

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelusuran serta pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya melalui penelitian kualitatif mengenai “Analisis Inovasi Dan Strategi Promosi Terhadap keberhasilan Bisnis *Wedding Organizer* Di Era Digital” dapat diambil beberapa kesimpulan. Berikut ini uraian kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

1. Keberhasilan bisnis bergantung pada inovasi dan strategi promosi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif yang membedakan bisnis dari pesaing. Ini dapat menarik perhatian pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Bisnis dapat membuat jasa baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen dengan inovasi, sementara strategi promosi yang efektif membantu mengkomunikasikan nilai tambah dari inovasi kepada pasar dengan cara yang menarik. Artinya, bisnis dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif.
2. Kedua *wedding organizer* tersebut memiliki kekuatan yang signifikan dalam menyediakan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Star Enterprise unggul dalam memiliki jaringan kerjasama dengan vendor lain dan detail terhadap kebutuhan konsumen, sementara Syamflo Wedding menonjol dalam pelayanan yang ramah dan responsif serta menawarkan berbagai jenis paket dengan harga yang terjangkau. Namun, keduanya juga memiliki kelemahan yang perlu diperhatikan. Star Enterprise rentan terhadap ketergantungan pada vendor tertentu dan kekurangan informasi di situs web resminya, sedangkan Syamflo Wedding kurang inovatif dalam menyajikan layanan dan kurangnya karyawan menyebabkan keterbatasan dalam menyediakan layanan yang luas.

3. Berdasarkan apa yang telah di jabarkan, penulis mengambil kesimpulan bahwasannya Syamflo Wedding perlu berinovasi dan mengadaptasi strategi promosi mereka agar relevan dengan era digital untuk memperkuat reputasi mereka itu sendiri. Sedangkan Star Enterprise terus melakukan inovasi dengan berbagai cara untuk meraih keberhasilan bisnis dengan melakukan strategi promosi yang tepat melalui media sosial instagram.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan terdapat kesimpulan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat peneliti berikan yang mana mungkin nantinya dapat bermanfaat bagi Perusahaan dan pelaku bisnis pada bidang *wedding organizer* serta bagi semua pihak yang berkepentingan di dalamnya. Berikut ini paparan saran-saran yang peneliti dapat berikan :

1. Dalam mengatasi masalah yang utama yang di hadapi oleh Star Enterprise, *wedding organizer* ini cocok menerapkan strategi WC (Weakness and Challenge) yang dapat digunakan oleh Star Enterprise untuk membangun kemitraan strategis dengan vendor dan supplier yang dapat diandalkan dan memiliki reputasi yang baik dan memperbarui konten secara berkala, termasuk informasi produk, layanan, harga, dan kontak. Sedangkan strategi yang cocok untuk Syamflo Wedding yaitu strategi SC (Strenght & Challenge), Strategi ini dapat dilakukan oleh Syamflo Wedding dengan Memperkuat branding sebagai penyedia layanan pernikahan yang terjangkau tetapi tetap berkualitas dan mengikuti tren, dengan menekankan reputasi dan pengalaman positif pelanggan sebelumnya dan mengevaluasi kembali dan menyempurnakan setiap jenis paket yang ditawarkan untuk memastikan bahwa mereka tetap kompetitif dan memenuhi standar kualitas yang tinggi.
2. Kedua perusahaan dapat meningkatkan penggunaan teknologi, seperti situs web yang interaktif dan aplikasi mobile, untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Mereka juga harus memanfaatkan media sosial

secara efektif sebagai alat promosi untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan memperluas basis pelanggan mereka.

3. Kedua perusahaan perlu memiliki rencana darurat dan strategi yang kuat untuk menghadapi tantangan yang mungkin terjadi di masa depan, seperti krisis atau perubahan tren pasar yang cepat. Mereka harus siap untuk beradaptasi dan berinovasi agar tetap kompetitif di pasar yang dinamis ini.

