

## Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Pada UMKM “Friskia Ala Ala Wedding Organizer”

Susilawati <sup>1</sup>, Sehwuda <sup>2</sup>, Siti Maryam H <sup>3</sup>, Tasha Ratna Dewi <sup>4</sup>, Wiwin Fadila <sup>5</sup>,  
Yani Nuryani <sup>6</sup>  
Universitas Teknologi Digital <sup>1-6</sup>

Alamat : Kampus 1, Jl. Cibogo No.Indah 3, Mekarjaya, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat  
40000

Korespondensi penulis : [susilawati@digitechuniversity.ac.id](mailto:susilawati@digitechuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [sehwuda10220023@digitechuniversity.ac.id](mailto:sehwuda10220023@digitechuniversity.ac.id)<sup>2</sup>,  
[siti10220082@digitechuniversity.ac.id](mailto:siti10220082@digitechuniversity.ac.id)<sup>3</sup>, [tasha10220036@digitechuniversity.ac.id](mailto:tasha10220036@digitechuniversity.ac.id)<sup>4</sup>,  
[wihin10220009@digitechuniversity.ac.id](mailto:wihin10220009@digitechuniversity.ac.id)<sup>5</sup>, [yani10220013@digitechuniversity.ac.id](mailto:yani10220013@digitechuniversity.ac.id)<sup>6</sup>,

**ABSTRACT.** *A wedding is a very important moment for everyone and requires meticulous preparation, sometimes taking months to years, but the lack of time and support from friends and family is often not enough to fulfill all the needs for planning a wedding. In this case, wedding organizers (WOs) are here to solve this problem. This study aims to examine the development of a growing wedding designing business in Tanjungwangi Village, Pacet, Bandung Regency, especially Friskia Ala Ala Wedding Organizer. This research provides an in-depth description of client experiences, processes, and variables that contribute to the services they offer. The method used in this research is, descriptive qualitative method with the technique of collecting data through direct observation and interviews. Friskia Ala Ala Wedding Organizer offers various services, such as make-up artist (MUA), prewedding, decoration, location, catering, photography, film, and entertainment. Friskia Ala Ala Wedding Organizer conducted a SWOT analysis which showed that there are strengths to attract customers and low prices. Friskia Ala Ala Wedding Organizer managed to record a good profit from the sale of its wedding packages. In addition, the net profit generated shows good financial management. The conclusion of this study highlights the development of business feasibility, marketing strategy, service production process, as well as management*

**Keywords :** *Wedding Organizer, Growing Wedding Designing Business, Business Feasibility..*

**ABSTRAK.** *Pernikahan adalah momen yang sangat penting bagi setiap orang dan memerlukan persiapan yang teliti, kadang-kadang memakan berbulan-bulan hingga bertahun-tahun, tetapi kurangnya waktu dan dukungan dari teman dan keluarga sering kali tidak cukup untuk memenuhi semua kebutuhan untuk merencanakan pernikahan. Dalam hal ini, wedding organizer (WO) hadir untuk menyelesaikan masalah ini. Studi ini bertujuan untuk mempelajari pengembangan bisnis perancangan pernikahan yang semakin berkembang di Desa Tanjungwangi, Pacet, Kabupaten Bandung, terutama Friskia Ala Ala Wedding Organizer. Penelitian ini memberikan deskripsi mendalam tentang pengalaman klien, proses, dan variabel yang berkontribusi pada layanan yang mereka tawarkan. Metode yang dilakukan penelitian ini adalah, metode kualitatif deskriptif dengan teknik mengumpulkan data melalui observasi langsung dan wawancara. Friskia Ala Ala Wedding Organizer menawarkan berbagai layanan, seperti make-up artist (MUA), prewedding, dekorasi, lokasi, catering, fotografi, film, dan hiburan. Friskia Ala Ala Wedding Organizer melakukan analisis SWOT yang menunjukkan bahwa ada kekuatan untuk menarik minat pelanggan dan harga murah. Friskia Ala Ala Wedding Organizer berhasil mencatatkan keuntungan yang baik dari penjualan paket pernikahannya. Selain itu, laba bersih yang dihasilkan menunjukkan manajemen keuangan yang baik. Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti perkembangan kelayakan bisnis, strategi pemasaran, proses produksi jasa, serta manajemen keuangan dalam menjalankan bisnis jasa wedding organizer.*

**Kata kunci :** *Wedding Organizer, Pengembangan Bisnis Perancangan Pernikahan, Perkembangan Kelayakan Bisnis.*

## LATAR BELAKANG

Pernikahan merupakan bentuk hubungan antar manusia yang paling sakral dan utama. Indonesia memiliki berbagai adat dan budaya yang tentu saja memiliki kebiasaan yang berbeda-beda dalam melaksanakan dan merayakan pesta pernikahan. Hal ini sering menyulitkan dan membingungkan ketika informasi yang dapat dijadikan disekitar mereka. Pada masa sekarang ini banyak orang tidak memiliki cukup waktu untuk mempersiapkan pernikahan. Dengan adanya Fiskia Ala Ala Wedding Organizer dapat membantu mensukseskan acara pernikahan calon pengantin, membantu meringankan proses persiapan menuju pernikahan mulai dari pemilihan Venue dan vendor hingga membantu mengatur jalannya pernikahan di hari H acara.

Berdirinya bisnis Fiskia Ala Ala Wedding Organizer ini dimulai dari pemilik usaha yaitu Kiki yang pada awalnya hanya sebagai asisten di Wedding Organizer milik orang lain dan penghasilannya digunakan untuk membeli peralatan Make Up dan belajar serta melakukan latihan untuk menambah kemampuannya. Sejak saat itu Kiki mulai memberanikan diri untuk mengambil job pribadi yaitu hanya sebatas Make Up dan Wardrobe. Setelah itu masyarakat mulai mempercayai Kiki untuk membantu persiapan acara pernikahan mereka dan job pun mulai berdatangan. Saat itu Kiki masih menyewa peralatan acara pada pihak lain, namun saat ini usaha semakin berkembang dan Kiki sudah mampu membeli peralatan sendiri tanpa harus menyewa pada pihak lain. Dan kini Kiki juga sudah memiliki tim pribadi dan sudah memiliki jaringan bisnis dengan Wedding Organizer lainnya.

## KAJIAN TEORITIS

### *Wedding Organizer*

*Wedding organizer* adalah jasa yang dikhususkan untuk membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. *Wedding organizer* biasanya terdiri dari beberapa orang yang akan berbagi tugas dalam membantu calon pengantin, mulai dari jauh-jauh hari pada saat perencanaan dan juga saat pernikahan berlangsung. *Wedding organizer* atau yang biasa disebut dengan WO ini berfungsi untuk menyukseskan acara pernikahan calon pengantin, membantu meringankan proses persiapan menuju pernikahan mulai dari pemilihan *venue* dan vendor-vendor, hingga membantu mengatur jalannya pernikahan di hari H acara (Rheny, 2022).

## **Pemasaran**

Pemasaran produk adalah proses yang melibatkan kegiatan promosi dan pemasaran produk kepada konsumen potensial dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran merk, keinginan dan minat untuk membeli produk tersebut, karena tujuan utama pemasaran produk adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga menghasilkan keuntungan bagi suatu bisnis. (Arifin, 2023).

## **Penjualan**

William G. Nickels Dalam buku *Understanding Business* (1998) menyebutkan bahwa penjualan adalah proses social manajerial di mana penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.

## **Produksi**

Stanton Produk yaitu kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk, ditambah dengan hasa dan reputasi subyektif.

## **Strategi pemasaran**

Strategi pemasaran menurut (Amstrong & Kotler, 2012) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

## **Keuangan**

Keuangan adalah mempelajari bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu, dan juga menghitung risiko dalam menjalankan Project mereka. Istilah dapat berarti, ilmu keuangan dan Aset lainnya, manajemen aset tersebut, menghitung dan mengatur risiko proyek (wikipedia).

## **Manajemen Keuangan**

Menurut (Sudana, 2011), bahwa manajemen keuangan perusahaan adalah salah satu bidang manajemen fungsional perusahaan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan investasi jangka panjang, dan pengelolaan modal kerja perusahaan yang meliputi investasi dan penandaan jangka pendek. Dengan kata lain manajemen keuangan perusahaan merupakan bidang keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip keuangan dalam suatu organisasi

perusahaan untuk mencapai dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang tepat.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara secara langsung ke tempat penelitian. Metode ini kami pilih untuk menggambarkan secara rinci dan mendalam tentang pengalaman, proses, dan faktor-faktor yang terlibat dalam layanan yang diberikan oleh Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*. Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis mendalam terhadap interaksi antara wedding organizer dengan klien, cara pengelolaan acara, strategi pemasaran yang digunakan, jaringan kerjasama serta penilaian subjektif dari klien tentang kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah bentuk usaha yang bergerak dibidang jasa untuk membantu mengatur persiapan acara pernikahan. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* berada Di Desa Tanjungwangi yang beralamat lengkap Kp. Babakan tanjung, Rt01/Rw01, Desa Tanjungwangi, Kec. Pacet. Kab. Bandung.

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sendiri sudah berdiri sekitar 5 tahun sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang 2023. Berdirinya bisnis Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* ini dimulai dari pemilik usaha yaitu Kiki yang pada awalnya hanya sebagai asisten di *Wedding Organizer* milik orang lain dan penghasilannya digunakan untuk membeli peralatan make up dan belajar serta melakukan latihan untuk menambah kemampuannya. Sejak saat itu Kiki mulai memberanikan diri untuk mengambil job pribadi yaitu hanya sebatas *make up* dan *wardrobe*. Setelah itu masyarakat mulai mempercayai Kiki untuk membantu persiapan acara pernikahan mereka dan job pun mulai berdatangan. Saat itu Kiki masih menyewa peralatan acara pada pihak lain, namun saat ini usaha semakin berkembang dan Kiki sudah mampu membeli peralatan sendiri tanpa harus menyewa pada pihak lain. Dan kini Kiki juga sudah memiliki tim pribadi dan sudah memiliki jaringan bisnis dengan *Wedding Organizer* lainnya.

Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sendiri menyediakan pelayanan paket lengkap pernikahan (*Full Package*) mulai dari MUA, *Prewedding*, Dekorasi, *Venue*, *Catering*, Fotografer, *Video Cinematic* dan Hiburan. Nama 'Ala Ala' dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sendiri diambil karena merujuk pada pemilik yang memiliki motivasi semua barang murah bisa dibuat seperti ala ala mahal dengan skill.

## Produk

Produk jasa yang disediakan oleh Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* diantaranya adalah :

### 1. *Make Up*

Standar make up pengantin lebih condong kepada konsep *make up artist*.

### 2. *Wardrobe*

Berbagai jenis *wardrobe* mulai dari modern, *colourfull*, *up to date*, serta mengikuti selera klien

### 3. Dekorasi

Berbagai macam dekorasi mulai dari desai pelaminan, konsep pelaminan, dan konsep pelaminan berdasarkan permintaan klien serta menggunakan bunga campuran (bunga hidup dan bunga plastik)

### 4. Dokumentasi

Mendapatkan dokumentasi berupa foto dan *video*. *Catering* : *catering* dengan kualitas makanan terbaik, bersih, dan menu sesuai permintaan klien

### 5. Hiburan

Berbagai macam hiburan yang dapat dipilih mulai dari *electone*, sundaan, nasyid dan jazz.

## Struktur Organisasi Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*



## Analisis Kompetitor Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*

Indikator	Friskia Ala Ala WO	Kompetitor
Umur	Pria/Wanita Usia Produktif	Priadan Wanita 17-35 Tahun
Fasilitas	<i>Full Package</i>	<i>MakeUp, Wardrobe</i>
Harga	5.000.000 s.d 50.000.000	20.000.000 s.d 75.000.000
Status	Targer Pasar Semua Kalangan	Target Pasar Kalangan Atas

Dari analisis dasar yang kami lakukan bisa dilihat bahwa Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* memiliki produk yang lengkap dan lebih murah serta jasa ini dapat digunakan oleh kalangan menengah keatas maupun kalangan menengah kebawah.

## Pemasaran

### Pemasaran Friskia Ala Ala *Wedding Organizer*

#### 1. *Segmenting*

a) Geografis

Segmen utama dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah kabupaten Bandung dan sekitarnya terutama di wilayah Pacet dan Majalaya

b) Demografis

Segmen demografis dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah semua jenis kelamin dengan rentan usia 21 tahun sampai dengan 40 tahun atau usia produktif menikah.

c) Psikografis

Segmen Psikografis dari Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* adalah kelas *social*.

#### 2. *Targeting*

Kelompok konsumen pemakai jasa ini biasanya mereka yang tidak memiliki banyak waktu sehingga membutuhkan kepraktisan dalam mengkoordinasikan kegiatan pernikahan. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* menentukan target pasar dengan melihat kebutuha yang diinginkan customer. Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* memilih untuk fokus secara eksklusif pada pasangan yang menginginkan pernikahan tradisional dengan sentuhan budaya lokal untuk menyediakan layanan *Wedding Organizer* yang terpersonalisasi dan mendalam (*Single Segment Concentration*). Friskia ala ala *Wedding Organizer* telah memilih untuk mengkhususkan diri dalam perencanaan pernikahan *outdoor*, pantai eksotis, memberikan pengalaman unik yang disesuaikan untuk pasangan yang menginginkan pernikahan yang indah dan tak terlupakan di tempat-tempat yang direncanakan oleh customer. (*Selective Specialization*). Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* secara khusus mengkhususkan diri dalam menawarkan layanan pernikahan berbasis tema yang sangat kreatif dan eksklusif, menyediakan pengalaman yang dipersonalisasi dan didesain secara unik untuk memenuhi impian pernikahan pasangan dengan sentuhan yang istimewa (*Product Specialization*). Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* sebagai penyelenggara pernikahan mengadopsi strategi fokus pada satu segmen pasar dengan menargetkan pasangan yang menginginkan pernikahan tradisional adat dengan gaya *vintage*, menerapkan *selective specialization* dalam memberikan layanan pernikahan destinasi di lokasi pantai yang eksotis, serta *product specialization* dengan menawarkan paket yang

terintegrasi dan kreatif berbasis tema untuk memenuhi keinginan unik setiap pasangan dalam momen pernikahannya.

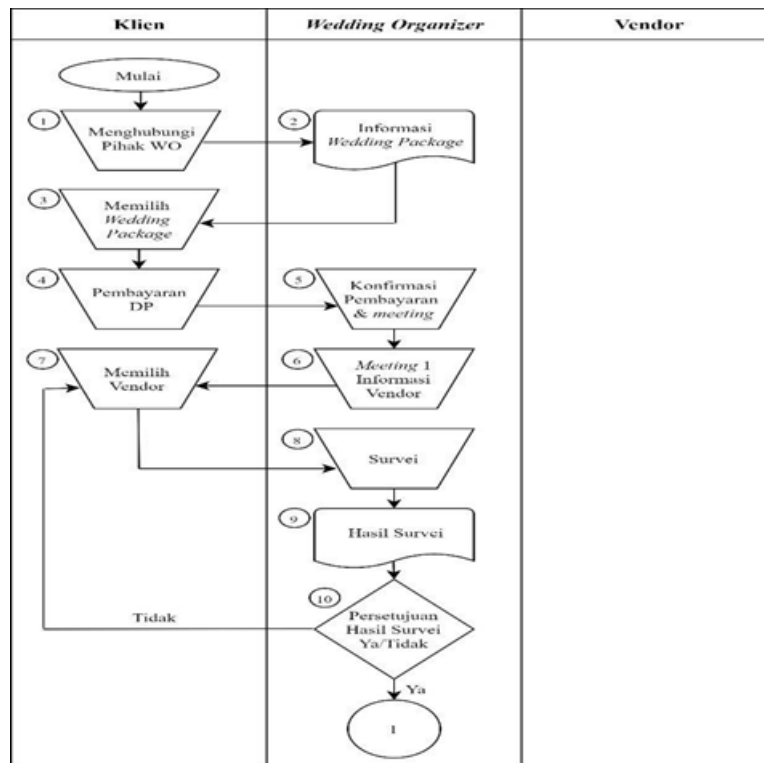
### 3. Positioning

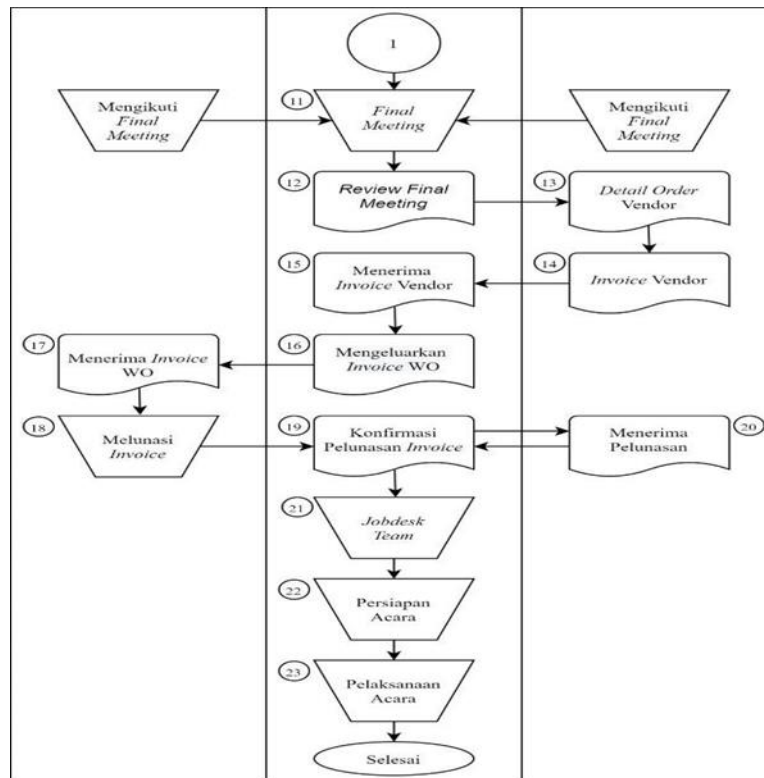
Friskia Ala Ala *Wedding Organizer* memposisikan diri sebagai *Wedding Organizer* yang tidak hanya mengadakan pernikahan, tetapi juga menciptakan pengalaman magis yang direncanakan dengan teliti dan disesuaikan dengan keinginan tiap pasangan. Dengan pendekatan yang sangat personal dan penuh inovasi, kami tidak hanya menawarkan layanan perencanaan pernikahan, tetapi juga menjadi mitra setia dalam mewujudkan impian pernikahan unik setiap pasangan dengan keahlian dalam tema-tema khusus dan destinasi yang memukau.

### 4. Price

No.	Jenis Paket	Harga
1	Paket Silver	Rp. 6.000.000 - Rp. 17.000.000
2	Paket Gold	Rp. 21.000.000 -Rp. 27.000.000
3	Paket Platinum	Rp. 31.000.000 -Rp. 46.000.000

## PROSES PELAYANAN JASA DAN PEMILIHAN TEKNOLOGI





## KESIMPULAN

Aspek pemasaran : Friskia Ala Ala WO memiliki strategi pemasaran yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan fokus pada pengalaman pernikahan yang unik dan terpersonalisasi. Dengan proyeksi pertumbuhan yang positif, Friskia Ala Ala WO memiliki potensi untuk mempertahankan pangsa pasar yang signifikan dalam industry ini.

Aspek operasi : Secara keseluruhan, Friskia Ala Ala WO memiliki strategi yang matang dalam menyediakan layanan pernikahan dengan berbagai pilihan paket dan konsep, sambil memperhatikan efisiensi operasional dan dampak lingkungan.

Aspek manajemen dan organisasi : Friskia Ala Ala WO memiliki rencana jangka pendek, menengah, dan Panjang, struktur organisasi yang terorganisir dengan baik, fokus pada pengendalian pelayanan dari keuangan, serta memperhatikan aspek pelaksanaan dan pergerakan dalam manajemen.

Aspek keuangan : Berdasarkan analisis keuangan, pengembangan usaha Friskia Ala Ala WO dinilai layak karena memiliki *payback period* yang cepat, *profitability index* yang tinggi, *net present value* yang positif, dan *internal rate of return* yang melebihi tingkat pengembalian yang diharapkan. Keberlanjutan usaha juga didukung oleh stabilitas modal investasi dan perhitungan modal kerja yang memadai.



## SARAN

Adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Meskipun sudah melakukan pemasaran melalui media sosial diharapkan Friskia lebih aktif dan memiliki admin khusus untuk kelangsungan pemasaran, juga mengadakan diskon atau promo yang dapat menarik lebih banyak konsumen.
2. Pengembangan usaha dari tahun ke tahun terus meningkat diharapkan Friskia mampu menambah aset investasi

## DAFTAR REFERENSI

- accountingunsoed. (2017, MEI 23). Accounting Standard Resume (PSAK 4 Bagian 1). Diambil kembali dari <https://accountingunsoed.org/accounting-standard-resume-psak-4-bagian-1/>: <https://accountingunsoed.org/accounting-standard-resume-psak-4-bagian-1/>
- accountingunsoed. (2020, SEPTEMBER 20). Accounting Standard Resume (PSAK 65). Diambil kembali dari <https://accountingunsoed.org/accounting-standard-resume-psak-65/>: <https://accountingunsoed.org/accounting-standard-resume-psak-65/>
- accurate. (t.thn.). Pengertian Produk: Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi Menurut Ahlinya. Diambil kembali dari [accurate.id](https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/): <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/>
- admin, B. (t.thn.). Peluang Pasar Bisnis Kuliner di Indonesia yang Perlu Kamu Ketahui! Diambil kembali dari [fcfibreglass.com](https://fcfibreglass.com/peluang-pasar-bisnis-kuliner/): <https://fcfibreglass.com/peluang-pasar-bisnis-kuliner/>
- Aisyah, N. (2022, Desember 1). Memahami Jaringan: Pengertian, Jenis-Jenis dan Fungsinya. Diambil kembali dari [www.detik.com](https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6436747/memahami-jaringan-pengertian-jenis-jenis-dan-fungsinya): <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6436747/memahami-jaringan-pengertian-jenis-jenis-dan-fungsinya>
- akuntansi.uma.ac.id, A. (2022, September 30). Akuntansi Pemerintahan: Tujuan dan Bedanya dengan Akuntansi Bisnis. Diambil kembali dari [akuntansi.uma.ac.id](http://akuntansi.uma.ac.id/2022/09/30/akuntansi-pemerintahan-tujuan-dan-bedanya-dengan-akuntansi-bisnis/): <http://akuntansi.uma.ac.id/2022/09/30/akuntansi-pemerintahan-tujuan-dan-bedanya-dengan-akuntansi-bisnis/>
- Amalia, K. (2021, OKTOBER 20). Audit Eksternal: Pengertian, Fungsi dan Tujuannya. Diambil kembali dari [www.idntimes.com](https://www.idntimes.com/business/economy/kiki-amalia-6/audit-eksternal): <https://www.idntimes.com/business/economy/kiki-amalia-6/audit-eksternal>
- Amstrong, & Kotler. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Prenhalindo.
- ANGELIA, D. (t.thn.). Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik. Diambil kembali dari [goodstats.id](https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5): <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Angelina, R. (2021, Oktober 6). PSAK 3: Laporan Keuangan Interim. Diambil kembali dari <https://au-partners.com/id/blog/psak-3-laporan-keuangan-interim>: <https://au-partners.com/id/blog/psak-3-laporan-keuangan-interim>

- Arifin. (2023). Strategi Pemasaran. Jurnal Senopati.
- Assauri. (2011). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers, 75.
- B, S. L. (Jakarta). Internal Auditing. 2005: Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2016). Marketing Management. Jakarta: Erlangga.
- Rheny, S. (2022, Maret 25). Wedding Organizer: Definisi, Peran dan Tanggung Jawab, Serta Perbedaannya dengan Wedding Planner. Diambil kembali dari <https://www.ekrut.com/media/wedding-organizer>:  
<https://www.ekrut.com/media/wedding-organizer>
- Sudana. (2011). Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Erlangga.
- Wikipedia. (t.thn.). Merek. Diambil kembali dari [id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org):  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Merek>