

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pernikahan merupakan sebuah momen penting dalam hidup seseorang, karena pernikahan dianggap sakral oleh masyarakat. Maka dari itu, tidak sedikit pasangan dan keluarganya mempersiapkan upacara pernikahan secara detail dan matang. Ditambah adat istiadat mempengaruhi seberapa besar pesta pernikahan harus digelar.

Jasa *Event organizer* yaitu “jasa yang membantu menyelenggarakan sebuah acara dan kegiatan dari serangkaian mekanisme yang sistematis. Pada awalnya, *event organizer* melayani acara-acara seperti pemakaman, pentas seni, konser, dan pernikahan” (Najiyah, 2017). Seiring berjalannya waktu, Najiyah mengatakan bahwa “popularitas *event organizer* untuk mengurus pernikahan terus menerus meningkat hingga dialih bahasakan menjadi *wedding organizer* atau yang biasa disingkat menjadi WO” (Najiyah, 2017).

Menurut hasil survei *Indonesian Wedding Industry 2017* yang dirilis tahun 2018 oleh Bridestory, 31.9% calon pengantin mempersiapkan pernikahannya dalam kurun waktu 9-12 bulan, Namun bagi pengantin yang memiliki kesibukan yang tinggi, WO akan sangat membantu meringankan persiapan pernikahannya (Bridestory, 2018).

Tidak semudah membalikkan telapak tangan bagi calon pengantin untuk mempercayakan hari besarnya dipegang oleh *wedding organizer* karena adanya pemberitaan penipuan terkait wedding organizer. Sangatlah penting bagi calon pengantin untuk melakukan survey setidaknya satu sampai dua kali sebelum

melakukan transaksi di tengah-tengah kesibukannya. Apalagi dengan berkembangnya teknologi, masyarakat semakin berpikir praktis.

Universitas Negeri Jakarta di Fakultas Teknik memiliki program studi Pendidikan Tata Rias, jurusan ini membuka peluang untuk membuat *start-up business company* dalam bidang pernikahan, yaitu *wedding organizer* yang dapat membantu calon pengantin dalam merencanakan hari besarnya. Tentunya, sebelum *start-up business wedding organizer* ini dibuat diperlukan adanya perencanaan usaha. Perencanaan usaha ini dibuat berdasarkan analisis SWOT.

Keunggulan dari *Start-up business wedding organizer* adalah sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya. Di sisi lain, *wedding organizer* ini juga menjadi wadah bagi alumni dan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk mengembangkan potensi di dunia kerja yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas SDM alumni UNJ.

Di dalam persaingan pasar, *Start-up business wedding organizer* ini memiliki beberapa ancaman yaitu *wedding organizer* ini merupakan pendatang baru di dalam industri pernikahan dimana pesaingnya sudah berpengalaman dan sudah dipercaya oleh pelanggan. Sedangkan untuk menawarkan kualitas pelayanan yang bagus dan profesional, dibutuhkan modal yang tidak sedikit. Itu berarti, *start-up business wedding organizer* ini tidak bisa menawarkan harga yang jauh lebih murah daripada harga pesaing-pesaing lainnya. Sedangkan, bagi pelanggan harga merupakan komponen terpenting mengingat pelanggan menginginkan harga yang semurah-murahnya dengan kualitas sebaik-baiknya. Tapi, kebutuhan akan pesta pernikahan setiap calon pengantin tidak selalu sama, tergantung dari adat, kepercayaan, biaya yang dianggarkan, hingga penghasilan orangtua atau

pengantin itu sendiri. Maka dari itu, dalam tahap perancangan *Business Model Canvas (BMC) start-up business wedding organizer* Mahasiswa UNJ, diperlukan analisis SWOT untuk melihat peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh *start-up business* ini. Adapun beberapa penelitian yang dijadikan tinjauan penulis sebagai berikut :

Penelitian pertama berjudul “Analisis Business Model Canvas Pada CV. Kayu Murni Surabaya” oleh Laurentius Evan Wijaya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis model bisnis dengan pendekatan Business Model Canvas pada CV. Kayu Murni. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan teknik wawancara mendalam. Analisis menggunakan metode analisis SWOT. Penelitian ini menemukan bahwa pada *customer segments*, CV. Kayu Murni sebaiknya memperluas segmen pasarnya kepada pelanggan yang berminat membeli kayu lain. Pada bagian *value propositions*, CV. Kayu Murni sebaiknya meningkatkan nilai *accessibility* dengan memakai teknologi internet. Pada *channel*, untuk saluran distribusi CV. Kayu Murni dapat memanfaatkan kereta api kontainer. Pada *customer relationships* CV. Kayu Murni dapat membekali staf *marketing* dengan katalog. Pada *revenue streams*, CV. Kayu Murni sebaiknya memanfaatkan peluang untuk menjual lantai kayu atau mebel. Pada *key resource* CV. Kayu Murni juga dapat menjual beberapa mesin produksi yang lama dan menggantikan dengan mesin yang lebih canggih. Pada *key activities*, CV. Kayu Murni sebaiknya membuat standart prosedur produksi tertulis. Pada *key partnerships*, CV. Kayu Murni perlu memperluas jaringan kontraktor dan *developer* di daerah lokal serta mengembangkan hubungan partner di luar negeri melalui *showroom* dan

*wholesaler*. Pada *cost structure*, CV. Kayu Murni sebaiknya mengubah model bisnisnya menjadi penjualan pintu kayu dari jenis lain yang lebih murah.

Penelitian kedua berjudul “Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online *Ride-Sharing* (Studi Kasus Uber di Indonesia)” oleh M. Rainaldo, Wibawa BM, dan Rahmawati. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis dari Uber menggunakan analisis Business Model Canvas. Data didapatkan dari hasil wawancara terhadap 15 mitra pengemudi Uber di Kota Surabaya dan hasil studi literatur pendukung. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah Uber mendapatkan keuntungannya dari pembagian keuntungan dengan perusahaan mitra, pembagian keuntungan dengan mitra pengemudi, keuntungan dari kartu kredit, serta keuntungan dari Google/Apple atas unduhan aplikasi. Penghasilan ini didapatkan dari segmen konsumen sasaran maupun hasil pembagian keuntungan dengan menawarkan *value proposition* yang dimiliki Uber yaitu GPS yang akurat, tarif jarak dekat yang murah, kendaraan berkualitas, serta fleksibilitas destinasi. *Value proposition* ini menjadi pembeda dengan Go-Jek dan Grab, dimana Go-Jek dan Grab sudah mengadaptasi diferensiasi produk lain berupa layanan-layanan non transportasi. Adapun aliran BMC yang dimiliki oleh Uber membentuk aliran yang mengarah kepada customer, mulai dari value propositions hingga key partnerships, dimana Uber mengutamakan value dari jasa yang dimiliki dengan mengutamakan sisi kanan pada pendekatan canvas yang dimiliki. Uber disarankan untuk mencari diferensiasi produk lain dalam bentuk layanan non transportasi demi bersaing dengan Go-Jek dan Grab.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Analisis kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam industri *wedding organizer*.
2. Analisis *customer needs*
3. Perencanaan usaha menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) pada *startup business wedding organizer* mahasiswa UNJ.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dibatasi hanya pada Proses pembuatan *Business Model Canvas Start-up Business Wedding Organizer UNJ*.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana perancangan usaha *Business Model Canvas* pada *startup business* WO UNJ ?”

## 1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah merancang *Business Model Canvas Start-up Business* WO UNJ.

## 1.6 Kegunaan Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai rencana bisnis berupa *Bussiness Model Canvas*.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Untuk Calon Pengantin

*Start-up business* WO ini diharapkan memudahkan calon pengantin yang ingin mengurus pernikahannya secara profesional

#### b. Untuk Mahasiswa dan Alumni

*Start-up business* WO ini diharapkan untuk mewadahi mahasiswa dan alumni Pendidikan Tata Busana dan Pendidikan Tata Rias UNJ untuk mengembangkan potensi di dunia kerja dan mengangkat nama baik UNJ.