

**SKRIPSI**  
**MANAJEMEN *EVENT* PADA *WEDDING ORGANIZER***  
**SUMANGETA KOTA PAREPARE**



**OLEH**  
**RITA PERNAMA SARI**  
**NIM. 2120203870230032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**PAREPARE**

**2025**

**MANAJEMEN *EVENT* PADA *WEDDING ORGANIZER*  
SUMANGETA KOTA PAREPARE**



**OLEH**

**RITA PERNAMA SARI  
NIM: 2120203870230032**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Pada Program Studi manajemen dakwah fakultas ushuluddin adab dan dakwah  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2025**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Manajemen *Event* Pada *Wedding Organizer*  
Sumangeta Kota Parepare  
Nama Mahasiswa : Rita Pernama Sari  
Nomor Induk Mahasiswa : 2120203870230032  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Dekan  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Nomor:  
B-2029/In.39/FUAD.03/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Agung Sutrisno, M.M.

NIDN : 2005048603

Mengetahui

Dekan,

Fakultas Ushuluddin ,Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M. Hum

NIP. 19641231992031045

**PENGESAHAN KOMISI PENGUJI**

Judul Skripsi : Manajemen Event Pada Wedding Organizer  
Sumangeta Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Rita Pernama Sari

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203870230032

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Dekan  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Nomor : B-2029/In.39/FUAD.03/PP.00.9/07/2024

Tanggal Kelulusan : 14 Juli 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Agung Sutrisno, M.M.

(Ketua)

(.....)

Nurhakki, M.Si.

(Anggota)

(.....)

Dr. Muh. Taufiq Syam, S. Hum., M.Sos.

(Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum

NIP: 196412311992031045

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini yang berjudul “Manajemen *Event* Pada *Wedding Organizer* Sumangeta Kota Parepare ” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.sos.) pada Fakultas Ushuluddim Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada suri teladan Baginda Agung Nabi Muhammad Saw.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Orang Tua dimana dengan pembinaan dan berkat doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya. Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Agung Sutrisno, M.M selaku Pembimbing atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

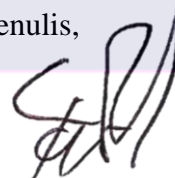
1. Dr. Hannani, M.Ag selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. selaku Wakil Dekan I Bidang AKKK, serta Ibu Dr. Nurhikma, M.Sos.I. selaku Wakil Dekan II Bidang AUPK IAIN Parepare atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Muh. Taufiq Syam, M.S.sos selaku Ketua Program Manajemen Dakwah yang telah memberikan dukungan dan bantuannya kepada kami.
4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pada Fakultas Ushuluddim Adab Dan Dakwah yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studinya.

6. Ibu Hj. Nurmi, M.A Kabag TU beserta staff Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
7. Owner *WO* Sumangetta yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi kepada penulis untuk kebutuhan penulisan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah angkatan 2021 yang begitu banyak memberikan bantuan dan menjadi teman belajar, diskusi dan menuntut ilmu selama kuliah di IAIN Parepare.
9. Terima kasih kepada ibu dan bapak yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dan juga kepada sahabat saya Nurhasiibah, Lilis karmila, Fifiyanti, Nirwana akib, Fani safitri, Enung, Reski damayanti, Amanda iin Maulida yang senantiasa memberikan saran , suport, dukungan dan motivasi serta turut membantu dalam penulisan skripsi.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 23 Juni 2025M  
27 Dzulhijjah 1447H

Penulis,



Rita Pernama Sari  
Nim: 2120203870230032

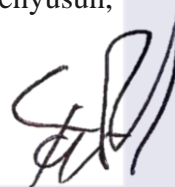
**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Rita Pernama Sari  
NIM : 2120203870230032  
Tempat/tanggal lahir : Pinrang, 10 Oktober 2003  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Ushuluddin, Adab Dan Dakwah  
Judul Proposal Skripsi : Manajemen *Event* Pada *Wedding Organizer*  
Sumangeta Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 23 Juni 2025

Penyusun,



Rita Pernama Sari

Nim: 2120203870230032



## ABSTRAK

Rita Pernama Sari. Manajemen *Event* Pada *Wedding Organizer* Sumangeta Kota Parepare. (Dibimbing oleh Agung Sutrisno)

Industri *Wedding Organizer* berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan penyelenggaraan pesta pernikahan yang praktis, profesional, dan berkesan. *Wedding Organizer (WO)* Sumangeta di Kota Parepare hadir sebagai penyedia jasa yang berkomitmen membantu klien dalam merancang dan mengelola acara pernikahan secara terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk penerapan manajemen event oleh *WO* Sumangeta serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pelaksanaan pesta pernikahan.

Metode penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik, tim *WO*, dan klien, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *WO* Sumangeta menerapkan lima tahapan manajemen *Event* yaitu riset, perancangan, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi secara kolaboratif dan sistematis. Faktor-faktor penentu kesuksesan pelaksanaan acara meliputi kekompakan tim, komunikasi yang intensif, fleksibilitas dalam menghadapi kendala teknis, serta kemampuan beradaptasi terhadap karakteristik klien. Pendekatan kerja yang humanis dan responsif menjadikan *WO* Sumangeta mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkesan bagi para klien. Penelitian ini merekomendasikan penguatan sistem evaluasi berbasis digital dan pelatihan profesional berkelanjutan bagi tim *WO* sebagai strategi peningkatan kualitas layanan di masa mendatang.

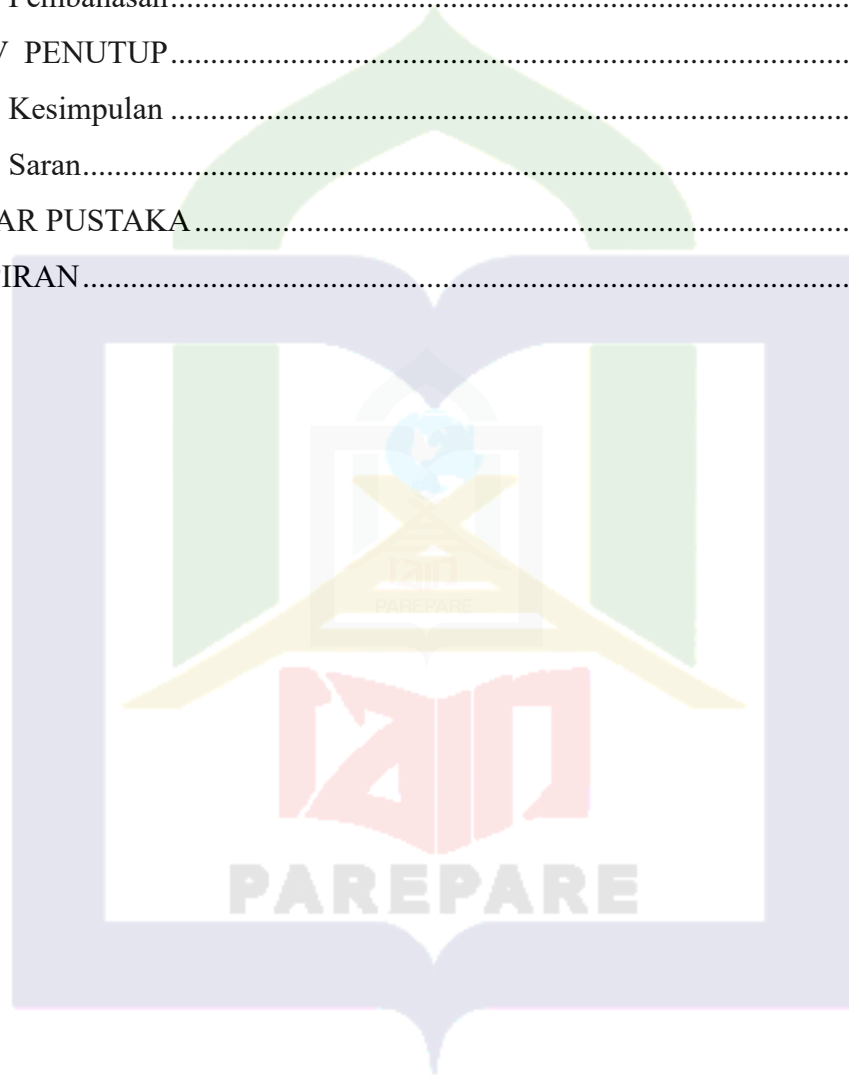
**Kata Kunci:** *Wedding Organizer*, Manajemen *Event*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori .....	13
C. Kerangka Konseptual .....	29
D. Kerangka Pikir .....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
C. Fokus Penelitian .....	31
D. Jenis dan Sumber Data .....	32
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	33

F. Uji Keabsahan Data.....	34
G. Teknik Analisa Data .....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Penelitian .....	37
B. Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	I



**DAFTAR GAMBAR**

<b>No Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Kerangka Pikir	30



**DAFTAR TABEL**

<b>No Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Tinjauan Penelitian Relevan	8



### DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul lampiuran	Halaman
1	SK Pembimbing	II
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Institut Agama Islam Negeri Parepare	III
3	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	IV
4	Surat Keterangan Selesai Meneliti	V
5	Surat Keterangan Wawancara	VI
6	Pedoman Wawancara	XIV
7	Dokumentasi	XX
8	Turnitin	XXIV
9	Biodata Penulis	XXV

## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (").

#### b. Vokal

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	i	I
اُ	Dhomma	u	U

Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
اَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

#### c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:



Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
تَا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَات : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

#### d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- 1) ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

#### e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا	: <i>Rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-hajj</i>
نُعَمُّ	: <i>nu‘ima</i>
عُدُوُّ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ى bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يِ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i> )
الْفَلَسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (*dar Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fī ṣilāl al-qur’an*

*Al-sunnah qabl al-tadwīn*

*Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab*

i. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دَيْنُ اللَّهِ

*Dīnullah*بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

*Hum fī rahmatillāh*

#### j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl**Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan**Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an**Nasir al-Din al-Tusī**Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)*

*Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)*

## Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).  
Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*).  
Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan industri jasa di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu subsektor yang mengalami peningkatan signifikan adalah industri *Event organizer* (EO), khususnya *Wedding Organizer* (WO). WO merupakan jasa yang membantu pasangan dalam merancang dan menyelenggarakan acara pernikahan, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Dalam masyarakat modern yang semakin sibuk, peran WO menjadi penting karena membantu mengurangi beban pasangan calon pengantin dalam mengurus detail pernikahan yang kompleks dan memakan waktu.

*Event* merupakan peristiwa dengan suatu campuran unik dari waktu, pengaturan, dan orang-orang yang terlibat didalamnya sehingga menghasilkan sebuah kesan dalam hidup seseorang. Diperlukan *Event organizer* yang bertugas mengatur semua hal yang bersangkutan dengan peristiwa dan mengetahui semua karakteristik dari sebuah *Event* yang akan dijalankan sehingga mendapatkan suatu *Event* yang berjalan dengan sukses dan terstruktur, maka. Di dalam *Event organizer* terdapat struktur kepanitiaan yang memiliki fungsi serta tugas tersendiri untuk menunjang keberlangsungan *Event organizer* dalam penyelenggaraan sebuah *Event* atau peristiwa.<sup>1</sup>

*Event organizer* merupakan istilah penyedia jasa profesional penyelenggaraan acara yang secara sah ditunjuk oleh kliennya guna mengorganisasikan seluruh rangkaian acara mulai dari perencanaan hingga evaluasi untuk mencapai tujuan *Event*

---

<sup>1</sup> Oktaviani, Dellyana, *Memulai Usaha Event Organizer*, Mustika Pustaka Negeri



yang sukses. *Event Organizer* (EO) sebagai penyelenggara kegiatan, memerlukan suatu kemampuan untuk management penyelenggaraan *Event*, sehingga management *Event* sangat diperlukan dalam setiap *Event* yang diselenggarakan.<sup>2</sup> *Event organizer* (EO) adalah penyedia jasa profesional yang secara resmi ditunjuk oleh klien untuk mengatur dan mengelola seluruh rangkaian acara, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, demi memastikan acara berjalan sukses. Sebagai penyelenggara, EO membutuhkan keterampilan dalam manajemen acara untuk memastikan setiap tahap acara dikelola dengan baik. Oleh karena itu, manajemen acara sangat penting dalam setiap *Event* yang diselenggarakan.

*Event management* (manajemen *Event*) merupakan suatu pengorganisasian yang dibentuk untuk melaksanakan dan mengelola semua aspek mengenai peristiwa sehingga dapat menjadi satu kesatuan *Event* yang sukses. Dengan adanya *Event management* maka dapat membantu untuk mencapai kesuksesan dalam mengelola sebuah *Event* yang akan dilaksanakan. *Event management* merupakan kegiatan mengorganisasikan suatu *Event* yang dikelola secara profesional, sistematis, efektif, dan efisien yang memiliki susunan perincian kegiatan yang terdiri dari konsep-konsep perencanaan, pelaksanaan, hingga pengawasan, dan pengevaluasian.<sup>3</sup>

*Event Organizer* yang bergerak dibidang pernikahan adalah *Wedding Organizer*. *Wedding Organizer* memiliki banyak fungsi mulai dari mempersiapkan hingga membantu dalam penyelenggaraan rangkaian acara pernikahan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain mempersiapkan dan membantu dalam pelaksanaan acara, *Wedding Organizer* juga menjadi sarana bagi calon pasangan

---

<sup>2</sup> Titik Efnita, "Pengaruh Variasi Produk, Kualitas pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Organizer*". Jurnal AdBispreneur, Vol. 2, No. 2 (2017), 107-115.

<sup>3</sup> Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, Manajemen Pelayanan Publik, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 80.

pengantin untuk berkonsultasi serta tempat untuk meminta saran agar dapat mewujudkan suatu rangkaian acara pernikahan yang sesuai dengan keinginan. *Wedding Organizer* juga berperan dalam mengelola rangkaian acara pernikahan mulai dari akad nikah, upacara pernikahan, pelaminan, katering, rias pengantin, dokumentasi, dan lain sebagainya. *Wedding Organizer* berperan serta dalam menaungi acara pesta pernikahan agar berjalan sesuai dengan harapan dan keinginan klien. *Wedding Organizer* dapat dikatakan sukses dan berhasil dalam menyelenggarakan acaranya apabila mendapatkan rasa puas dan nilai yang positif dari klien dan pihak pihak lain yang turut berpartisipasi dalam rangkaian acara pernikahan tersebut.<sup>4</sup>

*Wedding Organizer (WO)* memainkan peran yang sangat penting. *Wedding Organizer* adalah layanan yang membantu pasangan dalam merencanakan dan melaksanakan acara pernikahan dengan profesional, sehingga meminimalkan stres dan beban kerja mereka. *Wedding Organizer* Sumagetta yang berada di Kota Parepare, sebagai salah satu penyedia layanan pernikahan, berupaya untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para kliennya. Namun, dalam prosesnya, ada sejumlah tantangan yang dihadapi oleh *Wedding Organizer* Sumagetta dalam mengelola acara pernikahan, yang memerlukan implementasi manajemen *Event* yang tepat dan efisien.<sup>5</sup>

Setiap *Event* yang diselenggarakan memiliki resiko atau kendala tersendiri dan semua itu memerlukan suatu langkah nyata dalam mengatasinya. Dalam menyelenggarakan pesta pernikahan, *Wedding Organizer* perlu mempersiapkan strategi untuk mengatasi masalah dan kendala yang timbul baik sebelum hingga saat

---

<sup>4</sup> Wahyuni, E., & Yuliana, R. (2020). *Peran Wedding Organizer dalam Menunjang Pelaksanaan Pernikahan di Era Modern. Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 110

<sup>5</sup> Nugroho, A. (2019). *Event Management: Konsep dan Aplikasi dalam Penyelenggaraan Acara*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal. 78.

pesta pernikahan berlangsung. Salah satu bagian penting dalam penyelenggaraan *Event* yang sukses adalah pengelolaan risiko yang baik. Sebaliknya, apabila *Wedding Organizer* tidak dapat mengelola risiko yang ada dengan baik, maka akan lebih banyak kerugian yang timbul dari sebuah *Event* pesta pernikahan.

Pernikahan merupakan momen sakral dan spesial yang diharapkan hanya terjadi sekali dalam seumur hidup.<sup>6</sup> Oleh karena itu, banyak pasangan menginginkan acara yang sempurna, terencana, dan berkesan. Untuk mencapai hal tersebut, dibutuhkan manajemen *Event* yang profesional, mencakup perencanaan konsep, pengelolaan anggaran, koordinasi vendor, penjadwalan kegiatan, dan pengendalian risiko (Nugroho, 2019). *WO* dituntut memiliki kemampuan manajerial yang mumpuni serta kreativitas tinggi untuk mewujudkan impian klien sesuai dengan ekspektasi dan anggaran yang tersedia.<sup>7</sup>

Kurangnya perencanaan, persiapan, dan komunikasi antar pelaku *Wedding Organizer* dan keluarga pengantin membuat acara pernikahan tersebut menjadi kurang terarah, sehingga mengakibatkan rundown (susunan acara) menjadi tidak sesuai dengan rencana. Dampak dari acara tersebut cukup besar, yaitu kritik dari pihak keluarga pengantin yang menyatakan bahwa tidak diberitahukan adanya pemberkatan sebelum resepsi pernikahan berlangsung dalam QS. At-Taubah/9:105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ١٠٥

<sup>6</sup> Muttaqin, M. N. (2020). Resepsi Pernikahan (Antara Sakralitas Agama, Hukum, Dan Tuntutan Adat). *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 14(1), 13-26.

<sup>7</sup> Nugroho, A. (2019). *Event Management: Konsep dan Aplikasi dalam Penyelenggaraan Acara*. Jakarta: Rajawali Pers.hal.56

Terjemahnya:

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.

Ayat ini mengingatkan bahwa setiap pekerjaan yang dilakukan harus dilaksanakan dengan penuh kesungguhan dan tanggung jawab, karena segala amal akan diawasi dan dinilai, tidak hanya oleh manusia tetapi juga oleh Allah SWT. Oleh karena itu, dalam manajemen *Event*, profesionalisme dan integritas menjadi kunci keberhasilan dalam memenuhi harapan klien dan memastikan jalannya acara sesuai rencana. Ayat ini juga mengingatkan bahwa dalam menjalankan tugas-tugas manajerial, termasuk dalam perencanaan dan pelaksanaan pernikahan, penting untuk mengelola sumber daya dan waktu sesuai dengan kapasitas dan kemampuan yang ada, tanpa membebani diri atau tim sumangeta secara berlebihan.

Industri pernikahan di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perencanaan dan pelaksanaan acara pernikahan yang terstruktur semakin meningkat demi memastikan kelancaran serta kepuasan semua pihak yang terlibat. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai *Wedding Organizer (WO)* yang menyediakan layanan profesional untuk mengatur berbagai aspek pernikahan, mulai dari perencanaan, dekorasi, catering, hingga dokumentasi.

Salah satu *Wedding Organizer* yang aktif di Kota Parepare adalah *Wedding & Event Organizer Sumangetta Kota Parepare*. *WO* ini menyediakan berbagai layanan, termasuk perencanaan acara, konsultasi, serta paket pernikahan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Dengan pengalaman yang cukup dan portofolio yang

memadai, Sumangetta berupaya menghadirkan pengalaman pernikahan yang berkesan bagi pasangan pengantin di Parepare dan sekitarnya.

Meski meraih kesuksesan, *Wedding Organizer* Sumangetta juga menghadapi berbagai tantangan dalam manajemen *Event*. Pengelolaan acara pernikahan yang melibatkan banyak pihak seperti vendor, klien, dan tamu undangan membutuhkan koordinasi yang baik dan efisien. Selain itu, perencanaan yang cermat serta pengawasan yang ketat sangat diperlukan agar setiap elemen acara dapat berjalan sesuai dengan rencana dan memenuhi ekspektasi klien.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa manajemen *Event* yang efektif merupakan faktor utama keberhasilan *Wedding Organizer* dalam menyelenggarakan acara pernikahan yang sukses. Oleh sebab itu, pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip manajemen *Event* yang tepat menjadi sangat penting untuk mengatasi tantangan serta memenuhi harapan klien di tengah persaingan industri pernikahan yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang manajemen *Event* yang dilakukan *Wedding Organizer* dalam penyelenggaraan pesta pernikahan dengan judul “**Manajemen Event Pada Wedding Organizer Sumangetta Kota Parepare**”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk Penerapan Management *Event* Dalam Penyelenggaraan Pesta Pernikahan Oleh *Wedding Organizer* Sumangetta Kota Parepare ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer* Sumangetta Kota Parepare ?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk penerapan management *Event* dalam penyelenggaraan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer* sumangeta kota parepare.
2. Untuk mengetahui factor yang mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer* sumangeta kota parepare.

### D. Kegunaan Penelitian

1. Untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan baru bagi peneliti tentang faktor kesuksesan, planning, organizing, actuating, dan controlling Management *Event* Dalam Penyelenggaraan Pesta Pernikahan Oleh *Wedding Organizer*.
2. Sebagai sumber informasi bagi masyarakat untuk mengetahui tentang penerapan Management *Event* Dalam Penyelenggaraan Pesta Pernikahan Oleh *Wedding Organizer*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian atau Riset terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Teguh Nirwantoro berjudul *“Analisis Manajemen Event Jakarta International Java Jazz 2015 oleh PT. Java Festival Production”* memiliki beberapa kesamaan substansial dengan penelitian penulis yang berjudul *“Manajemen Event pada Wedding Organizer Sumangeta Kota Parepare”*. Kedua penelitian ini membahas tentang pelaksanaan manajemen event dari sudut pandang penyelenggara acara, serta menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Selain itu, baik pada event berskala besar seperti Java Jazz maupun event pernikahan berskala lokal, proses manajemen event dianalisis berdasarkan tiga tahapan utama, yaitu pra-event, main event, dan pasca-event. Ketiga tahapan ini menjadi kerangka kerja utama dalam mengelola event secara terstruktur dan terencana.<sup>8</sup>

Adapun perbedaan dalam Penelitian Nirwantoro meneliti event berskala internasional dan komersial, yaitu Java Jazz Festival, yang dikelola oleh PT. Java Festival Production dan melibatkan banyak elemen seperti sponsor, artis, tim produksi, media, dan penonton dari berbagai negara. Sementara itu, penelitian penulis berfokus pada event berskala lokal dan bersifat personal, yaitu pernikahan yang ditangani oleh *Wedding Organizer Sumangeta* di Kota Parepare. Penyelenggaraan pernikahan ini bersifat lebih sederhana, namun tetap memerlukan perencanaan detail karena menyangkut kepuasan langsung dari klien utama, yakni pasangan pengantin dan

---

<sup>8</sup> Teguh Nirwantoro berjudul *“Analisis Manajemen Event Jakarta International Java Jazz 2015 oleh PT. Java Festival Production”*



keluarga. Kompleksitas pengelolaan event dalam kedua penelitian ini pun berbeda, di mana Java Jazz memerlukan sistem koordinasi lintas tim profesional dan logistik besar, sedangkan WO Sumaneta lebih menekankan pada komunikasi intensif dengan klien dan fleksibilitas dalam pelaksanaan.

Adapun hasil penelitian dari kedua studi menunjukkan bahwa masing-masing penyelenggara event menerapkan prinsip manajemen event yang sistematis sesuai skala dan karakteristik acaranya. Dalam penelitian Nirwantoro, PT. Java Festival Production membagi manajemen event menjadi tiga bagian: pada tahap pra-event, mereka melakukan riset pasar, menjalin kerja sama dengan sponsor, merancang jadwal artis, serta menyiapkan promosi dan tiket. Pada tahap main event, fokusnya adalah pelaksanaan pertunjukan musik, pengelolaan penonton, koordinasi artis, dan penanganan teknis di lapangan. Sedangkan pada tahap pasca-event, dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja tim, pelaporan ke sponsor, dan penyusunan rencana untuk event tahun berikutnya. Sementara itu, dalam penelitian penulis, *Wedding Organizer* Sumaneta memulai tahap pra-event dengan diskusi konsep bersama klien, menyusun anggaran, memilih vendor, dan menyusun rundown acara. Pada main event, WO melaksanakan kegiatan pernikahan sesuai jadwal, mengatur alur acara, serta memastikan seluruh vendor bekerja sesuai peran. Pada tahap pasca-event, WO melakukan evaluasi pelayanan berdasarkan umpan balik dari klien, mendokumentasikan kegiatan, dan menyelesaikan kewajiban administrasi. Dengan demikian, kedua penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dasar manajemen event bersifat universal dan dapat diterapkan baik pada skala lokal maupun internasional, dengan penyesuaian berdasarkan kebutuhan serta tujuan penyelenggaraan acara.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sutrisna (2022) dengan judul “*Pentingnya Penyusunan Rencana Cadangan dalam Perencanaan Event*” memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan penelitian penulis yang berjudul “*Manajemen Event pada*

*Wedding Organizer Sumangeta Kota Parepare*". Kedua penelitian tersebut sama-sama berfokus pada aspek manajemen dalam penyelenggaraan event, khususnya dalam tahap perencanaan dan pelaksanaan. Persamaan antara kedua studi ini terletak pada kesadaran akan pentingnya pengelolaan risiko, ketepatan perencanaan, dan kesiapan menghadapi berbagai kemungkinan yang dapat mengganggu kelancaran acara. Keduanya juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang terjadi dalam praktik manajemen event berdasarkan data lapangan.<sup>9</sup>

Adapun perbedaan mendasar antara kedua penelitian tersebut. Penelitian Sutrisna lebih menekankan pada aspek perencanaan strategis dan mitigasi risiko, khususnya pentingnya penyusunan rencana cadangan (contingency plan) untuk mengantisipasi gangguan dalam pelaksanaan event. Penelitiannya bersifat umum dan dapat diterapkan pada berbagai jenis event, baik event publik, korporat, maupun budaya. Sementara itu, penelitian penulis lebih terfokus pada praktik manajemen event pada acara pernikahan yang ditangani oleh Wedding Organizer Sumangeta di Parepare. Fokus utamanya tidak hanya pada perencanaan, tetapi juga pelaksanaan dan evaluasi acara, dengan keterlibatan langsung dari klien sebagai pusat pengambilan keputusan. Dengan demikian, cakupan Sutrisna bersifat lebih konseptual dan strategis, sedangkan penelitian penulis bersifat aplikatif dan praktik langsung di lapangan.

Metode penelitian yang digunakan dalam kedua studi ini serupa, yakni metode kualitatif deskriptif. Sutrisna mengumpulkan data melalui studi literatur, wawancara dengan praktisi event organizer, serta observasi terhadap kasus event yang pernah mengalami gangguan karena kurangnya rencana cadangan. Penelitian penulis juga menggunakan wawancara, observasi langsung terhadap kegiatan Wedding Organizer

---

<sup>9</sup> Sutrisna (2022) dengan judul "*Pentingnya Penyusunan Rencana Cadangan dalam Perencanaan Event*"

Sumangeta, dan dokumentasi kegiatan, seperti rundown acara, kontrak vendor, serta testimoni dari klien.

Hasil penelitian Sutrisna menunjukkan bahwa banyak event gagal atau tidak berjalan optimal karena kurangnya rencana cadangan yang matang, seperti dalam menghadapi cuaca buruk, vendor batal hadir, atau gangguan teknis. Penelitian penulis sendiri menunjukkan bahwa WO Sumangeta memang menyiapkan berbagai skenario alternatif, namun masih terdapat beberapa kekurangan dalam dokumentasi dan koordinasi dengan pihak ketiga. Kesimpulannya, kedua penelitian menegaskan bahwa keberhasilan sebuah event tidak hanya bergantung pada perencanaan utama, tetapi juga pada kesiapan menghadapi perubahan tak terduga yang mungkin muncul selama proses pelaksanaan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Silvia Ferlin Wibowo dan Hastarini Dwi Atmanti (2024)''Analisis Pengaruh budget, pelayanan, dan promosi terhadap pengguna jasa *wedding organizer* syariah di indonesia memiliki keterkaitan yang cukup relevan dengan penelitian penulis. Keduanya sama-sama mengkaji praktik penyelenggaraan event pernikahan oleh *wedding organizer* di Indonesia. Persamaan mendasar terletak pada fokus penelitian yang sama-sama berada dalam ranah manajemen event, khususnya dalam konteks jasa *Wedding Organizer*. Keduanya juga menyoroti pentingnya perencanaan layanan yang efektif, kualitas pelayanan, serta pengaruh faktor eksternal terhadap keberhasilan suatu event. Selain itu, objek kajian dalam kedua penelitian adalah penyelenggara acara pernikahan, meskipun dalam konteks dan pendekatan yang berbeda.

Adapun perbedaannya, terletak pada pendekatan penelitian, ruang lingkup, dan fokus utama. Penelitian Silvia & Hastarini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel tertentu yaitu budget (anggaran), pelayanan, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam

menggunakan jasa Wedding Organizer Syariah. Fokusnya lebih kepada persepsi dan kepuasan pelanggan, serta hubungan antar variabel menggunakan analisis statistik. Sementara itu, penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan fokus pada analisis proses manajemen event secara langsung di lapangan, yang dilakukan oleh *Wedding Organizer Sumangeta* di Parepare. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada tahapan manajemen event, mulai dari pra-event, pelaksanaan (main event), hingga pasca-event, serta bagaimana koordinasi dengan klien dan vendor dilakukan secara praktis.

Dari segi metode penelitian, Silvia & Hastarini menggunakan metode survei dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada konsumen jasa WO Syariah di beberapa wilayah di Indonesia. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi untuk melihat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sementara itu, penelitian penulis dilakukan dengan observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi kegiatan dari Wedding Organizer Sumangeta di Kota Parepare.

Hasil penelitian Silvia & Hastarini menunjukkan bahwa ketiga variabel budget, pelayanan, dan promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat dan keputusan konsumen menggunakan jasa WO Syariah, dengan pelayanan sebagai faktor dominan. Sedangkan hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen event di WO Sumangeta bergantung pada kedekatan komunikasi dengan klien, fleksibilitas dalam pelayanan, serta kemampuan menyusun dan menjalankan event berdasarkan tahapan manajemen yang sistematis. Dengan demikian, meskipun berbeda pendekatan, kedua penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan perencanaan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan klien dan keberhasilan penyelenggaraan acara pernikahan.

## B. Tinjauan Teori

### 1. Teori Manajemen *Event*

Manajemen *Event* merupakan suatu proses sistematis yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi dari sebuah kegiatan atau acara dengan tujuan tertentu. Acara yang dimaksud bisa berupa pernikahan, seminar, konser, peluncuran produk, konferensi, atau perayaan lainnya.<sup>10</sup> Dalam konteks industri jasa, penyelenggaraan *Event* kini berkembang menjadi sebuah bentuk layanan profesional yang membutuhkan pendekatan manajerial yang terstruktur dan efisien. Manajemen *Event* tidak hanya mengatur waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan, tetapi juga menyangkut berbagai aspek strategis seperti pemilihan tema, penyusunan anggaran, negosiasi dengan vendor, manajemen risiko, pengelolaan sumber daya manusia, hingga komunikasi dengan klien dan peserta acara.<sup>11</sup> manajemen *Event* secara bahasa bisa diartikan sebagai proses mengelola acara atau pengaturan acara mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, dengan tujuan untuk memastikan acara tersebut berjalan sesuai harapan dan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Salah satu tokoh terkemuka dalam bidang *Event* management adalah Joe Goldblatt, seorang akademisi dan praktisi yang dikenal luas karena kontribusinya dalam

---

<sup>10</sup> Farentia, S. R., Sari, W. P., Soegiarto, A., Putriana, M., & Kholik, A. (2025). Strategi Manajemen Event Book Tour Seporsi Perjalanan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 10-10.

<sup>11</sup> Goldblatt, J. (2005). *Special Events: Event Leadership for a New World*. 4th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons. Hal. 129.

pengembangan teori dan praktik penyelenggaraan acara. Dalam bukunya *Special Events: Event Leadership for a New World*, ia mendefinisikan manajemen *Event* sebagai:

*the process of designing and producing Events that meet specific needs of a target audience while achieving the goals of the Event stakeholders."*

"Proses merancang dan menyelenggarakan acara yang memenuhi kebutuhan spesifik audiens target sekaligus mencapai tujuan para pemangku kepentingan acara."

Artinya, manajemen *Event* adalah proses merancang dan memproduksi sebuah acara untuk memenuhi kebutuhan audiens tertentu sekaligus mencapai tujuan dari pemangku kepentingan acara tersebut. Goldblatt menekankan bahwa *Event* bukan hanya sebuah momen seremonial atau hiburan semata, melainkan suatu bentuk komunikasi strategis dan proyek manajerial yang melibatkan berbagai pihak dan membutuhkan koordinasi intensif.

Menurut Goldblatt, keberhasilan sebuah acara tidak hanya diukur dari kelangsungan acara secara teknis, tetapi dari bagaimana acara tersebut dapat memberikan pengalaman berkesan, efisien, dan bernilai bagi peserta dan klien. Lima Tahapan Manajemen *Event* Menurut Goldblatt<sup>12</sup> Joe Goldblatt merumuskan lima tahapan penting dalam proses manajemen *Event*, yang dikenal dengan istilah "*Five Phases of Event Management*"

a. Research (Riset)

Riset merupakan tahap awal dalam manajemen *Event* yang berfungsi untuk mengumpulkan informasi dan menganalisis kebutuhan serta harapan klien, target audiens, dan kondisi lingkungan. Dalam konteks *Wedding organizer*, riset

---

<sup>12</sup> Goldblatt, J. (2005). *Special Events: Event Leadership for a New World*. 4th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons. Hal. 291

meliputi pemahaman gaya hidup pasangan pengantin, anggaran yang tersedia, jumlah tamu, adat atau tradisi yang dianut, serta tren pernikahan terkini.

b. Design (Perancangan)

Tahapan ini mencakup perancangan konsep acara yang kreatif dan sesuai dengan hasil riset sebelumnya. Dalam pernikahan, perancangan bisa berupa pemilihan tema pernikahan, warna dominan, dekorasi, alur acara, hingga entertainment yang akan digunakan. Desain acara harus mencerminkan identitas klien dan tetap dalam koridor anggaran dan waktu yang ditentukan.

c. Planning (Perencanaan)

Perencanaan merupakan jantung dari manajemen *Event*. Di tahap ini, seluruh detail teknis dan administratif disusun, seperti penyusunan anggaran (budgeting), jadwal pelaksanaan (timeline), kontrak dengan vendor, pembagian tugas, dan logistik. Tahap ini menuntut ketelitian tinggi, karena kesalahan kecil dapat berdampak besar saat pelaksanaan acara.

d. Coordination (Koordinasi)

Koordinasi adalah fase di mana seluruh rencana mulai dijalankan. *Event planner* bertanggung jawab untuk memastikan semua pihak seperti vendor, tim dekorasi, MC, catering, dokumentasi, dan panitia internal bekerja sesuai rencana. Kemampuan komunikasi, negosiasi, dan kepemimpinan sangat dibutuhkan dalam fase ini untuk mengatasi masalah teknis atau gangguan yang mungkin muncul.

e. Evaluation (Evaluasi)

Setelah acara selesai, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan penyelenggaraan. Ini termasuk umpan balik dari klien dan tamu, kinerja tim,



efisiensi anggaran, dan pencapaian tujuan acara. Evaluasi berguna untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan acara di masa depan dan sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap klien.

Dalam industri *Wedding Organizer (WO)*, konsep lima tahapan dari Joe Goldblatt sangat relevan dan aplikatif. *WO* tidak hanya bertugas sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai perencana strategis yang menjembatani keinginan klien dengan kondisi nyata di lapangan. Setiap tahapan dalam manajemen *Event* mulai dari riset awal hingga evaluasi pasca-acara memiliki peran krusial dalam menentukan kualitas dan keberhasilan acara pernikahan.<sup>13</sup>

Manajemen mulai melihat acara sebagai jenis kreativitas manusia yang direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep (perencanaan), implementasi, dan pengawasan termasuk dalam kegiatannya. Menyelenggarakan sebuah kegiatan merupakan sebuah kebutuhan yang tidak dapat dipungkiri bagi sebuah perusahaan komersial maupun non komersial. kegiatan-kegiatan tersebut bertujuan untuk menunjang kegiatan Public Relations (PR) dalam menciptakan citra positif perusahaan di mata internal stakeholder maupun external stakeholder.<sup>14</sup> Manajemen mulai memandang acara sebagai bentuk kreativitas yang dirancang secara khusus untuk mencapai tujuan tertentu. Kegiatan ini mencakup tiga aspek utama: perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan. Menyelenggarakan acara telah menjadi kebutuhan penting bagi perusahaan, baik yang bersifat komersial maupun non-komersial. Acara-acara tersebut memiliki tujuan utama untuk mendukung kegiatan Public Relations (PR), yang pada gilirannya membantu menciptakan citra

---

<sup>13</sup> Arfa, M., Gunalan, S., Haryono, H., & Pamungkas, H. B. A. (2022). Penerapan Teori Joe Goldblatt pada Pameran Sense of Basokie Abdullah di Museum Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Rupa*, 7(2), 99-106.

<sup>14</sup> Goldblatt, Joe. 2013. *Special Events*. New York: John Wiley and Sons



positif perusahaan di mata para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal.

*Event Management* dapat didefinisikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif. Kegiatannya meliputi konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan.<sup>15</sup> Dalam *Event management*, semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan kegiatan yang sesuai dengan harapan. Sangatlah diperlukan kekompakan pada setiap orang yang terlibat dalam tim.

Manajemen *Event* sering kali dihadapkan pada tantangan dan hambatan, oleh karena itu manajemen *Event* perlu dikaitkan dengan analisis *SWOT* untuk membantu *Event organizer* dalam:<sup>16</sup>

- a. Mengidentifikasi potensi dan kekuatan yang bisa dimaksimalkan (Strengths),
- b. Menemukan kelemahan yang harus diatasi (Weaknesses)
- c. Melihat peluang eksternal yang bisa dimanfaatkan (Opportunities),
- d. Mengantisipasi ancaman yang bisa mengganggu kelancaran acara (Threats).

Berikut analisis *sWOt* dalam *Event* manajemen

Dalam dunia manajemen *Event*, keberhasilan penyelenggaraan suatu acara tidak hanya bergantung pada pelaksanaan teknis, tetapi juga pada kemampuan perencanaan acara dalam melakukan analisis strategis sebelum acara berlangsung. Salah satu metode analisis strategis yang umum digunakan adalah analisis *SWOT* (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

---

<sup>15</sup> Eddyono, F., & Ferdian, M. E. (2024). *Manajemen Event Olahraga: Perspektif dalam Penyelenggaraan Acara Skala Besar*. Jakad Media Publishing.

<sup>16</sup> Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Butterworth-Heinemann. Hal. 132

Menurut Rangkuti (2013), analisis *SWOT* merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan sebuah organisasi atau proyek. Dalam konteks manajemen *Event*, analisis *SWOT* menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan, penyusunan strategi, serta mitigasi risiko.<sup>17</sup>

- a. Strengths (Kekuatan) merupakan keunggulan internal yang dimiliki oleh tim *Event* organizer atau penyelenggara acara. Contohnya:
  - 1) Tim kerja yang solid dan berpengalaman,
  - 2) Jaringan vendor yang luas,
  - 3) Portofolio acara yang kuat,
  - 4) Kemampuan berinovasi dalam konsep acara.
- b. Weaknesses (Kelemahan) adalah faktor internal yang dapat menghambat keberhasilan *Event*. Misalnya:
  - 1) Kurangnya SDM yang terlatih,
  - 2) Manajemen waktu yang kurang baik,
  - 3) Keterbatasan anggaran,
  - 4) Minimnya promosi atau branding.
- c. Opportunities (Peluang) merupakan faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan untuk mendukung keberhasilan acara. Contohnya:
  - 1) Tren pernikahan yang sedang digemari (misalnya konsep outdoor *Wedding*),
  - 2) Adanya kerja sama sponsor,
  - 3) Teknologi digital (seperti live streaming atau aplikasi RSVP),

---

<sup>17</sup> Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hal. 98

- 4) Peningkatan minat masyarakat terhadap jasa *WO*.
- d. Threats (Ancaman) adalah kondisi eksternal yang berpotensi mengganggu jalannya acara. Contohnya:
  - 1) Persaingan dari *WO* lain,
  - 2) Perubahan cuaca (untuk acara outdoor),
  - 3) Kenaikan harga vendor secara tiba-tiba,
  - 4) Pandemi atau pembatasan sosial.

Analisis *SWOT* tidak hanya menjadi alat analisis situasi, tetapi juga berfungsi sebagai landasan strategi dalam perencanaan dan pelaksanaan *Event*. Dalam konteks *Wedding Organizer (WO)*, pemahaman terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman memungkinkan pihak *WO* untuk:

- a. Mengembangkan strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan klien.
- b. Mengoptimalkan kekuatan internal seperti pengalaman tim, portofolio, serta jaringan vendor, untuk meningkatkan nilai jual dan daya saing.
- c. Mengatasi kelemahan internal melalui pelatihan, rekrutmen SDM baru, atau pembenahan sistem kerja agar lebih efisien.
- d. Memanfaatkan peluang eksternal, misalnya tren gaya pernikahan, platform media sosial, atau kemitraan bisnis untuk menjangkau pasar lebih luas.
- e. Mengantisipasi ancaman eksternal seperti kompetitor baru, krisis ekonomi, atau hambatan teknis dalam pelaksanaan *Event*, dengan menyusun rencana mitigasi risiko sejak awal.

## 1. *Wedding Organizer*

### a. Pengertian *Wedding Organizer*

*Wedding Organizer* atau yang sering disingkat sebagai *WO* adalah sebuah bisnis yang saat ini sedang tren. Pernikahan sebagai sebuah perayaan yang diharapkan berlangsung sekali seumur hidup untuk calon pengantin rela mengeluarkan dana yang tidak sedikit. Memberikan detail yang terjaga rapih agar setiap tamu dan juga pengantin sendiri menyimpan kesan yang mendalam dan tidak terlupakan. Detail ini membutuhkan perhatian yang tidak sedikit. Sementara calon pengantin mempersiapkan ketenangan batin dan pikiran agar bisa mempersiapkan mental dalam menyongsong rumah tangganya. Maka disinilah letak peranan sebuah jasa *Wedding organizer*.

*Wedding Organizer* adalah sebuah kegiatan manajemen berprofit yang mengggagas kegiatan dalam dunia pernikahan dan membuatnya menjadi sebuah acara yang terkonsep dan terorganisir. Seperti membantu mencari tempat resepsi pernikahan, dekorasi, mengaturn vendor busana dan photography.

Tujuan dari sebuah *Wedding Organizer* adalah membuat konsumen lebih tenang karena memiliki pendamping dengan tim yang berpengalaman untuk diajak diskusi, dimintai saran, dan masukan. Untuk itu tim dari *Wedding Organizer* ini sendiri harus mengerti dan mengutamakan keinginan konsumen, agar terciptanya hubungan kerja yang baik.

Banyak detail dari keinginan pasangan pengantin haruslah terwujud sempurna, sebab untuk inilah mereka dipekerjakan. *Wedding organizer* merupakan usaha yang dijalankan bersamaan dengan kebutuhan manusia akan segala sesuatu yang tak merepotkan dan dianggap membantu.

b. Manfaat menggunakan jasa *Wedding Organizer* yaitu:

- 1) Hemat Waktu Khususnya bila calon pengantin atau keluarga sibuk terkait dengan aktifitas pekerjaan yang tinggi sehingga sulit menyisakan waktu yang cukup untuk menyiapkan sendiri segala perencanaan dan perlengkapan acara. Maka dengan itu pastinya jika menggunakan *WO* waktu yang dikeluarkan untuk memikirkan masalah pernikahan bisa dipangkas. *WO* akan mengurus segala persiapan sehingga konsumen hanya tinggal mengecek perkembangan persiapan pernikahan saja.
- 2) Ada yang bertanggung jawab atas kelancaran acara Menjelang pesta, ditengah kegembiraan dan kesibukan dalam mempersiapkan penampilan diri secara sempurna, hampir tidak mungkin lagi bagi konsumen untuk memeriksa sendiri kesiapan perlengkapan pesta seperti dekorasi, busana, photographer dan yang lainnya. Dan tidak enak rasanya jika meminta anggota keluarga atau teman untuk bertanggung jawab mengenai masalah itu. Dengan adanya kontrak kerjadengan pihak *Wedding Organizer* maka pihak *Wedding Organizer* akan bertanggung jawab secara penuh atas kelancaran acara.
- 3) Efisiensi waktu dan tenaga Begitu banyak macam kebutuhan sebuah pesta pernikahan dan tersedia beraneka ragam pilihan. Bila belum memiliki sendiri data atau pengalaman menggunakan jasa /produk , sungguh melelahkan bila harus mencari dan membandingkannya satu persatu. Dengan memanfaatkan semua informasi mengenai pernikahan yang disediakan oleh seorang *Wedding organizer*, maka anda dapat menghemat waktu dan tenaga.

- 4) Bisa menentukan biaya Salah satu manfaat menggunakan *Wedding Organizer* yang sangat menggiurkan adalah bisa menentukan harga pernikahan. Biaya jasa *Wedding Organizer* bisa disesuaikan dengan anggaran dan besarnya acara. Apakah anda menginginkan acara yang sederhana atau yang mewah sekalipun, semua bisa disesuaikan.
  - 5) Mendapatkan vendor terbaik Sebuah *Wedding Organizer* yang berpengalaman pastinya memiliki jaringan vendor-vendor yang berkualitas. *Wedding Organizer* sebagai penyedia jasa yang professional tidak mungkin memberikan layanan yang asal-asalan karena hal ini menyangkut reputasi *Wedding organizer* itu sendiri. Jadi anda pasti akan merasa puas dengan memakai jasa *Wedding organizer*.<sup>18</sup>
- c. Strategi *Marketing Wedding Organizer*

Dalam dunia bisnis jasa, termasuk industri *Wedding Organizer (WO)*, strategi pemasaran memiliki peranan sentral dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Strategi pemasaran tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan layanan kepada calon konsumen, tetapi juga untuk membentuk citra positif, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat posisi kompetitif di pasar. *WO* sebagai penyedia jasa yang sangat bergantung pada kepercayaan dan kepuasan klien harus menerapkan pendekatan pemasaran yang tepat, adaptif, dan berbasis pada kebutuhan konsumen yang terus berubah.

Menurut Khairunnisa, strategi pemasaran merupakan proses memilih pasar sasaran, membangun hubungan yang menguntungkan dengan konsumen, serta

---

<sup>18</sup> Rugaya dan Sudirman, Efektifitas Pelaksanaan Kursus Calon Pengantin (Studi Pada Kantor Urusan Agama Makassar) 2016. Hal. 79

menciptakan nilai pelanggan secara berkelanjutan.<sup>19</sup> Dalam konteks *WO*, strategi ini dapat diwujudkan melalui pemanfaatan media digital, pendekatan personalisasi, serta eksplorasi tren pernikahan yang sedang diminati oleh target pasar.

#### 1) Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi

Salah satu strategi yang paling dominan dalam pemasaran *WO* saat ini adalah pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube. Media sosial memberikan ruang visual yang luas bagi *WO* untuk memamerkan portofolio kerja, testimoni klien, hingga dokumentasi acara pernikahan yang telah diselenggarakan. Media sosial merupakan platform yang efektif dalam menciptakan brand awareness, membangun hubungan emosional dengan konsumen, dan menyampaikan pesan pemasaran secara langsung dan interaktif. Dalam praktiknya, banyak *WO* yang mengandalkan kekuatan visual dan storytelling untuk menarik perhatian calon klien, misalnya dengan mengunggah video behind the scene, transformasi dekorasi venue, atau momen emosional selama acara.

#### 2) Penggunaan Influencer dan Endorsement

Strategi lain yang marak digunakan dalam industri *WO* adalah kolaborasi dengan influencer atau public figure. Endorsement dari tokoh terkenal memiliki daya tarik tersendiri karena dianggap mampu meningkatkan kepercayaan dan persepsi positif masyarakat terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Keterlibatan influencer dalam promosi jasa dapat meningkatkan intensi beli konsumen melalui efek kepercayaan (trust effect) dan kesamaan

---

<sup>19</sup> Khairunnisa, Citra Melati. "Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5, no. 1 (2022): 98-102.

nilai (value congruence). Oleh karena itu, banyak *WO* menjalin kerja sama dengan selebritas, *Wedding* blogger, atau mantan klien yang memiliki pengaruh di media sosial untuk mempromosikan layanan mereka secara tidak langsung melalui ulasan atau konten pribadi.

3) Partisipasi dalam *Wedding Expo* dan *Event* Komunitas

Selain strategi digital, *WO* juga aktif memasarkan jasanya melalui partisipasi dalam pameran pernikahan (*Wedding expo*), *Workshop*, atau *Event* komunitas. Pameran pernikahan memberikan kesempatan langsung untuk memperkenalkan layanan kepada calon pengantin secara tatap muka, sekaligus membangun jaringan dengan vendor lain dalam ekosistem pernikahan. *Event* seperti ini juga membuka peluang untuk memberikan promosi khusus, diskon paket, atau konsultasi gratis yang dapat meningkatkan konversi calon pelanggan menjadi pelanggan aktual.

4) *Content Marketing* dan *Storytelling*

Dalam pemasaran modern, *content Marketing* menjadi pendekatan yang sangat efektif untuk membangun relasi jangka panjang dengan konsumen. *WO* dapat menciptakan berbagai konten informatif dan inspiratif seperti tips pernikahan, panduan memilih vendor, hingga artikel mengenai tren dekorasi terkini. Selain itu, *storytelling* juga menjadi teknik yang mampu menggugah sisi emosional calon klien. Misalnya, dengan membagikan cerita sukses pasangan yang dibantu *WO* dari tahap perencanaan hingga hari pernikahan berlangsung lancar. *Content Marketing* yang berkelanjutan dapat meningkatkan kredibilitas bisnis dan membentuk komunitas konsumen yang loyal.



### 5) Penerapan Strategi Personalisasi

Salah satu kekuatan pemasaran dalam jasa *WO* adalah kemampuan dalam memberikan layanan yang bersifat personal. Konsumen jasa pernikahan umumnya menginginkan pengalaman yang unik dan sesuai dengan identitas pribadi mereka. Oleh karena itu, strategi personalisasi menjadi kunci dalam memenangkan hati pelanggan. *WO* dapat menyediakan opsi kustomisasi pada tema pernikahan, rangkaian acara, hingga pemilihan vendor sesuai preferensi pasangan. Penyesuaian layanan ini bukan hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat diferensiasi bisnis di tengah pasar yang kompetitif.

### 6) Pemanfaatan Testimoni dan *Word of Mouth*

Dalam industri berbasis jasa dan kepercayaan, kekuatan testimoni dari klien sebelumnya tidak dapat diabaikan. *WO* yang berhasil memberikan layanan terbaik akan mendapatkan rekomendasi dari klien kepada kerabat atau teman mereka. Strategi *Word of mouth Marketing (WOMM)* ini sangat efektif karena bersumber dari pengalaman nyata yang bersifat autentik. Studi dari Nielsen (2015) menunjukkan bahwa 92% konsumen lebih mempercayai rekomendasi dari teman atau keluarga dibandingkan bentuk iklan lainnya.<sup>20</sup>

### d. Kualitas Layanan, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan dalam *Wedding Organizer*

Dalam industri jasa, khususnya pada sektor *Wedding Organizer (WO)*, kualitas layanan, inovasi, dan kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis. *Wedding Organizer*

---

<sup>20</sup> Setiawan, Zunan, Nurdiansyah Nurdiansyah, Kushariyadi Kushariyadi, and Mila Diana Sari. *Strategi Pemasaran: Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

tidak hanya menjual jasa pengorganisasian acara pernikahan, tetapi juga menawarkan pengalaman emosional dan kepuasan terhadap momen penting dalam kehidupan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai teori kualitas layanan, inovasi dalam layanan, serta kepuasan pelanggan sangat relevan untuk dikaji sebagai dasar konseptual dalam menilai efektivitas *WO*.

#### 1) Kualitas Layanan (Service Quality)

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap jasa yang mereka terima. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi yang dikenal dengan model SERVQUAL, yaitu: *tangibles* (tampilan fisik, peralatan, personel), *reliability* (kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal), *responsiveness* (kesediaan membantu dan memberikan layanan dengan cepat), *assurance* (pengetahuan dan sopan santun staf serta kemampuan menumbuhkan kepercayaan), *empathy* (kemampuan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan).<sup>21</sup>

Dalam konteks *Wedding Organizer*, kelima dimensi ini sangat penting. Misalnya, *tangibles* dapat dilihat dari tampilan dekorasi, alat-alat pendukung, dan penampilan staf *WO*. *Reliability* tercermin dalam kemampuan *WO* menepati jadwal dan memenuhi janji layanan sesuai kesepakatan. *Responsiveness* terlihat dari kecepatan *WO* dalam merespons

---

<sup>21</sup> Ulkhaq, M. Mujiya, and Monalisa Putri Br Barus. "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera." *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri* 1, no. 2 (2017): 61-67.

permintaan atau perubahan dari klien. Assurance berkaitan dengan sikap profesional staf, sementara empathy sangat penting untuk membangun hubungan emosional dengan klien, yang sering kali dalam kondisi sensitif menjelang hari pernikahan.

## 2) Inovasi dan Kreativitas dalam Pelayanan

Inovasi menjadi faktor strategis dalam industri yang bergerak di bidang *Event* dan gaya hidup seperti *WO*. Inovasi adalah sarana spesifik melalui mana wirausahawan menciptakan sumber daya baru untuk menciptakan kekayaan. Dalam bisnis *WO*, inovasi dapat mencakup berbagai hal seperti penggunaan teknologi dalam perencanaan (*Wedding planning apps*), variasi konsep pernikahan yang tematik, integrasi budaya lokal, hingga penyesuaian terhadap tren pernikahan yang sedang populer (misalnya konsep intimate *Wedding*, *eco-Wedding*, atau pernikahan outdoor).

Kreativitas dalam desain, susunan acara, dekorasi, dan pengalaman keseluruhan pernikahan menjadi nilai tambah yang membedakan satu *WO* dari yang lain. Kreativitas dalam layanan melibatkan kemampuan menciptakan solusi baru dan relevan untuk kebutuhan spesifik pelanggan. Oleh karena itu, *WO* dituntut untuk tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga mampu menciptakan inovasi baru yang memiliki daya tarik bagi pasar sasaran.<sup>22</sup>

## 3) Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa yang diterima, apakah sesuai dengan

---

<sup>22</sup> Lestari, Endah Rahayu. *Manajemen inovasi: Upaya meraih keunggulan kompetitif*. Universitas Brawijaya Press, 2019.

harapan mereka atau tidak. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakannya dengan harapannya. Jika kinerja sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas.

Dalam industri *WO*, kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana pengalaman yang diberikan mampu memenuhi harapan dan keinginan pasangan yang akan menikah. Faktor-faktor seperti ketepatan waktu, komunikasi yang efektif, kemampuan menyelesaikan masalah dengan cepat, dan hasil akhir yang sesuai ekspektasi merupakan komponen utama dalam menciptakan kepuasan tersebut. Lebih lanjut, kepuasan pelanggan juga berdampak langsung pada loyalitas, *WO*rd of mouth (rekomendasi), dan reputasi *WO* di mata publik.

Sebuah penelitian oleh Oliver (1997) menyatakan bahwa kepuasan yang tinggi dapat menjadi prediktor kuat terhadap loyalitas pelanggan. Dalam konteks *WO*, hal ini sangat penting karena banyak konsumen memilih jasa *WO* berdasarkan rekomendasi dari teman, keluarga, atau media sosial. Oleh karena itu, menjaga tingkat kepuasan pelanggan merupakan langkah strategis yang akan memberikan dampak jangka panjang terhadap kelangsungan bisnis.<sup>23</sup>

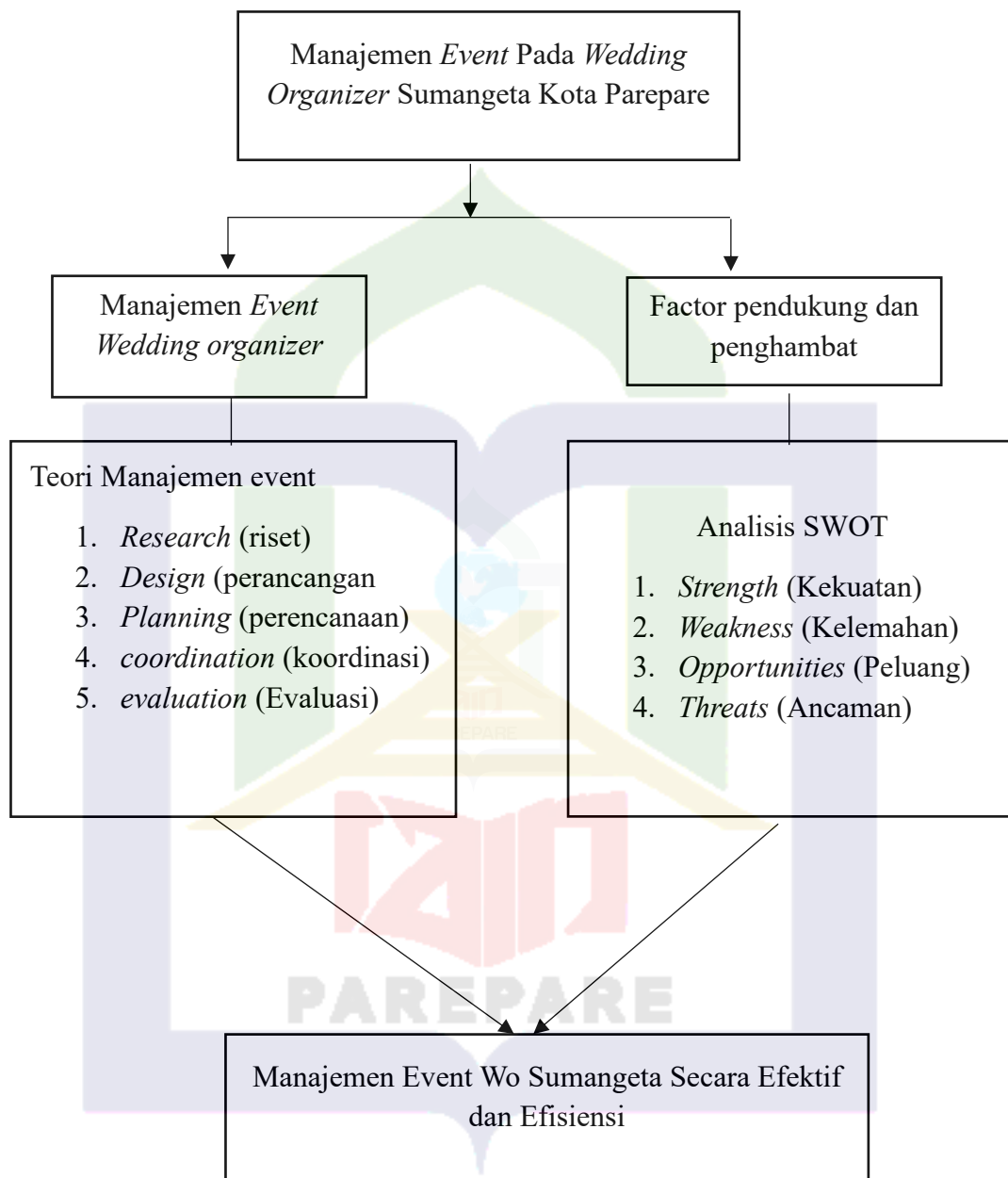
---

<sup>23</sup> Dewanty, Devi Audina Putri, Leni Vitasari, and Andhika Wahyudiono. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Elsimil (Elektronik Siap Nikah Dan Hamil) di Kantor Kecamatan Giri Kabupaten Banyuwangi." *YUME: Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 127-134.

### C. Kerangka Konseptual

1. Manajemen *Event* adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan acara dari awal hingga akhir. Ini mencakup berbagai kegiatan seperti menentukan tujuan acara, memilih lokasi, mengatur anggaran, serta mengelola berbagai aspek logistik dan sumber daya yang diperlukan. Manajer acara bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap bagian acara berjalan lancar, termasuk koordinasi antara vendor, promosi, pengaturan jadwal, serta pengelolaan peserta atau tamu. Setelah acara selesai, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan acara dan mendapatkan pelajaran untuk acara berikutnya.
2. Konsep *Wedding Organizer (WO)* adalah layanan profesional yang membantu pasangan dalam merencanakan dan menyelenggarakan pernikahan. *Wedding Organizer* bertugas untuk mengatur berbagai aspek acara pernikahan, mulai dari perencanaan awal, pemilihan vendor, hingga pelaksanaan acara pada hari-H. Mereka memastikan semua detail berjalan sesuai rencana sehingga pasangan pengantin dapat menikmati momen penting tanpa stres. Layanan yang diberikan oleh *Wedding Organizer* bisa mencakup hal-hal seperti memilih tempat pernikahan, mengatur dekorasi, mencari penyedia layanan makanan, memilih fotografer atau videografer, serta mengelola anggaran. *Wedding Organizer* juga menangani jadwal acara, memastikan semua berjalan tepat waktu, dan menangani masalah yang mungkin muncul selama acara berlangsung. Dengan menggunakan jasa *Wedding organizer*, pasangan dapat fokus pada pengalaman mereka, sementara *WO* menangani semua aspek teknis dan logistik.

#### D. Kerangka Pikir



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang dialami, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data triangulasi (gabungan)<sup>24</sup> Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif karena mangacu pada Implenetasi Manajemen *Event* Pada *Wedding Organizer* Sumangeta Kota Parepare. Penelitian dengan pendekatan kualitatif menjelaskan analisis proses dan proses berfikir secara induktif yang berkaitan langsung dengan fenomena yang diamati da senantiasa menggunakan logika ilmiah.<sup>25</sup>

Penelitian ini masuk kategori kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menganalisis objek yang diteliti seperti melihat gambaran ata menggambarkan (menilai) permasalahan yang terjadi pada masyarakat seperti pengertian,dasar hukum,kedudukan,proses dan dampak dari pelaksanaan.

##### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan *Wedding Organizer* Sumangetta Kota Parepare. Ada pun waktu penelitian ini dilakukan selama 1 bulan lamanya.

##### C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu Manajemen *Event* Pada *Wedding Organizer* Sumangeta Kota Parepare.dengan menggunakan teori-teori yang akan membahas

---

<sup>24 36</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*,2008, ( Bandung cv Alfabeta), h.1

<sup>25</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif,Teori dan Praktik*(Jakarta: PT.Bumi Aksara), h.80

apakah manajemen *Event* yang diterapkan oleh Wending Organizer Sumangetta Kota Parepare.

#### D. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif artinya data yang berbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan.

##### 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.

Berdasarkan sifatnya, sumber data ada dua yaitu data primer dan data sekunder

##### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti langsung dari sumbernya tanpa adanya perantara seperti mengadakan wawancara secara mendalam terlebih dahulu. Adapun data primer dari penelitian ini adalah owner, tim operasional sebanyak 3 informan, tim lapangan sebanyak 3 orang, Dan klien sebanyak 3 orang.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari referensi-referensi seperti jurnal dan berbagai hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.



## E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan tiga pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai keadaan lapangan maupun hal-hal yang berhubungan dengan tesis ini dan memaparkan apa yang terjadi dilapangan sesuai interpretasi dari peneliti.<sup>26</sup>

### 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses Tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.<sup>27</sup> Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan ini. Adapun informan yang diwawancarai yaitu masyarakat Dijalan takkalao

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang cara memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden. Dalam hal ini dokumen berfungsi sebagai sumber data, karena dengan dokumen tersebut dapat dimanfaatkan untuk membuktikan, menafsirkan dan meramalkan tentang peristiwa.

Penggunaan dokumentasi dalam penelitian ini diarahkan oleh penelitian untunk mendokumentasikan hal-hal yang penting berkaitan dengan manajemen

---

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT.Rinaka Cipta, 2002), h.107.

<sup>27</sup> Moelong L, J, *Metode Penelitian Kualitatif*(Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006)

*Event* . Maka dari itu tehnik pengumpulan data dengan dokumentasi sangat mendukung proses penelitian.

#### F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan.<sup>28</sup> Ada beberapa uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut:

##### 1. Uji kredibilitas

Uji kredibilitas, bagaimana mencocokkan antara temuan dengan apa yang sedang diobservasi.<sup>29</sup> Dalam mencapai kredibilitas ada beberapa tehnik yaitu: perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman, analisis kasus negatif, member check.

##### 2. Dependability (Realiabilitas)

Uji *dependability* artinya penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu saja mendapatkan hasil yang tetap. Penelitian *dependability* merupakan penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan step penelitian yang sama akan mendapatkan hasil yang sama pula. Dikatakan memenuhi depenbilitas ketika peneliti berikutnya dapat mereplikasi rangkaian proses penelitian tersebut. Mekanisme uji depenbilitas dapat dilakukan melalui audit oleh auditor independen, atau pembimbing terhadap rangkaian proses penelitian. Jika peneliti tidak

---

<sup>28</sup> Muhammad Kamal Zubair, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare, 2020).

<sup>29</sup> Muslim Salam, *Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif Menggugat Doktrin Kualitatif* (Makassar: Masagena Press, 2011), h. 21-22.

mempunyai rekam jejak aktivitas penelitiannya maka *dependabilitynya* dapat diragukan.

#### G. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan lapangan, dan dokumentasi. Untuk mengelola data, penulis menggunakan metode kualitatif dengan melihat aspek-aspek objek penelitian. data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisa. Analisis data pada penelitian kualitatif ini pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. “Analisis data adalah pegangan bagi peneliti”, dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data<sup>30</sup>

Menurut Miles dan Huberman ada tiga metode dalam analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan.<sup>31</sup>

##### 1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, pemusatan, perhatian, pengabstrakan serta transformasi data yang kasar yang dicatat di lapangan. Data yang direduksi berarti merangkum memilih hal yang inti, memfokuskan pada hal penting yang dicari. Langkah yang dilakukan untuk mereduksi data yaitu, meringkas, menelusuri tema serta menyusun laporan dengan lengkap serta rinci.

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. XI; Bandung: Alfabeta, 2010), h.336

<sup>31</sup> Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992) h.16

## 2. Penyajian data

Penyajian data berarti penyampaian suatu informasi berdasarkan yang diperoleh oleh peneliti tentang yang diteliti. Penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian, hubungan kategori, bagan, dan sebagainya sehingga dalam peneliti dapat menyusun dengan baik dan mudah dilihat, dibaca serta dipahami pada kejadian atau tindakan serta peristiwa terkait dengan penerapan manajemen *Event*.

## 3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara pengkajian tentang kesimpulan yang diambil dengan data pembanding dari teori tertentu, peneliti melakukan proses pengecekan ulang, mulai dari sebelum survey, wawancara, observasi serta dokumentasi. Membuat suatu kesimpulan umum sebagai laporan bahwa inilah hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Menguji keabsahan data yang diterima dengan mengukur validasi hasil dari penelitian dengan penggabungan data. Pengamatan yang dilakukan pada lokasi penelitian dipusatkan pada perhatian secara berkesinambungan sesuai dengan fokus yang diteliti, kemudian mendiskusikan pada orang-orang yang dianggap kompeten dalam masalah penelitian ini. Kesadaran rangkaian dalam penelitian ini tetap pada kerangka yang tersusun, tetap mengikuti prosedur penelitian agar tetap saling terkait dan membantu satu sama lain.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

*Wedding Organizer* Sumangeta merupakan usaha jasa yang bergerak di bidang *Event* organizer dan planner, yang berdiri pada akhir tahun 2020 dan beralamat di Jl. Amal Bakti. Sejak awal pendiriannya, *WO* Sumangeta berkomitmen untuk menyediakan layanan jasa yang profesional dan terpercaya dalam mengelola berbagai macam acara, terutama pernikahan. Usaha ini mengusung visi “Memberikan dan menyediakan jasa terbaik dan terpercaya” serta misi “Melayani sepenuh hati.” Dalam pelaksanaannya, *WO* Sumangeta menawarkan berbagai produk dan layanan kepada klien, di antaranya jasa sebagai organizer, planner, consultant, serta paket-paket acara yang lengkap dan terencana. Produk unggulan yang paling banyak diminati oleh klien adalah paket *Wedding* dan *Event* yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

*WO* Sumangeta mulai dikenal luas oleh masyarakat sejak berhasil menangani sebuah acara pernikahan besar milik salah satu pemilik kafe ternama di Kota Parepare pada tahun 2021. Kesuksesan dalam menyelenggarakan acara tersebut membawa nama *WO* Sumangeta semakin diperhitungkan dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam mengelola acara penting mereka. Dalam struktur organisasinya, usaha ini memiliki beberapa divisi penting, yakni Founder/Owner, Manager, Tim Lapangan, Tim Office, dan Freelance. Seluruh anggota tim ini bekerja secara kolaboratif demi menghasilkan pelayanan yang optimal. Meskipun memiliki manajer, pemilik usaha tetap memilih untuk turun langsung mengawasi dan mengarahkan tim demi menjaga kualitas layanan dan memastikan setiap detail acara berjalan sesuai rencana. Dengan kombinasi antara struktur tim yang solid dan pengawasan langsung dari pemilik, *WO* Sumangeta terus tumbuh sebagai jasa *Event* organizer yang terpercaya di Parepare.

## 1. Bentuk Penerapan Manajemen *Event* dalam Penyelenggaraan Pesta Pernikahan oleh *Wedding Organizer* Sumangeta Kota Parepare

Penerapan manajemen *Event* yang dilakukan oleh *Wedding Organizer* (*WO*) Sumangeta dalam menyelenggarakan pesta pernikahan di Kota Parepare. Melalui proses wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat, mulai dari pendiri, tim official, tim lapangan, hingga klien, diperoleh data yang menyeluruh mengenai praktik manajemen yang diterapkan oleh *WO* Sumangeta.

### a. *Research* (Riset)

Tahapan riset atau penggalan informasi awal merupakan langkah fundamental dalam penerapan manajemen *Event* oleh *Wedding Organizer* (*WO*) Sumangeta. Proses ini bertujuan untuk memahami secara menyeluruh kebutuhan, keinginan, serta karakteristik calon klien yang akan menggunakan jasa penyelenggaraan pesta pernikahan. Riset tidak hanya mencakup pengumpulan informasi dari calon pengantin melalui konsultasi, tetapi juga mencakup identifikasi vendor yang sesuai, penyesuaian konsep pernikahan dengan kondisi venue, serta penetapan strategi komunikasi. Langkah ini menjadi fondasi awal agar konsep yang dirancang benar-benar sesuai dengan ekspektasi klien. Sebagaimana dijelaskan oleh A. Resky Hidayat Haddade, S.H (32 Tahun) selaku Founder *WO* Sumangeta:

“Jadi untuk manajemen *Event* itu yang dilakukan Sumangeta dalam penyelenggaraan pesta pernikahan ada beberapa macam. Yang pertama tergantung dari kesepakatan klien, salah satunya ‘organize’, yaitu kami hanya mengatur jasanya saja pada hari H tanpa mengurus vendor. Tapi ada juga yang ‘planner’, yang semuanya ditangani oleh *WO*, dari vendor, pembayaran, hingga follow-up semua, jadi klien hanya berurusan dengan *WO* saja.”<sup>32</sup>

Proses riset yang dilakukan tidak dilakukan secara formal dan kaku, namun dikemas dalam suasana santai untuk membangun kenyamanan dan

---

<sup>32</sup> A. Resky Hidayat Haddade, S.H (32 Tahun) , Founder *Wedding Organizer* Sumangeta, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

keterbukaan dari klien. Hal ini disampaikan oleh Fajriana (21 Tahun) selaku tim official *WO* Sumangeta yang menyatakan bahwa:

“Pertama ketemu dulu mi klien, ngobrol santai sambil ngopi-ngopi. Nah dari situ kita gali maunya apa, terus kita bantu rancang konsep sampai cocok di hati.”<sup>33</sup>

Senada dengan hal tersebut, Yuliana Ramli, (21 Tahun) juga tim official *WO* Sumangeta, menyampaikan bahwa riset awal sangat penting agar tim memahami gaya atau selera klien. Menurutnya:

“Langsung duduk terus ngobrol, ndak usah terlalu formal. Dari situ kita bisa tau gayanya klien, suka yang klasik atau modern.”<sup>34</sup>

Riset tidak hanya dilakukan dari pihak *WO* ke klien, tetapi juga mencakup pengamatan kondisi teknis dan lingkungan dari pihak tim lapangan. Hal ini penting dalam mendukung kesiapan desain dan layout sesuai konsep. Sebagaimana disampaikan oleh Ulfiyah (21 Tahun) selaku tim lapangan:

“Biasanya saya lia’ dulu desain dari tim official, terus kita gambar ulang layout-nya di lokasi.”<sup>35</sup>

Selain itu, menurut Muh. Fahrezya Latanro, (21 Tahun) anggota tim lapangan lainnya, tahapan awal riset dilakukan dengan pengecekan teknis langsung di lokasi pesta:

“Cek colokan, posisi panggung, sama tempat alat-alat. Baru angkat-angkat.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa tahapan riset yang dilakukan *WO* Sumangeta tidak terbatas pada pencatatan kebutuhan klien secara verbal saja, tetapi mencakup observasi lapangan, pemetaan potensi hambatan teknis, dan penjajakan gaya komunikasi yang sesuai. Pendekatan yang dilakukan secara fleksibel dan personal juga menjadi kekuatan *WO* Sumangeta dalam membangun hubungan awal yang kuat dengan klien, yang kemudian menjadi landasan dalam proses perancangan acara secara keseluruhan.

<sup>33</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>34</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>35</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025



b. *Design* (Perancangan)

Tahapan perancangan merupakan proses lanjutan setelah pengumpulan informasi awal melalui riset. Dalam konteks penyelenggaraan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer* Sumangeta, tahapan ini melibatkan pengembangan konsep yang sesuai dengan visi klien, penyesuaian tema dengan kebutuhan estetika maupun anggaran, serta penyusunan elemen-elemen visual dan teknis yang akan digunakan dalam acara. Perancangan yang matang akan menentukan arah kerja tim dan vendor, serta menjadi tolok ukur ketercapaian kesuksesan *Event* secara keseluruhan. Konsep yang dirancang tidak hanya menyesuaikan dengan keinginan subjektif klien, tetapi juga mempertimbangkan faktor lokasi, ketersediaan vendor, serta timeline pelaksanaan. Proses ini berlangsung melalui beberapa kali pertemuan, diskusi intens, hingga penyusunan mockup visual atau moodboard sebagai alat bantu visualisasi konsep.

Sebagaimana dijelaskan oleh A. Resky Hidayat Haddade, S.H selaku Founder *WO* Sumangeta, tahapan desain dimulai dari komunikasi intensif dengan klien, pemilihan konsep hingga penyusunan estimasi anggaran yang dituangkan ke dalam dokumen resmi kerja sama:

“Rincian tahap perencanaan ada beberapa, pertama setelah kita konsultasi bersama klien kita akan meeting konsultasi, setelah kita meeting konsultasi kita itu akan bajeting, follow up vendor. Setelah kita sepakati beberapa vendor, selanjutnya kita akan estimasi anggaran, setelah estimasi anggaran disepakati, klien dan kita *WO* Sumangeta menandatangani MOU. Dan selanjutnya kita mengadakan meeting sampai dengan pelaksanaan acara tersebut.”<sup>36</sup>

Proses perancangan ini tidak hanya berlangsung satu arah, melainkan kolaboratif antara tim *WO* dan klien. Dalam proses ini, ide-ide klien disaring dan diterjemahkan oleh tim menjadi desain konseptual yang konkret. Menurut Fajriana, salah satu official *WO* Sumangeta, pendekatan yang digunakan bersifat personal dan santai agar ide-ide klien dapat muncul secara natural.

---

<sup>36</sup> A. Resky Hidayat Haddade, S.H, Founder *Wedding Organizer* Sumangeta, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025



Proses ini memperkuat relasi emosional sekaligus memudahkan eksplorasi konsep:

“Kita tanya-tanya pelan-pelan, liat mood-nya, terus kasih beberapa contoh konsep. Dari situ kita paham mi, apa yang dia suka dan tidak suka.”<sup>37</sup>

Sementara itu, proses brainstorming dan finalisasi konsep tidak hanya berlangsung di ruang kerja, tetapi juga didukung oleh referensi visual, diskusi informal, dan berbagai metode kreatif lain. Hal ini ditekankan oleh Yuliana Ramli selaku official *WO*, yang menuturkan bahwa keakraban antara tim dan klien sangat berpengaruh terhadap kelancaran proses perancangan:

“Awalnya konsultasi ki dulu, terus kita bantu konsepkan. Klien bilang maunya bagaimana, kami yang wujudkan, pokoknya sampai detail terakhir.”<sup>38</sup>

Perancangan juga melibatkan kerja lintas tim, khususnya antara tim official dan tim lapangan. Desain yang telah disepakati akan diturunkan ke dalam sketsa atau layout teknis yang menjadi pedoman saat pelaksanaan. Hal ini dijelaskan oleh Ulfiyah dari tim lapangan, yang menyatakan pentingnya penyesuaian desain dengan kondisi aktual di lokasi acara:

“Biasanya saya lia’ dulu desain dari tim official, terus kita gambar ulang layout-nya di lokasi.”<sup>39</sup>

Senada dengan itu, Aqsha selaku anggota tim lapangan lain menambahkan bahwa desain tidak selalu bisa diimplementasikan persis seperti di atas kertas. Namun, ia memastikan bahwa tiap penyesuaian tetap mengacu pada arahan konsep yang telah ditentukan oleh tim official:

“Saya bantu pasang sesuai sketsa. Kalo salah posisi, saya rubah langsung sesuai arahan leader.”<sup>40</sup>

Berdasarkan penuturan para informan, dapat disimpulkan bahwa tahap perancangan oleh *WO* Sumangeta dilakukan secara sistematis dan kolaboratif. Mulai dari penjabaran ide awal bersama klien, pemilihan tema dan vendor

<sup>37</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>38</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>39</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>40</sup> Aqsha, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

pendukung, hingga penggambaran layout teknis di lapangan, semua dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan penuh perhatian pada detail. Hal ini menjadi dasar kuat agar pelaksanaan acara nantinya tidak hanya berjalan lancar, tetapi juga sesuai dengan ekspektasi estetika dan pengalaman emosional yang diharapkan oleh klien.

c. *Planning* (Perencanaan)

Tahapan perencanaan dalam manajemen *Event* menjadi elemen krusial yang menjembatani desain konseptual menuju pelaksanaan teknis di lapangan. Dalam konteks penyelenggaraan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer* Sumangeta, perencanaan bukan sekadar menyusun jadwal, melainkan mencakup pengaturan logistik, pembagian tugas, penjadwalan pertemuan dengan vendor, hingga penyusunan dokumen kerja sama seperti MoU dan rundown acara. Perencanaan yang matang menjadi kunci keberhasilan agar semua pihak, mulai dari klien, tim internal, hingga vendor eksternal, dapat bekerja secara sinkron dan efisien. Kesiapan dalam menghadapi dinamika lapangan juga sangat ditentukan oleh sejauh mana perencanaan tersebut disusun secara terstruktur dan realistis sejak awal.

Sebagaimana dijelaskan oleh A. Resky Hidayat Haddade, S.H, selaku Founder *WO* Sumangeta, proses perencanaan dimulai sejak tahap konsultasi hingga penyusunan anggaran dan pembagian sesi kerja. *WO* Sumangeta membagi jenis layanan menjadi dua, yaitu layanan “organize” yang hanya mencakup pengaturan teknis di hari H, serta layanan “planner” yang mencakup seluruh proses dari awal hingga akhir, termasuk koordinasi dengan vendor dan anggaran:

“Yang pertama konsultasi dulu sepakat dengan harga organize, sepakat apa saja sesi yang akan di-handle oleh kita. Yang kedua menentukan konsep dari *Wedding* tersebut, yang ketiga kita akan follow up beberapa vendor, memberikan beberapa pilihan untuk klien. Keempat kita

menentukan estimasi anggaran, yang terakhir kita akan menandatangani MOU.”<sup>41</sup>

Tahap perencanaan ini tidak hanya disusun oleh satu individu, tetapi dibentuk dalam kerangka kerja tim yang memiliki pembagian tugas yang jelas. Menurut Fajriana selaku tim official, efektivitas perencanaan sangat bergantung pada kolaborasi internal tim, di mana setiap anggota memiliki jobdesk spesifik namun tetap saling mendukung dalam kondisi darurat:

“Biasa itu kita sudah ada jobdesk masing-masing. Ada yang urus rundown, ada yang jaga vendor, ada juga yang urus client langsung. Pokoknya saling backup kalau ada yang repot.”<sup>42</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Yuliana Ramli, yang menjelaskan bahwa dalam *WO* Sumangeta, penyusunan jadwal kegiatan dilakukan secara terbuka dan kolaboratif dengan menggunakan alat bantu digital seperti Google Sheet. Dengan demikian, setiap anggota tim dapat memantau perkembangan dan saling mengingatkan tanggung jawab masing-masing:

“Kita susun di Google Sheet. Semua orang tim bisa lihat dan update. Jadi sama-sama kontrol waktu.”<sup>43</sup>

Perencanaan yang dilakukan juga memperhatikan skala waktu yang rinci, bahkan hingga hitungan hari dan jam menjelang acara. Jadwal kerja yang disusun dengan sistematis ini membantu menghindari penumpukan pekerjaan pada hari H dan meminimalisasi potensi kelalaian. Menurut Fajriana:

“Kita buat list kegiatan dari H-30 sampai H+1. Detail semua, misalnya hari ini cek vendor, besok meeting klien. Jadi teratur.”<sup>44</sup>

Dari sisi tim pelaksana lapangan, perencanaan teknis seperti layout, alur logistik, dan penempatan peralatan juga dipersiapkan dengan cermat. Menurut Ulfyah dari tim lapangan, perencanaan dimulai sejak pertama kali mereka tiba di lokasi dan mengecek jalur distribusi serta lokasi strategis untuk pemasangan alat:

---

<sup>41</sup> A. Resky Hidayat Haddade, S.H, Founder *Wedding Organizer* Sumangeta, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>42</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>43</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>44</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

“Langsung cek venue, liat jalur masuk, tempat loading barang, baru mulai turunkan alat.”<sup>45</sup>

Tidak kalah penting dalam tahap ini adalah briefing atau rapat koordinasi yang dilakukan sebelum hari H. Briefing digunakan untuk mengatur ulang peran, membagikan rundown kepada seluruh personel, dan mengantisipasi kendala teknis. Hal ini disampaikan oleh Muh. Fahrezya Latanro, yang menyebutkan pentingnya kesepahaman seluruh anggota tim lapangan terhadap rundown acara:

“Sebelum hari H, kami briefing tim dulu, jadi semua tahu peran masing-masing.”

Berdasarkan penuturan para informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tahapan perencanaan yang diterapkan oleh *WO* Sumangeta dilakukan secara menyeluruh, mulai dari perencanaan umum bersama klien hingga teknis pelaksanaan oleh tim lapangan. Proses ini menjadi tulang punggung seluruh rangkaian penyelenggaraan *Event* dan menunjukkan bahwa *WO* Sumangeta mengedepankan struktur kerja yang sistematis dan berbasis kolaborasi antartim. Hal ini menjamin bahwa seluruh elemen acara dapat dijalankan dengan efektif, efisien, dan minim kendala teknis.

d. Coordination (koordinasi)

Koordinasi merupakan bagian sentral dalam penerapan manajemen *Event* karena menyatukan seluruh perencanaan dan desain ke dalam satu kesatuan pelaksanaan yang utuh. Dalam praktiknya, koordinasi bukan hanya sekadar menyampaikan instruksi, tetapi mencakup pengawasan, komunikasi lintas tim, kerja sama dengan vendor, serta respons cepat terhadap berbagai dinamika di lapangan. Di *WO* Sumangeta, proses koordinasi dilaksanakan secara simultan antara tim official dan tim lapangan dengan vendor eksternal maupun dengan klien secara langsung. Keberhasilan suatu acara pernikahan sangat bergantung pada kelancaran koordinasi ini, mengingat berbagai elemen

---

<sup>45</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

acara berjalan secara bersamaan dan melibatkan banyak pihak dalam waktu dan tempat yang terbatas.

Koordinasi antara *WO* dan vendor menjadi hal yang sangat diperhatikan. Untuk menjamin kelancaran teknis, komunikasi dilakukan melalui grup WhatsApp dan briefing sebelum hari H. Fajriana selaku tim official *WO* Sumangeta menjelaskan mekanisme komunikasi rutin yang mereka lakukan bersama vendor:

“Kita buat grup WA bareng vendor. Jadwal teknis dikasih jelas, dan kita selalu cek H-1 supaya ndak ada yang telat.”<sup>46</sup>

Briefing atau pertemuan teknis sebelum pelaksanaan juga menjadi strategi penting untuk memastikan semua pihak memahami peran dan jadwal kerja mereka. Hal ini ditekankan oleh Yuliana Ramli, yang menuturkan bahwa koordinasi dengan vendor dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur:

“Sebelum hari H, semua vendor kita panggil briefing. Kita jelaskan posisi, jam datang, jam pasang, sampai jam bubar.”<sup>47</sup>

Dari sisi lapangan, koordinasi dilakukan melalui berbagai alat bantu komunikasi. Ketika kondisi ramai dan bising, alat komunikasi seperti HT (handy talky) menjadi andalan utama tim untuk tetap terhubung dan mengatur pelaksanaan acara secara real time. Sebagaimana disampaikan oleh Muh. Fahrezya Latanro, anggota tim lapangan *WO* Sumangeta:

“HT paling membantu. Kalau rame tamu, suara sudah tenggelam, jadi butuh HT terus.”

Tidak hanya menggunakan alat komunikasi, kerja sama antarpersonel juga dibangun berdasarkan kepercayaan dan pemahaman yang sama terhadap struktur kerja. Bahkan, dalam kondisi darurat, komunikasi langsung secara fisik atau visual juga tetap dilakukan untuk memastikan efektivitas koordinasi. Hal ini disampaikan oleh Aqsha, anggota tim lapangan lainnya:

<sup>46</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>47</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

“Biasanya kami saling kasi kode atau langsung panggil ji kalau dekat. Tapi kalau rame acara dan banyak tamu, kita pake HT.”<sup>48</sup>

Koordinasi juga mencakup hubungan sosial di lapangan, seperti kerja sama dengan pihak vendor katering, fotografer, hingga MC. Tim lapangan *WO* Sumangeta memastikan bahwa pihak ketiga merasa dibantu, sehingga suasana kerja tetap kondusif dan harmonis. Hal ini dijelaskan oleh Ulfiyah, yang menuturkan pentingnya saling tolong saat acara berlangsung:

“Kami sering bantu angkat alat catering atau atur meja buat MC. Pokoknya saling tolong kalau di lapangan.”<sup>49</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Aqsha, yang menekankan bahwa komunikasi yang efektif dengan pihak vendor sangat penting agar tidak terjadi kekacauan di lokasi:

“Kalau saya paling sering bantu vendor-vendor juga. Misalnya tukang catering, saya bantu angkat makanan masuk ke venue. Atau kalau fotografer butuh space buat ambil gambar, saya bantu atur posisinya. Komunikasi kami langsung, ndak ribet. Yang penting semua kerja lancar dan saling bantu.”<sup>50</sup>

Koordinasi tidak hanya berdampak pada kelancaran teknis, tetapi juga memberikan efek psikologis bagi klien. Klien merasa tenang dan percaya karena melihat kerja tim yang tertata rapi dan saling melengkapi. Hal ini disampaikan oleh Risma Rais, salah satu klien *WO* Sumangeta:

“Kayak mereka sudah saling kenal ji semua. Waktu hari H, dekor, katering, fotografer, semua tertib datang tepat waktu. Ndak ada mi vendor yang bingung-bingung, semua terarah. Jadi kita tinggal senyum-senyum mi.”<sup>51</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa *WO* Sumangeta memiliki sistem koordinasi yang cukup solid dan adaptif. Mereka memanfaatkan teknologi komunikasi modern, sistem pembagian kerja yang jelas, serta membangun hubungan kerja yang harmonis dengan berbagai pihak. Semua ini merupakan bentuk koordinasi menyeluruh yang menjadi fondasi

<sup>48</sup> Aqsha, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>49</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>50</sup> Aqsha, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>51</sup> Risma Rais, Klien, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 9 Juni 2025

keberhasilan acara, serta mencerminkan tingkat profesionalisme yang tinggi dalam praktik manajemen *Event* mereka.

e. *Evaluation* (evaluasi)

Evaluasi merupakan tahapan akhir sekaligus refleksi penting dalam penerapan manajemen *Event*, termasuk dalam penyelenggaraan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer (WO)* Sumangeta. Proses ini bukan sekadar menilai hasil akhir acara, tetapi juga mencakup peninjauan terhadap seluruh rangkaian persiapan, pelaksanaan, serta respon dari klien dan tim internal. Evaluasi dilakukan sebagai bentuk upaya peningkatan mutu pelayanan, perbaikan teknis, serta dokumentasi pengalaman yang dapat dijadikan acuan dalam pelaksanaan *Event* berikutnya. Dalam praktik *WO* Sumangeta, evaluasi dilakukan secara menyeluruh, melibatkan tim official, tim lapangan, serta memperhatikan umpan balik dari klien sebagai sumber utama penilaian kualitas layanan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Fajriana, salah satu official *WO* Sumangeta, proses evaluasi dilakukan secara intensif menjelang hari H dan pada malam sebelum acara berlangsung. Pertemuan ini digunakan untuk mengidentifikasi progres persiapan, mengevaluasi tugas yang belum tuntas, serta memastikan kesiapan peran masing-masing anggota tim pada hari pelaksanaan:

“Biasanya kita ngumpul H-7 sama H-1. Bahas progres, kekurangan, dan siapa yang pegang apa waktu hari H.”<sup>52</sup>

Evaluasi tidak hanya terbatas pada sesi rapat formal, melainkan juga terjadi secara spontan dan reflektif usai pelaksanaan acara. Tim lapangan *WO* Sumangeta terbiasa berkumpul setelah acara selesai untuk mendiskusikan kendala yang dihadapi dan mencatat hal-hal yang harus diperbaiki ke depannya. Hal ini disampaikan oleh Muh. Fahrezya Latanro yang menekankan pentingnya dokumentasi pengalaman langsung di lapangan:

---

<sup>52</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025



“Saya tulis apa yang feedback-nya bagus, dan apa yang dikeluhkan. Bahas sama tim biar lebih mantap acara selanjutnya.”

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ulfiyah, yang menyebut bahwa evaluasi dilakukan secara informal namun tetap substansial, sebagai sarana berbagi pengalaman antaranggota tim:

“Setelah acara, kami duduk sebentar bahas apa yang molor, apa yang lancar. Langsung catat buat acara berikut.”<sup>53</sup>

Aqsha, anggota tim lapangan lainnya, juga menekankan bahwa tim lapangan selalu melakukan evaluasi langsung sesuai acara, terutama untuk mengenali tantangan teknis dan solusi cepat yang telah diterapkan. Evaluasi ini bukan hanya menilai hasil, tetapi juga memperkuat kesiapsiagaan dan kreativitas tim:

“Setelah acara, kita biasanya duduk santai dulu. Bahas apa yang berhasil dan mana yang bikin ribet.”<sup>54</sup>

Evaluasi juga mencakup aspek eksternal, yaitu umpan balik dari klien. *WO Sumangeta* menaruh perhatian besar pada kesan dan pengalaman yang dirasakan klien setelah acara berlangsung. Hal ini dilakukan melalui interaksi langsung, permintaan testimoni, maupun komunikasi informal pasca acara. Fajriana menyampaikan bahwa testimoni dari klien sering diminta sebagai bentuk evaluasi sekaligus media promosi:

“Habis acara, kita tanya feedback langsung. Kalau bisa juga minta testimoni buat sosial media.”<sup>55</sup>

Yuliana Ramli menambahkan bahwa dalam banyak kasus, kepuasan klien terlihat dari kepercayaan berkelanjutan, di mana klien tidak hanya memberi ulasan positif, tetapi juga kembali menggunakan jasa *WO Sumangeta* untuk acara keluarga lain:

“Setelah acara, kita kirim ucapan terima kasih, minta saran juga. Biasanya mereka senang mi, malah jadi langganan untuk acara keluarga lain.”<sup>56</sup>

<sup>53</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>54</sup> Aqsha, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>55</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>56</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025



Dari sisi klien sendiri, proses evaluasi dirasakan dalam bentuk keterlibatan sejak awal perencanaan hingga pasca acara. Risma Rais, salah satu klien, mengakui bahwa seluruh tahapan acara berjalan sesuai rencana dan profesional. Evaluasi dalam hal ini tampak dari rasa puas yang muncul akibat pengelolaan acara yang tertata:

“Alhamdulillah sesuai banget. Malah ada spare waktu sedikit sebelum akad dan resepsi, jadi bisa istirahat sebentar. Rundown-nya rapi dan semua tim jalan sesuai tugasnya. Nggak ada yang terlambat atau tergesa-gesa.”<sup>57</sup>

Sementara itu, Fadlinsyah sebagai klien lain, menyoroti bagaimana fleksibilitas dan kesiapan tim *WO* Sumangeta dalam menghadapi dinamika kecil turut mencerminkan profesionalisme dalam mengevaluasi situasi di tempat:

“Sesuai. Malah mereka atur waktu cadangan kalau ada kendala. Kita nikmati acara dari awal sampai selesai tanpa rasa panik. Terasa lancar ki semua.”<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses evaluasi di *WO* Sumangeta dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Evaluasi internal dijalankan dengan pendekatan reflektif dan berbasis tim, sedangkan evaluasi eksternal diwujudkan melalui penerimaan umpan balik klien secara terbuka. Semua ini menunjukkan bahwa *WO* Sumangeta tidak hanya fokus pada keberhasilan acara, tetapi juga pada pembelajaran berkelanjutan untuk peningkatan kualitas layanan di masa mendatang.

## **2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Pelaksanaan Pesta Pernikahan Oleh *Wedding Organizer* Sumangeta**

Kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan yang ditangani oleh *Wedding Organizer* (*WO*) Sumangeta di Kota Parepare tidak terlepas dari sejumlah faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Dari hasil wawancara dengan tim official, tim lapangan, hingga klien, ditemukan bahwa koordinasi tim, komunikasi,

<sup>57</sup> Risma Rais, Klien, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 9 Juni 2025

<sup>58</sup> Fadlinsyah, Klien, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 12 Juni 2025

pengalaman kerja, kemampuan menghadapi kendala, serta evaluasi pasca-acara merupakan faktor utama yang menentukan lancar atau tidaknya sebuah *Event* pernikahan.

a. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan (strength) merupakan elemen penting dalam analisis SWOT yang mencerminkan keunggulan internal suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan fungsinya secara efektif dan efisien. Dalam konteks manajemen *Event* yang dijalankan oleh *Wedding Organizer* (WO) Sumangeta, kekuatan dapat dilihat dari berbagai aspek seperti profesionalisme tim, kekompakan antaranggota, fleksibilitas dalam menghadapi kondisi lapangan, dan kepemimpinan yang kolaboratif. Selain itu, pengalaman kerja, pemahaman budaya lokal, serta penggunaan teknologi juga menjadi modal utama yang membuat WO Sumangeta mampu mengeksekusi berbagai jenis pesta pernikahan dengan hasil yang berkesan dan minim kendala. Sebagaimana disampaikan oleh Founder WO Sumangeta, A. Resky Hidayat Haddade, S.H, bahwa:

“Faktornya itu adalah bekerja sama antara keluarga dan WO. Intinya meeting dengan pembahasan dan kesepakatan yang telah disepakati adalah hal yang paling utama dalam mengonsepan dalam sebuah acara dalam antara WO dan klien, begitu pun klien dengan vendor. Maka faktor yang paling mendukung itu adalah kerja sama antara WO dan keluarga.”<sup>59</sup>

Kekuatan lain yang melekat pada WO Sumangeta adalah kedisiplinan, kreativitas, dan komunikasi intensif antar anggota tim yang didukung oleh pengalaman bertahun-tahun dalam menangani berbagai karakteristik klien. Kekuatan ini berperan sebagai fondasi yang memungkinkan setiap permasalahan teknis maupun perubahan mendadak dapat diantisipasi dan

---

<sup>59</sup> A. Resky Hidayat Haddade, S.H, Founder *Wedding Organizer* Sumangeta, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

diselesaikan dengan baik. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Fajriana selaku official *WO*:

“Wah, banyak. Tapi yang paling penentu itu SDM yang kompak, logistik yang terkontrol, dan ide-ide kreatif yang sesuai karakter klien. Jangan lupa juga: waktu! Kalau nda disiplin waktu, bisa bubar semua.”<sup>60</sup>

Kekuatan lainnya juga tercermin dalam cara *WO* Sumangeta memadukan unsur tradisional dan modern dalam konsep acara, serta bagaimana mereka menjadikan kepuasan klien sebagai ukuran utama keberhasilan. Profesionalisme yang ditunjukkan tidak hanya bersifat administratif, tetapi menyeluruh hingga ke aspek emosional dan budaya, sebagaimana dikatakan oleh Yuliana Ramli:

“Ide dan kreativitas paling utama di bagian saya. Tapi tetap, semua harus ditunjang sama tim yang solid, logistik yang lengkap, dan komunikasi yang jalan terus. Baru bisa keren hasilnya.”<sup>61</sup>

Tidak kalah penting adalah kekompakan tim lapangan, yang menjadi kekuatan tersembunyi tetapi sangat vital dalam pelaksanaan acara di hari H. Koordinasi yang terjalin kuat dengan tim official, serta kesiapan menghadapi kondisi darurat menjadi pembeda yang menjamin kelancaran pelaksanaan. Seperti dikemukakan oleh Ulfiyah, anggota tim lapangan *WO* Sumangeta:

“Pembagian tugas itu kunci sukses. Kalau semua orang tau kerjanya masing-masing, nda perlu tunggu-tungguan. Kerja jadi ringan, dan cepat selesai.”<sup>62</sup>

Begitu pula dengan pengakuan dari tim lapangan lainnya, seperti Muh. Fahrezya Latanro, yang menekankan pentingnya survei awal sebagai bentuk kekuatan perencanaan teknis:

“Yang paling menentukan itu cek lapangan dari awal. Janganmi datang pas hari H baru cari tahu colokan listrik di mana. Harus survei jauh-jauh hari.”

<sup>60</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>61</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>62</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

Dari paparan para informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama *WO Sumangeta* tidak hanya terletak pada struktur organisasi dan manajemen formal, tetapi juga pada semangat kekeluargaan, adaptabilitas, serta keterampilan interpersonal yang tinggi dari seluruh anggota tim. Kombinasi antara profesionalisme, komitmen, dan kreativitas menjadikan *WO Sumangeta* mampu mengelola setiap acara secara efektif dan efisien, serta menciptakan pengalaman yang berkesan bagi setiap klien.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan merupakan unsur dalam analisis *SWOT* yang mencerminkan keterbatasan atau hambatan internal yang dapat mengurangi efektivitas organisasi dalam mencapai tujuannya. Dalam konteks manajemen *Event*, kelemahan dapat muncul dari berbagai aspek seperti kurangnya perlengkapan pendukung, keterbatasan sumber daya manusia, belum optimalnya penggunaan sistem manajemen digital, ataupun tantangan komunikasi internal yang tidak konsisten. Meskipun *WO Sumangeta* telah memiliki struktur kerja yang rapi dan tim yang berpengalaman, beberapa informan secara jujur mengungkapkan beberapa kekurangan yang masih dihadapi di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa *WO Sumangeta* terus menjalankan proses perbaikan sebagai bentuk kesadaran terhadap pentingnya kualitas pelayanan yang berkelanjutan. Sebagaimana dikemukakan oleh Ulfyah, tim lapangan *WO Sumangeta*:

“Alat cukup ji, tapi kadang kekurangan kabel atau speaker monitor. Mudah-mudahan ada dana tambah perlengkapan.”<sup>63</sup>

Permasalahan keterbatasan logistik atau perlengkapan teknis seperti kabel, sound system cadangan, atau genset darurat merupakan tantangan yang cukup umum, terutama pada acara skala besar atau outdoor. Kekurangan tersebut berpotensi menghambat kelancaran teknis saat pelaksanaan acara. Tim lapangan seperti Aqsha bahkan menyarankan agar setiap tim membawa

---

<sup>63</sup>Ulfyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

checklist dan menyimpan perlengkapan di tempat terpusat agar tidak panik jika terjadi kendala:

“Saran saya, setiap acara bawa checklist biar semua update terus.”<sup>64</sup>

Selain itu, kelemahan juga muncul dari kurangnya sistem manajemen peralatan yang terstruktur, seperti SOP tertulis atau sistem inventaris. Tanpa adanya pendataan perlengkapan secara rapi, risiko kehilangan atau kerusakan alat meningkat. Hal ini ditegaskan pula oleh Muh. Fahrezya Latanro, yang menyatakan perlunya SOP sederhana untuk tim baru agar mereka cepat memahami alur kerja:

“Saranku, tambah personil backup, dan buat SOP sederhana biar semua tim baru juga bisa cepat ngerti alur kerja.”

Dari sisi komunikasi internal, meskipun sudah dilakukan secara rutin, ada kalanya briefing bersifat dadakan dan tidak semua personel mendapatkan informasi secara utuh. Hal ini dapat menimbulkan miskomunikasi yang berdampak pada pelaksanaan teknis. Ulfiyah juga menyebutkan bahwa evaluasi sebaiknya tidak hanya dilakukan lewat grup WhatsApp, tetapi juga secara tatap muka agar informasi lebih jelas dan menyeluruh:

“Briefing biasanya dadakan pagi-pagi, tapi tetap jalan. Evaluasi kita biasa lewat grup WA, tapi bagus juga kalau bisa tatap muka.”<sup>65</sup>

Selain faktor perlengkapan dan komunikasi, kelemahan juga bisa muncul dari sisi ketergantungan terhadap faktor eksternal seperti vendor atau permintaan klien yang mendadak. Meskipun tim Sumangeta mampu mengatasinya secara reaktif, minimnya ruang persiapan cadangan atau dokumentasi SOP dalam menanggapi situasi darurat dapat menjadi celah dalam sistem manajemen acara.

Dari berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *WO Sumangeta* memiliki kelemahan yang wajar terjadi dalam praktik penyelenggaraan *Event*. Namun, kesadaran tim terhadap kelemahan tersebut

<sup>64</sup> Aqsha, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>65</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

serta semangat untuk terus melakukan perbaikan menunjukkan bahwa manajemen *WO Sumangeta* bersifat reflektif dan adaptif. Hal ini merupakan modal penting dalam menciptakan penyelenggaraan acara yang semakin profesional ke depannya.

c. *Opportunities* (Peluang)

Peluang dalam analisis *SWOT* merujuk pada faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk memperluas jangkauan, meningkatkan kinerja, dan mengembangkan layanan. Dalam konteks penyelenggaraan acara pernikahan oleh *Wedding Organizer Sumangeta*, peluang tersebut mencakup tren sosial budaya, perkembangan teknologi digital, peningkatan permintaan jasa pernikahan profesional, serta kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan berbasis lokal yang fleksibel dan komunikatif. Dengan memahami dinamika ini, *WO Sumangeta* mampu menyesuaikan strategi branding, memperluas segmentasi pasar, dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan. Salah satu bentuk peluang terbesar yang diakui oleh A. Resky Hidayat Haddade, S.H selaku founder *WO Sumangeta*, adalah kekuatan promosi berbasis pengalaman klien (*WOrd of mouth*):

“Instagram dan kemungkinan kita memakai platform sosial media dll. seperti Facebook dan TikTok semua kita ada, tapi yang paling utama itu kita promosi mulut ke mulut sama tentunya kualitas yang kita berikan ke klien, jadi itu bakal menjadi penilaian tersendiri terhadap orang-orang.”<sup>66</sup>

Kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pelayanan menjadi modal sosial yang sangat berharga, apalagi ketika rekomendasi berasal dari klien yang merasa puas. Di tengah persaingan industri *Event organizer*, testimoni positif dan pengalaman emosional yang menyenangkan akan menciptakan efek viral yang lebih kuat dibandingkan promosi berbayar. Hal ini memperlihatkan

---

<sup>66</sup> A. Resky Hidayat Haddade, S.H, Founder *Wedding Organizer Sumangeta*, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

bagaimana *WO Sumangeta* memanfaatkan peluang dari segmen emosional pelanggan.

Peluang lainnya berasal dari kecenderungan masyarakat saat ini yang semakin terbuka terhadap perpaduan konsep tradisional dan modern. *WO Sumangeta* melihat hal ini sebagai kesempatan untuk mengembangkan kreativitas dan memperkaya konsep acara. Seperti disampaikan oleh Yuliana Ramli selaku official *WO*:

“Di Sulsel ini, budaya itu sakral. Tapi kita biasa kombinasikan sama elemen modern. Misalnya pelaminan adat tapi lighting dan musiknya kekinian. Jadi, tetap keren dan tetap lokal.”<sup>67</sup>

Tidak hanya dalam hal budaya, peluang juga datang dari kemajuan teknologi digital. Penggunaan aplikasi manajemen acara, media sosial sebagai galeri portofolio, serta komunikasi digital yang cepat dan efisien menjadi daya dorong signifikan dalam perluasan pasar dan peningkatan kualitas pelayanan. Fajriana menegaskan bahwa teknologi kini menjadi alat bantu utama dalam perencanaan dan promosi:

“Sekarang teknologi itu teman dekatmi. Kita biasa pake aplikasi buat jadwal, checklist, terus media sosial bantu branding dan cari referensi. Klien juga biasa request konsep dari Instagram.”<sup>68</sup>

Peluang pengembangan juga terlihat dari tingginya permintaan pasar akan layanan *WO* yang mampu memberikan pengalaman personal dan kekeluargaan. *Sumangeta* menjadikan pendekatan humanis sebagai nilai jual utama mereka, seperti yang diungkapkan Yuliana:

“Kami itu beda karena kami kerja pake hati. Kami bukan cuma pengatur acara, tapi pengurus kebahagiaan.”<sup>69</sup>

Dengan memanfaatkan tren digitalisasi, mengoptimalkan budaya lokal, serta menjadikan kepuasan emosional klien sebagai aset promosi, *WO Sumangeta* berada pada posisi yang sangat potensial untuk memperluas

<sup>67</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>68</sup> Fajriana, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>69</sup> Yuliana Ramli, Tim Official, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025



jaringan pasar, baik secara geografis maupun demografis. Keunggulan mereka dalam menghadirkan nuansa kekeluargaan dalam profesionalisme adalah kekuatan unik yang menjadikan peluang eksternal dapat diolah menjadi pertumbuhan internal yang signifikan.

d. *Threats* (ancaman)

Ancaman (*threats*) dalam analisis SWOT merujuk pada faktor-faktor eksternal yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi atau bahkan merusak stabilitas dan kredibilitas layanan. Dalam dunia manajemen *Event*, terutama pada sektor jasa *Wedding Organizer*, ancaman bisa berasal dari ketidakpastian kondisi cuaca, dinamika klien yang tidak terduga, perubahan budaya, pesaing yang agresif, hingga keterbatasan fasilitas dan dukungan teknis di lokasi acara. *WO Sumangeta* sebagai penyelenggara jasa pernikahan yang telah menangani berbagai kondisi, tidak luput dari paparan ancaman tersebut. Namun, kesiapan tim dalam menghadapi potensi risiko menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan mereka dalam mempertahankan kualitas pelayanan. Sebagaimana dijelaskan oleh A. Resky Hidayat Haddade, S.H:

“Perubahan mendadak itu kita selalu siap selama itu tidak di luar kendalinya kita. Adapun mungkin dari perubahan kondisioner pada saat itu kan paling keterlambatan atau segala macam, paling kita atasi. Sebelumnya kita sudah pikirkan kemungkinan terpuruk apa-apa saja yang akan terjadi ketika kita mengadakan acara.”<sup>70</sup>

Perubahan mendadak dari pihak klien atau keluarga, seperti revisi konsep, lokasi, maupun waktu pelaksanaan, menjadi salah satu tantangan yang paling sering dihadapi. Ketidakkonsistenan ini dapat mengganggu struktur kerja yang sudah disusun secara rinci. Tim lapangan seperti Ulfiyah menyebutkan bahwa komunikasi yang tidak merata terkait perubahan informasi dapat menimbulkan kepanikan dan kebingungan saat hari pelaksanaan:

---

<sup>70</sup> A. Resky Hidayat Haddade, S.H, Founder *Wedding Organizer Sumangeta*, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025



“Kalau dari awal kita sudah tau rundown, spot acara, dan posisi orang, insyaAllah lancar ji. Janganmi suka ubah-ubah mendadak terus nda dikasi tau tim, itu bisa bikin panik mi.”<sup>71</sup>

Selain dinamika klien, faktor cuaca juga merupakan ancaman yang tak dapat diprediksi, terutama pada pelaksanaan acara di ruang terbuka. Hujan deras, angin kencang, atau pemadaman listrik dapat menyebabkan gangguan besar dalam pelaksanaan teknis. Dalam hal ini, kesiapan plan B menjadi sangat penting. Aqsha menegaskan bahwa tantangan umum yang sering terjadi di lapangan adalah kedatangan tamu yang terlalu cepat atau perubahan layout mendadak:

“Tantangan paling sering itu tamu datang sebelum waktu. Jadi kita harus kerja dua kali lipat, siap lebih awal.”<sup>72</sup>

Ancaman lainnya datang dari faktor sumber daya, seperti keterbatasan peralatan, kurangnya tenaga cadangan, atau logistik yang tidak sesuai. Hal ini memerlukan sistem pengelolaan perlengkapan yang baik serta perencanaan logistik yang matang. Muh. Fahrezya Latanro menekankan pentingnya survei dan komunikasi intensif untuk menghindari risiko tersebut:

“Tantangan paling sering itu perubahan mendadak dari pihak keluarga. Tapi kita biasanya tenang ji, kasih senyum dulu, terus cari solusi.”

Tidak kalah penting, perbedaan generasi dan persepsi budaya antara klien dan keluarga juga bisa menjadi ancaman tersendiri. Sebagaimana dijelaskan oleh A. Resky Hidayat Haddade, terkadang *WO* menjadi penengah antara klien muda yang ingin konsep modern dan orang tua yang mempertahankan adat secara ketat:

“Terkadang yang menjadi hambatan itu justru klien kita sendiri ini antara orang tuanya, karena orang tuanya mungkin budaya lokalnya masih kental sedangkan klien tidak. Terkadang kita sebagai *WO* menjadi penengah antara ibu dan anaknya.”<sup>73</sup>

<sup>71</sup> Ulfiyah, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>72</sup> Aqsha, Tim Lapangan, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

<sup>73</sup> A. Resky Hidayat Haddade, S.H, Founder *Wedding Organizer* Sumangeta, wawancara, di Kota Parepare, tanggal 3 Juni 2025

Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa *WO Sumangeta* berhadapan dengan berbagai ancaman yang berasal dari luar kontrol mereka, baik itu terkait cuaca, karakter klien, atau dinamika sosial budaya. Namun, kemampuan tim dalam merespons cepat, menjaga komunikasi terbuka, serta menyiapkan strategi cadangan menjadi kekuatan mitigatif yang efektif. Kesigapan menghadapi ancaman ini menjadi indikator bahwa *WO Sumangeta* memiliki sistem kerja yang adaptif, profesional, dan mampu menjamin efektivitas dan efisiensi dalam penyelenggaraan pesta pernikahan.

## **B. Pembahasan**

### **1. Bentuk Penerapan Manajemen *Event* dalam Penyelenggaraan Pesta Pernikahan oleh *Wedding Organizer Sumangeta Kota Parepare***

Manajemen *Event* sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian,

#### **a. *Research* (Riset)**

Riset merupakan fondasi utama dalam manajemen *Event* sebagaimana dijelaskan oleh Joe Goldblatt, yaitu sebagai proses awal untuk mengumpulkan informasi, memahami kebutuhan klien, dan menganalisis kondisi yang relevan sebelum merancang acara. Dalam praktik *WO Sumangeta*, tahap riset dilakukan dengan pendekatan konsultatif dan observasional, menciptakan interaksi awal yang tidak kaku namun tetap terarah, sesuai dengan kebutuhan dan harapan klien. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memahami bahwa keberhasilan acara pernikahan sangat bergantung pada akurasi informasi di tahap awal.

Pendekatan *WO Sumangeta* yang melibatkan diskusi informal, pengamatan mood klien, dan eksplorasi preferensi menunjukkan pemahaman mendalam atas aspek psikologis dan personal dari calon pengantin. Hal ini sesuai dengan pernyataan dalam teori Goldblatt bahwa riset harus mencakup gaya hidup klien, adat, budaya, tren, serta sumber

daya yang tersedia, guna memastikan bahwa desain acara nantinya benar-benar selaras dengan karakteristik audiens sasaran.

Tim *WO* juga melakukan riset teknis seperti pengecekan lokasi, jalur logistik, hingga potensi hambatan fisik. Pendekatan ini membuktikan bahwa riset bukan hanya bersifat konseptual, tetapi juga praktis. Dengan memahami medan kerja lebih awal, *WO* Sumangeta mampu mereduksi potensi gangguan teknis dan memaksimalkan efektivitas pelaksanaan acara.

Berdasarkan kerangka berpikir Goldblatt, *WO* Sumangeta telah menjalankan fungsi riset secara menyeluruh, mencakup dimensi klien (psikologis dan preferensi), konteks teknis (lokasi dan logistik), serta dinamika vendor. Pendekatan holistik ini memperkuat posisi mereka bukan hanya sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai konsultan acara yang memiliki kapasitas riset berbasis kebutuhan klien dan konteks nyata.

b. *Design* (Perancangan)

Tahap perancangan dalam manajemen *Event* merupakan proses penerjemahan hasil riset menjadi desain konkret yang dapat diwujudkan dalam pelaksanaan acara. Menurut Goldblatt desain tidak hanya mencakup pemilihan dekorasi atau tema, melainkan juga perencanaan alur acara, atmosfer, dan simbolisme yang relevan dengan identitas klien. Dalam konteks *WO* Sumangeta, proses ini tampak dari adanya kolaborasi aktif antara klien dan tim untuk menentukan tema, warna, dan skema visual acara yang akan digelar.

Salah satu kekuatan *WO* Sumangeta adalah kemampuannya menerjemahkan keinginan klien ke dalam bentuk konsep yang operasional. Dengan memberikan berbagai opsi dan menyesuaikan desain dengan mood atau karakter klien, mereka menjalankan fungsi desain bukan sekadar artistik, tetapi juga psikologis dan komunikatif. Hal ini selaras dengan pandangan Goldblatt bahwa desain adalah bentuk komunikasi strategis yang menghubungkan klien dengan audiens.

Peran penting juga dimainkan oleh tim lapangan dalam menurunkan konsep ke bentuk teknis. Desain yang sudah disepakati dikaji ulang di lapangan agar sesuai dengan realitas ruang dan infrastruktur. Langkah ini menunjukkan bahwa desain yang ideal di atas kertas tetap perlu fleksibilitas dalam implementasi. Goldblatt menekankan pentingnya desain yang adaptif terhadap kondisi lingkungan aktual, dan hal ini direpresentasikan dalam praktik *WO Sumaneta*.

Secara keseluruhan, proses perancangan *WO Sumaneta* menekankan keterlibatan semua elemen (klien, tim official, tim lapangan), yang menegaskan bahwa desain acara bukan tugas satu arah, tetapi hasil sinergi kreatif dan teknis. Dengan demikian, pendekatan mereka menunjukkan bahwa desain bukan hanya alat estetika, tetapi medium strategis untuk membangun pengalaman bermakna bagi klien dan tamu.

c. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan dalam manajemen *Event* merupakan inti dari keseluruhan proses karena seluruh strategi, desain, dan informasi yang telah dikumpulkan dijabarkan secara teknis dan sistematis. Dalam teori Goldblatt tahap ini mencakup penyusunan anggaran, pembagian tugas, pengaturan kontrak vendor, logistik, dan timeline acara. *WO Sumaneta* menerapkan prinsip ini melalui pembagian kerja tim yang terstruktur, penyusunan rundown, dan pembuatan dokumen kerja sama dengan klien seperti MoU.

*WO Sumaneta* menggunakan alat bantu digital seperti Google Sheet sebagai media kolaboratif untuk menyusun timeline. Ini menunjukkan pemanfaatan teknologi dalam memperkuat transparansi dan keterlacakan kerja antaranggota tim. Selain itu, tahapan dari H-30 hingga H+1 menunjukkan bahwa perencanaan mereka bersifat makro dan mikro, tidak hanya terfokus pada hari H.

Pembagian tugas dalam tim juga telah memenuhi kaidah manajemen *Event* yang baik. Dengan sistem jobdesk yang jelas dan budaya

saling backup dalam situasi darurat, *WO Sumaneta* menunjukkan pemahaman bahwa fleksibilitas adalah bagian penting dari perencanaan. Hal ini sesuai dengan prinsip Goldblatt bahwa perencanaan bukan hanya tentang penyusunan dokumen, tetapi juga kesiapsiagaan menghadapi perubahan.

Praktik briefing H-1 sebagai penajaman akhir peran tim juga menjadi bukti bahwa *WO Sumaneta* tidak mengandalkan spontanitas pada hari pelaksanaan. Semua peran, risiko, dan rencana B telah disusun sebelumnya. Ini membuktikan bahwa perencanaan mereka bersifat antisipatif, sistemik, dan berbasis pengalaman lapangan yang telah terstruktur.

#### d. Coordination (Koordinasi)

Koordinasi adalah fase pelaksanaan dari rencana yang telah disusun dan menjadi ujian nyata atas soliditas manajemen *Event*. Joe Goldblatt menekankan bahwa pada fase ini, kemampuan komunikasi, negosiasi, dan kepemimpinan menjadi krusial karena seluruh komponen acara mulai dijalankan secara serentak. *WO Sumaneta* menunjukkan kapasitas koordinatif yang kuat dengan mengatur hubungan antara tim internal, klien, dan vendor secara sinkron.

Penerapan *briefing* bersama vendor dan penggunaan media komunikasi seperti grup WhatsApp serta HT di lapangan menunjukkan bahwa koordinasi dilakukan secara teknis dan strategis. Ini memperkuat argumen Goldblatt bahwa koordinasi yang baik harus mencakup sistem komunikasi *real-time* dan antisipasi teknis. Ketika kondisi di lapangan tidak memungkinkan koordinasi verbal, sistem sinyal atau pemetaan peran sebelumnya menjadi kunci untuk menghindari kebingungan.

Salah satu keunggulan koordinasi *WO Sumaneta* adalah hubungan yang harmonis dengan vendor. Ketika seluruh pihak merasa terhubung dan saling memahami peran, maka ketertiban kerja akan tercipta. Dalam hal ini,

koordinasi bukan hanya instruksi satu arah, tetapi bentuk kerja sama sosial yang memperlancar pelaksanaan acara. Hal ini sangat sesuai dengan pandangan Goldblatt bahwa *Event* management merupakan kerja lintas fungsi yang menuntut kolaborasi, bukan sekadar delegasi.

Dalam konteks *WO Sumangeta*, koordinasi juga berfungsi sebagai pengendali suasana dan emosi, terutama bagi klien. Ketika pelaksanaan acara berjalan rapi, klien pun merasa tenang dan percaya. Ini menunjukkan bahwa koordinasi bukan hanya menjamin teknis acara, tetapi juga menciptakan persepsi profesionalisme yang menjadi nilai tambah dalam layanan manajemen *Event*.

e. *Evaluation* (Evaluasi)

Evaluasi dalam manajemen *Event* merupakan proses penilaian menyeluruh terhadap pelaksanaan acara untuk mengetahui sejauh mana tujuan acara tercapai dan aspek mana yang perlu ditingkatkan. Menurut Joe Goldblatt evaluasi melibatkan refleksi terhadap efisiensi, efektivitas, dan kualitas pengalaman dari perspektif klien, peserta, dan tim internal. *WO Sumangeta* menjalankan fungsi ini dengan melibatkan evaluasi internal maupun eksternal secara aktif dan reflektif.

Secara internal, *WO Sumangeta* melakukan diskusi pascaacara untuk mengevaluasi proses kerja, mengidentifikasi kendala, dan mencatat perbaikan untuk acara selanjutnya. Praktik ini mencerminkan penerapan prinsip continuous improvement, sebagaimana dianjurkan dalam teori manajemen *Event*. Evaluasi dilakukan tidak hanya dalam bentuk laporan teknis, tetapi juga melalui dialog tim yang bersifat informal, menjadikan suasana evaluatif lebih terbuka dan partisipatif.

Di sisi eksternal, *WO Sumangeta* secara langsung meminta *feedback* dari klien, baik secara lisan maupun dalam bentuk testimoni tertulis. Proses ini tidak hanya membantu tim memahami persepsi klien, tetapi juga berperan sebagai strategi public relation dan promosi. Hal ini sesuai dengan

prinsip Goldblatt bahwa evaluasi bukan hanya alat kontrol, tetapi juga media komunikasi yang memperkuat reputasi organisasi.

Evaluasi juga menunjukkan sikap tanggung jawab profesional *WO* Sumangeta. Dengan membuka ruang refleksi, baik dari sisi klien maupun tim internal, mereka menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan transparansi layanan. Evaluasi bukan dianggap sebagai koreksi atas kesalahan, melainkan sebagai peluang untuk tumbuh dan memperbaiki sistem kerja secara berkelanjutan.

## 2. Faktor Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer* Sumangeta

Kesuksesan pelaksanaan sebuah acara, termasuk pesta pernikahan, sangat bergantung pada penerapan manajemen *Event* yang terstruktur dan efektif. Dalam konteks *Wedding Organizer (WO)* Sumangeta di Kota Parepare, berbagai faktor internal dan eksternal saling berperan dalam menentukan keberhasilan sebuah *Event*. Hal ini sejalan dengan pendapat Goldblatt (2005) yang menyatakan bahwa manajemen *Event* adalah proses merancang dan memproduksi acara untuk memenuhi kebutuhan audiens sekaligus mencapai tujuan pemangku kepentingan. Konsep ini tidak hanya menekankan pelaksanaan teknis, tetapi juga perencanaan strategis yang melibatkan komunikasi, kreativitas, koordinasi, dan evaluasi.

### a. *Strength* (Kekuatan)

Dalam kerangka manajemen *Event*, kekuatan merupakan potensi internal yang dapat dimaksimalkan oleh penyelenggara untuk menjamin keberhasilan pelaksanaan acara. Menurut Rangkuti kekuatan mencakup tim kerja yang solid dan berpengalaman, jaringan vendor yang luas, portofolio acara yang kuat, serta kemampuan berinovasi dalam konsep acara. *WO* Sumangeta memperlihatkan penerapan nyata dari kekuatan tersebut melalui



kekompakan tim, komunikasi yang efektif, serta keterampilan menyesuaikan diri dengan berbagai karakter klien.

Keunggulan Sumangeta tidak hanya berasal dari struktur organisasi yang rapi, tetapi juga dari nilai-nilai emosional seperti pendekatan kekeluargaan dan profesionalisme yang hangat. Pendekatan ini selaras dengan konsep *Event management* yang memerlukan semua elemen tim bekerja dengan visi yang sama untuk menghasilkan kegiatan sesuai harapan. Oleh karena itu, kekuatan tim Sumangeta bukan hanya pada kompetensi teknis, tetapi juga terletak pada kepekaan sosial yang tinggi.

Kemampuan adaptasi mereka terhadap kebutuhan klien yang beragam juga menjadi indikator kekuatan internal. Dalam praktiknya, mereka mampu mengelola ekspektasi klien perfeksionis sekaligus tetap fleksibel terhadap permintaan spontan, tanpa kehilangan arah kerja tim. Ini menunjukkan bahwa *WO* Sumangeta telah memaksimalkan potensi internal sebagai modal utama dalam mencapai efektivitas dan efisiensi kerja.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal yang dapat menghambat keberhasilan *Event*. Rangkuti mengidentifikasikan beberapa kelemahan umum seperti kurangnya SDM terlatih, keterbatasan anggaran, manajemen waktu yang kurang baik, dan minimnya promosi atau branding. Dalam konteks *WO* Sumangeta, beberapa kelemahan yang muncul dari hasil wawancara adalah kurangnya perlengkapan teknis pendukung seperti kabel cadangan, speaker monitor, atau alat back-up lainnya.

Sistem dokumentasi dan pengarsipan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang belum optimal dapat menyulitkan tim baru dalam menyesuaikan diri. Evaluasi dan briefing yang seringkali dilakukan secara informal melalui media sosial, tanpa pendalaman analisis bersama, juga bisa menghambat pengambilan keputusan strategis di masa depan. Padahal,



pengawasan dan manajemen yang sistematis merupakan bagian dari praktik *Event* management profesional yang terstruktur dan efisien.

Kelemahan ini menunjukkan bahwa meskipun Sumangeta unggul dalam koordinasi teknis dan eksekusi lapangan, pembenahan di aspek struktural dan dokumentasi internal tetap diperlukan agar sistem kerja menjadi lebih tahan terhadap tekanan kerja tinggi dan regenerasi tim di masa mendatang.

c. *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal yang mendukung keberhasilan *Event*. Tinjauan teori menyebutkan bahwa peluang dalam manajemen *Event* dapat berupa tren pernikahan yang berkembang, teknologi digital, meningkatnya permintaan masyarakat terhadap jasa *WO*, serta potensi kerja sama dengan vendor dan sponsor. *WO* Sumangeta telah memanfaatkan peluang ini melalui branding di media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta penggunaan aplikasi internal untuk penjadwalan dan pengarsipan pekerjaan.

Kecenderungan masyarakat Sulawesi Selatan yang masih menjunjung adat istiadat namun ingin tampil modern memberikan ruang inovasi dalam desain konsep acara. Sumangeta mampu mengombinasikan elemen adat seperti pelaminan tradisional dengan pencahayaan dan musik modern. Inovasi ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kemampuan berinovasi dalam konsep acara menjadi kekuatan sekaligus peluang dalam menarik pasar.

Di sisi lain, meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk menggunakan jasa *WO* sebagai solusi atas keterbatasan waktu dan tenaga juga memperluas potensi pasar Sumangeta. Sebagaimana dijelaskan dalam teori, salah satu manfaat utama menggunakan *WO* adalah menghemat waktu, tenaga, dan memberikan ketenangan bagi klien. Sumangeta telah

menjadikan hal tersebut sebagai pendekatan layanan yang berpusat pada kenyamanan dan kepuasan klien.

d. *Threats* (Ancaman)

Ancaman dalam manajemen *Event* mencakup risiko eksternal yang dapat mengganggu kelancaran pelaksanaan acara. Rangkuti menjelaskan bahwa ancaman umum dalam penyelenggaraan *Event* antara lain adalah persaingan antar *WO*, perubahan cuaca, lonjakan harga vendor, serta permintaan mendadak dari klien. Dalam praktiknya, *WO* Sumangeta menghadapi hampir seluruh bentuk ancaman tersebut.

Salah satu tantangan utama adalah perubahan mendadak dari klien, terutama pada hari pelaksanaan. Hal ini membutuhkan sistem koordinasi yang sangat fleksibel dan kemampuan komunikasi lintas tim yang efisien. Selain itu, ancaman cuaca juga sangat signifikan pada *Event* yang diselenggarakan secara outdoor. Sesuai dengan tinjauan teori, perubahan cuaca pada *Event* luar ruang harus diantisipasi dengan strategi mitigasi risiko sejak awal.

Meskipun Sumangeta telah memiliki pengalaman menghadapi kondisi darurat, ketiadaan sistem logistik cadangan yang lengkap dan ketergantungan pada vendor eksternal tetap menjadi faktor risiko. Oleh karena itu, ancaman ini mendorong pentingnya peningkatan sistem pengendalian risiko serta pembentukan tim mitigasi khusus yang mampu merespons cepat dinamika lapangan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Manajemen *Event* Pada *Wedding Organizer* Sumangeta Kota Parepare maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyelenggaraan pesta pernikahan oleh Wedding Organizer Sumangeta di Kota Parepare menunjukkan pelaksanaan manajemen acara yang tertata rapi di setiap tahap. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, tim WO memulai proses dengan menggali kebutuhan dan keinginan klien secara langsung melalui sesi konsultasi personal. Dalam tahap persiapan, konsep acara dirancang bersama klien dan disesuaikan dengan kondisi lokasi serta anggaran yang tersedia. Penjadwalan kerja, pembagian tugas antar anggota tim, dan pengaturan perlengkapan dilakukan secara rinci untuk memastikan kelancaran acara. Saat pelaksanaan, koordinasi antara tim internal, vendor, dan pihak keluarga berlangsung kompak dan responsif, yang terlihat dari kelancaran jalannya acara meskipun sempat terjadi kendala teknis di lapangan. Setelah acara, WO Sumangeta melakukan evaluasi melalui diskusi tim dan pengumpulan masukan dari klien. Dari hasil dokumentasi dan tanggapan yang diperoleh, penyelenggaraan acara oleh WO Sumangeta dinilai memuaskan dan meninggalkan kesan positif bagi klien maupun tamu undangan.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan oleh Wedding Organizer Sumangeta Kota Parepare terlihat dari hasil pengamatan langsung di lapangan dan wawancara dengan tim serta klien. Keberhasilan acara didukung oleh kekompakan tim yang saling melengkapi, komunikasi yang berjalan lancar selama proses persiapan hingga pelaksanaan, serta kemampuan tim untuk menyesuaikan konsep acara sesuai dengan

permintaan klien. Namun, beberapa hambatan masih ditemukan, seperti keterbatasan alat pendukung dan belum optimalnya pencatatan serta dokumentasi internal. Di sisi lain, meningkatnya minat masyarakat terhadap jasa WO serta pemanfaatan media sosial untuk promosi menjadi peluang besar bagi pengembangan layanan. Tantangan eksternal seperti kondisi cuaca, perubahan mendadak dari klien, serta keterbatasan fasilitas tempat tetap menjadi kendala yang harus dihadapi. Meski demikian, tim WO Sumangeta mampu memberikan solusi cepat dan menjaga kualitas acara tetap berjalan dengan baik, sesuai harapan klien.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan dari hasil penelitian:

1. Bagi *Wedding Organizer* Sumangeta Kota Parepare disarankan agar WO Sumangeta terus meningkatkan sistem manajemen internal dengan menyusun Standard Operating Procedure (SOP) tertulis dan melakukan pendataan inventaris perlengkapan secara lebih sistematis. Selain itu, penguatan aspek logistik, pembentukan tim mitigasi risiko, serta peningkatan evaluasi pascaacara secara tatap muka juga perlu dilakukan guna menjamin efektivitas dan efisiensi pelaksanaan acara. Di samping itu, WO Sumangeta diharapkan terus mempertahankan pendekatan kekeluargaan dan komunikasi hangat yang selama ini menjadi ciri khas dan kekuatan utama dalam membangun kepercayaan serta kepuasan klien.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan studi dengan melakukan perbandingan antara beberapa *Wedding Organizer* di kota atau wilayah yang berbeda, agar diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai praktik manajemen *Event* dalam industri jasa pernikahan. Peneliti juga dapat mengeksplorasi lebih dalam penggunaan teknologi manajemen *Event*, pengaruh faktor budaya terhadap keberhasilan acara, atau efektivitas strategi

pemasaran digital dalam pengembangan usaha *Wedding Organizer* di era modern.



## DAFTAR PUSTAKA

*Al Qur'an Al-Karim*

- Arfa, M., Gunalan, S., Haryono, H., & Pamungkas, H. B. A. (2022). Penerapan Teori Joe Goldblatt pada Pameran Sense of Basokie Abdullah di Museum Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Rupa*, 7(2), 99-106.
- Cahyo, R., & Oktaviana, I. (2020). *Tantangan dalam Koordinasi Vendor pada Wedding Organizer*. *Jurnal Event Management*, 22(1),
- Dewanty, Devi Audina Putri, Leni Vitasari, and Andhika Wahyudiono. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Elsimil (Elektronik Siap Nikah Dan Hamil) di Kantor Kecamatan Giri Kabupaten Banyuwangi." *YUME: Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 127-134.
- Eddyono, F., & Ferdian, M. E. (2024). *Manajemen Event Olahraga: Perspektif dalam Penyelenggaraan Acara Skala Besar*. Jakad Media Publishing.
- F.Rangkuti, (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fadhila, L. dan Widodo, H., (2021). *Tren dan Inovasi dalam Wedding Organizer*. *Jurnal Kreativitas Event* , 17(4),
- Farentia, S. R., Sari, W. P., Soegiarto, A., Putriana, M., & Kholik, A. (2025). Strategi Manajemen Event Book Tour Seporsi Perjalanan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 10-10.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Event s*. ButterWOrth-Heinemann.
- Goldblatt, J. (2005). *Special Event s: Event Leadership for a New WOrld*. 4th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Goldblatt, Joe, 2010, *Special Event s* ,A New generation and the next frontier, Canada: published simultaneously.
- Goldblatt, Joe. 2013. *Special Event s*. New York: John Wiley and Sons
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif,Teori dan Praktik*(Jakarta: PT.Bumi Aksara),
- Khairunnisa, Citra Melati. "Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5, no. 1 (2022): 98-102.
- Lestari, Endah Rahayu. *Manajemen inovasi: Upaya meraih keunggulan kompetitif*. Universitas Brawijaya Press, 2019.
- Lestari, T. dan Yuliana, A., (2020). *Penggunaan Teknologi dalam Manajemen Event Pernikahan*. *Jurnal Teknologi Event* ,

- Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992)
- Moelong L, J, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006)
- Muhammad Kamal Zubair, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare, 2020).
- Muhibudin Wijaya Laksan dan Zaenal Mukarom, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015),
- Muttaqin, M. N. (2020). Resepsi Pernikahan (Antara Sakralitas Agama, Hukum, Dan Tuntutan Adat). *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 14(1), 13-26.
- Nirwantoro, Teguh. 2016. *Analisis Manajemen Event* Jakarta International Java Jazz 2015 Oleh Pt. Java Festival Production. Skripsi, Yogyakarta: Program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia
- Nugroho, A. (2019). *Event Management: Konsep dan Aplikasi dalam Penyelenggaraan Acara*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Oktaviani, Dellyana. (2014). *Memulai Usaha Event Organizer*, Mustika Pustaka Negeri
- Pramestyan, M. E. M. (2025). The Effect Of Customer Experience And Service Quality On Purchase Decision Of Event & Wedding Organizer Services (Study On Event & Wedding Organizer Seven Production). *Jrmsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 16(1), 98-113
- Setiawan, Zunan, Nurdiansyah Nurdiansyah, Kushariyadi Kushariyadi, and Mila Diana Sari. *Strategi Pemasaran: Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Sudirman dan Rugaya, *Efektifitas Pelaksanaan Kursus Calon Pengantin (Studi Pada Kantor Urusan Agama Makassar)* 2016.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 2008, (Bandung cv Alfabeta)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. XI; Bandung: Alfabeta, 2010),
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT.Rinaka Cipta, 2002),
- Sutrisna, D. (2022). *Pentingnya Rencana Cadangan dalam Manajemen Event Pernikahan*. *Jurnal Studi Manajemen*, 20(2)
- Titik Efnita, “Pengaruh Variasi Produk, Kualitas pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Organizer*”. *Jurnal AdBispreneur*, Vol. 2, No. 2 (2017)
- Ulkhag, M. Mujiya, and Monalisa Putri Br Barus. "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT.

- Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera." *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri* 1, no. 2 (2017): 61-67.
- Wibowo, S. F., & Atmanti, H. D. (2024). *Analisis Pengaruh Budget, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Pengguna Jasa Wedding Organizer Syariah Di Indonesia* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Yuliana, R. dan Wahyuni, E., (2020). *Peran Wedding Organizer dalam Menunjang Pelaksanaan Pernikahan di Era Modern. Jurnal Manajemen dan Bisnis*,





# LAMPIRAN



DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
NOMOR : B-2029/In.39/FUAD.03/PP.00.9/07/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

Menimbang

- a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
- b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.

Mengingat

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. ~~Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;~~
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Memperhatikan :

- a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 01 Juli 2024 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
- b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 2029 Tahun 2024, tanggal 01 Juli 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah;

MEMUTUSKAN

Menetapkan

- a. Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
- b. Menunjuk saudara: **Agung Sutrisno, M.M.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :  
Nama Mahasiswa : RITA PERNAMA SARI  
NIM : 2120203870230032  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul Penelitian : IMPLEMENTASI MANAJEMEN EVENT PADA WEDDING ORGANIZER SUMANGETA KOTA PAREPARE
- c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
- d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
- e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare  
Pada tanggal 01 Juli 2024  
Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.  
NIP 196412311992031045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

Nomor : B-1159/In.39/FUAD.03/PP.00.9/05/2025

26 Mei 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Walikota Parepare

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare  
di

KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: RITA PERNAME SARI
Tempat/Tgl. Lahir	: PINRANG, 10 Oktober 2003
NIM	: 2120203870230032
Fakultas / Program Studi	: Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Manajemen Dakwah
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: JLN. BANGAU BARU KEC. WATANG SAWITTO KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Walikota Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

MANAJEMEN EVENT PADA WEDDING ORGANIZER SUMANGETA KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 26 Mei 2025 sampai dengan tanggal 26 Juni 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.

NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



SRN IP0000495

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

*Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faxsimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id*

**REKOMENDASI PENELITIAN**

**Nomor : 495/IP/DPM-PTSP/5/2025**

- Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**MENGIZINKAN**

KEPADA  
 NAMA : **RITA PERNAMA SARI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**  
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **JL. BANGAU BARU, KAB. PINRANG**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **MANAJEMEN EVENT PADA WEDDING ORGANIZER SUMANGETA KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **27 Mei 2025 s.d 26 Juni 2025**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **27 Mei 2025**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 KOTA PAREPARE**



**Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM**  
 Pembina Tk. 1 (IV/b)  
 NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00



**SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI MELAKSANAKAN  
PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama** : A. Resky Hidayat Haddade, S.H  
**Jabatan** : Founder  
**Instansi** : Wedding Organizer Sumangeta  
**Alamat** : Jalan Amal Bakti

Dengan ini menyatakan bahwa:

**Nama** : Rita Pernama Sari  
**NIM** : 2120203870230032  
**Program Studi** : Manajemen Dakwah  
**Perguruan Tinggi** : Institut Agama Islam Negeri Parepare

Telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian di **Wedding Organizer Sumangeta** terhitung sejak bulan Mei-Juni 2025 Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

**“Manajemen Event Pada Wedding Organizer Sumangeta Kota Parepare”**

Kami menyatakan bahwa selama melaksanakan penelitian, yang bersangkutan telah menunjukkan sikap sopan, kooperatif, dan menjaga etika serta norma yang berlaku di lingkungan kami. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,  
Wedding Organizer Sumangeta

Parepare, 30 Juni 2025  
Founder WO Sumangeta



A. Resky Hidayat Haddade, S.H

Surat keterangan wawancara

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : A. Resty Hidayat Haddade S.H  
 Jabatan : ~~founder~~  
 Alamat : Jl. Amol Bata

Menerangkan Bahwa

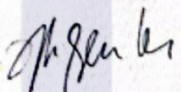
Nama : Rita Pernama Sari  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Nim : 2120203870230032

Benar Telah Mengadakan Wawancara Pada Hari, Selasa 03 Juni 2025

Dalam Rangka Menyusun Skripsi Yang Berjudul "*proposal Skripsi manajemen Event Pada Wedding organizer sumangeta Kota Pare-Pare*".

Dengan Surat Keterangan Wawancara Ini Dibuat Dan Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Pare-pare, 03 Juni 2025

  
 (..... A. Resty .....)

**PAREPARE**

**Surat keterangan wawancara**

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : FAJRIANA  
Jabatan : OFFICIAL  
Alamat : Jl. AMAL BAKTI

Menerangkan Bahwa


Nama : Rita Pernama Sari  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Nim : 2120203870230032

Benar Telah Mengadakan Wawancara Pada Hari, Selasa 03 Juni 2025

Dalam Rangka Menyusun Skripsi Yang Berjudul "*proposal Skripsi manajemen Event Pada Wedding organizer sumangeta Kota Pare-Pare*".

Dengan Surat Keterangan Wawancara Ini Dibuat Dan Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Pare-pare, 03 Juni 2025

  
(.....Fajriana.....)

**PAREPARE**

**Surat keterangan wawancara**

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Yuliana Ranti  
Jabatan : Official  
Alamat : Jl. Kebun Sayur

Menerangkan Bahwa


Nama : Rita Pernama Sari  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Nim : 2120203870230032

Benar Telah Mengadakan Wawancara Pada Hari, Selasa 03 Juni 2025

Dalam Rangka Menyusun Skripsi Yang Berjudul "*proposal Skripsi manajemen Event Pada Wedding organizer sumangeta Kota Pare-Pare*".

Dengan Surat Keterangan Wawancara Ini Dibuat Dan Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Pare-pare, 03 Juni 2025

  
(.....Yuliana Ranti.....)

**PAREPARE**



**Surat keterangan wawancara**

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Ulfayah  
Jabatan : Tim Lapangan  
Alamat : Jompie

Menerangkan Bahwa

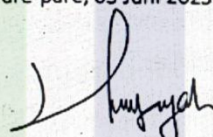
Nama : Rita Pernama Sari  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Nim : 2120203870230032

Benar Telah Mengadakan Wawancara Pada Hari, Selasa 03 Juni 2025

Dalam Rangka Menyusun Skripsi Yang Berjudul "*proposal Skripsi manajemen Event Pada Wedding organizer sumangeta Kota Pare-Pare*".

Dengan Surat Keterangan Wawancara Ini Dibuat Dan Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Pare-pare, 03 Juni 2025

  
(.....Ulfayah.....)

**Surat keterangan wawancara**

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Aasha  
Jabatan : Tim Lapangan  
Alamat : Jompie

Menerangkan Bahwa

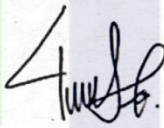
Nama : Rita Pernama Sari  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Nim : 2120203870230032

Benar Telah Mengadakan Wawancara Pada Hari, Selasa 03 Juni 2025

Dalam Rangka Menyusun Skripsi Yang Berjudul "*proposal Skripsi manajemen Event Pada Wedding organizer sumangeta Kota Pare-Pare*".

Dengan Surat Keterangan Wawancara Ini Dibuat Dan Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Pare-pare, 03 Juni 2025

  
(..... Aasha .....)

**Surat keterangan wawancara**

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Muh. Fahrezya Lailanvo  
Jabatan : Tim lapangan  
Alamat : A. Isa

Menerangkan Bahwa

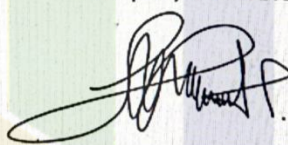
Nama : Rita Pernama Sari  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Nim : 2120203870230032

Benar Telah Mengadakan Wawancara Pada Hari, Selasa 03 Juni 2025

Dalam Rangka Menyusun Skripsi Yang Berjudul "*proposal Skripsi manajemen Event Pada Wedding organizer sumangeta Kota Pare-Pare*".

Dengan Surat Keterangan Wawancara Ini Dibuat Dan Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Pare-pare, 03 Juni 2025



(Muh. Fahrezya Lailanvo)



### Surat keterangan wawancara

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Risma rais  
Jabatan : Klien  
Alamat : Jl. Bangau baru

Menerangkan Bahwa

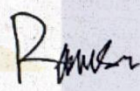
Nama : Rita Pernama Sari  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Nim : 2120203870230032

Benar Telah Mengadakan Wawancara Pada Hari, Selasa 24 Juni 2025

Dalam Rangka Menyusun Skripsi Yang Berjudul "*proposal Skripsi manajemen Event Pada Wedding organizer sumangeta Kota Pare-Pare*".

Dengan Surat Keterangan Wawancara Ini Dibuat Dan Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Pare-pare, 24 Juni 2025

  
(.....Risma rais.....)

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadlinsyah  
Alamat : Jl. Lasinrang  
Jabatan : Klien

Menerangkan bahwa

Nama : Rita Pernama Sari  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 2120203870230032

Benar telah mengadakan wawancara pada tanggal 9 Juni 2025  
Dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul "*Manajemen Event Pada Wedding Organizer Sumangeta Kota Parepare*"  
Dengan surat keterangan Wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 09 Juni 2025



(Fadlinsyah)

	<b>KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b> <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE</b> <b>FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH</b> Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	<b>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN</b> <b>SKRIPSI</b>

NAMA MAHASISWA : RITA PERNAMA SARI  
 NIM : 2120203870230032  
 FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
 JUDUL PENELITIAN : MANAJEMEN *EVENT* PADA *WEDDING ORGANIZER* SUMANGETA KOTA PAREPARE

---

### PEDOMAN WAWANCARA

#### A. Bentuk Penerapan *Management Event* Dalam Penyelenggaraan Pesta Pernikahan Oleh *Wedding Organizer* Sumangeta:

##### **Owner *Event Wedding Organizer***

1. Bisa perkenalkan diri anda dan jabatan anda di *Wedding Organizer* sumangeta?
2. Bisa jelaskan secara umum bagaimana bentuk penerapan manajemen *Event* yang dilakukan oleh *WO* Sumangeta dalam penyelenggara pesta pernikahan ?
3. Bisa jelaskan lebih rinci tahap perencanaan yang dilakukan?
4. Apa saja tahap-tahap utama dalam manajemen *Event* yang diterapkan?
5. Apa strategi yang digunakan dalam hal penetapan harga?

### **Tim Official *Event Wedding Organizer***

1. Bagaimana alur perencanaan acara pernikahan mulai dari konsultasi awal hingga finalisasi konsep?
2. Bagaimana proses pembagian tugas dalam tim official agar seluruh persiapan berjalan efisien?
3. Apa pendekatan yang digunakan untuk memahami keinginan dan kebutuhan klien dalam merancang pesta?
4. Bagaimana *WO Sumangeta* menyusun timeline kegiatan untuk memastikan semua berjalan sesuai rencana?
5. Apa peran evaluasi atau rapat tim dalam memastikan kelancaran pelaksanaan *Event* pernikahan?
6. Bagaimana *WO Sumangeta* mengelola anggaran klien agar sesuai dengan kebutuhan acara tanpa mengurangi kualitas layanan?
7. Apa strategi yang digunakan tim official dalam menghadapi risiko atau kendala mendadak selama hari pelaksanaan pernikahan?
8. Bagaimana koordinasi antara *WO Sumangeta* dengan vendor-vendor eksternal (seperti catering, dekorasi, fotografi) dilakukan agar harmonis dan tepat waktu?
9. Apa metode promosi atau pemasaran yang dilakukan *WO Sumangeta* untuk menarik dan mempertahankan klien?
10. Bagaimana *WO Sumangeta* memastikan kepuasan klien pasca acara dan apakah ada sistem umpan balik atau review yang diterapkan?

### **Tim Lapangan *Event Wedding Organizer***

1. Bagaimana cara tim lapangan menerjemahkan konsep dari tim official ke dalam pelaksanaan di lapangan?
2. Apa saja langkah awal yang dilakukan oleh tim lapangan saat tiba di lokasi pesta?

3. Bagaimana komunikasi dan koordinasi dilakukan antar anggota tim lapangan selama acara berlangsung?
4. Bagaimana cara tim menghadapi kondisi tidak terduga seperti perubahan layout atau cuaca buruk?
5. Apa saja SOP (Standar Operasional Prosedur) yang diterapkan dalam pemasangan dekorasi, lighting, dan sound system?
6. Bagaimana tim lapangan memastikan waktu pelaksanaan setiap rangkaian acara sesuai dengan rundown yang telah disusun?
7. Apa peran masing-masing anggota tim lapangan, dan bagaimana pembagian tugas tersebut dilakukan sebelum hari H acara?
8. Bagaimana tim lapangan melakukan evaluasi kerja setelah acara selesai?
9. Apa saja tantangan yang paling sering dihadapi tim lapangan di lapangan, dan bagaimana solusi yang biasanya diterapkan?
10. Bagaimana tim lapangan menjalin komunikasi dengan pihak ketiga seperti vendor katering, fotografer, atau MC saat pelaksanaan acara?

#### **Klien Event *Wedding Organizer***

1. Bagaimana Anda menilai proses perencanaan yang dilakukan oleh *WO Sumangeta* terhadap pesta pernikahan Anda?
2. Apakah Anda merasa dilibatkan secara aktif dalam pengambilan keputusan terkait konsep dan pelaksanaan acara?
3. Bagaimana kesan Anda terhadap kerjasama antara tim *WO* dengan vendor lainnya selama acara berlangsung?
4. Apakah jadwal acara pernikahan berjalan sesuai dengan yang direncanakan?
5. Menurut Anda, apakah pelaksanaan pesta mencerminkan manajemen yang profesional dan terorganisir? Mengapa?

#### **B. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan oleh *Wedding Organizer Sumangeta*:**



### **Owner Event Wedding Organizer**

1. Menurut Anda, apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan?
2. Media atau saluran apa saja yang digunakan untuk promosi? Apakah menggunakan media digital?
3. Banyak yang bilang kalau pesta pernikahan yang dikelola oleh Sumangeta selalu berjalan lancar dan berkesan. Apa saja sih faktor-faktor yang menurut Bapak/Ibu paling mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan pesta pernikahan?
4. Bagaimana dengan keterlibatan budaya lokal dalam pesta pernikahan? Faktor penghambat dan pendukung dalam pemasaran?
5. Tantangan terbesar biasanya adalah **perubahan keputusan mendadak dari klien** atau kendala teknis dari pihak luar. Tapi apa kesiapan *WO* Sumangeta dalam menghadapi tantangan tersebut?
6. Apa menurut Anda keunggulan Sumangeta dibanding *WO* lainnya?
7. Bagaimana dengan peran owner, operasional, tim lapangan, dan client dalam proses itu?

### **Tim Official Event Wedding Organizer**

1. Menurut Anda, indikator seperti apa yang digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu acara pernikahan yang ditangani oleh *WO* Sumangeta?
2. Apa saja elemen penting (seperti SDM, logistik, kreativitas, dll.) yang paling menentukan keberhasilan pelaksanaan pesta pernikahan?
3. Sejauh mana pengalaman tim berpengaruh terhadap keberhasilan dalam menangani klien dari latar belakang yang berbeda?
4. Apakah tren atau budaya lokal berpengaruh terhadap konsep dan keberhasilan acara yang dirancang oleh tim *WO* Sumangeta?
5. Bagaimana peran teknologi (misalnya aplikasi, media sosial, atau perangkat lunak manajemen *Event* ) dalam mendukung kesuksesan pelaksanaan acara?

6. Dalam pelaksanaan acara, aspek mana yang paling rawan menyebabkan kegagalan dan bagaimana biasanya hal tersebut dicegah?
7. Menurut tim, apakah karakter klien (misalnya terbuka, kolaboratif, atau perfeksionis) dapat memengaruhi keberhasilan acara yang dirancang?
8. Bagaimana kontribusi kerja sama tim internal memengaruhi kelancaran pelaksanaan dan hasil akhir acara?
9. Apakah faktor cuaca, lokasi, atau jumlah tamu sering menjadi tantangan yang berdampak pada keberhasilan acara?
10. Faktor apa yang menurut Anda paling membedakan *WO* Sumangeta dari *WO* lainnya dalam hal mencapai kesuksesan dalam setiap *Event* ?

#### **Tim Lapangan *Event* Wedding Organizer**

1. Menurut Anda, apa hal paling menentukan agar pelaksanaan acara di lapangan berjalan lancar tanpa hambatan?
2. Bagaimana kesiapan tim lapangan dalam menangani perubahan mendadak di hari H, seperti cuaca atau permintaan dadakan dari klien?
3. Apakah pembagian tugas yang jelas dan kerja sama antar anggota tim berpengaruh besar pada suksesnya pelaksanaan acara?
4. Bagaimana peran koordinasi dengan tim official dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan pesta pernikahan?
5. Apa pengalaman paling berkesan saat pelaksanaan pesta pernikahan yang membuat Anda merasa acara tersebut benar-benar sukses?
6. Bagaimana proses briefing dan evaluasi dilakukan sebelum dan sesudah acara berlangsung?
7. Apa tantangan paling sering dihadapi tim lapangan selama pelaksanaan acara, dan bagaimana cara mengatasinya?
8. Sejauh mana peran komunikasi dengan klien dan keluarga pengantin dalam kelancaran pelaksanaan di lapangan?

9. Apakah fasilitas atau perlengkapan yang disediakan memadai untuk mendukung kelancaran kerja tim lapangan?
10. Apa saran Anda untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi tim lapangan di acara berikutnya?



## DOKUMENTASI



Founder WO Sumangetta (Andi Reski Hidayat Hadadde (32 Tahun)



Tim Official Fajriana (21 Tahun)



Tim Official Yuliana (21 Tahun)



Tim Lapangan Ulfiyah (21 tahun)

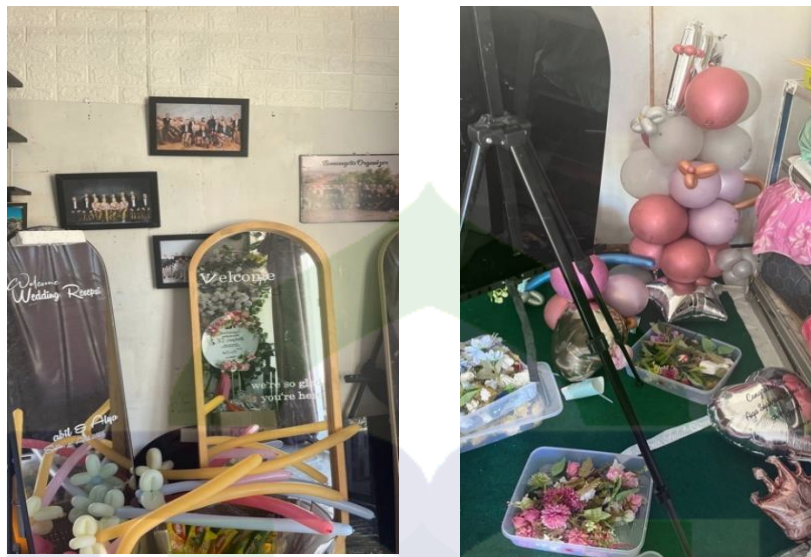


Tim Lapangan Dewi (21 Tahun)

PAREPARE



### Perlengkapan Kantor Wo Sumangetta



### Kantor dan Perlengkapan WO Sumangetta



Foto bersama Tim WO Sumangetta



# < SKRIPSI-RITA PERNAMA SARI.docx

## SKRIPSI-RITA PERNAMA SARI.docx

### ORIGINALITY REPORT

28%	25%	11%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpare.ac.id Internet Source	13%
2	Submitted to iainpare Student Paper	3%
3	journal.uny.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
6	repositori.uin-alaududin.ac.id Internet Source	1%
7	oriethewedding.com Internet Source	<1%
8	repository.umy.ac.id Internet Source	<1%
9	docplayer.info Internet Source	<1%
10	eprints2.undip.ac.id Internet Source	<1%
11	thesis.umy.ac.id Internet Source	<1%
12	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1%



### BIODATA PENULIS



Rita Pernama Sari, Lahir pada tanggal 10 Oktober 2003 Di Pinrang. Penulis merupakan anak ke (4) dari (4) bersaudara putri dari seorang ayah. Fatta dan ibu Intan. Penulis menetap di Pinrang, Jln. Bangau Baru, Kecamatan Wattang Sawitto, Kabupaten/Kota Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun riwayat hidup penulis yaitu penulis memulai pendidikannya di SDN 250 Pinrang dan lulus pada tahun 2015, penulis melanjutkan di SMPN 4 Pinrang dan lulus pada tahun 2018, kemudian melanjutkan pendidikannya di SMKN 1 Pinrang tahun lulus 2021. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan program S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil program studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Untuk memperoleh gelar Sarjana (S,Sos), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “*Manajemen Event Pada Wedding Organizer Sumangeta Kota Parepare*”.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada orang tua, keluarga, teman-teman yang telah membantu penulis baik dari segi material/non material.