



PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN BISNIS WEDDING ORGANIZER SABBASS

CHANDRA KURNIAWAN



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan Strategi Pemasaran Bisnis *Wedding Organizer Sambass*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Chandra Kurniawan
K1401211094

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



ABSTRAK

CHANDRA KURNIAWAN. Pengembangan Strategi Pemasaran Bisnis *Wedding Organizer*. Dibimbing oleh ASEP TARYANA dan ANGGI MAYANG SARI.

Persaingan industri wedding organizer yang semakin ketat menuntut strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemasaran Bisnis *Wedding Organizer* Sambass di Kota Bogor melalui analisis faktor internal dan eksternal perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan mix-methods dengan analisis Value Chain, PESTLE, Porter's Five Forces, IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM, serta dikaji melalui pendekatan pemasaran 4C. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan terletak pada pengalaman, kualitas pelayanan, relasi vendor, dan reputasi pendiri, sementara peluang utama berasal dari perkembangan media sosial dan meningkatnya kebutuhan jasa penyelenggara acara. Strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi optimalisasi pemasaran digital, peningkatan kualitas konten promosi, penguatan kerja sama dengan vendor dan influencer, serta peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing perusahaan.

Kata kunci: 4C, bisnis *wedding organizer*, QSPM, strategi pemasaran, SWOT, *wedding organizer*.

ABSTRACT

CHANDRA KURNIAWAN. Marketing Strategy Development for Bisnis Wedding Organizer. Supervised by ASEP TARYANA and ANGGI MAYANG SARI.

The increasing competition in the wedding organizer industry requires effective marketing strategies to enhance business competitiveness. This study aimed to formulate appropriate marketing strategies for Bussines Wedding Organizer Sambass in Bogor City by analyzing its internal and external factors. A mixed-methods approach was employed using Value Chain Analysis, PESTLE, Porter's Five Forces, IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM, followed by evaluation through the 4C marketing framework. The findings revealed that the company's main strengths include its experience, service quality, vendor relationships, and the founder's reputation, while key opportunities stem from the growth of social media and increasing demand for event management services. Recommended priority strategies include optimizing digital marketing, improving promotional content, strengthening partnerships with vendors and influencers, and enhancing service quality to increase brand awareness, expand market reach, and strengthen competitiveness.

Keywords: 4C, marketing strategy, QSPM, SWOT, wedding organizer, wedding organizer business.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN BISNIS WEDDING ORGANIZER SABBASS

CHANDRA KURNIAWAN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengembangan Strategi Pemasaran Bisnis *Wedding Organizer*
Sambass
Nama : Chandra Kurniawan
NIM : K1401211094

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.

Pembimbing 2:
Anggi Mayang Sari, S.Si., MBA.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian: 17 Juli 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah dengan judul “Pengembangan Strategi Pemasaran Bisnis *Wedding Organizer Sambass*” dapat dilaksanakan dari bulan Oktober 2025 hingga Januari 2026. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan dukungan moral maupun edukatif kepada penulis. Sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M., selaku ketua komisi pembimbing dan Ibu Anggi Mayang Sari, S.Si., MBA. selaku anggota komisi pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi motivasi selama penulis menyusun skripsi.
2. Dosen penguji skripsi yang telah berkenan memberikan saran dan masukan terhadap penulisan karya ilmiah ini.
3. Kedua orang tua yang sangat penulis sayangi Bapak Andi Durahman dan Ibu Rani Nurmi Rohaeni, serta keluarga besar penulis yang tidak pernah letih mendoakan penulis dan memberikan dukungan baik secara finansial, material, dan emosional yang sangat berharga bagi keberlangsungan studi penulis dalam menempuh pendidikan.
4. Bapak Hafith Furqoni, S.P, M.Si, Ph.D selaku Mentor yang senantiasa memberikan doa, bimbingan, dan nasehat kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor yang telah ikhlas dan sabar dalam memberikan pemaparan ilmu yang bermanfaat bagi penulis untuk melakukan skripsi dan bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya.
6. Seluruh tim Bisnis Wedding Organizer telah mendukung dan membimbing penulis selama penelitian

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Chandra Kurniawan

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Strategi	7
2.2 Strategi Pemasaran	8
2.3 Perumusan Strategi Pemasaran	9
2.4 <i>Wedding Organizer</i> (WO)	10
2.5 Analisis Lingkungan Internal & Eksternal	11
2.6 <i>Value Chain Analysis</i>	11
2.7 <i>Porter's Five Forces Analysis</i>	12
2.8 PESTLE Analysis	12
2.9 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	13
2.10 Matriks <i>Internal-External</i> (IE)	13
2.11 Matriks <i>Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats</i> (SWOT)	14
2.12 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	14
2.13 Strategi Pemasaran 4C	15
2.14 Penelitian Terdahulu	16
2.15 Kerangka Penelitian	17
III METODE	19
3.1 Waktu dan Tempat	19
3.2 Jenis dan Sumber Data	19
3.3 Metode Pengumpulan Data	20
3.4 Metode Penentuan Informan	21
3.5 Metode Pengolahan Data	22
3.6 Analisis Deskriptif	23
3.7 Formulasi Strategi	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Kondisi <i>Existing</i> Perusahaan Bisnis <i>Wedding Organizer</i>	26
4.2 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan	40
4.3 Perumusan Strategi Alternatif	48
4.4 Penentuan Prioritas Strategi	58
4.5 Implikasi Manajerial	59
V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
RIWAYAT HIDUP	69



DAFTAR TABEL

1	Jenis, sumber, metode, dan luaran yang diharapkan	19
2	Daftar informan penelitian	21
3	Metode pengolahan data dan output penelitian	23
4	Faktor-faktor kekuatan Bisnis Wedding Organizer	41
5	Faktor-faktor kelemahan Bisnis Wedding Organizer	42
6	Matriks IFE Bisnis Wedding Organizer	43
7	Faktor-faktor peluang Bisnis Wedding Organizer	44
8	Faktor-faktor ancaman Bisnis Wedding Organizer	46
9	Matriks EFE Bisnis Wedding Organizer	47
10	Matriks SWOT Bisnis Wedding Organizer	51
11	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> Bisnis Wedding Organizer	59
12	Implikasi manajerial strategi pengembangan Bisnis Wedding Organizer	60
13	Pembagian implementasi strategi Bisnis Wedding Organizer	62
14	Waktu implementasi strategi Bisnis Wedding Organizer	63

DAFTAR GAMBAR

1	Data pernikahan di Indonesia tahun 2020-2024	1
2	Diagram target dan capaian event pernikahan klien Bisnis Wedding Organizer selama 5 tahun terakhir	3
3	<i>Pie Chart</i> persebaran wilayah klien Bisnis Wedding Organizer selama 5 tahun terakhir	4
4	<i>Michael Porter's value chain framework</i>	11
5	Kerangka penelitian	18
6	Logo Bisnis Wedding Organizer and Decoration	26
7	Struktur perusahaan Bisnis Wedding Organizer	28
8	Alur transaksi klien Bisnis Wedding Organizer	29
9	Matriks IE Bisnis Wedding Organizer	49