

BAB V

KESIMPULAN

Adanya *wedding planner* di wilayah DIY dan sekitarnya didasari pada perkembangan teknologi, dan mobilitas yang semakin meningkat mengubah perilaku konsumen dari pola penyenggaraan acara pernikahan yang masih tradisional dengan semua persiapan dan panitia pelaksanaan dari keluarga, menjadi pola yang lebih moderen dengan menggunakan jasa *wedding planner* untuk mempersiapkan dan melaksanakan acara pernikahan. Dengan perubahan pola tersebut banyak penyedia jasa *wedding planner* yang berhasil memanfaatkan perubahan tersebut dengan memberikan penawaran jasa secara berbeda.

Untuk dapat bertahan di kondisi ini, Kusuma Kencana Wedding Planner harus dapat melakukan inovasi terhadap bisnisnya. Keberhasilan inovasi ini bergantung pada penerapan model bisnis diterapkan Kusuma Kencana Wedding Planner dengan kebutuhan konsumen dan kondisi yang dialami pesaing.

Untuk menjawab rumusan masalah “Bagaimana perancangan model bisnis Kusuma Kencana Wedding Planner yang sesuai dengan kondisi sekarang?”. Berikut kesimpulan mengenai bisnis model apa saja yang diterapkan Kusuma Kencana Wedding Planner.

Kesimpulannya adalah Kusuma Kencana Wedding Planner menerapkan Sembilan blok pada bisnis model kanvas, yang terdiri dari elemen – elemn sebagai berikut :

- Segmen Pelanggan, terdiri dari rentan usia 23 tahun – 35 tahun, wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya, dan pelanggan yang datang pada rekanan vendor.
- Proposional Nilai, nilai yang ditawarkan Kusuma Kencana Wedding Planner pada konsumen adalah paket pernikahan *customize*, standar operasional prosedur berbeda, pernikahan sesuai biaya atau sesuai konsep, penyesuaian vendor sesuai kebutuhan, melibatkan konsumen dalam (menentukan biaya, konsep, dan memilih vendor), komunikasi dengan konsumen setelah pernikahan, memastikan apa yang disewa konsumen ada di pelaksanaan hari h, sigap dan tanggap pada perkembangan informasi, dan jaminan komunikasi yang mudah.
- Saluran, dilakukan melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *webite*, dan *whatsapp* serta melalui vendor kerjasama dan konsumen yang telah menggunakan jasa.
- Hubungan Pelanggan, menjalin hubungan komunikasi yang baik dan berkala kepada seluruh konsumen yang menggunakan jasa Kusuma Kencana Wedding Planner.
- Bangunan Kemitraan, membangun hubungan kerjasama yang harmonis terhadap seluruh vendor yang pernah dan akan bekerjasama.
- Aktivitas Utama, dalam hal ini yang dilakukan Kusuma Kencana Wedding Planner adalah mendistribusikan informasi, meyakinkan untuk menggunakan jasanya, dan memberi pelayanan yang maksimal pada setiap konsumen.

- Struktur Biaya, biaya yang harus dikeluarkan Kusuma Kencana Wedding Planner dibagi dalam tiga biaya yaitu biaya operasional harian, biaya operasional peracara, dan biaya promosi.
- Arus Pendapatan, pendapatan Kusuma Kencana Wedding Planner di dapat dari vendor dan konsumen.

Kusuma Kencana Wedding Planner menerapkan semua blok yang ada pada bisnis model kanvas karena dianggap relevan untuk diterapkan, melihat dari perkembangan yang ada di industri pernikahan di wilayah DIY dan sekitarnya.

Didukung menggunakan perhitungan analisi SWOT dimana Kusuma Kencana Wedding Planner memiliki kekuatan dari dalam perusahaan seperti:

- Memiliki tim konten kreator
- Memiliki desainer khusus 3D dan 2D
- Mempunyai tim yang berusia muda (20 – 25 tahun)
- Menerapkan Standar Operasional Prosedur berbeda dari pesaing
- Membuka setiap usulan dari setiap karyawan
- Seragam saat acara beda dengan pesaing
- Memiliki tim yang solid dibuktikan dengan kedekatan hubungan diluar waktu kerja
- *Recruitment* tim dengan jalur rekomendasi
- Menjaga setiap kelancaran *event* dengan setiap tim menjadi PIC (*person in charge*), sehingga kordinasi selalu terpantau
- Setiap tim diberi tanggung jawab melakukan *upgrade* konsep pernikahan dengan cara mencari informasi dari setiap sumber *online* ataupun *offline*
- Memberi training setiap tim baru agar selalu sigap saat bekerja dilapangan

- Menyelesaikan setiap permasalahan bersama – sama baik saat persiapan maupun pelaksanaan

Hal diatas menjadi kekuatan yang dimiliki Kusuma Kencana Wedding Planner guna menangkap semua peluang yang ada. Dalam perhitungan analisis SWOT diatas menempatkan Kusuma Kencana Wedding Planner pada Kuadra II.

Saran, guna memenangkan pasar yang ada di DIY dan sekitarnya hal yang harus dilakukan adalah mempertahankan kekuatan yang ada didalam perusahaan dan peningkatan yang harus dilakukan pada kecepatan menangkap setiap peluang yang ada. Tidak lupa setiap kekurangan yang ada didalam perusahaan harus diperhatikan dan diminimalisir agar terjadi peningkatan kekuatan di dalam perusahaan.