

## BERKEMBANGNYA JASA *WEDDING PLANNER* SEBAGAI SALAH SATU PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KOTA BANDUNG

Artarina Dewi Asri Samoedra<sup>1)</sup>, Sakina Ichsani<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama, Bandung

<sup>2)</sup>Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama, Bandung

e-mail: artarina.dewi@widyatama.ac.id

### Abstrak

Pada awalnya kota Bandung sekitarnya secara tradisional merupakan kawasan pertanian, namun seiring dengan laju urbanisasi menjadikan lahan pertanian menjadi kawasan perumahan serta kemudian berkembang menjadi kawasan industri dan bisnis, sesuai dengan transformasi ekonomi kota umumnya. Pertumbuhan sektor jasa semakin berkembang karena besarnya peluang yang ada, terbuka sebuah celah pasar bagi usaha jasa, salah satunya adalah *wedding planner (WP)* dikarenakan adanya perubahan budaya dan gaya hidup serta kemampuan finansial. WP haruslah unik dan berbeda dengan WP yang lainnya, agar calon mempelai pengantin akan tertarik dan menggunakan jasa WP.

Dimana WP yang profesional bisa menggunakan jasa media periklanan melalui *words of mouth*, cetak maupun internet untuk menciptakan promosi yang bisa memperkenalkan WP tersebut beserta pelayanannya. Tidak hanya melalui promosi media kreatif periklanan tapi WP juga harus mempunyai kreatifitas tersendiri untuk menciptakan jenis pelayanan yang akan dipakai ataupun nantinya akan direkomendasikan kepada orang lain jika acara yang diadakan berjalan dengan sukses. Kreatifitas WP dituntut melalui kualitas pelayanannya, dimana calon mempelai pengantin menginginkan suatu kesempurnaan di hari bahagiannya.

Berkembangnya WP di kota Bandung yang saat ini terdaftar 22 WP, menjadikan aspek pengembangan ekonomi kreatif yang dicanangkan pemerintah bisa berjalan. Dimana ekonomi kreatif WP merupakan suatu industri jasa yang kreatif.

**Kata Kunci:** *wedding planner*, pengembangan peluang usaha, ekonomi kreatif.

### PENDAHULUAN

Pada awalnya kota Bandung sekitarnya secara tradisional merupakan kawasan pertanian, namun seiring dengan laju urbanisasi menjadikan lahan pertanian menjadi kawasan perumahan serta kemudian berkembang menjadi kawasan industri dan bisnis, sesuai dengan transformasi ekonomi kota umumnya. Sektor perdagangan dan jasa saat ini memainkan peranan penting akan pertumbuhan ekonomi kota ini disamping terus berkembangnya sektor industri. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Survei Sosial Ekonomi Daerah (Suseda) 2006, 35.92 % dari total angkatan kerja penduduk kota ini terserap pada sektor perdagangan, 28.16 % pada sektor jasa dan 15.92 % pada sektor industri. Sedangkan sektor pertanian hanya menyerap 0.82 %, sementara sisa 19.18 % pada sektor angkutan, bangunan, keuangan dan lainnya.

Menurut Badan Pusat Statistik perkembangan dan pembangunan suatu kota saling berkaitan dengan jumlah, struktur dan dinamika penduduknya, tingkat sosial ekonomi serta luas wilayahnya. Bandung sekarang dikenal sebagai kota metropolitan dengan jumlah penduduk 2.390.120 pada tahun 2008 dan pertumbuhan ekonomi mencapai 8,24 persen per tahun.

Pertumbuhan sektor jasa semakin berkembang karena besarnya peluang yang ada, terbuka sebuah celah pasar bagi usaha jasa, salah satunya adalah *wedding planner (WP)*

dikarenakan adanya perubahan budaya dan gaya hidup serta kemapanan finansial. Kehidupan kota yang kian sibuk, seringkali tidak menyisakan cukup banyak waktu untuk mempersiapkan pesta pernikahan secara matang. Banyak orang yang tidak mau repot-repot meminta bantuan kerabat dan lebih memilih menyewa jasa seorang WP. Selain itu pengetahuan calon pengantin tentang vendor-vendor yang tersedia membuat calon pengantin merasa kebingungan harus memulai perencanaan pernikahan mereka dari mana.

Pernikahan yang akan dijalani oleh para calon pengantin biasanya pengalaman pertama mereka. Mereka sebagian besar kurang mengetahui seluk beluk mengenai pernikahan, banyak hal yang harus diperhatikan oleh para calon pengantin. Namun, yang sering terjadi di Indonesia dalam mempersiapkan suatu acara pernikahan adalah pendeknya waktu yang hanya beberapa bulan saja. Padahal idealnya mempersiapkan suatu acara pernikahan membutuhkan waktu minimal 1 tahun sebelum acara pernikahan. Dalam mempersiapkan acara pernikahan pun ternyata dapat menjadi masalah baru antara keluarga terutama orang tua calon pengantin dengan calon pengantin itu sendiri, dikarenakan perbedaan pandangan dan keinginan tentang acara pernikahan. Dimana WP akan menjadi jembatan komunikasi antara keluarga dan calon pengantin.

Sekarang ini tingkat kesejahteraan dan gaya hidup sebagian masyarakat juga sudah meningkat dan lebih menyukai kepraktisan sehingga mereka tidak segan-segan untuk mengadakan perayaan pernikahan secara besar-besaran. Tentu saja perayaan pernikahan berskala besar akan membuat kewalahan jika diselenggarakan oleh para kerabat keluarga kedua mempelai karena mereka belum tentu memiliki pengalaman dalam hal tersebut. Saat ini WP sangat dibutuhkan. Kehadiran WP, menjadi pilihan hampir sebagian besar orang sibuk di perkotaan. Berkembangnya WP diperlukan kreatifitas yang tinggi untuk dapat menciptakan produk-produk/jasa inovatif. Berangkat dari poin inilah, ekonomi kreatif menemukan eksistensinya dan berkembang.

## **ISI DAN METODE**

Tulisan makalah ini merupakan tulisan ringkas mengenai pemikiran awal kearah WP sebagai pengembangan ekonomi kreatif, yang dimanfaatkan sebagai bahan diskusi pengembangan ekonomi kreatif dalam bingkai pengembangan ekonomi kreatif di kota Bandung. Penulisan makalah ini merupakan sebuah konsep pemikiran yang dikembangkan secara deskriptif berdasarkan diskusi yang telah berkembang, serta beberapa informasi dari studi literatur.

## **HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI**

### ***Wedding Planner (WP) dan Peluang Usaha***

Profesional WP banyak berasal dari Amerika, Inggris, dan Eropa Barat. Sedangkan di kota Bandung, WP ada mulai tahun 1990-an dan saat ini yang terdaftar sekitar 22 WP . Dimana dulu istilahnya bukan WP tapi merupakan bagian dari paket jasa yang ditawarkan dari suatu *vendor* pernikahan. Pengertian WP adalah seseorang yang bekerja secara profesional untuk membantu merencanakan, mendesain dan mengelolakan pernikahan yang akan diselenggarakan oleh para kliennya.

Jasa WP meliputi:

- Wawancara dengan calon pengantin dan orang tua calon pengantin untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan masing-masing pihak.
- Mempersiapkan anggaran total pernikahan
- Merencanakan rincian kegiatan mulai dari masa lamaran, hingga waktu sebelum pernikahan dan beberapa hari setelah acara pernikahan

- Daftar keluarga yang menjadi panitia (karena ada beberapa bagian yang tidak bisa diambil alih oleh wedding planner)
- Mengidentifikasi tempat dan waktu acara pernikahan yang paling ideal
- Mengidentifikasi dan bekerja sama dengan para vendor (katering, fotografer, videografer, kecantikan, toko bunga, roti dll), hingga persiapan dan pelaksanaan kontrak.
- Dekorasi yang disesuaikan dengan run-down acara
- Koordinasi antar panitia dan vendor ketika hari pernikahan
- Memiliki rencana cadangan jika terjadi hal yang tidak diinginkan (misalnya mati lampu, salah satu vendor terlambat)
- Membantu dan menyiapkan dokumentasi hukum apabila calon pengantin menginginkan surat pisah harta (*prenuptial agreement*)

Biaya WP yang biasanya diselenggarakan di beberapa negara dunia seperti Amerika dan Inggris biasanya memakan biaya 10-15% dari total biaya pernikahan, WP juga sangat dibutuhkan apabila masing-masing calon pengantin berasal dari daerah, suku dan budaya yang berbeda, terlebih lagi apabila masing-masing calon pengantin ini masih memegang teguh adat masing-masing. Disinilah peran WP, yaitu sebagai penengah antar budaya ini. WP juga berfungsi penting dalam menengahi keinginan calon pengantin dan orang tua calon pengantin, bahkan dengan keluarga besar calon pengantin. WP juga membantu calon pengantin untuk mengurus segala perijinan pernikahan yang akan menentukan keabsahan pernikahan dimata agama maupun dimata hukum. Perbedaannya dengan *Wedding Organizer* (WO) yaitu lebih bertugas pada hari pernikahannya saja dan memastikan acara berjalan dengan baik.

Perubahan budaya, hubungan individu dengan individu lain, gaya hidup serta kemampananm terjadi akibat pertumbuhan ekonomi. Hal inilah yang menajadi suatu peluang usaha di bidang jasa WP.

Dahulu untuk melaksanakan sebuah acara pernikahan, kita cukup meminta bantuan keluarga, kerabat dan tetangga kita. Mereka akan dengan senang hati membantu kita merencanakan hingga melaksanakan acara pernikahan, mereka akan membantu kita mulai dari memasak hingga memastikan acara pernikahan yang terjadi berjalan dengan lancar, jumlah tamu yang diundang pun tidak terlalu banyak, yaitu antara 100-200 undangan saja. Budaya dan kebiasaan ini sebenarnya masih dapat kita temui di kota-kota kecil atau pedesaan di Indonesia. Namun hal yang sangat kontras terlihat di masyarakat perkotaan, selain masyarakat perkotaan yang semakin individualis, jumlah tamu undangan yang diundang pun sangatlah besar, berkisar 500-5000 undangan. Jumlah yang sangat besar inilah yang menjadi salah satu peluang kebutuhan WP.

WP merupakan peluang usaha yang abadi karena selama manusia memimpikan hidup berpasang-pasangan, suatu acara pesta pernikahan akan selalu menjadi suatu kebutuhan. Saat itulah WP bertugas merencanakan dan mempersiapkan pesta pernikahan sesuai keinginan calon pengantin dan keluarga. Pernikahan adalah suatu acara yang suci dan sakral. Dimana setiap calon pengantin menginginkan suatu acara pernikahan yang berkesan tidak terlupakan dan berbeda dengan yang lainnya. Karena kesakralan dan ingin kesan yang berbeda ini pula yang menyebabkan setiap calon pengantin menginginkan pernikahan yang sempurna dan berjalan dengan lancar tanpa hambatan apapun.

Penjelasan diatas semakin menunjukkan betapa waktu, tenaga, dan biaya yang diperlukan untuk mempersiapkan acara pernikahan. Melihat hal itu, WP diperlukan untuk merencanakan dan mempersiapkan semuanya.

Beberapa langkah yang harus dilakukan seseorang jika memilih profesi sebagai WP, yaitu:

1. Mempelajari apa itu pernikahan dan hal apa yang harus direncanakan dan dipersiapkan dalam penyelenggaraan pernikahan. Cara mudah untuk mempelajarinya bisa dengan mengunjungi pameran pernikahan, membaca buku dan referensi, dan dapat pula bertanya kepada para pengantin baru mengenai pengalaman mereka menyelenggarakan pernikahan.
2. Memiliki jiwa kepemimpinan untuk mengorganisasikan berbagai pihak disaat bersamaan.
3. Menjalani komunikasi dan kerja sama dengan para *vendor* yang berhubungan dengan acara pernikahan.
4. Harus menjadi seseorang yang profesional, teratur, bijaksana, peka dan kreatif dalam melihat keinginan dan perasaan calon pengantin. Dapat menjawab tantangan ide pernikahan para calon pengantin karena keinginan mereka sangatlah beragam, bahkan dari satu waktu ke waktu lainnya.
5. Mempunyai naluri melayani yang tinggi.

### **Ekonomi Kreatif**

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya terutama di Eropa atau juga Ekonomi Kreatif. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Berdasarkan jurnal Suparwoko, Ir. MURP PhD “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata” Kreatifitas yang menjadi unsur vital dalam ekonomi kreatif sendiri masih sulit untuk dibedakan apakah sebagai proses atau karakter bawaan manusia. Departemen Perdagangan Republik Indonesia merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Definisi yang lebih jelas disampaikan oleh UNDP yang merumuskan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integrative dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya. Lingkup kegiatan dari ekonomi kreatif diidentifikasi setidaknya 14 aspek yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu:

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1. Periklanan                 | 8. Permainan interaktif                |
| 2. Arsitektur                 | 9. Musik                               |
| 3. Pasar barang seni          | 10. Seni Pertunjukkan                  |
| 4. Kerajinan                  | 11. Penerbitan dan percetakan          |
| 5. Desain                     | 12. Layanan computer dan piranti lunak |
| 6. Fashion                    | 13. Radio dan televisi                 |
| 7. Film, video, dan fotografi | 14. Riset dan pengembangan             |

Dimana khusus yang dimaksud aspek periklanan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (Televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan delivery advertising materials atau samples, serta penyewaan kolom untuk iklan. Selanjutnya, aspek riset dan

pengembangan dalam ekonomi kreatif adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

Industri kreatif walaupun tidak menghasilkan produk dalam jumlah yang banyak tapi mampu memberikan kontribusi positif yang cukup signifikan terhadap perekonomian nasional. Departemen Perdagangan mencatat bahwa kontribusi industri kreatif terhadap PDB di tahun 2002 hingga 2006 rata-rata mencapai 6,3% atau setara dengan 152,5 trilyun jika dirupiahkan. Industri kreatif juga sanggup menyerap tenaga kerja hingga 5,4 juta dengan tingkat partisipasi 5,8%. Di lihat dari segi ekspor, industri telah membukukan total ekspor 10,6% antara tahun 2002 hingga 2006.

Berdasarkan angka-angka tersebut diatas, ekonomi kreatif sangat potensial dan penting untuk dikembangkan di Indonesia. Menurut Dr. Mari Elka Pangestu dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 menyebutkan beberapa alasan mengapa industry kreatif perlu dikembangkan di Indonesia, antara lain:

1. Memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan
2. Menciptakan iklim bisnis yang positif
3. Membangun citra dan identitas bangsa
4. Berbasis kepada sumber daya yang terbarukan
5. Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa.
6. Memberikan dampak social yang positif.

Salah satu alasan dari pengembangan industri kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan social, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut.

### ***Wedding Planner (WP) Sebagai Suatu Pengembangan Ekonomi Kreatif***

Peluang usaha sebagai WP sangatlah besar, namun persaingan sesama WP pun pasti semakin banyak pula. Menjadi WP pilihan haruslah WP kreatif yang mempunyai cirri khas yang unik dalam hal promosi dan pelayanan jasa.

Dalam hal berpromosi melalui media periklanan, terutama dengan *words of mouth*, dimana budaya Indonesia cenderung mempercayai orang yang sudah mereka kenal. Dalam industry penyedia jasa, kepercayaan klien merupakan asset yang terpenting. Selain berpromosi dengan *words of mouth*, WP beriklan kreatif dengan cara brosur yang berbentuk undangan beserta cinderamata perusahaan WP itu sendiri yang berupa *sample* barang yang ada dalam acara pernikahan dan disatukan dalam *goody bag*. Sample barang yang dimaksud adalah cinderamata acara pernikahan, makanan dari vendor catering, dan foto dari fotografer. Promosi berikutnya yang tidak kalah penting adalah berpromosi melalui internet. Karena di zaman teknologi dan informasi, semua informasi yang diperlukan mudah di dapat dengan mengaksesnya.

Tidak hanya berpromosi tapi pelayanan jasa WP harus berbeda dengan yang lainnya, mendukung promosi iklan yang sudah dijalankan. Pelayanan jasa yang unik bisa dilakukan dengan dimulai dari berkreasi dalam hal:

1. Kantor berjalan, yaitu mobil yang di isi dengan segala *sample* barang yang diperlukan dalam acara pernikahan.
2. Memberikan pelayanan asisten pribadi beserta mobil dan supirnya untuk calon mempelai selama masa 1 bulan sebelum acara pernikahan.

3. Pengembalian diskon *management fee* kepada keluarga pengantin yang sudah mempromosikan WP kepada keluarga atau teman dan kerabatnya.
4. Memberikan tema acara pesta pernikahan yang selalu berbeda, terutama acara pesta indoor yang memerlukan kreatifitas yang lebih dalam dekorasi terutama *lay out* dan nuansa acara.

Kreatifitas ide dalam pengembangan promosi maupun pelayanan jasa WP diharuskan berkembang terus-menerus mengikuti keinginan calon pengantin.

## KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif dalam hubungannya dengan industri kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mencakup industri dengan kreativitas sumber daya manusia sebagai aset utama untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Dimana 2 dari 14 aspek dalam ekonomi kreatif bisa menjadi pembahasan kreatifitas dalam sebuah WP.

Berkembangnya WP di kota Bandung yang saat ini terdaftar 22 WP, menjadikan aspek pengembangan ekonomi kreatif yang dicanangkan pemerintah bisa berjalan. Dimana ekonomi kreatif WP merupakan suatu industri jasa yang kreatif.

## REFERENSI

Kotler, Phillip. (1994), *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*, Prentice Hall International: New Jersey.

Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Leonard L. Berry. (1990), *Delivering Quality Service*, The Free Press: New York.

Indivara, Nadia (2007), *Cara Pinter Jadi Wedding Organizer*, Galang Press (K): Jakarta.

<http://www.indonesiakreatif.net/index.php/id/page/read/definisi-ekonomi-kreatif>

<http://blog.pasca.gunadarma.ac.id/2012/05/12/ekonomi-kreatif-apaan-sich/>

[www.denpasarkota.go.id/.../file/?EKONOMI%20KREATIF%202009...](http://www.denpasarkota.go.id/.../file/?EKONOMI%20KREATIF%202009...)

[www.dppm.uii.ac.id/.../DPPM-UII\\_07\\_52-](http://www.dppm.uii.ac.id/.../DPPM-UII_07_52-)

[66\\_Pengembangan\\_Ekonomi\\_Kreatif\\_Sebagai\\_Penggerak\\_Industri\\_Pariwisata](http://66_Pengembangan_Ekonomi_Kreatif_Sebagai_Penggerak_Industri_Pariwisata)

<http://aguswibisono.com/2010/industri-kreatif-indonesia/>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Industri\\_kreatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif)

<http://www.indonesiakreatif.net/index.php/id/news/read/industri-kreatif-sebagai-industri-antikrisis>

<http://arifh.blogdetik.com/industri-kreatif/>

<http://www.artezweddingplanner.com>

<http://www.direktoriwedding.com/Bandung/Wedding-Planner/>

<http://wihans.info/blog/seluk-beluk-buka-usaha-wedding-organizer#more-50722>

<http://www.ciputraentrepreneurship.com/component/content/article/122-peluang-bisnis-perempuan/4288-membuka-wedding-organizer.html>

[www.KabariNews.com/?33660](http://www.KabariNews.com/?33660)

[http://wiki.answers.com/Q/What\\_are\\_the\\_requirements\\_or\\_qualifications\\_necessary\\_to\\_become\\_a\\_wedding\\_planner#ixzz206BOhgsm](http://wiki.answers.com/Q/What_are_the_requirements_or_qualifications_necessary_to_become_a_wedding_planner#ixzz206BOhgsm)

[http://wiki.answers.com/Q/What\\_education\\_and\\_training\\_is\\_required\\_to\\_become\\_a\\_wedding\\_planner#ixzz206B3XqIJ](http://wiki.answers.com/Q/What_education_and_training_is_required_to_become_a_wedding_planner#ixzz206B3XqIJ)