



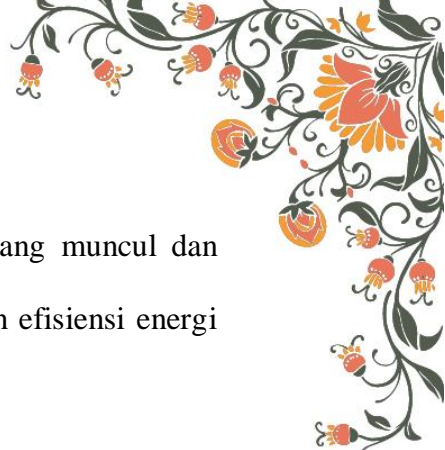
BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Pernikahan merupakan salah satu hari terpenting bagi beberapa pasangan dikehidupan mereka. Maka dari itu, banyak dari para calon pengantin ingin merayakan pernikahannya dengan konsep pernikahan yang megah dan indah demi mewujudkan konsep pernikahan impiannya. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa menggelar suatu acara pernikahan yang merupakan salah satu jenis *special event* dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, salah satunya pada aspek dekorasi acara. Penggunaan bahan dekorasi sekali pakai, bunga, souvenir, undangan pernikahan, hingga perlengkapan lainnya yang terbuat dari plastik dan *stereofom* dapat memberikan dampak yang buruk terhadap lingkungan karena sebagian besar dari bahan-bahan tersebut tidak dapat digunakan kembali atau didaur ulang. Konsep *green wedding decorator* ini menjadi sebuah solusi dalam bisnis penyedia jasa dekorasi untuk menyelamatkan lingkungan karena memiliki peran yang berkelanjutan dan ramah terhadap lingkungan, sehingga akan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

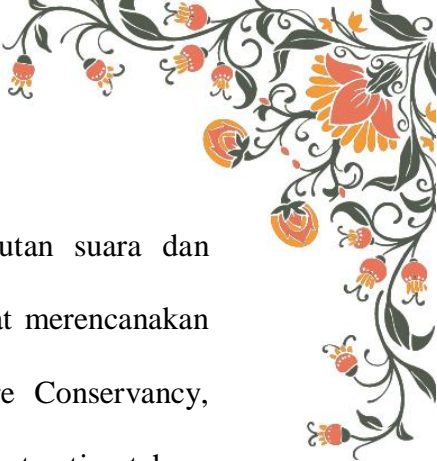
Menurut Goldblatt (2010) *green event* dapat didefinisikan sebagai *special event* yang terus berupaya memberikan pengalaman unggul melalui strategi ramah lingkungan. Sesuai dengan definisi ini, *green event* mempromosikan tiga nilai inti yaitu inovasi, konservasi, dan edukasi.

- 
1. Inovasi yaitu memanfaatkan secara kreatif strategi yang muncul dan teknologi yang ramah lingkungan untuk meningkatkan efisiensi energi dan lingkungan.
 2. Konservasi yaitu pemanfaatan sumber daya alam bumi secara bertanggung jawab dan minimalisasi limbah yang dihasilkan.
 3. Edukasi yaitu mempromosikan perilaku etis terhadap energi dan lingkungan dengan menciptakan pengalaman acara yang berkesan.

Berdasarkan Xerox Corporation (1998) dalam Panduan untuk Pengurangan dan Daur Ulang Sampah di *special event* terdapat delapan tahapan untuk pengurangan dan daur ulang limbah, yaitu:

1. Menyusun tim untuk mengimplementasikan program pengurangan sampah
2. Menganalisis sistem pembuangan limbah yang ada
3. Mengidentifikasi alternatif untuk sistem manajemen limbah
4. Mengevaluasi setiap alternatif
5. Mendesain program pengurangan sampah
6. Mempromosikan program baru ke semua peserta
7. Meluncurkan program
8. Memperbaiki program


Harrison (2008) menyebutkan bahwa “*Green Wedding*” adalah jenis pernikahan yang menekankan pengaruhnya terhadap lingkungan dengan berusaha meningkatkan ekosistem dan melestarikan sumber daya alam (dikutip dalam Kwon, 2017). “*Green Wedding*” tidak hanya melestarikan alam, tetapi juga mengurangi biaya yang tidak perlu (Breg, 2013).



Brides.com pada tahun 2007 mengadakan pemungutan suara dan menemukan bahwa 33% calon pengantin di Amerika Serikat merencanakan pernikahan yang ramah terhadap lingkungan (The Nature Conservancy, 2009). Dengan 2,3 juta pasangan menikah di Amerika Serikat setiap tahun, yang terbagi menjadi lebih dari 6.300 pernikahan sehari dan dengan total pendapatan mencapai \$70 miliar – *green movement* adalah yang kita butuhkan (Grover, 2010).

Istilah “*Green Wedding Decorator*” mengacu pada dekorasi pernikahan yang ramah dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Konsep ini semaksimal mungkin mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan dengan cara mengurangi hal-hal yang tidak diperlukan. Merencanakan dekorasi pernikahan yang ramah lingkungan bukan hanya sekadar konsep, terdapat sejumlah manfaat dari konsep ini seperti membantu dalam menghemat biaya karena biaya produksinya yang relatif lebih murah dan dapat digunakan kembali. Selain itu konsep ini juga lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan tetap memberikan kesan dekorasi yang menakjubkan.

Perencanaan dekorasi yang tepat akan mempengaruhi dampak dari penyelenggaraan pernikahan terhadap bumi. Manfaat dari konsep ini tidak akan ada habisnya dan industri pernikahan harus segera menerapkannya ke dalam praktik sehari-hari mereka untuk dapat mengikuti tren yang berkembang seiring bertambahnya usia planet bumi. Selain ramah terhadap lingkungan konsep ini juga memberikan kesadaran sosial. Konsep ini menjadi sarana informasi bagi para pasangan untuk tidak berkontribusi secara tidak sadar terhadap pemanasan global dan kerusakan lingkungan.



Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mengembangkan sebuah usaha dekorasi acara khususnya acara pernikahan yang lebih dikenal dengan *Green Wedding Decorator* dengan nama Märchen Florist & Deco. Target dari bisnis ini adalah masyarakat Kota Bandung dan sekitarnya yang berumur 21-40 tahun. Märchen Florist & Deco ini mengusung konsep berkelanjutan dan ramah terhadap lingkungan yang memberikan pengalaman baru kepada para calon pengantin untuk dapat berkontribusi dalam menjaga lingkungan.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Märchen Florist & Deco didirikan pada tahun 2022 oleh Maruli. Märchen Florist & Deco merupakan perusahaan yang menawarkan jasa serta produk dekorasi dan rangkaian bunga yang dikemas dengan konsep yang ramah terhadap lingkungan. Ide ini berawal dari ketertarikan pemilik bisnis terhadap bidang dekorasi serta ingin memiliki bisnis yang tidak memberikan banyak dampak buruk terhadap lingkungan.

Pada tahun 2022 semakin banyak masyarakat yang sadar bahwa kondisi bumi semakin memburuk dan betapa pentingnya untuk menjaga lingkungan, akan tetapi masih kurang pemahaman dalam penerapannya. Maka dari itu Märchen Florist & Deco hadir untuk membantu para pasangan yang ingin menikah untuk membuat dekorasi pernikahan tersebut agar lebih *eco-friendly* dan *sustainable*.


2. Deskripsi Logo dan Nama



GAMBAR 1.1 LOGO MÄRCHEN FLORIST & DECO

Kata *Märchen* diambil dari bahasa Jerman yang berarti *fairytale* atau dongeng. Setiap pasangan selalu mengharapkan kesan pernikahan yang luar biasa bagaikan kisah indah dalam dongeng. Karena itu, Märchen Florist & Deco ingin mewujudkan harapan tersebut melalui dekorasi acara pernikahan yang dapat mewakili perasaan para pengantin.

Logo Märchen Florist & Deco terdiri dari rangkaian bunga, tangan, serbuk peri, dan penggunaan warna hijau. Dekorasi pernikahan selalu identik dengan rangkaian bunga yang indah yang dapat dengan mudah ditemukan diberbagai sisi *venue* pernikahan, maka dari itu bunga menjadi salah satu simbol dari jasa yang kami tawarkan. Lalu tangan yang menggenggam bunga memiliki arti bahwa Märchen Florist & Deco akan mewujudkan konsep pernikahan para pengantin yang seperti kisah dongeng. Serbuk peri memiliki arti sebagai kekuatan para peri dalam mewujudkan dongeng para pengantin yang berarti kekuatan para dekorator dalam mendekorasi pernikahan. Terdapat juga penggunaan warna hijau



dalam desain logo yang berarti Märchen Florist & Deco menerapkan *green concept* dan peduli serta bertanggung jawab terhadap lingkungan.

3. Identitas Bisnis

a. Data Perusahaan

Nama perusahaan : Märchen Florist & Deco

Tahun berdiri : 2022

E-mail : marchendeco@gmail.com

Website : www.marchendeco.com

Bidang usaha : *Event Supplier*/Dekorasi

Jenis Produk : Dekorasi acara dan rangkaian bunga

b. Lokasi dan Fasilitas Perusahaan

Lokasi : Jl. Dipati Ukur 11, Dago, Bandung

Fasilitas :

- Ruang : *display area, store, office room, pantry, toilet, production area*, dan gudang
- Peralatan : Meja, kursi, alat tulis, laptop, printer, peralatan dekorasi, dan papan tulis.
- Fasilitas : Listrik, koneksi internet, dan air.

C. Visi dan Misi

1. Visi

Märchen Florist & Deco dapat memenuhi keinginan para klien meski terdengar seperti dongeng dengan tetap memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan.




2. Misi


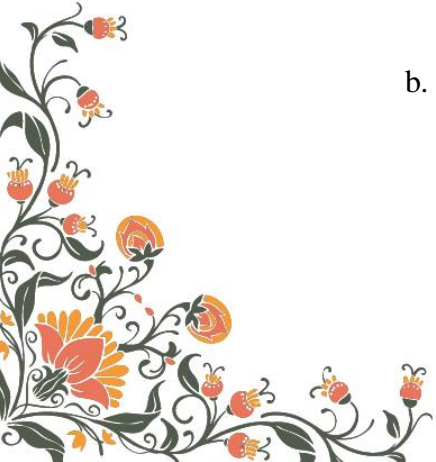
- a. Menjelaskan dan mengedukasi calon klien mengenai *green concept* pada dekorasi pernikahan.
- b. Menerapkan konsep *green wedding* ke semua detail dekorasi dari proses perencanaan hingga pengaplikasian.
- c. Mengajak klien untuk berpartisipasi dalam penerapan *green concept*.

D. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode analisis yang dapat mengontrol dan mengevaluasi suatu perusahaan baik dari sisi internal maupun eksternal (Kotler & Amstrong, 2018:80). Akronim dari SWOT adalah *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman) yang dapat memberikan gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan suatu bisnis ataupun perusahaan. Terdapat juga peluang dan ancaman yang terjadi dalam menjalankan suatu bisnis.

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Masih sedikit dari *wedding decorator* di Kota Bandung yang menerapkan *green concept*.
 - b. Memiliki peluang lebih tinggi untuk mencakup pasar yang baru karena banyak orang yang mencari alternatif lain untuk lebih ramah dan peduli terhadap lingkungan.
 - c. Proses produksi yang hemat bahan dan energi sehingga biaya produksi dan harga yang ditawarkan dapat lebih murah dibandingkan dekorator biasa karena terdapat barang-barang yang dapat digunakan kembali.
- 

- 
- d. Lebih bertanggung jawab secara sosial yang dapat membangun *brand equity* dan *brand loyalty* dalam diri klien.
2. *Weakness* (Kelemahan)
 - a. Kurangnya tenaga yang terampil dan memiliki pengetahuan teknis untuk memproduksi produk yang ramah lingkungan.
 - b. Beberapa orang beranggapan bahwa *green concept* hanya sebatas strategi pemasaran.
 - c. Kurangnya regulasi dan panduan.
 3. *Opportunity* (Peluang)
 - a. Terdapat banyak *venue* di Kota Bandung yang cocok dalam menerapkan konsep ramah terhadap lingkungan ini.
 - b. Terciptanya market baru untuk dekorasi yang menerapkan *green concept*.
 - c. Sangat jarang ditemukan dekorator yang sangat memperhatikan dan mendaur ulang limbah yang mereka hasilkan dalam mendekorasi suatu pernikahan.
 - d. Memiliki kesempatan untuk selangkah lebih maju dari para pesaing yang tidak menerapkan *green concept*.
 4. *Threat* (Ancaman)
 - a. Adanya perusahaan yang melakukan *greenwashing*, sehingga memberikan nilai buruk kepada para dekorator yang benar-benar menerapkan *green concept*.
 - b. Tidak seramah lingkungan seperti yang dijanjikan.
- 

TABEL 1.1 MATRIKS ANALISIS SWOT

	STRENGTHS	WEAKNESSES
<p>Matriks Analisis SWOT</p>	<p>a. Masih sedikit dari <i>Wedding Decorator</i> di Kota Bandung yang menerapkan <i>green concept</i>.</p> <p>b. Memiliki peluang lebih tinggi untuk mencakup pasar yang baru karena banyak orang yang mencari alternatif lain untuk lebih ramah dan peduli terhadap lingkungan.</p> <p>c. Proses produksi yang hemat bahan dan energi sehingga biaya produksi dan harga yang ditawarkan dapat lebih murah dibandingkan dekorator biasa karena terdapat barang-barang yang dapat digunakan kembali.</p> <p>d. Lebih bertanggung jawab secara sosial yang dapat membangun <i>brand equity</i> dan <i>loyalty</i> dalam diri klien.</p>	<p>a. Kurangnya tenaga yang terampil dan memiliki pengetahuan teknis untuk memproduksi produk yang ramah lingkungan.</p> <p>b. Beberapa orang beranggapan bahwa <i>green concept</i> hanya sebatas strategi pemasaran.</p> <p>c. Kurangnya regulasi dan panduan.</p>



OPPORTUNITIES	SO Strategy	WO Strategy
<p>a. Terdapat banyak <i>venue</i> di Kota Bandung yang cocok dalam menerapkan konsep ramah terhadap lingkungan ini.</p> <p>b. Terciptanya market baru untuk dekorasi yang menerakan <i>green concept</i>.</p> <p>c. Sangat jarang ditemukan dekorator yang sangat memperhatikan limbah yang mereka hasilkan dalam mendekorasi suatu pernikahan.</p> <p>d. Memiliki kesempatan untuk selangkah lebih maju dari para pesaing yang tidak menerapkan <i>green concept</i>.</p>	<p>1. Melakukan promosi terutama di media sosial dengan sasaran yang tepat dan berkelanjutan.</p> <p>2. Bekerja sama dengan berbagai supplier lainnya seperti petani bunga lokal, pemilik <i>venue</i>, dan penyedia jasa daur ulang limbah.</p> <p>3. Mengajak klien untuk berperan aktif dalam penerapan <i>green concept</i>.</p>	<p>1. Menyeleksi tenaga kerja yang paham akan <i>green concept</i> atau setidaknya tertarik untuk belajar mengenai <i>green concept</i>.</p> <p>2. Mempromosikan mengenai upaya yang dilakukan perusahaan dalam menerapkan <i>green concept</i>.</p> <p>3. Mengikuti acuan mengenai <i>green wedding concept</i> dari negara lain serta mencari pedoman pada buku yang ada.</p>



THREATS	ST Strategy	WT Strategy
<p>a. Adanya perusahaan yang melakukan <i>greenwashing</i>, sehingga memberikan nilai buruk kepada para dekorator yang benar-benar menerapkan <i>green concept</i>.</p> <p>b. Tidak seramah lingkungan seperti yang dijanjikan.</p>	<p>1. Mengedukasi para calon klien mengenai <i>green concept</i>.</p> <p>2. Memberikan pelayanan yang sesuai dengan tujuan dari penerapan <i>green concept</i>.</p>	<p>1. Bekerja sama dengan para komunitas pecinta lingkungan.</p> <p>2. Membuat SOP dan panduan untuk perusahaan dalam menerapkan <i>green concept</i> sebagai acuan untuk karyawan dalam bekerja.</p>

Sumber: Hasil Olahan Data (2022)


E. Gambaran Umum Produk dan Jasa



GAMBAR 1.2 FOTO PRODUK HASIL PENULIS




GAMBAR 1.3 FOTO HASIL DEKORASI



Produk yang Märchen Florist & Deco tawarkan yaitu dekorasi pernikahan yang menerapkan konsep yang ramah terhadap lingkungan. Gambar 1.2 merupakan rangkaian bunga yang terbuat dari *dried flowers* atau bunga kering hasil daur ulang dari *fresh cut flowers* atau bunga potong segar, sedangkan Gambar 1.3 merupakan hasil dekorasi penulis dan tim dengan menerapkan konsep yang ramah lingkungan yang sebagian besar bunga yang digunakan yaitu bunga *artificial* agar dapat mengurangi limbah yang dihasilkan oleh penggunaan bunga potong segar. Beberapa hal yang ditawarkan oleh Märchen Florist & Deco dalam menerapkan konsep tersebut yaitu, mengurangi penggunaan produk sekali pakai, membuat properti dekorasi dari sampah yang didaur ulang, penggunaan bunga *artificial* atau bunga segar dari para petani lokal untuk mengurangi emisi gas karbon dari transportasi yang digunakan dan mendaur ulang bunga tersebut menjadi bunga kering, dan pengolahan bahan sampah organik menjadi pupuk kompos.

F. Jenis/Badan Usaha

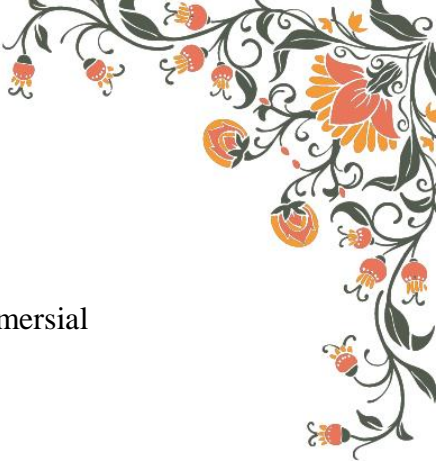
Dalam memulai bisnisnya, Märchen Florist & Deco merupakan badan usaha perorangan. Setelah beberapa tahun berjalan, Märchen Florist & Deco akan berencana untuk didaftarkan menjadi sebuah perusahaan berbentuk CV (*Comanditaire Venootschap*). Dalam bahasa Indonesia, CV adalah persekutuan komanditer yang merupakan usaha persekutuan yang dibentuk oleh seorang atau lebih yang mempercayakan dana atau barang asetnya pada seorang atau lebih yang menjalankan suatu perusahaan dan berperan sebagai seorang pemimpin untuk meraih tujuan secara bersama-sama dengan suatu



tingkat keterlibatan yang berbeda pada tiap anggotanya. Jenis badan usaha ini belum memiliki badan hukum dan pendiriannya menggunakan akta dan didaftarkan.

Syarat dalam mendirikan perusahaan dalam bentuk usaha CV sebagai berikut:


1. Persyaratan Dasar
 - a. Nama CV
 - b. Tempat kedudukan atau domisili CV
 - c. Pengurus CV
 - d. Maksud dan tujuan pendirian
 - e. Sektor Usaha yang dijalankan
2. Persyaratan Administratif
 - a. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) pengurus
 - b. Fotokopi Kartu Keluarga (KK) pengurus
 - c. Fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pengurus
 - d. Fotokopi penggunaan tempat usaha
 - e. Fotokopi Pelunasan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) terakhir
 - f. Fotokopi perjanjian sewa
 - g. Fotokopi surat keterangan domisili perusahaan (foto bangunan tampak depan dan foto dalam bangunan)
 - h. Surat Keterangan Terdaftar (SKT)
 - i. Nomor Izin Berusaha (NIB)
 - j. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
 - k. Nomor Identitas Kepabeanaan (NIK)

- 
- l. Angka Pengenal Importir (API)
 - m. Pengajuan izin usaha dan izin operasional atau izin komersial

G. Aspek Legalitas

Usaha dekorasi dalam suatu pernikahan tidak terlepas dari usaha penyelenggaraannya atau *wedding organizer*. Maka dalam perizinannya usaha dekorasi pernikahan tidak berbeda dengan usaha *wedding organizer*. Merujuk pada Lampiran Kategori N Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 19 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 95 Tahun 2015 tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia, *wedding organizer* memiliki kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 82302, dalam kelompok jasa penyelenggara *event* khusus (*special event*). Oleh karena *wedding organizer* tidak masuk dalam ruang lingkup usaha pariwisata, maka untuk melakukan usaha *wedding organizer* tidak memerlukan izin Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Langkah pertama yang harus dilakukan untuk mendirikan usaha *wedding organizer* adalah mengajukan izin usaha di sektor perdagangan. Adapun definisi perdagangan menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

Pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang perdagangan yang diberikan oleh Menteri



Perdagangan. Pasal 1 angka 4 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Tahun 2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan menyatakan bahwa Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah surat izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam rangka mendapatkan SIUP terutama untuk perusahaan berbentuk CV adalah:

1. Format surat permohonan SIUP mikro/kecil/menengah/besar
2. Fotokopi KTP pemilik atau penanggungjawab perusahaan
3. Fotokopi NPWP
 - Untuk usaha mikro maka fotokopi NPWP pribadi
 - Untuk usaha selain bisnis perseorangan maka fotokopi NPWP sesuai badan
4. Neraca awal
5. Surat pernyataan dari pemohon SIUP tentang lokasi usaha perusahaan
6. Foto pemilik atau penanggung jawab perusahaan ukuran 4x6 cm (2 lembar)
7. Fotokopi akta notaris pendirian perusahaan/akta notaris yang telah didaftarkan pada pengadilan negeri
8. Fotokopi izin gangguan atau *Hinder Ordonnantie* (HO)