

# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Dunia bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami perkembangan, salah satunya pada industri pariwisata. Dalam perkembangannya, industri pariwisata Indonesia mendapat apresiasi yang dapat dilihat pada buku panduan perjalanan dan penerbit media digital terbesar di dunia bernama *Lonely Planet*. *Lonely Planet* edisi 2018 meliris bahwa Indonesia diposisikan pada peringkat ke-7 sebagai destinasi wisata favorit dan pariwisata terbaik di dunia. (Nisa, 2018)

Industri kepariwisataan di Indonesia terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Terdapat beberapa sektor dalam industri pariwisata, salah satunya adalah sektor usaha jasa MICE. MICE merupakan singkatan dari *Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*, adalah sebuah jenis kegiatan yang direncanakan oleh sekelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dalam penyelenggaraan suatu kegiatan. (Karyono)

Industri MICE merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, dimana pada era globalisasi seperti saat ini terjadi perkembangan Industri 4.0 terutama dengan adanya kemajuan teknologi dan pengetahuan yang mengakibatkan banyaknya penyelenggaraan berbagai pertemuan atau forum baik pada skala nasional bahkan internasional. Industri MICE juga mempengaruhi ekonomi Indonesia karena melibatkan banyak sektor dan banyak pihak sehingga dapat memberikan lapangan kerja dan keuntungan untuk banyak pihak. Terdapat beberapa pihak potensial yang mendapatkan keuntungan dengan adanya sektor MICE ini, seperti *Event Organizer (EO)*, *Professional Conference Organizer (PCO)*, Perhotelan, Biro Perjalanan Wisata, Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Terdapat beberapa yang menjadi destinasi atau kota tujuan kegiatan MICE di Indonesia yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan 16 kota yang siap jual

untuk pasar utama aktivitas MICE di tanah air, berikut merupakan ke 16 kota tersebut yang dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Destinasi Kegiatan MICE di Indonesia

No	Kota Tujuan
1	Jakarta
2	Bali
3	Bandung
4	Surabaya
5	Solo
6	Yogyakarta
7	Makasar
8	Batam
9	Medan
10	Manado
11	Padang
12	Palembang
13	Balikpapan
14	Bintan
15	Semarang
16	Lombok

(Sumber : Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2018)

MICE sendiri memiliki beberapa jenis kegiatan, yaitu *meeting*, *incentive*, *conference* dan *exhibition*. Dalam penyelenggaraannya, keberhasilan acara tergantung dari kinerja pihak penyelenggara, seperti *professional convention organizer* (PCO), *professional exhibition organizer* (PEO), hotel, biro perjalanan wisata, dan *event organizer* (EO).

Umumnya masyarakat lebih banyak mengetahui *event organizer* (EO) atau *party planner* (khusus untuk penyelenggaraan pesta). Pertumbuhan pada bisnis jasa *party planner* dipengaruhi oleh permintaan dunia industri dan masyarakat untuk menciptakan acara-acara yang berkualitas dengan ditangani oleh orang yang profesional pada bidangnya.

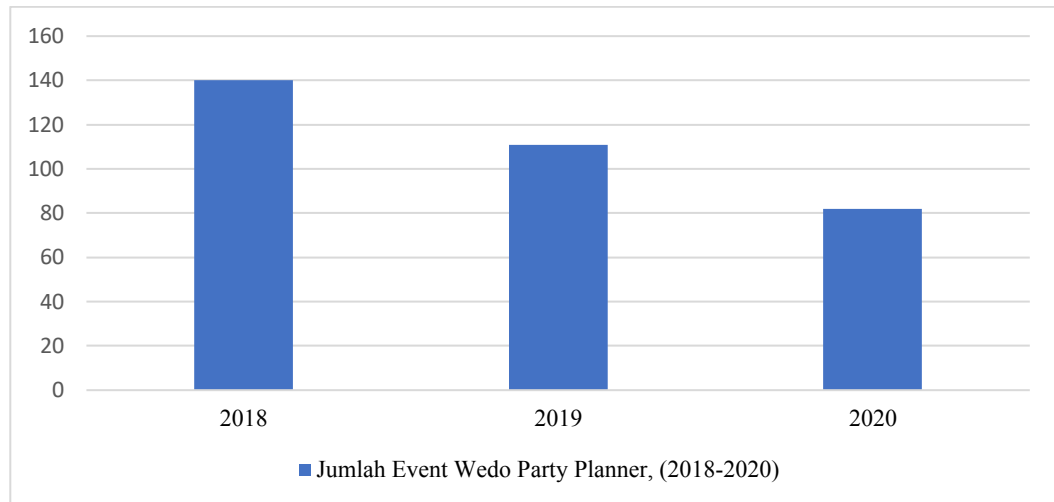
Dengan adanya usaha *party planner* sangat membantu mereka yang ingin menyelenggarakan sebuah acara, dengan mobilitas mereka yang tinggi sehingga

sulit bagi mereka meluangkan waktu untuk mempersiapkan sendiri segala perlengkapan yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan sebuah pesta atau acara.

*Wedo Party Planner* merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang jasa penyedia *party planner* yang terletak di kota Bandung. Didirikan pada tahun 2018 tepatnya pada bulan Februari. Ide bisnis ini berawal saat pemilik dari *Wedo Party Planner* diminta untuk membuatkan bingkisan untuk acara *bridal shower* kerabatnya. Sejak saat itulah terpikirkan untuk mendirikan usaha penyedia *party planner*.

Dalam menjalankan usahanya, *Wedo Party Planner* memiliki segmen pelanggan yang berasal dari berbagai kalangan usia mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa yang berada di wilayah Bandung dan sekitarnya sehingga dapat dikatakan segmen pelanggan dari *Wedo Party Planner* belum tersegmentasi dengan baik. Kemudian dalam menjangkau segmen pelanggannya *Wedo Party Planner* menggunakan media sosial, yaitu *instagram*. *Instagram Wedo Party Planner* memiliki 14.100 *followers*, namun *instagram* tersebut tidak dimulai dari nol. Sebelum dialihkan fungsi menjadi media pemasaran *Wedo Party Planner*, *instagram* tersebut adalah milik teman dari pemilik *Wedo Party Planner* yang digunakan untuk mengunggah video-video lucu yang memberikan hiburan untuk para *followers*-nya. Ketika *followers* berjumlah 14.500, teman dari pemilik *Wedo Party Planner* memberikan akun *instagram* tersebut untuk dijadikan media pemasaran dari *Wedo Party Planner*. Kemudian dalam jangka waktu dua tahun justru terjadi penurunan *followers* kurang lebih 400 *followers* hingga saat ini menjadi 14.100 *followers*. Selain itu, dalam konten yang diunggah pada *instagram* akun *Wedo Party Planner* belum terkonsep dan tidak terdapat *timeline* untuk konten yang akan diunggah, sehingga foto atau video yang diunggah tidak *up to date*. Keterlambatan ini dikarenakan belum ada yang mengelola secara khusus konten-konten yang akan diunggah pada akun *instagram*. Saat ini *Wedo Party Planner* juga belum memiliki tenaga kerja yang tetap, *Wedo Party Planner* menggunakan tenaga kerja lepas (*freelancer*) untuk membantu dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, seperti untuk kegiatan dekorasi.

Dengan pemanfaatan saluran pemasaran yang tidak digunakan dengan baik maka berpengaruh terhadap jumlah pelanggan baru yang dapat dijangkau oleh *Wedo Party Planner*, sehingga *Wedo Party Planner* mengalami jumlah penjualan jasa yang cenderung menurun, dapat dilihat pada Gambar I.1 yang menunjukkan jumlah pesta yang diselenggarakan oleh *Wedo Party Planner* pada tahun 2018 hingga 2020.



Gambar I. 1 Jumlah Acara yang ditangani *Wedo Party Planner*

(Sumber : Wawancara pemilik *Wedo Party Planner*)

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada kegiatan usaha *Wedo Party Planner*, maka untuk dapat meningkatkan performa usaha dari *Wedo Party Planner* dibutuhkan evaluasi model bisnis. Model Bisnis merupakan penggambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi atau pelaku usaha menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Model bisnis akan dirancang menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) karena BMC dapat mendeskripsikan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menjalankan bisnis melalui sembilan blok dalam satu kanvas, sehingga analisis dapat dilakukan dengan lebih mudah. Kesembilan blok tersebut yaitu *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key partnership*, *key activities*, *key resource*, dan *cost structure*. (Osterwalder & Pigneur, *Business Model Generation*, 2010).

Jika dibandingkan dengan model bisnis lain seperti *social business model canvas*, maka untuk penelitian ini lebih tepat menggunakan metode *business model canvas* karena metode *social business model canvas* lebih tepat digunakan untuk bisnis yang dalam menjalankan kegiatannya tidak mengedepankan keuntungan semata (*profit oriented*) tapi kegiatan bisnisnya berfokus pada penyelesaian masalah-masalah sosial. Sehingga untuk mengevaluasi model bisnis *Wedo Party Planner* menggunakan metode *business model canvas*.

Tugas akhir ini akan membahas evaluasi dan perancangan model bisnis yang baru dari *Wedo Party Planner*. Hasil dari penelitian ini adalah berupa model bisnis usulan yang bisa digunakan untuk kedepannya agar *Wedo Party Planner* mampu bersaing dengan jasa penyedia *party planner* lain dan dapat meningkatkan penjualan jasa penyedia *party planner*.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan difokuskan pada penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagaimana peta model bisnis saat ini dari *Wedo Party Planner* jika menggunakan metode *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana rancangan model bisnis usulan yang dapat diterapkan pada *Wedo Party Planner* jika menggunakan metode *Business Model Canvas*?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memetakan kondisi model bisnis saat ini dari *Wedo Party Planner* digambarkan dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*.
2. Untuk merancang model bisnis usulan yang dapat diterapkan pada *Wedo Party Planner* digambarkan menggunakan metode *Business Model Canvas*.

#### **I.4 Batasan Penelitian**

Berikut merupakan batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan hanya sebatas perancangan model bisnis usulan dan penilaian hasil rancangan model bisnis usulan, tidak sampai pada tahap *field-test*.
2. Penelitian ini tidak mencakup analisis potensi pasar.
3. Penelitian ini tidak membahas secara rinci tentang biaya, harga dan aspek finansial lainnya.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan kegunaan pemetaan model bisnis dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*.
2. Hasil dari penelitian dapat diimplementasikan oleh *Wedo Party Planner* untuk meningkatkan kegiatan bisnisnya saat ini.

#### **I.6 Sistematika Penulisan**

##### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini menyajikan gambaran umum mengenai organisasi yang akan dijadikan objek penelitian, yang terdiri dari uraian latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan lingkup penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II Kajian Pustaka**

Pada bab ini menyajikan studi literatur yang berkaitan dengan penelitian, dapat berupa teori-teori dasar yang dijadikan sebagai

landasan teori, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan yang dapat dijadikan referensi.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan saat melakukan penelitian, yang terdiri dari model konseptual dan perancangan sistematika pemecahan masalah.

### **BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data Serta Perancangan Model Bisnis**

Pada bab ini menjelaskan mengenai data-data yang sudah didapat sebelumnya, antara lain data model bisnis saat ini, data pelanggan, data lingkungan bisnis, analisis SWOT, strategi usulan sehingga nantinya akan digunakan sebagai pertimbangan dalam perancangan model bisnis usulan.

### **BAB V Evaluasi Hasil Rancangan**

Pada bab ini menjelaskan mengenai evaluasi hasil model bisnis usulan.

### **BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini dibuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran.