

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AYU WEDDING

Non Reguler (Business Plan)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
pada Program Studi S1 – Kewirausahaan



Disusun oleh:

Muhammad Ihsan Arrahim

19.92.0194

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AYU WEDDING

Non Reguler (Business Plan)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1

pada Program Studi S1 – Kewirausahaan



Disusun oleh:

Muhammad Ihsan Arrahim

19.92.0194

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AYU WEDDING

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Ihsan Arrahim

19.92.0194

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 7 Mei 2025

Dosen Pembimbing



Rahma Widyawati, S.E., M.M.
NIK. 190302013

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AYU WEDDING

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Ihsan Arrahim

19.92.0194

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rahma Widyawati, S.E., M.M.
NIK. 190302013

Narwanto Nurcahyo, SH, MM
NIK. 190302581

Yusuf Amri Amrullah, S.E, M.M.
NIK. 190302308

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana (S.Bns) pada 23 mei 2025

DEKAN FAKULTAS EKONOMI SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph. D

NIK. 190302125

PERNYATAAN

Kami yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini merupakan karya saya (ASLI), dan isi dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan kami juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 3 Juni 2025



Muhammad Ihsan Arrahim

NIM. 19.92.0194

Kata Pengantar

Puji syukur, Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis (S.Bns) di Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B. A. selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Rahma Widyawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berharga bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada seluruh Dosen Program Studi S1 Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah dengan sabar membimbing, memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Kedua Orangtua dan seluruh keluarga, yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
7. Tiara Ayu Oktaviani yang telah memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

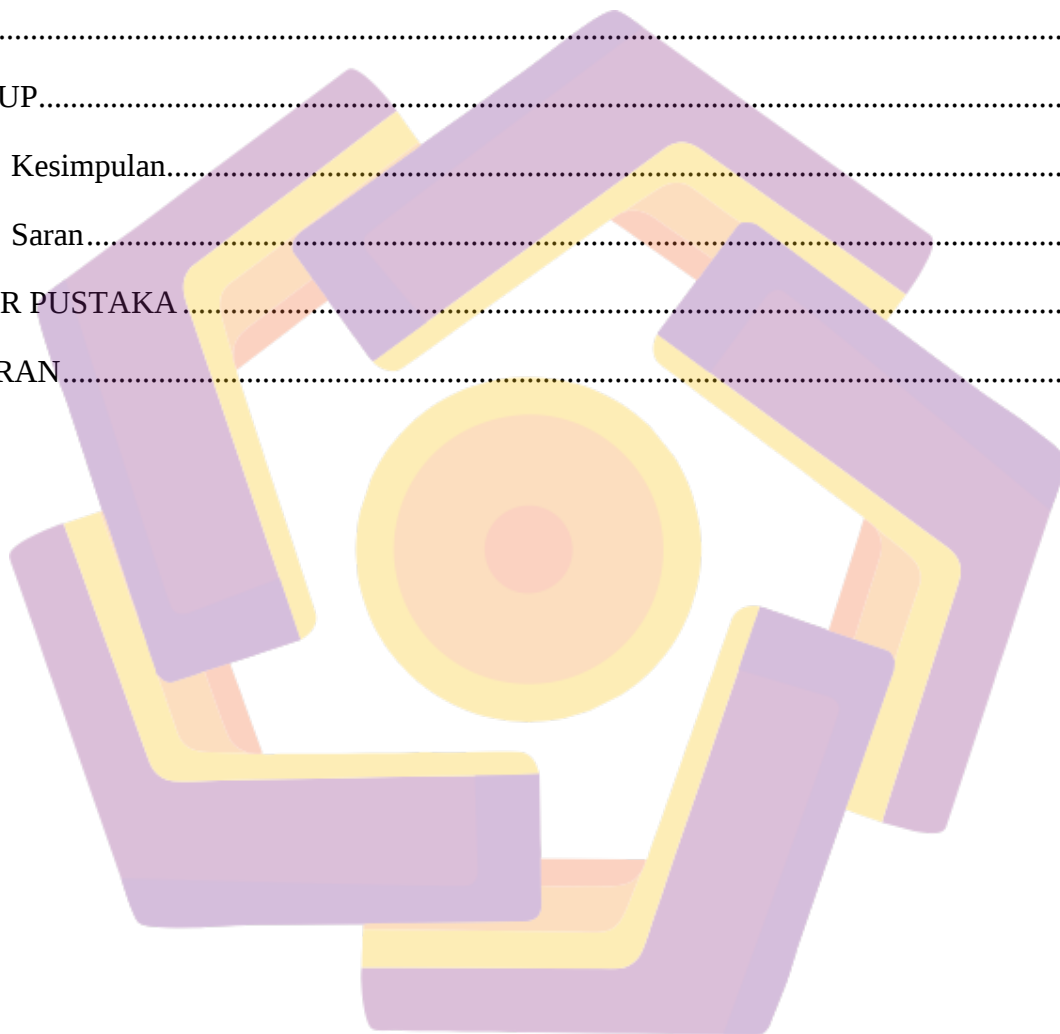
Yogyakarta, 6 Mei 2025,
Muhammad Ihsan Arrahim

19.92.0194

DAFTAR ISI

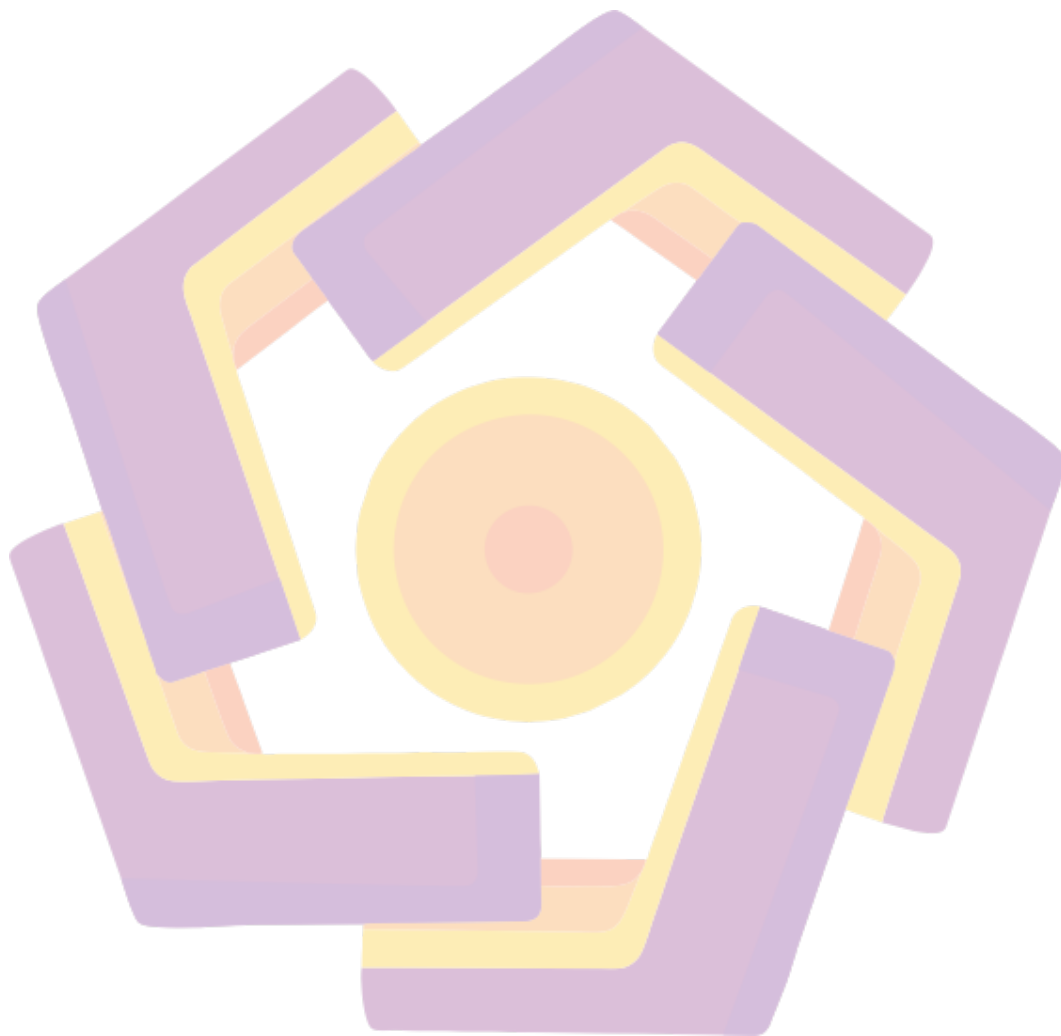
Kata Pengantar	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Konsumen	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan	3
1.3 Noble Purpose	5
1.4 Visi dan Misi	5
BAB II.....	6
DESKRIPSI BISNIS.....	6
2.1 Sejarah Bisnis.....	6
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan	8
2.3 Produk dan Inovasi Produk	9
2.4 Ukuran Pasar	11
2.5 Analisis Posisi Perusahaan disbanding Pesaing	13
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	14
BAB III.....	26
RENCANA PENGEMBANGAN	26
3.1 Analisis Matrix SWOT.....	26
3.2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang	30
BAB IV	35
LAPORAN KEUANGAN	35
4.1 Neraca.....	35

4.2	Laporan Laba/Rugi.....	36
4.3	Arus Kas.....	37
4.4	BEP dan ROI.....	38
4.5	Proyeksi Keuangan.....	39
4.5.1	Proyeksi Laba Rugi.....	39
4.5.2	Proyeksi Arus Kas.....	40
4.5.3	Proyeksi Neraca	41
BAB V		42
PENUTUP.....		42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....		43
LAMPIRAN.....		44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Google Trends Perkembangan bisnis wedding organizer tahun 2023	1
Gambar 2. 1 Logo Ayu Wedding.....	6
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Ayu Wedding	17
Gambar 2. 3 Bukti transaksi.....	22



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Bisnis Model Canvas	8
Tabel 2. 2 Produk dan Inovasi Produk.....	9
Tabel 2. 3 Total Addressable Market (TAM)	11
Tabel 2. 4 Serviceable Addressable Market (SAM)	12
Tabel 2. 5 Indikator perbandingan dengan Pesaing	13
Tabel 2. 6 Penjelasan Tugas.....	18
Tabel 2. 7 Tabel Laporan Arus Kas Per September-Desember 2023	23
Tabel 2. 8 Tabel Laporan Arus Kas Per 2024.....	23
Tabel 2. 9 Laporan Laba Rugi Per September-Desember 2023	24
Tabel 2. 10 Laporan Laba Rugi Per Januari-Juli 2024	24
Tabel 2. 11 Neraca	25
Tabel 3. 1 Analisis Matrix SWOT	26
Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	30
Tabel 4. 1 Neraca	35
Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Per September-Desember 2023	36
Tabel 4. 3 Laporan Laba Rugi Per Januari-Juli 2024	36
Tabel 4. 4 Laporan Arus Kas Per September-Desember 2023	37
Tabel 4. 5 Laporan Arus Kas Per 2024.....	37
Tabel 4. 6 BEP dan ROI	38
Tabel 4. 7 Proyeksi Laba Rugi Ayu Wedding	39
Tabel 4. 8 Arus Kas Ayu Wedding.....	40
Tabel 4. 9 Neraca Ayu Wedding.....	41

ABSTRAK

Industri wedding organizer di Indonesia mengalami pertumbuhan yang stabil dan terus menunjukkan prospek cerah, termasuk di wilayah Kalimantan Selatan, khususnya Kabupaten Tanah Laut. Penelitian ini membahas perencanaan, strategi pengembangan, serta evaluasi kinerja bisnis Ayu Wedding Organizer sebagai penyedia layanan pernikahan yang menawarkan konsep personalisasi dan inovasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei terhadap 50 responden yang tertarik menggunakan jasa wedding organizer, dengan hasil yang menunjukkan bahwa kebutuhan utama konsumen mencakup layanan perencanaan menyeluruh, jaringan vendor berkualitas, koordinasi hari-H yang profesional, dan personalisasi konsep acara. Ayu Wedding menawarkan solusi dengan membangun jaringan vendor terpercaya, menyediakan berbagai paket pernikahan sesuai kebutuhan klien, serta menerapkan strategi pemasaran berbasis media sosial untuk menjangkau target pasar. Analisis SWOT digunakan untuk menyusun strategi pengembangan jangka pendek dan panjang, selain itu, penelitian ini juga mengkaji model bisnis Ayu Wedding menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*. Hasil laporan keuangan menunjukkan adanya potensi pertumbuhan laba bersih dan arus kas yang positif. Berdasarkan analisis, Ayu Wedding memiliki peluang besar untuk memperluas pasar dengan memperkuat inovasi, memperluas jaringan kemitraan, serta meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk pengembangan bisnis jasa wedding organizer di daerah potensial lainnya.

Kata Kunci: Strategi pengembangan, bisnis jasa, Inovasi, Pemasaran digital, analisis SWOT, Business Model Canvas.

ABSTRACT

The wedding organizer industry in Indonesia has been experiencing stable growth and continues to show promising prospects, including in South Kalimantan, particularly in Tanah Laut Regency. This study discusses the planning, development strategies, and performance evaluation of Ayu Wedding Organizer, a wedding service provider that offers personalized and innovative concepts. The research was conducted using a survey method involving 50 respondents interested in using wedding organizer services. The results show that the primary consumer needs include comprehensive planning services, access to high-quality vendor networks, professional day-of coordination, and personalized event concepts. Ayu Wedding addresses these needs by building a trusted vendor network, offering a variety of wedding packages tailored to client needs, and implementing social media-based marketing strategies to reach its target market. SWOT analysis is used to formulate both short-term and long-term development strategies. In addition, this study also examines Ayu Wedding's business model using the Business Model Canvas (BMC) approach. The financial report shows potential for growth in net profit and positive cash flow. Based on the analysis, Ayu Wedding has a significant opportunity to expand its market by enhancing innovation, broadening its partnership network, and improving service quality. This research is expected to serve as a reference for the development of wedding organizer businesses in other potential regions.

Keywords: *Development strategy, Service business, Inovation, Digital marketing, SWOT analysis, Business Model Canvas.*