

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini persaingan dalam dunia usaha sangatlah ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang berusaha untuk merebut *market share* dan *new market* melalui beragam cara dan inovasi yang ditampilkan dalam produk atau jasa yang mereka hasilkan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Ada beberapa faktor yang menjadi alasan suatu perusahaan bisa mendapat tempat tersendiri di hati masyarakat, misalkan bagaimana sebuah perusahaan menetapkan harga yang kompetitif, melakukan promosi yang efektif, membentuk citra dan membangun reputasi perusahaan yang baik di mata konsumen serta kualitas yang baik dan memuaskan dari produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini yang akan dibahas adalah perusahaan jasa *event wedding organizer* dengan alasan dan pertimbangan bisnis ini begitu menjanjikan dan memiliki peluang besar di masa seperti sekarang, dimana pola dan gaya hidup masyarakat semakin sibuk dan individualis sehingga butuh bantuan sebuah *event organizer* untuk menangani segala kebutuhan dalam rangka penyelenggaraan acara tertentu baik itu perhelatan pernikahan, *gathering*, ulang tahun maupun acara-acara lainnya.

Setiap orang mempunyai rencana kehidupan yang berbeda namun seperti masyarakat umumnya tentunya akan memikirkan rencana pernikahan, oleh karenanya bisnis yang berkaitan dengan pernikahan merupakan bisnis yang tiada hentinya selama roda kehidupan terus berjalan. Pernikahan adalah suatu hubungan yang sakral atau suci dan pernikahan memiliki banyak keuntungan dibandingkan hidup sendiri, karena pasangan yang sudah menikah dapat menjalani hidup sehat, dapat hidup lebih lama, memiliki hubungan seksual yang memuaskan memiliki banyak *asset* dalam ekonomi, dan umumnya memiliki teman untuk membesarkan anak bersama-sama (**Olson & DeFrain**, 2010). Tuhan menciptakan manusia berpasangan, maka dari itu ada yang disebut pernikahan.

Setiap konsumen mengharapkan harga yang kompetitif dengan produk yang tetap terjaga mutunya. Harga ialah pengorbanan riil dan materil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk, dengan mempertimbangkan beberapa hal, seperti membanding- bandingkan harga sebelum menggunakan layanan jasa, memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya. Harga juga merupakan nilai pertukaran atas manfaat produk (bagi konsumen maupun produsen) yang umumnya dinyatakan dalam satuan moneter (**Budiarto dan Tjiptono**, 2007).

Wedding Organizer merupakan usaha di bidang jasa atau service oleh karenanya harus memahami arti dari jasa dan service tersebut. Definisi jasa atau service menurut **Philip Kotler** dan **Gary Armstrong** (2004: 276) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Persepsi konsumen mengenai service didefinisikan sebagai sesuatu yang khusus.

Para pelaku usaha harus memahami apa harapan dan keinginan konsumen dari suatu layanan jasa atau service maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Suatu pelayanan yang diberikan secara umum dan berkala adalah bentuk pelayanan biasa yang dilakukan oleh semua kegiatan usaha kepada konsumen. Hal tersebut merupakan bentuk usaha jasa atau service yang belum lengkap, tetapi apabila jasa atau service tersebut disajikan dengan pelayanan khusus secara berkala dan dengan penyajian yang berbeda atau tidak biasa dari penyajian yang pernah dilakukan oleh pelaku usaha sejenis sebelumnya, maka pelayanan tersebut membuat pelanggan atau konsumen mendapatkan sesuatu yang lebih dari yang mereka harapkan sebelumnya.

Wedding Organizer adalah suatu jasa khusus yang secara

pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. *Wedding Organizer* memberikan informasi mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan, membantu merumuskan konsep pernikahan. *Wedding Organizer* memfasilitasi, negosiasi dan koordinasi dengan pihak gedung/hotel dan *supplier/vendor* seperti : *catering*, dekorasi, fotografer, perias, grup musik, dll. *Wedding Organizer* bertugas untuk membantu memilih jenis makanan, kuantitas dan *food tasting*, menghubungi setiap rekanan untuk mendiskusikan yang diperlukan, mengikuti rapat koordinasi dengan keluarga, juga memimpin rapat teknis dengan para rekanan, *technical meeting* di tempat resepsi, membantu menyusun buku acara dan semua yang berhubungan dengan acara pernikahan (Indra, 2013).

Jasa *Wedding Organizer* (WO) bisa menjadi jalan keluar, karena dapat mempermudah segala persiapan calon pengantin sehingga dapat menghindari tingkat stres bertambah yang sering dihadapi calon pengantin. Stres adalah reaksi tubuh terhadap situasi yang tampak berbahaya atau sulit. Stress membuat tubuh memproduksi hormon adrenaline yang berfungsi untuk mempertahankan diri. (A. Khoiron Mustafit, 2012).

Calon pengantin tidak ada salahnya untuk menggunakan jasa *Wedding Organizer* yang professional sehingga pesta pernikahan berjalan dengan lancar, keuntungan lainnya adalah

dalam hal manajemen waktu *Wedding Organizer* profesional mengetahui benar jadwal yang harus dilakukan oleh calon pengantin. *Wedding Organizer* akan mengingatkan calon pasangan dari proses persiapan hingga hari pernikahan.

Studi kelayakan diperlukan untuk dapat dijadikan suatu bahan pertimbangan dalam pendirian usaha ini, adapun dalam studi kelayakan tersebut dilakukan peninjauan-peninjauan terhadap aspek *financial* dan *non financial* untuk mengetahui kelayakan dari pendirian usaha ini. Hasil analisa tersebut diperlukan guna mengetahui apakah rencana pendirian usaha ini akan menguntungkan secara ekonomis atau tidak, karena kegiatan yang akan dilakukan oleh suatu industri pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomis.

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang analisis kelayakan usaha adalah penelitian yang dilakukan oleh **Husnul Khotiman dan Sutiono** (2014) yang berjudul “Analisis Kelayakan Finansial Usaha Budaya Bambu”. Penelitian tersebut mengkaji analisis finansial dari penanaman bambu. Kajian finansial dibutuhkan untuk menunjukkan bahwa upaya penanaman atau budidaya bambu ini layak atau tidak secara finansial untuk dilakukan. Data yang digunakan adalah data hasil penelitian di perusahaan perkebunan bambu PT. XYZ di Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai NPV (Rp 36.644.364,08) lebih besar dari nol, Net B/C (2,56) lebih besar dari satu, IRR (11 %) lebih besar dari suku bunga 6 %, serta

payback period pada tahun ke-9 umur proyek 15 tahun. Berdasarkan kriteria indikator kelayakan finansial dapat disimpulkan bahwa usaha budidaya bambu layak secara finansial untuk diusahakan. Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh **Afandi** (2016) menyajikan penelitian yang berjudul “Analisis Studi Kelayakan Investasi Pengembangan Usaha Distribusi PT. Aneka Andalan Karya”. Studi kelayakan pengembangan usaha penelitian tersebut dikaji dengan menggunakan aspek-aspek studi kelayakan yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis produksi dan teknologis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum dan legalitas, serta aspek keuangan dan ekonomi. Untuk perhitungan digunakan lima metode alat analisis kelayakan investasi dengan hasil perhitungan sebagai berikut: Metode *Payback Period* menunjukkan bahwa waktu yang diperlukan untuk menutup investasi sebesar Rp 311.000.000 adalah 2 tahun 16 hari. Metode *ARR (Average Rate of Return)* menunjukkan bahwa tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh sebesar 215,91%. Metode *NPV (Net Present Value)* didapat nilai yang positif sebesar Rp 225.586.113. Dari metode *IRR (Internal Rate of Return)* diperoleh tingkat bunga sebesar 37,77%. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengembalian yang diperoleh lebih besar dari tingkat suku bunga yang ditentukan yaitu 14%. Sedangkan Metode *PI (Profitabilitas Indeks)* menunjukkan hasil yang diperoleh lebih besar dari 1 yaitu sebesar 1,72. Dari perhitungan

lima metode tersebut dapat ditunjukkan juga bahwa rencana pengembangan usaha PT. Aneka Andalan Karya dapat diterima dan layak dilaksanakan.

Abidatul Afiyah, Muhammad Saifi, dan Dwiatmanto (2015) dalam penelitiannya mengenai “Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian *Home Industry* (Studi Kasus pada Home Industri Cokelat “Cozy” Kademanan Blitar)”. Metode yang digunakan yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi dan manajemen, serta aspek finansial dengan perhitungan kelayakan investasi berupa *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI). Analisis pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa prospek *Home Industry* Cokelat “Cozy” cukup baik, dilihat dari peningkatan jumlah permintaan setiap tahun. Analisis teknis dan produksi menunjukkan bahwa lokasi *home industry* dekat dengan pemukiman sehingga memudahkan untuk merekrut tenaga kerja. Analisis organisasi dan manajemen menunjukkan pemilik usaha telah menjalankan fungsi manajemen dengan baik. Analisis finansial dengan menggunakan 100% modal sendiri didapatkan hasil *Payback Period* (PP) yaitu 1 tahun 7 bulan, *Net Present Value* (NPV) sebesar 116.261.950, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 116,33%, dan *Profitability Index* (PI) sebesar 12,63.

Penelitian terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh **Santi Nurjanah** (2013) yang berjudul “Studi Kelayakan

Pengembangan Bisnis Pada PT. Dagang Jaya Jakarta” bertujuan untuk mengetahui kelayakan pengembangan bisnis yang dilakukan oleh PT. Dagang Jaya metode penelitian yang digunakan adalah analisis berdasarkan aspek-aspek studi kelayakan bisnis, yaitu aspek Keuangan, Pasar dan Pemasaran, Management dan SDM, aspek Hukum, Teknik dan Operasional, AMDAL, serta aspek Ekonomi dan Sosial. Hasil analisis masing-masing aspek menunjukkan hasil yang positif yang menyatakan bahwa Pengembangan Bisnis yang dilakukan oleh PT. Dagang Jaya layak untuk dijalankan. Simpulan dari penelitian ini adalah pengembangan bisnis yang dilakukan oleh PT. Dagang Jaya layak untuk dijalankan salah satu cara pengembangan bisnis yang dapat dipilih adalah dengan menambah jumlah dan variasi produk yang didistribusikan oleh perusahaan.

Pramesta adalah usaha jasa yang selama ini membantu acara di beberapa pernikahan dari mulai *Master of Ceremony* (MC) akad dan resepsi, juga *support* musik dan hiburan, serta upacara adat baik sebelum pernikahan seperti acara *ngaras* dan *siraman*, sampai upacara adat pada saat pernikahan seperti *sungkeman*, *huap lingkung*, *tarik bakakak*, *nincak endog*, *meuleum harupat*, *saweran* dan *mapag panganten*. Pramesta selama ini hanya memberikan *support* sesuai permintaan *customer* saja namun kemudian melihat peluang pasar bahwa bisnis yang berkaitan dengan bidang pernikahan memiliki prospek yang cukup menjanjikan jika ditangani secara serius. Hal

ini terlihat dari perkembangan keuangan Pramesta dari 2011 sampai dengan sekarang :

Tabel 1.1
Keuangan Pramesta

Tahun	Pendapatan	Biaya	Sisa	% P
2011	Rp. 4 300.000,-	Rp. 3.850.000,-	Rp. 450.000,-	11 %
2012	Rp. 3.150.000,-	Rp. 1.850.000,-	Rp. 1.300.000,-	41 %
2013	Rp. 3.800.000,-	Rp. 2.400.000,-	Rp. 1.500.000,-	27 %
2014	Rp. 14.950.000,-	Rp. 7.800.000,-	Rp. 2.000.000,-	48 %
2015	Rp. 22.650.000,-	Rp. 19.050.000,-	Rp. 3.600.000,-	16 %
2016	Rp. 32.550.000,-	Rp. 28.350.000,-	Rp. 4.200.000,-	13 %
2017	Rp. 38.000.000,-	Rp. 32.469.000,-	Rp. 5.531.000,-	14 %

Sumber : Pembukuan Pramesta

Paket *wedding* untuk kondisi masyarakat sekarang dapat membantu calon pengantin untuk mendapatkan gambaran kisaran biaya yang harus dipersiapkan calon pengantin..Paket *wedding* yang ada di sekitar Bandung dari beberapa wedding organizer yang sejenis saat ini berkisar :

Tabel. 1.2
Data Paket Wedding standar di kota Bandung

No	Nama WO	Alamat	Harga Paket standar
1	Motekar Wedding	JL. Kliningan No. 7 Bandung	Rp. 75.000.000,-
2	Aas Riyanti Management	JL. Terusan Jakarta No. 274 Antapani Bandung	Rp. 97.450.000,-
3	Valiza Wedding	JL. Sarimadu Barat No. 63 Bandung	Rp. 95.000.000,-
4	Pandan Wedding Planner & Organizer	JL. Banjarnegara No. 8 Antapano Bandung	Rp. 95.000.000,-
5	Gloves Wedding Planner	Cluster Billabong Blok A-13 Bandung	Rp. 88.000.000,-

Sumber : dari masing-masing *wedding organizer*.

Pramesta tertarik untuk merencanakan peluang bisnis *wedding organizer* guna meningkatkan usaha dari usaha sampingan menjadi usaha professional dengan mempelajari acuan kisaran harga paker standar *wedding*, namun yang menjadi masalah apakah rencana peluang usasaha ini layak dijalankan atau tidak maka Pramesta harus melakukan analisis studi kelayakan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Analisis Studi Kelayakan Bisnis *Wedding Organizer* Pramesta Dilihat Dari Aspek Finansial Dan Non Finansial**” yang hasilnya akan dituangkan dalam karya tulis ilmiah berupa Tesis.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan penelitian yang perlu di identifikasikan ialah :

1. Bagaimana kondisi perkembangan usaha *Wedding Organizer* Pramesta
2. Bagaimana kelayakan usaha *Wedding Organizer* Pramesta dilihat dari berbagai aspek *financial* dan *non financial*

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa kondisi perkembangan usaha *Wedding Organizer* Pramesta
2. Menganalisa kelayakan usaha *Wedding Organizer* Pramesta dilihat dari berbagai aspek *financial* dan *non financial*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak *Wedding Organizer* Pramesta, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

informasi mengenai kelayakan usaha *wedding organizer*, dan menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.

2. Bagi kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, ilmu dan bahan pembanding, untuk penelitian selanjutnya.

