterangan:

- Nurlita Devi sebagai *Owner*
- Sindy Marlita sebagai Admin Medsos dan Desainer
- Pegawai *Freelance* sebagai Tim Dekorasi

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang tepat untuk jasa *party planner* Forgetmenot sehingga nantinya usaha ini lebih berkembang dengan pembaruan mengikuti pasar di era modern dan dapat bersaing dengan usaha di bidang pengelolaan acara dan pesta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan kemudian akan diolah menggunakan beberapa alat, yaitu matriks IE dan kuadran SWOT, kemudian laporan hasil penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tertulis.

Adapun tahapan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

### **1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah *party planner* Forgetmenot yang didirikan oleh Nurlita Devi.

### **2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah pengelola dari Forgetmenot yang terdiri dari Nurlita Devi sebagai *Owner*, Sindy Marlita sebagai Admin medsos dan Desainer, serta beberapa *Freelance* sebagai tim Dekorasi.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dengan wawancara terhadap pengelola Forgetmenot dan juga kuesioner yang merupakan instrumen penelitian yang digunakan melalui daftar pertanyaan yang diisi responden yaitu pengelola Forgetmenot yang kemudian digunakan untuk pengukuran bobot dan rating. Untuk kelengkapan data dilakukan juga dokumentasi, yakni pengumpulan dan pengolahan serta penyimpanan informasi sebagai pendukung penelitian.

### **4. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ini dilakukan melalui dua faktor, yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Strategi Generik dan Variasi Strategi yang Saat Ini Diterapkan oleh Forgetmenot Party Planner**

Strategi generik yang diterapkan oleh Forgetmenot saat ini adalah strategi fokus. Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam segmen pasar yang lebih sempit dan menghindari konfrontasi langsung dengan para pesaingnya. Pesaing Forgetmenot adalah pengelola acara dan pesta lain yang menawarkan jasa dekorasi dengan menggunakan properti dan bunga buatan, sesuai dengan tuntutan ekonomi.

Berdasar teori strategi generik yang dilakukan oleh Forgetmenot, strategi jenis ini, ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif

kecil dan dalam pengambilan keputusannya, untuk membeli atau memesan jasa pengelolaan dari Forgetmenot relatif tidak dipengaruhi oleh harga. Pelaksanaannya pada perusahaan skala menengah dan besar, strategi berfokus pada integrasi strategi generik yaitu strategi biaya rendah atau strategi pembedaan karakteristik produk. Strategi generik biasanya digunakan oleh pemasok *niche market* (segmen khusus atau khas dalam suatu pasar tertentu; disebut pula sebagai ceruk pasar) untuk memenuhi kebutuhan suatu produk, barang, dan jasa khusus.

Syarat bagi penerapan strategi generik ini adalah adanya besaran pasar yang cukup (*market size*), terdapat potensi pertumbuhan yang baik dan tidak terlalu diperhatikan oleh pesaing dalam rangka mencapai keberhasilannya (pesaing tidak tertarik untuk bergerak pada ceruk tersebut). Strategi ini akan menjadi lebih efektif jika konsumen membutuhkan suatu kekhasan tertentu yang tidak diminati oleh perusahaan pesaing. Biasanya perusahaan yang bergerak dengan strategi ini lebih berkonsentrasi pada suatu kelompok pasar tertentu (*niche market*), wilayah geografis tertentu, atau produk, barang atau jasa tertentu dengan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen secara baik, *excellent delivery* (David, 2017).

Strategi yang digunakan:

- a) *Overall cost leadership* (fokus ke pesaing daripada ke pelanggan, biaya murah atau bisa dilakukan karena mengusahakan biaya produksi murah)
- b) *Differentiation* (melayani pangsa pasar yang kecil sehingga lebih baik dari para pesaing).

Penerapan strategi generik di Forgetmenot terlihat dari kebijakan pengelola yang memilih segmen pada kalangan tertentu yang sebelumnya sudah mempunyai ketertarikan terhadap dekorasi pesta, khususnya acara tunangan, pesta ulang tahun, *baby shower* (perayaan tujuh bulanan), dan acara pertemuan.

Variasi Strategi yang diterapkan oleh Forgetmenot adalah pengembangan desain dekorasi di antaranya dengan memperbanyak variasi yang lebih menarik dan diversifikasi konsentrik (melakukan inovasi desain). Pengembangan dan inovasi desain dilakukan dengan pertimbangan adanya penggunaan media sosial sebagai media komunikasi yang semakin diminati, sebagai media yang paling banyak digunakan untuk penyajian sekaligus sosialisasi desain dekorasi acara pesta.

Strategi generik dan variasi strategi yang semestinya dijalankan Forgetmenot yaitu:

**a. Saat ini**

Berdasarkan hasil analisa Matrik IE dan Kuadran SWOT, maka strategi generik dan variasi strategi sebagai berikut:

Strategi generik yaitu *Expansion* mendukung strategi ofensif. Dilihat dari hasil analisis matriks IE posisi Forgetmenot *party planner* menunjukkan *Growth*

*and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi I. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Menurut hasil kuadran SWOT, posisi usahanya berada pada kuadran I, yaitu *Strategy Generic Expansion*. Oleh karena itu, dalam usaha ini strategi generik yang akan digunakan adalah *Expansion*. Untuk variasi strategi yang akan digunakan adalah ofensif (variasi strategi kuadran SWOT) serta intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

Variasi strategi ofensif dilakukan dengan cara memberikan pelayanan memuaskan dengan pemberian jasa konsultasi secara gratis untuk mengatasi masalah harga dekorasi dan menarik pelanggan yang mulai berkurang yang disebabkan oleh peningkatan harga bunga asli dan properti. Upaya untuk mengatasi melonjaknya harga dari kebutuhan dekorasi dan pelayanan yang memuaskan serta berkualitas dapat dilakukan dengan menggunakan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal), yakni dengan melakukan promosi dengan penurunan harga untuk mendapatkan pangsa pasar pesaing.

Upaya dan strategi lain untuk menunjang pengembangan pasar juga dilakukan dengan cara memperluas wilayah pemasaran dengan menggunakan jasa layanan atau produk yang sama untuk menambah pangsa pasar baru, mengingat kualitas dan konsistensi jasa serta pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Selain pengembangan pasar juga dilakukan pengembangan produk yang sudah ada menjadi produk yang lebih kreatif dan inovatif. Dengan cara meningkatkan kualitasnya. Strategi lain yang digunakan yaitu menciptakan jalur distribusi sendiri dengan cara membuat kantor untuk memberikan pelayanan konsultasi dan kegiatan pemasaran produk.

#### **b. Strategi Generik & Variasi Strategi yang Akan Datang (3-5 tahun)**

Strategi generik yang bisa diterapkan dalam jangka tiga sampai lima tahun mendatang lebih bersifat perkiraan, karena sangat tergantung dari eksistensi Forgetmenot. Berdasarkan analisis SWOT, terutama melihat peluang dan ancamannya, maka strategi generik yang bisa diterapkan pada tiga sampai lima tahun mendatang adalah strategi kombinasi, yakni dengan menggabungkan strategi yang ada (stabilitas, ekspansi, penciutan) dengan melihat kondisi yang ada di masyarakat dan pasar, terkait dengan melonjaknya harga bunga asli dan sulitnya mendapat properti. Solusi yang diciptakan yaitu dengan membuat taman bunga yang ditanam dan dikelola sendiri untuk menghindari pembelian bunga asli di pasaran dengan harga yang semakin meningkat, sehingga tetap dapat

memberikan desain eksklusif dan berkualitas dengan tetap menggunakan bunga asli.

Variasi strategi yang dapat diterapkan untuk tiga sampai lima tahun mendatang tetap menggunakan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal), yakni dengan promosi dan memperluas wilayah pemasaran. Selain itu, Forgetmenot juga menciptakan produk baru dan mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang lebih kreatif dan inovatif, serta menjaring lebih banyak kerja sama dan membeli sebagian saham atau menanam modal kepada pesaing yang tentu saja disesuaikan dengan perkembangan pada tiga hingga lima tahun mendatang.

**1) Analisis Matriks IE (*Internal-External*)**

Tahap ini merupakan tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan dan peringkat pada matriks EFE dan IFE ke dalam matriks IE. Total nilai tertimbang pada matriks EFE dan IFE akan berada pada kisaran 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi), dengan nilai rata-rata 2,5. Matriks IE mempunyai sembilan sel strategi yang dapat dikelompokkan menjadi tiga sel strategi utama, yaitu:

1. *Growth and Build* (tumbuh dan bina) berada dalam sel I, II, dan IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
2. *Hold and Maintain* (pertahankan dan pelihara) dilakukan untuk sel III, V, dan VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
3. *Harvest or Divest* (panen atau divestasi) dipakai untuk sel VI, VIII, dan IX. Strategi umum yang dipakai adalah strategi divestasi, strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi.

Matriks IE dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Matriks IE SWOT**

		Total Skor IFE		
		3.0	2.0	1.0
Total Skor EFE	4.0	I	II	III
	3.0	IV	V	VI
	2.0			
	1.0	VII	VIII	IX

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil IFE sebesar **3,654** dan EFE sebesar **3,278**. Angka tersebut selanjutnya dapat menggambarkan posisi Forgetmenot melalui matriks IE.

		<b>Total Skor IFE</b>		
		3.0	2.0	1.0
<b>Total Skor EFE</b>	4.0	<b>I</b>	II	III
	3.0	IV	V	VI
	2.0	VII	VIII	IX
	1.0			

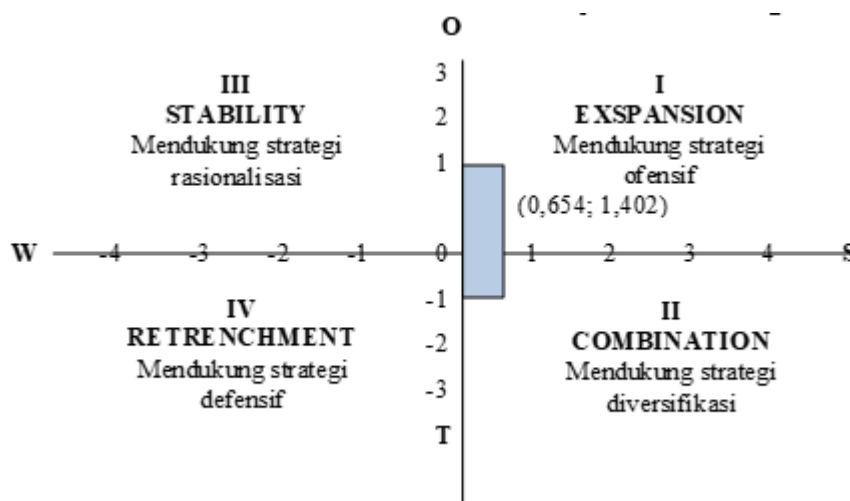
Posisi Forgetmenot melalui matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi I. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

**2) Kuadran Analisis SWOT**

Untuk kuadran analisis SWOT Forgetmenot dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai Faktor Internal} &= \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} \\
 &= 2,154 - 1,500 \\
 &= 0,654
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai Faktor Eksternal} &= \text{Peluang} - \text{Ancaman} \\
 &= 2,340 - 0,938 \\
 &= 1,402
 \end{aligned}$$



Gambar 1. Kuadran analisis SWOT Party Planner Forgetmenot



Kuadran analisis SWOT Forgetmenot menunjukkan posisinya berada pada kuadran I sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan mendukung strategi ofensif untuk menciptakan peluang. Selanjutnya adalah perumusan strategi-strategi melalui matriks SWOT yang diperoleh dengan memasang faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

### 3) Matriks SWOT

Matriks SWOT diperoleh dengan memasang faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman seperti terlihat pada tabel berikut.

**Tabel 2. Alternatif Strategi dalam Matriks SWOT**

Internal Eksternal	<i>Strength (S)</i> <b>*Faktor Kekuatan</b>	<i>Weakness (W)</i> <b>*Faktor Kelemahan</b>
<b><i>Opportunities (O)</i></b> <b>*Faktor Peluang</b>	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<b><i>Threats (T)</i></b> <b>*Faktor Ancaman</b>	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi TW Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Berdasarkan hasil kuadran analisis SWOT, Forgetmenot menunjukkan posisinya berada pada kuadran I yaitu *Expansion* mendukung strategi ofensif. Selanjutnya perlu dirumuskan alternatif-alternatif strategi menggunakan matriks SWOT untuk mendukung keputusan dari hasil analisis kuadran SWOT. Perumusan strategi-strategi melalui matriks SWOT adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Alternatif Strategi Forgetmenot dalam Matriks SWOT**

<b>Internal</b>	<b>Strength (S)</b> 1. Menggunakan bunga asli. 2. Memberikan kebebasan pelanggan untuk memilih desain ( <i>custom</i> ). 3. Gratis konsultasi. 4. Desain eksklusif.	<b>Weakness (W)</b> 1. Tidak mempunyai karyawan tetap. 2. Hanya menjangkau wilayah Jakarta Selatan.
<b>Eksternal</b>		
<b>Opportunities (O)</b> 1. Memiliki peluang yang bersifat <i>continously</i> seperti acara pernikahan, <i>baby shower</i> , dll. 2. Semakin populernya budaya menggelar pesta di kalangan masyarakat Jakarta.	<b>SO</b> 1. Memanfaatkan peluang populernya menggelar pesta yang bersifat <i>continously</i> dengan memberikan desain eksklusif dan <i>custom</i> . (O2, O1, S4, S2)	<b>WO</b> 1. Memanfaatkan populernya budaya menggelar pesta di kalangan masyarakat Jakarta dengan cara menambah karyawan tetap untuk menjangkau wilayah lebih luas. (O2, W1, W2)
<b>Threats (T)</b> 1. Melonjaknya harga bunga asli di pasaran. 2. Sulitnya mendapatkan properti sesuai tema yang diinginkan konsumen.	<b>ST</b> 1. Membuat taman bunga sendiri untuk menghindari harga bunga asli yang meningkat sehingga tetap dapat memberikan desain eksklusif dengan menggunakan bunga asli. (T1, S4, S1) 2. Memberikan pelayanan memuaskan dengan pemberian jasa konsultasi secara gratis untuk mengatasi masalah harga dekorasi dan menarik pelanggan yang mulai berkurang, disebabkan oleh peningkatan harga bunga asli dan properti. (S3, T1, T2)	<b>WT</b> 1. Memperluas jangkauan wilayah untuk mendapatkan properti yang sesuai tema. (W2, T2)

#### 4) Tahapan Keputusan

Hasil Matriks SWOT memberikan beberapa alternatif strategi yaitu:

SO : 1. Memanfaatkan peluang populernya menggelar pesta yang bersifat *continously* dengan memberikan desain eksklusif dan *custom*. (O2, O1, S4, S2)

WO : 1. Memanfaatkan populernya budaya menggelar pesta di kalangan masyarakat Jakarta dengan cara menambah karyawan tetap untuk

- menjangkau wilayah lebih luas. (O2, W1,W2)
- ST : 1. Membuat taman bunga sendiri untuk menghindari harga bunga asli yang meningkat sehingga tetap dapat memberikan desain eksklusif dengan menggunakan bunga asli. (T1, S4, S1)
2. Memberikan pelayanan memuaskan dengan pemberian jasa konsultasi secara gratis untuk mengatasi masalah harga dekorasi dan menarik pelanggan yang mulai berkurang, disebabkan oleh peningkatan harga bunga asli dan properti. (S3, T1,T2)
- WT : 1. Memperluas jangkauan wilayah untuk mendapatkan properti yang sesuai tema. (W2, T2)

- Tahap Keputusan Berdasarkan Matriks IE

Posisi Forgetmenot Matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi I. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

- **Penetrasi Pasar:** Melakukan promosi dengan penurunan harga untuk mendapatkan pangsa pasar pesaing.
- **Pengembangan Pasar:** Memperluas wilayah pemasaran dengan menggunakan jasa layanan atau produk yang sama untuk menambah pangsa pasar baru, mengingat kualitas dan konsistensi jasa serta pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.
- **Pengembangan Produk:** Menciptakan produk baru dan mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang lebih kreatif dan inovatif, dengan cara meningkatkan kualitasnya.
- **Integrasi ke Belakang:** Meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok dengan cara melakukan penanaman bunga asli sendiri.
- **Integrasi ke Depan:** Menciptakan jalur distribusi sendiri dengan cara membuat kantor untuk memberikan pelayanan konsultasi dan kegiatan pemasaran produk.
- **Integrasi Horizontal:** Meningkatkan kendali atas perusahaan pesaing dengan cara melakukan kerja sama dan membeli sebagian saham atau menanam modal kepada pesaing.

- Tahap Keputusan Berdasarkan Kuadran Analisis SWOT

Kuadran analisis SWOT Forgetmenot *party planner* menunjukkan posisinya berada pada kuadran I *Expansion* sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap **kekuatan** untuk menghadapi setiap **ancaman**. Posisi tersebut mengarah pada strategi **ST** yaitu:

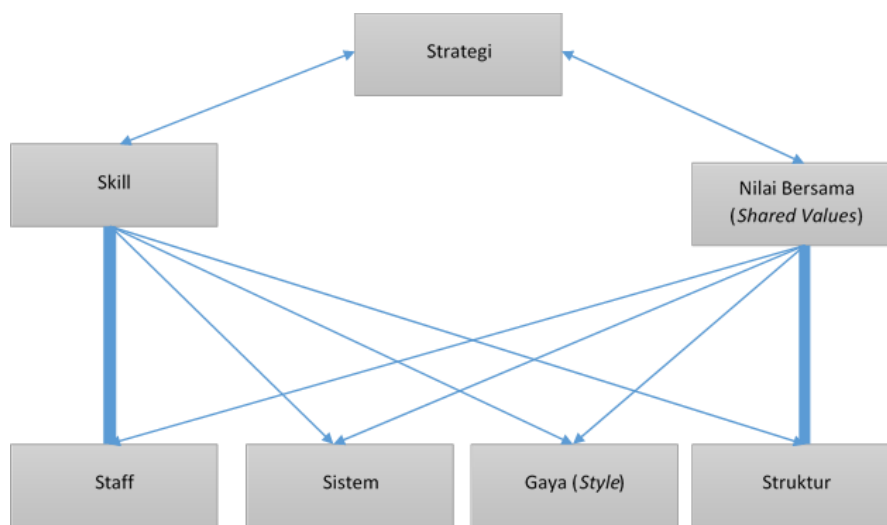
1. Membuat taman bunga sendiri untuk menghindari harga bunga asli yang

meningkat sehingga tetap dapat memberikan desain eksklusif dengan menggunakan bunga asli.

2. Memberikan pelayanan memuaskan dengan pemberian jasa konsultasi secara gratis untuk mengatasi masalah harga dekorasi dan menarik pelanggan yang mulai berkurang, disebabkan oleh peningkatan harga bunga asli dan properti.

## 5) Tahapan Implementasi

Strategi 7-S framework-MC. Kinsey



Gambar 3. The 7-s framework Mc. Kinsey

### Keterangan:

1. Strategi adalah sebuah rencana yang diformulasikan oleh organisasi untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkesinambungan di masa depan.
2. Keterampilan (*skill*) berhubungan dengan apa yang dilakukan terbaik oleh organisasi (*what the company does best?*), kapabilitas, dan kompetensi khusus yang ada di dalam organisasi.
3. Nilai bersama (*shared values*) adalah konsep-konsep dan prinsip-prinsip pedoman dari organisasi seperti: nilai-nilai dan aspirasi yang melampaui pernyataan tujuan organisasi yang konvensional, ide-ide fundamental di sekitar bisnis yang dibangun, hal-hal yang memengaruhi kelompok, bekerja sama untuk tujuan bersama.
4. Staf adalah sumber daya manusia organisasi, mengacu pada bagaimana orang dikembangkan, dilatih, disosialisasikan, diintegrasikan, dimotivasi, dan bagaimana karir mereka dikelola.

5. Sistem adalah prosedur formal dan informal meliputi sistem inovasi, sistem kompensasi, sistem informasi manajemen, dan sistem alokasi modal yang mengatur kegiatan setiap hari.
6. Gaya (*style*) merupakan pendekatan kepemimpinan dan pendekatan operasional keseluruhan organisasi. Cara orang-orang dalam organisasi menghadirkan diri mereka ke dunia luar termasuk pemasok dan pelanggan.
7. Struktur merupakan kerangka kegiatan anggota-anggota organisasi dikoordinasikan.

Ketujuh elemen di atas saling memengaruhi kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan pada satu elemen tidak akan efektif, bila tidak diikuti dengan perubahan pada elemen S lainnya. Berikut ini adalah implementasi Strategi 7-S *framework*-MC. Kinsey pada Forgetmenot adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan oleh Forgetmenot adalah penetrasi pasar dengan melakukan promosi penurunan harga untuk mendapatkan pangsa pasar pesaing. Melakukan pengembangan pasar dan pengembangan produk dengan memperluas wilayah pemasaran dan menciptakan produk baru serta mengembangkan produk yang sudah ada. Selanjutnya ada integrasi ke belakang dan ke depan dengan meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok dan menciptakan jalur distribusi sendiri. Strategi yang terakhir yaitu integrasi horizontal dengan cara meningkatkan kendali atas perusahaan pesaing.
2. Keterampilan (*skill*) yang dilakukan oleh Forgetmenot yaitu menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas untuk menghasilkan desain dekorasi yang kreatif dan inovatif.
3. Nilai bersama (*shared values*) Forgetmenot adalah memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.
4. Staf dalam Forgetmenot diberikan fasilitas pelatihan desain digital dan ilmu baru tentang desain dekorasi secara berkala, yang diharapkan dapat mengembangkan kemampuan staf agar semakin meningkat dalam melakukan pekerjaannya sehingga berdampak pada kesuksesan pengelola dan kesejahteraan ekonomi staf.
5. Sistem dalam Forgetmenot adalah prosedur informal meliputi sistem inovasi, sistem kompensasi, sistem informasi manajemen, dan sistem alokasi modal yang mengatur kegiatan setiap hari.
6. Gaya (*style*) atau pendekatan kepemimpinan dalam Forgetmenot adalah pendekatan demokratis.
7. Struktur organisasi dalam Forgetmenot adalah struktur fungsional, yaitu bekerja sesuai kemampuan staf.

## 6) Implementasi Strategi

Tujuan dari implementasi strategi adalah untuk mencapai apa yang ingin dicapai oleh organisasi untuk masa tertentu. Tujuan-tujuan tersebut tentu ada rentang waktunya yaitu jangka panjang, menengah, dan pendek. Setelah didapatkan tujuan yang ingin dicapai maka selanjutnya merumuskan alternatif strategi-strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Untuk Forgetmenot tujuan jangka pendek dan alternatif strategi sebagai berikut:

### a. Tujuan Jangka Pendek

1. Menambah jumlah karyawan tetap untuk mengoptimalkan kualitas jasa *party planner*.
2. Memperbanyak variasi desain dekorasi untuk menarik minat pelanggan.
3. Menambah media promosi melalui *online* dan *offline*.
4. Memperluas wilayah pemasaran jasa.

### b. Alternatif Strategi

Alternatif strategi yang digunakan yaitu strategi kombinasi yang dikoordinasikan untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan. Salah satunya yaitu dengan mengombinasikan antara strategi diversifikasi konsentris dengan strategi penggabungan usaha (*merger strategy*). Strategi yang digunakan yaitu menambah produk baru yang masih terkait dengan produk yang sudah ada, bergabung bersama perusahaan lain, bahkan kemungkinan dapat membentuk perusahaan baru.

## KESIMPULAN

Tujuan utama pada penyusunan penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi Forgetmenot. Berdasarkan analisis matriks IE (*Internal-External*) dan kuadran SWOT maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang cocok adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) yang menghasilkan beberapa upaya sebagai berikut: melakukan promosi dengan penurunan harga untuk mendapatkan pangsa pasar pesaing; memperluas wilayah pemasaran dengan menggunakan jasa layanan atau produk yang sama untuk menambah pangsa pasar baru, mengingat kualitas dan konsistensi jasa serta pelayanan yang memuaskan bagi konsumen; menciptakan produk baru dan mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang lebih kreatif dan inovatif, dengan cara meningkatkan kualitasnya; meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok dengan cara melakukan penanaman bunga asli sendiri; menciptakan jalur distribusi sendiri dengan cara membuat kantor untuk memberikan pelayanan konsultasi dan kegiatan pemasaran produk dan meningkatkan kendali atas perusahaan pesaing dengan cara melakukan kerja sama

dan membeli sebagian saham atau menanam modal kepada pesaing.

Forgetmenot mempunyai kekurangan yaitu pada kurangnya karyawan tetap dan hanya menjangkau wilayah Jakarta Selatan. Untuk itu dibutuhkan strategi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Berdasarkan hasil analisis matriks IE dan kuadran SWOT, telah memunculkan rekomendasi strategi-strategi yang dapat digunakan untuk mendukung pencapaian visi dan misi Forgetmenot. Namun, dalam penerapan strategi ini hendaknya disesuaikan pula dengan perkembangan industri kreatif yang terus berkembang.

### **Saran**

Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam dan mengkaji lebih rinci penelitian selanjutnya khususnya pada evaluasi strategi pengembangan Forgetmenot yang sudah digunakan, yaitu strategi generik, juga terkait tentang strategi manajemen khususnya pada karyawan dan struktur organisasinya.

### **KEPUSTAKAAN**

- David, Fred R. & David, Forest R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Sixteenth Edition*. England: Pearson Education.
- Salim, M.Afif & Siswanto, Agus Bambang. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. Jakarta: Pilar Nusantara.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI, Cetakan Keduapuluh Empat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

### **Informan**

Nurlita Devi (32Tahun) sebagai *Owner*.

Sindy Marlita (27 Tahun) sebagai Admin medsos dan Desain.