

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan industri pariwisata (Parantika dkk., 2022). Untuk sebuah bisnis yang menyediakan jasa, bisnis harus mengikuti perubahan-perubahan yang sedang terjadi. Sebuah bisnis harus melakukan inovasi dan strategi promosi guna mempertahankan bisnis di era digital ini (Labantu dkk., 2021). Salah satunya adalah bisnis jasa *wedding organizer*.

Wedding organizer adalah usaha yang membantu para konsumen untuk merencanakan sebuah perayaan pernikahan yang mereka impikan dengan penuh antusias. *Wedding Organizer* menurut (Rasyid dkk., 2021) adalah sebuah lembaga atau badan yang khusus melayani jasa di bidang pernikahan, yang secara pribadi membantu calon pengantin mempersiapkan segalanya yang berhubungan dengan acara sakral pernikahannya agar berjalan lancar sesuai dengan yang diinginkan. Sebagai salah satu bagian dari industri *event*, *Wedding Organizer* memiliki peran penting dalam merencanakan, mengelola, dan melaksanakan acara pernikahan. *Wedding Organizer* juga dapat membantu mengatasi masalah yang mungkin muncul selama persiapan atau acara itu sendiri.

Era digital merupakan masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital (Prasetyo dkk., 2018). Era digital yang terus berkembang pesat, perubahan perilaku konsumen dan transformasi teknologi memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor bisnis, termasuk industri *wedding organizer*. Penggunaan internet, media sosial, dan teknologi digital lainnya telah mengubah cara orang mencari, memilih, dan berinteraksi dengan penyedia layanan *wedding organizer*. Oleh karena itu, *wedding organizer* harus beradaptasi dengan inovasi dan strategi promosi yang efektif agar dapat memanfaatkan peluang yang muncul dalam era digital ini.

Inovasi dan strategi promosi sangat penting untuk keberhasilan bisnis karena inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan yang unik, membedakan dari pesaing, serta meningkatkan daya tarik konsumen. Menurut pandangan (Anatan dkk., 2009) inovasi adalah pilihan kreatif, pengaturan. Sedangkan Strategi promosi menurut (Haryanto & Rozza, 2019) yang efektif memperkenalkan keunggulan inovasi tersebut kepada pasar, mendorong pembelian dan penggunaan produk atau layanan, mencapai pertumbuhan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Dalam gagasan (Sofiani & Yulia, 2023) strategi promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang.

Penelitian ini akan difokuskan pada dua *wedding organizer*, yaitu Syamflo Wedding Organizer dan Star Enterprise Wedding Organizer, sebagai objek utama analisis karena keduanya adalah pemain utama dalam industri perencanaan pernikahan di wilayah tersebut. Syamflo Wedding Organizer telah lama dikenal karena harga yang relatif murah diantara *wedding organizer* lainnya disekitar depok, sementara Star Enterprise Wedding Organizer dikenal karena reputasi yang baik dan selalu memberikan ide-ide brilian dan solusi praktis kepada kliennya.

Dengan memilih kedua perusahaan ini sebagai fokus penelitian, diharapkan dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang berbagai strategi, praktik terbaik, serta tantangan yang dihadapi oleh wedding organizer dalam memenuhi kebutuhan dan harapan klien mereka. Analisis perbandingan antara kedua perusahaan ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika industri perencanaan pernikahan dan potensi untuk peningkatan kinerja bisnis di masa depan.

Penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang bagaimana inovasi dan strategi promosi digital dari Syamflo dan Star Enterprise memainkan peran penting dalam meningkatkan keberhasilan bisnis mereka di tengah persaingan yang ketat dan tuntutan konsumen yang terus berkembang di era digital ini. Maka penulis melakukan penelitian ini dengan Judul **“Analisis Inovasi Dan Strategi Promosi Terhadap Keberhasilan Bisnis Wedding Organizer Di Era Digital”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran inovasi dalam mencapai keberhasilan bisnis *Wedding Organizer* di era digital?
2. Mengapa strategi promosi berperan penting dalam mencapai keberhasilan bisnis *Wedding Organizer* di era digital?
3. Apa Kekuatan dan Keunggulan dari *Syamflo Wedding* dan *Star enterprise wedding organizer*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi apakah inovasi berperan dalam mencapai keberhasilan bisnis *Wedding Organizer* di era digital
2. Mengidentifikasi mengapa strategi promosi berperan penting dalam mencapai keberhasilan bisnis *Wedding Organizer* di era digital
3. Mengidentifikasi kekuatan dan keunggulan dari *Syamflo Wedding organizer* dan *Star enterprise wedding organizer*

D. Kegunaan Penelitian:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis dan praktik. Adapun kegunaan dari penelitian dilihat dari sisi peneliti, akademis, perusahaan bersangkutan, dan masyarakat secara luas sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana inovasi dan strategi promosi dapat mencapai keberhasilan bisnis *Wedding Organizer* di era digital.

2. Manfaat Bagi Akademis

Penelitian ini akan menjadi sumbangan berharga bagi pengetahuan dalam bidang manajemen bisnis, pemasaran, dan inovasi. Hasil penelitian dapat

digunakan sebagai referensi oleh peneliti, akademisi, dan praktisi dalam industri *Wedding Organizer*.

3. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini akan memberikan panduan praktis kepada *Wedding Organizer* tentang cara mengintegrasikan inovasi dalam strategi promosi mereka. Rekomendasi yang diberikan dapat digunakan sebagai landasan untuk mengambil tindakan yang sesuai dalam meningkatkan strategi promosi mereka.

