

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pernikahan adalah sesuatu yang sakral yang dibangun dari sebuah ikatan yang suci, bahkan pada beberapa agama terdapat kepercayaan bahwa pernikahan hanya terjadi untuk sekali seumur hidup dan hanya maut yang dapat memisahkan mereka. Pernikahan tidak hanya sekedar menyatukan sepasang kekasih, tetapi juga menyatukan dua keluarga yang berbeda budaya dan latar belakang. Sekalipun pernikahan terdiri dari dua pribadi yang banyak memiliki perbedaan, tetapi perbedaan yang ada akan menjadi bekal mereka dalam mengarungi bahtera rumah tangga sebagai hal yang mampu melengkapi satu dengan lainnya. Perbedaan yang ada tidak menjadi penghambat untuk melakukan sebuah pernikahan, sebaliknya perbedaan yang ada mampu menjadi perekat bagi mereka untuk saling mengisi dan melengkapi satu sama lain.

Pernikahan adalah upacara pengikatan janji nikah yang dilakukan oleh dua orang untuk meresmikan ikatan perkawinan. Pengikatan janji nikah dapat dilakukan pada saat dilakukan upacara yang resmi secara agama dan hukum. Setelah dilakukan upacara pernikahan maka mereka akan menjadi suami dan istri yang sah dalam sebuah ikatan perkawinan.

Pernikahan merupakan salah satu hal yang menjadi impian besar bagi banyak orang. Sebagian besar pasangan pasti memimpikan sebuah pernikahan

sebagai akhir bahagia dari perjalanan cinta mereka. Pernikahan merupakan penyatuan komitmen dari setiap pasangan yang pada akhirnya akan berujung pada sebuah pernikahan sakral, bahkan tidak jarang orang yang sudah berangan-angan sejak kecil akan pernikahannya kelak. Ketika mereka sudah menemukan pasangan yang dirasa cocok, maka angan-angan akan sebuah pernikahan pasti akan semakin besar sehingga biasanya angan-angan yang mereka miliki tidak hanya sebuah bayangan belaka, tetapi akan mereka realisasikan menjadi sebuah acara pernikahan.

Menurut www.kapanlagi.com (diakses tanggal 21 Mei 2013), pernikahan adalah momen penting sekali seumur hidup, dan siapapun ingin tampil yang terbaik. Semua pasangan pasti memimpikan acara pernikahan yang sempurna dan berkesan. Kesempurnaan yang mereka dambakan bukanlah tanpa alasan, acara pernikahan merupakan acara yang hanya akan terjadi sekali seumur hidup. Setiap *momen* dalam acara pernikahan hanya akan diabadikan sekali seumur hidup dan tidak akan pernah dapat diulang. *Momen –momen* bahagia dan berkesan dalam acara pernikahan akan menjadi kenangan sepanjang hidup sebagai bagian dari sejarah perjalanan hidup setiap pasangan. *Momen* yang indah dan berkesan harus dipersiapkan secara matang dan terorganisir agar acara pernikahan dapat berjalan dengan lancar.

Menurut www.annisa.co.id (diakses pada tanggal 21 Mei 2013), pernikahan adalah momen sekali seumur hidup. Oleh sebab itu pesta pernikahan atau diupayakan menjadi momen spesial yang sempurna, *wedding organizer*

banyak menjadi pilihan. Maka dari itu persiapan acara pernikahan pada umumnya dilakukan jauh-jauh hari sebelum acara pernikahan, tidak jarang pasangan yang dipusingkan oleh segala persiapan acara pernikahan mereka karena acara pernikahan pada masa kini sangat jauh berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Dahulu acara pernikahan hanya berfokus pada menu makanan untuk para tamu. Namun pada saat ini, acara pernikahan adalah sebuah pesta yang dianggap sebagai *special and the best momen* bagi pasangan pengantin yang terdiri dari berbagai detail sehingga menjadi harmonisasi pesta pernikahan yang indah. Saat ini pesta pernikahan harus memperhatikan berbagai aspek yaitu gedung, dekorasi, katering, salon, *bridal, sound system, lighting, effect*, foto, video, roti pengantin, mobil pengantin, MC (*master of ceremony*), *entertainment, souvenir*, dan *wedding organizer*. Pesta pernikahan bukan lagi semata-mata sebagai tanda peresmian pernikahan dari sepasang kekasih, tetapi juga harus dikemas secara baik agar menjadi sebuah pesta pernikahan yang berkesan bagi pengantin, keluarga, dan tamu yang hadir.

Masalah yang sering terjadi pada sebagian besar pasangan adalah pengetahuan dan edukasi mengenai *vendor wedding ceremony* yang kurang akhirnya berpengaruh kepada kesalahan pengambilan keputusan oleh konsumen. Berbeda dengan kota-kota besar yang memiliki keleluasan dalam hal informasi, terutama di Yogyakarta, edukasi mengenai sebuah pesta pernikahan masih sangat kurang. Contohnya adalah konsumen di Yogyakarta pada umumnya belum mengetahui fungsi WO yang sebenarnya. Seringkali mereka menggunakan jasa *wedding organizer* setelah semua vendor didapatkan, tidak jarang dari mereka

yang salah untuk memilih *vendor wedding ceremony* yang sesuai dengan konsep pernikahan mereka. Besarnya gedung juga akan mempengaruhi *vendor-vendor wedding ceremony* yang lain, karena besar kecilnya gedung akan berpengaruh kepada spesifikasi vendor yang lainnya. Semakin besar ukuran gedung yang digunakan maka biaya yang dibutuhkan juga akan semakin tinggi, contohnya ketika seseorang berani menggelar pesta pernikahan di gedung Jogja Expo Center maka spesifikasi untuk dekorasi dan sound system pasti akan membutuhkan alat yang jauh lebih banyak daripada di gedung Grand Pacific.

Menurut www.blog.my-weddingbelle.com (diakses tanggal 21 Mei 2013) terdapat beberapa masalah yang sering terjadi pada saat mempersiapkan pesta pernikahan yaitu jumlah tamu undangan yang akan berpengaruh kepada *budget* yang akan dikeluarkan dan pasangan yang terlihat *cuek* pada saat mempersiapkan pesta pernikahan sehingga tidak jarang wanita merasa kesal karena harus mempersiapkan *detail* pesta pernikahan sendiri. Faktanya, memang banyak pria yang “buta” terhadap *design* dan dekorasi serta *detail-detail* pada pesta pernikahan. Menurut www.perempuan.com yang (diakses pada tanggal 21 Mei 2013), masalah yang sering terjadi adalah perbedaan pendapat dengan mempelai dan keluarga, sehingga menimbulkan konflik yang harus diatasi dengan kompromi dan harus dapat menetralsir keadaan.

Setiap kota memiliki budaya yang sedikit berbeda dalam mengadakan pesta pernikahan, misalnya pasangan pengantin di Yogyakarta yang akan mempersiapkan acara pernikahannya, memiliki keunikannya masing-masing yang

sering kali menyulitkan pemasar untuk mengetahui karakteristik dari setiap konsumennya.

Berikut adalah beberapa data vendor untuk *international wedding* yang sering digunakan dan yang mayoritas berasal dari Yogyakarta untuk pesta pernikahan adalah, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Vendor di Yogyakarta

Gedung	Katering	Salon/Bridal	Sound & Lighting	Foto & Video
Grand Pacific Quality Hotel, Sheraton Hotel, Vidi, Rich Hotel, LPP Garden, Hyatt Hotel, Jogja Expo Center.	Cinta Rasa (magelang), Sirikit, Selain itu juga dapat berasal dari gedung-gedung yang digunakan.	Lina Gunawan, Harajuku, Christine Salon, Arimbi.	Thunder, Mad Flash, Anugerah, Kalasan.	Kencana, Imperial, Agatha, Hidden eyes, Kalasan.

Menurut Bapak Jefri sebagai perwakilan dari AP3 (Asosiasi Pengusaha Perlengkapan Pernikahan) Surabaya (www.surabayawedding.com, 21 Mei 2013) tiga persiapan utama yang harus dilakukan untuk sebuah pesta pernikahan adalah tanggal pernikahan, menentukan gedung, dan menentukan gaun pengantin. Di Yogyakarta, gedung untuk lokasi pernikahan ada beberapa pilihan seperti yang tertera pada Tabel 1.1, gedung-gedung tersebut merupakan gedung dengan konsep *indoor* dan *outdoor*. Vendor salon seperti yang tertera pada Tabel 1.1 merupakan salon ternama yang ada di Yogyakarta dan digunakan sebagai salon dan *bridal* untuk pengantin. Setelah mendapatkan tiga persiapan tersebut, selanjutnya pengantin perlu memilih katering, katering yang ada di Yogyakarta sebagian

berasal dari gedung-gedung seperti Grand Pacific, Hyatt, Sheraton, Quality, Grha Sarina Vidi, kecuali Jogja Expo Center.

Gambar 1.1

Prosesi Pada Pesta Pernikahan



a) *Make – up* calon mempelai

b) Prosesi Pasang Jas



c) Prosesi Tutup Waring

d) Prosesi Tea Pai

e) Prosesi Temon



f) Prosesi Makan Ronde

g) Pemberkatan

Sumber : Dokumentasi pribadi (2012)

Gambar tersebut merupakan prosesi yang harus dilalui oleh mempelai dengan adat *international* dipadukan dengan adat *chinese*. Prosesi-prosesi yang harus dilalui mempelai sebelum melakukan resepsi pada sore harinya. Prosesi tersebut diawali dengan *make-up* mempelai pria, mempelai wanita, dan mama kedua belah pihak. Kemudian setelah *make-up*, mempelai akan melakukan prosesi

tutup waring untuk mempelai wanita dan pasang jas untuk mempelai pria beserta dengan orang tua masing-masing. Dilanjutkan dengan prosesi temon yaitu prosesi mempelai pria menjemput mempelai wanita, kemudia dilanjutkan dengan makan ronde atau misoa. Setelah prosesi selesai, mempelai dan keluarga akan melakukan pemberkatan. Prosesi terakhir adalah prosesi tea pai yang artinya sebagai penghormatan kepada orang yang lebih tua dan sebagai perkenalan bagi para calon mempelai dengan keluarga dari kedua belah pihak. Upacara yang dapat berarti “jualan teh” ini juga sebagai penghormatan dari kedua calon mempelai kepada orang tua dan kerabat sepuh agar mendoakan mempelai menjadi pasangan yang bahagia lahir batin dalam susah dan senang yang dibalas dengan memberikan angpao atau perhiasan.

Gambar 1.2

Pesta Pernikahan Dengan Adat International



a) Prosesi Food Parade

b) Entertainment



c) Souvenir

d) Venue

e) Kue tart



f) Prosesi *toast* dalam *wedding ceremony*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2012)

Gambar diatas menggambarkan beberapa aspek yang ada pada pesta pernikahan meliputi prosesi food parade, entertainment, souvenir, venue, kue pengantin, dan prosesi toast. Pesta pernikahan tidak hanya berkaitan dengan vendor pernikahan tetapi juga prosesi-prosesi pada pesta pernikahan yang harus berjalan selaras dan harmonis sehingga menciptakan pesta pernikahan yang tidak terlupakan bagi mempelai, keluarga, dan tamu yang hadir.

Ketika vendor-vendor dapat mengetahui dengan pasti karakter dari konsumennya di Yogyakarta maka akan memudahkan pemasar dalam melakukan negosiasi dengan konsumennya, memberikan saran dan masukan bagi klien, dan ide atau gagasan pada pesta setiap konsumennya. Contohnya, saat ini mulai banyak pasangan yang membuat pestanya menjadi lebih terlihat kreatif. Kreatifitas dapat dilakukan dengan mengemukakan pada dekorator pesta. Konsumen di Yogyakarta memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih *wedding ceremony*. Pertimbangan yang ada bisa berasal dari berbagai aspek, misalnya harga, relasi (gethok tular), kualitas pelayanan, promosi, merek, kualitas produk, inovasi produk, dan produk tersebut sudah digunakan turun temurun dari keluarganya. Ketika vendor-vendor *wedding ceremony* dapat mengetahui dengan

pasti karakter dari konsumen di Yogyakarta maka akan memudahkan pemasar dalam melakukan negosiasi dengan konsumennya.

Penulis memilih topik yang berkaitan dengan *wedding vendor* karena pesta pernikahan merupakan momen yang penting sehingga orang akan memberikan yang terbaik demi terciptanya pesta pernikahan idaman. persiapan pesta pernikahan melibatkan vendor-vendor yang bersifat *high involvment service, high risk, high important, dan high contact*. Dapat dikatakan sebagai *high involvment service* karena konsumen membeli jasa dengan keterlibatan tinggi. Secara psikologis pesta pernikahan dipandang sebagai momen yang sangat penting karena hanya akan terjadi sekali seumur hidup sehingga dapat dikatakan sebagai *high important* serta merupakan *high risk* karena memiliki resiko yang besar dalam hal risiko *finansial*, risiko sosial, dan risiko psikologis. Pesta pernikahan merupakan *big purchases* bagi pengantin karena biaya yang dikeluarkan besar dan memiliki resiko-resiko. Pengorbanan yang dikeluarkan pengantin untuk mengadakan sebuah pesta pernikahan sangat besar tidak saja secara *finansial*, tetapi juga pengorbanan waktu dan emosi. Sehingga pada umumnya pengantin dan keluarga pasti akan terlibat secara terus menerus dan bersifat *high contact* dengan vendor-vendornya minimal dengan *wedding organizernya* untuk memastikan setiap *detailnya* telah sesuai dengan harapan mereka.

Menurut www.thepinkbride.com (diakses tanggal 21 Mei 2013), sebagai pengantin pasti akan menemukan proses keterlibatan tinggi pada vendor-vendornya seperti katering dan gaun pengantin. Sebagai pengantin yang menginginkan kesempurnaan pada momen bahagianya, menurut

www.thepinkbride.com (diakses tanggal 21 Mei 2013), "*I won't invest in a new car without driving it first*". Konsep tersebut akan sama seperti pesta pernikahan dalam memilih vendornya. Pengantin akan mencoba atau paling tidak mengetahui kinerja dari vendor wedding tersebut sebelum memutuskan untuk membeli dan menggunakan vendornya.

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui faktor yang berpengaruh, latar belakang, dan kecenderungan perilaku konsumen terhadap pemilihan vendor untuk pesta pernikahan pasangan pengantin, terutama pandangan mengenai dekorasi pernikahan yang mereka pilih.

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan di atas, maka rumusan masalah yang dapat disajikan dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pemilihan *vendor wedding ceremony*?
2. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pemilihan *vendor wedding ceremony*?
3. Manakah faktor yang paling berpengaruh terhadap pemilihan *vendor wedding ceremony*?
4. Bagaimana persepsi konsumen terhadap peranan faktor *wedding decoration* dalam *wedding ceremony* mereka?

1.3. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dituliskan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis dan menelaah proses pengambilan keputusan pemilihan *vendor –vendor untuk wedding ceremony*, khususnya *wedding decoration*.

1.4. Batasan masalah

Agar penelitian yang akan dilakukan memiliki objek penelitian yang jelas dan terarah maka pada penelitian ini terdapat batasan dan lingkup masalah yaitu, sebagai berikut :

1. Penelitian akan dilakukan di DIY, dengan pertimbangan DIY merupakan kota dengan skala acara pernikahan yang cukup tinggi. Tingginya skala acara pernikahan di DIY karena mayoritas konsumen *wedding* yang ada di daerah Yogyakarta dan di sekitar Yogyakarta seperti contohnya di kota Muntilan, Magelang, Purworejo, dan Klaten sering melaksanakan acara pernikahan mereka di DIY.
2. Konsumen merupakan golongan kalangan menengah ke atas dengan penghasilan yang cukup tinggi dan memiliki latar belakang keluarga yang mapan sehingga mampu membiayai pesta pernikahan mereka yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit.
3. Pasangan pengantin yang akan diwawancara dipilih dari pasangan yang telah menikah dan telah berencana untuk menikah. Kedua pihak tersebut

diharapkan akan memberikan masukan yang lengkap dan menyeluruh sebagai konsumen yang telah menggunakan jasa dari *vendor-vendor wedding ceremony* dan sebagai konsumen yang akan menggunakan jasa dari *vendor-vendor wedding ceremony*.

4. Pada penelitian kali ini akan dilakukan penelitian mengenai pernikahan semi - modern yaitu pernikahan yang menggabungkan sedikit sentuhan adat istiadat tetapi tetap mengusung tema "*international wedding*". Pesta pernikahan bertemakan *International wedding* di daerah DIY cukup sering diadakan, rata-rata dalam hari Sabtu dan Minggu jumlah *wedding* yang ada berkisar antara empat sampai dengan delapan kali.
5. Vendor – *vendor wedding ceremony* yang dimaksud terdiri dari dekorasi, katering, salon, *bridal, sound system, lighting*, foto, video, roti pengantin, MC (*master of ceremony*), *entertainment*, souvenir, dan *wedding organizer*. *Vendor* tersebut merupakan *vendor* utama yang mutlak harus tersedia pada saat *wedding ceremony* diadakan.

1.5. Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai kalangan yaitu, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan *vendor wedding*

Memberikan informasi bagi perusahaan yang bergerak didunia *wedding* khususnya *wedding organizer* mengenai kecenderungan perilaku konsumen dan

consumer insights yang akan melakukan pemilihan vendor-vendor untuk pesta pernikahan mereka.

2. Bagi masyarakat dan akademisi

Memberikan informasi dan pengetahuan mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan *vendor* untuk pesta pernikahan.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memberikan gambaran umum mengenai sistematika bab satu sampai dengan bab lima yaitu pendahuluan, landasan teori, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, dan temuan dan implikasi manajerial.

BAB I Pendahuluan

Bab satu membahas mengenai gambaran atau garis besar penelitian yang akan dilakukan. Bab satu akan menguraikan penjelasan melalui beberapa bagian yaitu latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metodologi penelitian. Latar belakang berisi mengenai uraian singkat tentang pernikahan, gagasan awal, dan masalah yang sering dihadapi oleh calon pasangan pengantin. Perumusan masalah berisi mengenai masalah – masalah yang berkaitan dengan konsumen dan *wedding ceremony* yang ingin diteliti melalui pendekatan kualitatif. Batasan masalah berisi mengenai lingkup masalah yang ingin diteliti oleh penulis. Tujuan penelitian berisi mengenai arah dan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian, serta aspek- aspek yang ingin dicapai oleh peneliti. Manfaat penelitian berisi mengenai kegunaan secara spesifik pada hasil penelitian.

Metodologi penelitian berisi mengenai data dan sumber data, lokasi penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab II Landasan Teori

Bab dua membahas mengenai teori – teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yang akan digunakan sebagai landasan penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab tiga membahas mengenai metode penelitian yang digunakan yaitu desain penelitian, subjek penelitian, sumber data, lokasi penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab empat membahas mengenai uraian mengenai identitas subjek dan hasil penelitian dengan pendekatan etnografi, analisis, dan pembahasan mengenai hasil yang dicapai dari penelitian. Bagian akhir dari bab empat ditutup dengan kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari analisis yang dicapai pada penelitian.

Bab V Temuan dan Implikasi Manajerial

Bab lima membahas mengenai temuan dari hasil analisis pada penelitian, kemudian implikasi manajerial yang dapat dilakukan dari hasil temuan.